

KLIMA- OG MILJØKRISE i sprog, medier og litteratur

Oversigt over forløbets indhold

Tekster:

- Nature is Speaking-serie (kampagnefilm fra organisationen Conservation International):
[Nature Is Speaking \(conservation.org\)](http://www.conservation.org)
 - o Julia Roberts is Mother Nature
 - o Jason Momoa is the Wave
 - o Kevin Spacey is the Rain Forest (Find den på Youtube)
 - o Penélope Cruz is the Water
 - o Edvard Norton is the Soil
- "Polen smelter", Zulu Comedy Award 2017
- Artikeluddrag Carsten Ole Hansen: "Sorte udsigter", Politiken, 3/9 2016
- Forskellige udsagn til undersøgelser af argumentgreb
- Små artikeluddrag til undersøgelse af vægt og hæderlighed
- Theis Ørntoft: "Det er forvirrende tider, jeg skal fortælle dig om", 2014 (uddrag)
- Thorkild Bjørnvig: "Skovene", 1990
- Leonardo DiCaprio: Tale i FN, 23/9 2014

Evt.:

- "Before the Flood" af Fischer Stevens og Martin Scorsese, 2016 (filmcentralen)
- "Elegi for Arktis, Greenpeace [Ludovico Einaudi - "Elegy for the Arctic" - Official Live \(Greenpeace\) - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=Ug98jUeZbG8)

Teori:

Fra "Perspektiver I dansk. Grundbog" af Rangvid m.fl., Dlf, 2018: s. 147-148, 150-15, 157-161, 166-167

- Toulmin
- Appelformer: etos, logos, patos + etos' tre dimensioner
- Argumentationsgreb og argumenttyper
- Vægt og hæderlighed
- Kampagnefilm
- Multimodaliteter
- Filmiske virkemidler
- Intertekstualitet

Rangrid m.fl.: "Perspektiver i dansk", dlf, 2018



6.1: Pointe, begrundelse og grundantagelse

Lav en eller flere af de følgende øvelser:

A. Find pointe, begrundelse og grundantagelse i læserbrevet herunder:

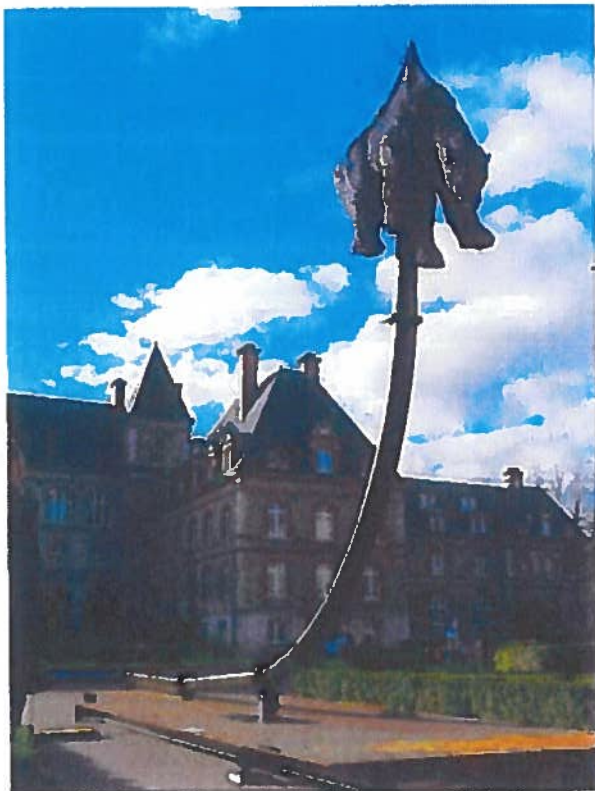
Hvis ikke vi takler klimakrisen og tager ansvarligt fat på den grønne omstilling, vil vi komme til at opleve langt større strømme af klimaflygtninge, der flygter fra de egne af planeten, der bliver udyrkelige og ubeboelige på grund af klimaforandringerne. Alle søger nu en seriøs grøn omstilling opdelt i realistiske faser. NGO'erne^{*}, investorerne, erhvervslivet kan se, at tendensen er uafvendelig, og at potentialet for både erhverv, beskæftigelse og forskning er kæmpemæssigt – en omstilling til gavn både for os danskere og for de klimaudsatte befolkninger.

(Carsten Ole Hansen: "Sorte udsigter", *Politiken*, 3. september 2016)

B. Lav selv mindst tre argumenter (pointe, begrundelser (og grundantagelse)) om et valgfrit emne. Præsenter dem i klassen eller i grupper.

C. Find på nettet eksempler på argumentation, fx på Facebook eller i kommentarfelterne på avisers hjemmesider. Find pointe, begrundelse og grundantagelse.

^{*}NGO står for Nongovernmental organization, som er den engelske betegnelse for organisationer, der ikke er styret af stater, fx miljø-, menneskerettigheds- og velfærdhedsorganisationer som fx Greenpeace og Red Cross.



Billedhuggeren Jens Galschiøts skulptur *Unbearable* forestiller en isbjørn, som bliver spiddet af en kæmpegraf over menneskets CO₂-forbrug. Skulpturen blev opstillet i Paris i anledning af FN's klimakonference COP21 i 2015. I foråret 2016 fik partiet Alternativet opstillet skulpturen foran Christiansborg i København.

Argumenter mellem fornuft, følelse og forførelse

Appelformer

Når du analyserer argumentation, er afsenderens etos samt brug af logos og patos vigtige elementer i analysen.

Begrebet *etos* betegner den *autoritet* og *troværdighed*, som afsenderen har. Etos er ikke en fast størrelse, fordi modtagerens opfattelse af personen spiller ind. Når du skal vurdere en persons etos, skal du vurdere, om personen er kompetent inden for det (faglige, politiske eller personlige) område, han/hun taler om. Hvis man udtaler sig om et emne, man ikke selv har stort kendskab til, kan man forstærke sin egen etos ved at henvise til eksperter eller andre, der har høj status inden for området.

Når man bruger *logos*, taler man til modtagernes *fornuft*. De allerfleste tekster indeholder logos, da afsenderen som regel skaber en struktur, fremfører fakta og viden om sin sag. Endvidere kan afsenderen eksempelvis anvende tal, statistik og henvise til kilder, hvilket bidrager til en fornuftspræget og struktureret sagsfremstilling.

Med *patos* får afsenderen sine modtagere til at *føle* eller *sanse*. Her prøver man at få modtageren til at græde, grine, føle medlidenhed, harme, forening, foragt, glæde. Appellen til modtagerens følelser kan forstærkes på mange forskellige måder, fx med konkrete eksempler, billedsprog, gentagelser eller ved at fokusere på bestemte følelsesfremkaldende dele af et emne.

Tip: Læs mere om appelformer side 117; her kan du også se eksempler på appelformerne.



6.2: Who is speaking?

Organisationen Conservation International har udarbejdet flere videoer, der handler om klima, og hvor en kendt skuespiller lægger stemme til voiceoveren. Klassen deles i tre dele. I hver del arbejdes i par med en af disse tre videoer:

Debatter om global opvarmning og konsekvenserne heraf er ofte på en gang meget komplicerede og meget følelseladede. Komplicerede, fordi den globale opvarmning ikke er til at se med det blotte øje. Det er derimod noget, som kun kan forklares og dokumenteres med avanceret videnskab, og den videnskabelige viden, der ligger bag, kan være vanskelig at forstå for almindelige mennesker. Debatterne er følelseladede, fordi de tit handler om, at vi helt grundlæggende skal ændre den måde, vi lever vores liv på. Det er forståeligt nok noget, som kan få folk op i det røde felt. Specielt i sådan en situation, hvor begrundelserne kan være svære at forstå, men kravene til handling er høje, griber man som debattør efter alle de midler, man kan, for at få overbevist sin modtager. Nogle af midlerne er acceptable retoriske argumentationsgreb, andre må betragtes som ufine forsøg på at manipulere.

Argumentationsgreb

En pointe ledsages ofte af en begrundelse. Og begrundelser kan opdeles i forskellige slags **argumentationsgreb**, som afsenderen benytter sig af for at overbevise bedst muligt. I en længere tekst vil der typisk være flere slags argumentationsgreb, og det vigtigste er derfor at finde afsenderens dominerende greb. Argumentationsgreb har en vigtig funktion, idet de kan være gode til at hjælpe modtagerens forståelse for og accept af sagen på vej og dermed måske overbevise om pointen. Nogle argumentationsgreb er dog manipulerende og derfor underlødige, dvs. uacceptable.

Mange af de følgende eksempler på argumentationsgreb er hentet fra dokumentarfilmen *Before the Flood* (2016), hvori skuespilleren Leonardo DiCaprio undersøger klimaforandringernes ødelæggende konsekvenser for planeten og vores liv.

Hvis en afsender refererer til en eller flere eksperter, er der tale om et **ekspertargument**. I *Before the Flood* interviewes mange naturvidenskabsfolk om emnet klimaforandringer. En professor, som er specialiseret i Jordens atmosfære, udtaler eksempelvis, at forskerne er enige om, at klimaændringerne er menneskeskabte: "97 % af forskerne er enige" (tidskode ca. 0.23.28). Hans udtalelse fungerer her som et ekspertargument, som støtter pointen om, at klimaforandringer skyldes menneskelige aktiviteter. Ekspertargumenter kaldes også **rygdækning**.

