

TEENAGERES PERSUASIVE STRATEGIER

I over 25 år har unge ringet til det danske radioprogram *P4 i P1*'s automatiske telefonsvarer med meninger om udseende, kærestes, musik og politik. Alt imens har alle andre kritiseret dem for deres brug af slang, bandeord og utydelige formuleringer. Ditte Rasmussen demonstrerer i denne artikel at unge når de forsøger at overbevise hinanden, behersker og leger med retoriske strategier der ofte overgår de voksne i opfindsomhed og effektivitet.


Af Ditte Rasmussen

Jeg sidder lige her, og ja, det er fredag morgen, og jeg hører Radioavisen. Jeg hører de siger et eller andet med en gensplejset sojabønne ... En gensplejset sojabønne? Det er da fuldstændig latterligt! Hvorfor kan vi ikke bare spise en almindelig sojabønne? Hvorfor skal det være en gensplejset en? Er det for at kunne sige "jamen vi ved hvad der er i den der sojabønne"? Hvad er problemet med en almindelig en? Hvorfor kan vi ikke lide den? [smågriner]. Jeg vil da hellere have en almindelig sojabønne end jeg vil have en eller anden fuldstændig fremmed sojabønne ... Det kunne da være den begyndte at lave alle mulige sygdomme fordi at de ikke lige vidste det, fordi at de ikke lige havde helt kontrol med de der gensplejsede sojabønner. Det er da fuldstændig åndssvagt ... Og noget helt andet: Vil I ikke godt spille Church med *She never said*?

Dette opkald til en automatisk telefonsvarer blev sendt i Danmarks Radio en søndag aften i 1997. En ung pige prøver at overbevise lytterne om at almindelige sojabønner er bedre end gensplejsede. Hun har nogle argumenter der skal få lytterne til at tilslutte sig hendes synspunkt, men hun har også en række andre hjælpemidler som for eksempel sit ordvalg, sin stemmebrug og det selvbillede hun skaber i monologen. Alt det er en del af hendes overbevisningsstrategi. Det er ikke sikkert hun helt har planlagt hvad hun vil sige, og måden hun vil sige det på, men når hun lægger telefonrøret, har hun alligevel brugt to minutter på at prøve at overbevise lytterne om noget, og det efterlader konturerne af en overbevisningsstrategi.

Denne artikel handler om en undersøgelse af 167 unges forsøg på at overbevise ud fra et års monologer fra ungdomsradioprogrammet *P4 i P1*'s automatiske telefonsvarer.¹ Undersøgelsen

- 1 Undersøgelsen fremgår i sin helhed i Ditte Rasmussen (1998): *167 stemmer – persuasive strategier hos unge på P4's automatiske telefonsvarer*, upubliceret specialeafhandling.
- 2 Det samlede materiale består af lidt over 10 timers op-

 Ditte Rasmussen er amanuensis i Dansk sprog ved Institut for Nordisk Sprog og Litteratur og ekstern lektor ved Institut for Oldtids- og Middelalderforskning, Århus Universitet.

viser at der er nogle særlige overbevisningsstrategier der går igen hos unge når de henvender sig til andre unge i en relativt normfri sammenhæng. Ordet strategi dækker her over den taktik eller diskurs der mere eller mindre bevidst anvendes i monologerne. De fem persuasive strategier som de unge i undersøgelsen anvender, vil jeg betegne *konkretisering*, *tematisering*, *fiktionalisering*, *markering* og *filosofering*. Betegnelserne dækker hele opkalds måden at opnå tilslutning på, og det er altså sammenstillingen af forskellige træk i et opkald der giver opkaldets strategi sit særkende og gør det muligt at identificere den.

Persuasion definerer jeg som en strategisk handling der har til formål at ændre eller fastholde en modtagers holdning eller adfærd ved gennem argumentation og andre persuasive midler at appellere til personens følelser og/eller forstand. Definitionen afgrænser undersøgelsesmaterialet til at omfatte 167 monologer.² Men det er dog ikke altid let at afgøre om en monolog er et overbevisningsforsøg eller ej.³ Betydningen af usikkerheden i forbindelse med afgrænsningen af materialet må imidlertid siges at være marginal for undersøgelsen der er kvantitativt anlagt.

tagelser fra telefonsvareren sendt i radioen, i alt 641 opkald fra perioden 25.02.96-16.02.97, cirka 15 hver uge. Telefonsvareren modtog cirka 200 opkald om ugen. Undersøgelsesmaterialet omfatter alle persuasive opkald fra perioden, nemlig 167 opkald, i alt knap tre timers tale.

- 3 Det hænger til dels sammen med at overbevisning er et blødt område med flydende grænser til andre handlinger som for eksempel redegørelse og påvirkning. Jeg har i udvælgelsesprocessen lagt vægt på at monologerne betjener sig af persuasive midler, særlig argumentation. Et forsøg på at opnå noget hos en modtager uden argumentation ville fjerne sig fra overbevisning og nærme sig overtalelse, jævnfør for eksempel Skyum-Nielsen (1982), s. 81 og Jensen/Tøgeby (1981), s. 115. Det betyder langt fra at argumentation er det eneste middel som de persuasive monologer benytter sig af. Stemmebrug, ordvalg, attitude etc. kan indgå som del af en bestemt overbevisningsstrategi.

4 Frank (1997), s. 4.

Materialet

P4 i P1 hvor materialet til min undersøgelse er hentet fra, var i årene 1973 til 1997 Danmarks Radios eneste radioprogram for teenagere. *P4 i P1* ville provokere og forandre verden og var kendt som et af Danmarks Radios mest eksperimenterende og alternative programmer. Efter stor succes i 70'erne og i begyndelsen af 80'erne begyndte programmet langsomt at miste sine unge lyttere, blandt andet til lokalradioen, og i 1997 hvor kun hver tiende teenager åbnede for programmet⁴, blev det besluttet at nedlægge *P4 i P1*. På det tidspunkt havde programmet en fast plads i de fleste danskeres bevidsthed, og beslutningen blev behandlet i en del medier. Mange af de trofaste unge *P4*-lyttere følte sig svigtede og reagerede stærkt på nedlæggelsen.

Undersøgelsens materiale er hentet fra programmets automatiske telefonsvarer. Denne særlige telefonsvarer stod i et lille rodet rum på Danmarks Radio og var *P4 i P1*'s livline ud til lytterne lige fra programmets start. I begyndelsen var lytterne meget forsigtige, og opkaldene var hovedsagelig musikønsker: "Jeg vil godt høre Osmonds fordi de er gode". Det udviklede sig til "Jeg bliver drillet fordi jeg er fan af Osmonds", og snart begyndte det kolde bånd at gløde af liv. Det var ikke noget der var planlagt af redaktionen; de unge fik en ramme, men udviklede konceptet selv. I de sidste år var intet emne for stort eller lille. I undersøgelsens optagelser ringer en fordi hans bedste ven har været sammen med hans kæreste, en anden fordi hendes hund har fødselsdag. Én står i en telefonboks og tør ikke gå hjem, en anden vil bare gerne høre sig selv i radioen. Telefonsvareren bliver også brugt som debatforum, og er emnet særligt godt, bølger diskussionen ud i æteren i ugevis – og det lige meget om det gælder fjernelse af handikappede fostre eller popidolers kærlighedsliv.

Styrken i materialet er blandt andet at den

5 Liede/Ziehe (1983), s. 65ff.

automatiske telefonsvarer er et medie der passer unge særdeles godt: Unge bruger mere end andre befolkningsgrupper telefonen til selskabelighed, hygge og meningsudvekslinger – der tales sågar om unges telefonitis⁵ – og mediet giver dem en kærkommen lejlighed til at dyrke sig selv: “Det er rigtig fedt at komme i radioen”, som de siger. Desuden er materialet bredt funderet da de 13-18-årige P4-lyttere er jævnt fordelt over hele landet og kommer lige så ofte fra arbejderhjem som fra andre.⁶ Vi møder også de unges overbevisningsforsøg i en form de selv fastlægger, inden for et koncept de selv har skabt. På telefonsvareren kan de sige hvad som helst uden at blive konfronteret med de voksnes krav og indblanding – og uden at blive afbrudt. Men de unge ved dog at de er i radioen, og det er som regel noget der medfører en temmelig formel talestil.⁷ Der er imidlertid noget helt særligt på færde på P4’s automatiske telefonsvarer; det ligner ikke noget vi kender fra andre medier. Der eksisterede nemlig et særligt fællesskab mellem P4-lytterne, og det gjorde samtalestilen samværsorienteret og informel:

Øhm, jeg ved egentlig ikke hvorfor jeg ringer ... Øhm, jeg har ikke noget at sige, men det er ligesom at P4-poppen giver mig, eller at ringe herind giver mig en eller anden form for tryghed. Jeg føler ligesom at jeg hører til, og at jeg hører til sammen med nogen, og at jeg har det til fælles med en masse, masse, masse andre unge mennesker ligesom mig. Og det er jeg skide glad for. Hej-hej.

