



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR SPRÅK OCH LITTERATURER

JAPANSKA

Kampkonsternas nätstrider

En språklig- och multimodal analys av japanska
kampkonsters hemsidor på internet

Oscar Persmo

Kandidatuppsats
HT 2014

Handledare:
Pia Moberg
Examinator:
/namn/

Abstrakt

Uppsatsen undersöker hur språket, informationen och marknadsföringen på japanska kampkonsters hemsidor skiljer sig beroende på om målgruppen är svensk eller japansk inom den sportinriktade judon och den mer traditionellt och kulturellt inriktade bujinkan. Utifrån en multimodal analys undersöks relationen mellan texter och bilder, och utifrån ett språkligt perspektiv kommer hemsidornas text att analyseras.

Dianne Cyrs forskning kring hemsidors lokalisering och anpassning efter olika kulturella bakgrunder utgör det teoretiska ramverket, liksom Anders Björkvalls teorier kring multimodala analyser.

Undersökningen visar på tydliga skillnader i hur bujinkan respektive judo porträtterade sig själva och vad de lade vikt vid när de beskrev sin art. Dessutom kunde skillnader mellan Japan och Sverige påvisas beträffande informationsmängd, innehåll samt sätt att framställa samma art utefter de rådande kulturella och lingvistiska förhållanden som finns.

Nyckelord: Bujinkan, judo, japansk kampkonst, multimodal analys, informationsöverföring, målgrupp, japanska

1.	Inledning	4
2.	Tidigare forskning	5
3.	Syfte & problemställning	6
4.	Teoretiskt ramverk	6
5.	Metod & Material	7
5.1	Metod	7
5.2	Material	8
5.3	Urvalskriterier	9
6.	Analys	10
6.1	Japanska Hemsidor	10
6.1.1	Bujinkan Japan	10
6.1.2	Judo Japan	17
6.2	Svenska Hemsidor	23
6.2.1	Bujinkan Sverige	23
6.2.2	Judo Sverige	26
7.	Diskussion	29
7.1	Innehåll	29
7.2	Bilder	30
7.3	Språk	31
7.4	Internationalitet	34
7.5	Symbolik	34
8.	Slutsats	35
9.	Referenslista	38

1. Inledning

Japanska kampkonster i allmänhet har länge varit mycket populärt i väst. Alltsedan Judons intågande i Sverige år 1955¹ har kampsporter och kampkonster blivit mycket populära och idag utövar hela 15 000 svenskar Judo.² Efter Judon följde många andra japanska kampkonster och idag finns det möjlighet att träna allt från Karate till Ninjutsu och Aikido här i Sverige. Alla dessa kampformer har vunnit mark snabbt både i Sverige och i resten av västvärlden och utbudet är mycket stort.

Men denna typ av "export" av kultur, innebär att många skolor försöker ha en mer "västerländsk" approach till sin art, och på så vis ibland även tappar mycket av det kulturarv som konsten ursprungligen ihar från Japan. Detta i sin tur kan resultera i att artens värderingar skiljs åt från land till land. Ett välkänt exempel på detta är Judon, som till och med gått så långt som att numera betecknas som en sport snarare än en kampkonst, samt även blivit en gren i de olympiska spelen. Judo har alltså gått från att ha varit en kultur- och traditionsbärare från det mystiska öst, till att ha blivit en etablerad del i det vanliga idrottssverige.

Förutom denna "detraditionalisering", har dessa japanska arter på senare tid även fått stor konkurrens från mer moderna kampsporter som MMA och Muay Thai (Thaiboxning), då det gäller att rekrytera nya medlemmar, för att inte nämna den gym- och fitnessverksamhet som växer stadigt. I och med dessa omständigheter så är det intressant att fråga sig hur de japanska kampkonsterna går tillväga för att attrahera nya medlemmar, samt vilka värderingar de enskilda klubbarna försöker framhäva för sin art.

Det finns ett antal japanska arter bland kampkonsterna som väljer att starkt hålla fast vid sina kulturella rötter, däribland bujinkan (också känt som Ninjutsu), medan judo väljer att avvika från dessa kulturella drag. Vilka argument som respektive art använder sig av för att befästa sin "identitet" bland den uppsjö av stilar och arter som finns i idrottssverige idag är alltså i allra högsta grad relevant.

¹ <http://www.luleajudo.se/judohistoria.html> (11/10-14, 18:45)

² <http://www.judo.se/Nyfiken/VadarJudo/> (11/10-14, 18:56)

För att nå ut till en större publik väljer många klubbar därför att marknadsföra sig själva och sin art på internet. De möjligheter som internet ger, att besökare kan med ett fåtal knapptryckningar läsa om dojo och arten, ger godare förutsättningar än t.ex. utdelning av flygblad vid marknadsföringsprocessen. Hur klubbarna dessutom väljer att framställa sig själva och hur de profilerar sin art på internet är centralt i hur potentiella medlemmar uppfattar arten och klubben.

Jag ska i denna uppsats undersöka olika aspekter av hur internetsidor är utformade för två japanska arter av japansk kampkonst, samt se på vilken typ av information som finns och hur den framförs.

2. Tidigare forskning

Den forskning som tidigare gjorts generellt inom identitetsbaserad marknadsföring på hemsidor är relativt begränsad. Bland annat Ward Hanson³, David Mercer⁴ och Harry W Greenfield⁵ har skrivit böcker och/eller artiklar och forskningsuppsatser inom just marknadsföring på internet, och är av stort värde för mer generell forskning inom internetbaserad marknadsföring.

Dock finns det mycket lite forskning inom ämnet som är språkinriktat, vilket leder till att utbudet av tidigare forskning med relevans för denna uppsats är aningen begränsat.

Forskning som finns om de traditionella japanska budoarterna fokuserar främst på den rent fysiska eller fysisk-kognitiva delen av kampkonsten, men den lingvistiska, sociolingvistiska eller modala delen av språket som används i samband med japanska kampkonster är ännu ett relativt utforskat område.⁶

³ Hanson, Ward (2000) *Principles of Internet marketing*

⁴ Mercer, David (2011) *Internet marketing with WordPress: use the power of WordPress to target customers, increase traffic, and build your business*

⁵ W Greenfield, Harry (09/2009) *Internet marketing*, Commercial Law League of America, Volym 24, utgåva 5

⁶ Katja Pettinen, *The Encultured Brain: An Introduction to Neuroanthropology*, Kapitel 7 "From Habits of Doing to Habits of Feeling: Skill Acquisition in Taijutsu Practice"

Här lyser alltså forskning kring identitetsbaserad marknadsföring med koppling till språk starkt med sin frånvaro.

3. Syfte & problemställning

Målet för denna uppsats är att undersöka hur informationen på hemsidorna skiljer sig, både innehållsmässigt och språkstilistiskt, beroende på om målgruppen är svensk eller japansk inom den sportinriktade judon och den mer traditionellt och kulturellt inriktade bujinkan.

De specifika forskningsfrågorna är följande:

- Går det att genom språket urskilja vem som är avsändare och vem som är mottagare av informationen på hemsidan, och hur betonas detta?
- Kan man se någon skillnad mellan hemsidornas språkbruk och innehåll på japanska, som riktas till en japansk publik, och de föreningar som finns i Sverige?
- Hur tar sig informationsöverföringen och marknadsföringen uttryck på bujinkans respektive judons olika hemsidor?

Uppsatsen handlar om den sociolingvistiska kopplingen mellan språk och budo. Mina förhoppningar med denna uppsats är att kunna bidra till forskningsfältet och tillföra ett nytt perspektiv på ämnet.

4. Teoretiskt ramverk

Till hjälp för denna uppsats kommer Dianne Cyrs text *Localization of Web Design: An Empirical Comparison of German, Japanese, and U.S. Website Characteristics* om kultur-relaterad webdesign att användas.⁷ Cyrs forskning bygger på de idéer om "culturability" (culture + usability) som Wendy Barber och Albert Badre utformade i texten *Culturability: The merging of culture and usability*.⁸

⁷ Dianne Cyr, 'Localization of Web Design: An Empirical Comparison of German, Japanese and United States Web Site Characteristics', *Journal of the American Society for Information Science and Technology*,

http://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=sv&user=HLTt5kMAAAAJ&citation_for_view=HLTt5kMAAAAJ:u-x6o8ySG0sC, 2004, (hämtad 10 november 2014)

⁸ Wendy Barber & Albert Badre (2001) *Culturability: The Merging of Culture and Usability*

Dessa två verk berättar mycket om vad den lokala kulturen har för påverkan på webbdesign och layout. Anders Björkvalls bok *Den visuella texten* kommer även att användas för undersökning och granskning av bland annat bilder, textinnehåll samt kopplingen mellan bild och text på hemsidorna.⁹

5. Metod & Material

5,1 Metod

Analysen kommer utgå från ett antal olika hemsidor för dojos i Japan samt dojos i Sverige, inom både bujinkan och judo. Utifrån dessa hemsidor kommer multimodala analyser av innehållet på samtliga sidor att göras.

