

# Základy filozofie

argumentace

**Tomáš Ondráček**

**[ondracek.t@mail.muni.cz](mailto:ondracek.t@mail.muni.cz)**

Faculty of Economics and Administration, Masaryk University



(Church of Euthanasia, 2017)

# Obsah prezentace

PERSUASE

ELM MODEL

PERSUASIVNÍ DIALOG

ARGUMENTACE

KRITICKÁ DISKUSE

PŘIROZENÁ ARGUMENTACE

APLIKACE

SHRNUTÍ A ZÁVĚR

# Co je persuade?

## persuase (persuasion)

Persuase je specifická forma *komunikace*, jejímž cílem je ovlivnit duševní stav recipienta v *atmosféře svobodné volby*.

## PERSUASE



(Obama, 2017)

# Co je komunikace?

## komunikace (communication)

Komunikace je chápána jako změna v percepčním poli příjemce doprovázená předáváním informace.



(Independent, 2017)

# svoboda

Svobodná volba jako absence nátlaku.

Nátlak:

Nucení osoby k chování nebo zaujetí postoje, který odporuje její vůli.





(Netflix, 2017)

# Elaboration Likelihood Model (Petty & Cacioppo, 1986)

Za jakých podmínek je pravděpodobné,  
že člověk bude, nebo nebude  
o sdělení hlouběji přemýšlet?

# cesty (Petty & Cacioppo, 1986)

- PERIFERNÍ CESTA
  - bez hlubšího zvažování, „iracionální“ důvody
- CENTRÁLNÍ CESTA
  - zvažování důvodů

## faktory determinující cestu (Petty & Cacioppo, 1986)

- MOTIVACE
  - zainteresovanost, potřeba kognice
- SCHOPNOSTI
  - znalost, přítomnost distraktorů

# příklad periferní cesty



\*This opinion expressed here has been checked and proved to be correct according to the medical and scientific data.

20,679\* Physicians  
say "LUCKIES  
are less irritating"

"It's toasted"

Your Throat Protection against irritation against cough

(Lucky Strike, 2017)

## příklad centrální cesty

$$\text{Ax. 1. } P(\neg\varphi) \leftrightarrow \neg P(\varphi)$$

$$\text{Ax. 2. } P(\varphi) \wedge \Box \forall x[\varphi(x) \rightarrow \psi(x)] \rightarrow P(\psi)$$

$$\text{Th. 1. } P(\varphi) \rightarrow \Diamond \exists x [\varphi(x)]$$

$$\text{Df. 1. } G(x) \iff \forall \varphi [P(\varphi) \rightarrow \varphi(x)]$$

$$\text{Ax. 3. } P(G)$$

$$\text{Th. 2. } \Diamond \exists x G(x)$$

$$\text{Df. 2. } \varphi \text{ ess } x \iff \varphi(x) \wedge \forall \psi \{ \psi(x) \rightarrow \Box \forall x [\varphi(x) \rightarrow \psi(x)] \}$$

$$\text{Ax. 4. } P(\varphi) \rightarrow \Box P(\varphi)$$

$$\text{Th. 3. } G(x) \rightarrow G \text{ ess } x$$

$$\text{Df. 3. } E(x) \iff \forall \varphi [\varphi \text{ ess } x \rightarrow \Box \exists x \varphi(x)]$$

$$\text{Ax. 5. } P(E)$$

$$\text{Th. 4. } \Box \exists x G(x)$$

## persuasivní dialog (persuasive dialog)

Persuasivní dialog je označením persuade ve vzájemné komunikační interakci.

# rozlišení

- POČÁTEČNÍ SITUACE
  - Co vyvolalo střet?
- CÍLE ÚČASTNÍKŮ
  - Čeho chce účastník dosáhnout?
- PROSTŘEDKY
  - Jaké jsou povolené prostředky?
- UKONČENÍ
  - Jak vypadá ukončení?