Som voksen kunne man godt føle sig lidt udenfor søndag aften foran radioen. Der var noget klubagtigt over programmet, universet var hemmeligt og intimt.

Det fællesskab blandt P4-lytterne som pigen refererer til, kan karakteriseres som en delkul-

tur, en P4-kultur. Den opstod i forbindelse med programmet og havde mange træk tilfælles med den type netværk som piger danner i 12-14 års alderen. Pigernes netværk er blevet kaldt en bedroom culture fordi den fortrinsvis udfolder sig på private pigeværelser – modsat drengenes offentlige gadekultur.⁸ Pigernes traditionelle rum beskrives således:

Her snakkes der om forældrene, lærerne, kammeraterne og andre betydningsfulde, nære relationer og personer, og der snakkes om følelserne, kroppen og udseendet. Venindernes interaktion er [...] reflekteret og dialogisk, idet den bygger på gensidig empati og en vekslen mellem den talende og den lyttende position. Her spejler veninderne hinanden, idet de i de mest konstruktive alliancer både bekræfter den indbyrdes nærhed og lighed og giver hinanden rum og plads til også at distancere sig og være forskellige.⁹

Pigeværelset er altså et kulturelt frirum, afgrænset fra, men også i dialog med voksenkulturen. Fællesskabet giver en vis tryghed i løsrivelsesprocessen fra familien, men kan også ses som en modstand vendt mod drengenes dominans, i skolen for eksempel.¹⁰ Hvis fællesskabet trues, medfører det betydelige dramaer. Den trussel er altid nærværende og søges derfor besværet gennem ydre symboler som veninderinge etc.

Den type netværk der udfolder sig på pigeværelset, minder om det fællesskab der eksisterede mellem P4-lytterne: P4 var noget man lukkede sig inde på sit værelse med. Dér mødtes man med andre unge i et hemmeligt univers, trøstede og rådede hinanden og betroede hinanden hemmeligheder som ingen andre kendte til. Emnerne var tit følelsesmæssige, og alliancen var eksklusiv – som lytter følte man sig enten udenfor eller indenfor. I dette rum i æteren kunne de

6 Marosi (1986), s. 31.

7 Jævnfør Labov (1972b), s. 183ff.

8 Nielsen/Rudberg (1991), s. 258.

9 Sørensen (1992), s. 28.

10 Jævnfør Jerslev (1987), s. 148 og Drotner (1991), s. 52.

11 Jævnfør for eksempel Labov (1972a), Folb (1980),

unge dyrke og styrke sig selv og bekræfte hinanden gennem dét at finde en fælles identitet indtil og markere forskellen og distancen til andre. Den fælles identitet blev stadfæstet ved hjælp af en intim kommunikation, men også musikken spillede en vigtig rolle for P4-fællesskabets identitet. Særlige P4-aversioner var pop og mainstream som for eksempel The Kelly Family, Take That og andet "dub-i-dub-lort". En anden markør for sammenholdet blandt P4-lytterne var den særlige P4-trøje, den såkaldte stille-t-shirt som man kunne gøre sig fortjent til ved for eksempel at vinde konkurrencer eller få sit brev læst op i radioen. T-shirten havde nærmest kultstatus, og man kunne møde den til koncerter og festivaler hvor lytterne kunne kende hinanden fra resten af mængden.

P4-lytternes møde i et intimt rum havde altså mange ligheder med de præpubertære pigers værelseskultur. Denne lighed kan måske også forklare overvægten af piger i undersøgelsens materiale (og blandt lytterne). Imidlertid adskilte P4-fællesskabet sig også på nogle punkter fra værelseskulturen, blandt andet var det ikke kun intime og følelsesmæssige emner der blev behandlet, men også generelle moralske og politiske problemstillinger. Man kan sige at de unge øvede sig i at begå sig i det demokratiske samfund når de indtalte en mening på P4's telefonsvarer. Men samtidig foregik der også en anden slags identitetsarbejde i P4-rummet: De unge prøvede sig selv af og trådte forsøgsvis i karakter når de for eksempel snakkede sig frem til en mening, eller når de mere forsøgte at overbevise sig selv end andre unge. Således gav P4-rummet de unge en dobbelt mulighed: dels en mulighed for at øve sig i at begå sig i et socialt sammenhold (socialisation), dels en mulighed for at finde sin egen identitet (individuation). Samtidig kunne de bevare den tryghed og sikkerhed som er forbundet med at være anonym i et fællesskab der holder sig inden for hjemmets vægge. Det er den forståelsesramme de unges persuasive monologer i denne undersøgelse skriver sig ind i: Mono-

logerne har nok til formål at overbevise, men de spiller samtidig en væsentlig rolle for de unges identitetsarbejde og i etableringen og fastholdelsen af deres fællesskab.

Ungdomssprog og persuasion

Undersøgelsen befinder sig i et krydsfelt mellem ungdomssprog og overbevisningsteori. Forskningen i ungdomssprog er en relativ ny foreteelse, og der findes da heller ikke nogen hævdevundne forskningstraditioner inden for området, men snarere en stadig arbejden sig hen mod en nærmere bestemmelse af arbejdsfelt og undersøgelsesmetode. Ungdomssprogsforskningen udspringer primært af den sprogsociologiske forskning. Godt nok var der spredte tiltag inden sociolingvistikken rigtig fandt sit fodfæste, men det var især undersøgelser af leksikalske træk – som for eksempel danskeren Otto Jespersen der allerede i 1925 studerede slang – og studier i former og udtalevarianter som ansås for ukorrekte. Det resulterede i opstillinger af såkaldte ungdomssproglige træk, altså træk der særligt kendetegnede ungdomsproget, dog uden at tage i betragtning hvem der faktisk fremsatte dem, eller i hvilken sammenhæng disse træk optrådte. I løbet af 60'erne begyndte man imidlertid i USA at opbygge sociolingvistiske projekter om sproget i skolen (jævnfør det danske *Projekt Skolesprog*). Ét vigtigt tema var målingen af den indflydelse som hjemmenes sprog havde på elevernes resultater i skolen, et andet hovedtema var de sproglige sider af forholdet mellem lærer og elever. Mens sociolingvistikken i begyndelsen i 60'erne og 70'erne udførte en mængde store kvantitativt anlagte undersøgelser hvor sprogræk blev korreleret med variabler som talernes socialgruppe, køn og alder og med graden af formalitet i samtalen, indrettede den sig senere på mindre grupper og på et studie af gruppeidentitetens betydning for enkelte individers sprogbrug. I 70'erne og 80'erne begyndte man således at interessere sig for sammenhængen mellem de

unges sprog og deres gruppekultur.¹¹ Disse arbejder viste at sprogbrugen spiller en væsentlig rolle i ungdomsgrupper: Sproget er med til at befæste sammenholdet i gruppen, og det markerer frigørelse fra forældre og afstandtagen fra andre grupper. Desuden tyder noget på at det giver høj status i gruppen at være hurtig og smart i replikken.¹² Her spiller ekspressivitet og kreativitet en væsentlig rolle, og flere sprogforskere har også siden hæftet sig ved den side af de unges sprogbrug.¹³ Det er blevet betonet at unge i meget højere grad end voksne benytter sig af slang, af anglicismer, af lydord, af pseudocitater¹⁴ og af stemmens dramatiske muligheder til for eksempel at udtrykke ironi. Desuden er de unges legfulde talestil blevet fremhævet, og man har blandt andet undersøgt de særlige teknikker som unge benytter sig af når de anvender citater fra reklamer, musiktekster og tv-serier og morer sig ved at omforme dem og danne nye ord og ordspil.¹⁵ Danske eksempler er 'Beverly' der for længst er blevet til 'Blæverly', og 'Baywatch' der blandt unge går under 'Babewatch'. Hvorfor? "Vi har kun det Fun vi selv blander", svarer de unge. Det var også blandt unge at 'sej' kom til at betyde 'smart, kraftfuld og lidt rå', og i dag kan man rent faktisk være 'unsej', altså det modsatte af 'sej'. Man kan i øvrigt også være 'for sej', og det betyder simpelt hen at være 'meget sej'; 'for' er nu blevet en forstærker hos unge. Det der blandt andet karakteriserer ungdomssprog, er altså en leg med sproget der udspiller sig på flere forskellige niveauer, og som ofte resulterer i nykabelser vi andre tager til os. Alt er tilladt, bare det ikke er konventionelt.

