

Södertörns högskola | Institutionen för Kommunikation, medier och it
Kandidatuppsats 15 hp | Retorik | vårterminen 2011
Retorikkonsultprogrammet

BEDRAGARRETORIK

- en retorisk analys av scam mail



Av: Anna Wihlke
Handledare: Mats Rosengren

INLEDNING 4

Syfte och frågeställning 4

KORPUS 4

TEORI 6

Tillit, lögn och bedrägeri
– om övertygelsens natur 7

Diskurs, hyperkorrektion och imitatio
– om anpassningens natur 11

METOD 13

ANALYS 14

RESULTAT 21

DISKUSSION 22

AVSLUTNING 23

REFERENSER & TACK 26

BILAGA 1: GENREANALYS 27

BILAGA 2: KORPUS 28

NOTER 37

560. Ett verksamt medel att uppnå ett mål är att hetsa ett dussintal brev efter varandra.

ur Handbok för svindlare och sådana som vill bli det, 1927

INLEDNING

Det är december 2010. Ovanligt många anmälningar om scam mail inkommer till polisen och ett larm utbryter i medierna. Man varnar för en ny bedrägerihärva på nätet och vi uppmanas vara vaksamma då vi gör affärer på annonssajter såsom Blocket och Tradera – sedan oktober har enbart Södertörnspolisens i Stockholm utrett 23 olika bedrägerihärvor. I en av härvorna svindlades totalt omkring 100 000 kronor. "Folk är naiva" säger kriminalinspektör Sven-Erik Svanberg till Metro.¹ Det är den 15:e december 2010.

Två veckor tidigare firas första advent runtom i landet. Från en stuga i Skåne skickar någon ett e-julkort till en faster i Stockholm som mailar en hälsning till ett kontor i Svedala, och i ett garage står en Harley Davidson Chopper -01 redo att inspekteras av ännu en julklappsjägare. Ett mail skickas från Oslo till Göteborg: "Jeg så annonsen på sykkelen din og lurer på om jeg kunne komme og se det på onsdag. Jeg har et møte i Kungälv og kan kjøre veien forbi". Någon annanstans ifrån skickas ett mail till en svensk e-postadressent. Avsändaren svarar på Blocket-annonsen "Macbook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy": "Hi is your laptop still for sale". Utskicket gjordes från ip-nummer 64.255.180.120 klockan 21:38. Fyra dagar senare svarar en retorikstudent "Det är klart att det är scam!".

Det var en vän till mig som ville sälja datorn och som, efter dryga tjugo mail från och till intressenten som utgav sig för att heta Mike Masswell, bad mig om råd. Jag förundrades över hur försöket kunde ha pågått så länge och började söka efter svar i korrespondensen. Hur är det möjligt att lura och att luras? Är det verkligen bara girighet som driver bedragare? Finns det något sådant som en faktisk bedragarretorik?

Jakten på bedrägeriets natur visade sig långt snårigare än väntat och spåren kom att leda mig till allt från antikens Grekland, Bourdieus sociologiska teorier och en tysk-judisk 20-talsessäist till 2000-talets svenska lögnforskning och amerikanska experter på organiserad brottslighet. Det blev en uppsats.

Syfte och frågeställning

Uppsatsen syftar till att belysa övertalningens form och funktion i det digitala samhället. Detta vill jag göra genom att, ur ett retoriskt och filosofiskt perspektiv, undersöka de språkliga processer som möjliggör bedrägeri. I nätbedrägeri, där förövare och offer varken känner varandra sedan tidigare eller träffas öga mot öga, ställs den retoriska förmågan på sin spets. Därför har jag valt att undersöka scam mail och detta i form av en korrespondens, då tidigare forskning endast fokuserat på bedragarens agerande.

Min övergripande frågeställning är "Vad möjliggör bedrägeri och hur kan vi känna tillit till en fullkomlig främling?". Detta vill jag utreda utifrån en fallstudie av ett bedrägeriförsök, med andra ord utifrån vad som kan tänkas ha möjliggjort just det bedrägerifallet.

KORPUS

Jag kommer att utgå från den mailkorrespondens mellan en potentiell bedragare och ett potentiellt bedrägerioffer, vilken ägde rum från den 1:a till och med den 4:e december 2010, för att belysa det som jag vill kalla

bedrägeriets fenomenologi. Under denna rubrik vill jag först beskriva scam mail som genre – bakgrund, själva begreppet och stilistiska drag – och sedan beskriva de scam mail jag undersökt i just denna uppsats.

Bedrägeri är troligtvis en av världens äldsta verksamheter, om vi antar att gräset alltid verkat grönt på andra sidan. Idag kan vi ljuga i telefon, via e-mail, Twitter eller Skype. I och med den pågående expansionen av kanaler att ljuga genom kan vi anta att de senaste hundra åren inneburit en explosion vad gäller sätten och möjligheterna att ljuga (Kronkvist, 2007:19). Utökad nätsekretess, trygga avstånd och anonymitet gör ljugande enklare och eventuellt närmre till hands. "Tillfället gör tjuven" är ett uttryck som jag tycker illustrerar utvecklingens bränsle väl.

Scam mail – nätbedrägeri via e-post. 1927 lovprisades *brevet* som medel för bedrägeri – "suggestivare än telefonsamtal och i vissa fall till och med att föredra framför möten öga mot öga" (Sermer, 2010:181). Nästan ett sekel senare kostar endast scamvarianten "nigeriabrev" amerikaner 250 miljoner dollar om året och nigerianska knarksmugglare sägs övergå till scam för att det är billigare och mindre riskabelt (Edelson, 2006:18).² I Sverige dök nigeriabreven först upp via fax, men de har funnits i pappersform via vanlig post sedan 80-talet. I artikeln "Baiters Teach Scammers a Lesson" (Wired, 2006-08-04) berättar Insa Nolte, lektor i västafrikanska studier vid Birminghams universitet, hur tillgången till internet förvandlade en typ av lokalt bedrägeri till en av Nigerias största exportindustrier.

Scam bedrivs ofta i form av massutskick, men är inte att förväxla med *spam*, så kallad skräppost. Spam är likväl vida spridd och oönskad e-post, men till skillnad från scam, inte nödvändigtvis vinstdrivande. Spam mail kan innehålla en rolig historia, en bild eller vara avsedda för vidarebefordring, det vi kallar "kedjebrev". Scam däremot syftar till att lura av mottagaren pengar. Om vi liknar spam med att mata fåglar så är scam snarare att fånga fisk. Spam opererar envägskommunikativt, mailen slumpas iväg utan respons, emedan scam är beroende av interaktion för att fungera. Scammern kastar ut ett nät och kammar in fångsten.³ Så fort denne fått napp drivs processen vidare av ett helt team, i vilket alla bidrar med sin respektive specialisering, allt från dokumentförfalskning till smicker (Edelson, 2006:16).

Scam mail följer ofta ett stilistiskt schema, ett så kallat *format*. Med format menar man typhistorier som med hjälp av detaljförändringar är återvinningsbara. Dessa format är särskilt tydliga i nigeriabrev. Ett exempel på ett format typiskt för nigeriabrev är att personen X från landet Y har dött på grund av orsaken Z och lämnat efter sig ett arv som en släkting till personen X ber dig att vara mellanhand för, och i utbyte för tjänsten erbjuds du en viss procent av summan. Ofta framstår, eller åtminstone syftar historien till att framstå, som ditt livs bästa erbjudande. Breven är detaljerade, mångordiga och ofta artigt formulerade men språkligt och grammatiskt svaga.

Av någon anledning har nigeriabrev inte sällan en ironisk eller komisk underton. I exempelformatet ovan skulle en sådan underton kunna utgöras av att personen X bär en celebritets namn eller att dödsorsaken Z är osannolik. Författaren Eve Edelson har i sin bok *Scamorama* undersökt 385 mail med ett liknande format och konstaterar att dödsorsaker kan vara allt från kidnappningar och krig till flygkrascher och plastikkirurgi (Edelson, 2006). Kanske är ironin ett sätt att driva med eller rentav idiotförklara mottagaren. Min tanke stöds i så fall av att nätbedragarna kallar offer för "mugu" – *idiot* (Edelson, 2006:51).

Idag roar vi oss dock även på bedragarnas bekostnad – speciella sajter med tips om hur de kan få smaka på sin egen medicin har brett ut sig på nätet. Här får luttrade internetsabotörer, rastlösa debattörer

och hämndlystna bedrägerioffer chansen att uppta ovetande nätbedragares tid, i vad som kan vara långa korrespondenser innehållande allt från falska kärleksförklaringar till utdragna affärsuppgörelser. Resultatet blir närmst en ny litterär genre – Edelson kallar den *scambaiting*. Att driva med bedragare är dock inte alltid en lek. Nätbedrägeri är tung organiserad brottslighet och människor har dödats då de gått med på att fysiskt möta sin korrespondent (Edelson, 2006). Men låt mig nu kort beskriva den korrespondens som är aktuell för uppsatsen, och som lyckligtvis slutade väl:

Händelsen rapporterades till polisen den 5:e december och är sannolikt en bland många i den bedrägerihärva som polisen varnade allmänheten för strax därefter. Jag har valt just denna korpus då jag anser att den fångar bedrägeri som kommunikativt fenomen – både i sin aktualitet och i kombination med bedrägeri som tidlöst fenomen och efterhängset hot mot retorikens rykte. Ytterligare en anledning till valet är, som tidigare nämnts, att mailen är just en korrespondens och inte enbart scam mail.

Korrespondensen består av totalt 21 mail, varav ett dussin är skickade från den förmodade bedragaren alias Mike Maswell (exklusive ett som undertecknats Bank Of America och ett utanför korrespondensen, vilket skickats av misstag till säljaren och inte analyserats separat). Mailen är skrivna på engelska och jag kommer att referera till dem utan att översätta till svenska – detta då översättning kan innebära betydelseförskjutning och jag vill ge läsaren möjligheten att tolka på basis av originaltexten. Korrespondensen är disponerad likt ett samtal då den bland annat förs framåt med hjälp av frågor, men i stort följer den brevgenren med hälsning och signatur. Vartannat mail skickas från bedragaren. Detta med tre undantag, i vilka bedragaren skickar två eller tre mail efter varandra utan att invänta svar från mottagaren. Mailen är olika långa, från en mening till längre utläggningar.

Eftersom korrespondensen hejdades går det inte att bevisa att dessa brev är just scam mail. För att kunna klassificera materialet som försök till bedrägeri har jag därför genomfört en föranalys i form av en genreanalys, vilken på basis av bland annat boken *Att avslöja lögn* (Kronkvist, 2007) styrker att breven verkligen var avsedda att lura mottagaren. I denna genreanalys kan jag även klassa scam mailen som nigeriabrev (Se bilaga 1).

TEORI

För att skapa en förståelse för vad som möjliggör bedrägeri så behöver jag först se till tidigare forskning. Bedrägeri är ännu ett relativt outforskat ämne, nätbedrägeri i synnerhet. Den enda retorikforskning om scam mail som, vad jag vet, tryckts i Norden är en dansk magisteruppsats med resultatet att scam mail inte går att analysera retoriskt på grund av bristande information om bedragarens retoriska situation (Hjorth, Bergström, 2007). Därmed har jag främst sökt mig till lögn- och tillitsforskning.

Jag vill beskriva bedrägeriprocessen som övertygande och anpassning. I ett försök att närma mig bedrägeriets natur kommer jag nedan därför att undersöka övertygelsens och anpassningens natur. Detta görs under två samlingsrubriker: Under den första rubriken *Tillit, lögn och bedrägeri* kommer jag att sammanlänka tillitsforskning med lögnforskning samt belysa lögnens liksom moralens roll inom klassisk retorik. Under den andra rubriken *Diskurs, hyperkorrektion och imitatio* vill jag presentera en idé om anpassning som kommunikativ funktion och förutsättning.

Tillit, lögn och bedrägeri

– om övertygelsens natur

Retoriken har sedan antiken beskyllts för att vara konsten att övertala, förvränga och bedra snarare än att övertyga och bevisa. Smädelser kring övertalningens tekniker har formulerats från Platon fram till dagens kritiker. Utgångspunkten för kritikerna har varit deras syn på och definition av retoriken. Till skillnad från Platon framhåller Aristoteles att retoriken är förmågan att i varje situation finna det som kan övertyga. *Pisteuo*, retorikens syfte enligt Aristoteles, översätts ofta till just "att övertyga" men kan utifrån det grekiska ordet för tillit, *pistis*, även tolkas som "att skapa tillit".⁴ Om vi antar att tillitsskapande är en förutsättning för övertygande så omfattar *pisteuo* båda begreppen. Därmed skulle Aristoteles stora undersökning av retorikens natur lika mycket handla om vad som skapar tillit i varje enskild situation som vad som övertygar. Jag vill påstå att det är det tillitsskapande momentet i övertygandet som skiljer att övertyga från att övertala. Den som blir övertalad kan göra något mot sin vilja, men den som blir övertygad gör något av egen fri vilja därför att det skapats en tillitsrelation med den som övertygat. Retoriska budskap uppmanar ju ofta till handling och tillit blir då en förutsättning för handlande och vår möjlighet att komma överens. All retorik syftar visserligen inte till konsensus, men till förståelse mellan de kommunicerande parterna. Ser vi till denna förståelse kommer vi närmre vad jag vill påstå att *pistis* innebär.