# druhy

- HÁDKA
  - osobní konflikt
  - verbální útok
  - vše (?)
  - odhalit hlubší důvod konfliktu
  
- VYJEDNÁVÁNÍ
  - střet zájmů
  - zisk
  - přemlouvání, smlouvání
  - vyrovnání se / kompromis

# druhy

- HLEDÁNÍ INFORMACÍ / ZJIŠŤOVÁNÍ
  - potřeba informací / vysvětlení
  - získat informace / evidenci
  - empirická evidence
  - vyměnit informace / potvrdit nebo vyvrátit hypotézu
- ROZVAŽOVÁNÍ
  - praktická volba
  - koordinace cílů a jednání
  - důraz na praktičnost
  - rozhodnout o nejlepším postupu

# druhy

- KRITICKÁ DISKUSE
  - rozdíl názorů
  - přesvědčit oponenta / vyřešit názorový střet
  - argumenty
  - vyřešení názorového sporu

# Co je argumentace?

argumentace (argumentation)

Argumentace je činnost, ve které jsou předkládány argumenty.

## základní

### tvrzení/výrok (assertion)

Tvrzení je věta, u které má smysl ptát se na pravdivostní hodnotu.

### stanovisko/teze (statement)

Stanovisko je tvrzení, které chce strana v rámci komunikace obhajovat a které je zpravidla kontroverzní.

# komplexní

## argument (argument)

Argument je soubor alespoň dvou tvrzení, kdy jedno tvrzení (premisa, východisko) je předloženo za účelem *zvýšení přijatelnosti* druhého tvrzení (závěr, stanovisko).

# Co není argument?

- NEPODPOŘENÉ TVRZENÍ
- PODMÍNKOVÉ TVRZENÍ
- VYSVĚTLENÍ
- ILUSTRACE

# implicitní prvky

Ne přímo vyjádřené prvky argumentu, které je třeba doplnit, aby byl argument platný.

- implicitní premisy
- implicitní závěr



# doplňování implicitních prvků

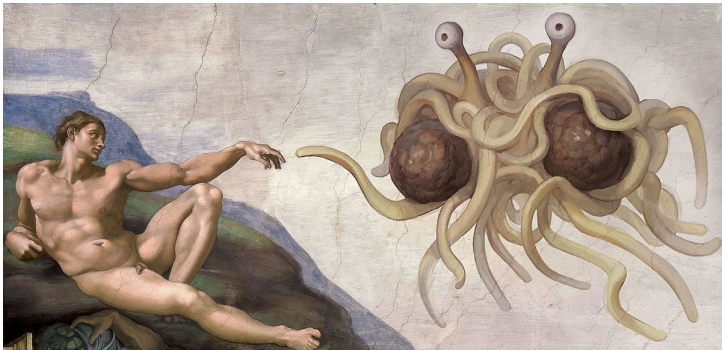
- VALIDITA
  - Doplníme prvky, které činí argument validní.
- PŘIJATELNOST
  - Bereme ohled na záměry autora.
- VSTRĚCNOST
  - Volíme nejsilnější variantu.

- VALID – FORMÁLNĚ SPRÁVNÝ
  - Premisy podporují závěr.
- SOUND – PLATNÝ
  - Premisy jsou platné.
- PLAUSIBLE – VHODNÝ
  - Předložený argument se vztahuje k diskusi.

# argumentační schémata

- ...
- stovky
- desítky (Walton, 1987)
- jednotky (van Eemeren, Grootendorst, & Henkemans, 2002)

## příklady různých argumentů



(Wikimedia, 2017)

## tradiční pojetí (Hamblin, 1970: 12)

Argumentační faul je to,  
co vypadá jako správný argument,  
ale není.

- seznamy argumentačních faulů (Walton, 1987)





(Existential Comics, 2017)



(Excistential Comics, 2017)





(Existential Comics, 2017)

## nová pojetí

- Informal logic / pragmatický přístup (Walton, 1987)
  - Argumentační faul jako ta argumentace, kdy dojde k selhání v zodpovídání kritických otázek.
- Pragma-dialektika (van Eemeren et al., 2002)
  - Argumentační faul jako to, co brání vyřešení názorového střetu.
  - Argumentační faul jako porušení pravidel kritické diskuse.
- Bayesiánský přístup (Oaksford & Hahn, 2004)
  - Porušení bayesiánských zásad.
- Virtue přístup
- ...
- Destruktivní dilema: vidlička falácií (Boudry, Paglieri, & Pigliucci, 2015)

## nová pojetí

Argumentační fauly nelze určit  
bez důkladné znalosti kontextu diskuse.