Når du analyserer en tekst, skal du være opmærksom på, at en ekspert kan iscenesættes som ekspert uden reelt at være det, fx hvis en smuk, kvindelig skuespiller i hvid kittel spiller tandlæge i en tandpastareklame. I så fald tildeles hun rollen som ekspert uden egentlig at være det. Derfor skal du undersøge, om eksperten faktisk har et indgående kendskab til området, eller om det er afsenderens postulat, at vedkommende har

høj etos og er ekspert på området. Ofte har vi højere tillid til kendte mennesker end til ukendte. Hvis en kendt person udtaler sig om en sag, er der sandsynligvis ikke tale om et ekspertargument, men hvis det er en, vi beundrer, er vi tilbøjelige til alligevel at betragte vedkommende som en autoritet.

I et **autoritetsargument** understøttes pointen ikke med en begrundelse, men udelukkende med henvisning til en autoritet. Som når forældre over for deres børn begrunder et forbud med 'fordi jeg siger det' – underforstået 'fordi vi er dine forældre og har autoriteten'. Når udviklede videnskabelige argumenter om klimaforandring skal formidles til den almene befolkning, kommer ekspertargumenter tit til at fremstå som autoritetsargumenter, fordi der ikke er tid og mulighed for at forklare hele begrundelsen. I sådanne tilfælde forventes modtageren at tro på ekspertens påstand, fordi eksperten er en autoritet inden for sit område. I *Before the Flood* fremstår Leonardo DiCaprio, som guider os gennem dokumentarfilmen, som en autoritet i kraft af sin status som kendt skuespiller. Men nogen ekspert på området er han ikke. Forskellen på et ekspertargument og et autoritetsargument er, at eksperten altid vil kunne give yderligere begrundelser for pointen, mens autoriteten kun kan henvise til sin egen autoritet eller gentage, hvad andre siger.

Med et **erfaringsargument** henviser afsenderen til sin egen, personlige erfaring. Et erfaringsargument kan styrke den samlede argumentation, fordi vi har tendens til lettere at lade os overbevise af virkelige menneskers konkrete oplevelser end af abstrakte argumenter. I *Before the Flood* udtaler en lokal guide fra det allernordligste Canada, at "isen smelter meget hurtigere end før" (tidskode ca. 1.14.53). Da guiden selv er vant til at færdes på isen for at jage og fiske, får hans udtalelser karakter af et erfaringsargument. Erfaringsargument kaldes også *anekdotisk evidens*, idet en anekdote kan synes som et bevis i sig selv: 'Min moster Oda har også oplevet at ...'. Det er selvfølgelig vigtigt at være opmærksom på, at det, at én har oplevet noget, ikke nødvendigvis er et bevis for en generel tendens. De færreste af os har konkrete erfaringer med klimaforandringer, fx synes mange nok, at vi tit har personlige erfaringer med kolde somre i Danmark, men det betyder ikke, at temperaturen ikke stiger globalt.

Et almindeligt argumentationsgreb er at give et eller flere eksempler. I dokumentarfilmen *Before the Flood* høres en nyhedsoplæser, som siger: "Miami, New Orleans, Boston, Long Beach, Californien kan blive ofre for stigende havniveauer" (tidskode ca. 0.19.57). Ved at give flere eksempler på byer, som risikerer oversvømmelse, tydeliggøres problemet med klimaforandringer for mange mennesker; ikke kun én, men mange store byer i USA er i risikozonen.



Når man argumenterer, har man ofte på fornemmelsen, hvad modparten vil sige eller svare. Derfor kan man stå stærkt i sin argumentation, hvis man foregriber modpartens synspunkter. Det kaldes **gendrivelse**. Det hører vi DiCaprio gøre, når han siger: "Et par graders forskel i dag lyder måske ikke så slemt" (tidskode ca. 0.16.06). Her tager DiCaprio højde for, hvad mange mennesker siger om klimaforandringer – 'det gør vel ikke noget, hvis det bliver et par grader varmere' – og han følger op med at sige, at det er alvorligt på længere sigt.

Med en gendrivelse kan man også anerkende, at der muligvis er et hul i ens egen argumentation; ved selv at sige det styrker man sin egen argumentation (og etos). Vi hører den tidligere præsident Barack Obama gøre brug af en sådan gendrivelse, når han taler om klimaaftalen indgået på COP21-mødet i Paris i 2015: "Aftalen giver os ikke det nødvendige, men for første gang har landene forpligtet sig til skridt og mål" (tidskode ca. 1.12.31). Obama anerkender altså, at miljøaftalen ikke er omfattende nok, men han roser den alligevel.

I en **generalisering** konkluderer man, at en antagelse gælder for mange, fx siger økonomiprofessor Gregory Mankiw i *Before the Flood*: "Politikere kaldes ledere, men de gør ikke det, folket ønsker, de gør" (tidskode ca. 1.02.34). Her er tale om en generalisering – i hvert fald ville mange politikere nok benægte, at de ikke gør noget for befolkningen, ligesom folket ikke alle mener det samme. Generalisering kan også forekomme som en sammenligning mellem lande, fx: "Hvis Kina kan gøre det [satse på solenergi frem for energi fra fossile brændstoffer], kan resten af verden også gøre det" (tidskode ca. 0.33.19). Her slutter afsenderen fra et eksempel (Kina) til en større helhed (resten af verden).

Ordvalsargument betyder, at afsenderen alene gennem valget af et bestemt ord forsøger at påvirke modtageren til at mene noget bestemt. Måske har du hørt nogle politikere omtale SU for hjemmeboende studerende som 'cafépenge'. Det er et eksempel på, at afsenderen forsøger at få SU til at fremstå som en slags lommepenge, som den studerende klatter væk på cafébesøg – og som derfor sagtens kan beskæres kraftigt. I ordvalget cafépenge ligger der et ønske om at manipulere modtageren til at tænke, at de studerende ikke reelt har brug for deres SU. Miljø er også et emne, som omtales forskelligt alt efter standpunkt. Ex kaldes landbrugets brug af pesticider for 'sprøjtegifte' af miljøbevægelser, mens det samme ofte kaldes for 'plantebeskyttelsesmidler' i landbruget selv. Derfor skal du være opmærksom på, om afsenderen i sit ordvalg forsøger at manipulere modtageren i en bestemt retning.

I dokumentarfilmen *Before the Flood* omtaler DiCaprio et område, hvor der udvindes olie, som "Mordor fra *Ringenes Herre*" (tidskode ca. 0.11.45). Denne sammenligning er negativt ladet, da Mordor er et goldt sted med

onde kræfter. I filmen taler en klimaskeptiker om "klimahysteri" og antyder hermed, at mennesker, der bekymrer sig om klimaforandringer, er psykisk ustabile eller forvrænger virkeligheden. Også her er der tale om et ordvalg, som forsøger at påvirke i en bestemt (negativ) retning.

I **naturlighedsargumenter** baserer man sin pointe på, at noget er naturligt. I diskussioner om homoseksuelles ret til at få børn kan man eksempelvis høre det argument, at homoseksuelle ikke skal have lov til at få børn, fordi to af samme køn fra naturens side ikke kan få børn. Selvom mennesker siden agerbrugets begyndelse har manipuleret med afgrøder for at optimere udbyttet af dem, hører man nogle gange i miljø- og fødevarerebatter det argument, at genmodificerede afgrøder er problematiske, fordi det er unaturligt at manipulere med naturens produkter. Naturlighedsargumenter er ikke nødvendigvis forkerte, men det er vigtigt at være opmærksom på, at noget ikke per definition er rigtigt eller ønskværdigt, bare fordi det er naturligt. På sin vis er det unaturligt at bekæmpe sygdomme med antibiotika. Men derfor lader vi ikke være med det.

Hvis en afsender kobler en uskyldig konsekvens med en kæde af konsekvenser, der slutter i en alarmerende konsekvens, er der tale om et **glidebaneargument**. Glidebaneargumentet ses ofte i den offentlige debat, fx hvis en politiker hævder, at indtagelse af alkohol uundgåeligt vil føre til indtagelse af hash og herefter til hårde stoffer. Glidebanen opstår, fordi årsagssammenhængen mellem de enkelte elementer ikke følger med nødvendighed: Bare fordi man drikker øl, betyder det ikke, at man vil ryge hash eller købe heroin. Ofte efterfølges et glidebaneargument af et retorisk spørgsmål: 'Jamen, hvad bliver det næste?', og i så fald fungerer glidebaneargumentet på samme måde som et skræmmeargument (se nedenfor). I klimadebatter knyttes den globale temperaturstigning ofte sammen med meget omfattende og meget alvorlige konsekvenser, fx folkevandringer, hungersnød, krig og i sidst ende Jordens undergang. Visse af disse konsekvenser vil formodentlig blive en realitet, men det er muligt, at nogle af konsekvenserne ikke vil forekomme. Glidebaneargumenter baserer sig mere på bekymring og 'worst case'-scenarier end på nødvendige følger, der kan dokumenteres, men de er ikke per definition dårlige argumenter. Nogle gange kan et glidebaneargument være reelt, fordi sammenhængen mellem argumentets dele med stor sandsynlighed passer sammen. Barack Obama udtaler: "En stor del af verdens befolkning bor nær havet. Hvis de begynder at flytte sig, vil man se mangel på ressourcer, som befolkningen konkurrerer om. Derfor siger Pentagon, at det handler om nationens sikkerhed. Det handler ikke kun om miljøet" (tidskode ca. 1.14.35). I dette eksempel er der en høj sandsynlighed for, at Obama har ret. Derfor er hans glidebaneargument (som han har fra Pentagon) rimeligt i konteksten.