Totalt är det fem punkter som uppsatsen kommer analyseras för att få en strukturerad bild av innehållet;

- 1) Textinnehåll
- 2) Bild
- 3) Internationalitet
- 4) Språk
- 5) Symbolik (vilka symboler för respektive art finns med på hemsidorna)

Textinnehåll syftar till vilken information som läsaren kan utvinna ur texten. Hit räknas de olika distinkta informationskällor som finns på sidan, det vill säga vilka skilda typer av information som finns.

Bild innebär analys av vilken typ av bild och hur många bilder som finns på hemsidan. Dessutom kan språk och texters innehåll förstärkas av bilder, vilket också kommer undersökas.

Med internationalitet menas hur enkelt det är för icke-inhemska besökare att ta del av informationen som finns på hemsidan. I denna undersökning är det engelska som räknas som det internationella språket.

⁹ Anders Björkvall, *Den Visuella Texten*, Hallgren & Fallgren, 2009

Språk avser vilken typ av japanska som används på sidan. Eftersom det finns många olika grader av artigt språk inom japanska kommer fokus ligga på att identifiera vilken typ av keigo som används, samt hur valet av keigo påverkar sidans budskap. Vid bedömningar av keigo kommer denna uppsats använda sig av en kategorisering där keigo delats upp i tre delar, *sonkeigo*, *teineigo* och *kenjougo*. Sonkeigo är den typ av artighetsspråk som används när man som talare pratar om eller med någon som man bör visa respekt mot. Kenjougo används när talaren och åhöraren är i olika *uchi*- och *soto*-grupper. Teineigo är den artighetsform som används mest i det vardagliga språket, nämligen vid användning av ~です~ます ändelser. I denna uppsats räknas även *bikago* in i *teineigo*. Bikago används för att uttrycka artighet, precis som *teineigo*, men istället för ändelser består *bikago* av prefix som kopplas till substantiv, där お används för ord med japanskt ursprung och ご för ord med kinesiskt ursprung.

Symboliken är vilken typ av symboler som används i samband med en speciell art. Dessa symboler kan dock vara både visuella och textuella.

5.2 Material

För denna uppsats har nio stycken olika hemsidor valts ut för dojos i både Sverige och Japan, inom stilarna Bujinkan och Judo, på svenska respektive japanska. De representerar både större, övergripande organisationer i arten, såväl som mindre klubbar på lokal nivå.

För valet av material finns det några olika anledningar till varför urvalet ser ut som det gör. För det första är det en geografisk spridning på så gott som samtliga dojos, dvs. de finns utspridda på olika platser i Japan för att öka variationen. Dessutom innehar instruktörerna på samtliga dojos höga dan-grader, vilket innebär att det är kvalificerad och seriös träning som bedrivs.

De hemsidor som då har valts är följande;

Bujinkan (japanska)

- 1) Nakadai dojo, beläget i Tokyo <http://www2s.biglobe.ne.jp/~genki1/bujin2.htm>

- 2) Sakaguchi dojo (samlingsportal) <http://www.cam.hi-ho.ne.jp/t-sakaguchi/index.html>

Denna sida är en samlingsida för ett antal olika dojos i området kring Osaka.

- 3) Ohashi dojo <http://www001.upp.so-net.ne.jp/bujinkan/ohashi/index.htm>

Denna hemsida är från en dojo beläget nära Ueno, Tokyo.

Judo (japanska)

- 1) Niitsu dojo <http://hp1.cyberstation.ne.jp/niitsu-judo/>

Dojon är belägen i 新潟市 (Niigatashi), som ligger några timmar med tåg norr om Tokyo.

- 2) All Japan Judo Federation <http://www.judo.or.jp>

Hemsidan för det styrande organet inom japansk Judo.

Bujinkan (svenska)

- 1) Club Bujinkan Dojo Göteborg <http://www.budo.org>

Detta är hemsidan för den dojo som är belägen i Gårda, Göteborg.

- 2) Svenska Bujinkanförbundet <http://bujinkan.se>

Detta är hemsidan för svenska Bujinkanförbundet.

Judo (svenska)

- 1) Stenungsunds Judoklubb <http://www.stenungsundsjudoklubb.com/start/?ID=7716>

Denna hemsida är från en klubb i Stenungsund.

- 2) Svenska Judoförbundet <http://www.judo.se>

5.3 Urvalskriterier

De hemsidor som har valts inom den japanska grenen av bujinkan har valts för att få så stor geografisk spridning som möjligt. Även de klubbar som har valts i Sverige har relativt stora geografiska avstånd och skilda "rekryteringsområden".

Eftersom ett styrande organ (till exempel Svenska Bujinkanförbundet) kunde hittas för båda arter i Sverige och för judo i Japan så har endast en dojos hemsida valts utöver detta. Bujinkan inom Japan har Honbu dojo som detta organ, men eftersom någon aktiv

hemsida för denna inte kunde hittas har urvalet istället kompletterats och innefattar därför tre dojos istället för en.

6. Analys

Hemsidorna analyseras var för sig utifrån 5.1 för att sedan diskuteras och jämföras. I bilaga 1 finns insamlad data i punktform.

6.1 Japanska Hemsidor

6.1.1 Bujinkan Japan

Bujinkan Japan 1



10

Den första sida som skall analyseras är tillhörande Nakadai dojo, beläget i Tokyo. På hemsidan kunde nio olika typer av innehåll identifieras som skilda informationskällor. Innehålllets huvudsakliga syfte är att marknadsföra dojon, eftersom momentet “att prova på” förekommer på många olika sätt. De typer av innehåll som fanns i övrigt var bujinkanskolornas namn, senseis namn och bältesgrad, fysiska förutsättningar, åskådarkrav (titta på innan du provar själv), information om arten och skolorna, varning om skaderisken, uppmaning att maila sensei före besök, tidigare erfarenhetskrav (inga) samt en länk till en e-shop för bujinkanrelaterad utrustning som ägs av samma sensei. På sidan fanns det inga bilder av något slag.

Dianne Cyr skriver att “enhancing the site to fit the target users of different locales” görs på hemsidor.¹¹ Detta innebär att innehållet specificeras efter målgruppen för att locka fler besökare. Vi kan då se att målgruppen för denna hemsida är personer som redan känner till och utövar bujinkan, eftersom det inte finns mycket allmän information om

¹⁰ Skärmdumpar från hemsidan (tagna 5/11-14, 19:56)

¹¹ Dianne Cyr, 2004, (hämtad 10 november 2014), sid.3

arten som nybörjare kan ta till sig, utan mestadels om kontakt- och prova-på. Både kvinnor och män mellan 13 och 40 år som är fysiskt friska specificeras som en målgrupp för träningen. Målgruppen innefattar dessutom internationella besökare då det finns en engelsk version av hemsidan.

I fortsatt linje med Dianne Cyrs studie kan även språket inkluderas i vilken målgrupp sidan har.

「初めからお断りして...」, 「増えております」 och 「...お尋ね下さい」 är tre exempel på hur *sonkeigo* används på sidan. Eftersom besökare på sidan kan ses som potentiella kunder så används keigo, vilket även stämmer med Cyrs teori om att innehållet anpassas efter målgruppen.

Utöver detta betonar språket vissa värderingar beroende på vad som sägs. Det ord som förekom överlagset flest gånger var 「術」 (jutsu), som betyder “teknik” eller “färdighet”. Utöver det nämndes 「忍法」 (ninpo) ett annat ord för “ninjutsu”, 「流派」 (ryuha) “skolor” och 「礼」 (rei) “artighet” ett flertal gånger, vilket troligtvis indikerar en hög värdering av de gamla traditioner, tekniker och artighetsregler som finns inom arten. Det finns ett fetstilt textstycke som står skrivet i rött mitt på sidan.

「決して遊び感覚で学んでよいものではありません。」

Detta är en varning för de som inte har provat bujinkan innan och är intresserade. Översatt betyder det ungefär “Detta är definitivt inte något man lär väl genom en barnslig attityd/inställning”. Denna mening kan dock även fungera som en symbolisk textualitet, där textens innebörd symboliserar och syftar till hur ninjutsu lärdes ut under feodaltiden i Japan, då unga elever med största sannolikhet straffades hårt av läraren när lek och spel ersatte träning.

Bujinkan Japan 2





Nästa sida är en samlingsportal för dojos i Osaka-området. Sidan innehöll sju distinkta informationskällor, där de flesta var kopplade via länkar till den faktiska informationen. Det innehåll som fanns var länk till en engelsk version, länkar till olika dojos områden, länk till senseis e-mail, namnen på bujinkans skolor, länk till en informationsspalt, en mätare för antalet besökare och en bild. På sidan för dojon i Abeno, som är en av de dojos man kommer åt genom samlingsportalen, kunde även schema, en karta, ytterligare en bild och senseis telefonnummer hittas.

Innehållet är huvudsakligen informativ. Denna slutsats kan vi dra eftersom den textuella information som finns i huvudsak riktar sig till de som redan är medlemmar. Dessutom finns det även här en engelsk version av hemsidan, vilket gör att också invigda medlemmar inom bujinkan från andra länder kan ta del av informationen.

Däremot fyller bilderna en helt annan funktion än att vara rent informativa.