Vi ved nu så forholdsvis meget om hvad der

Hudson (1983) og til dels Eckert (1989).

12 Labov (1972a), s. 245.

13 Norberg (1984) Schlobinski (1989), Schlobinski (1993), Kotsinas (1994).

14 Med pseudocitater menes her "en mundtlig gengivelse af hvad nogen (andre eller én selv) har sagt, tænkt eller følt (eller kunne have sagt, tænkt eller følt)" (Nielsen/Rathje (1997), s. 214).

15 Schlobinski (1989), Schlobinski (1993).

16 Eriksson (1997).

generelt karakteriserer ungdomssprog, og vi kan derfor i højere grad beskæftige os med variationer og delområder inden for ungdomssproget. Det bærer de sidste års publikationer også præg af med studier i for eksempel unges mundtlige fortællinger¹⁶, unge sjællænderes regionalsprog¹⁷ og forskellige unges stockholmsvensk¹⁸. Til gengæld har ingen tilsyneladende tidligere beskæftiget sig med unges overbevisningsstrategier, dog findes der nogle få undersøgelser om unge og argumentation¹⁹, men de har et pædagogisk sigte og handler om argumenterende tekster i en skolesammenhæng. Det er altså sådan at selv om ungdomssprogsforskningen har tilbagelagt meget land, så er den ikke meget bevendt i forbindelse med det der er projektet her.

Mens den nyopståede forskning i ungdomssprog er et relativt overskueligt område, er det langt mere kompliceret at bevæge sig ind i det teoretiske felt der beskæftiger sig med overbevisning. Psykologer, reklamefolk, retorikere, sociologer, kommunikationsteoretikere, medie- og informationsforskere og mange andre interesserer sig for overbevisning. Alle har de forskellige formål med deres studier, og det har resulteret i mange forskellige synsvinkler. Den klassiske retorik (her først og fremmest Aristoteles, Cicero og Quintilian) har af flere grunde vist sig særlig anvendelig i undersøgelsen af unges debatindlæg på P4. Umiddelbart er der stor lighed mellem den mundtlige enetale som den klassiske retoriks begrebsapparat er knyttet til, og de unges P4-opkald. Antikkens taler og den unge dansker henvender sig begge til en større forsamling. De fremlægger et afrundet indlæg der skal overbevise publikum om rigtigheden af et synspunkt. Henvendelsen sker mundtligt, og stedet er et demokratisk debatforum hvor alle i

17 Kristiansen (1991).

18 Kotsinas (1994).

19 Ryan/Norris (1987), McCann (1989) og Applebee/Langer/Mullis (1987).

20 Corbett (1990), s. 68.

21 Aristoteles (1991), s. 165.

princippet kan komme til orde. Også persuasio-begrebet der dækker hele tekster, gør retorikken relevant i denne sammenhæng. Ikke bare argumenterne, men mange faktorer som talens disposition, dens ordvalg, dens fremførelse, talerens etos etc. spiller en rolle i en tales samlede overbevisningsstrategi. En klassisk-retorisk tilgang til unges mundtlige debatindlæg kan derfor tilgodesse mange af de strenge som de unge spiller på når de forsøger at overbevise os, samtidig med at indlæggenes helhedspræg fastholdes. I øvrigt er retorikken med dens neutrale indstilling til emotionelt betonet overbevisning vel egnet i beskrivelsen af de unges overbevisningsstrategier der ofte er temmelig følelsesladede.

En klassisk-retorisk angrebsvinkel indebærer blandt andet at man betragter de forskellige arbejdsfaser der er knyttet til den klassiske retorik, som forskellige beskrivelsesniveauer. På den måde bruges retorikken ikke produktivt som den oprindeligt var tænkt, men analytisk. Med den klassiske retorik som teoretisk fundament vil jeg nedenfor gennemgå de fem forskellige persuasive strategier som jeg mener de unge i undersøgelsen anvender. Det vil fremgå at hver strategi manifesterer sig og får sit særkende i samspillet mellem en række træk på forskellige niveauer i de enkelte opkalds tekststruktur. Monologerne studerer jeg altså på flere forskellige planer – planer der svarer til den klassiske retoriks arbejdsfaser – og da noget på ét plan næsten altid er kombineret med noget på et andet plan, giver sammenstillingen et helhedsmønster: en strategi. Ikke alle opkald der benytter en bestemt strategi, har alle de træk der konstituerer strategien, og nogle opkald er således mere prototypiske eksempler på strategien end andre.

Konkretisering

I de konkretiserende opkald formulerer de unge et generelt synspunkt på baggrund af en konkret begivenhed der tager udgangspunkt i deres egne

personlige erfaringer. Opkaldene er levende, håndgribelige og ligefremme:

Jeg synes det er et vildt svært nummer at huske. Jeg har ringet hele natten på alle mulige forskellige numre, og jeg kan bare ikke huske det, og nu har jeg endelig kommet igennem ... Jeg vil bare sige: Lad være med at tage speed, for man kan ikke sove ... Jeg har ligget vågen hele natten, og jeg kan ikke sove. Hvad er klokken? Den er tyve minutter i syv om morgenen. Og jeg har bare været vågen hele natten, og det er – ja hvad er det? – ti timer siden jeg har taget det eller et eller andet.

Pigen støtter sin udtalelse om at det er umuligt at sove når man har taget speed med en beskrivelse af hvordan hun selv har ligget vågen hele natten. Hun deler sin erfaring med os for at advare os og for at overbevise os om rigtigheden af udsagnet.

De unge i de konkretiserende opkald eksemplificerer altså abstrakte problemstillinger. Man kan også sige at de generaliserer ud fra konkrete eksempler. I argumentationen fungerer den konkrete begivenhed eller erfaring som belæg for den centrale påstand: Pigen siger for eksempel "lad være med at tage speed" med begrundelsen "man kan ikke sove" der igen underbygges af et nyt belæg: "Jeg har ligget vågen hele natten, og jeg kan ikke sove. Hvad er klokken? Den er tyve minutter i syv om morgenen." Påstanden konkretiseres og sandsynliggøres. Argumentationsteoretisk er der tale om en generalisering hvor der sluttes fra del til helhed, fra eksempel til generelt udsagn. Den måde at argumentere på betegnes ofte som meget sårbar fordi der er en stor kløft mellem eksemplet og generaliseringen, og fordi eksemplet lige så godt kan være undtagelsen fra reglen i stedet for beviset på den.

Kløften mellem eksemplet og generaliseringen bliver ifølge Corbett mindre og argumentationen 'sandere', jo flere eksempler man inddra-

ger.²⁰ Men for Aristoteles er selv ét eksempel effektivt og i øvrigt, anfører han, må taleren ikke risikere at kede sit publikum med en lang række underbyggende eksempler.²¹ Desuden sættes modtageren af de konkretiserende opkald ofte i en klemme: Man kan ikke bestride en afsenders erfaringer og selvoplevede begivenheder uden at påstå at afsenderen taler usandt. Det betyder at modtageren i praksis kun har én mulighed hvis hun er uenig i den centrale påstand: at angribe argumentationsformen ved at påpege at et eksempel ikke nødvendigvis bekræfter gyldigheden i et generelt udsagn. Den måde at modargumentere på kræver en vis indsigt i hvordan man argumenterer, og i undersøgelsesmaterialet er der ingen der forsøger.

Generalisering betragtes normalt som en logosappel.²² Men mange af de unge i de konkretiserende opkald benytter sig også af etosappel når de spiller på at de er særlig kvalificerede til at udtale sig. Pigen der fraråder lytterne at bruge speed, er jo ekspert på området fordi hun selv har prøvet det. På den måde nyder eksemplet mange gange status af et vidnesbyrd, og der ligger derfor et autoritetsargument indbygget i de fleste af opkaldene.

De konkrete begivenheder og erfaringer gør opkaldene meget subjektive og personlige og sprogborgen overvejende emotiv; opkaldenes afsender træder stærkt frem. Samtidig sætter den intime, fortrolige tone der er i mange af opkaldene, samværet med lytterne i centrum. Den personlige, fortrolige tone og genfortællingerne i de konkretiserende opkald har dermed en vis patoseffekt der forstærkes af en detaljemættet stil:

[...] Jeg er lige blevet taget for butikstyveri, hold kæft hvor var det pinligt, mand ... Og vil I vide hvad jeg stjal, mand? En deodorant og to cremer. Altså virkelig, mand, og det kostede 103 kroner og 90 øre i alt, og jeg får fem

år på straffeattesten, en bøde på mindst 300 kroner og forbud mod at vise mig i butikken [...].