Hvis afsenderen forsøger at skræmme modtageren til at handle på en bestemt måde, er der tale om et skræmmeargument. **Skræmmeargumentet** minder om glidebaneargumentet, men spiller desuden på modtagerens frygt for fremtiden og peger på en straf eller en uheldig konsekvens. Du kan genkende et skræmmeargument på, at der tegnes et truende billede af fremtiden, fx: "Hvis vi beholder samme temperatur som i det seneste årti, vil Grønland forsvinde" (tidskode ca. 0.18.06). I dokumentaren hører vi en havbiolog forudsige, at alle koralrev med fiskeliv vil dø. Han benytter sig også af skræmmeargumenter: "Det fører til, at folk mister deres indkomster. Det fører til, at folk sulter" (tidskode ca. 0.45.02).

Ordene 'ad hominem' betyder 'på manden', og et **ad hominem-argument** vil sige at angribe manden i stedet for at tale om emnet (som i fodbold, hvis en spiller sparker modstanderen hårdt på skinnebenet i stedet for at forsøge at få bolden fra ham). En indvending mod klimaforskeres påstand om, at klimaforandringer er menneskeskabte, kunne lyde sådan her: 'Videnskabsmænd kan ikke engang forudsige vejret i næste uge, hvordan skulle de så kunne forudsige klimaforandringer om 50 år?' Her er der både tale om en generalisering, fordi der sættes lighedstegn mellem meteorologers og klimaforskeres evner til at forudsige ved blot at kalde dem alle "videnskabsmænd", og ad hominem, fordi det hævdes, at den manglende evne til at forudsige på et område også gør forskerne ude af stand til at forudsige på et andet.

Med ad hominem-argumenter kan man også forsøge at miskreditere et argument ved at spekulere i afsenderens motiver, fx at afsenderen skulle have private, økonomiske interesser: 'Bag ved klimaforskningen står enorme kommercielle interesser, som spinder guld på den varme luft.' Her er påstanden, at klimaforskernes resultater er upålidelige, fordi de tjener penge på dem. Det er dog vigtigt at være opmærksom på, at man sagtens kan have gode argumenter, selvom man har bestemte interesser i en sag.

Et **stråmandsargument** går ud på at fordreje en modparts synspunkt til noget (typisk ekstremt eller ulogisk), som modparten slet ikke mener, for at gøre det nemt at vise tilhøreren, at modparten tager fejl. Hvis en debattør siger: 'Du kan jo ikke lide at bidrage til fællesskabet, og derfor er du også imod grønne afgifter', er der tale om et stråmandsargument, hvis modparten aldrig har udtalt sig *imod* at bidrage til fællesskabet. Debattøren kan ikke med rimelighed sige, at modparten er imod fællesskabet, når han ikke har udtalt sig om det. Ved at angribe en overdreven version af et synspunkt (som modparten faktisk ikke har ytret noget om) kan man fordreje modpartens synspunkter. Det sker ofte i en argumentation og er derfor værd at lægge mærke til. Ofte overdrives modpartens hold-

ninger, så de fremstår uigennemtænkte eller usympatiske. En berygtet variant af stråmandsargumentet er at 'trække nazikortet'. Det går ud på, at man sammenligner en modstanders synspunkt med nazismen, som alle ordentlige mennesker jo tager afstand fra.

Beskidte argumentationsgreb

Du skal være opmærksom på, at flere af de nævnte argumentationsgreb kan bruges på en mindre lødig måde. Eksempelvis er *ad hominem-argument* og *stråmandsargument* altid irrelevante og underlødige, fordi de på ingen måde handler om sagen. Det betyder ikke, at de ikke benyttes! Ofte oplever man dem fx i politiske debatter, måske fordi det er lettere at angribe modparten eller en overdreven version af noget, modparten har sagt, end det er at forholde sig til selve emnet. Desuden kan *skræmmeargumentet* bruges på en usaglig måde, fx hvis det skræmmebillede, man sætter op, er usandsynligt eller ubegrundet. Læg også mærke til, om et *ekspertargument* bruges af en person, som ikke reelt er ekspert på området. Ligeledes skal du overveje, om et *autoritetsargument* reelt besidder en autoritet, som forstærker argumentationen, eller om det er et postulat, at autoriteten har relevans for sagen.

Som det fremgår, kan flere argumentationsgreb altså bruges vildledende, og i det tilfælde er argumentationen underlødige, fordi man ikke er ude på at overbevise med gode begrundelser, men udelukkende i at overtale ved at manipulere.

Tip: Se også boksen om stilistiske figurer i kapitlet om retorik side 121 (antitese, gentagelse og retoriske spørgsmål). Ofte bruges stilistiske figurer som en del af afsenderens virkemidler til at overbevise, og derfor kan de være meget nyttige at inddrage i din argumentationsanalyse.

Kilde: Fischer Stevens og Martin Scorsese: *Before the Flood*, 2016



6.4: Argumentationsgreb i praksis

Herunder ser du en række udsagn, som indeholder forskellige argumentationsgreb. Overvej for hvert udsagn, hvilket argumentationsgreb der er tale om.

1. 'Der er noget helt galt med klimaet. Der kommer hele tiden skybrud. Jeg har haft oversvømmelse i min kælder tre gange på tre år!'
2. "De to britiske marinbiologer Sarah Gall og Richard Thomsen peger på, at 60 % af alle havfugle og havpattedyr i dag påvirkes negativt af plastic i havene." (Henrik Larsen: "Plastic i havet tager livet af fugle, fisk og skildpadder", *Politiken*, 26. marts 2015)
3. "Tag f.eks. Amazonas' regnskov. Hvis den lægger sig til at dø, fordi der bliver for varmt og tørt, så udleder den alene mere CO₂ end hele menneskeheden til sammen. Disse processer vil altså sætte os uden for indflydelse, og kommende generationer vil ikke have mulighed for at rette op på vores fejl." (Ida Auken: "Tag klimakrisen alvorligt!", *Jyllands-Posten*, 4. januar 2009)
4. 'Når Donald Trump trækker USA ud af klimaaftaler for at passe på USA's økonomi, er det fuldstændig ligesom Hitler, der ville gøre alt for at skabe arbejdspladser.'
5. 'Der er mange udfordringer for naturen i vores tidsalder: stigende vandstande, plastic i havene, overgødning, stigende temperaturer, smeltende isbjerge.'
6. 'Det er rigtigt, at klimaaftalerne ikke nødvendigvis bliver overholdt af alle lande, men fordi de allerfleste lande vil føle sig moralsk forpligtede på at overholde deres klimamål, vil aftalen alligevel have stor effekt.'
7. "De økonomiske argumenter for at bremse klimaforandringerne – uanset hvad de skyldes – er ellers overvældende set fra et dansk synspunkt. De skaber job. Eksporten af grønne energiteknologier stiger meget mere end Danmarks øvrige eksport. Og vi undgår følgerne af klimaforandringerne: ekstremt vejr som tørke, oversvømmelser, mangel på fødevarer og rent drikkevand, krige og konflikter og klimaflygtninge. Og stigende vandstande." (Gitte Seeberg: "Hokus pokus fra Liberal Alliance", *jyllands-posten.dk*, 30. maj 2015)
8. 'Når en så kendt skuespiller som Leonardo DiCaprio vil lægge stemme og ansigt til en film om klimaforandringer, så må det være rigtigt og vigtigt.'
9. "Kan vi da ikke snart blive fri for at høre om den evigt selvpromoverende og i øvrigt stærkt overvurderede Gitte Seeberg. Først var hun parti-hopper, så fik hun via nogle venner et fedt "livstidsjob", hvor hun misbruger sin stilling til at fremføre egne politiske budskaber." (Preben Skjøth i en kommentartråd på *jyllands-posten.dk*, 17. marts 2016, efter et indlæg af Gitte Seeberg, der er bekymret for klimaet)



10. 'Klimaændringer er normale. (...) Det mest iøjnefaldende er det bevislige faktum, at Jordens klima altid har ændret sig. Ofte endda drastisk over forholdsvis korte tidsperioder' (Lars P. Hansen: "Fordrejede fakta om klimaet", *Jyllands-Posten*, 4. december 2012)
11. "De tre herrer fra Los Alamos og DMI mener 'åbenbart, at det igen er tid til den jævnlige dosis indoktrinering vedrørende klimaet'." (Lars P. Hansen: "Fordrejede fakta om klimaet", *Jyllands-Posten*, 4. december 2012)
12. 'Alle klimaskeptikere er kæmpe idioter!'