Den bild som finns på samlingsportalen föreställer ett antal bujinkanutövare som ser ut att precis ha avslutat någon form av uppvisning. Eftersom bilden är tagen på ett mycket långt avstånd från bujinkan-folket (som är bildens målfokus) kan vi se att avståndet är, enligt Björkvall på en opersonlig, distanserad nivå.¹⁴ Dessutom kan vi enligt Björkvalls resonemang även urskilja att bilden är en givande tendens, alltså att läsaren kravlöst kan granska bilden utan underliggande budskap om interaktion, eftersom ingen av personerna i bilden kan ses titta mot läsaren (alltså in i kameran).¹⁵ Utöver detta kan personernas handlingar och kroppsspråk förstärka vissa budskap. Vi kan se att fotot är taget i samband med uppvisning, vilket indikerar att utövarna gärna visar upp sina kunskaper för allmänheten.

¹² Skärmdumpar från hemsidan (tagna 5/11-14, 20:32)

¹³ Skärmdump från hemsidan för Abeno dojo (tagen 5/11-14, 20:46)

¹⁴ Anders Björkvall, 2009, sid.39-48

¹⁵ Ibid, sid.37, figur 6

Bilden för dojon I Abeno föreställande två svartklädda personer som utför en teknik med trävapen kan också analyseras enligt Björkvalls teorier. Distansen i fotot är långt medelavstånd, då bilden kapas vid personernas fötter.¹⁶ Vidare så har en av personerna ryggen mot kameran och den andre har blicken fäst på den första personen. Denna bild har alltså, likt föregående, en givande tendens, utan krav på interaktion från avsändaren.¹⁷

Texten som kan kommas åt via samlingsportalen innehåller, likt föregående hemsida i Tokyo, en mängd keigo. Skillnaden här är att de flesta är *bikago*, som i denna uppsats räknas in i *teineigo*.

「...ご苦労様です。」, 「お忙しいとは...」 och 「お誘い合わせ...」 är exempel som dyker upp i texten. Även här kan vi se att Dianne Cyrs text visar på en selektivitet av innehållet beroende på målgrupp¹⁸. Målgruppen är i detta fall de personer som redan är medlemmar i dojon. Detta i kombination med att texten är ett generellt meddelande som inte är menat för en enskild person gör att det inte finns behov av att använda sonkeigo. I detta textstycke finner vi även att vissa ord förekommer oftare än andra. Vanligast är 「流」 (ryuu) “skola”, följt av 「区」 (ku) “distrikt/område”, 「道場」 (doujou) “dojo”, 「関西」 (kansai) en region i Japan, 「術」 (jutsu) “teknik”, 「武神館」 (bujinkan) kampkonstens namn, och 「忍法」 (ninpou) det andra namnet på ninjutsu. På denna sida var antalet förekomster av orden mer jämnt men det går ändå att se en tydlig tendens i vilka ord som förekommer, nämligen ord som förknippas med gamla traditionella tekniker och värderingar för kampkonster. Dock finns det två undantag, nämligen 「区」 ku och 「関西」 kansai. Dessa två ord markerar en specifik plats i Japan, något som kan te sig underligt. Om man dock tar i beaktande att i stort sett alla dojos inom arten bujinkan i Japan är lokaliserade i Tokyo och dess närområde så blir läget annorlunda. Eftersom så förhållandevis få dojos finns utanför Tokyo så vill hemsidans ägare med största sannolikhet tydligt visa på att dojon är belägen i Osaka. Detta har gjorts genom att geografiska ord för Osaka och dess närområde används mycket, däribland namnen på några av de distrikt, 「区」, som finns i området.

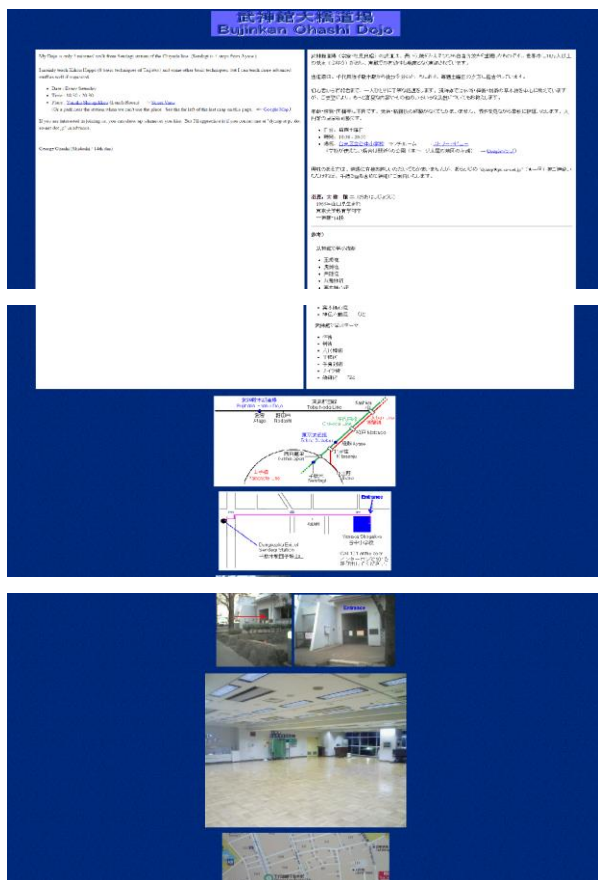
¹⁶ Ibid, sid.46, figur 10

¹⁷ Ibid, sid.37, figur 6

¹⁸ Dianne Cyr, 2004, (hämtad 10 november 2014), sid.3

Förutom detta finns ett specifikt symboliskt element på denna sida, förutom de symboliska värden som finns i texten, nämligen länken till tränarens mailadress. På hemsidan föreställer denna länk en gammal skriftrulle som rullas ut när den klickas på. För många är denna typ av skriftrulle något som enkelt förknippas med ninjor, eftersom ordet "ninja" i yngre generationer ofta förknippas med skriftrullar innehållandes hemliga tekniker.¹⁹

Bujinkan Japan 3



20

Ohashi dojo är, likt Nakadai, belägen i Tokyo. Sidan har mer text och fler typer av innehåll än föregående bujinkansida. De ämnen som texten beror är en kort introduktion till bujinkan, avstånd till närmaste tågstation, vanligaste träningsinnehållet, fysiska förutsättningar och erfarenhet, schema (dag, tid, plats), mailadress till sensei, info om

¹⁹ För bra exempel på detta läs/se manga/animen "Naruto", där ninjor använder övernaturliga förmågor och denna typ av skriftrullar är vanligt förekommande.

²⁰ Skärmdumpar från hemsidan (tagna 5/11-14, 21:26)

sensei själv, sex exempel på skolor som lärs ut, exempel på olika typer av träning som kan förekomma och ett antal bilder och kartor för att kunna navigera till dojon. Vad som dock utmärker sig på hemsidan är det stycke med engelsk text som finns i den vänstra spalten. Här är delar av den information som står på japanska översatt till engelska och det finns alltså ingen länk till en annan version av hemsidan.

Efter en granskning kan vi se hemsidans huvudsakliga syfte verkar vara informativt, eftersom mycket av informationen riktar sig till befintliga medlemmar. Men det finns även många inslag av marknadsföring för dojon och träningarna som bedrivs där. Ett exempel på detta är de stycken där författaren beskriver vad som förekommer på träningarna, i syfte att intressera fler för arten.

Till skillnad från föregående sida för Osaka dojon så finns det här inget foto föreställande personer. Istället finns det 3 bilder och 3 kartor, där samtliga förutom en av dessa bilder är till för navigationssyfte.

Kartorna har på ett eller annat sätt markerat den väg besökare behöver färdas för att komma till dojon. Detta kan enligt Björkvall tolkas som en inbjudan eller uppmaning av dojon att "kom till vår dojo och träna".²¹

Även två av de tre fotografierna på byggnaden har markerat ingången till lokalen för att ytterligare förstärka uppmaningen om att gå till dojon.

Språket är även här, likt de sidor som hittills analyserats, formellt och artigt. *Bikago* (*teineigo*) 「...ご要望により...」, *kenjougo* 「...についてもお教えします。」 och *sonkeigo* 「...お越しただいてもかまいませんが...」 finns samtliga representerade på sidan.

Det mest troliga, om man följer Dianne Cyrs teori, är att sidans ägare försöker innefatta en så bred målgrupp som möjligt genom att inte bara adressera befintliga medlemmar utan även skriva med direkt tilltal mot eventuella intresserade.²²

Det finns några ord som förekommer oftare än andra. Liksom på tidigare sidor är 「術」 (jutsu) ett mycket vanligt ord, och syftet är troligtvis detsamma, nämligen att belysa de gamla tekniker som finns inom bujinkan. Utöver det nämns även 「流」 (ryuu), 「武神館」 (bujinkan) och 「道場」 (doujou) ett flertal gånger.

²¹ Anders Björkvall, 2009, sid.60

²² Dianne Cyr, 2004, (hämtad 10 november 2014), sid.3

Denna hemsida innehar ett mindre antal symboliska tendenser än föregående bujinkansidor, eftersom mycket av texten är skriven på ett sätt som gör det svårt att koppla in symbolik i sammanhanget. Därmed är det inte sagt att sidan helt saknar sådana symboler. Ett bra exempel är första stycket på japanska;

「武神館道場（宗家・初見良昭）の武道は、長い伝統をふまえつつも自由奔放さを重視したものです。世界中に10万人以上の武友（ぶゆう）がおり、実戦での有効性も幾度となく実証されています。」

“Dojo Bujinkan är en kampkonst som (grundare Hatsumi Masaaki) bygger på en lång tradition och lägger fokus vid frihet och obehindrade rörelser. I hela världen finns det över 100 000 utövare och dess effektivitet i riktig strid har bevisats många gånger.”