Detaljerigdommen, gengivelsen af hændelsesforløb og tids- og stedsangivelserne er unødvendige for hovedlinjen i fremstillingen, til gengæld stimulerer de lytternes indlevelsessevne. Fortællingen lever sit eget liv og forfører måske lytterne til at godtage den centrale påstand. Samme funktion har de dramatiserende pseudocitater som de konkretiserende opkald også domineres af. De giver fremstillingen et håndgribeligt indhold og afslører en vis kreativitet hos afsenderen, for eksempel som her hvor en pige fortæller om den første gang med en dreng:

[...] Altså jeg var sådan set en måned væk fra min atten års fødselsdag og tænkte sådan lidt at *“okay her er muligheden ... nu gør jeg det”* uden at tænke over om jeg var klar ... Så jeg ved ikke om det vil sige at jeg så er umoden [...]. Jeg kan kun tale ud fra mine egne helt personlige erfaringer, og jeg tænkte: *“Jamen nu ligger han her jo. Okay det er den første date, jamen det bliver sku da meget skægt.”* Det gjorde ikke særlig ondt, og det var ikke noget hop, men så næste gang, så tænkte jeg: *“Nå men fint nok, det her, det er ikke fremmed farvand ... Lad os komme i gang”* altså [...].

Pseudocitaterne – som her er kursiveret – giver monologen liv, og man får en fornemmelse af at begivenhederne udspiller sig her og nu. På grund af pseudocitaterne og anskueligheden får lytterne foran højtalerne ikke lov til at kede sig, og de ender måske endda med at være velvilligt stemt over for hovedstandpunktet.

Narrative elementer som detaljerigdom, tids- og stedsangivelser og pseudocitater gør gengivelserne af de konkrete erfaringer og begivenheder anskuelige og sanselige. Enkelheden i opkaldene understreges yderligere af forstærkere og hyperbler der også giver ytringerne en vis

22 For eksempel Jørgensen/Onsberg (1999), s. 55

23 Med forstærkerne og hyperblerne signalerer de unge selvfølgelig også hvor oprigtigt og dybfølt de mener det

eftertrykkelighed og fylde.²³

At strategien konkretisering er en af de mest anvendte strategier siger ikke bare noget om unges abstraktionsevne, men også noget om at egne erfaringer har stor betydning for unge når de skal formulere hvordan man skal opføre sig, og hvad der er rigtigt, og hvad der er forkert. Det hænger sandsynligvis sammen med at ens egne erfaringer og oplevelser er det eneste som man rigtigt kan holde sig til når man er ung og i gang med at finde ud af hvem man er, og hvad man står for – også selv om én erfaring hurtigt kan skiftes ud med en ny. Strategien vidner også om at unge kan bevæge sig i en meget lille, selvcenteret verden hvor alt ses ud fra dem selv.²⁴

Tematisering

Hvor de unge i de konkretiserende opkald i vidt omfang inddrager sig selv, er det i de tematiserende opkald sagen der er i centrum. De tematiserende opkald udgør den gruppe hvor referentialiteten vejer tungest. Det skyldes måske at de unge træder ind i en allerede etableret diskussionssammenhæng hvor diskussionsemnet og holdningerne dertil tages meget alvorligt. Gruppen er i hvert fald den mindst udskejende og mindst personlige: De unge holder en forholdsvis lav profil og lader sagen stå i centrum. De tematiserende opkald har som den eneste gruppe logos som primær appelform:

Ja, jeg sidder og hører Polaroid som er et eller andet nyt P4 med ham der Søren som er gadesanger. Jeg vil bare sige at jeg synes at folk de skulle lade være med at prøve at

de siger. Man kan sige at de unge udtrykker den følelse de gerne vil opnå hos modtagerne. Udtrykkene er i det hele taget tegn på engagement og affekt: "For den flamme Følelse er det exakte Udtryk ikke adækvat" (Albeck (1939), s. 94).

24 Den narcissistiske ungdomskarakt er behandlet af mange, især af Thomas Ziehe (1975).

25 Pogens påstand kan formuleres "folk skal lade være med at blande sig i hvordan Søren Sang lever sit liv".

køre med at han lever det liv fordi at han har lyst til at leve det liv, og han har ikke andre muligheder. Han ser ikke andre muligheder. Derfor så synes jeg han skal have lov til det fordi hvis han har lyst til det, jamen så skal han det. Og folk de skal lade være at rende og prøve at få ham til at have drømme og håb som han slet ikke har brug for i sit liv, ligesom alle os andre mennesker som bare sidder på vores flade hver eneste dag og laver de samme ting. Han skal have lov til at være sig selv. Hej-hej.

Opkaldet reflekterer på en tv-udsendelse med efterfølgende radiodebat om Søren Sang der lever på gaden i København. Det er kort og stramt komponeret: Pigen indleder med at nævne emnet for sin opringning, og derefter præsenterer hun sine argumenter. Hun ved præcis hvad hun vil sige og holder sig til sagen uden digressioner. Emnet og informationerne er det vigtigste.

De unge i de tematiserende opkald holder sig altså til deres tema. Til gengæld belyses temaet fra flere forskellige sider, og de tematiserende opkald er derfor ofte mere nuancerede end nogen af de andre opkaldstyper med en komplekst opbygget argumentation med flere påstande og belæg.²⁵ Pigen fra før aktiverer da også flere forskellige topoi, og det er med til at understrege referentialiteten i det tematiserende i opkaldene: Det er sagen der er det vigtigste, og alle relevante aspekter af den skal behandles.²⁶ Det er i øvrigt bemærkelsesværdigt at argumentationen i de tematiserende opkald ikke er

Hendes fire forskellige belæg lyder: "han har lyst til at leve det liv han lever", "han ser ikke andre muligheder", "han har ikke brug for de samme falske drømme og håb som andre mennesker" og "han skal have lov til at være sig selv".

26 Men hovedpåstanden bliver dog ikke nødvendigvis mere overbevisende af at den støttes af flere belæg. Jørgensen/Koch/Rørbech (1994) anfører i hvert fald at i visse sammenhænge er 'elefantbøssen' mere slagkraftig end 'haglgeværet' (s. 270).

27 Drotner (1991), s. 80.

28 Jævnfør Grice (1975).

saglig som man kunne vente, men bygget op omkring afsenderens følelser og personlige vurderinger.

I de tematiserende opkald er stilen overvejende gennemsigtig, og sammenlignet med de andre opkaldstyper er der få ungdomssproglige træk og nærmest ingen sprogligt-stilistiske virkemidler. De tematiserende opkald holder en neutral stil der hverken tager opmærksomheden væk fra indholdet eller blokerer for meddelelsens pragmatiske effektivitet. Også de unges stemmeføring er udramatisk og nøgtern. Desuden er der en tendens til at de unge søger at nedtone deres udsagn og tage højde for modtagerens eventuelle indvendinger:

[...] Øhm, *selvfølgelig så synes jeg det er noget lort det med de hårde stoffer*, men det vil det da altid være. Men hvis man kigger lidt tilbage i tiden, så er der altså virkelig noget fedt musik der er lavet af folk der har været påvirket på den ene eller den anden måde.

[...] Det synes jeg da er *lidt* dobbeltmoralisk, at vi dyrker Suede helt vildt, men samtidig så siger vi at det er poppet at dyrke Take That. Altså, det er bare en anden gruppe. Det er ikke fordi at der er den store forskel. *Okay, vi vader ikke rundt med badger og jeg ved ikke hvad*, men alligevel altså [...].

Nedtoningerne (her kursiveret) af overbevisningshandlingen fungerer som et sprogligt sikkerhedsnet der giver de unge en retrætemulighed.

Strategien tematisering afslører med sin nedtonende og imødekommende stil at det er vigtigt for unge at holde sig på god fod med andre unge som de identificerer sig med, selv om de er uenige med dem på nogle punkter. Fællesskabet skal opretholdes for at kompensere for den utryghed der er forbundet med løsrivelsen fra forældrene. På den anden side er strategien tematisering måske også et forsøg på at ligne

forældrene; i hvert fald er det den strategi der sikkert kommer mange voksnes idealforestilling om hvordan man skal diskutere, nærmest.