Pistis är inte nödvändigtvis ett resultat av ärlighet, sanningssägande eller goda avsikter, vilket vi ofta förknippar tillit med. Tillit är inte *detsamma* som att tro [att det som sägs är sant], men tro kan vara en orsak till tillit. Att hysa förtroende för någon är inte heller en tillräcklig beskrivning av tillit, men beskriver ändå en del av tillståndet. José Ramirez skriver i *Tillitens ansikten* att tillit beror av förtroende men att förtroende i sig inte ger någon fullbordad tillit. Han skiljer på tillstånden med hjälp av dess bakomliggande relationsstrukturer, såsom att förtroende ibland kräver tillägget "ömsesidigt" (Ramirez, 2001:137).

Tillit beror av *igenkänning* och *förväntan*. Kan vi varken känna igen oss eller förutsätta hur det kommande ska te sig så sätts tilliten på prov. Jag återkommer till detta längre ner. *Nyfikenhet* är också en förutsättning för tillit. Varje kunskapsprocess börjar med en viss förvåning eller förundran, något Aristoteles kallade *thaumázein*. Vi förstår att vi inte förstår vilket gör oss nyfikna, varpå igenkännandets process börjar (Ramirez, 2001:137-138).

Tillit kan lätt brytas, men är desto svårare att skapa. Den kan inte skapas genom beslut. Ett bra exempel på detta är hur en godtagen ursäkt inte alltid räcker för att återupprätta tilliten, liksom hur en ring inte räcker för att hålla samman ett äktenskap. Vad skapar då den tillit som kan leda till övertygelse? Aristoteles framhåller triaden *ethos*, *logos* och *pathos*, som (i den ordningsföljden) står för talarens trovärdighet och karaktär, de framförda argumenten och de känslor som talet och argumenten framkallar hos åhörarna (Aristoteles, 1996). En utgångspunkt för att man ska kunna övertyga någon är att man är trovärdig. Cicero framhåller därför talarens trovärdighet, *ethos*, som det viktigaste medlet för att övertyga. Saknas eller brister någon del av triaden riskeras övertygelsen eller – som jag vill kalla det – tilliten.

Allt som vi tar för givet handlar om tillit (Ramirez, 2001:136) – vår vardag till exempel, vilken vi förväntar fortlöper som vanligt. Tilliten i vardagen dominerar över misstron, vilket möjliggör handlande utan fullständig information (Aronsson & Karlsson, 2001:19). Detta då tillitens igenkännande element innebär en förståelse som inte grundar sig på säkra bevis och förnuftsresonemang utan på intuitiv kunskap (Ramirez,

2001:140). Vi tenderar att tro gott om människor och utgår ifrån att samhället vill oss väl, i syfte att fungera i våra dagliga liv. Därav vardagliga uttryck som "Vad du ser är vad du får" och den rättsliga principen att alla är oskyldiga tills motsatsen bevisas, vilket säger mycket om hur tillit verkar i vår gemensamma doxa.⁵ Vi lever efter traditioner och överenskommelser, förlitar oss på rutiner och igenkänning. "Varför ändra ett vinnande koncept?" säger någon, "Bättre en fågel i handen än tio i skogen" säger en annan. Om saker och ting fungerar som de ska har vi ingen anledning att ändra på våra handlingar och rutiner. Förändring är krävande, ibland till och med frustrerande. Då världen är i ständig förändring behöver vi referenspunkter, någonting som skapar trygghet och mening – kaos är vår största rädsla. Tänk bara på när tumult utbryter i en folkmassa. Ofta sker det till följd av en avvikelse från det vi är vana vid eller förväntar oss. Något så banalt som en tågförsening kan skapa delad oro som utvecklas till turbulens och i värsta fall panik.

Det här synsättet styr vårt handlande och påverkar hur vi bedömer riktighet. Man brukar tala om att besitta en *bias*, en förutfattad mening som leder till konsekventa felbedömningar (Kronkvist, 2007:15).⁶ I det här fallet kan vi framhålla en *sanningsbias* – att vi generellt sett bedömer andras uttalanden som mer sanna än vad de i själva verket är. Detta gäller dock inte inom alla grupper. Nu vill jag återknyta till det jag tidigare nämnde om när tilliten sätts på prov, för i anslutning till tillit finner vi också misstro, misstanke och tvivel:

Man talar ofta om tro som drivkraft, och vi har ju konstaterat att samhället främst drivs av tillit, men även misstro kan vara en drivkraft.⁷ Hur går det då till? Ramirez skriver att misstro föds när förväntansgrund saknas (Ramirez, 2001:138), men jag vill framhålla att misstro även kan födas på basis av förväntan. Yrkesverksamma som ofta stöter på lögn, såsom folk inom försäkringsbranschen, rättsväsendet och sjukvården, har inte sällan en *lögnbias*. Ramirez skriver också att vana främjar tillit (Ramirez, 2001:137), men människor med lögnbias väntar sig i högre grad falska yttranden än sanna. En sådan misstro kan bespara dem att bli lurade, men också leda till att någon som är ärlig och oskyldig blir felaktigt anklagad och beskylld. (Kronkvist, 2007:14-15).

Kombinationen lögn, förväntan och frekvens, det vill säga hur ofta vi utsätts eller anser oss vara utsatta för lögn respektive förväntar oss lögn, avgör om vi känner tillit eller misstro. Scam mail är något som vi ofta stöter på och, om identifierat som just scam, också något vi väntar oss ska vara falska utsagor. Trots detta finns det idag, så vitt jag vet, ingen forskning om lögnbias inom digital kommunikation. Nu ska vi tala om etik och moral inom den klassiska retoriken!

De flesta retoriker ställer sig negativa eller åtminstone skeptiska inför lögn som retorisk strategi, somliga främst av moraliska skäl, andra på grund av lögnens tveksamma effektivitet. Bland de som uppmärksammar moraldilemmat väljer jag att framhålla Quintilianus och Augustinus. Menander Rhetor och Aristoteles får illustrera de som pekat på faran med att ljuga för att nå sina mål.

Quintilianus hävdar att endast en *vir bonus*, en god man, kan bli en god retoriker, då gott och ont inte kan förenas i en och samma person. De egna karaktärsdygderna, såsom skötsamhet, är i stället en förutsättning för att någon ska kunna ta sig igenom en krävande talarutbildning. Bara förberedelsen inför det framgångsrika talet förutsätter att talaren ägnar sin odelade uppmärksamhet till själva talförberedelsen. Den onde talaren däremot är splittrad till sinnet - eller med Quintilianus ord: "Ingen är nämligen så svårt ansatt som den som har ett ont sinne, så obeständig, så splittrad och söndersliten av så många skiftande sinnesrörelser. När han förbereder ett illdåd pinas han av förhoppningar, möda och bekymmer, och även när han uppnått sitt brottsliga mål plågas han av ängslan och ånger, och av fruktan för alla slags

straff" (Quintilianus, *Den fulländade talaren*:159). Får en talare då aldrig ljuga? Jo, om han redan är en god man och lögnen är ett nödvändigt ont för att uppnå något gott och hedervärt som annars inte skulle kunna realiseras. Då är det istället talarens plikt att manipulera och använda alla de medel som står till buds – talaridealet är ju Cicero (Harsting, 2008)! Quintilianus skulle emellertid avfärda en "bedragarretorik" eftersom en bedragare varken skulle kunna vara en *vir bonus* eller uppnå en retorisk skicklighet värd namnet.

För Augustinus är dock lögnen omöjlig som vapen även för den goda sakens skull. På 300-talet beskrev han lögnaktigt tal som en synd och ett missbruk av språket. Det är dock talarens falska intention som gör något till lögn och synd – inte det språkliga uttrycket i sig. Språket är bara ett neutralt redskap. Den diskrepens som kan råda mellan talarens goda intention att tala sanning och dennes bristande uttrycksförmåga begränsar dock språket som sanningsbärare. Om man inte förmår uttrycka sig väl bör man låta bli och i stället låta ett gott leverne vara ett gott exempel för andra (Harsting, 2008).

Menander Rhetor står i skarp kontrast till Augustinus. För Menander är faran med lögn att talaren kan förlora sin trovärdighet om han ertappas med att ljuga. Därför ska man som talare exempelvis aldrig förfälska fakta. Om talaren håller sig till *doxa*, den allmänna uppfattningen, och är övertygande så går det dock bra att både ljuga och använda fantasin för att hitta på saker som stödjer den egna saken. Lögnerna får däremot varken strida mot den allmänna uppfattningen eller gå att kontrollera. Att förtiga det som talar mot ens egen sak och att överdriva det som talar för – *amplificatio* – är till och med att rekommendera, enligt Menander (Harsting, 2008).

Aristoteles behandlar retorikens moraliska aspekter i sin etik och betonar att lögner och bedrägeri är opassande, men i retoriken går han tekniskt och systematiskt igenom det som kan användas för att övertyga oavsett om det är för den goda sakens skull eller dess motsats (Harsting, 2008).

Innan vi går vidare till att skärskåda bedrägeri som begrepp och fenomen vill jag reda ut lögnbegreppet lite mer ingående: En lögn är en osanning, men behöver inte nödvändigtvis vara motsats till sanning. Gränserna avgörs av allt från sammanhang, mottagare och tro. Yrsa Stenius, författare och krönikör, påstår i *Lögnens olidliga lätthet* (Stenius, 2006) till och med att ett sant påstående i sitt sammanhang kan vara så missvisande att det förfalskar innebörden i det sagda och i praktiken förvandlas till lögn (Stenius, 2006).

En lögn har en avsikt att påverka. En lögn har, liksom ett yttrande, en eller flera avsändare respektive mottagare. Tror mottagaren på lögnen så kan vi tala om en lögnare och en lurad. Den lurade har då *drabbats* av lögnen.

Lögn kan vara ett verbalt fenomen, men i samma andetag som vi nämner lögnaktigt beteende, falskhet som egenskap eller talande tystnad, så inser vi att lögnens medel är många. Jag kommer dock att inom ramen för denna uppsats betrakta lögn som ett språkligt fenomen.

Ofta uppfattar vi lögner som någonting negativt, och söker därmed *rättfärdiga* dem (Kronkvist, 2007), åtminstone om de avslöjas. Vi talade tidigare om Augustinus, och visst spelar kristendomens synd och förlåtelse in i vår syn på lögn? Guds åttonde budord lyder ju som bekant "Du skall inte bära falskt vittnesbörd mot din nästa" (2 Mos. 20:6). Samtidigt tolereras detta om lögnaren är tillräckligt ångerfull för att bekänna (katolska bikten, alternativt gudsbön eller bön om människas nåd) eller den drabbade (alternativt Gud/prästen) är tillräckligt god för att förlåta. Även ordspråk som "Ärlighet varar längst" visar på en lögnkritisk ideologi, där vi bildas till sanningsägare liksom varnas för lögnen.⁸

Ola Kronkvist poängterar i *Att avslöja lögn* (Kronkvist, 2007) dock att långt ifrån all lögn uppfattas negativt, eller ens önskas avslöjas av mottagaren. Han menar att vissa lögner fyller en förmildrande och effektiviserande funktion i samhället. Dessa relativt harmlösa lögner som utgör en del av vårt dagliga sociala spel,⁹ även kallade vita lögner, ligger utanför denna uppsats ram. Här kommer vi endast behandla den typ av lögn som syftar till egen vinning, och detta i en vid mening. I tal om lögnernas förmildrande och effektiviserande funktion i samhället kommer jag i stället att tala om det som kallas *face-teorin*, det vill säga ansiktsbevarande respektive ansiktshotande strategier. Face är en typ av emotionell investering som kan behållas, förloras och stärkas, och som därför kräver underhåll i interaktion (Brown, Penelope & Levinson, Stephen. 1987).

En (troligen vanligt förekommande) strategi för att luras är att exponera en stark känsla för att dölja andra känslor, vilka lögnaren fruktar kan avslöja lögnen (Ekman, 2001 via Kronkvist, 2007:13). Denna strategi grundas i tron att lögn kan avslöjas genom avläsning av kroppsspråk, blick, tonläge eller andra fysiska tecken – en tro som både lögnare och ifrågasättare delat sedan urminnes tider.¹⁰ Till och med polisen använder sig av så kallade *ickeverbala ledtrådar* för att avslöja lögn. Detta trots att ingen forskning lyckats bekräfta dessa ledtrådars giltighet (Kronkvist, 2007:12).

Vi är generellt mycket dåliga på att avslöja lögn. Det kan ha att göra med att vi så sällan får feedback på våra bedömningar, men även våra förväntningar om lögn påverkar vår bedömningsförmåga (Kronkvist, 2007:14). En studie visar att rättsväsendet inte är bättre på att avslöja lögn än gemene man (Kronkvist, 2007). Inte ens en lögn-detektor kan ge helt korrekta bedömningar.

En lögn är inte sällan ett svar på någonting, ofta ett *försvar* mot någonting, men en lögn kan ju även bemötas. Därmed är en lögn att betrakta som ett flervägskommunikativt fenomen, en del av ett samtal eller en social struktur, vilket gör fenomenet retoriskt intressant liksom motiverar mitt val av att analysera en korrespondens. Konfrontation är sannolikt en av de vanligaste strategierna för att avslöja lögn, på samma sätt som det är en strategi för att ljuga. Ifrågasätts lögnaren ges inte sällan en aggressiv utmaning till svar, i stil med att man ska fråga en specifik person som kan intyga ordens sanning. Att hellre referera till andra än till sig själv är typiskt för den lögnaktiga berättelsen, något som kan resultera i generaliserande svar med irrelevant information. Ibland låter det nästan som om lögnaren inte ens är med i sin egen återgivning av något denne påstår sig varit med om (Kronkvist, 2007:49-50).