Det som i detta stycke betonas är att bujinkan är en kampkonst som bygger på mycket gamla traditioner och att meningen är att det ska vara en effektiv art (troligtvis med syftning på självförsvar). Innebörden av detta kan alltså vara symbolisk i och med att traditionen betonas såpass tidigt på sidan, samt att innebörden i sig symboliserar starka traditionalistiska värderingar inom kampkonsten. Man värdesätter den kunskap som förts i arv genom generationerna till dags dato.

Bilderna på sidan innehar dock ett mycket lågt, eller rentav inget, symboliskt värde då inga typiska bujinkan-element kan utrönas ur dessa.

6.1.2 Judo Japan

Judo Japan 1



23

Den första av de japanska judosidorna är tillhörande en lokal dojo i Niigatashi, norr om Tokyo.

Den information som behandlas på startsidan är först och främst användningsvillkor för besökare på sidan. Via menyerna kan man sedan finna en introduktion för dojon, instruktioner om ansökning samt priser, ett fotogalleri, tävlingsresultat från Taikai (en stor årlig tävling), kontaktmöjligheter till dojon, veckoschema, evenemangsschema samt 3 undermenyer med länkar till diverse olika hemsidor.

Fokus på denna sida verkar vara marknadsföring, då många bilder och texter är kopplade till tävlingar och tävlingsresultat för att visa på en framgångsrik dojo, och det underliggande budskapet verkar vara att "om du tränar så här hårt så kommer du vinna tävlingsmatcher", eller "du kan bli lika duktig som vi är, om du tränar judo hårt med oss". Björkvalls text om visuellt kroppsspråk och handlingar stärker ytterligare denna teori.²⁴ Dessutom saknar sidan någon introduktion till själva arten judo, vilket ytterligare förstärker dragningen åt marknadsföring snarare än informationskälla.

Bilden på startsidan för judo dojon i Japan är tagen på ett långt medelavstånd då personernas hela kroppar finns med på bild och upptar mer än halva bildutrymmet.²⁵ Skillnaden från tidigare är att personernas blickar är riktade mot läsaren för att ge

²³ Skärmdumpar från hemsidan (tagna 5/11-14, 21:58)

²⁴ Anders Björkvall, 2009, sid.38

²⁵ Ibid, sid.46, figur 10

ögonkontakt, vilket tilldelar läsaren ett krav på någon form av interaktion.²⁶ Under bilden finns texten;

BSN少年柔道大会（全国少年柔道大会県予選） 3位全国小学生学年別県予選 3位入賞（和泉・大関）

“Vid taikai i judo för barn/unga BSN (prefekturtävlande barn/unga för riksomspännande taikai i judo) placerade vi trea för unga skolelever i prefekturen (Izumi Ozeki)”

... som berättar att barnen (och speciellt Izumi Ozeki) gjort bra ifrån sig på uttagningarna inom prefekturen inför den stora tävlingen. Att personernas blickar är vänta mot läsaren kan i detta fall alltså förstärka uppmaningen att tävla och prestera bra på matcher. Även av bilderna i bildgalleriet på hemsidan försöker majoriteten av bilderna att på liknande sätt förmedla en vilja av att träna hårt för att bli mer framgångsrik på tävlingar.

Språket som används på sidan innehåller som förväntat en mängd keigo. Vanligast är formen sonkeigo, där 「...をご覧下さい。」, 「...無断転載等はおやめ下さい。」 och 「...お送り下さい。」 (“var vänlig se på...”, “var vänlig sluta återskapa [reproduce] lektioner utan tillåtelse” och “var vänlig skicka...”, respektive) är exempel på förekommande artighetsuttryck. Även här kan vi applicera Cyr's text om att innehåll anpassas efter målgrupp och lokala förhållanden, vilket skulle kunna indikera att målgruppen för texten på hemsidan är icke-befintliga medlemmar.²⁷

Något förvånande här är dock att mängden sonkeigo är förvånansvärt liten för en dojo i Japan, och i förhållande till den mängd text som finns på sidan, eftersom japansk keigo är vanligt förekommande i sammanhang som dessa. Utöver detta finns det även många tillfällen då “kort form”, alltså den minst artighetsbärande formen av teineigo, används. Detta sker dock uteslutande i punktlister, vilket innebär att det med största sannolikhet är en praxis för att minska mängden text på sidan snarare än att tilltala besökare som nära bekanta.

²⁶ Ibid, sid.37, figur 6

²⁷ Dianne Cyr, 2004, (hämtad 10 november 2014), sid.3

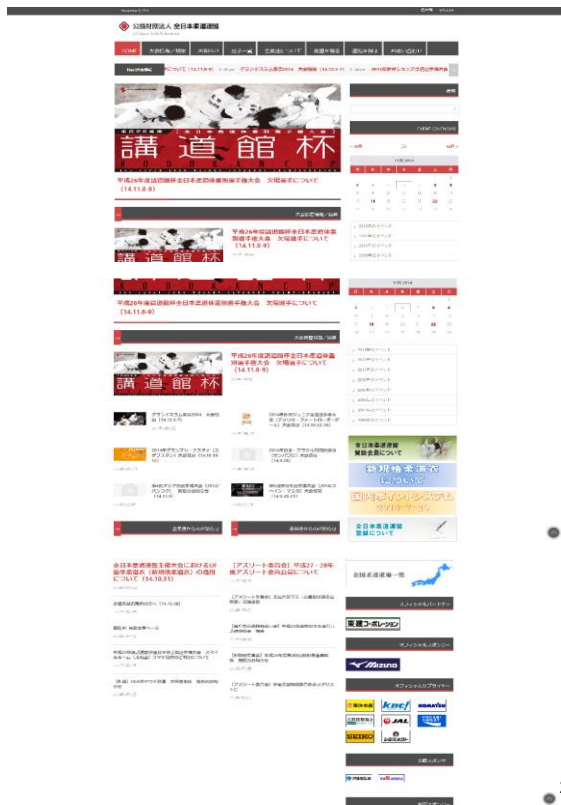
Förutom den överraskande lilla mängd sonkeigo som användes överraskade även vilken typ av ord som oftast förekom. På hemsidan fanns det nämligen tre ord som förekom mycket ofta och förutom dessa 3 ord var det inga andra som var i närheten av att vara lika välanvända. Det vanligaste ordet var 「柔道」 (juudou) "judo", vilken kanske inte är förvånande. Men utöver "judo" fanns även 「教室」 (kyoushitsu) och 「大会」 (taikai). Vad som är så annorlunda med detta är att 「教室」 (kyoushitsu) översätts som "klassrum". Det mest naturliga i detta läge hade varit att skriva 「道場」 ("dojo"), men klubben väljer istället att använda ordet "klassrum". Detta innebär att klubbens syn på judo med största sannolikhet handlar mycket om att "lära upp kommande generationer" inom judo snarare än att "träna barnen". Det tredje ordet, 「大会」 (taikai) som är en nationell årlig tävling, knyter dojon allt starkare till det tävlingsfokus som finns på sidan. Som nämnts ovan är många av de visuella och textuella elementen på sidan starkt förankrade i tävlingsmomentet, där målet med träningen är att prestera bra på tävlingarna. Enligt Björkvalls teorier förstärks även detta budskap av bland annat bilden på startsidan, då medaljerna och pokalen i kombination med barnens stolta seiza (sittposition) bidrar till att förstärka budskapet.²⁸

Även det faktum att många av undermenyerna har någon form av koppling till tävling och tävlingsresultat visar på att tävlingsmomentet i mångt och mycket är i fokus.

Informationen är svåråtkomlig för icke-japansktalande, då samtlig information står på japanska och det inte finns någon engelsk version av sidan. Att ingen engelsk version finns tillgänglig visar alltså tydligt på att utlänningar inte är inkluderade i den primära målgruppen.

Judo Japan 2

²⁸ Anders Björkvall, 2009, sid.38



29

Det innehåll som kunde urskiljas på hemsidan för judoförbundet i Japan är nio distinkta ämnen, som inkluderar ett bildspel, info och resultat från Taikai, nyheter inom japansk judo (vissa artiklar finns även länkade på startsidan), en lista på tävlande för olika viktklasser, information om förbundet, en introduktion till judo, sökfunktion för dojos i Japan, kontaktuppgifter och en evenemangskalender.

Till skillnad från föregående judosida kan tydliga tecken urskiljas som tyder på en mer informativ approach för innehållet. Det finns visserligen rubriker som behandlar tävlingsmoment, så som viktklasslistan och resultaten från Taikai, men till skillnad från dojon i Niigatashi så finns det här en mängd olika textuella informationskällor om just judon som träningsform och om förbundet i sig. Till exempel finns det en rubrik för 「柔道を知る」, vilket ungefär motsvarar “Om judo” på svenska.

Här kan vi alltså konstatera att informativ och lätt marknadsförande information samspelar.

