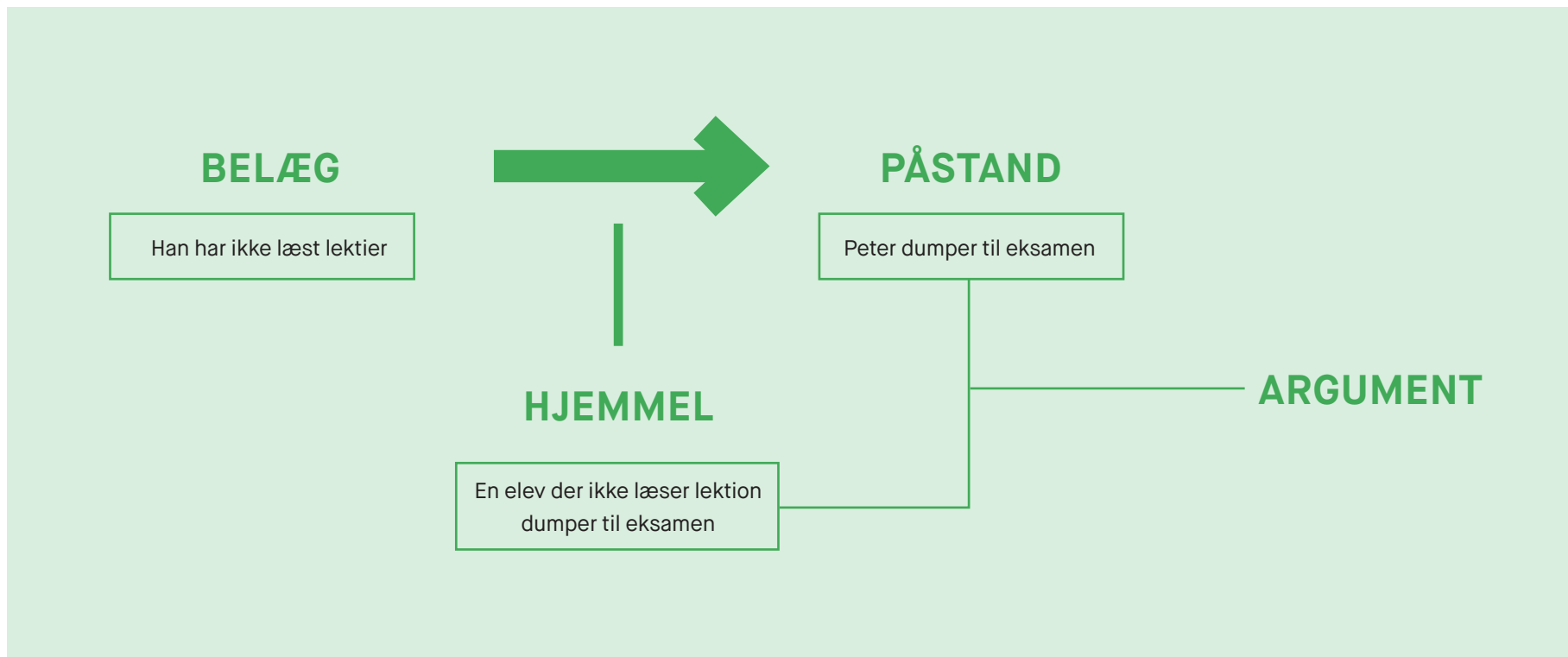


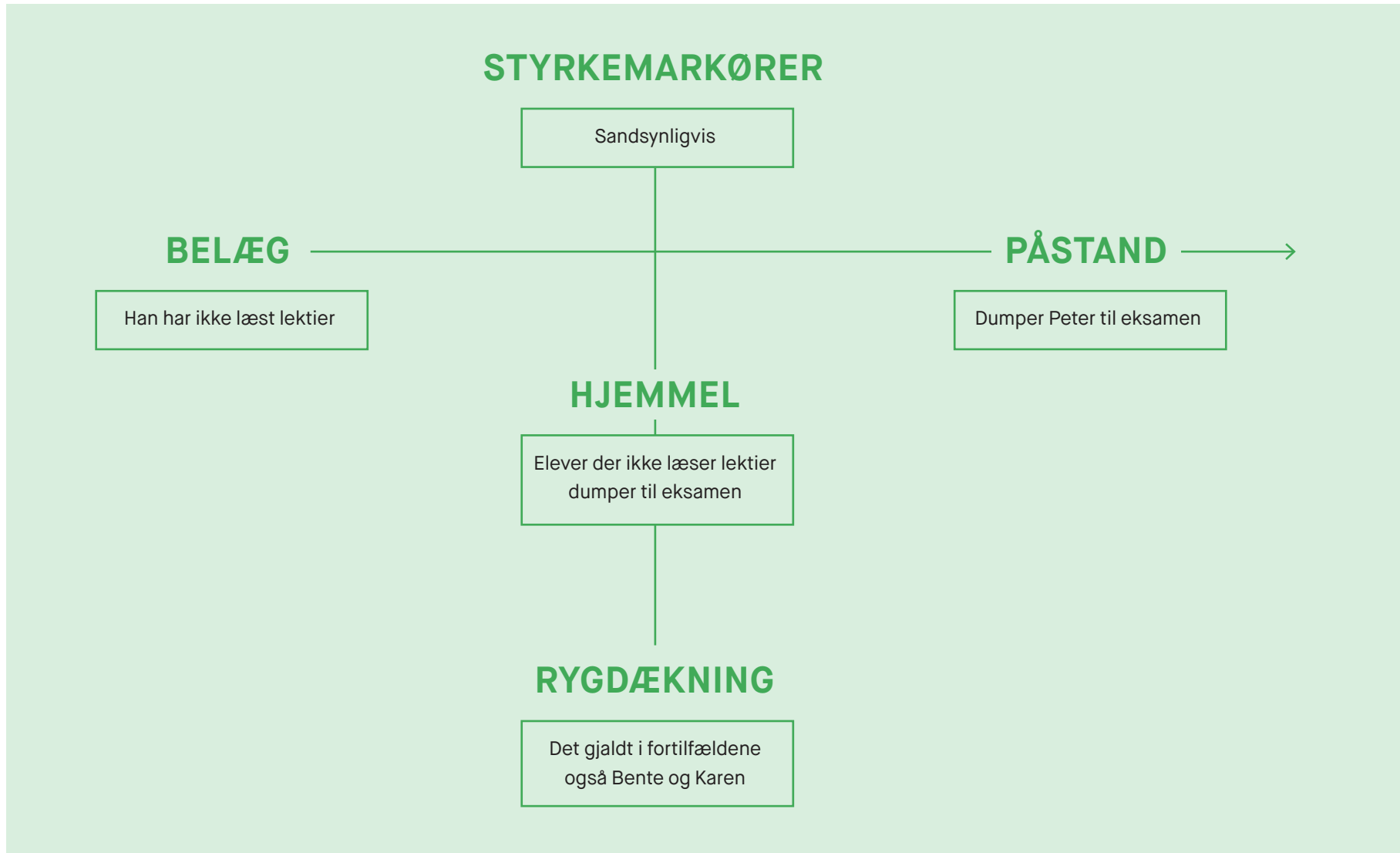
Det ved vi

Det diskuterer vi

--	--

TOULMINS MODEL FOR ARGUMENTATION





APPELFORMER

Når du skal argumentere for et synspunkt, gælder det om at vække læserens eller seerens sympati og overbevise modparten om rigtigheden i dit synspunkt. Det kan du gøre på tre måder: Du kan appellere til læserens eller seerens logiske sans (logos), værdier (etos) eller følelser (patos).