Jag kommer i tal om lögn ansluta mig till Aldert Vrijs definition av lögn i *Detecting Lies and Deceit* såsom den beskrivs av Kronkvist (Kronkvist, 2007:10), det vill säga "lögnen som ett framgångsrikt eller misslyckat försök till att utan förvarning skapa en tro hos annan, vilken man själv anser vara osann". Enligt denna definition är det alltså inte lögn att berätta någonting osant som man själv tror på, eller att berätta någonting osant för någon som är förvarnad om att det är osant.¹¹ Att den lurade däremot är definitivt oförberedd, likt i Kronkvists tolkning av Vrij – att lögn är "ett medvetet vilseledande av någon som är oförberedd" (Kronkvist, 2007:54) – håller jag inte helt med om (Se Resultat och Slutsats). Inom den klassiska retoriken motsvarar min definition Augustinus syn på lögn bäst.

Att berätta någonting osant som man själv tror på kan böttna i okunskap, missförstånd alternativt oförmåga eller ovilja att skilja på fiktion och verklighet. En människa som har eller skapar en sådan skev världsbild lever med lögn i sin vardag. Den som är kroniskt oförmögen att tala sanning är *mytoman*, det vill säga en sjuklig lögnare, emedan den som ljuger medvetet och systematiskt, det vill säga en professio-

nell lögnare, är *bedragare*. Dessa lögnprofiler bör inte förväxlas. I denna uppsats kommer vi ju endast tala om professionell och planerad lögn, det vill säga bedrägeri:

På vilket sätt skiljer sig bedrägeri från lögn? Jag vill här återknyta till Vrijs definition av lögn som ett *försök*. Om lögn är ett försök så är ett bedrägeri ett lyckat sådant. Ett bedrägeri är ett faktum.¹² Lögn är en *förutsättning* för bedrägeri och bedrägeri är ett *resultat* av en eller flera dragna lögner. För att bedra behöver man ljuga, men för att ljuga behöver man inte bedra. Om den lurade är att betrakta som en drabbad är den bedragare att betrakta som ett offer. Ett offer för bedrägeri förutsätter också en gärningsman, bedragaren – en benämning som vittnar om viss rutin och därmed ger lögn och bedrägeri en trolig temporal distinktion: Lögner kan kanske sägas mindre elaborerade, mer ögonblickliga, medan bedrägerier planeras och kan vara mycket komplexa med flera led. Ett bedrägeri är sannolikt mer än en reaktion. Det är ett överlagat agerande i syfte att gynna bedragaren, på den bedragares bekostnad.

Lögn och bedrägeri skiljer sig gällande både effekt och intention, men jag vill påstå att den främsta skillnaden mellan lögn och bedrägeri ligger i osanningens *effekt* snarare än intention, det vill säga i den grad av påverkan vilken yttrandet (eller motsvarande medel för lögn) orsakar hos mottagaren. Min uppfattning är att mer står på spel inom bedrägeri än inom lögn. Den som anser sig bedragaren har kanske förlorat någonting mer än stolthet eller omdöme, såsom pengar eller sin käresta. Är det en kärlek man förlorat kan man tala om äktenskapsbedrägeri eller liknande, men i min undersökning är endast penga-bedrägeri aktuellt.

I uppsatsen kommer jag vidare att behandla lögn och bedrägeri som två skilda begrepp, då lögn emellanåt kommer användas i sin mer allmänna bemärkelse, utan brottslig anknytning. I tal om bedrägeri och bedragare kommer jag i huvudsak ansluta mig till definitionen av bedrägeriet som ett samhällligt fenomen, likt Loretta Napolioni gör i *Skurkkapitalismen* (Napolioni, 2010), samt som ett socialt fenomen, likt Walter Sermer gör i *Handbok för svindlare och sådana som vill bli det* (2010). I båda fallen rör det sig dock om ett [mer eller mindre] brottsligt fenomen.

Diskurs, hyperkorrektion och imitatio

– om anpassningens natur

Scam mail är, på grund av sina härmande och förledande drag, en genre som gör allt för att *inte* framstå som en genre eller utmärka sin egenart – den existerar ju endast i skuggan av en förebild. Vi kan kalla den parasitär. Anpassning är därmed en förutsättning för bedrägeri, men det är även en förutsättning för vår dagliga kommunikation och för vårt identitetsskapande. För att teoretisera detta kommer jag ta hjälp av Pierre Bourdieus begrepp *hyperkorrektion*, i anslutning till bland annat Norman Faircloughs kritiska diskursteori samt diskurspsykologi.¹³ Jag vill även lyfta den klassiska retorikens *imitatio*.

En diskurs är en språklig representation av verkligheten, och innebär därmed ett bestämt sätt att tala om och förstå världen i konkurrens med alternativa diskursiva verklighetsbeskrivningar. Inom diskursforskningen intresserar man sig särskilt för kampen mellan olika diskurser, eftersom den fångar såväl sociala och kulturella förändringar som hur vi skapar sociala relationer och identiteter:

Den mänskliga identiteten ses inte som enhetlig. Istället konstruerar vi våra identiteter utifrån olika diskurser som kan stå i direkt strid med varandra (Jørgensen, Phillips, 2000:147). "Diskurserna fungerar som

resurser som man använder i argumentationen, och man bygger på olika diskurser och uttrycker därmed olika identiteter vid olika argumentationstillfällen.” (Jørgensen, Philips, 2000:127). Ett exempel på detta kan vara hur en medelålders svensk kvinna från Norrland i en viss diskurs framhåller sin roll som kvinna, i en annan som tonårsmamma, i en tredje som norrlänning, i en fjärde som arkitekt, i en femte som hår-drocksfantast, i en sjätte som 50-talist etc. Under en återträff med gamla barndomsvänner kan hon växla mellan dessa diskursivt motiverade roller allt eftersom konversationen fortskrider.

För att fånga den diskursiva rollväxlingen är Faircloughs begrepp *diskursordning* användbart. En diskursordning är enligt honom ”summan av de diskurstyper som används inom en social institution eller en social domän. Diskurstyper består av diskurser och genrer” (Jørgensen, Philips, 2000:73).

Inom diskursanalysen finns det många inriktningar. För min undersökning passar Norman Faircloughs kritiska diskursanalys bra, eftersom den kritiska diskursanalysen teoretiskt utgår från att det går att beskriva sociala och kulturella processer med lingvistiskt inriktad textanalys av ett empiriskt material, där språkanvändarnas sociala interaktion står i fokus. Det finns dock även sociala strukturer och fenomen som inte är diskursiva. Forskaren får då ta hjälp av andra discipliner än den lingvistiska såsom ekonomisk teori, sociologi, psykologi och kritisk kulturanalys.

En annan viktig utgångspunkt är att diskurser inte bara speglar sociala strukturer och processer utan även bidrar till att forma och omforma dem. Diskurser blir därför ideologiskt intressanta, eftersom det är i den vardagliga betydelseproduktionen som vi både upprätthåller och förändrar den sociala ordningen. Social förändring är emellertid inte bara ett resultat av kamp mellan diskurser. Förändringen visar sig också när en diskurs går från en diskursordning till en annan, eller när en kommunikativ händelse bygger på en tidigare. Då talar man om interdiskursivitet respektive intertextualitet.¹⁴

Ytterligare en viktig teoretisk utgångspunkt för den kritiska diskursanalysen är Gramscis teorier om betydelse och hegemoni, där den bärande idéen är att vi ständigt förhandlar om betydelse för att uppnå konsensus. ”Hegemonin är därmed aldrig stabil utan skiftande och ofullbordad, och konsensus är alltid bara en gradfråga.” (Jørgensen, Philips, 2000:80).

En invändning som riktats mot den kritiska diskursanalysen är att den dåligt fångar identitets- och gruppbildningsprocesser. Därför kan diskurspsykologin lämna värdefulla bidrag till denna uppsats, inom vilken jag önskar ta hänsyn till inte minst identitetsprocesser. Diskurspsykologin fokuserar bland annat på hur människor under social interaktion strategiskt använder diskurser till att framställa sig själva och sin omgivning i god dager, liksom vilka sociala konsekvenser det får (Jørgensen, Philips, 2000:13-14).¹⁵

Ett annat diskurspsykologiskt bidrag är den sociala identitetsteorin, som säger att gruppkonflikter har sina rötter i en bestämd social och historisk kontext. När vi ser oss som gruppmedlemmar uttrycker vi mer en social än en personlig identitet. Uppfattningen om jaget baseras med andra ord på *stereotypa* idéer om gruppen (Jørgensen, Philips, 2000:102).

Under föregående rubrik fastslog vi att identifikation är en förutsättning för tillit, och detta genom igenkänning. Vi har ett behov av att identifiera oss, söker efter det vi kan känna igen och som därigenom ger oss en känsla av trygghet. Låt oss nu tala om hur nätbedragare försöker fylla detta behov och anpassa sig för att likna sin mottagare:

Denna anpassning sker på två sätt - dels till form, dels till person. När det gäller formen talar man inom retoriken om anpassning till det passande, *decorum*, vilket var ett av de fyra stilidealerna i det antika

Grekland (*Encyclopedia of Rhetoric*, 2001:199-209). För talets effektivitet är det avgörande att bedragaren har stilkänsla, behärskar genrens innehåll, komposition och möjliga talarpositioner samt visar en god förståelse för det samhälle som genren ingår i och måste förstås mot bakgrund av.

Eftersom scam mail vanligtvis slumpas ut, inte sällan som massutskick, är sändarens vetskap om mottagaren initialt begränsad eller till och med obefintlig. Att utgå från stereotyper inom doxa blir, enligt mig, därför en viktig strategi för bedragaren. Allt eftersom konversationen fortskrider måste dock bedragaren använda sig av den information som framkommit i mailkonversationen för att modifiera och komplettera bilden av mottagaren. Därigenom skapar bedragaren gradvis den gemensamma bas som gör att sändare och mottagare kan identifiera sig med varandra (Se Resultat och Slutsats). Det sker genom den klassiska retorikens *imitatio* (*Encyclopedia of Rhetoric*, 2001:381-384), där bedragaren imiterar mottagarens stil för att på så sätt skapa igenkänning som ska leda till tillit, det vill säga bedragaren speglar mottagaren. Total språklig anpassning till mottagaren är dock omöjlig.¹⁶ Det råder därmed en *obalans*¹⁷ och i brist på information reduceras försök till anpassning till missanpassad härmning, någonting Pierre Bourdieu vill kalla för *hyperkorrektion*. Termen hyperkorrektion kommer väl till pass för att beskriva sändarens förmodade försök till att upprätta denna balans.

Hyperkorrektion kan förklaras som ett försök till språklig anpassning efter en diskurs (vanligtvis tillhörande högre klass), vilken man varken fullständigt behärskar eller ingår i. Genom att försöka imitera ett språk med institutionellt hög trovärdighet (till exempel bankmannens eller juristens) vill språkanvändaren tillskansa sig status och andra fördelar som de faktiska språkbrukarna åtnjuter (De faktiska språkbrukarna är för övrigt de som bäst kan upptäcka hyperkorrektionen, eftersom de bäst känner till den diskurs som talaren strävar efter att efterlikna). Resultatet blir dock ofta det motsatta, eftersom hyperkorrektionens stereotypa resultat blir onyanserat, överdrivet och ibland löjeväckande. Donald Broady beskriver, i sin avhandling om Pierre Bourdieus sociologi, hyperkorrektion som "utmärkande för den ängslige och alltför ivrige småborgaren" (Broady, 1984:60). Bourdieu kallar det språkliga resultatet av ett sådant drag för "klumpigt" och språket för "lånat" (Bourdieu, 1997:83).

METOD

Jag har, med utgångspunkt från Faircloughs diskursteori, satt samman en för korpus anpassad metod som bäst kan beskrivas som en närläsning, där jag har integrerat såväl argumentationsanalys, inslag av ansiktsbevarande strategier som textanalys med inslag av grammatisk analys i min fallstudie. Jag har valt att analysera och redovisa mailkonversationen i kronologiskt ordning, det vill säga den ordning inom vilken mailen skickades. Detta för att bättre fånga bedrägeriets förhandlingsprocess. Särskild vikt har jag lagt vid att åskådliggöra den information som ligger utanför mailkorrespondenternas huvudsakliga budskap – det som överskrider det *nödvändiga* för diskussionens fortlevnad – det är främst där textens diskursiva karakter står att finna. Min analys är kvalitativ.

Eftersom korpus består av flera mail, med både interdiskursiva och intertextuella relationer, så anser jag – i anslutning till Norman Fairclough – att en textanalys inte är tillräcklig som metod. En textanalys tar

nämligen inte hänsyn till texters förbindelser med samhällliga och kulturella processer och strukturer, vilket jag anser är en väsentlig del om man ska undersöka bedrägeriets natur (Jørgensen, Philips, 2000:72). Jag kommer därför att använda mig av diskursanalys som del av min metod och vill, med hänsyn till teorin om tvivel och misstro, även motivera mitt metodval med att diskursanalys syftar till att kartlägga de processer där vi kämpar om hur teckens betydelse ska bestämmas (Jørgensen, Philips, 2000:32).

I den diskursordning som den analyserade mailkorrespondensen utgör kommer jag utreda hur olika diskurstyper samverkar och konkurrerar med varandra, samt vilka språkhandlingar och rollväxlingar som de olika diskurserna ger upphov till. I analysen tar jag även hänsyn till intertextualitet, interdiskursivitet och ideologisk grund.