²⁹ Skärmdumpar från hemsidan (tagna 6/11-14, 22:09)

I bildspelet på startsidan finns det sammanlagt fyra bilder, varav två föreställer motiv som inte tas upp i Björkvalls bok och därför inte kommer analyseras i denna uppsats. Två bilder föreställer loggor för olika tävlingar och de andra två är fotografier föreställande judokas som brottas. Den första bilden som ska analyseras föreställer fyra judokas och är en sammansättning av 2 bilder, eftersom judo inte utövas i lag. Trots detta går bilden att analysera efter Björkvalls teorier.³⁰ Vi kan tydligt se att distansen på denna bild är något kortare än på föregående hemsidor, som Björkvall kallas för medelavstånd, då personerna på bild kapas i knähöjd.³¹ Ingen av de judokas som är på bild har blicken vänd mot läsaren, vilket medför att en givande innebörd appliceras.³² Denna bild har texten;

「グラントスラム東京2014大会結果」

vilket betyder "Resultat från stormötet Grand Slam Tokyo 2014". Det går alltså att konstatera att bilderna är tagna i samband med tävlingen Grand Slam Tokyo. Judokorna på bilden ser tydligt ansträngda ut och använder ett intensivt kroppsspråk. Enligt Björkvalls teorier om kroppsspråkets förstärkning av textuella budskap kan vi koppla detta till någon form av vinnarvilja eller begär att besegra matchens motståndare.³³ Det är alltså vinsten i tävlingen som är i fokus.

Härnäst ska vi analysera den andra av de två fotografierna.

Även denna bild är en sammansättning av flera olika judokas som tävlar mot varandra. Liksom föregående bild är distansen medelavstånd och personerna har ingen ögonkontakt med läsaren. På bilden finns även namnet på en större tävling inom japansk judo,

「平成26年度全日本柔道体重別選手権大会 講道館杯」

vilket kan översättas till "Nationella stormötet i judo med tävlande i viktklasser, Kodokan Cup 2014". Som vi kan se på bilden så är kroppsspråket på de olika judokorna samma som föregående bild, det vill säga att vinst i tävlingen är det huvudsakliga fokuset. Även

³⁰ Anders Björkvall, 2009, sid.39-48

³¹ Anders Björkvall, 2009, sid.42

³² Ibid, sid.37, figur 6

³³ Ibid, sid.36-37

här finns en koppling mellan text och bild, där kroppsspråk och visuella intryck förstärker innebörden (i detta fall det underliggande budskapet) av texten.

Samtliga av de judokas som avbildas i dessa två foton är fotograferade i antingen ögonhöjd eller underifrån, vilket flyttar maktbalansen mellan läsaren och utövaren.³⁴ Vid ett öga-mot-öga perspektiv råder en maktbalans mellan läsare och judoka, men när vinkeln flyttas till ett grodperspektiv (d.v.s. underifrån) flyttas makt till judokan. Detta kan ses som ett möjligt sätt för förbundet att berätta för läsaren att “om du börjar träna judo kommer du också bli lika stark som denna judoka” och avbildar därför dessa starka individer underifrån.

Inte bara innehållet, utan även språket skiljer sig kraftigt åt mellan de japanska judosidorna. På judoförbundets sida kan vi se att sonkeigo används flitigt och hemsidans skribenter visar tydligt respekt gentemot läsaren. Mest troligt är att detta förbund når ut till en mycket större läsarkrets, varvid de själva mer noggrant måste kontrollera att språket är av en högre artighetsgrad. Exempel på detta är 「...御支援 いただいております。」, 「...で進めて おります。」 och 「...を尽くして おります。」, där vi kan se att samtliga exempel innehåller 「~ております」 som är en vanlig sonkeigo-böjning.

Som nämnts tidigare avspeglar även ordvalet vilken målgrupp som uppfattas i de textuella stycken som finns. Förvånansvärt nog var det endast två ord som dök upp väldigt ofta. Utöver dessa två ord är vokabuläret varierat och utspritt i texterna som kan hittas på sidan. Inte så förvånansvärt är det kanske att 「柔道」 ”judo” dyker upp flest gånger, eftersom det finns mycket fakta om judon och om ett nationellt judoförbund. Även förbundets namn 「全日本柔道連盟」 (Zen-nihon-juudou-renmei) som översätts till “All Japan Judo Federation”, eller dess förkortning 「全柔連」 (zenjuuren) framträder många gånger i texten. Vad som är mest förvånande är dock att ordet “dojo”, som västerlänningar ofta förknippar med kanske just judo, endast förekommer tre gånger i texterna.

³⁴ Ibid, sid.52, uppställning 1

Det japanska judoföbundet har även lagt in en länk till en engelsk version av hemsidan. Dock berörs innehållet kraftigt vid byte mellan den engelska och den japanska versionen, då endast en bråkdel av informationen som finns på japanska även är tillgänglig på engelska.

Denna sida har även en annan typ av symbolik än föregående judosida. Där kunde en tydlig koppling ses i det fokus som fanns på tävlingsmomentet och att hård träning ger bra resultat i tävlingar. Här är förutsättningarna såpass annorlunda att symboliken också flyttas. Eftersom detta är hemsidan för ett riksomfattande förbund för judon så går det inte att fokusera lika mycket på individuella klubbar och tävlingar och därför har fokus flyttats till att försöka visa upp föreningen som en stor representant-organisation för judo. Att det dessutom finns en engelsk version av sidan tyder även på att man vill framstå som en internationell organisation inom judo, där fokus ligger på att förespråka judon som sport på ett internationellt, organiserat plan.

6.2 Svenska Hemsidor

Eftersom det svenska språket inte har samma möjligheter att uttrycka artighet, samt att denna undersöknings fokus är japanska, så kommer kategorin "språk" inte att granskas speciellt noga på de svenska sidorna.

6.2.1 Bujinkan Sverige

Bujinkan Sverige 1



Denna dojos hemsida har, likt övriga hemsidor, en layout där informationen är uppdelad i undermenyer beroende på vilken typ av information det är. Fakta om bujinkan, info om träningar (träningssupplägg, barnträningar och schema), information till nybörjare,

³⁵ Skärmdump från hemsidan (tagen 6/11-14, 22:56)

klubbnyheter, klubbens video-blogg och bildgalleri, info om klubben och dess svartbälten, priser och kontaktuppgifter är den information som kunde finnas. Sidan är i första hand inriktad på marknadsföring i sin utformning. Vid närmare granskning kan vi se att 10 av de totalt 13 undermenyerna (som behandlar ovanstående information) är skrivna på ett sätt som riktar sig till den som inte vet någonting om bujinkan. Självklart kan befintliga medlemmar ha nytta av denna information också, men innehållsmässigt behandlar texterna allt som oftast ämnen som medlemmar redan känner till. Återigen anpassas innehåll efter målgrupp, även vid den språkliga utformningen av texten.

Hemsidan erbjuder dock ingen form av översättning till något annat språk. Det enda icke-svenska språk som förekommer är ett fåtal ord från japanska för namn på olika skolor, skrivna i romaji. Enligt Cyrs resonemang är detta alltså ett bevis på att dojon inte fokuserar på internationella besökare.

Det finns också ett stort antal bilder på hemsidan, men gemensamt för alla utom en bild är att ingen person har blicken mot läsaren. Enligt Björkvall är detta alltså ett inbjudande och givande budskap, som ger tillfälle för läsaren att kravlöst granska bilden och sidan.³⁶

Vad som även är gemensamt för en stor majoritet av bilderna är att de är tagna på ett medelavstånd och att någon form av fysisk aktivitet äger rum i bilden.

I bildspelet på startsidan finns till exempel en bild föreställande fyra barn och två vuxna som tränar utomhus, i kombination med texten "En träning som är mentalt och fysiskt utvecklande i alla åldrar". Vi kan alltså se här att den fysiska aktivitet som pågår utomhus samt en blandning av gamla och unga bidrar till att visuellt förstärka textens budskap, eftersom det som står i texten även återfinns i bilden.³⁷

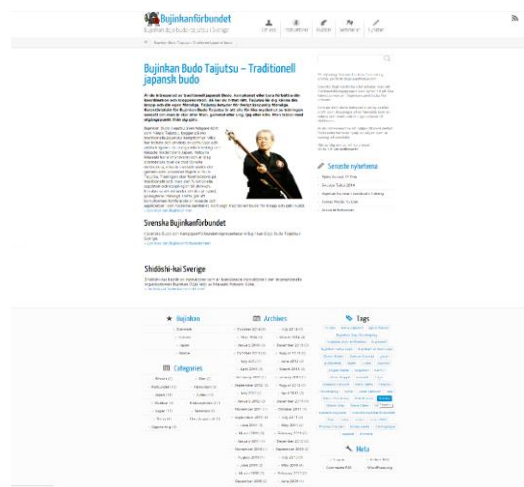
På denna hemsida finns även ett flitigt användande av symboler som är kulturellt kopplade till japan och bujinkan. Bland annat finns det redan på startsidan fyra bilder föreställande bujinkans logga, en rispappersdörr, någon form av häfte med kalligrafi och en gammal ask. Med undantag av asken kan vi tydligt se att samtliga föremål har en koppling till bujinkan eller Japan. Dessutom finns det bredvid klubbens logga längst upp

³⁶ Anders Björkvall, 2009, sid.37, figur 6

³⁷ Ibid, sid.38

på sidan två vita siluetter, föreställande två ninjor som slåss. Det finns alltså många anknytningar till den traditionella och kulturella aspekten av bujinkan och Japan.