6.5: Hvilken vej vil du?

Læs debatindlægget "Planeten står ved en skillevej" fra *Altinget* den 20. september 2016 (se antologien).

1. Hvad er tekstens pointe?
2. Vurdér afsendernes etos og opbygning af etos.
3. Undersøg tekstens brug af billedsprog (læs evt. om billedsprog side 127). Hvilken effekt har det sandsynligvis på modtageren?
4. Hvilke appelformer dominerer i debatindlægget? Husk at finde et par citater som dokumentation.
5. Giv eksempler på, hvordan afsenderne forsøger at overbevise. Brug begreber fra boksen om argumentationsgreb.

Gode argumenter?

Når vi præsenteres for argumenter, tager vi bevidst eller ubevidst stilling til dem. Enten overbeviser de os, eller også gør de ikke. Nogle gange er der mere grund til at lade sig overbevise end andre. I en tale i byen Rochester den 10. april 2016 argumenterede den daværende præsidentkandidat Donald Trump for, at global opvarmning ikke finder sted med den begrundelse, at det netop den dag var hundekoldt, ikke bare i Rochester, men i hele USA: "Og jeg bliver ved med at høre om global opvarmning: 'Han forstår ingenting. Det her er et verdensomspændende problem.' (...) Åh nej, jeg forstår det ikke. Lad os lave en IQ-konkurrence," sagde han bl.a. (Find evt. uddraget af talen på nettet).

Trump havde den erfaring, at vejret i USA dette forår ikke var særlig varmt. Men det er ikke en god begrundelse for at benægte, at klimaændringer finder sted, for klimavidenskaben forklarer, at der sagtens kan være store regionale udsving, på trods af at den gennemsnitlige globale temperatur stiger.

Som man kan høre på tilhørernes begejstring, når Trump hånligt råber "Vi har brug for noget global opvarmning!", så fungerer og forfører hans argument tilsyneladende, selvom det er et dårligt argument. Hvis man ikke vil forføres, men ønsker at lade sig overbevise af begrundelser, der er relevante og har hold i virkeligheden, er det derfor en god ide at øve sig i at tage systematisk stilling til argumenter.

Vurdering af argumentationen: hæderlighed og vægt

Når du har identificeret en teksts *pointe*, *begrundelse* og *dominerende argumentationsgreb*, skal du forsøge at lave en samlet vurdering af argumentationen. Til denne vurdering kan du bruge ordene *hæderlighed* og *vægt*. Du skal undersøge, om afsenderen opfører sig hæderligt eller bruger usaglige taktikker. Og du skal undersøge, om argumenterne har en sådan tyngde og væsentlighed, at modtageren med rimelighed skal lade sig overbevise af dem.

Når du vurderer afsenderens *hæderlighed* i argumentationen, skal du undersøge, om afsenderen bruger beskidte argumentationsgreb for at manipulere med modtageren. En sætning som 'Jeg stemmer ikke på Trump næste gang, fordi hans hænder er alt for små' er ikke en hæderlig begrundelse; politik og størrelsen på hænder har ingen saglig sammenhæng. Her bruges et ad hominem-argument, fordi argumentet angriber personen, dvs. Trump selv, og det er ikke en hæderlig eller sober måde at argumentere på. En mere hæderlig begrundelse kunne fx være: 'fordi jeg ikke bryder mig om, at han har trukket USA ud af klimaaftalen i Paris'. Når Trump i eksemplet ovenfor hånligt foreslår at lave en IQ-konkurrence blandt klimaforskere, er det et uhæderligt argument, idet Trump tydeligvis forsøger at latterliggøre klimaforskere.

Hvad giver tyngde til et argument? Der findes mange muligheder for at give et argument vægt. Det sker ofte ved hjælp af tal, statistikker og ekspertargumenter. Høje tal vil typisk veje tungere end lave. Fx vil det veje tungt, hvis mange frem for få mennesker bliver påvirket af et problem. Ofte vil det vægte højere at inddrage en klimaforsker end en mand med vand i sin kælder, hvis man vil tale om stigende vandstande. Vi bør nemlig vægte logos og etos højt i en argumentation. Men hvis sagen drejer sig om at bo på Filippinerne og opleve vandstandene stige, så kan den lokale, grædende skomager bidrage med patos og et erfaringsargument. Og det kan passe fint, hvis afsenderen vil formidle følelser som frygt eller medlidenhed. Hvis et sådant erfaringsargument yderligere understøttes af logos i form af statistik, vil argumentet have stor vægt. Derfor kan alle tre appellformer og flere typer af argumentationsgreb være med til at give argumentationen vægt. Du skal derfor forsøge at vurdere, hvad



der giver tyngde til argumentationen, dvs. hvad der får argumentationen til at fremstå stærk og effektiv over for modtageren. I Trumps argument (se side 158) er der ingen tyngde, idet han udelukkende baserer sit argument på den aktuelle lokale temperatur. Den globale opvarmning modbevises ikke ved at holde en aktuell dagstemperatur op mod klimaforskernes videnskabeligt veldokumenterede udsagn om, at den globale temperatur stiger, ligesom det omvendt heller ikke er et argument for klimaændringer, hvis der ét år er særlig mange tropiske storme.

Alligevel vækker Trump stor begejstring med sin ironiske pointe "Vi har brug for noget global opvarmning". Med humor og dermed appelformen patos får hans argument succes over for hans idealmodtagere i talens aktuelle kontekst. Uden for kredsen af allerede overbeviste tilhængere vil Trumps udsagn dog næppe have megen vægt.

Som udgangspunkt søger man med begreberne hæderlighed og vægt at vurdere argumenter ud fra objektive kriterier. I historien er der utallige eksempler på, at folk ikke kun lader sig overbevise af hæderlige argumenter med vægt. Derfor er det vigtigt at være opmærksom på, om modtagere lader sig overtale af en afsender, selvom argumenterne er uhæderlige og uden særlig vægt. Det kan som i eksemplet med Trump ske, hvis modtageren deler fælles grundantagelse med afsenderen, eller i en kontekst, hvor modtageren lader sig rive med af en stemning.

Kilde: Arvid Klein Gregersen: "Retorisk argumentationslære i dansk", i *Dansk Noter*, #3, 2011



6.6: Vurdér argumentationen

1. Find pointe, begrundelse og grundantagelse i læserbrevene herunder. Vurdér derefter argumentationen ud fra begreberne vægt og hæderlighed.

Klimahysteriet minder i uhyggelig grad om nazisme. Hele mastodontopvisningen af vindmøller, solfangere og huller i jorden til CO₂ ligner til forveksling Hitlers oprustning af krigsmateriel, og truslen om massedød på folk i de fattige lande så massiv som Hitlers trusler om jødeudryddelser. I virkeligheden døde de fleste af sult under Anden Verdenskrig. Det kommer vi også til. De værste klimaprofeter vil nedlægge landbrug over hele verden.

(Inga Simonsen: "Klimahysteri og sult forude", *Nordjyske Stiftstidende*, 30 september 2009)

Danmark er ét af de lande i verden, som har de allerhøjeste skatter og afgifter, hvilket belaster konkurrenceevnen i en sådan grad, at vi er meget tæt på at save den gren over, som vi selv sidder på, når vi ønsker at bevare et velfærdssamfund.

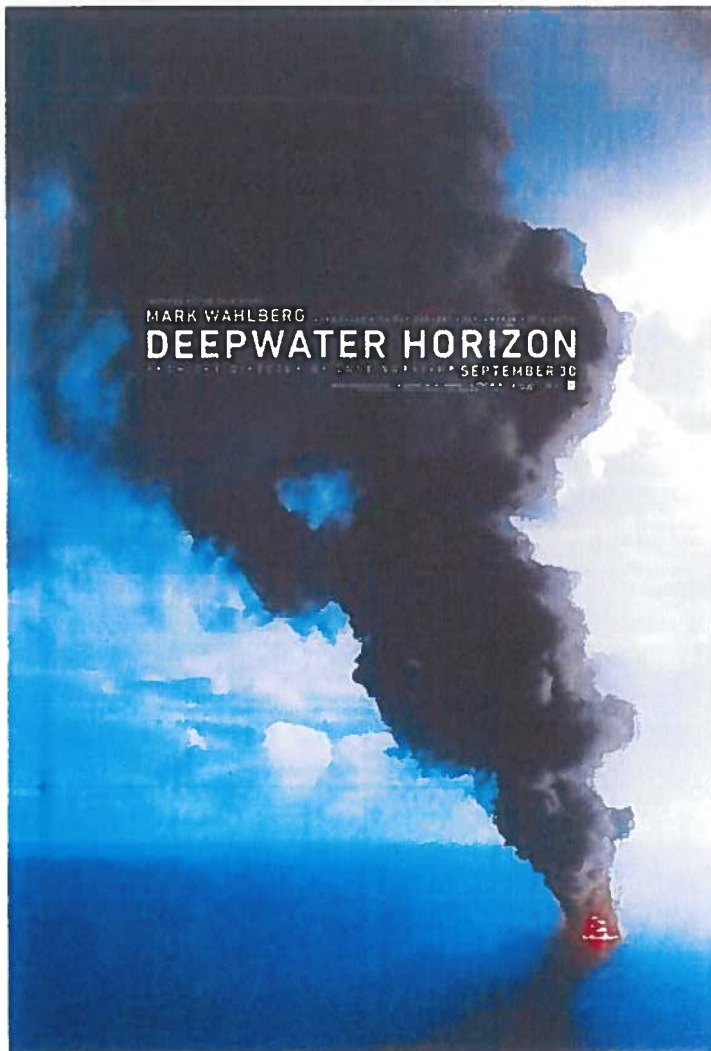
Klimapolitikken er gået helt grassat, og der venter os øgede skatter og afgifter, hvis vi skal nå de klimamål med CO₂, som regeringen har sat sig for. I forvejen er vi førende på klimaområdet, men at øge denne føring, så vi rent ud sagt sparker os selv bagi, vil være tåbelig politik set i lyset af, at CO₂-problematikken er et globalt problem.