ANALYS

I mailen finns två korrespondenter; ett offer som ser sig själv som säljare samt en bedragare som låtsas vara köpare. I mail 11 träder en tredje korrespondent in, Bank Of America, som från en ny mailadress skickar en transaktionsbekräftelse, undertecknad vice VD Deb Walden. Totalt involverar korrespondensen sex aktörer, varav de ovan nämnda tre är aktiva och resterande är passiva.¹⁸

Jag kommer att referera till bedragaren som "köpare" alias Mike Maswell, till offret som "säljaren" och till den påstådda banken som just "banken". Samtliga kursiveringar inom citat är markeringar gjorda av mig. Inga stavfel eller grammatiska fel inom citat är korrigerade. Nedan följer min närläsning:

Mailkonversationen öppnas av köparens fråga "Hi is your laptop still for sale". Redan i första svarsmailet inbjuder säljaren till förhandling genom att, följt av en flirtsmiley,¹⁹ bekräfta att datorn fortfarande är till salu men är mycket efterfrågad. Säljaren anger även förhandlingens tidsvillkor. Mail 2 inleds med hälsningsfrasen "Hello!", en interjektion som kan indikera entusiasm, förvåning (*thaumázein*) eller intresse – vilket öppnar upp för eventuellt tillitsskapande. Denna iver bekräftas även av smileyn.

Den förhandlande diskursen följer normen för en säljande diskurs i sitt syfte att försöka påskynda processen och komma till avslut. Efter att frågan och svaret har aktualiserat förhandlingen blir mailen mer utförliga i fråga om längd och informationstäthet.

I presentationsfasen, mail 3, etablerar köparen sin identitet genom att kombinera en personlig och en professionell diskurs. Inom den professionella diskursen finner vi även en auktoritär liksom en informativ och en förhandlande diskurs. Den förhandlande diskursen har insmickrande drag. Den personliga diskursen ser vi redan i "Hello Dear" och i fortsättningen "I hope you are doing good", som intertextuellt kan spåras till brev till vänner eller familj. Den personliga diskursen innehåller många pathosappeller. Den professionella diskursen etableras därefter i narratio med information om var köparen arbetar, vem denne vill köpa datorn till, varför och genom vem. Ethos är, näst efter pathos, drivande. Detta framgår via *evidentia* då köparen utger sig för att genom en svensk läkarvän vilja köpa datorn i födelsedagspresent till sin son som går ett utbytesprogram i Nigeria, samt då köparen säger sig jobba för behjärtansvärda "nurses without boundary". Här ser vi hur ethos etableras via tredje part, vännens och sonens status. Även nationalitet avser främja ethosetableringen. Köparen vill sannolikt framkalla identifikation genom att nämna en lä-

karkollega av samma nationalitet som säljaren, det vill säga svensk. Han påstår sig även komma från USA och arbeta i England – två länder med historiskt goda relationer till Sverige. Genom detta verkar ethosetableringen även som ett första försök till relationsetablering, köpare och säljare emellan, via igenkänning och indirekt smicker. En insmickrande diskurs börjar ta form. Den professionella diskursens förhandlande liksom auktoritära karaktär framgår i ordval såsom "let me" och "proceed", där fråga får ge vika för befallning.

Låt oss anta att en professionell men inte alltför formell eller auktoritär diskurs motsvarar förväntningarna på en konversation mellan två främlingar som önskar genomföra en affär och etablera tillit genom trovärdighet. Man kan då säga att den typ av uppgifter som jag fann inom den informativa diskursen är ett tecken på hyperkorrektion; inom en professionell diskurs skulle de sannolikt inte vara nödvändiga – professionalism bedrivs ju ofta via effektivitet, vilket innebär gott omdöme vad gäller relevans i relation till syfte. Tydligast framgår dock hyperkorrektion i hälsningsfrasen då en alltför personlig diskurs strider mot både igenkänning och förväntan, tillitens byggstenar, och därmed riskerar att skapa misstro. Denna misstro kan sedan, om hyperkorrektionen upptäcks, bekräftas av den evidentiella bestående av irrelevant information och referenser till utomstående aktörer som är typisk för en lögnaktig berättelse (Kronkvist, 2007) (Se även bilaga 1).

I mail 4 svarar säljaren med ett språkbruk som jag associerar till en professionell diskurs innehållande en säljande diskurs, vilken kan delas upp i en behjälplig diskurs vi kan kalla service-diskurs, samt en teknisk diskurs där fackord som "power charger" och "remote control" florerar. Servicediskursen liknar den vi känner igen från kundbemötande inom försäljning och serviceyrken. Den har insmickrande drag och en ideologisk grund där "kunden alltid har rätt". Detta kan vi se i artighetsfraser såsom "have a nice evening", värdeord såsom "safe way", "best way" och "little flight" samt i hänvisningar till köparen i form av förslag vilka följs av "up to you" och "feel free" liksom upprepande "of course" liknande refutatio. Dessa refutatio fyller även en ethosstärkande funktion, då köparen framstår som mer nyanserad. Inom samma diskurs finner vi trovärdighetsmarkörer som "my full name is" och "wouldn't it feel more safe for you", men även en ursäkt om bristande service i form av "sorry my bad english skills" trots att köparens engelska rentav är sämre.

Eftersom refutatio är ett förebyggande försvar kan vi här anta att säljaren önskar förebygga misstanke riktad mot sin egen person, vilket även det tyder på en service-diskurs i form av erbjudande om garantier. Trovärdighetsmarkörerna kan även tyda på artighet baserad på en vilja att själv bli erbjuden garantier. Det senare vittnar om att säljaren upplevt en brist på tillit till köparen som inte uppfyllt förväntningarna inom den förhandlande diskursen. Inom en förhandlande diskurs väntas en spekulant söka garantier i form av att exempelvis ställa frågor om returrätt, kvitto, orsak till försäljning och eventuellt även om säljaren och dennes referenser från tidigare affärer. Att visa total tillit till främlingar likt köparen gör i detta fall är ovanligt och kan få motsatt effekt i form av att misstänkliggöra.²⁰ Att säljaren syftar till att förebygga misstro och tvivel bekräftas av att han markerar intresse för köparens säkerhet samt poängterar sina personuppgifters fullständighet.

I mail 5 och 6, båda från köparen, ges den förhandlande diskursen en tydligare strategisk prägel i form av avledande drag samt försök till tillitsskapande via misstro riktad mot läkarvännen. Köparen vill inte gå med på säljarens förslag om att genomföra affären via den svenske läkarvännen eftersom han inte vill att vännen ska få reda på hur mycket datorn kostar. Här fördjupar köparen sin personliga diskurs till vad vi kan kalla en förtrolighetsdiskurs, vari säljaren indirekt pådyvlas ansvar att hemlighålla affären. Den förhandlande diskursen färgas i och med detta av den personliga diskursen och försök till relationsetablering

blir svårt att skilja från försök till affärssuppgörelse. Relationsetableringen syftar till att, genom att pocka på säljarens empati via igenkänning, skapa en gemenskap. Den auktoritära diskursen genomsyrar dock fortfarande de övriga diskurserna, med påstående och indirekta befallningar såsom "it will also be ok if I transfers the money to you".

Att i samband med en uppmaning ge en motivering, i detta fall läkarvännens eventuella opålitlighet, kan indikera försök till övertalning (Fexeus, 2009). Avledande drag, såsom att ge sken av att säljarens förslag är genomförbart men inte att föredra och att strax därpå skicka frågan "Can you post the laptop tomorrow" som enda mening i mail 6, kan tolkas som försök till manipulation.

Köparen visar inte bara tecken på övertalning, utan även på anpassning. I det femte mailet ser vi en diskursiv och doxologisk anpassning som kan tolkas som hyperkorrektion, då köparen imiterar säljarens vokabulär samt värdering [uppfattning av vad en garanti kan innebära]: köparen säger sig vara villig att ge ut läkarvännens "full contact", vilket vi känner igen från föregående mail skickat av säljaren.

Begäran i mail 6 avslås av säljaren i mail 7 genom motbegäran "I will not send it without any security that you pay for the computer", vilket kan tolkas som en indirekt uppmaning till att köparen ska bevisa att transaktionen genomförts. Att bevis krävs är ett tecken på misstro eller tvivel. Därmed kan vi anta att säljaren börjar misstro köparen.²¹ Dessförinnan kan vi urskilja en imitation av köparens sätt att indirekt uppmana med stöd av en motivering: "Not tomorrow, cos your payment won't be able to arrive to my account in time". Säljarens professionella diskurs upprätthålls dock via artighetsfrasen "Best Regards".

Efter att köparen lovat att överföra betalningen till säljarens konto i mail 8 påminner säljaren om det begärda priset och ber om den korrekta fraktadressen i mail 9, vilken ges i mail 10. I det nionde mailet introducerar säljaren, i och med den första metareflekerande kommentaren "Got a bit confused there", en ny diskurs. Vi kan kalla det för en metadiskurs. Att påpeka sin förvirring kan vittna om vilja att motparten ska rätta ut frågetecknen. I detta mail bibehålls service-diskursen endast av ett "please" och säljaren undertecknar utan avslutande fras, bara med sitt namn.

I mail 10 påpekar köparen att nedan angivna adress tillhör sonen. Återigen gör sig en utomstående aktör påmind, som en bekräftelse på köparens identitet. Adressen följs av köparens påstådda telefonnummer och ett insmickrande "you can call any time", vilket känns igen från säljarens "feel free to give me a call" i mail 4 – imitatio av säljarens servicediskurs för första gången i korrespondensen.

Mail 11 är skickad till säljaren från en ny mailadress; bank.notifications@accountant.com med ämnet "NOTIFICATION OF BANK PAYMENT". Mailet är undertecknat "Sincerely, Deb Walden, Executive Vice President, Bank of America" och innehåller bilder på kreditkort och människor vid datorer samt logotypen "Bank of America" ovanför brödtexten. Logotypen kan ses som en genrebildande rubrik, den talar om vilken typ av text läsaren kan förvänta sig och via igenkänning vilken diskurs texten ska tolkas utifrån. Vi känner igen kombinationen av text och bild från mailbekräftelser på flygstolsbokning, onlineköp och liknande kvittens. Med undanröjd misstro är möjligheten/risken därför stor att igenkänning och förväntan uppfylls och tillit kan återskapas. Redan första frasen strider dock mot rubrikens indikation på diskurs, och en hyperkorrektion kan upptäckas – "Dear" känns igen från köparens personliga diskurs i mail 3 och används sällan i banksammanhang.²² Att vicepresidenten för en så stor bank skulle underteckna transaktionen strider mot det vi väntar oss av diskursen och kan även det uppfattas som en hyperkorrektion.

Efter hälsningsfrasen bekräftas rubrikens genreindikation och maillets påstådda avsändare med "This is an email from Bank of America". Mike Maswell ska ha gjort en överföring till säljarens konto, vilken "has been approved", men banken för inte över pengarna innan en fraktbekräftelse skickats från säljaren.

I mailet finner vi en professionell diskurs innehållande en auktoritär och en juridisk, men även en servicediskurs gör sig påmind i fråga om tillgänglighet och artighetsfraser. Tillgänglighet bekräftas av en utlovad 24-timmarsservice och ytterligare en mailadress till en konsult redo att svara på frågor – "any question that you may have" känns igen från föregående mails "you can call any time". Bankidentiteten bekräftas genom tätt följande fackord som "insured", "value", "account" och "guarantee" som tyder på en ekonomisk diskurs. Många av de ekonomiska fackorden indikerar säkerhet, men ligger utanför brödtext.

Inom den auktoritära diskursen utökas befallningar och villkor till hot: Om objektet inte skickas hotar banken med att sätta upp säljaren på regeringens svarta lista, så kallad "complain file to Government", i egenskap av misstänkt bedragare. Beloppet säljaren krävt kommer då att dras från det egna kontot. Banken påstår vidare "some sellers provide fake details" och om falska fraktpuppgifter bifogas svarsmail betyder detta automatiskt att "you are scam" och att du kommer rapporteras till "the Authorities" för en omedelbar "arrest".

I mail 12 ber köparen om att säljaren bekräftar att banken kontaktat honom. Här kan vi urskilja en vilja om att säljaren ska bekräfta att så var fallet, med andra ord bekräfta sin tillit. I mail 13 kan vi urskilja viss tvekan i säljarens svar, vilket inleds med "well, I must talk to my bank if this is a *normal* way to go". Denna tvekan uttalas explicit i pathosargumentet "Have a bad feeling" men pendlar mellan tillit och misstro, vilket vi ser i den adversativa konjunktionen "But I talk to them this eve".

Tvekan till trots så har säljaren svårt att lämna överenskommelsen från mail 9, vilket vore att strida mot det passande inom service-diskursen som även yttrar sig i det avslutande "best Regards". Att säljaren väljer att fortsätta förhandla beror sannolikt även på *viljan* om att affären *ska* vara verklig, vilket yttrar sig i form av *tro* på att affären *är* verklig. Tvekan är bekräftad, men så även den bestående tillit som köparen implicit efterfrågade i mail 12. Detta troligen då vi, som tidigare nämnt, generellt utgår från tillit framför mistro. Säljaren bekräftar alltså i mail 13 en sanningsbias, men återupptar samtidigt förhandlingen som till synes avslutats i mail 9. Denna gång kommer det dock inte förhandlas om pris- eller fraktvillkor, utan om genre – kan det vara så att affärsmailen i själva verket är scam mail? Vi kan inte säkert veta om just denna risk gått upp för säljaren, men vi kan fastslå att en typ av risk har realiserats. Säljaren börjar på nytt söka bevis, söka tillit.

Förhandlingens nystart bekräftas i mail 14 i och med "if you" (i kombination med ett implicit "then") och köparen intar en argumenterande diskurs, där bevisföring läggs fram i form av tes och argument. Tesen "you have nothing to worry about" stöds av argumentet "this is an international transfer" följt av upplysningar om vad en sådan innebär – banken "has to" och "need to", måste och behöver, "make sure every thing is going on right, they need to verify that you are real".