Bujinkan Sverige 2



Efter en granskning av svenska bujinkanförbundets hemsida kunde information om bujinkan, introduktion till förbundet, svenska instruktörer, karta med landets klubbar, seminarie-nyheter och nyheter inom svensk bujinkan urskiljas som distinkta informationskällor.

Hemsidans huvudsakliga syfte är informativt, med redan befintliga medlemmar som målgrupp.

Med undantag av startsidans introduktion till bujinkan så är nästan all information på hemsidan riktad till de personer som redan vet en del om bujinkan eller är medlemmar. "Nyheter"-rubriken, som tar upp de senaste nyheterna som är kopplade till instruktörer och svenskar i bujinkan, är ett bra exempel på detta, eftersom texterna i dessa nyhetsartiklar dels innehåller element som icke-medlemmar inte förstår, och även är skrivna på ett sätt som gynnar informationsupptagande för de redan invigda medlemmarna.

På sidan finns det många bilder som är kopplade till diverse artiklar, men förutom dessa finns det enbart en bild, föreställande Hatsumi hållandes i en munkstav. Bilden är här

³⁸ Skärmdumpar från hemsidan (tagna 7/11-14, 11:10)

tagen på ett sätt som tilldelar Hatsumi makt (underifrån-perspektiv³⁹, men endast lite), men ändå vill få läsaren att engagera sig i bilden⁴⁰, även om inget sådant krav finns.⁴¹ Förutom ovanstående informationskällor finns det även länkar till de finska, danska och norska motsvarigheterna för bujinkanförbundet. Dock finns det ingen möjlighet att få innehållet översatt till engelska, vilket visar på att utlänningar i väldigt låg grad eller inte alls inkluderas i målgruppen.

Här kan vi även se en användning av symboler som är kopplade till bujinkan. Bilden på Hatsumi är ett bra exempel, eftersom Hatsumi är den högsta auktoritära makten inom bujinkan. Att fotot dessutom är taget från ett lätt underifrån-perspektiv tilldelar honom än mer makt i sammanhanget. Dessutom är munkstaven av intresse här, eftersom den kan ses som en symbol för det gamla och traditionella Japan. Bilden pekar alltså på en värdering av gamla traditioner och det typiska hierarkiska systemet som är vanligt förekommande inom japansk budo. Även loggan för bujinkanförbundet kan på sätt och vis sägas symbolisera gamla värderingar och det kulturella arvet. Loggan är föreställande en viking med bujinkan-symbolen som sköld, och även fast vikingar inte är del av japansk historia så är vikingar våra nordiska förfäder och detta kan alltså ses som en hyllning till vårt kulturella arv, blandat med det kulturella arvet från Japan och bujinkan.

6.2.2 Judo Sverige

Judo Sverige 1



³⁹ Anders Björkvall, 2009, sid.52, perspektiv och makt

⁴⁰ Ibid, sid.54, horisontell vinkel och engagemang

⁴¹ Ibid, sid.36-37, ögonkontakt och krav



Vi kan se att denna sida har lagt fokus vid att både marknadsföra sig själv och att vara informationsgivande. Klubbnyheter, klubbens aktiviteter, nybörjarinformation, filosofi och uppförande, tävlingsinformation, klubbens sponsorer, evenemangskalender, bild- och videogalleri samt kontaktuppgifter är sidans informationsområden.

Sidan ger en bra inblick i judon och dess verksamhet för personer som inte tränar, och erbjuder även ett stort utbud av information till de som redan tränar. Flest är dock de marknadsförande tendenserna, eftersom klubben dels uppvisar många typer av informationskällor för icke-medlemmar, men även för att klubbens sponsorer finns klart synliga på hemsidan.

Likt dojo i Japan är det mycket fokus på träning, tävling och priser. I galleriet finns bilder från klubbens egna tävlingar och utmärkelsepriser, många foton på pokaler och troféer samt videoklipp från träningar och tävlingar. Vi kan alltså se att bilderna ger en mer tydlig uppvisning av judoklubbens tävlingsinriktade sida.

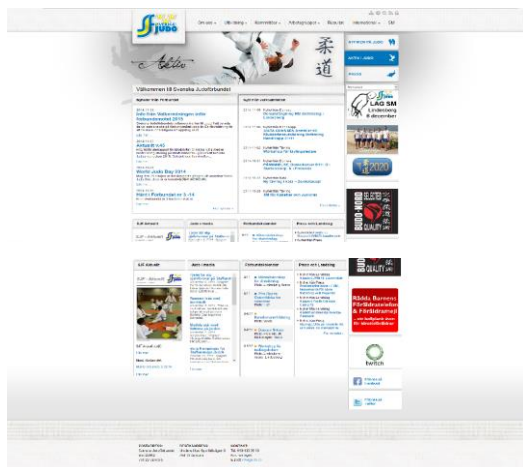
Till skillnad från den japanska dojo fanns det däremot ett foto på Jigoro Kano, judons grundare, vilket tyder på att klubben inte helt övergett det kulturella arv från vilket judon ursprungligen kom.

Översättningsmöjligheter finns det däremot inga på denna hemsida, vilket även här tyder på bristande intresse för internationella besökare.

Symboliken som används på sidan påminner om den japanska dojons. Bilderna föreställer tävlingar, medaljer, pokaler och troféer. Tävlingsnyheter, resultat och dylikt finns det även gott om under menyerna. Direkta symboler används dock endast i och med bilden på Jigoro Kano, judons grundare, men de symboliska element som finns i övrig bild och text väger tyngre än detta enskilda fotografi.

Judo Sverige 2

⁴² Skärmdumpar från hemsidan (tagna 7/11-14, 15:38)



43

Undersökningens sista hemsida tillhör Svenska judoförbundet, som är ett rikstäckande förbund för judoklubbar. På sidan kunde nyhetslänkar, föreningens arbete och information, utbildning inom judo, kommittéer och grupper, tävlingsresultat, introduktion till judo, träningsinformation, tävlingsinformation, en klubbsoknings-funktion och FAQ identifieras som skilda informationskällor.

Sidan använder sig i första hand av ett marknadsförande innehåll, men målgruppen är inte enskilda privatpersoner utan snarare personer inom klubbar eller rentav hela klubben. Eftersom många rubriker på sidan vänder sig mot utövare för utbildning till t.ex. domare och dylikt så kan vi konstatera att fokus ligger på de redan aktiva medlemmarna i judoklubbar runt om i landet.

På sidan finns det endast en liten mängd bilder, men gemensamt för samtliga av dessa bilder är att de är tagna ur så gott som identiska perspektiv. bildobjektet befinner sig i ögonhöjd med läsaren, vilket skapar en maktbalans mellan läsare och judoka. De är även tagna från ett sidoperspektiv och personerna på bild har aldrig blicken fäst på läsaren. Detta skapar ett begränsat engagemang hos läsaren, men samtidigt tillåter denne att kravlöst granska bilden och hemsidan.⁴⁴ Avståndet är kort medeldistans, vilket tyder på att förbundet vill få läsaren att känna sig socialt engagerad, men utan att komma för nära inpå (utan att bli för intimt).

⁴³ Skärmdumpar från hemsidan (tagna 7/11-14, 20:53)

⁴⁴ Anders Björkvall, 2009, sid.37-55

Av det innehåll som finns på judoförbundets hemsida finns en ytterst liten del översatt till engelska, men översättningen finns inte på startsidan och det krävs kunskaper i svenska för att kunna navigera till den engelska översättningslänken. Detta gör att utländska besökare med största sannolikhet avskräcks från att använda hemsidan innan de ens hittat översättningsmöjligheten.

Sättet som judoförbundet utformat sin hemsida, informationen och verksamheten som beskrivs där påminner snarare om ett företag än ett idrottsförbund. Mycket vikt läggs vid nyhetsartiklar och internlänkar, information för eventuella affärspartners (alltså klubbar) och pressmeddelanden kring elit-tävlande. Detta innebär att judoförbundet symboliserar och representerar något som liknar ett finansiellt företag, som annordnar och planerar tävlingar inom svensk judo, snarare än det idrottsförbund de är till namnet.

7. Diskussion

De fem punkter som listades under 5.1 kommer här att diskuteras utifrån de analyserade hemsidorna.

7.1 Innehåll

Efter en noggran jämförelse kunde ett antal distinkta skillnader ses mellan de olika stilarna, både internationellt och nationellt.