Logos	Etos	Pathos
Argumenterne bygger på logik og fornuft Eksempel: "Asylansøgere skal kunne arbejde, når de opholder sig i Danmark, fordi lediggang kan være en start på en kriminel løbebane"	Argumenterne bygger på værdier Eksempel: "Asylansøgere skal kunne arbejde, når de opholder sig i Danmark, fordi det er uværdigt at nægte mennesker at arbejde og klare sig selv"	Argumenterne bygger på følelser Eksempel: "Asylansøgere skal kunne arbejde, når de opholder sig i Danmark, for prøv at forestille dig, hvordan det ville være, hvis det var dig, der var tvunget til at opholde dig i et fremmed land uden retten til arbejde"

STILLADSERINGSARK TIL ARGUMENTATION

Argument			
Synspunkt	For	Imod	Appelform

Notatskema til artikellæsning			
Myter	Konklusion	Kilder	Appelform

Når du argumenterer for en sag, gælder det om at vinde din læsers eller lytters sympati og overbevise ham eller hende om rigtigheden i dit synspunkt. Det kan du gøre på tre måder: Du kan appellere til læserens eller lytterens logiske sans (logos), værdier (etos) eller til følelserne (patos).

Forbindere, der signalerer årsag	Eftersom, fordi, for, hvis, grunden til
Forbindere, der signalerer modsætning	Men, til gengæld, på trods af
Udtryk, der signalerer konklusion	Derfor, således, hvilket betyder, konsekvensen er ..
Modalverber	Kan, skal
Holdningsladede verber	Risikerer, lokker, ønsker, stikker, demonstrerer, render rundt
Retoriske spørgsmål	Hvorfor dog det? Men hvad med ...? Hvem ønsker ...? Hvad kan det nytte ...? »Hvorfor være ...?
Udtryk, der signalerer mulighed nødvendighed, sandsynlighed, vilje	Naturligvis, selvfølgelig, nødvendigvis
Ord, der forstærker	Ikke, aldrig, absolut » Vi er jo ikke ... Der er jo ikke ...
Generelle vendinger	Nogle ... andre... På den ene side på den anden side ... Der er uenighed om ... Der er enighed om Man.... Folk siger ... Undersøgelser viser ... Ekspertes henviser til

OPGAVEBESKRIVELSE OG SUCCESKRITERIER FOR DEBATINDLÆG.

OPGAVEKRAV

Skriv et sagligt debatindlæg om unges brug af sociale medier. Debatindlægget skal bringes i en netudgave af et magasin, som læses af forældre til teenagere.

- Du skal skrive et debatindlæg om unges brug af sociale medier.
- Du skal beskrive unges brug af sociale medier fra de artikler, I har fundet på nettet.
- Du skal argumentere for egne holdninger
- Du skal i dit debatindlæg bruge din viden om argumentation, kilder, appelformer og retoriske virkemidler relevant, så det fremmer kommunikationen med målgruppen
- Du skal korrekturlæse din opgave
- Du skal layoute din tekst, så det fremmer kommunikationen med målgruppen.

SUCCESKRITERIER

- Der indledes med en direkte læserhenvendelse
- Kompositionsmodellen er anvendt
- Der er fakta med
- Der er argumenter for og imod
- Der er anvendt forbindere
- Der er anvendt appelform(er)
- Der er beskrevet fordele og ulemper
- Der er egne erfaringer med
- Der er anvendt styrkemarkører
- Der er anvendt rygdækning
- Der afsluttes med en gentagelse af hovedsynspunkt og en opfordring
- Der er rubrik, underrubrik, brødtekst, byline og illustration/foto, og det er opsat så det fremmer kommunikationen og ligner noget fra et netmagasin.

EVALUERINGSARK TIL ELEVERNE

Find eksempler/beviser i dit debatindlæg på, at du kan opfylde nedenstående succeskriterier.	Skriv gerne uddybende om, hvordan og hvorfor du har anvendt/ikke anvendt succeskriterierne i dit debatindlæg.
Understreg og nummerer eksempler på en kopi af dit debatindlæg.	
Der indledes med en direkte læserhenvendelse	
Der er fakta med	
Der er argumenter for og imod	
Der er anvendt appelform(er)	
Der er beskrevet fordele og ulemper	
Der er egne erfaringer med	
Der anvendes forbindere	
Der anvendes styrkemarkører	
Der anvendes rygdækning	
Der afsluttes med en gentagelse af hovedsynspunkt og en opfordring	
Der er rubrik, underrubrik, brødtekst, byline og illustration/foto, og det er opsat, så det fremmer kommunikationen og ligner noget fra et netmagasin	