Og her må vi følge den globale udvikling, hverken mere eller mindre, for det er minimalt – set i verdenssammenhæng – hvad Danmark kan bidrage med set i forhold til mange store lande.

Stop nu det danske klimahysteri, og før en mindre ambitiøs klimapolitik.

(Uffe Clausen: "Stop dansk klimahysteri", Fyns Amts Avis, 26. august 2013)

2. Vend tilbage til øvelsen "Hvilken vej vil du?" (side 158). Undersøg argumenternes hæderlighed og vægt. Virker argumenterne overbevisende?



Udgangspunktet for filmen *Deepwater Horizon* (2016) er den autentiske ulykke i 2010, hvor enorme mængder olie strømmede direkte ud i Den Mexicanske Golf. Film om klimakatastrofer kan på én gang give os actionpræget underholdning og stof til eftertanke.

151

Læs i antologien digtet "Skovene" fra digtsamlingen *Epimetheus* – miljødigte 1980-90 (1990).

1. Overvej, hvordan digtets layout bærer en betydning, der relaterer sig til digtets indhold.
2. Lav to lister: Hvad hører naturen til? Og hvad hører civilisationen til?
3. Hvilken værdi tillægges træerne i digtet? Og hvordan står mennesket i forbindelse med træerne? Inddrag ord fra spørgsmål 2.
4. Forsøg at omformulere Bjørnvigs digt til argumentation: Hvad er pointen? Hvad er begrundelsen?
5. Diskutér, hvorfor Bjørnvig udtrykker sig i digtform frem for fx læserbreve.

Du skal forandre dit liv! – klimakampagner

Hvis konsekvenserne af den globale opvarmning ikke skal blive helt uoverkommelige, skal den gennemsnitlige globale temperatur helst ikke stige mere end halvanden grad og allerhøjst to grader. Eftersom udslippet af drivhusgasser stadig stiger, haster det med at forandre den måde, vi lever på. Det stiller krav til ændringer af fx virksomheders produktion, vores transport, den måde, vi spiser, opvarmer vores huse, bruger energi og holder ferie på. Men folk ændrer ikke nødvendigvis adfærd, fordi FN's klimapanel med jævne mellemrum udsender videnskabelige rapporter, der dokumenterer, at handling er påkrævet nu. Der skal åbenbart mere til end videnskabens logos. Derfor forsøger interesseorganisationer, politiske partier, offentlige myndigheder og private firmaer at påvirke os gennem kampagner.

Kampagner

En kampagne kan defineres som en organisations eller et politisk partis strukturerede forsøg på at skabe viden, holdning og handling. En kampagne løber over et afgrænset tidsrum og placeres ofte i flere forskellige medier. Indholdet kan være en politisk ide eller en bestemt social adfærd, og der vil være en pointe, som afsenderen forsøger at opnå tilslutning til. Formålet hermed er at få modtageren til at gøre noget, fx ved at skrive under, donere penge, demonstrere i gaderne, ændre holdning, ændre adfærd. Derfor ses *handlingsanvisninger* ofte i en kampagne, og der anvendes imperativer som "læs mere", "giv din mening til kende", "støt os" eller andre opfordringer til, at modtageren handler.

Mange har en følelse af at leve i en 'overkommunikeret' verden, hvor der er stor konkurrence om at fange vores opmærksomhed. Det ved folk, der laver kampagner, godt. Derfor kommunikerer de gerne på flere platforme på forskellige måder. Fx laver de både en nysgerrighedsvækkende plakat, som vises i det offentlige rum (fx i busser, på billboards eller som gratis postkort), og en lille video, som dukker op i fx ens Facebook-feed. På plakaten eller i videoen kan der være en handlingsanvisning, men der henvises ofte også til en hjemmeside og/eller et kampagnesite, hvor brugeren kan finde mere information, quizze og melde sig ind, betale, skrive under eller andet.

Ikke-kommercielle organisationer har et lille kampagnebudget, og derfor er det godt for kampagnen, hvis man kan skaffe sig gratis omtale. Når en organisation starter en kampagne, søger den typisk gennem pressemeddelelser og events at få omtale i de etablerede medier (fx aviser) i håb om at fange målgruppens opmærksomhed. Det er et drømmescenarie, hvis noget af kampagnematerialet *går viralt*, dvs. hvis brugere af sociale medier af sig selv i stort omfang deler fx en video, fordi den er humoristisk, provokerende eller spændende. På den måde får organisationens budskab nemlig gratis udbredelse, og dermed vil flere statistisk set reagere på kampagnen.

Multimodalitet

Fordi kampagner typisk breder sig over flere medieplatforme, og fordi forskellige udtryksformer påvirker forskelligt, vil kampagner naturligt være multimodale. Modalitet betegner forskellige måder at udtrykke noget på. Lyd er en modalitet, skrift er en modalitet, billeder, grafiske udtryk og levende billeder er andre modaliteter. Multimodalitet opstår, når flere modaliteter mødes i samme medie. En bog med illustrationer har i hvert fald to modaliteter: tekst og illustrationer. Hjemmesider har meget ofte mange modaliteter, idet der både findes tekst, billeder, grafiske udtryk, levende billeder og lyd. Når man har at gøre med et multimodalt udtryk, kan det være analytisk interessant at se på, hvordan de forskellige modaliteter understøtter afsenderens samlede budskab og forsøg på at påvirke modtageren.



Tjekspørgsmål

1. Hvad er de væsentligste pointer i den ovenstående tekst om kampagner?
2. Hvilke begreber er nye for dig?

.....

Fra : Ole Schultz-Larsen " Håndbog til dansk ,
Systeme , 2015

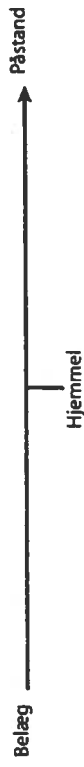
4.10 Argumentation

Når man argumenterer, forsøger man at vinde tilslutning til et synspunkt ved at begrunde det på forskellige måder. Man kan f.eks. have det synspunkt, at danske gymnasie- og hif-elever er dovne og begrunde det med, at de ikke læser nok på deres lektier og ikke afleverer deres skriftlige arbejder til tiden. Man kan diskutere rimeligheden i både synspunktet og begrundelsen, men under alle omstændigheder er der tale om, at der bliver argumenteret for en sag. I det følgende vil vi anvende ordet **påstand** om det synspunkt, man argumenterer for, og ordet **belæg** om de begrundelser, man har for synspunktet.



Toulmins argumentationsmodel

Den engelske filosof Stephen Toulmin (1922-2009) har opstillet en argumentationsmodel, der viser, hvilke elementer der indgår, når vi argumenterer. Begreberne påstand og belæg er her helt centrale. Modellen opdeler Toulmin i to: dels en **grundmodel** med tre elementer, dels en **udvidet model** med yderligere tre elementer. Vi starter med at se på grundmodel-



Grundmodel.

Grundmodellen består af påstand, belæg og en underforstået hjemmel. Vi skal dog være opmærksomme på, at en påstand meget ofte underbygges af flere belæg og ikke kun af ét, som modellen her viser.

- **Påstand (P):** Påstanden er det synspunkt eller den holdning, afsender søger at vinde tilslutning til hos modtageren. Påstanden er det centrale i argumentationen, dét, som afsender vil overbevise modtageren om er rigtigt.
- **Belæg (B):** Belæggene er begrundelserne, det grundlag eller den viden, afsender bygger sin påstand på.
- **Hjemmel (H):** Hjemlen (eller det underliggende belæg) skaber den logiske sammenhæng mellem påstanden og belægget. Hjemlen i en argumentation er som regel underforstået og dermed ikke direkte til stede i teksten. Hjemlen findes ved at spørge: Hvordan hænger belægget og påstanden sammen? Hvis man skal undersøge, hvor stærkt eller svagt et argument er, skal man undersøge hjemlen.

Min tandlæge anbefaler Colgate (B) → (P) Colgate er godt for tænderne

(H) Tandlæger ved hvad der er godt for tænderne

Eksempel 1

Det er ikke blot hjemlen, der ofte er underforstået i en argumentation. Selvfølgelig er påstanden behøvet heller ikke altid fremgå eksplicit. Ser vi f.eks. på cigaretpakkernes advarsler om, at "rygning kan dræbe", eller at "rygning er yderst skadelig for dig og dine omgivelser", så er det belæggene for en påstand, der ikke direkte står formuleret på pakken: nemlig, at du burde holde op med at ryge.