På bujinkans hemsidor i Japan fanns det vissa typer av innehåll som förekom oftare än andra. Samtliga av de tre sidorna hade en lista på skolorna inom bujinkan, information om sensei och någon form av engelsk version för informationen på sidan. Om vi återkopplar till Dianne Cyrs forskning så skriver hon att "to internationalize, web pages will have more than one language version".⁴⁵ Eftersom hennes studie även inkluderade Japan kunde hon även konstatera att "... and Japan have greater availability of translation...".⁴⁶ Detta stämmer visserligen väl överens med dojos för bujinkan i Japan, men när sidorna för judo granskats kan vi se att det inte är lika rättvisande. Totalt har fyra av fem (80%) dojos i Japan möjlighet att få delar av informationen översatt till engelska, oftast genom att använda en länk till en engelsk version av sidan. Men för

⁴⁵ Dianne Cyr, 2004, (hämtad 10 november 2014), sid.5

⁴⁶ Ibid, sid.10-11

judo är det alltså endast en av två (50%) hemsidor som har detta. Den dojo som är belägen i Niigatashi erbjöd inga sådana möjligheter. Vi kan alltså se att innehållet på samtliga (100%) av bujinkans sidor hade engelsk översättning, men endast hälften (50%) av judons sidor hade denna möjlighet. Enligt Cyrs resonemang innebär detta alltså att bujinkan sträver mer efter en internationalisering, alltså en större spridning internationellt.

Jämför detta med Sverige där ingen av hemsidorna för någon av arterna erbjuder översättning till engelska. Svenska bujinkanförbundet har länkar till de finska, danska och norska motsvarigheterna, men innehållet från just bujinkanförbundets hemsida finns inte annat än på svenska, ett tydligt tecken på att de svenska föreningarna inte satsar på att internationalisera.

Utöver detta förekom, som nämndes ovan, även bujinkans skolor och information om sensei på samtliga bujinkansidor. Dessa två kategorier fanns inte alls på judons hemsidor och judons olika skolor kunde inte ses nämnas en enda gång. Vad judosidorna däremot har som inte bujinkan kan visa upp är information om tävlingar och tävlingsmomentet. Här kan vi återigen se att innehållet förstärks på olika sätt genom bilderna (relation mellan text/budskap och bild⁴⁷, samt bildens tolkning⁴⁸).

7.2 Bild

Utifrån de bildanalyser som gjorts kan vi urskilja en tydlig tendens. De bilder som fanns på judons hemsidor tenderade att ofta vara tagna ur ett makt-perspektiv där judokan är maktinnehavaren.⁴⁹ Grod-perspektiv eller öga-mot-öga användes på dessa sidor.

Utöver detta kan vi se att judon även på det horisontella planet har valt att skapa engagemang hos läsaren genom att fotografera framifrån eller snett framför judokan.⁵⁰

På bujinkansidorna ser vi ofta personerna i ögonhöjd eller lätt ovanifrån (fågelperspektiv), något som tilldelar läsaren en mer maktfull position, alltså tvärtemot hur judon framställer sina utövare. Bujinkan har även en mer varierad positionering, där både framifrån-, sido- och bakifrånperspektiv förekommer. Förutom detta förekommer

⁴⁷ Anders Björkvall, 2009, sid.24-25

⁴⁸ Anders Björkvall, 2009, sid.29 "Interaktion"

⁴⁹ Anders Björkvall, 2009, sid.52-54

⁵⁰ Ibid, sid.54-55

bilder på lokaler samt kartor mycket oftare hos bujinkan än hos judo, då det endast förekommer en gång på de fyra judosidorna.

Anledningarna till detta är mest sannolikt att bujinkan, som inte är lika välkänt som judon, gärna vill visa upp lokaler likväl som arten i sig, men judon som redan är etablerad och som de flesta känner till inte behöver "introducera" sig självt lika mycket. Dessutom är nästan samtliga bilder, från båda arter, tagna på ett avstånd som indikerar att dojon söker vara social, utan att bli för intim med läsaren.⁵¹

Utöver detta används ofta språket på judosidorna i kombination med bilder för att stärka innebörden. Vanligast är kombinationen av en tävlingsbild tillsammans med nyheter eller info om just någon tävling eller turnering.

7.3 Språk

För att bygga en slags relation med läsaren så väljer klubbarna att gå olika tillväga, mycket beroende på vilken målgrupp klubben föreställer sig att de vill nå ut till.

På bujinkans hemsidor är det inte ovanligt med meningar som;

「武神館では9流派を指導しますので忍法だけではなく、それ以前から伝わる骨指術や、忍法と平行して伝わって来た骨法術、柔体術など、毎年テーマを決めて盛り沢山の内容を伝授しております。」⁵²

"I bujinkan lärs 9 olika skolor ut och därför är det inte bara ninpo [som tränas]. Före dess har bland annat Kosshijutsu, Koppojutsu och Juutaijutsu (3 av de 9 skolorna) lärts ut parallellt med ninpo. Varje år bestäms ett tema och en stor del av innehållet instrueras (lärs ut)."

Denna typ av meningar ger en ganska rättvisande bild av hur språket används på japanska bujinkansidor. Utöver detta kan vi se, vilket även nämnts tidigare, att ord som 「術」 (jutsu) och 「流派」 (ryuha) är mycket vanligt förekommande på dessa sidor. Dessa ord som är starkt kopplade till bujinkans tekniker och tekniska arv uppvisar en stark koppling till ett kulturellt bevarande inom arten.

⁵¹ Ibid, sid.46, figur 10

⁵² <http://www2s.biglobe.ne.jp/~genki1/bujin1.htm>

Den vanligaste form av keigo som hittats på bujinkans sidor är just sonkeigo, vilket visar på att ägarna till respektive dojo söker föra någon form av artig konversation med läsaren, eller på något annat sätt direkt adressera läsaren för att kunna berätta för läsaren vad bujinkan handlar om. Vi kan se följande mening som ett bra exempel.

「...見学をなさりたい方は、稽古日時場所などを含め、私、山本剛士までメールでお尋ね下さい。」⁵³

“... personer som vill titta på träningen ombeds att skicka ett mail till mig, Yamamoto Takeshi, om träningstid och plats.”

Här syns det tydligt att avsändaren av information alltså är en person vid namn Takeshi Yamamoto. Sensei för just denna dojo är däremot Keiji Nakadai, vilket innebär att dojons informaton inte sänds från sensei själv, utan troligtvis från en av hans högst graderade studenter. Sättet det skrivs på är dock personligt, vilket visar på att Yamamoto inte ställer sig bakom dojon vid informationssändning, utan försöker skapa en mer individuell kontakt med varje läsare.

Liknande resultat kan ses på de andra bujinkansidorna, där relationen mellan läsare och informatör dras åt det personliga hållet.

Judon å andra sidan väljer ett annat tillvägsgångssätt vid textuell information. Följandemening från klubben i Niigatashi visar på detta.

「新津柔道教室は、新津柔道協会会員が地域の子供たちの健全育成と柔道の普及のために設立した道場です。」⁵⁴

”Niitsu judoskola är en dojo som grundats av medlemmarna i Niitsu judoförbund, för att fostra barnens hälsa i regionen och för spridning av judon.”

Vi kan redan här lägga märke till två saker. För det första så finns det ingen sonkeigo. Detta tyder på att dojon antingen tolkar detta som en text där läsaren inte tilltalas, eller

⁵³ <http://www2s.biglobe.ne.jp/~genki1/bujin2.htm>

⁵⁴ <http://hp1.cyberstation.ne.jp/niitsu-judo/CCP.html>

anser att sonkeigo inte behöver användas i annat än “upphöjande” syfte, dvs. att man inte “sänker” sig själv. Det andra vi tydligt kan lägga märke till är att avsändaren i denna mening inte är en enskild person, utan **hela** dojon. Detta syns direkt eftersom 「新津柔道教室は...」 anger att efterkommande information gjorts av subjektet som står före は, i detta fall 新津柔道教室. Jämfört med föregående textexempel kan vi även se att detta stycke skiljer sig stilistiskt, eftersom det egentligen inte finns någon tydlig målgrupp för texten, det är snarare en generell beskrivning. Det är denna typ av text som förekommer absolut mest på hemsidan och detta ger alltså en mer rättvisande bild av innehållet och språket, trots strukturskillnaden.

Förutom detta kan vi även se att kort form (だ), en av de minst artiga grammatiska formerna i japanska, förekommer ofta på sidan. Dock ska det poängteras att dessa grammatiska ändelser endast dyker upp i någon form av punktlista, vilket eventuellt kan ta udden av “oartigheten” som finns i böjningsformen.

Ytterligare en väsentlig skillnad som dyker upp vid granskningen av sidorna är vokabulären som används. Även här finns det ett fåtal ord som frekvent dyker upp, vilket tyder på att dessa ord har en starkare koppling till dojons värderingar. Ordet som förekommer oftast är 「柔道」 (juudo). Förvånansvärt är även orden 「教室」 (kyoushitsu) och 「全日本柔道連盟」 (zen-nihon juudou renmei). “Kyoushitsu” är det ord som dojon i Niigatashi använder om sin egen klubb. Kyoushitsu betyder “klassrum”, vilket för tankarna till varför just det ordet valts. Dojon använder nämligen kyoushitsu som substitut för just ordet “dojo”, vilket gör att innebörden av klubbens namn byts från “träningsplats” till “lärorum”.