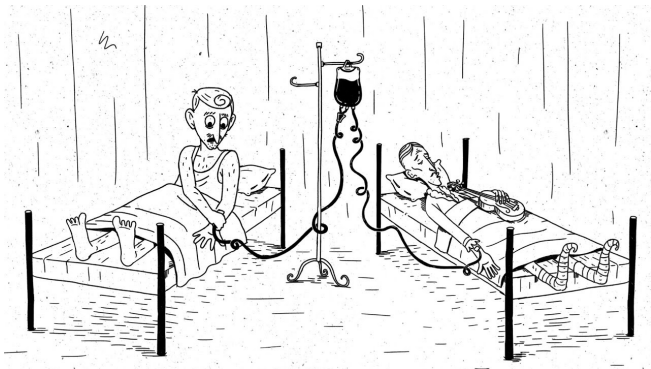
# Co je myšlenkový experiment?

## myšlenkové experimenty (thought experiments)

Myšlenkové experimenty chápeme jako

*soubory pokynů určujících, co si představit, chceme-li něco zjistit.*

# příklad myšlenkového experimentu



SRF Kultur (2017: 12)

# konverzační maximy

- KVANTITA
  - Příspěvek by měl být informativní, jak je požadováno.
  - Příspěvek by neměl být více informativní, než je požadováno.
- KVALITA
  - Příspěvek by měl být pravdivý.
    - Neříkejte něco, o čem se domníváte, že je to lež.
    - Neříkejte něco, pro co nemáte dostatečné důvody.

(Grice, 1975)

# konverzační maximy

- VZTAH
  - Buďte relevantní.
- ZPŮSOB
  - Příspěvek do konverzace by měl být jasný, srozumitelný.
    - Vyhněte se nejasným výrazům.
    - Vyhněte se dvojznačnosti.
    - Buďte struční.
    - Příspěvek by měl mít jasnou strukturu.

(Grice, 1975)

# fáze kritické diskuse

- KONFRONTAČNÍ
  - Je zde problém.
- OTEVÍRACÍ
  - Kdo bude mít jakou pozici,
  - z čeho budeme vycházet,
  - co bude přípustné ...
- ARGUMENTAČNÍ
  - argumentace, námitky, obrana
- UZAVÍRACÍ
  - zhodnocení

(van Eemeren et al., 2002)



# Co je důkazní břemeno?

## důkazní břemeno (burden of proof)

Důkazní břemeno vyjadřuje závazek strany k obhajobě jejího stanoviska.

## NORMATIVNÍ vs. DESKRIPTIVNÍ

# Co je ještě třeba vzít v potaz?

- KONTEXT
- CÍLE
- PROSTŘEDKY
- MOTIVACE

# RJ Reynolds Tobacco (1984)

## Some surprising advice to young people from R.J. Reynolds Tobacco.

Don't smoke.

For one thing, smoking has always been an adult custom. And even for adults, smoking has become very controversial.

So even though we're a tobacco company, we don't think it's a good idea for young people to smoke.

Now, we know that giving this kind of advice to young people can sometimes backfire.

But if you take up smoking just to prove you're an adult, you're really proving just the opposite.

Because deciding to smoke or not to smoke is something you should do when you don't have anything to prove.

Think it over.

After all, you may not be old enough to smoke. But you're old enough to think.

R.J. Reynolds Tobacco Company

Source: <http://industrydocuments.library.ucsf.edu/tobacco/docs/rtrh0029>

PHIL TRAVIS

(RJ Reynolds, 2017)

## RJ Reynolds Tobacco (1984)

Don't smoke.

For one thing, smoking has always been an adult custom. And even for adults, smoking has become very controversial.

So even though we're a tobacco company, we don't think it's a good idea for young people to smoke.

Now, we know that giving this kind of advice to young people can sometimes backfire.

But if you take up smoking just to prove you're an adult, you're really proving just the opposite.

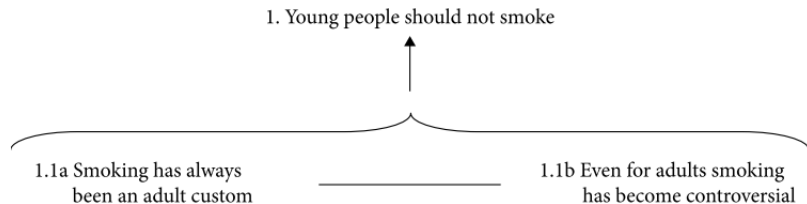
Because deciding to smoke or not to smoke is something you should do when you don't have anything to prove.

