

# Bilag A

Det ved vi

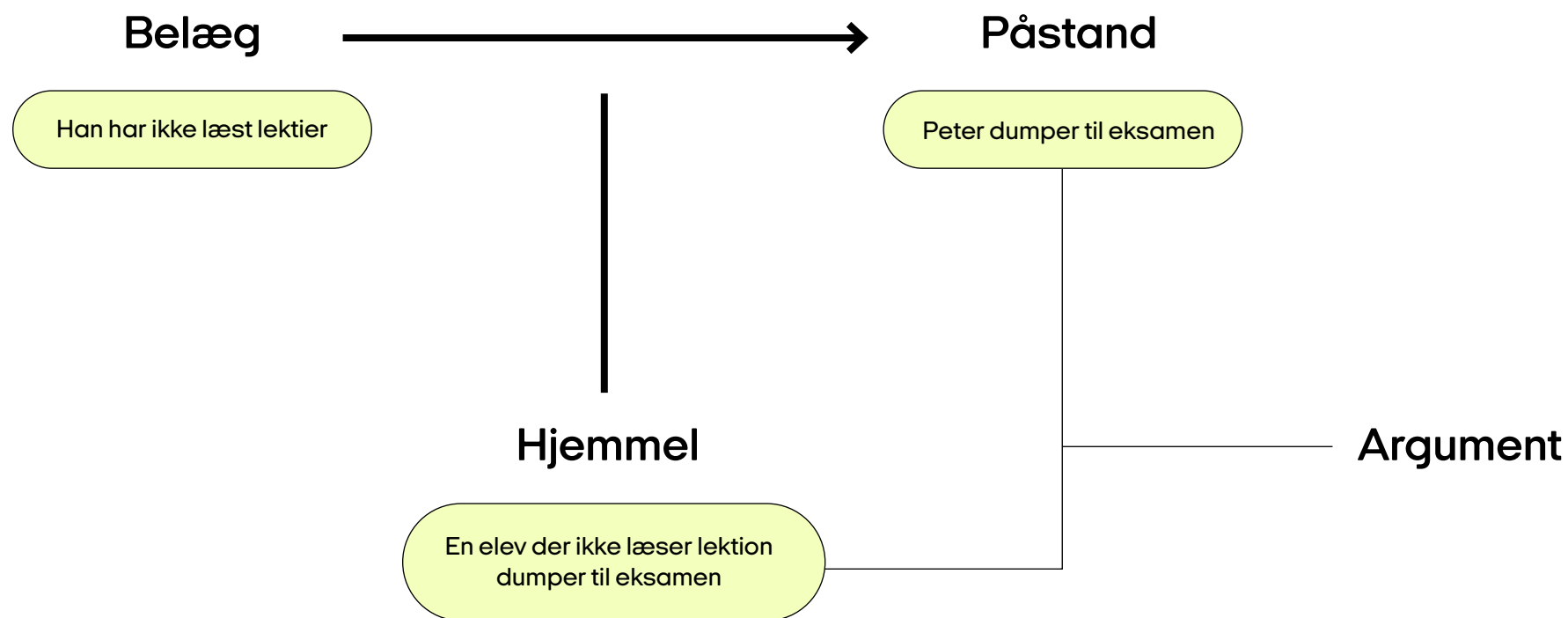
Det diskuterer vi

# Bilag B

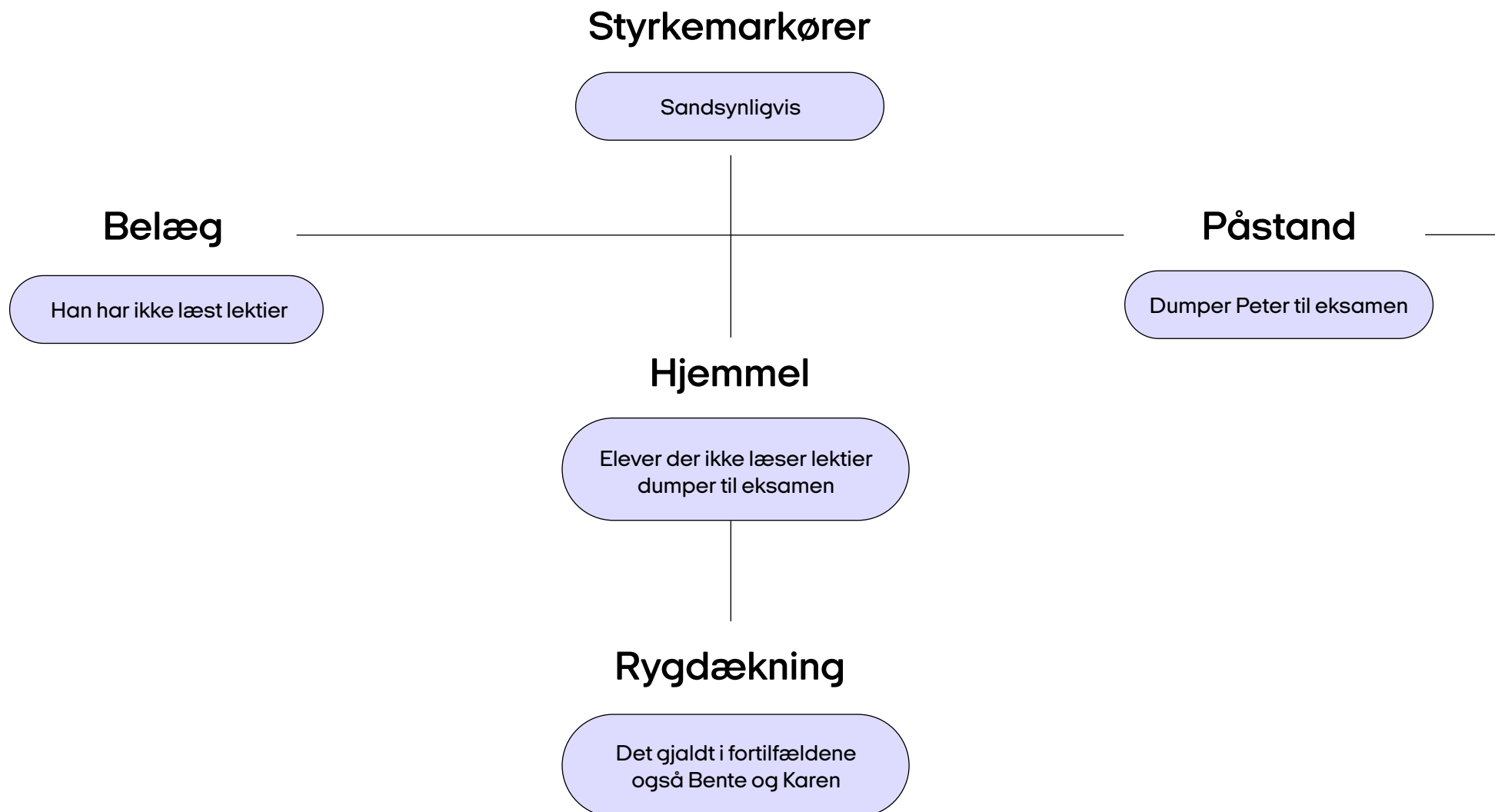
Problem	Virkning	Årsag	Løsning

# Bilag C

## Toulmins model for argumentation



# Bilag D



# Bilag E

## 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

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"

### Etos

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"

### Pathos

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"

# Bilag F

## Stilladseringsark til argumentation

### Argument

Synspunkt	For	Emod	Appelform

# Bilag G

## Notatskema til artikellæsning

Myter	Konklusion	Kilder	Appelform

# Bilag H

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 ... Eksperter henviser til



# Bilag I

## 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.

# Bilag J

## Evalueringsark til eleverne

Find eksempler/beviser i dit debatindlæg på, at du kan opfylde nedenstående succeskriterier. Understreg og nummerer eksempler på en kopi af dit debatindlæg.

Skriv gerne uddybende om, hvordan og hvorfor du har anvendt/ikke anvendt succeskriterierne i 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