Köparen etablerar här en ny strategi, vilken vi känner igen från bankmailet. Vi kan urskilja en misstänkliggörande och indirekt anklagande ton i "to verify that you are *real*" och "if you *proved*", där säljarens bevissökande i mail 13 nu riktas mot säljaren själv. Återigen imiterar köparen säljarens föregående mail. Vi kan kalla det för en spegeleffekt, försvar genom anfall,²³ ett försök till att återbalansera tilliten genom att

återbalansera misstron. Köparen argumenterar även med hjälp av värdeord såsom "going on *right*" och "that is *all* they need".

Det förstnämnda är ett ethosargument via bankens auktoritet, där "rätt tillvägagångssätt" är svårare att argumentera emot än "bankens tillvägagångssätt". Det rätta sättet är indirekt även köparens sätt. Genom "that is *all* they need" försöker köparen förminska ansträngningen i det säljaren uppmanas till att göra och eventuellt söka sympatier på basis av konventionen att den som ber bör beviljas. Påminnelser om samt referenser som syftar tillbaka på, och indirekt pådyvlar, säljarens uppfattning används också i argumentationen. Exempel på sådana är "i will like you to *know*" samt "remember".

Mail 15 är det längsta mailet hittills i konversationen. Säljaren har rådfrågat sin egen bank om påstådda Bank Of America's förfarande och blivit avrådd att följa köparens uppmaning. Två gånger ber säljaren om köparens förståelse för beslutet att följa bankmannens råd att inte skicka datorn utan betalning, "I hope you understand". Servicediskursen gör sig påmind, och detta även då köparen erbjuds ett alternativt sätt att betala "so that you also can be sure that I am 'real' and that there is a computer for sale". *Hoppas* gör vi ju när tilliten tryter, och i samband med att säljaren skriver "Have been loosing my money on ebay etc before" så kan vi anta att *rädslan* för att återuppleva en förlust framkallat hoppet. Återigen bekräftas säljarens sanningsbias, där valet mellan tillit och misstro – trots tvekan – faller på tillit.

Säljaren imiterar köparens förra mail genom att låta sin bank stå för argumenten, vilket sannolikt vilar på ideologin "don't shoot the messenger". Argumentationen förs fram i form av återberättande innehållande metakommentarer, likt "his advice was", "they", "my advisor at SEB said" och "I really have to follow what my bankman is telling me". Här kan man fråga sig vilka som argumenterar egentligen – säljaren och köparen, eller bankerna?

Argumentationen får mer tyngd av konsekutiva konjunktioner som "so, I will not send the package"²⁴ vilka är fler än de adversativa, men de adversativa ger ändå ett generellt intryck av tvekan. Köparen ges fortfarande mycket utrymme att påverka säljarens verklighetsuppfattning, detta då säljaren vid ett tillfälle sätter frågetecknen efter ett påstående gällande situationen, samt använder sig av en inbjudande flirtsmiley identisk med den från första svarsmailet.

Säljarens tes är påståendet "I will not send the packege until I can see the money on my account /.../ or until a friend of yours hear in Sweden hand the money and then send the computer to Nigeria" som backas upp av argumenten "I really have to follow what my bankman is telling me", "I have been loosing my money on ebay etc before", "My advisor at SEB said that I have to have in mind that anyone can write a mail with a banks logotype", "I also got confused and got some second thoughts when I recived a mail from another adress that sad that the laptop was for a pastor in West Africa – not a son as in your first mail" och "The staff at SEB thinks it's too risky". Om vi tolkar in en uppmaning i tesen, likt "för över pengarna eller låt en svensk vän betala kontant", finns endast de indirekta argumenten "as our first agreement" och "so that you also can be sure that I am 'real' and that there is a computer for sale" – båda i syfte att tala till köparens trygghetsbehov, men även innehållande bevisföring kring att säljaren själv inte är en bedragare.

Hela argumentationen i mail 15 följer en resonerande struktur och en reflekterande diskurs. Detta ser vi i flertalet varierade upprepningar, summeringar som "*anyway*, the staff at SEB thinks..." samt indirekta frågor bakom påståenden följda av frågetecknen eller tre punkter i stället för enkel punkt. Resonemanget har en prövande karaktär i sin pendling mellan "I hope" och "I'm sure" liksom "You seem to be" och "I'm

sure you are". Det mest intressanta här är dispositionen, argumentens kronologiska ordning. Jag syftar speciellt på två meningar, en från maillets mitt och en från maillets slutsats. Var och en av meningarna består av två huvudsatser, åtskilda av en identisk adversativ konjunktion (*but*). Meningarna lyder: "You seem to be a nice person and all *but* I really have to follow what my bankman is telling me" och det senare "Anyway, the staff at SEB thinks it's too risky to send it without the full transfer *but* I'm sure you are a nice person with no bad intentions...".

Efter en del resonering har säljaren gått från att *anta* att köparen är en bra person till att påstå att han är *säker* på att köparen är en bra person, och nu även besitter goda intensioner. Huvudsatsernas innehåll byter också plats i den senare meningen, där banken nämns i den inledande huvudsatsen i stället för den avslutande, likt i den första meningen. Eftersom adversativa konjunktioner visar på följd eller konsekvens av det som sagts innan så kan vi tolka meningarnas struktur som påstående och slutsats. En sådan tolkning skulle styrka att säljaren ändrar uppfattning till köparens fördel, på basis av sin sanningsbias, då den senare meningen lutar åt återskapad tillit. Är detta fallet kan vi fastställa att säljarens resonemang, med sina många argument och upprepningar, i själva verket syftar till att övertyga säljaren själv snarare än köparen. Här bör man dock ha i åtanke att den senare meningen avslutas med tre punkter, vilket sannolikt indikerar viss misstänksamhet och eventuellt verkar som indirekt fråga – "I'm sure you are a nice person with *no bad intentions...*" – säljaren ber indirekt om att köparen ska bekräfta påståendet, bekräfta tilliten.

Innan vi går vidare till nästa mail i analysen vill jag titta lite extra noga på den återinförda flirtsmileyn: "My advisor at SEB said that I have to have in mind that anyone can write a mail with a bank's logotype ;)" Smileyns sammanhang förbryllar. Kanske finns rädsla inför att uppfattas arg eller misstänksam alternativt rädsla inför konsekvenserna av detta. I en sådan tolkning fyller smileyn en ansiktsbevarande funktion²⁵ i enlighet med säljarens tidigare artighetsmarkörer och service-diskurs, men denna gång anser jag att smileyn ligger utanför vad som kan väntas av service. Säljaren intar närmst en personlig diskurs och tillmötesgår nästintill den förtrolighetsdiskurs som köparen sökte etablera i mail 5. Varför? Rädsla kan som sagt vara en orsak, men en smiley kan även tolkas som en gemenskapsmarkör, en indikation på eller försök till förståelse utifrån interna referenser. Jag får intrycket av att säljaren nästan misstänker bedrägeri, vilket förstärks av den efterföljande parantesen "(Bank of America for example)", men att han ger köparen "en *chans* att komma undan" – än så länge styr endast säljaren och köparen över affären.

Som respons på säljarens indirekta fråga om att få köparens goda intensioner bekräftade ägnar köparen mail 16 åt att försöka bevisa sin identitet och trovärdighet. Argumenten är ofta ogiltiga i form av cirkelresonemang likt i "when i say yes my yes is yes" eller "i can confirm you", vilka inte följs upp. Pathosappellerna är många – sonen påpekas igen och läkarvännen nämns nu med familj. Sympatifikande såsom "i am just trying to be careful", "all i want is to make sure" och säljarimitationen "not loseing me money" förstärks av inledande tack för säljarens mail och "förståelse".

Förtrolighetsdiskursen närmar sig nästintill edsvärande, med "i give you my word" och "i belt my life on that". Identifikation söker uppnås genom att ansluta sig till säljarens tvivel i "i know that bad people are everywhere but i can confirm you" (refutatio) liksom i "i'm just trying to be careful" och "all i want is to make sure that /.../ and not loseing my money". Säljaren bad i föregående mail om köparens förståelse, vilket imiteras i "thanks for /.../ your understanding", vilket i kombination med att kalla säljaren för "my fri-

end" syftar påminna om att en relation är etablerad och att förståelsen är ömsesidig. Många ord i mail 16 kretsar kring trygghet och säkerhet. I slutet av mailet vill köparen till och med ge sken av att det är okay om datorn säljs till någon annan som "will make you feel comfortable and safe". Allt detta för att få säljaren att återfå hoppet och gå med på att skicka datorn utan betalning på kontot.

Mail 17 kommer från säljaren, som nu erbjuder sig att möta upp läkarvännen i Malmö – den förhandlande diskursen förs vidare i form av "I could /.../ but not for free" men går in i den auktoritära med ett mer slutet "That's all I can do". "That's *all I can* do" känns igen från köparens förra mails "*all I want*", vilket ställer vilja mot förmåga (sannolikt implicit vilja) i argumentationen.

Säljaren kontrar köparens argument "i am just trying" med samma mynt, "I also try", men bekräftar till synes "den ömsesidiga förståelsen" i påståendet "you understand" vilket avslutas med enkel punkt.

Köparen förtydligar ytterligare den påstådda gemenskapen och vidgar referensramarna för identifikation i mail 18. Detta genom att referera till dem båda inom ett och samma ord, i ett "we" och till och med "we human". Köparen talar nu mer generellt än tidigare och inte nog med att åberopa mänskliga ideal predikas det även om de gudomliga – "i know you are a good person keep it up and *god* will reward you". Den auktoritära diskursen har sannolikt kompletterats med dessa predikande liksom förlåtande drag i syfte att testa om säljaren kan tilltalas av religiösa appeller. Att självaste herren Gud intygar utdelning, "reward", är troligen försök till att väcka association till och därigenom hopp om datorns ekonomiska utdelning. Om inte annat kanske skuldappeller – återigen indirekt tvång – räcker för att övertyga.²⁶ Säljaren uppmanas till att "keep it up", vilket i sin kontext givetvis innebär att fullfölja det "goda samarbetet".

Försök till att få säljaren att identifiera sig sker fortfarande via anslutning till dennes tvivel, likt i "it is hard to trust someone you don't know not to talk of person you have not even set your eyes on", men denna gång följs påståendet inte upp av ett kontrasterande påstående likt i tidigare refutatio. I stället testar köparen att verka mindre desperat genom ett "no problem i can ask my bank to refund the money back to my account thanks for your time" varav "back to my account" återigen syftar bevisa att en överföring redan gjorts.

Förutom att spela på säljarens rädsla, att förlora affären alternativt förlora sina pengar, så försöker köparen tala till säljarens eventuella *leda*. Korrespondensen har pågått i tre dagar och underhållits av ett tjugotal mail. Risken att köparen börjat tröttna på förhandlingarna är stor och skulle så vara fallet riskerar köparen att förlora säljarens uppmärksamhet, oavsett argument eller strategi.²⁷ Att två gånger i mailet uppmärksamma vikten av säljarens och deras gemensamma tid smickrar och kan skapa igenkänning liksom uppfylla förväntan, så att tilliten återfås – en spekulant förväntas ju inte heller vänta hur länge som helst på att komma till avslut. Frasen "waisting time" kan, på basis av ideologin "tid är pengar", förmodas inbringa associationer även till risken för ekonomisk förlust, och på så sätt skrämna säljaren och påskynda processen. Köparens egen rädsla för att gå miste om pengarna yttrar sig.

I mail 19 och 20 avrundas affären till synes efter säljarens förslag om att ytterligare sänka datorns pris, själv bekosta tågbiljetten till Malmö och möta läkarvännen. Säljarens nittonde mail är kort, men resonemanget liknar det vi minns från mail 15, då tvivel kan tolkas ur inledningens "well" men resoneras bort till ett avslutande "Isn't that a good idea?" – en inbjudande fråga. Köparen ges återkommande stort utrymme att påverka. Påståendet "Maybe I can go down to 12.000" är ju även det en indirekt fråga. Den reflekterande strukturen står att finna i "maybe" vilket följs upp av "then", och vägen från tvivel till tillit kan tolkas ur "I could" som övergår i "I can".

Trots att köparen i mail 20 utlovat att skicka läkarvännens adressuppgifter skickar han samma dag ett nytt mail som strider mot överenskommelsen och endast bifogar "sonens" telefonnummer – mail 21 blir förhandlingens sista. Köparen kallar för första och sista gången säljaren vid förnamn, och så även läkarvännen. Han lovar vidare att bifoga vännens telefonnummer, men då förra maillets löfte om att skicka adressen inte uppfylls är det en rimlig tolkning att säljarens förväntningar på köparen sänkts eller helt avtagit. Försök till att tilltala säljarens fåfänga med smicker lyser med sin frånvaro. I stället erkänner köparen sitt missnöje med affären i ett "i am tired of the whole thing i must tell the truth". Köparen gör sin vilja påmind i det inledande "i really don't want you to start thinking if i am real or not", vilket indikerar naivitet och indirekt nedvärderar säljarens förnuft i och med "don't /.../ start thinking". Tesen "i am a forward person" lämnas åt vilja och önskan i "i really dont want..." och "i wish you read my mind" liksom cirkelresonemang som "if i am not *real* i can not give you my son *real* address and phone number" samt det lösa förslaget "try me".

Överenskommelsen är bruten och i och med detta även tilliten. Köparen uppfyller inte säljarens förväntningar och får inte längre gehör för sina försök till att skapa igenkänning. Kanske har säljaren rentav utvecklat en lögnbias, åtminstone gentemot Mike Maswell.

