**Appelformer**

En tekst eller en tale kan forsøge at vinde tilslutning til sine synspunkter ved at benytte forskellige appelformer. Man kan appellere til modtagerne ved hjælp af fornuft (logos), troværdighed (etos) og ved at tale til modtagernes følelser (patos).

*Logos*: 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, eventuelt også med fakta i form af tal og statistik. I en tekst eller tale kommer logosappellen desuden 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.

* Du skal købe dyner i JYSK. De er billige, og de er slidstærke.

*Patos*: 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.

* Du skal købe dyner i JYSK. Du vil elske dem.

*Etos*: Etos drejer sig først og fremmest om afsenderens troværdighed. En afsender, der har et godt omdømme eller image hos modtagerne, eller hvis synspunkter støttes af andre, der har et godt omdømme, har større chancer for at vinde tilslutning end en ukendt.

Man taler her om *forventningsetos*. Det kan være eksperten, der udtaler sig på et område, som vi på forhånd ved eller må gå ud fra, at han eller hun kender til, eller det kan være en person, vi på forhånd har tillid til, ser op til eller har sympati for, der udtaler sig.

Afsenderen kan også *låne* troværdighed fra andre personer eller institutioner med et godt omdømme ved at henvise til dem i teksten eller talen. Lånt etos er noget, man benytter, når man ikke selv har en høj etos inden for det emne, man ytrer sig om. Er det tilfældet, kan det være nødvendigt at læne sig op ad nogen, som bliver anset som troværdige inden for emnet, og dermed låne lidt af deres etos. Skal man udtale sig om sundhed, kan man således inddrage en læge eller en ernæringsekspert, hvis udtalelser om sagen støtter ens sag: "En af Danmarks førende ernæringseksperter, Karen Hjort, har fremlagt beviser for, at mørk chokolade faktisk er sundt en gang imellem".

Du har sikkert tit set reklamer, hvor bestemte brands bruger en berømt kunstner som frontfigur. Når de gør dette, handler det også om lånt etos, men frem for at låne kunstnerens ekspertise inden for emnet, bruger de vedkommendes image til at styrke brandets etos

Afsenderens etos er imidlertid ikke blot en forventningsetos – dvs. en etos der bringes med ind i situationen. Etos kan også være en *situationsetos*, der opbygges i kraft af den troværdighed, afsenderen udviser og opbygger i selve situationen. Ifølge Aristoteles har tre egenskaber betydning for afsenderens troværdighed i situationen: han eller hun skal være vidende, have en "god karakter" og vise velvilje overfor modtagerne. Med vidende menes der, at afsenderen skal have indsigt i det, han eller hun taler om og have styr på sit stof. Den "gode karakter" handler om, at afsenderen skal fremstå sympatisk og med en høj moral. Og med velvilje overfor modtagerne menes, at man så vidt mulig skal forsøge at imødekomme modtagernes ønsker og behov og søge et fælles, positivt udgangspunkt med dem, selv når man ved, man er uenig med dem.

* Go'daw, jeg hedder Lars Larsen – Jeg har et godt tilbud.

Aristoteles anerkendte de tre appelformer som ligeværdige. Det afgørende er, hvordan man formår at tilpasse brugen af de tre appelformer til selve den konkrete talesituation.