Fiktionalisering

Mens det i de konkretiserende opkald var afsenderen og i de tematiserende opkald sagen der stod i centrum, er det karakteristiske for opkaldene med fiktionalisering deres iscenesættelse og deres udtryksmåde som gøres til en oplevelse i sig selv:

“Jeg synes altså det er pisse træls Take That de er gået i opløsning. Jamen, jeg har alle deres plader og alle deres T-shirts med Take That. Jeg har alt med Take That. De betød alt for mig [hulke- og snøftelyde]. Hvorfor? Hvorfor? Mark, jeg ELSKER dig [hulke- og snøftelyde].” BVADR. Take That er nogle nørder.

Drengen iscenesætter for et øjeblik sig selv som en Take That-fan der er ved at bryde sammen over Take That's opløsning. I stedet for at sige direkte at han synes Take That-fans overreagerer, viser han os deres hysteri ved hjælp af en lille scenisk konstruktion. Han er – hvad man ikke umiddelbart kan læse af den skriftlige gengivelse – energisk og engageret, og på dramatisk vis betoner han særlige ord og forstiller stemmen under pseudocitatet for at lægge afstand. Det lange pseudocitat er en ren fiktiv konstruktion (i modsætning til i de konkretiserende opkald hvor den situation der beskrives, rent faktisk har fundet sted, og hvor pseudocitaterne nærmer sig rigtige citater). Pseudocitatet benyttes i de fiktionaliserende opkald primært til at parodiere dem man er uenig med, og ernærer sig ved den form for underholdning hvor man sammen morer sig over dem man synes er dumme. Pseudocitaterne er et effektivt sprogligt trip, og vi drages ind i drengens konstruerede univers.

De fiktionaliserende opkald belyser deres emne på samme måde som de konkretiserende

opkald: Det generelle synspunkt lytterne skal overbevises om, eksemplificeres, konkretiseres. Men mens de konkretiserende opkald henviser til virkelige begivenheder, refererer de fiktioniserende opkald til opdigtede begivenheder og situationer. De unge kreerer hændelser, gennemspiller situationer og iscenesætter sig selv på humoristisk vis, og der appelleres til lytternes medleven i fiktioniseringen (patos). Fiktioniseringen levendegør et situationsbillede, men som argumentation er opkaldene manipulerende. Udgangspunktet for argumentationen er fiktiivt, og da man ikke er tilbøjelig til at stille spørgsmål til fiktioner, men derimod til at leve sig ind i dem, forføres man til at se tingene på en særlig måde. På den måde umuliggør fiktioniseringen næsten modargumentation.

De fleste vil nok synes at drengens argumentation er noget svag, men i P4-sammenhængen gør det ikke så meget, ikke bare fordi opkaldets form er så forførende, men også fordi alle P4-lyttere ved at man dyrker Take That som 10-årig og ikke som teenager. Derved berører vi noget der er centralt for mange af opkaldene med fiktionisering: Formmæssigt er de imponerende konstrueret, men indholdsmæssigt er de for P4-lytterne ikke-kontroversielle. Påstanden "Take That-fans er hysteriske og dumme" er for eksempel for målgruppen et helt korrekt synspunkt. Det betyder at de unge i de fiktioniserende opkald ikke risikerer stor modstand – og der er da heller ingen efterfølgende modargumenterende opkald. Men det betyder også at uden fiktioniseringen risikerede opkaldene at fremstå vage og kedelige. Det er derfor sandsynligt at det er fiktioniseringen der giver opkaldene en del af deres eksistensberettigelse. Tilsyneladende er formålet med opkaldene altså ikke blot at overbevise, men også at fastholde og dyrke det fælles synspunkt blandt alle dem der allerede er overbevist. I hvert fald er der en god portion underholdning og selvpromovering i de fleste af opkaldene. Det fornemmes desuden at opkaldene ikke kun dyrker det fælles synspunkt, men også

formulerer det. Således bliver afsenderne af de fiktioniserende opkald en slags talsmænd for gruppen af P4-entusiaster.

De fiktioniserende opkald er den gruppe opkald der har den mest eksperimenterende og højrøstede udformning. Det er som om de fiktive elementer og den konventionelle indholdside i opkaldene åbner for en løssluppen og ofte pjanket udtryksside, så hvor de unge i konkretiserende opkald synes at sige "jeg har en erfaring der gør at jeg ved hvad jeg taler om, så derfor bør I tilslutte jer mit synspunkt", siger de unge i de fiktioniserende opkald tilsyneladende "jeg er ekspressiv og kreativ, så derfor bør I tilslutte jer mit synspunkt". Afsenderne søger altså lytternes beundring af opkaldenes opfindsomme og poetiske karakter (etos). Opkaldene er da også indbyrdes meget forskellige: I tone kan de for eksempel være tøjlesløse og morsomme, aggressive eller udspekulerede og underfundige, og et væld af stilistiske virkemidler benyttes. Her er der for eksempel en, der rapper:

"Jeg tror jeg har erfaring med at kneppe
kællinger
En to tre så fyrer man den af ikke mange
tællinger
Jeg kan ikke rappe men jeg knepper piger
Jeg er ChokoChay altså du ved hvad jeg
siger"
... ChokoChay han er et røvhul [smågriner].

Sproget gøres til en oplevelse i sig selv og er en måde at forføre lytterne på: De bliver måske så imponerede af det sproglige udtryk at de uden videre accepterer hovedpåstanden i opkaldet. Ekspressiviteten og kreativiteten i opkaldene betyder desuden at der kræves en god del tolkning, hvis man vil tyde hvad der rent faktisk bliver sagt. I det sidstnævnte opkald er påstanden eksplicit – "ChokoChay han er et røvhul" – men belægget er gemt væk under et længere pseudocitat. Vi forstår dog at ChokoChay er indbildsk ("jeg tror jeg har erfaring") og nedladende når han omtaler kvinder ("kneppe kællinger"). Des-

uden er han følelseskold (“en to tre så fyrer man den af ikke mange tællinger”). Tilmed er han en dårlig rapper hvad den unge fyr ikke blot siger, men også demonstrerer ved hjælp af en rap hvor versfødderne ikke rigtig går op. Tilsyneladende er det altså dét der gør at “ChokoChay han er et røvhul”. For rigtig at få mening i dette opkald skal man imidlertid helst kende rapperen ChokoChay eller i det mindste have hørt diskussionen hvor han var i P4’s studie. Der fremkom han med nogle mandschauvinistiske udtalelser og mødte meget modstand fra P4’s lyttere. Desuden havde han en engelsk standardfrase – “you know what I mean” – som han krydrede de fleste af sine sætninger med, og det er den frase som den unge fyr i det ovenstående opkald ironiserer over i en fordansket version: “du ved hvad jeg siger”. Opkaldet spiller altså på en forhåndsviden, og udenforstående efterlades et større tolkningsarbejde. Drengens tvetydige udtryksmåde giver ham mulighed for ved et eventuelt modangreb at trække sig tilbage med bemærkningen “det var bare for sjov”. Fiktionen fungerer på den måde som et dække; drengen kan når som helst sige at det bare var en rolle han spillede for et øjeblik. Samtidig kan de der forstår hvad han mener, tage på et fælles sprogtrip, grine sammen og bekræfte hinanden i at de er på bølgelængde. Formen udelukker på den måde dem der ikke forstår koderne, og stadfæster sammenholdet mellem dem der gør.

Strategien fiktionisering viser hvor væsentligt det i ungdomstiden er at dyrke fællesskabet og at formulere fællesskabets værdisæt. De unges anvendelse af strategien fiktionisering vidner også om at æstetisk skabervirksomhed spiller en stor rolle i pubertetens identitetsdannelsesproces hvad mange i andre sammenhænge også har påpeget.²⁷ I fiktionisering eksperimenterer de unge med deres identitet og dyrker sig selv; formålet med den opfindsomme sprogbrug er altså også at tiltrække sig opmærksomhed, at være noget, at fylde rummet ud.