RESULTAT

I analysen fastslog vi att köparen ger utrymme för tvivel samt att säljaren tvekar. Därmed vill jag påstå att en risk har medvetandegjorts hos säljaren. Trots detta låter han konversationen fortgå:

Risken att bli bedragen kan väcka *rädsla*, vilket framkallar *hopp* som i sin tur uppmuntrar bedrägeriets fortlöpande.²⁸ Detta ser vi bland annat i säljarens adversativa konjunktioner samt rollväxling genom diskursbyte.²⁹ Säljarens rädsla inför att bli bedragen kolliderar med övertron på den egna förmågan att avgöra risk eller behärska situationen om risk upptäcks. Jag talar alltså om en övertro gällande kompetens och begåvning (*ursus, natura*). Även köparen visar tecken på denna övertro – en tro på att inte bli avslöjad och på att kunna missleda sitt offer – vilket visar sig i dennes allt mer hyperboliska och därmed riskabla framtoning. Vi kan tala om *hybris*, från både säljare och köpare, vilken göds av smicker i form av imitatio och diskursiv anpassning.³⁰ *Fåfänga* kan med andra ord pådriva bedrägeri.³¹ Vi betraktar oss själva som goda medborgare och talare – som *vir bonus* – och vår sanningsbias, i kombination med den spegelbild av igenkänning som imitatio skapar, sätter också andra i det ljuset.

Såväl säljaren som köparen visar tecken på rädsla. I säljarens rädsla inför att misstro finns även rädslan att bli misstrodd.³² Rädslan yttrar sig språkligt, både defensivt och offensivt, i form av ansiktsbevarande respektive ansiktshotande strategier. De ansiktsbevarande kan vara artighetsmarkörer och inbjudan till samarbete genom indirekta frågor, de ansiktshotande kan utgöras av anklagelser samt åberopande av auktoriteter och bestraffning. Rollväxling och distansering förekommer i båda.

Så, hopp som konsekvens av rädsla och *hybris* som konsekvens av fåfänga möjliggör alltså bedrägeri, men till grund för allt ligger leda (*taedum*). Det är ledan – behovet av och hotet mot underhållning och mening – som triggar nyfikenheten, upprätthåller hoppet och utmanar ödet. Bedrägeri börjar och slutar med ledan.³³ Genom samarbete försöker vi undvika den – till varje pris.

Sammanfattningsvis: Bedrägeri kan alltså möjliggöras av *samarbete* mellan offer och bedragare, på basis av drifter såsom *rädsla*, *fåfånga* och *leda*.³⁴ Samarbetetsprocessen utgörs av övertygande och anpassning.³⁵ Utan detta samarbete vill jag påstå att bedrägeriet i den analyserade mailkonversationen inte hade kunnat ta form – samarbete är en med andra ord en möjlig förutsättning för bedrägeri.

Vilja är en gemensam nämnare för alla tre drifter, då dessa kan verka i form av retoriska hinder alternativt resurser, vilka vi söker övervinna eller överutnyttja.³⁶ Viljans former: Rädsla motsvaras av hopp, fåfånga av hybris och leda av lust, längtan och nyfikenhet. Viljan att tro överskuggar trovärdigheten.³⁷

Självfallet går inga vida slutsatser att dra utifrån endast en analys, men det som framkommit av den ger mig goda skäl till att tro att vi *vill* bli bedragna!

DISKUSSION

Under denna rubrik vill jag ta tillfället i akt att framföra några tankar om min utförda arbetsprocess, att belysa det jag skulle kunna ha gjort annorlunda och därigenom också presentera ett par idéer kring vidare retorikforskning på området.

Till att börja med vill jag understryka att jag är införstådd med att en analys av ett bedrägeriförsök kanske inte helt korrekt kan återge vad som kan möjliggöra bedrägeri, eftersom bedrägeriet till slut misslyckades. Hade jag fått tillgång till en korrespondens där bedrägeriet lyckats så hade jag av denna anledning hellre analyserat den. En möjlighet hade också kunnat vara att analysera både ett bedrägeri och ett bedrägeriförsök för att undersöka om kommunikationsprocesserna i de respektive fallen skiljer sig åt och i så fall i vilket skede liksom på vilket sätt.

I alla analysprocesser tvingas vissa tankeled utelämnas, och så även i denna. Jag vill nämna den kanske mest väsentliga, för att öppna upp för fortsatt forskning eller poängtera en eventuell brist: En alternativ förklaring till det imitationsmönster jag kartlade i analysen är säljarens syn på sina engelskakunskaper. Urskuldar man sin dåliga engelska, som säljaren gör i mail 4, så är det sannolikt att man i brist på egen språkbehärskning härmar den andres språk. Att urskulda sin oförmåga att bemöta den andres språk på dennes nivå kan även vara en artighetsmarkör, en ansiktsbevarande strategi, vilket jag i stället valde att tolka ursäkten som och därmed exkluderade denna alternativa tolkning.

Låt mig ge ett konkret förslag till vidare forskning om bedrägeriets natur: Något jag uppmärksammade när jag avslutat min analys är möjligheten till likheter mellan mitt analysresultat och resultatet av en analyserad försäljningskorrespondens. Att försäljningsprocesser och bedrägeriprocesser skiljer sig gällande avslut är ju uppenbart, då tillit sannolikt stabiliserats om kunden är nöjd med sin vara respektive raserats om den bedragare avslöjar bedrägeriet. Men om kunden inte är nöjd med sin vara – känner denne sig bedragen då? Definitionen av bedrägeri, liksom uppfattningen om huruvida kunden eller försäljaren ansvarar för den misslyckade affären, är sannolikt en omtvistad fråga i många säljsammanhang. Jämför ”Du ville köpa varan, därför sålde jag varan till dig” med mitt analysresultats motsvarighet ”Du ville bli bedragen, därför bedrog jag dig”. Visserligen kanske inte ansiktshotande strategier och direkta hot (likt framkommet i Mike Maswells och ”bankens” mail) förekommer lika ofta i säljsammanhang som i bedrägerisamman-

hang, men visst ställs det villkor även i en ärlig affär! Tänk bara på de indirekta hot som villkor likt "en veckas öppet köp" utgör i butiksköp eller vad "sista betalningsdatum" innebär i förbeställda tjänster/köp – "Om du inte lämnar tillbaka varan inom en vecka så får du inte pengarna tillbaka" respektive "Om du missar sista betalningsdatum så får du inkassokrav".

Utspelar sig bedrägeriprocessens imitationsteater även i säljprocesser? Kan det vara så att den främsta eller rentav enda kommunikationsskillnaden mellan dessa processer i själva verket ligger utanför processerna, alltså i processens effekt och affärens avslut? Om detta är fallet, vad skiljer sig *inom* kommunikationsprocesserna? Jag funderade länge men kom fram till att svar bara kan ges genom en komparativ analys av säljkorrespondens och bedrägerikorrespondens. Om jag utökade min analys till en sådan så hade jag jämfört med en korrespondens mellan köpare och säljare gällande en liknande vara, också den annonserad via Blocket, men där varan blivit såld. Idealiskt vore att jämföra fler än två korrespondenser. Undersöks endast ett par korrespondenser kan inga slutsatser dras angående om beteendemönstren är vanliga – undersöks endast en korrespondens, som i denna analys, så kan inga slutsatser dras om huruvida beteendemönstren ens förekommer någon annanstans. Det jag presenterat här är således en hypotes.

Som utvärdering av min metod vill jag framhålla två insikter – dels någonting som fungerade bra, dels någonting som kunde effektiviserat mitt arbete. Den del av min metod som försvårade min process var att kombinera relativt många olika analysmetoder. Detta då det genererade många olika resultat, vilka alla var möjliga att vidareutveckla, men dock inte inom uppsatsens ram. Mycket tid och tankekraft fick därmed ägnas åt att bibehålla den röda tråden och åt att våga välja bort.

Det jag upplevde underlättande var att både analysera och presentera närläsningen enligt kronologisk ordning. Hade mailen analyserats i till exempel tematisk ordning, såsom korrespondenternas mail var för sig, så tror jag att förståelsen för kommunikationsprocessen – och då främst den imitation som i princip löpte omlott – hade gått förlorad. Jag vill även tro att den kronologiska framställningen underlättar läsning av analysen.

AVSLUTNING

Det är december 1927. Från en lägenhet på Riddargatan postar någon ett dubbelvikt julkort till en före detta arbetskamrat på Sveavägen, som skickar ett paket med bruna snören till en syster i Paris, och på en renommerad restaurang någonstans i Tyskland beställer en herre i aftonklädsel ägg *à la Florentine* innan han sneglar i sin bok och börjar skriva ett brev till en bankdirektör i Versailles. Sidan 181, råd nummer 561: "Det är betydligt tillrådligare att inte uttryckligen nämna vad man egentligen vill i ett brev, utan att begränsa sig till att skapa en atmosfär som får mottagaren att själv uttala det" (Serner, 1927:181). *Handbok för svindlare*, skriven av dadaisten Walter Serner, publicerades 1927, men det är på goda grunder jag läser den 2011.

Boken är en axelryckning till bedragares inverkan på världen och en invit till en tillvaro präglad av möjligheter, spänning och flärd. Jag blev förförd. Serner presenterar mer av en världsuppfattning än en teori,

men det jag tyckte återspeglades i mitt analysmaterial fick fungera som ett raster och således bör min slutsats läsas i ljuset av detta. Bedragarretorik visade sig vara en förförelsekonst.

Tidigt slogs jag av hur lite bedrägeriets natur tycks ha förändrats, trots digitalisering och den explosion av kommunikationskanaler som utmärker vår tid. När jag nu ser på resultat och slutsats inser jag att de lika gärna skulle kunna förklara en brevväxling mellan offer och bedragare på 20-talet, 1800-talet eller egentligen när som helst – jag citerade Quintilianus under rubriken "Teori", om hur bedragaren förhåller sig till sitt brott, och redan där finner vi drifterna rädsla och hopp, vilka återfanns i den analyserade mailkonversationen från 2010.³⁸ Triaden leda, rädsla och fåfänga har drivit oss i fällan förut och kommer att göra det igen. En, två, tre! En, två, tre! Man kallar ibland att ljuga för att dra en vals. Bedragaren för och du följer, men vals är och kommer förbli en pardans, och innan du blir uppbjuden har du ställt dig i panelen. Skulle Mike Maswell bjudit upp utan säljarens flirtsmyley?

"Underskatta aldrig kraften hos en människa som vill komma över pengar", råder Serner under punkt 574 (Serner, 1927:183). I min analys av mailkonversationen yttrade sig denna pådrivande kraft hos både säljaren och köparen. Om vi för en stund bortser från att affären var falsk, så återstår två affärsmän, vilka båda ser till sin egen vinning. Den ena vill sälja en vara till ett så högt pris som möjligt, den andre vill komma över en vara till ett så lågt pris som möjligt. Jag talade under rubriken "Diskussion" om likheterna mellan bedrägeri och försäljning, och visst spelar vår ständigt närvarande fåfänga in i båda fallen? Säkert är i all fall att vi lever i en spelkultur. Vår hybris intalar oss att vi kan gå segrande ur spelet. Så länge det finns en vinstchans finns det hopp. Loretta Napolioni beskriver i *Skurkkapitalismen* (Napolioni, 2010) hur skurkar och bedragare gör att världsekonomin snurrar, och så länge vi sätter vår girighet i först hand kommer lagbrytarna stå till vår tjänst. Alla vill tjäna lätta pengar.

"Det enorma behovet av förströelse" (Serner, 1927:25), såsom Serner uttrycker det, gör att vi tar risker. Vår fåfänga gör oss lättfotade, sårbara, förblindade. Förvirrade irrar vi runt på dansgolvet tills vi hittar en partner att spegla oss i en liten stund. Vi härmar och härmas, för och följer. Serner liknar det vid krig:

"Krig! *C'est la guerre!* Träd in, mitt herrskap! Träd bara in! Människorna ränner runt – förvirrade, skräckslagna, uppbragda. Var finns trygghet? En punkt? Ett syfte? En mening? ... De kära varelserna vet helt enkelt inte varför de egentligen är här, vad som hänt och vad som skall ske, och inte ens antydning att de tjänar enskilda högsta bedragares privata syften förmår ändra på saken, minst av allt vetskapen att regissörerna av deras slagfältsdöd bara uppför skådespelet därför att även de känner leda."

(Serner, 1927:26)

I vår förvirring glömmer vi vem som lurar vem, men vi lever i ett samhälle som bygger på specialisering, där vi inte kan klara oss själva och därmed är tvungna att lita på varandra. Vi är beroende av samarbete och så länge vi har en sanningsbias, så länge vi är dömda att tjäna tilliten, så kommer vi också falla offer för bedrägeri. I mailkonversationen med Mike Maswell var det säljaren som stod för garantierna, och detta innan köparen ens bett om dem. Hur kommer det sig att vi vågar lita på andra, men inte på oss själva? Att intyga ett gott uppsåt, att vara en vir bonus, blir vårt alibi:

”Vem har inte känt det som om han ljög när han grät, dolde sig när han log och för-rådde sig själv när han glömde sin uppsyn, eh?” (Sermer, 1927:40)

Kan det vara så att vi är så upptagna med att framställa oss själva i god dager att vi missar andras illvilja, inte minst när de bekräftar eller utmanar vår självbild? I så fall hade kriminalinspektör Sven-Erik Svanberg rätt – vi är naiva. Men att jämställa tillit med naivitet, likt Svanberg gör, bekräftar den lögnbias som jag i teoridelen nämnde att polisen besitter, och gemene man inte. Vi som inte har till uppgift att skydda samhället mot bedragare, litar på människor.