Think it over.

After all, you may not be old enough to smoke. But you're old enough to think.

(RJ Reynolds, 2017)

# RJ Reynolds Tobacco (1984)




(van Eemeren et al., 2002)

# RJ Reynolds Tobacco (1984)

- (1) (There are no good reasons for young people not to smoke)
  - ((1).1) (There are only bad reasons advanced for young people not to smoke)
  - ((1).1') (If there are only bad reasons advanced for not doing something, then there are no good reasons for not doing it)
    - ((((1).1).1a) (*Smoking has always been an adult custom* is a bad reason)
    - ((((1).1).1b) (*Even for adults smoking has become controversial* is a bad reason)
    - ((((1).1).1a-b) (These are the only reasons advanced for young people not to smoke)

(van Eemeren et al., 2002)

# Philip Morris Inc. (1996)



**Our position on underage smoking isn't hard to understand.**

At Philip Morris USA, we don't want minors to have access to cigarettes. Minors shouldn't smoke. Period.

The question is, what are we doing about it?

We're fully committed and working hard to prevent minors from having access to cigarettes. That's the goal of our *Action Against Access* program.


For instance, we don't distribute free sample cigarettes—or send cigarettes to consumers by mail. And we're proposing that access to cigarette vending machines be restricted to adults.

We've joined with retailers, wholesalers, and other major cigarette manufacturers to support an ambitious new program which will provide stores across the country with signs and educational materials to promote awareness of minimum-age laws and the importance of checking ID.

We're also supporting the passage of state legislation to more effectively enforce minimum-age laws.

These are just some of the things we're doing to help prevent underage smoking. We don't claim that any one of them is an answer by itself. But they all help keep cigarettes away from kids.

And that's the best way to keep kids away from cigarettes.



PHILIP MORRIS USA  
**Action Against Access.**

(Philip Morris, 2017)



## Philip Morris Inc. (1996)

### Our position on underage smoking isn't hard to understand.

At Philip Morris USA, we don't want minors to have access to cigarettes. Minors shouldn't smoke. Period.

The question is, what are we doing about it?

We're fully committed and working hard to prevent minors from having access to cigarettes. That's the goal of our *Action Against Access* program.

For instance, we don't distribute free sample cigarettes—or send cigarettes to consumers by mail. And we're proposing that access to cigarette vending machines be restricted to adults.

We've joined with retailers, wholesalers, and other major cigarette manufacturers to support an ambitious new program which will provide stores across the country with signs and educational materials to promote awareness of minimum-age laws and the importance of checking ID.

We're also supporting the passage of state legislation to more effectively enforce minimum-age laws.

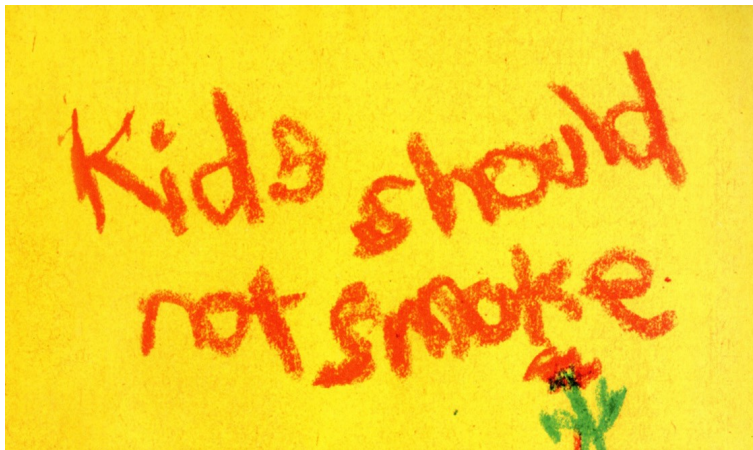
These are just some of the things we're doing to help prevent underage smoking. We don't claim that any one of them is an answer by itself.

But they all help keep cigarettes away from kids.

And that's the best way to keep kids away from cigarettes.

