

V drugem primeru govorimo o subjektivnih tehnikah prepričevanja. Dokaze, s katerimi želimo ganiti, že v osnovi izbiramo glede na poslušalce oz. njihova (domnevna) duševna stanja. *Ethos* so dokazi oz. prepričevalni načini, s katerimi govorec prikazuje in oblikuje svoje lastne značajске poteze ter skuša ustvariti vtis verodostojnosti, zaradi katerega bi občinstvo lažje in hitreje sprejelo njegova stališča ter argumente. *Ethos* je torej samopodoba, kot jo kažemo poslušalcem, ne (nujno) naša prava (samo)podoba, temveč podoba, ki je skladna z vsebino našega govora in za katero želimo, da jo poslušalci vidijo. Gre za *konstruirano, umetno podobo*, ki z našo »pravo« oz. »zasebno« podobo pogosto nima kaj dosti opraviti, temveč je prilagojena cilju, ki ga želimo doseči, in poslušalstvu, od katerega je doseg cilja odvisen. Kar z drugimi besedami povedano pomeni, da bi se – teoretično in ob pogoju, da cilj ostane enak – različnim poslušalstvom lahko (samo) predstavljali povsem različno, z namenom, da bi dosegli oz. prepričali o želenem cilju. Znotraj konstrukcije govorceve podobe lahko govorimo o dveh (pod)vrstah retoričnega *ethosa*, ki glede na retorično situacijo v govoru lahko različno izstopata.⁴² Pri ustvarjanju vtisa verodostojnosti je namreč zelo pomembno, ali poslušalci govorca predhodno poznajo. *Ethos*, ki temelji na takšni predhodno znani govorcevi podobi (tj. njegovem slovesu, moralnem in/ali strokovnem ugledu oz. avtoriteti), imenujemo tudi *predobstoječi ethos*. Gre za (bolj ali manj splošno znano) védenje o govorceu izven dane retorične situacije, ki mu lahko zagotovi potrebno verodostojnost za izrečeno. Govorec se lahko nanjo eksplicitno skliče ali zgolj implicitno nakaže pomembnost lastne avtoritete za resničnost, veljavnost, sprejemljivost vsebine/teme govora. Druga vrsta prepričevanja s pomočjo *ethosa* je v govoru neposredno *konstruirana* govorceva verodostojna podoba ali *ustvarjeni ethos*. Govorec jo lahko, glede na retorično situacijo, vsakič na novo in drugače zasnuje, s čimer pri poslušalcih ustvari pogoje za večjo sprejemljivost svojih argumentov. Aristotel (*Rh.* 1356a5–9) je povezavo med ustvarjanjem vtisa govorceve verodostojnosti in učinkovitim prepričevanjem videl v posebnostih medčloveških odnosov, kadar gre za to, komu bolj zaupamo. Opredelil je tri glavne dejavnike, zaradi katerih, kot pravi, govorceu verjamemo celo brez dokazov: *praktična modrost* ali vtis o bistrosti, pametnosti (stgr. *phrónesis*), *vrlost* (stgr. *areté*) ali vtis o poštenosti ter *dobrohotnost*

42 Razmejitev znotraj govorceve podobe izhaja iz antične retorične tradicije o moralni in ustvarjeni govorcevi podobi. *Moralni (predobstoječi) ethos* v ospredje postavljajo zlasti Platon in Izokrat, kasneje tudi Kvintilijan, medtem ko je *ustvarjeni ethos* znan zlasti kot Aristotelov koncept, a se v antični retorični tradiciji prav tako najde v nekoliko drugačni obliki. Prim. tudi op. 43 in 67.