**APPELFORMER**

**Oversigt og definition**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Appelform** | **Appel til** | **Fokus på** | **Modtageren** **overbevises af** | **Beskrivelse** |
| Patos | følelser | Modtageren | Stemninger | Når afsender bruger patos for at vinde tilslutning til sine synspunkter, appellerer han/hun til **modtagerens følelser og umiddelbare stemninger** (glæde, munterhed, skyld, skræk, ansvar, vrede, længsel, drømme). I en tekst eller tale kommer patos til udtryk i et **tydeligt engagement, i mange værdiladede ord og i brugen af sproglige billeder og figurer**. Hvis en patosappel overdrives, kommer den nemt til at virke komisk. |
| Logos | fornuft | Meddelelsen/budskabet | Rationelle argumenter | Når afsender bruger logos for at vinde tilslutning til sine synspunkter, appellerer han/hun til **modtagernes fornuft og logiske sans.** Afsenderen holder sig til sagen, bestræber sig på at være **objektiv, argumenterer og underbygger sine argumenter med saglige belæg.** I en tekst eller tale kommer det til udtryk i et **neutralt ordvalg**, og i den mundtlige tale viser det sig i en behersket fremtræden. Faren kan bestå i, at det bliver kedeligt, hvis der udelukkende benyttes logosappel. |
| Etos | tillid | Afsenderen | Troværdighed | Når afsender bruger etos, baserer han/hun tilslutningen på modtagerens tillid til en person. Det kan være afsenderen selv, der **vækker tillid hos modtagerne og fremstår som en autoritet** eller **ekspert** på det område, han udtaler sig om, men afsenderen kan også låne tillid eller autoritet fra andre personer eller institutioner ved at henvise til dem i teksten eller talen. En **afsender, der har et godt omdømme** **elle image** hos modtagerne, eller hvis synspunkter støttes af andre, der har et godt omdømme, har større chancer for at vinde tilslutning end en ukendt. |