(Philip Morris, 2017)

# Philip Morris Inc. (1996)



(Philip Morris, 2017)

# problémy

## NADINTERPRETACE

omluva



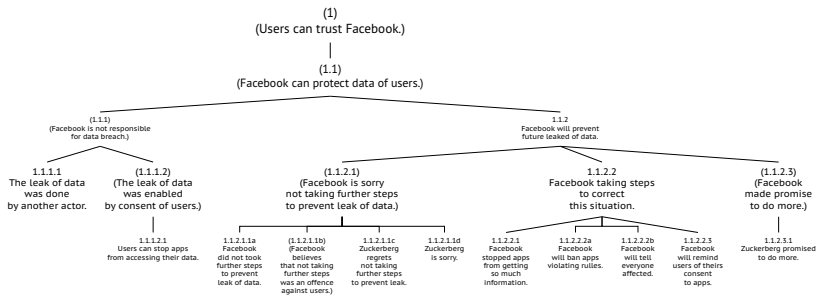
(Bennett, 2018)

# analýza

- (1)** (Users can trust Facebook.)
  - (1.1)** (Facebook can protect data of users.)
    - (1.1.1)** (Facebook is not responsible for data breach.)
      - 1.1.1.1** The leak of data was done by another actor.
      - (1.1.1.2)** (The leak of data was enabled by consent of users.)
        - 1.1.1.2.1** Users can stop apps from accessing their data.
    - 1.1.2** Facebook will prevent future leaked of data.
      - (1.1.2.1)** (Facebook is sorry not taking further steps to prevent leak of data.)
        - 1.1.2.1.1a** Facebook did not took further steps to prevent leak of data.
        - (1.1.2.1.1b)** (Facebook believes that not taking further steps was an offence against users.)
        - 1.1.2.1.1c** Zuckerberg regrets not taking further steps to prevent leak.
        - 1.1.2.1.1d** Zuckerberg is sorry.
      - 1.1.2.2** Facebook taking steps to correct this situation.
        - 1.1.2.2.1** Facebook stopped apps from getting so much information.
        - 1.1.2.2.2a** Facebook will ban apps violating rulltes.
        - 1.1.2.2.2b** Facebook will tell everyone affected.
        - 1.1.2.2.3** Facebook will remind users of theirs consent to apps.
    - (1.1.2.3)** (Facebook made promise to do more.)
      - 1.1.2.3.1** Zuckerberg promised to do more.

(Ondráček, 2018)

# analýza



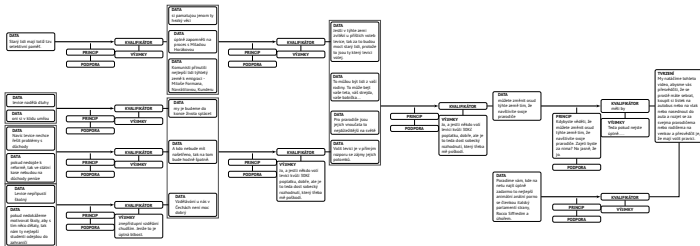
(Ondráček, 2018)

# kampaň



(Cerqueirová, 2010)

# analýza





## Co si odnést?

K hodnocení argumentace, argumentů je třeba znát důkladně kontext.

Nestačí pouze forma, ale důležitý je i obsah.

Argumenty jsou o přijatelnosti (perlokuční efekt) nikoli o pravdě.

## důležité pojmy a koncepty

- persuade
- ELM model
  - dvě cesty, faktory volby cesty
- persuasivní dialog
  - dělení a druhy persuasivních dialogů
- argumentace
- argument
  - složky argumentu, implicitní prvky, hodnocení argumentu
- argumentační faul
- myšlenkový experiment
- kritická diskuse
- argumentační břemeno
- problémy v teorii argumentace