29 Andersen (1986), s. 86.

Markering

Den største gruppe opkald benytter markering som persuasiv strategi – gruppen er dog kun to opkald større end gruppen af konkretiserende opkald. Markeringen er formodentlig en følge af at de unge ofte er styrede af en umiddelbar reaktion som vrede eller harmfuldhed; generelt er de markerende opkald temperamentsfulde og selvretfærdige:

Ja hej, det Annette Seeberg. Jeg ville bare sige at jeg har lige hørt det der indslag der med morgen-tv. Jeg vil sige: Hvorfor har du egentlig fjernsyn? Altså, jeg har ikke haft fjernsyn de sidste fem år fordi jeg synes simpelt hen at fjernsyn er noget lort, som du selv siger, og jeg kan simpelt hen ikke fatte at folk ikke bare boykotter. Altså der er ikke noget at sige til at folk bliver mere og mere skøre i hovedet når de ser alt det lort. Det er simpelt hen så skide overfladisk ... Jamen altså, hver gang jeg ser en lille smule af noget hjemme hos nogen, jeg bliver simpelt hen så træt af det i løbet af fem minutter. Jamen altså. Og tv-reklamerne ... Som om folk er idioter, ikke? Man skal nærmest være intellektuel for at spise Nutella efterhånden, ikke? Altså det er jo helt utroligt hvad de kan finde på, altså. Ej jeg synes simpelt hen det er for lavt, og jeg synes folk skulle droppe det, og så synes jeg at dit eget indslag var rimelig barnagtigt, men det [smålatter] var måske for at efterligne det der morgen-tv-sludder-pludder. Jeg vil bare sige: Drop fjernsynet. Lad os ikke ende med alle de der åndssvage tv-serier som bare er til for at holde folk passive og holde dem hen så de ikke brokker sig over en skid. Altså jeg synes virkelig det er noget lort. FARVEL.

Pigen fremsætter ikke bare sin holdning; hun markerer den også ved at understrege den eftertrykkeligt via sit tonefald og ved at pointere

den gennem gentagne evaluerende vendinger. Påstanden vendes tilbage til som et omkvæd: Fjernsyn er noget lort, og man skal droppe det.

De markerende opkald har ofte flere vinkler på deres emne, men det fører ikke til en alsidig belysning. Således udfolder pigen fra før de forskellige vinkler på sin kritik med henblik på én ting: at vise at tv er latterligt. De mange belæg accentuerer påstanden, giver den vægt og forlener den med et vist eftertryk, og lytteren mindes om påstanden hver gang der anføres endnu et belæg. Den sort-hvide fremlægning giver sammen med den sideordnede argumentationsstruktur en skarp aftegning af den holdning der fremsættes. På den måde bliver opkaldene ikke bare temmelig unuancerede, men også afvisende over for modsatte synspunkter. Ensidigheden, forenklingen er en del af markeringen.

Argumentationen i opkaldene er følelsesladet: Påstandene er generelt evaluerende, og argumentationen bygger ofte på motivation. Desuden har mange af opkaldene en stærk drejning mod personer der skal så mistillid til personer i sagen (etos) og slå på beslutningstagerens spontane frygt for at blive ført bag lyset (patos). Pigen fra før angriber for eksempel sin modstander på at han har fjernsyn, og på at han selv sludrer lige så meget som det morgen-tv han kritiserer. Når hun på den måde anfægter sin modstanders kompetence til at udtale sig, vanskeliggør hun videre dialog. Ved at sige noget personligt nedsættende, noget groft fornærmende eller latterliggørende markeres afstanden til modparten.

I de markerende opkald er stilen udpræget ekspressiv, og der er mange ungdomsproglige træk. De markerende opkald fremstår med deres redundans og eksplicite argumentation utvetydigt og markant for lytterne. De unge i de markerende opkald giver desuden lytterne indtryk af at de holdninger der fremsættes, er selvindlysende. Der er noget selvhævdende og selvretfærdigt over opkaldene; det er som om de unge ikke rigtig synes de burde bruge energi på at overbevise lytterne. Det skyldes en mængde jo'er og da'er,

en skråsikker sprogbrug domineret af forstærkere og hyperbler og en følelsesladet sprogbrug med partisk prosodi, farvede ord, holdningsmarkerende bandeord og evaluerende vendinger. Meningsstilkendegivelsen er direkte og uforsonlig. Det selvindlysende præg ved opkaldene er manipulerende; det giver indtryk af at man er dum hvis man ikke mener det samme som det der påstås, og at man hurtigst muligt bør tilslutte sig uden videre snak. Desuden forudsættes der at lytterne har den samme holdning som den der fremsættes. Det har de muligvis ikke, men da de som udgangspunkt regner med at afsenderen taler sandt²⁸, begynder de måske selv at tro på det. På den måde er udformningen af de markerende opkald stærk suggestiv. De unge i de markerende opkald virker dog ofte påståelige og uimødekomme, og det er sandsynligt at der er flere lyttere der vender ryggen til, end lyttere der bliver overbevist.

Den eftertrykkelighed hvormed de markerende opkald leveres, giver de unge en markant profil: De ved hvad de mener, og der kan tydeligvis ikke rokkes meget ved deres synspunkt. Man kan derfor sige at de unge ikke bare markerer deres udsagn, men også markerer sig selv. De unge udtrykker altså også en særlig forpligtende holdning til det de siger. Men denne form for selv fremstilling lider med John Edelsgaard Andersens ord "af al refleksions svaghed, den objektiverende distance. I samme øjeblik man kommenterer sin egen (sproglige) handlen i stedet for at handle, kommer muligheden for forstillelse, svig og bedrag ind i billedet".²⁹ Med andre ord: Der er måske noget mistænkeligt ved denne stejle skråsikkerhed der skal overbevise lytterne om hvor rigtigt et udsagn der er tale om. Skråsikkerheden kan lige så vel være et udtryk for sikkerhed som den kan ses som en barrikade der dækker over usikkerhed og beklemthed, for hvis man generelt er usikker – og det er almindeligt i teenageperioden – er det vigtigt at be-

²⁸ Filosofering lægger tæt op ad den klassiske retoriske strategi som Jean-Jacques Robrieux kalder "Digression

tone og pointere det man nu er sikker på, og bag en selvsvikker facade skjule sin usikkerhed ved det man ikke er sikker på. Set i det lys forsøger de unge i de markerende opkald måske snarere at overbevise sig selv end at overbevise lytterne.

Filosofering

Filosofering er den mindst benyttede strategi i undersøgelsesmateriale. I de filosoferende opkald er de unge småsnakkende, eftertænksomme og afsøgende. Diskussion, refleksion og bevægelsen fra uvidenhed til viden kendetegner opkaldene:

Ja, hallo, jeg vil bare ... Det ved jeg sgu ikke ... Jeg undrer mig bare tit over hvad det er egentlig for et liv man egentlig lever. Hvad er formålet med det? Jeg forstår ikke ... Hvad er formålet med at gå i skole? Det er selvfølgelig at så går man så ud og får et arbejde. Og hvad er formålet med arbejde? Det er man tjener en masse penge, og det er sådan set det ... Jeg kan ikke rigtig se ... Hvad er formålet med det? Hvad er lykken ved at rende rundt og gå på arbejde og tjene nogle penge og så noget? For mig der må jeg indrømme det der giver mig værdi i hverdagen hvis man kan sige det på den måde, det er at jeg er sammen med mine venner. Og så kan man tænke: "Nå ja, det er bare endnu en af de der unge teenagere fra 1996 som ligesom alle de andre unge er ligeglad med sin familie og ikke rigtig tænker på dem og så noget". Det er sgu da klart. Jeg har ikke noget sammen med min familie ... Så må jeg indrømme det er sgu det der er livet, det er ens venner ... Fordi det er sgu nogen der holder af en, og man holder af dem, og man finder ud af mange flere ting om sig selv og dem, end man gør med sine forældre ... Så hvorfor kan man ikke bare lave et kæmpe stort kollektiv hvor alle ens venner bor og alle deres venner og så noget? Så kan man få

endnu flere venner. Det kunne være fedt, og så kunne man måske godt have et arbejde, så man kunne tjene penge til at holde huset ... Så bare have det fedt ... Og bare vide man er sammen med nogen man holder af.

Det er karakteristisk at pigen endnu ikke har lagt sig præcis fast på det hun vil sige da hun ringer telefonsvareren op. I stedet diskuterer hun eftertænksomt med sig selv og afprøver og afpunder sine argumenter inden hun færdigformulerer sig.³⁰

De filosoferende opkald handler ofte om abstrakt-filosofiske emner som tid, frihed, ensomhed, meningen med livet og fremtiden. Mere jordnære emner er dog også under behandling. Som i de tematiserende opkald holder de unge i de filosoferende opkald sig til det emne de tager op. Men diskussionen og refleksionen medfører at den synsvinkel på emnet der lægges ud med, ofte ændres undervejs i de filosoferende opkald. De unge i de filosoferende opkald kommer på den måde vidt omkring i toposlandskabet. Det appeller stærkt til lytternes intellekt: Opkaldene handler om at finde den bedste synsvinkel at anskue et emne under.