Kanske pekar vi ut någon annan som skyldig, och sätter oss själva i offerrollen, för att bevisa vår egen oskuld. Vi vill rentvå oss från det faktum att vi alla är potentiella bluffmakare. Är vi offer så är vi i alla fall inte bedragare. Jakten på den skyldige kommer sluta med ett skapligt bitmärke i den egna svansen.

REFERENSER & TACK

- Andrews, Robert. "Baiters Teach Scammers a Lesson", *Wired*, 2006-08-04
Oxford & New York: Oxford University Press 2007.
- Aronsson, Gunnar & Karlsson, Jan Ch. "Tillit och tillitsproblem". I: Tillitens ansikten. Lund: Studentlitteratur 2001, s. 13-25.
- Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Brown, Penelope & Levinson, Stephen. 1987. *Politeness: Some Universals in Language Use*. Cambridge University Press.
- Edelson, Eve. 2006. *Scamorama. Turning the tables on email scammers*. New York: The Disinformation Company Ltd.
- *Encyclopedia of Rhetoric*. 2001. Oxford: Oxford University
- Fexeus, Henrik. 2009. *När du gör som jag vill – en bok om påverkan*. Stockholm: Månocket.
- Hjorth, Amelie & Bergström, Ditte Maria. 2007. *E-mailen som retorisk artefakt - Teoretiske udfordringer belyst gennem et korpus af Nigerian e-Letters*. Magisteruppsats i retorik. Institut for Medier, Erkendelse & Formidling, Københavns Universitet.
- Harsting, Pernille. "Lögn och retorik i antiken", *Retorikmagasinet* nr. 39/40 2008
- Jasinski, James. 2001. *Sourcebook on Rhetoric. Key Concepts in Contemporary Rhetorical Studies*. USA: Sage Publications. *Encyclopedia of Rhetoric*. 2001. Oxford: Oxford University Press.
- Kronqvist, Ola. 2007. *Att avslöja lögn i rättsväsende, sjukvård, socialtjänst och försäkringsbransch*. Lund: Studentlitteratur.
- Napolioni, Loretta. 2009. *Skurkkapitalismen. Hur bedragare, hallickar och maffiakungar världsekonomin*. Litauen: Andersson Pocket AB.
- Quintilianus. *Den fulländade talaren*. Översättning Bengt Ellenberg. Fälth & Hässler: Värnamo 2002.
- Ramírez, José Luis. "Den mänskliga existensens grund - en undersökning av tillitens fenomenologi". I: Tillitens ansikten. Lund: Studentlitteratur 2001, s. 129-151.
- Rosengren, Mats. 2003. *Doxologi. En essä om kunskap*. 1:a utgåvan, 2:a upplagan. Åstorp: Rhetor förlag.
- Serner, Walter. 2010 (1927). *Handbok för svindlare och sådana som vill bli det*. Lettland: Livonia Print.
- Shapiro Barash, Susan. 2008. *Vita lögnen och mörka hemligheter. Därför ljuger kvinnor så mycket bättre*. Sundbyberg: Optimal Förlag.
- Stenius, Yrsa. 2005. *Lögnens olidliga lätthet*. Köping: Brombergs förlag.
- "Polisen varnar nu för ökande nätbedrägerier, *Metro*, 2010-12-15
- Winther Jörgensen, Marianne & Phillips, Louise. 2000. *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

Tack till Mats Rosengren. Speciellt tack till Walter Serner som inspirerade mig. *Botten upp med schwung!*

BILAGA 1: GENREANALYS

För att kunna klassificera mailen som scam mail presenterar jag nedan en föranalys, i vilken genren scam kan antas utifrån *hyperkorrektioner, irrelevant information och referenser till utomstående aktörer samt motsägelser*. Detta på basis av Ola Kronkvists bok *Att avslöja lögn* (Kronkvist, 2007). För hyperkorrektioner finner jag stöd i Bourdieus teorier, såsom beskrivna i "Teori". Jag vill här påminna om Aldert Vrijs definition av lögn i *Detecting Lies and Deceit* (2000) såsom den beskrivs av Kronkvist (2007), det vill säga "lögnen som ett framgångsrikt eller misslyckat försök till att utan förvarning skapa en tro hos annan, vilken man själv anser vara osann" (Kronkvist, 2007, s. 10). Jag kommer nedan att framhålla att dessa hyperkorrektioner, irrelevanta informationsled och referenser till utomstående aktörer samt motsägelser är sådana försök. Innan vi går in på dem vill jag fastslå att genren är så kallade "nigeriabrev", då datorn uppmanas till att postas till Nigeria.

Hyperkorrektioner står att finna på många ställen i köparens språkbruk och anpassning efter den förväntade eller rådande diskursen. Eftersom hyperkorrektion är att försöka efterlikna ett språkbruk man inte behärskar, tillhörande en diskurs man inte verkar inom, så kan – i enlighet med Vrijs lögndefinition – dessa försök peka på lögn. Hyperkorrektioner ser vi exempelvis i mail 3, där "Hello Dear" inte stämmer överens med den övriga kontexten, utan tillhör en alltför personlig diskurs.

Irrelevant information och referenser till utomstående aktörer är typiska inslag i en lögnaktig berättelse (Kronkvist, 2007:50). Därmed vill jag bedöma följande förekomster av detta i köparens mail som tecken på scam och att köparen är en bedragare:

I mail 3 förekommer ovan nämnda lögnindikationer i köparens narratio med information om var köparen arbetar, vem denne vill köpa datorn till, varför och genom vem. Denna frispråkighet kan tolkas som hyperkorrektion. Köparen utger sig för att genom en svensk läkarvän vilja köpa datorn i födelsedagspresent till sin son som går ett utbytesprogram i Nigeria, samt säger sig jobba för behjärtansvärda "nurses without boundary". Här ser vi hur ethos etableras via tredje part, vännens och sonens befattningar. I mail 10 påpekar dessutom köparen att den angivna adressen tillhör sonen. Återigen gör sig en utomstående aktör påmind.

Köparens mail innehåller även många motsägelser, likväl som många försök till att avleda uppmärksamhet i syfte förvirra och därmed försvåra upptäckandet av dessa ogiltiga förhållanden. Detta påstående stöds av att säljaren två gånger, i mail 9 och 15, säger sig ha förvirrats av köparens mail. Exempel finner jag i mail 3 där läkarvännen uppges arbeta på samma sjukhus som köparen, som i samma mail säger sig bo i England. I mail 5 uppges läkarvännen bo i Malmö. I mail 3 säger även köparen att datorn ska bli en födelsedagspresent till sonen, men i mail 10 uppger köparen sonens adress som fraktadress, vilket vore motsägelsefullt om vi antar att födelsedagspresenten skulle vara en överraskning.

Ett annat exempel på motsägelse är att köparens mailadress ger uppgift om att dennes efternamn är Maxwell, men då sonens adress uppges i mail 10 så är sonens efternamn bara Mass.

Felstavningar som att en bank skulle stava fel på en valuta förkortning, SEEK i stället för SEK, pekar även det på lögn. Att köparen kallar en läkare vid titeln Mr. i stället för Dr. är en liknande iakttagelse, då dessa titlar används i stor utsträckning i England. Dessutom används läkartiteln ju inom branschen vilken köparen utger sig för att tillhöra. I och med detta kan jag även urtolka hyperkorrektion.

BILAGA 2: KORPUS

Mail 1

Subject: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
To: [säljarens adress]
Date: Wed, 1 Dec 2010 21:48:39 +0100
From: Mikemasswell@gmail.com

Hi is your laptop still for sale

Mail 2

On 12/2/10, [säljarens namn] <[säljarens adress]> wrote:

Hello!

Yes it's still for sale ;). Many answers though so maybe it will be sold soon. But I give it this week out and maybe the next weekend.
Best Regards [säljarens namn]

Mail 3

Date: Thu, 2 Dec 2010 14:00:30 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Hello Dear, I hope you are doing good. I am from unite state but currently working for a nurses without boundary in UK and will like to buy the laptop to my son who is in a school exchange programme in West Africa Nigeria as a birthday gift. I was referred to this website by an Sweden Doctor in the hospital where we work, so he is the one giving me guide lines Can you ship international? if so, let me have your banking Details or PayPal request and shipment cost so that i can proceed with the payment and send the shipping address to you...

Mail 4

On 12/2/10, [säljarens namn] <[säljarens adress]> wrote:

Hi there!

I've been looking at "Postens" homepage now and the shipping cost to U.K. is 375 sek (4 kilos), the macbook pro weight is actually only 2.5 kilograms but I want to have some marginal for the extra weight like the box, power-charger, remote control, cd-rom etc + the material

I use for packing the macbook in a safe way for its little flight. I don't have a paypal account, but I could ofcourse send the package as soon as I get the payment (12.375 sek) on my bank account. Do this swedish doctor live hear in Stockholm?

or have some contacts hear? Wouldn't it feel more safe for
You if you send him the money and then he could check that
the computer is okay and then pay hand to hand?
Well, it's ofcourse up to you. My full name is [säljarens namn]
and my bank is called SEB with the account number xxxx-xxxxxxx.
Feel free to give me a call if you want to discuss the best way to make
this "buisness" (sorry my bad english skills),
My mobilenr: 070-xxxxxxx... I think you dial 0046xxxxxxxxx from UK?
Have a nice evening and take care / [säljarens namn]

Mail 5

Date: Thu, 2 Dec 2010 18:50:35 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Hi i will realy like you to send it to my son in nigeria and my
sweden friend live in malmo yes i can send the money to him
but it will also be ok if i transfers the money to you directly
because i dont want him to know how much it cost me to get
the laptop i can send you his full contact if you want the money in cash

Mail 6

Date: Thu, 2 Dec 2010 20:38:47 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Can you post the laptop tommorow

Mail 7

On 12/2/10, [säljarens namn] <[säljarens adress]> wrote:

Not tomorow, cos your payment won't be able to arrive to my account in time.
I will not send it without any security that you pay for the computer.
Best Regards [säljarens namn]

Mail 8

Date: Thu, 2 Dec 2010 21:16:06 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Ok i will make the transfer tommorow

Mail 9

On 12/2/10, [säljarens namn] <[säljarens adress]> wrote:

Okay,
Got a bit confused there. The price is 12.500 sek then.
Please send me the right address for the shipping.
/ [säljarens namn]

Mail 10

Date: Thu, 2 Dec 2010 22:05:41 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

bellow is my son address
Name Henry Mass
Address: 7a Airways lleshatedo
Surulere
State Lagos
Country Nigeria
Zip code: 23401
my mobile number is +4470xxxxx827 you can call any time

Mail 11

Date: 3/12/2010

Dear, [säljarens namn]

This is an email from Bank Of America to inform you that you have just received payment from our customer Mr Mike Masswell for the item. This payment has just been sent, so you are to allow 24 hours after shipment details have been provided by you and verified before payment is transferred to your account.

Please view the transfer details below if accurate.

Below Are The Payment Details For This Transfer..... ..

Account Holder : [säljarens namn]
Bank Account: xxxx-xxxxxxx
Bank:SEB
Country:Sweden
12.500 SEEK

Creditor's Banking Information.

Name On Account: Mike Mass well
Account Number: 01783176
Creditor's Bank Name: Bank Of America
Bank Branch: Georgia District: Bank Of America

Transfer Description



Online Banking Alert

ABOUT THIS MESSAGE:

This payment has been approved and it is pending until you send to us the shipment details for the item. You are to send out the item that has been paid for by our client and send the shipment details to us in order for negotiations to be commenced with your bank and finally transfer the money to your account. If the shipment details are not received, payment will not be credited into your account.

Failure to send out the item and provide the bank with the shipment details will result in a complaint file to Government against you as a suspected fraud. We have come to notice that some sellers after receiving payment, they do not send out the item that was paid for, and when this happens, customers come to hold the bank responsible and not the seller.

When the shipment details are received from you, we will start the verification process. Contacts will be made to the agency that the shipment was made. Some sellers provide fake shipment details. If it turns out that the shipment details are false, this automatically means that you are a scam and we will be reported to the Authorities for an immediate arrest.

Sending payment from a Bank Of America account to another Bank Of America account is easy and does not take any extra charges. For further information about local transfer between two accounts from our bank, you can visit the bank website at www.bankofamerica.com.

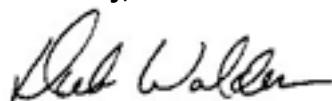


Our customer service consultants are online 24 hours a day to reply to any question that you may have. For further information or any question regarding your payment or regarding where you are to send the shipment details to, you can contact our consultant at merryconell@accountant.com

Thanks for using Bank Of America Online Payment.

We are looking forward to serving your online payment better in the future.

Sincerely,



Deb Walden
Executive Vice President
Bank Of America

Bank of America Investment Services, Inc is a registered broker-dealer, member NASD (National Association of Securities Dealers, Inc.) and [SIPC \(Securities Investor Protection Corporation\)](#), and a nonbank subsidiary of Bank of America, N.A. Bank of America, N.A. Member FDIC. [Equal Housing Lender](#)
© 2010 Bank of America Corporation.. All rights reserved. [Equal Housing Lender](#)



=====
Please do not delete this section.
Transfer_ID:# 700282236432814078359_
=====

Investment products are provided by
Bank of America Investment Services, Inc.® and:

Are Not FDIC Insured May Lose Value Are Not Bank Guaranteed

Bank of America Investment Services, Inc is a registered
broker-dealer, member NASD (National Association of Securities Dealers, Inc.) and [SIPC \(Securities
Investor Protection Corporation\)](#), and a nonbank subsidiary
of Bank of America, N.A...