Det sista ordet som, förutom “kyoushitsu” och “juudou” nämndes flest gånger var 「全日本柔道連盟」, vilket är namnet på det japanska judoförbundet. Att detta ord nämns så mycket har en koppling till sidornas målgrupp. Både 「全柔連」 (förkortning för japanska judoförbundet) och 「教室」 syftar till den organisation eller det förbund som orden är kopplade till. Att respektive ord nämns så många gånger på respektive hemsida kan därför tyda på att klubben eller förbundet vill lägga mer fokus på sin egen verksamhet

och förankrar därför sin organisation i texten.⁵⁵ Detta ger ett intryck av att judon snarare är uppdelad i flera mindre enheter, där varje dojo representerar sig själv, till skillnad från bujinkan där man snarare får intrycket av en enhetlig kampkonst där varje del representerar helheten, fast med mindre individuella skillnader.

Vi kan alltså se att sättet som hemsidorna väljer att skriva sina textuella källor på i allra högsta grad påverkar hur vi som läsare uppfattar och tolkar texten och dess innebörd.

7.4 Internationalitet

Som tidigare nämdes så skriver Cyr i sin studie att hemsidor som vill försöka internationalisera sig kommer erbjuda innehållet på mer än ett språk.⁵⁶ Utifrån vad som observerats så kan vi se att bujinkan därför är en utåtsträvande art som jobbar för en internationalisering i och med att möjligheten till engelsk översättning finns på samtliga av de japanska bujinkansidorna. Judo i Japan å andra sidan hade mer begränsade översättningsmöjligheter, och endast en sida hade tillgång till detta. Detta tyder alltså på att judon i Japan inte fokuserar på att locka utländska träningsbesök i lika stor utsträckning. En möjlig förklaring till detta är att judo redan är väldigt internationellt känt och spritt, medan bujinkan inte är det. Detta skulle i så fall förklara varför judon inte har något direkt behov av att locka utländska besökare också.

Av de sidor som är baserade i Sverige har endast en sida engelsk översättning. Sidan är för det svenska judoförbundet och den enda information som kan uthämtas ur den engelska versionen är ett minimalt arkiv och kontaktuppgifter till förbundet. Denna brist på engelskt innehåll på svenska sidor kan alltså enbart förklaras med att utländska besökare inte ligger i fokus alls för svenska dojos.

7.5 Symbolik

Symbolik är kanske den mest diffusa av de fem kategorier som valts för denna undersökning. Förutom mail-länken föreställande en skriftrulle på bujinkan Kansai-sidan finns det inga direkt uppenbara symboler för arterna, utan symboliken är invävd i text och bild på sidorna.

⁵⁵ Anders Björkvall, 2009, sid.24-25

⁵⁶ Dianne Cyr, 2004, (hämtad 10 november 2014), sid.5

Den tydligaste skillnaden i symbolik är just vilken bild läsaren får av de visuella och textuella källorna. Judo kan ses lägga stort fokus vid träning inför och prestation under tävlingar, både på bilder och i texten. Stor vikt läggs vid tävlingar, då tävlingsresultat och text som beskriver klubbens resultat i tävlingar förekommer. Judo symboliserar mer den internationella sporten (det är en OS-gren) än den klassiska budo den är sprungen ur, där målet med träningen är vinst i tävlingar.

Bujinkan å andra sidan har ingen form av tävling. Symboliken ligger alltså i den kulturbärande traditionen. Bujinkan håller här hårt fast vid sina rötter och ger en tydlig bild av en art med kunskap som förts från generation till generation. Man skulle kunna säga att bujinkan symboliserar den gamla ninjan och odlar myten om en orientalism, trots att man på samma gång strävar efter en internationalisering.

8. Slutsats

Med hjälp av resultaten från analys och resonemangen från diskussionen, samt de teorier som legat till grund för undersökningen, kan vi nu besvara de forskningsfrågor som specificerades i början.

- Går det att genom språket urskilja vem som är avsändare och vem som är mottagare av informationen på hemsidan, och hur betonas detta?

Vi kunde se språkliga skillnader i hur "kunden" adresserades och vilken målgrupp som fanns, samt även hur arterna skilde sig åt i text. I Japan kunde vi tydligt se att judo valde att skicka information som en enhetlig dojo, dvs. att avsändaren av informationen från judons sidor var hela dojon eller organisationen, och språket anpassades därefter. Bujinkan däremot representerades av en person, som antingen var sensei eller på något sätt hade en nära koppling till sensei för den aktuella dojon.

Även målgrupperna skilde sig aningen åt. Judon har inte uttryckt specifikt vilka åldersgränser som finns, men att döma av bilder, text och språk, samt budskap från dessa källor, kan vi konstatera att ungdomar och friska barn i första hand eftertraktas, troligtvis eftersom dessa har bättre fysiska förmågor att lyckas inom tävlingsvärlden. Bujinkan är däremot mer utspridd, och förutom den dojo som ordagrant specificerar

åldersgränser så används termer som "för alla åldrar" eller "alla är välkomna". Bujinkans målgrupp är alltså bredare och innefattar både gammal som ung.

- Kan man se någon skillnad mellan hemsidornas språkbruk och innehåll på japanska, som riktas till en japansk publik, och de föreningar som finns i Sverige?

Det finns tydliga skillnader mellan länderna vad gäller sidornas språkbruk och informationsutbud. Vi kan se att svenska hemsidor beskriver mer om artens historik i rent informativt syfte och på ett neutralt språk (eftersom samma variation inte finns i svenskan), för att läsaren ska förstå vad arten handlar om. I Japan är denna beskrivande tendens mindre vanlig, även om språket har en högre artighetsnivå. För även om det för det mesta fanns en beskrivning av arten så var den i de flesta fallen mycket begränsad jämfört med de svenska motsvarigheterna. En annan skillnad är att japanska organisationer oftare beskriver lite om huvudtränaren för dojon. På de svenska sidorna kunde huvudtränarens namn och kanske foto hittas, men aldrig någon information om personen i fråga.

Något som också verkar vara viktigt på dessa sidor är vilken typ av träning och undervisning som bedrivs. Samtliga bujinkansidor hade namnen på de nio skolorna på förstasidan, väl synliga. Även vilken typ av tekniker som förekommer fanns på bujinkans sidor.

Språkligt kan vi se att bujinkan ofta försöker framstå som mer personliga i mötet mellan dojo och kund, till skillnad från judon som håller lite mer distans, även om det är keigo som används på samtliga sidor. Formen av keigo varierade däremot, då sonkeigo användes mer på bujinkan än judons sidor.

I de svenska klubbarnas texter betonas det alltså genom språket mer **att** man tränar, medan japanska klubbar vill visa **vad** man tränar.

- Hur tar sig informationsöverföringen och marknadsföringen uttryck på bujinkans respektive judons olika hemsidor?

För det första kan vi tydligt se att mängden bilder är mycket större på inom judo än hos bujinkan. Detta innebär att det visuella informationsgivandet är större hos judon, något som underlättar för marknadsföringen av klubben. Bujinkan väljer istället att mer förlita sig på textbaserade informationskällor.

När arterna marknadsför sig själva finns det vissa typer av nyckelord som, direkt eller indirekt, används för att språkligt förstärka vissa aspekter. Judo anspelar mycket på **styrka, tävlingar** och **vinst**.

Bujinkan däremot bygger sitt marknadsföringsspråk kring **tradition, kultur, historia** och **gemenskap**. Även här förekommer orden i sig inte speciellt ofta, men som vi har sett vill bujinkan visa upp sin kulturella och traditionella sida, och deras fokus på "alla åldrar" tyder även på att de vill bjuda in medlemmarna i en slags gemensam upplevelse.

En annan viktig skillnad är att bujinkan ofta porträtterar sig själv som en mångfasetterad art, där olika skolor med tekniker och olika typer av vapen används i träningen. Judon vill istället framställa sig som en "specialiserad" art, där medlemmarna strävar efter att bli så bra som möjligt inom en enstaka gren.

Med hjälp av dessa resultat kan vi alltså peka på tydliga skillnader mellan två arter som är sprungna ur samma kultur och med samma geografiska grundförutsättningar.

Historiens gång har haft stor påverkan hur arterna har utvecklats till vad de är idag, och hur de själva vill framställa sig. Målgrupper, marknadsföringsteknik och självsyn varierar både mellan arterna, men även mellan länderna där arterna är aktiva, vilket i slutändan leder till en unik blandning av den lokala kulturen och dess påverkan på den art som etablerats i regionen.

9. Referenslista

1. Författare okänd, <http://www.luleajudo.se/judohistoria.html> (hämtad 11 november 2014, 18:45)
2. Författare okänd, <http://www.judo.se/Nyfiken/VadarJudo/> (hämtad 11 november 2014, 18:56)
3. Hanson, W. *Principles of Internet marketing*, South-Western, cop.: Cincinnati, Ohio (2000)
4. Mercer, D. *Internet marketing with WordPress: use the power of WordPress to target customers, increase traffic, and build your business*, Packt Pub (2011)
5. W. Greenfield, H. "Internet marketing", *Commercial Law League of America*, volym 24, utgåva 5 (09/2009) sida 20
6. Björkvall, A. *Den Visuella Texten*, Hallgren & Fallgren, 2009
7. Cyr, D. 'Localization of Web Design: An Empirical Comparison of German, Japanese and United States Web Site Characteristics', *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, http://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=sv&user=HLTt5kMAAAAJ&citation_for_view=HLTt5kMAAAAJ:u-x6o8ySG0sC , 2004, (hämtad 10 november 2014)