Men opkaldene appellerer også til tilhørernes følelser. Det sker gennem argumentationen, dels fordi argumenttypen motivation er den foretrukne, dels fordi argumentationen i de filosoferende opkald er løs og indfaldsagtig og derfor spiller på lytternes medleven i tankeprocessen. Den afsøgende og dynamiske argumentation viser sig på to måder i opkaldene: Én type opkald forkaster allerede formulerede argumenter til fordel for andre, en anden type forfiner og videreudvikler argumenter og opbygger på den måde argumentationen gradvis ved at et argument leder til et nyt der ikke er i modstrid med det foregående. Det betyder at det centrale argument i de filosoferende opkald først formuleres

et vagabondages" (Robrieux (1993), s. 201). Robrieux nævner Montaignes Essays som pragteksempel.

31 Belæggene for det første synspunkt kan formuleres således: "Man holder af dem og de holder af en" og

mod slutningen. De filosoferende opkald kan derfor ikke tolkes som sammenhængende helheder, men som dynamiske processer. Pigen fra før leder tøvende efter sine ord, og hendes monolog virker mere associativ og fremsnakken-de end planlagt, og er svært at retfærdiggøre en helhedstolkning af opkaldet. Der er nok snarere to separate argumenter hvor det ene handler om at det der giver værdi i hverdagen, er at være sammen med sine venner, og det andet handler om at man bør lave et kæmpe stort kollektiv med alle sine venner.³¹ De to argumenter i opkaldet er godt nok tematisk beslægtede, men der er sandsynligvis ikke nogen planlagt strukturel forbindelse mellem dem. De er derimod nærmere et resultat af det dynamiske aspekt i opkaldet. Den første påstand er evaluerende mens den anden er advokerende, det vil sige at den tilråder eller fraråder en bestemt handling. Pigen følger altså op på sit første argument i det andet argument ved at vise at hun, som en konsekvens af det hun siger, er villig til at handle. På den måde bliver argumentationen i opkaldet en fremadskridende proces hvor der bygges videre på det der tidligere er sagt.

I de filosoferende opkald er stilen relativt neutral med få stilistiske udskejelser. Den tankegang der fremlægges, er som regel let at følge med i, for godt nok virker opkaldene ustrukturerede og udsvævende hvis man betragter dem som færdige produkter, men som tankeprocesser er opkaldene enkle og fungerer helt basalt på den måde at man forstår tingene i den takt de fremlægges i. De eksplicite argumentmarkører tjener også som orienteringspunkter for lytterne. Bevægelsen fra uvidenhed til viden afspejler sig i sproget i tre faser: I første fase er de unge endnu usikre på hvad opkaldet præcist skal handle om,

“Man finder ud af mange flere ting om sig selv ved at være sammen med venner end ved at være sammen med sine forældre”. For det andet synspunkt kan belægget formuleres “Et kæmpe stort kollektiv giver endnu flere venner”.

32 Tallene ser således ud: konkretisering 32 %, tematisering 21 %, fikcionalisering 8 %, markering 33 %, filosofe-

og hvad de skal mene, og de udtaler sig derfor forsigtigt og med forbehold. I anden fase vejes og diskuteres forskellige synspunkter, og fasen indeholder ofte på-den-ene-side-og-på-den-anden-side-konstruktioner og men'er der signalerer et synspunkt der kontrasterer det der kort forinden er blevet fremsat. I sidste fase har de unge til gengæld talt sig varme og er mere sikre på deres argumenter, og der er derfor frit løb for forstærkere og vurderende udtryk.

Strategien filosofering afspejler at de unge befinder sig i en tid hvor de nysgerrigt leder efter et egnet ståsted.

De fem persuasive strategier

Undersøgelsen viser at de 167 unge på P4's automatiske telefonsvarer benytter fem forskellige strategier når de forsøger at overbevise sig selv og hinanden om hvordan verden ser ud. Strategierne har jeg kaldt *konkretisering*, *tematisering*, *fiktionalisering*, *matering* og *filosofering*; ord som summerer hovedtrækkene i opkaldsgrupperne når man analyser dem ud fra retoriske beskrivelsesniveauer. Med strategien *konkretisering* forsøger de unge at opnå modtagerens tilslutning ved at give hovedpåstanden et håndgribeligt indhold i en detaljemættet og sanselig stil. Det er især slagkraften i eksemplerne, der skal overbevise lytterne. *Tematisering* er den strategi der med dens neutrale og saglige stil appellerer mest til lytternes rationelle side. Opkaldene holder sig til sagen, og deres seriøse, 'voksne' præg skal sammen med deres imødekommende tone få lytterne til at tilslutte sig den kontroversielle hovedpåstand. Strategien *fiktionalisering* appellerer på forførerisk vis ved hjælp af dramatisk rollespil og fantasifuld iscenesættelse til lytternes forestillingsevne og æstetiske sans. Den benyttes især ved ikke-kontroversielle påstande, og humoren og originaliteten i opkaldene søger derfor at fastholde og forstærke lytterne i den holdning de allerede har. Med *matering* forsøger de unge at overbevise lytterne

ved skråsikkert at pointere hovedpåstandens rigtighed og ved på en temperamentsfuld måde at signalere en eftertrykkelig og fjendtlig distance til dem der skulle mene noget andet end det der påstås. *Filosofering* nærer sig ved lytternes eftertænksomme og rationelle natur, men der er samtidig noget meget lokkende over strategien. Lytterne inviteres – og forføres i en vis grad – til at deltage i afprøvningen af en tankegang og i afsøgningen af forskellige vinkler på et emne, og det er fornemmelsen af at være nået til en ny erkendelse ved opkaldenes slutning der skal overbevise lytterne.

Konkretisering og markering er de mest anvendte strategier og tegner sig for cirka to tredjedele af opkaldene.³² De to mindst anvendte strategier er fiktionisering og filosofering. At fiktionisering er en relativt lidt brugt strategi er ikke særlig overraskende: For at beherske strategien skal man besidde en kombination af fantasi, kådhed og original sprog evne som nok er de færreste beskåret. Den lille gruppe filosoferende opkald kan måske forklares med at det ikke er specielt indlysende at ringe til en telefonsvarer om tunge emner uden at vide præcis hvad man vil sige.

Om det er den ene eller den anden strategi der benyttes, er tilsyneladende afhængig af faktorer som emnets beskaffenhed, de unges egne erfaringer og påstandens kontroversielle/ikke-kontroversielle karakter, men hvad der ellers spiller en rolle for valget af strategi – for eksempel alder, humør, kontekst – kan undersøgelsen ikke belyse.

Ligheder og forskelle

De fem strategier er altså markant forskellige, og det eneste man næsten kan sige om unges overbevisning generelt, er at de hælder til emotionelle appelformer (især *patos*)³³ og emotio-

ring 6 %.

33 Måske er den gennemgående *patos*-appel et udslag af et forsøg på at skabe distance til de voksnes idealfore-

nelle argumenttyper (især motivation og autoritet), og at de gerne benytter forstærkere, hyperbler og pseudocitater.³⁴ Det er værdt at bemærke at disse fællestræk manifesterer sig på helt forskellige måde strategierne imellem. Forstærkerne og hyperblerne kan for eksempel simulere den følelse afsenderen vil opnå hos modtagerne (konkretisering), men afsenderen kan også bruge forstærkerne og hyperblerne til at stive sig selv og sit synspunkt af over for modstanderne (markering). På samme måde spiller pseudocitaterne på lytternes indlevelsesevne for at opnå deres tilslutning i opkald med fortællinger (fiktionisering) og genfortællinger (konkretisering), men bruges også til at latterliggøre dem man er uenig med (markering og fiktionisering). Strategiernes attitude og stil grundlæggende forskellige, og det er blandt andet det der gør at man kan – og bliver nødt til – at operere med forskellige strategier. Også sprogfunktionen varierer fra strategi til strategi når man altså ser bort fra den primære konative sprogfunktion der hænger sammen med opkaldenes persuasive natur. Bemærkelsesværdig er især den poetiske sprogfunktion (i fiktionisering) som man normalt ikke møder i en diskussionssammenhæng.

Kompetence

Improviserede formuleringer og halve sætninger er blot nogle af de problemer man står over for når man skal analysere mundtlig sprogbrug. Transskriptionen medfører også en række tekni-

stilling om saglighed og objektivitet, men i øvrigt går *patos*-appellen også hånd i hånd med de stærke følelser og det kreative engagement der præger ungdomstiden.