Date 4/12/2010

BANK OF AMERICA PAYMENT APPROVAL

Hello .

[säljarens namn],

We hereby write you to inform you that we received a message from our client Mr Mike Masswell concerning the payment made to you, We the BANK OF AMERICA now confirm to you that your money is under our care and safe it is our duty to secure the interest of our client and also the seller We ask you to ship out what so ever he has paid for and get back to us with the tracking number We need to verify that you are legit before we can give out the money to you, we advice you to ship out the item and on or before 24hours to enable the fund arrive in time send the tracking number to us here or our customer care on merryconell@accoutant.com we will also like you to visit your bank to know when the transfer will appear in your account

Thank You

Sincerely,

Deb Walden
Executive Vice President
Bank Of America



Online Banking Alert

Mail 12

Date: Fri, 3 Dec 2010 13:28:16 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Hello i have made the transfer and my bank said they will get in touch with you pls if they let me know

Mail 13

On 12/3/10, [säljarens namn] <[säljarens adress]> wrote:

Well, I must talk to my bank if this is a normal way to go. Have a bad feeling that I should send it before I can see the money on my account. But, I talk to them this eve.. best Regards

Mail 14

Date: Fri, 3 Dec 2010 18:30:53 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Hi i will like you to know that you have nothing to worry about remember this is an international transfer my bank has to make sure every thing is going on right they need to verify that you are real that is all they need from you if you proved the information they need your money will be in your account

Mail 15

On 12/3/10, [säljarens namn] <[säljarens adress]> wrote:

Hi, I have talked to my bank hear in Stockholm now and they say that this way of "holdning" the money is nothing he (at the bank) had heard of when it comes to private banking. Companies can buy that service and in thooses cases boths banks are involved in the transfer and also when it's buisnesses with much larger amounts then 12,000 sek.

His advise was not to send the item (macbook pro) until I have the money on my account. You seem to be a nice person and all but I really have to follow what my bankman is telling me.

Have been losing money on ebay etc before so I hope you understand that decision. My advisor at SEB said that I have to have in mind that anyone can write a mail with a banks logotype ;) (Bank of America for example).

And they had also never heard that a bank send an email to a private person like that?

So, I will not send the packege until I can see the money on my account (as our first agreement) or until a friend of yours hear in Sweden hand the money and then send the computer to Nigeria (so that you also can be sure that I

am "real" and that there is a computer for sale).
I also got confused and got some second thoughts when I received a mail from another address that said that the laptop was for a pastor in West Africa - not a son as in your first mail. You never answered that question. Anyway, the staff at SEB think it's too risky to send it without the full transfer but I'm sure you are a nice person with no bad intentions... so I hope you understand that.
If that's not possible I have to sell the laptop to another under the weekend. Have a nice evening.

Best Regards. [säljarens namn]

Mail 16

Date: Fri, 3 Dec 2010 22:39:24 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Hi thanks for the mail and also for your understanding i want to let you know i am a forward person and when i say yes my yes is yes i am just trying to be careful my friend and his family are in malmo if you can go to him to collect the money cash that will be better for us but i give you my word if you give the tracking number to my bank you will see your money as soon as you do that i bet my life on that i know that bad people are every where but i can confirm to you that i am real and legit all i want is to make sure that the laptop is sent to my son and not losing my money same time if your mind tells you that i am not real without second thought you can sell it to someone else at list that will make you feel comfortable and safe

Mail 17

On 12/3/10, [säljarens namn] <[säljarens adress]> wrote:

I could go to Malmö and make the deal with your friend. But not for free. The train-ticket cost 1000 sek with the student price. That's all I can do. I also try to not lose my computer-- you understand. Then it would be 13.000 sek (to me) and then you and your friend handle the issue with the shipping cost?

/ [säljarens namn]

Mail 18

Date: Fri, 3 Dec 2010 23:14:05 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

That is too much for me do i still have to pay that much even when you are picking your money cash i wish we human can see someone mind to know who is real or not without wasting time i know you are a good

person keep it up and god will reward you for your good doing you can sell the laptop to another person it is hard to trust someone you dont know not to talk of person you have not even set your eyes on, no problem i can ask my bank to refund the money back to my account thanks for your time

Mail 19

On 12/3/10, [säljarens namn] <[säljarens adress]> wrote:

well, Maybe I could go down to 12.000 (I pay for the ticket). Then it should be the same shipping cost from Malmö as it was from Stockholm to Nigeria (482 sek). Then you pay exactly the same price as you where going to do in the end. (12.500 sek). I can go to Malmö on monday next week.
Isn't that a good idea? / [säljarens namn]

Mail 20

Date: Sat, 4 Dec 2010 06:27:51 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Yes should i forward the address to you

Mail 21

Date: Sat, 4 Dec 2010 15:30:23 +0100
Subject: Re: Ang. MacBook Pro 15" 2.4 intel-core, 4GB, glossy,
From: mikemasswell@gmail.com
To: [säljarens adress]

Hello [säljarens namn]

I really don't want you to start thinking if i am real or not i will confirm to you that i am a forward person i have to contact my friend his name is peter i will also send his phone number to you so that you will call him i will also send the one of my son in Nigeria you can as swell call him but i have to inform Mr peter before given you his address and phone number i wish you read my mind to know the kind of person i am [säljarens namn] you have my son number if i am not real i can not give you my son real address and phone number i am tried of the hole thing i must tell the truth once you give the tracking number to my bank your money will arrive in your account immediately i know we are talking of a huge amount of money but if you did not put a try on someone you will never know the kind of person he or she is try me and you will see i am a man of my word

Here is Henry Mass number +234xxxxxx8646

NOTER

¹ Artikel "Polisen varnar för ökande nätbedrägerier", Metro, 2010-12-15

² Statistiken är från 2006. Några officiella siffror på hur stor ekonomisk skada de orsakar idag, i världen eller i Sverige verkar det inte finnas. Mörkertalet är förmodligen stort, eftersom få anmäler.

³ Metaforen nätfiske [eng. phishing] är idag bekant för de flesta och används ofta som generell benämning på scam, men syftar egentligen på lösenordsfiske och den typ av scam där mottagaren luras uppge känslig information såsom kreditkortsnummer.

⁴ I samlingsvolymen *Tillitens ansikten* argumenterar José Ramírez för att verbet *pisteuo* snarare borde översättas med tillitsskapande än med övertygande (Ramírez, 2001:132).

⁵ Doxa är "de försanthållanden, trosföreställningar och förgivettaganden som är de rådande inom en större eller mindre grupp människor." (Rosengren, 2003:67)

⁶ Med konsekvent felbedömning menas att vi bedömer utifrån värdering, alltså någonting konsekvent på det sätt att det är konstant närvarande.

⁷ Modern vetenskap är ett lysande exempel på detta, då prövning står i centrum för all verksamhet (Ramírez, 2001:143).

⁸ Intressant med just detta orspråk är att kontentan är konsekvensrelaterad. Innebörden kan tolkas syfta till hur lögn förr eller senare kommer att avslöjas, och är meningen med ordspråk bildande och varnande så kan detta implicit antyda att ett avslöjande leder till negativa konsekvenser [vilka ordspråket upplyser om, och varnar för].

⁹ Komplimanger, ursäkter, överdrifter etc.

¹⁰ Detta ser vi historiska och kulturella exempel på i allt från de gamla kinesernas metoder i öst till häxbränningarna i väst. Till och med Sigmund Freud hävdade att lögn kunde avslöjas via kroppsspråk. Han sa att "om hans läppar tigger, talar hans fingertoppar; han förråder sig genom varje por" (Kronkvist, 2007:12).

¹¹ Kronkvist ger här *skådespel* som exempel.

¹² Detta påstående möjliggörs av termen *bedrägeriförsök*, vilken stödjer ett sådant förhållande.

¹³ Faircloughs nyckelbegrepp refereras i Jörgensen, Philips, 2000:72ff

¹⁴ Min beskrivning utgår från Jörgensen och Philips kapitel om den kritiska diskursanalysen (Jörgensen, Philips, 2000:66-96)

¹⁵ Diskurspsykologin ser dock inte till retoriska strategier och ägnar sig heller inte åt textnära lingvistisk analys (Jörgensen, Philips, 2000:129). Den diskurspsykologiska analysmetoden är i stället ofta samtalsanalys där turtagning sker betydligt oftare än inom en mailkonversation. Därmed kommer jag endast att se diskurspsykologin som ett komplement till den kritiska diskursanalysen.

¹⁶ Stereotyper kan ju – i alla fall på basis av vår vetenskap om slumpens sannolikhet att slå rätt – fånga vissa drag hos mottagaren, men långt ifrån alla.

¹⁷ Jag vill påstå att en obalans ligger till grund för den retoriska situationen eftersom sändaren önskar ta något av mottagaren som sändaren inte själv har. En sådan obalans kan vara ekonomisk, social, imaginär eller verklighetsförankrad. Märk väl att denna balans ej är att likställa med rättvisa, snarare tillfredsställelse.

¹⁸ Med passiva menar jag aktörer som endast yttrar sig sekundärt, via någon av de aktiva aktörerna. De passiva aktörerna kommer refereras till som sonen, läkarvänner och *Sjuksystrar Utan Gränser*.

¹⁹ En flirtsmiley skrivs ;-) alternativt ;), i detta fall enligt det senare, och är tänkt att illustrera ansiktsuttrycket – eller innebörden av ett sådant ansiktsuttryck – då man blinkar med ena ögat till någon. Jag vill påstå att smileys fyller funktionen undertext, förstärkare eller tydliggörare.

- ²⁰ Vi litat mer på de vi känner (Kronkvist).
- ²¹ Detta påstående baseras på Aristoteles definition av tillit som bevisföring.
- ²² Annat än i mindre formella sådana, såsom i erbjudanden liknande "Investera i våra förmånliga fonder!".
- ²³ Detta bekräftas av Kronkvist (2007). Strategin känns även igen i det Sigmund Freud kallar för projicering; försvar genom att anklaga andra för det man själv känner sig anklagad för.
- ²⁴ Konsekutiva konjunktioner är följdverkande markörer.
- ²⁵ Diskursivt ger detta en förmildrande effekt – den personliga diskursen mjukar upp anklagelsen i den professionella.
- ²⁶ Kristen ideologi, med budord i form av uppmaningar och indirekta varningar kan ligga till grund här.
- ²⁷ Detta påstående finner jag bevis för inom den klassiska retoriken: Leda (lat. *taedum*) är talarens största fiende. Har åhöraren tappat sitt intresse är det oerhört svårt att vinna dennes gunst igen.
- ²⁸ För detta påstående finner jag stöd i tillitsforskning. José Ramirez skriver "Hoppet är det som är kvar när tilliten krackelerar så pass att fortvaron av någonting är i riskzonen" samt beskriver hopp som *önsketänkande* (Ramirez, 2001:138). Säljarens rädsla och hopp styrs även av språkliga faktorer, såsom köparens hotande eller smickrande språkhandlingar.
- ²⁹ Adversativa konjunktioner är motställande ord såsom men, fast, utan och icke. Exempel på dessa är "Have a bad feeling /.../ but, I talk to them this eve" liksom "the staff at SEB think it's too risky /.../ but I'm sure you are a nice person with no bad intensions". Här ser vi även hur säljaren framför sitt budskap genom att inta den professionella diskursen i budskapets svårframförda del, men låter en personlig diskurs kompensera kritiken och bekräfta tilliten.
- ³⁰ Köparen imiterar säljarens språkbruk, men även säljaren anpassar sitt språk efter köparens då denne inte uppfyller diskursens förväntningar (Se Teori "hyperkorrektion"). De "lär" av varandra, för att skapa en gemensam diskurs.
- ³¹ För detta påstående finner jag stöd i Walter Serners "Bara fåfängan kan få en att tala" (Serner, 1927:65), samt Ola Kronkvists "Extra lätt blir det om lögnerna på något sätt är avsedda att väcka positiva känslor hos den andre." (Kronkvist,2007:23) Vi är mer receptiva för lögn om yttrandets avsikt verkar god.
- ³² Det är pinsamt att bli lurad, tillika pinsamt att vara misstänksam eller anklagande. Detta genomsyrar hela konversationen, men ett exempel är hur säljaren använder refutatio för att förebygga misstanke riktad mot den egna personen.
- ³³ Avslutas bedrägeriet snabbt är det för att undvika ledan, om processen blir utdragen och ledan redan infunnit sig blir den anledning till avslut.
- ³⁴ Dessa drifter kan vara medvetna eller omedvetna.
- ³⁵ Övertygande i stället för övertalning, då tillit är en förutsättning för det samarbete som krävs för bedrägeriprocessens fortlöpande, och övertalning innebär att handla mot sin egen vilja.
- ³⁶ Uppfattar vi vår drift som ett problem kommer vi sannolikt söka en lösning, uppfattas driften i stället som en tillgång kommer vår fåfänga och leda att söka bekräftelse och näring.
- ³⁷ För detta påstående finner jag bevis redan i hur bedrägeriet avslöjades: Eftersom jag inte hade egenintresse i affären så upplevde jag inte köparen som trovärdig och kunde därmed genomskåda bedragaren och råda min vän att genast avbryta korrespondensen.
- ³⁸ Intressant i Quintilianus beskrivning är att bedragaren upplever rädsla och hopp i motsatt ordning till det resultat jag kom fram till angående offret: Bedragaren upplever först hopp och sedan rädsla, emedan offret i större utsträckning upplever rädsla vilket triggat igång hoppet (Se "Analys" och "Resultat"). Kan tyckas naturligt – men är värt att nämna.