Prince.

I Toulmins udvidede argumentationsmodel indgår der som sagt tre yderligere elementer. Det drejer sig om rygdækning, gendrivelse og styrkemærker:



Udvidet model.

- **Rygdækning (R):** Rygdækningen benyttes, når man har behov for at styrke sine belæg og sin argumentation med yderligere dokumentation. Ofte består rygdækningen i at henvise til forskning på området eller lang erfaring. Rygdækningen findes ved at spørge: hvilke holdpunkter har afsender for at sige, at hjemlen er korrekt?
- **Gendrivelse (G):** En gendrivelse bruges til at imødegå kritik fra modtageren. Med gendrivelsen foregriber man modtagerens indvendinger mod den påstand, man fremfører. Man styrker herved sin troværdighed og sikrer samtidig, at modtageren ikke får mulighed for selv at pege på eventuelle svagheder i argumentationen. Gendrivelse findes ved at spørge: i hvilke tilfælde gælder påstanden ikke?
- **Styrkemærker (S):** Styrkemærker er ord eller udtryk, som afsenderen benytter til at understrege, i hvor høj grad han/hun står inde for påstanden. Styrkemærkerne kan enten optone argumentationen eller omvendt nedtone den. Ord og udtryk som "altid", "sikkert", "nødvendigvis", "selvfølgelig", "uden tvivl", "afgjort", "ubetinget", "verdens bedste" kan f.eks. være med til at optone argumentationen og understrege, at man mener, hvad man siger, mens ord og udtryk som "måske", "ofte", "for det meste", "sandsynligvis" kan være med til at nedtone argumentationen og pege på, at ens argumentation muligvis eller måske kan være rigtig. I mange reklamer bruges ofte optoning.

Søren laver aldrig lektier (B) → (S) Helt sikkert → (P) Søren dumper til eksamen

(H) Elever, der ikke læser lektier, dumper til eksamen

(G) Med mindre han er totalt heldig

(R) Det er der masser af eksempler på

Eksempel 2 (frit efter Jørgensen og Ornsberg, 2000.)

Opgaver til argumentation

1. Pararbejde: Formulér hjemlen i nedenstående udsagn. Se hvordan i første eksempel.

- P: Statsministeren er dygtig.
B: Han har skabt økonomisk vækst i Danmark.
H: Når man kan skabe økonomisk vækst, er man dygtig.
- P: Du bliver nødt til at bære varemene hjem for mig.
B: Jeg er så træt.
H:
• P: Det er sundt at ryge.
B: Man bliver glad af at ryge.
H:
• P: Alkohol skal ikke serveres til unge under 18 år til selder.
B: Det er ikke lovligt.
H:
• P: Det er vigtigt at få en hf-uddannelse.
B: Det kan give adgang til gode videregående uddannelser.
H:
• P: Jeg synes Venstre er et godt parti.
B: De vil afskaffe café-pengene.
H:
• P: Danskerne er usunde.
B: Vi har rekord i at spise slik.
H:

3. Pararbejde: Find påstand, belæg og hjemmel i nedenstående udsagn. I nogle af udsagnene er der både påstand, belæg og hjemmel. I andre mangler hjemlen, og i et enkelt mangler belægget. Her skal I selv formulere dem.

- Du skal læse noget mere, så lærer du ordene at kende og bliver bedre til at stave. Det er vigtigt at kunne skrive korrekt og undgå stavfejl.
- Du skal aflevere biblioteksbøgerne til tiden, ellers får du en bøde (minus hjemmel).
- Jeg har ikke tid selv. Du bliver nødt til at lufte hunden for mig (minus hjemmel).
- Jeg skal frifindes. Når man ikke er skyldig i anklagen, skal man frifindes (minus belæg).
- Jorden er rund. Det kan man se på satellitbilleder (minus hjemmel).
- Biblen er troværdig. Kvinder skal tie i forsamlinger. Det står i biblen.
- Søren dumper. For at bestå sit fag skal man følge med. Han har ikke fulgt med.
- Jeg vil gerne have lov til at få fri til at gå til lægen. De andre ansatte har også fået lov (minus hjemmel).

- Mange uskyldige mennesker lider under krig. Krig er forfærdelig. Det er forfærdeligt, når uskyldige mennesker lider.

4. Pararbejde: Find selv på tre argumenter, der både indeholder påstand, belæg og hjemmel.

5. Pararbejde: Find påstand, belæg, gendrivelse, rygdækning og styrkemarkører i nedenstående udsagn. Overvej også, hvad den underforståede hjemmel er.

Det kan skade andre mennesker, når man ryger. Så selvfølgelig skal man også forbyde rygning på offentlige steder. Nogle undersøgelser kan faktisk vise, at passiv rygning er farligere end at indånde udstødningsgasser fra biler. Jeg forstår ikke folk, der mener, det er en hetz mod rygerne. De vil jo have bedst af helt at holde op med at ryge. Jeg synes heller ikke, det er et argument, at rygere i det offentlige rum ikke altid generer andre med deres røg. Hvis bare risikoen for at det kan ske, er til stede, bør vi under alle omstændigheder forbyde det.

6. Pararbejde: Find selv på et udsagn, der indeholder alle elementerne i den udvidede model.

7. Gruppearbejde: Undersøg hvilke påstande og belæg, der forekommer i artiklen *Gymnasielever: Første halv del af spild af tid fra Politiken.dk. d. 4.2 2011*. Understreg med én farve, når der fremføres en påstand, og med en anden farve, når der optræder et belæg. Understreg også, hvis der evt. forekommer rygdækninger og gendrivelser.

8. Skriveopgave: Forbered en tale for klassen, hvor du argumenterer for eller imod mere overvågning i det offentlige rum. Hent inspiration i afsnittet om disposition (side 153). Efterfølgende skal talen præsenteres i en gruppe, og den bedste udvælges til præsentation for hele klassen.

Argumenttyper

I almindelig argumentation findes der en række typiske måder at argumentere på, som har at gøre med, hvilken hjemmel eller generel regel, der ligger bag belæggene. Vi kan f.eks. se noget som et tegn på noget andet; vi kan se noget som en årsag til noget andet; vi kan slutte fra enkelte eksempler til alle osv. I det følgende vil vi på baggrund af Jørgensen og Onsbergs *Praktisk argumentation* (2000) præsentere otte almindelige argumenttyper.

Årsagsargumentet: Her argumenteres der med, at en ting er årsag til, at en anden ting sker. Hvis vi f.eks. påstår, at man får hvide tænder, når man bruger Colgate, så er der tale

De tre appelformer : Logos, etos og patos

Logos :

- afsender appellerer til modtagers rationelle/fornuftige stillingtagen
- har retning mod modtagernes intellekt/forstand
- afsender holder sig til sagen og koncentrerer sig om saglig, objektiv og logisk bevisførelse

På det sproglige plan er logos kendetegnet ved:

- fakta, statistiks, tal
- neutralt ordvalg og anonym stil, saglig og grundig argumentation
- afdæmpet og behersket fremførelse

Etos :

- angår afsenderens troværdighed
- afsender appellerer til modtagers tillid til sin person i kraft af personens personlighedstræk, moral og karakter
- har retning mod modtagernes følelser (især længerevarende følelser)

Iflg. Aristoteles består Etos af tre ting :

1. Klogskab og sund dømmekraft (Phronesis)
2. Den moralske karakter og gode menneskelige egenskaber (Areté)
3. Velvilje over for tilhørerne (Eunoia)

Patos

- med patos appellerer man til spontane, affektprægede følelser og stemninger i nu'et
- patos er den appelform, der er mest bundet til den konkrete kommunikationssituation
- den appelform, som det er vanskeligst at opbevare i den skrevne tekst

På det sproglige plan er patos kendetegnet ved:

- et værdiladet ordvalg

Etos' tre dimensioner

Etos er en af de tre appelformer (etos, logos og patos), og begrebet er ifølge Aristoteles det vigtigste for om det lykkes afsender at overbevise modtager om et givent budskab. Overordnet handler etos om talerens TROVÆRDIGHED; den troværdighed han besidder eller udstråler, så modtageren fatter tillid til afsenderens sagsfremstilling/argumentation. Etos er meget afhængig af *hvem* taleren er - og ikke bare *hvad* der bliver sagt. Således vurderes etos fx forskelligt alt efter om udtalelser stammer fra en specialist eller en lægmand, en professor eller en studerende, en håndværker eller en gørdet-selv-mand. Desuden er modtagerens forforståelse af afsenderen vigtig for vurderingen af etos. Jo mere positiv modtageren i udgangspunktet er over for taleren, jo nemmere er det for ham at overbevise sit publikum.