# ZDROJE I

- Bennett, L. (2018). *Facebook buys print ads to apologise for Cambridge Analytica scandal*.  
<http://www.adnews.com.au/news/facebook-buys-print-ads-to-apologise-for-cambridge-analytica-scandal>. AdNews. ([2018-07-23])
- Boudry, M., Paglieri, F., & Pigliucci, M. (2015). The Fake, the Flimsy, and the Fallacious: Demarcating Arguments in Real Life. *Argumentation*, 29(4), 431–456.
- Centrum občanského vzdělávání. (2017). *Argumentační fauly*.  
<http://obcanskevzdelavani.cz/work/ke-stazeni/argumentacni-fauly-A3-barva.pdf>.
- Cerqueirová, A. (2010). *Přemluv bábu! Klip, o kterém se mluví*.  
<http://www.zijemenaplno.cz/Clanky/a243-Premluv-babu-Klip-o-kterem-se-mluvi.aspx>. Media Park. ([2018-09-19])
- Church of Euthanasia. (2017). *Chris Korda*. [http://zpravy.idnes.cz/foto.aspx?r=zahranicni&c=A160504\\_142551\\_zahranicni\\_san&foto=SAN630bcc\\_snuffit1.jpg](http://zpravy.idnes.cz/foto.aspx?r=zahranicni&c=A160504_142551_zahranicni_san&foto=SAN630bcc_snuffit1.jpg).
- Existential Comics. (2017). *The Adventures of Fallacy Man*. <http://existentialcomics.com/comic/9>.
- Gáliik, S. (2011). *Psychologie přesvědčování*. Grada publishing as.
- Gödel, K. (2017). *Ontological Argument*. <https://freethoughtblogs.com/reprobate/2017/02/17/proof-from-logical-necessity-or-the-ontological-proof-1/>.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and Semantics*, 41–58.
- Hamblin, C. L. (1970). *Fallacies*. Methuen.
- Independent. (2017). *Shia LaBeouf*. <https://static.independent.co.uk/s3fs-public/thumbnails/image/2014/02/10/08/LaBeouf-Getty.jpg>.
- Lucky Strike. (2017). *Smoking Physicians*. <http://americanhistory.si.edu/blog/2014/03/smoke-gets-in-your-eyes-20th-century-tobacco-advertisements.html>.
- Netflix. (2017). *Pulp Fiction*. <https://occ-0-337-2219.1.nflxso.net/art/6c7d8/c1f665232cb65c09e61bfce7ea02715fdd26c7d8.jpg>.
- Oaksford, M., & Hahn, U. (2004). A Bayesian approach to the argument from ignorance. *Canadian Journal of Experimental Psychology/Revue canadienne de psychologie expérimentale*, 58(2), 75.
- Obama. (2017). *Yes We Can*. <https://cz.pinterest.com/pin/329607266451370056/>.
- Ondráček, T. (2018). Apel na sobeckost nebo na rozumnost? Případová analýza s využitím Toulminova modelu argumentu. *Filozofie dnes*.

# ZDROJE II

Ondráček, T. (2018). *The Use of an Apology*.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in experimental social psychology*, 19, 123–205.

Philip Morris. (2017). *Kids should not smoke*. [http://tobacco.stanford.edu/tobacco\\_web/images/tobacco\\_ads/odds\\_ends/propaganda/large/industry\\_42.jpg](http://tobacco.stanford.edu/tobacco_web/images/tobacco_ads/odds_ends/propaganda/large/industry_42.jpg).

Picha, M., & Pichová, D. (2013). *100 myšlenkových experimentů ve filozofii*. dybbuk.

RJ Reynolds. (2017). *Some Surprising Advice*. <http://i.imgur.com/INZJy7b.png>.

SRF Kultur. (2017). *filosofix: Thought experiment VIOLINIST (English)*.

<https://www.youtube.com/watch?v=Br59pD583Io>.

van Eemeren, F. H., Grootendorst, R., & Henkemans, A. F. S. (2002). *Argumentation: Analysis, Evaluation, Presentation*. Lawrence Erlbaum Associates.

Walton, D. N. (1987). *Informal fallacies* (Vol. 4). John Benjamins Publishing.

Wikimedia. (2017). *Flying Spaghetti Monster*.

[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/90/Touched\\_by\\_His\\_Noodly\\_Appendage\\_HD.jpg/1200px-Touched\\_by\\_His\\_Noodly\\_Appendage\\_HD.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/90/Touched_by_His_Noodly_Appendage_HD.jpg/1200px-Touched_by_His_Noodly_Appendage_HD.jpg).

Tato prezentace vznikla za podpory  
Fondu rozvoje Masarykovy univerzity  
Projekt: MUNI/FR/1266/2017  
Inovace výuky filozofie a etiky pro studenty ESF

**M A S A R Y K  
U N I V E R S I T Y**