De aristotelische overredingsmiddelen: ethos, logos, pathos

Het talent van een redenaar blijkt niet zozeer uit wat hij of zij zegt, maar vooral uit hoe hij of zij dat zegt. Hoe verpak je de boodschap op een zodanige manier dat je mensen overtuigt? Er zijn drie overredingsmiddelen die je in kunt zetten: ethos, logos en pathos. Deze overredingsmiddelen zijn door Aristoteles voor het eerst op schrift gesteld.

In elke retorische situatie zijn drie elementen aanwezig:

1. De spreker

2. De boodschap/ het verhaal

3. Het publiek

De drie aristotelische overredingsmiddelen zetten elk op één van deze drie elementen in.

ethos > spreker

logos > boodschap/ verhaal

pathos > publiek

Ethos is verbonden met de spreker. Als spreker probeer je van jezelf een zo gunstig mogelijk beeld te scheppen, zodat het publiek je gelooft. Je kunt dat op drie manieren doen:

• Wek de indruk dat je verstand hebt van de zaken waarover je spreekt.

• Wek de indruk dat je eerlijk en betrouwbaar bent.

• Wek de indruk dat je erg betrokken bent bij de belangen van het publiek.

Logos is verbonden met de boodschap/ het verhaal. De spreker haalt bewijzen en argumenten aan om zijn of haar publiek te overtuigen. Let op: het gaat niet om objectieve waarheid. Logos is een overredingsmiddel en dus kan een redenaar alleen de feiten noemen die gunstig zijn voor zijn of haar zaak. Hij of zij kan zelfs doen alsof het om feiten gaat, maar eigenlijk valse informatie verstrekken. Het hangt van de integriteit van de spreker af of alle kanten van een zaak belicht worden.

Pathos is verbonden met het publiek. Je probeert je publiek te emotioneren bijvoorbeeld door ze kwaad te maken of door juist hun medelijden te wekken of door ze bang te maken of door ze juist in een hoopvolle stemming te brengen. Je kunt proberen ze aan te spreken op gevoelens van liefde voor het vaderland enz. Bedenk in welke stemming je je publiek wilt brengen om ze te overtuigen.

NB Wees erop bedacht dat de drie overredingsmiddelen niet altijd zo scherp van elkaar te onderscheiden zijn. Het wekken van een indruk van verstand van zaken (ethos), raakt aan logos bijvoorbeeld. Bepaalde vormen van pathos, bijvoorbeeld het oproepen van gevoelens van hoop en zelfvertrouwen, kunnen weer raken aan ethos (indruk van betrokkenheid) enz.