Ifølge Aristoteles skal talerens etos sikres gennem tre egenskaber:

1. **Talerens sunde dømmekraft** (*phrónesis*)
2. **Talerens gode menneskelige egenskaber** (*areté*)
3. **Talerens velvilje over for tilhøreren** (*eunoia*)

ad 1)

For at taleren kan vise sin sunde dømmekraft (*phrónesis*) må han:

- vise sig som **vidende** og kompetent på området. Han skal vise **klogskab** og **erfaring**, men man kan også låne etos fra andre ved at referere til (- og vise enighed med) andre troværdige kilder, fx eksperter
- være fornuftig, vise fornuft

ad 2)

For at taleren kan vise sine gode menneskelige egenskaber (*areté*) må han:

- vise et **behageligt, menneskeligt væsen** med god **moralsk karakter**
- vise han brænder for sit budskab, vise engagement
- være åben over for andres synspunkter og respektere dem

ad 3)

For at taleren kan vise sin velvilje over for tilhøreren (*eunoia*) må han:

- vise **respekt** for modtageren ved at **tage modtageren alvorligt**, lytte og virke forstående
- vise **fælles holdninger** og værdier med publikum, inkludere publikum i sin tale

Talegenrer og det retoriske pentagram

Fra: [DanskSiderne: Grundkursus i mundtlig fremstilling](#)

I den klassiske retorik arbejder man ud fra bare tre talegenrer". De adskiller sig fra hinanden alt efter tale-rens hensigt og hvilke tilhørere, han skal tale til. I antikkens Grækenland var der især tre grupper af tilhørere, som talere skulle henvende sig til. En gruppe af tilhørere var dommere, som skulle dømme i retssager. En anden gruppe var politikere, som skulle beslutte forskellige politiske tiltag. En tredje gruppe var en bredere del af befolkningen, som skulle bevidne forskellige højtideligheder. Det er således disse tre tilhørergrupper, eller borgernes behov for at kunne påvirke disse tilhørergrupper på forskellige måder, der indirekte var årsag til, at der i den klassiske retorik blev udviklet tre forskellige talegenrer.

Til hver genre hører nogle regler, som taleren må sætte sig ind i. De tre talegenrer er følgende:

1. Den juridiske tale - retstalen

Denne foregår i retssalen og gælder handlinger, der er sket (fortiden). Talens formål er at anklage eller forsvare en person, og indholdet er om ret og uret.

2. Den rådgivende tale - den politiske tale

Denne foregår i politiske institutioner og gælder handlinger, der skal ske (fremtiden). Talens formål er at tilskynde eller fraråde andre i forhold til en politisk beslutning og handler om gavn eller skade.

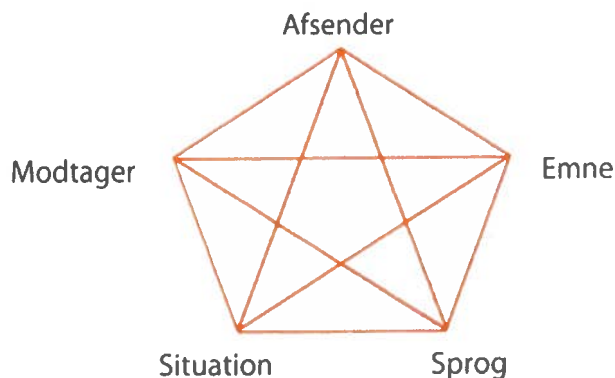
3. Festtalen - lejlighedstalen

Denne foregår ved højtidelige lejligheder og sker her og nu (nutiden). Talens formål er at rose eller rise en person og handler om dyder og laster.

Det faktum, at de tre talegenrer er orienteret mod tidens tre faser - fortid, nutid og fremtid - har givet netop de tre talegenrer et universelt præg, som har fået dem til at overleve helt tilbage fra antikkens tid og op til i dag. Vi har nemlig stadig behov for at retfærdiggøre begivenheder, der er sket engang i fortiden. Vi har stadig behov for at diskutere holdninger, som kan ændre forhold i fremtiden. Og vi har stadig behov for at markere særlige begivenheder og relationer til andre mennesker, når vi deltager i forskellige fællesskaber.

Ciceros retoriske pentagram

Hensigtsmæssig formidling er hensigtsmæssig for nogen i en bestemt sammenhæng. Meddelelsens sproglige form må rette sig efter emnet og situationen, afsenders hensigt og modtagers forudsætninger. Det illustreres i det retoriske pentagram:



Alle fem elementer spiller sammen i den vellykkede tekst som en enhed af indhold og form.



Argumenter for forandring

MARK DESHOLM, ANN-KATRINE GARN OG JAN WOOLHEAD: Planeten står ved en skillevej

Debatindlægget er skrevet af Mark Desholm (afdelingschef i Dansk Ornitologisk Forening), Ann-Katrine Garn (zoolog ved Københavns Zoo og formand for den danske IUCN Nationalkomite) og Jan Woolhead (World Commission of Protected Areas, IUCN). Det er publiceret på Altingets hjemmeside den 20. september 2016.

Det er efterhånden gået op for de fleste danskere, at vi befinder os på dørtærsklen til både en klima-, miljø- og naturkrise på vores planet.

Temperaturen, vandstanden i havene, mængden af plastik i vores marine fødevarer, antallet af udryddelsestruede arter og fødevarereproduktionen stiger og stiger, og det skaber store udfordringer for naturen og for os mennesker, der lever i og af naturen.

Heldigvis findes der tusinder af fagfolk og idealister spredt over vores skønne planet, der dagligt knokler for at finde og igangsætte løsninger på jordens udfordringer.

Et manifest for naturen

Her i starten af september havde vi sat hinanden stævne midt i Stillehavet til verdens indtil nu største kongres omkring naturbevarelse, hvor et netværk af 10.000 statsledere, forskere og NGO'er¹ i ti dage diskuterede og sammen udviklede en plan for de næste års globale indsats for naturen.

Vi var tre danskere, der deltog i denne IUCN-verdenskongres på Hawaii.

IUCN står for International Union for the Conservation of Nature og er en international naturbevarelses- og lobbyorganisation med fast observatørstatus i FN, ledet af den danske generalsekretær, Inger Andersen.

Dette kæmpeevent blev henlagt til skønne og frodige Hawaii i håbet om, at Aloha-ånden kunne inspirere verdens førende inden for naturbevarelse og bæredygtig udnyttelse af naturen. Aloha betyder hej, tak og jeg elsker dig på det lokale sprog og rummer samtidig også en ærefrygt og kærlighed til alle mennesker og til vores fælles natur.

¹ NGO: Non-governmental organization; engelsk betegnelse for ikke-statslige organisationer, fx miljøorganisationer



¹ endemisk, dyret, som kun lever på et bestemt afgrænset område

² præsens, som er tæt på i bevidstheden/hukommelsen

³ konsensus, enighed

⁴ kritisk ressource

⁵ græsrodder personer, der er engageret i organisationer og/eller politisk arbejde for en sag

Og så kunne Hawaii-øgruppen, med sin klimasårbarhed og udryddede endemiske¹ dyrearter, minde deltagerne om de præsente² kriser, vi var samlet for at finde løsninger på.

Resultatet af dagene på Hawaii var et fælles manifest med overskriften "Planeten ved en skillevej".

To veje at gå

Vi ved, at den er helt gal med hensyn til tab af naturens arter, den globale opvarmning og udnyttelsen af vores fælles naturressourcer. Vi kan alle se, at vi står ved en skillevej.

Enten kan vi dreje den ene vej og lade planeten køre imod forfald, eller vi kan gå den anden vej i retning af en mere bæredygtig udnyttelse af naturens ressourcer.

Kongressen vedtog med bred konsensus³ at dreje den anden vej, ad naturens og menneskehedens vej. Det er nu eller aldrig. Vi ligger inde med langt hovedparten af den nødvendige viden, så der skal bare lægges en plan og skabes action nu!

Dette kræver dog omfattende politiske, økonomiske, kulturelle og teknologiske valg, som kan øge den generelle velfærd på en måde, der samtidig støtter og øger vores planets naturmæssige aktiver⁴.

Alle brikker skal i spil

Men for at lykkes med drejet imod en mere robust og sund natur og menneskehed kræves nye partnerskaber på tværs af planeten, mellem regeringer, NGO'er, naturbevarelsesfagfolk, videnskabsfolk, forbrugere, byplanlæggere, græsrodder⁵, entreprenører, oprindelige folks organisationer og den finansielle verden.

Alle parter holder hver deres vitale brik til det store puslespil, der illustrerer en verden, hvor naturen understøtter menneskehedens sunde udvikling.

Dette er vores kollektive udfordring for de næste årtier, i den ægte Aloha-ånd, og som IUCN-kongressen indbyder verdenssamfundet til at påtage sig. Men det kan kun lykkes, hvis vi er sammen om udfordringen på globalt plan, og vores politikere og organisationer skal selvfølgelig være med.

Men også hver enkelt dansker må beslutte sig for, hvilken vej de vil gå ud ad. Planeten har brug for din Aloha-ånd og din bæredygtige handlekraft – nu!

THORKILD BJØRNVIG: Skovene

Digtet "Skovene" stammer fra samlingen *Epimetheus – miljødigte 1980-90*, udgivet i 1990.

.....

1.

Træerne falder og falder
hen over skovbund, nedad bjergskråninger,
afgrenet, gennemskåret, læsset på lastbiler,
kørt bort, målt med klodetid, livsluft,
til kortvarig ensidig nytte.