34 Forstærkere, hyperbler og pseudocitater betegnes af mange som træk der er særlig karakteristiske for ungdomssprog, og det bekræftes altså af undersøgelsen. Imidlertid forklares forstærkere og hyperbler normalt blot som et udslag af de unges ekspressivitet og følelsesfuldhed, og pseudocitaterne forklares som et produkt af unges kreative side, men denne undersøgelse viser at forstærkerne, hyperblerne og pseudocitaterne også har en funktion i forbindelse med overbevisningshandlingen.

ske og fortolkningsmæssige problemer, og bagefter har ordene en tendens til at antage en fasthed der ikke var tilsigtet i den umiddelbare kontekst. I P4-monologerne sætter de unges interne sprog desuden høje krav til en ikke-ung lytter; flere dagsordner kan eksistere side om side som i de opkald der ikke bare vil skabe overbevisning, men også tjene de unge i selvfølelsens og fællesskabets navn. Der er med andre ord mange fælder at falde i, men det er også fælderne der gør materialet levende og interessant.

I det hele taget fascineres man af at lytte til de unge på P4's automatiske telefonsvarer på samme måde som man kan fascineres af store retorer. Vitaliteten i opkaldene og det basale i de emner der tages op, er medrivende. Godt nok følger de unge ikke den klassiske retoriks mere specifikke vejledninger, for eksempel om hvordan en tale skal opbygges, men de behersker altså en stribe strategier der kan kaldes retoriske, og som vælges ud fra nøje hensyn til modtage-

ren, emnet og målet med henvendelsen. Deres retoriske kompetence er med andre ord meget veludviklet. Forældre- og bedsteforældre-generationen har vist altid haft travlt med at kritisere de unges sprogbrug. De unge forfladiger sproget, bander og taler i det hele taget for meget og for hurtigt. Men på P4's automatiske telefonsvarer kan man møde masser af unge der er så fortrolige med de sproglige koder at de kan jonglere og manipulere med dem. Og havde præmisserne været sat af de voksne, ja så ville de unge have omstillet sig. De unge behersker i vidt omfang også den voksne sprognorm – det kan vi for eksempel se i deres skolestile. Men når unge får lov at diskutere med andre unge uden for de voksnes rækkevidde, så er det sproglig opfindsomhed, ærlighed og personlige erfaringer og følelser der betyder noget.

Litteratur:

Albeck, Ulla (1939): *Dansk stilistik*. Nordisk Forlag, København.

- Andersen, John Edelsgaard (1986): "Adverbier – sprogvidenskabens stedbørn", i: *Beiträge zur nordischen Philologie* nr. 15, Frankfurt a. M.
- Applebee, A. N., J. A. Langer og I. V. Mullis (1987): *Learning to be literate in America*. Princeton.
- Aristoteles (1991): *Retorik*. Museum Tusulanums Forlag, København.
- Cicero, M. Tullius (1954): *Ad C. Herennium de Ratione Dicendi* (Rhetorica ad Herennium) [oversat af Harry Caplan]. Harvard University Press, Cambridge.
- (1981): *Retoriske skrifter. I. De oratore*. Odense Universitetsforlag, Odense.
- (1979): *Retoriske skrifter. II. Brutus*. Odense Universitetsforlag, Odense.
- (1982): *Retoriske skrifter. III. Orator og De optimo genere oratorum*. Odense Universitetsforlag, Odense.
- Corbett, Edward P. J (1990): *Classical Rhetoric for the Modern Student*. Oxford University Press, Oxford.
- Drotner, Kirsten (1991): *At skabe sig – selv. Ungdom, æstetik, pædagogik*. Gyldendal, København.
- Eckert, Penelope (1989): *Jocks & Burnouts. Social categories and identity in the high school*. Teachers college press, New York.
- Eriksson, Mats (1997): *Ungdomars berättande. Ett studie i struktur och interaktion*. Institutionen för nordiska språk vid Uppsala Universitet, Uppsala.
- Folb, Edith A. (1980): *Runnin' down some lines. The language and culture of black teenagers*. Harvard University Press, Cambridge.
- Frank, Søren (1997): "Der er ikke mere af vores radio", i: *Berlingske Tidende*, 4. maj 1997, København.
- GMT – Unge Pædagoger (udg.) (1979): *Projekt Skolesprog: Skoledage*, København.
- Grice, H. P (1975): "Logic and conversation", i: Cole, P. og J. L. Morgan (red.): *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, Academic Press, New York.
- Hudson, Kenneth (1983): *The Language of the Teenage Revolution. The Dictionary Defeated*. The Macmillan Press, London.
- Jensen, Henning Vagn og Ole Togeby (1981): *Brug Sproget! Om skriftlig fremstilling. Teori, analyse, praksis*. Hans Reitzel, København.
- Jerslev, Anne (1987): "Drømme om at spille en vigtig rolle på livets scene", i: *Pædagogik med røde stæmper*. Rapport fra et seminar om pædagogik og uddannelse for større piger og unge kvinder. Forum for Kvindeforsk-

- ning, København.
- Jespersen, Otto (1925): *Mankind, Nation and Individual from a Linguistic Point of View*. Aschehoug and Co., Oslo.
- Jørgensen, Charlotte og Merete Onsberg (1999): *Praktisk argumentation*. Teknisk Forlag, København.
- Jørgensen, Charlotte, Christian Koch og Lone Rørbech (1994): *Retorik der flytter stemmer. Hvordan man overbeviser i offentlig debat*. Gyldendal, København.
- Jørgensen, J. Normann og Kjeld Kristensen (1994): *Moderne sjællandsk. En undersøgelse af unge sjællænderes talesprog*. C. A. Reitzels Forlag, København.
- Kotsinas, Ulla-Brit (1994): *Ungdomsspråk*. Hallgren & Fallgren, Stockholm.
- Kristiansen, Tore (1991): *Sproglige normidealer på Næstvedegnen. Kvantitative sprogholdninger*. Utrykt ph.d.-afhandling, København.
- Labov, William (1972a): *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Labov, William (1972b): "The Study of Language in its Social Context", i: Pride, J. B. og Janet Holmes (red.): *Sociolinguistics*. Penguin Books, Harmondsworth.
- Liede, Margret og Thomas Ziehe (1983): *Über Telefonitis, die Liebe zu alten Klamotten und der Hunger nach Intensität. Gespräche über die junge Generation*. Rororo Elternrat, Hamburg.
- Marosi, Kalle (1986): *Nogle radio- og tv-programmer for børn og unge*. Forskningsrapport nr. 4B/86. Danmarks Radio, København.
- McCann, T. M. (1989): "Student argumentative writing knowledge and ability at three grade levels", i: *Research in the Teaching of English* nr. 23.
- Nielsen, Harriet Bjerrum og Monica Rudberg (1991): *Historien om piger og drenge. Kønssocialisering i et udviklingspsykologisk perspektiv*. Nordisk Forlag A.S., København.
- Nielsen, Rikke Buch og Marianne Rathje (1997): "Citater i ungdomssprog", i: Peter Widell og Mette Kunøe (red.): *6. Møde om Udforskningen af Dansk Sprog*, Institut for Nordisk Sprog og Litteratur, Århus.
- Norberg, Bent (1984): "Om ungdomars samtalstil", i: *Nysvenska Studier* 64, Stockholm.
- Quintilianus, Marcus Fabius (1993): "Institutio oratoria" (Opplæring i talekunst), i: Cicero, Quintilian og Tacitus: *Romersk retorikk*. Innleiing og omsetjing av Hermund Slaattelid. Det Norske Samlaget, Oslo.
- Rasmussen, Ditte (1998): *167 stemmer – persuasive strategier hos unge på P4's automatiske telefonsvarer*. Upubliceret specialeafhandling. Institut for Nordisk Sprog og Litteratur, Århus Universitet.
- Robrieux, Jean-Jacques (1993): *Éléments de Rhétorique et d'Argumentation*. DUNOD, Paris.
- Ryan, James og P. Norris (1987): "High School Students' Understanding of Argumentative Text", i: Frans H. van Eemeren, Rob Grootendorst, J. Anthony Blair og Charles A. Willard (red): *Argumentation: Across the Lines of Discipline. Proceedings of the Conference on Argumentation 1986*. Foris Publications, Dordrecht.
- Schlobinski, Peter (1989): "Frau Meier hat Aids...", i: *OBST* 41.
- Schlobinski, Peter m.fl (1993): *Jugendsprache*. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Skyum-Nielsen, Peder (1982): *Sprogbrugshåndbogen*. Gyldendal, København.
- Sommer, Karsten (1985): *... det var bare det jeg ville sige, hej! Københavns Bogforlag, København*.
- Sørensen, Anne Scott (1992): *Kønnetts kultur – om unge og ungdom*. Børne- og UngdomskulturSammenslutningen, Århus.
- Ziehe, Thomas (1975): *Pubertät und Narzissmus*. Europäische Verlagsanstalt, Frankfurt a.M.