2.

Falder og falder
med nålene, løvet, fotosyntesen
reder, æg og flygtende fugle
blotlægger myldret af dyr på flugt
fra grene og hulninger, bort fra
underskov, kratværk og rødder.

3.

Falder og falder
med dryader¹ og ånder
bort fra de skovfolk, som i årtusinder
har levet med træerne, set urmødre
urfædre i dem, og nu
er fordrevet til træløst slum, hverken
hjemby eller fødelandskab.

¹ dryade: en overnaturlig skovnymfe (i den græske mytologi)

4.

Falder og falder
spredes som planker og brædder
i værksteder, skure, fabrikker, transporteres
som brugsting og prydenstande²
ud i butikker, kontorer og boliger,
kværnes til katarakter³ af papir:
informationer, reklamer, aviser, knittrer
som brænde, oser af affald.

² prydenstand, pyntenstand

³ katarakt vandfald



* mønner som har mistet sin styrke pga ælde og fugt

5.
Falder og falder
ud af vindene, stilheden, regnen og sneen
skyerne, klarheden – eller
bliver stående som mønrede¹ skeletter,
tåget ud til dryppende genfærd
i svovlforurenende regnfald – eller
segner i springende flammer
der lyder som skybrud.

¹ infernalsk, djævelsk,
ikke til at holde ud (om
lyd)

* eksekution henrettelse

6.
Disse påsatte, langt flere end lyn-
forårsagede skovbrande. Disse
øksehæmrende motorsavende
infernalske², i triumf stigende
trommehvirvler til eksekutionen³
af træer overalt, til skovens endeligt,
er det muligt at standse dem, eller
er det en arts- og naturkatastrofe?

under marken

7.
Hvorfor har træerne, disse seje undere⁴, fyldt
af overskydende gaverig livskraft,
disse, om de får lov, længst levende
ingen magt, intet forsvar? Enten står de
på stedet, er. Eller også er de ikke.

8.
Fra træerne udgår, hvad mennesker i længden,
århundreders længde, ikke kan undvære:
liv uden hensigt: væren.
Dette går som en akse op fra jorden
i stjernestunder gennem os. Enten er vi.
Eller resten er stridbar forvirring,
et liv uden fester og fred
uden rødder og stjerner.

LEONARDO DICAPRIO: Tale i FN

Den 23. september 2014 var den amerikanske skuespiller Leonardo DiCaprio inviteret til at tale ved FN's klimakonference.

.....

1 Tak hr. generalsekretær¹, Deres excellencer, mine damer og herrer og ærede
2 gæster. Det er en ære for mig at være her i dag. Jeg står ikke her som en eks-
3 pert, men som en bekymret borger, en af de 400.000 som demonstrerede i New
4 Yorks gader i søndags, og en af de milliarder af andre verden rundt, som ønsker
5 at løse vores klimakrise.

generalsekretær
øverste leder af en
organisation

6 Som skuespiller lever jeg af at lade som om. Jeg spiller opdigtede personer,
7 der ofte løser fiktive konflikter. Jeg tror menneskeheden har set på klimafor-
8 andringer på samme måde: Som om det var fiktion, noget det skete på nogen
9 andres planet, som om det at foregive at klimaforandringerne ikke var virkeli-
10 ge på en eller anden måde ville få dem til at forsvinde.

11 Men jeg tror vi ved bedre. Hver uge ser vi nye og ubestridelige klimafæno-
12 mener – bevis på, at voksende klimaforandringer sker nu. Vi ved, at tørker for-
13 stærkes, at havene opvarmes og bliver mere syreholdige, med metangas som
14 stiger op fra havets bund. Vi ser ekstreme vejrphenomener, forhøjede tempera-
15 turer, og vi ser at indlandsisen i Antarktis og i Grønland smelter med en hidtil
16 uset hastighed, årtier forud for de videnskabelige prognoser. Intet af dette er
17 retorik, og intet af dette er hysteri. Det er et faktum. Videnskabsmændene ved
18 det, industrien og regeringerne ved det, selv det amerikanske militær ved det.
19 Admiral Samuel Locklear, chefen for den amerikanske Stillehavsflåde, har for
20 nylig udtalt, at klimaforandringer er vores allervigtigste sikkerhedstrussel.

21 Kære venner, denne forsamling² står nu – måske mere end nogen forsamling
22 tidligere i menneskets historie – over for denne vanskelige opgave. I kan skabe
23 historie ... eller blive foragtet af den.

² dvs. FN's
generalforsamling

24 For at være helt tydelig drejer dette sig ikke bare om at få folk til at skifte
25 deres elpærer eller købe en hybridbil. Denne katastrofe har vokset sig hinsides
26 de valg, som individer foretager. Det handler nu om, at vores industrier og re-
27 geringer i hele verden tager beslutsomme, omfattende valg.

28 Jeg er ikke videnskabsmand, men det behøver jeg ikke at være. For viden-
29 skabsmændene har talt, og de har givet os vores prognoser, at hvis vi ikke står
30 sammen og handler, vil vi utvivlsomt gå til grunde. Nu er tidspunktet kommet
31 til at handle.

32 Vi bliver nødt til at sætte en afgift på CO₂-udledninger og fjerne statslige
33 tilskud til firmaer, der producerer kul, gas og olie. Vi bliver nødt til at sætte en
34 stopper for den fribillet, som industrielle forurenere har fået i det frie markeds
35 navn; de fortjener ikke vores skattepenge, de fortjener vores kontrol. For øko-
36 nomien vil selv dø, hvis vores økosystemer kollapser.

37 Den gode nyhed er, at vedvarende energi ikke kun er opnåelig, men sund

37



økonomisk politik. Ny forskning viser, at ren, vedvarende energi omkring 2050 vil kunne levere 100 % af verdens energibehov ved at bruge allerede eksisterende teknologier, og det vil skabe millioner af jobs.

Dette er ikke en partipolitisk debat, det er en menneskelig debat. Ren luft, rent drikkevand og et udholdeligt klima er umistelige menneskerettigheder. Og en løsning på denne krise er ikke et spørgsmål om politik. Det er vores moralske forpligtelse, selv om det, indrømmet, er en skræmmende forpligtelse. Vi får kun én planet. Menneskeheden skal holdes ansvarlig på et globalt niveau for den hensynsløse ødelæggelse af vores fælles hjem. Beskyttelse af vores fremtid på denne planet afhænger af den bevidste udvikling af vores art. Dette er den mest krævende af alle tider og det mest påtrængende budskab.

Mine ærede delegerede, verdensledere, jeg lever af at lade som om. Men det gør I ikke. I søndags lod folket dets røst høre hele verden rundt, og dette momentum stopper ikke. Og nu er det JERES tur. Tiden til at svare på den største udfordring for vores liv på denne planet ... er nu.

Jeg beder til, at I vil møde udfordringen med mod. Og ærlighed. Tak.

Theis Ørntoft: Det er forvirrede tider (2014)

Det er forvirrede tider, jeg skal fortælle om
det var tider, hvor intet skulle begrænse os.

Hver gang jeg ikke distraherer mig selv med ligegyldige gøremål

- 5 tænker jeg på apokalypsen
hver gang nogen udtrykker håb for det bestående
får jeg det fysisk dårligt.
Lad os sætte os her i skumringen og vente på
at revolutionen griber os.
- 10 Lad os sætte os ned med kviksølv i lungerne
og flyforbindelser i hud og hår
og læse breaking news
de sløjfer skøjtebanen i årets kommunale budget
hvad fanden er det for noget
- 15 de finder eftersøgt drabsmand inde i tv-stjernes barndomsminde
hvad fanden er det for noget.
Gik igennem en ærlig passage
et sted forleden
i en samtale måske.
- 20 Jeg har ikke længere nogen overordnet plan for livet
ud over at holde mig tæt på folk jeg elsker
jeg har fået nok af at bilde mig samfundene ind
jeg har fået nok af at fylde min mund med petroleum
og se boreplatformene komme sejlene
- 25 se dem skyde deres flammer op i mørket.

Theis Ørntoft: Digte 2014. Gyldendal, 2014

Arbejdsspørgsmål:

- 30
- Fælles intro: digtets første to linjer (fortid/nutid/fremtid? verbernes tider? Stemning? Ideologi?)
 - Start med at kommentere på digtets grafiske opstilling – hvilket indtryk giver det?
 - Overstreg cirka fem ord der peger på digtets undergangsstemning
 - Udvælg én metafor som du synes er helt særligt vigtig for digtet, og analysér hvad metaforen betyder på realplanet (hvilke associationer, konnotationer, medbetydninger skaber den?)
- 35
- Find digtets gentagelser. Kan du beskrive gentagelsen med et fagbegreb? Undersøg virkningen af digtets brug af gentagelser.
 - Hvad er af virkningen af at det lyriske jeg kommenterer på medievirkeligheden l. 12-16
- 40
- Fortolk afslutningen på digtet(l. 20-25) – det lyriske jeks sindstilstand? Nutidsperspektiv? Fremtidsperspektiv? Dyk særligt ned i metaforerne i de tre sidste verselinjer
 - Overvej hvad du kan få ud af at læse digtet