

Jak przekonywać do procesu integracji europejskiej?

Kilka uwag o logice retoryki.

Katarzyna Budzyńska

Katedra Logiki, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Streszczenie. Celem artykułu jest zaakcentowanie takich aspektów procesu przekonywania, które powinny być uwzględnione przy jego formalnym modelowaniu. Po pierwsze, nie sposób mówić o przekonywaniu bez relatywizacji jego opisu do konkretnych *użytkowników języka*. To, co przekonujące dla jednej osoby, nie musi być bowiem takie dla innej. Po drugie, argumentacja nie dotyczy prawd absolutnych, ale subiektywnych *przekonań*. Stąd też możliwa staje się różnica opinii, a zwycięska strona nie zawsze ma rację. Ostatnim omawianym aspektem jest charakterystyczna dla codziennej praktyki tendencja do osadzania argumentacji nie tylko na prawach ogólnych, ale *prawach statystycznych*. Dlatego często nie mamy gwarancji, że wnioski, do jakich dochodzimy w wyniku dyskusji, będą prawdziwe.

1. Typy przekonywania

Arystoteles wyróżniał dwa typy przekonywania: **argumentację retoryczną** oraz **erystyczną** [2]. Pierwszą z nich charakteryzują warunki *logos*, *etos* i *patos*. Warunek *logos* żąda, aby argumentacja była takim rozumowaniem, w którym przesłanki w jakimś stopniu uzasadniają wniosek (czynią go prawdziwym lub przynajmniej wysoce prawdopodobnym). *Etos* wymaga od retora wiarygodności, co bezpośrednio obliguje go do przestrzegania zasad etyki – m.in. powinien przekonywać tylko do tych tez, do których sam jest przekonany. Argumentacja retoryczna ma spełniać również warunek *patos*, tzn. musi być zgodna z wymogami stylistyki. Dla tych warunków retorykę przyjęło się traktować jako naukę o sprawnym, ale przy tym nade wszystko – uczciwym przekonywaniu.

Przekonywanie, które nie spełnia przynajmniej jednego z wymienionych warunków, określane jest mianem **argumentacji erystycznej** (sofistycznej). W takiej argumentacji ważna jest jedynie jej skuteczność, czyli to, aby audytorium uznało jej wniosek [4]. Jakkolwiek w każdym przekonywaniu sukces stanowi niezwykle ważne kryterium, te dwa typy argumentacji odróżnia sposób, w jaki się do niego dąży. Gdy

sofista zmierza do celu za wszelką cenę, dla retora jest ona jedynie konsekwencją spełnienia warunków *logos, etos i patos*.

Arystoteles trafnie zauważył, że choć logika stanowi ważny filar retoryki, to jest ona tylko jednym z trzech jej filarów. Badania nad argumentacją powinny więc przebiegać po linii interdyscyplinarnej.¹ Niemniej, rozważając fenomen przekonywania, jednym z kluczowych pytań, jakie sobie zadamy, będzie wciąż pytanie o **logikę argumentacji**. Co więc należały uwzględnić budując logikę retoryki? A z drugiej strony, jak wzbogaciłaby ona naszą wiedzę o tym procesie? W artykule chciałabym przedstawić wybrane aspekty argumentacji, bez których nie możliwe byłoby udzielenie odpowiedzi na te pytania.

2. Specyfika argumentacji

Tradycyjnie w literaturze, w szczególności logiczno-filozoficznej, przyjmuje się, że argumentacja jest rodzajem rozumowania. Inaczej mówiąc, jest ona takim procesem intelektualnym, w którym na podstawie wcześniej uznanych zdań (przesłanek) wyprowadza się i uznaje nowe zdanie (wniosek, tezę).² W pracy [3] wykazywałam, że to, co stanowi o odrębności argumentacji, to jej **pragmatyczny charakter** – dla tego typu rozumowania udział użytkowników języka stanowi integralny, niepomijalny składnik.

Inaczej ma się sprawa np. w przypadku dowodu matematycznego. Ponieważ przesłanki tego rozumowania są z założenia prawdziwe, to fakt, że ktoś ich nie akceptuje, nie ma znaczenia dla rezultatów dowodzenia. Podobnie, można by całkowicie zignorować to, kto jest autorem dowodu. Dla jego wartości uzasadniającej ważne jest bowiem jedynie, czy między przesłankami a wnioskiem zachodzi związek wynikania logicznego oraz czy przesłanki są prawdziwe – całą resztę, w tym użytkowników języka, można pominąć. Przyczyną tego stanu rzeczy jest fakt, że w dowodzeniu wartością nadrzędną jest prawdziwość wniosku. Inaczej sprawa wygląda w argumentacji. Uczestnikom dyskursu może chodzić o uzyskanie prawdziwych wniosków, ale tak nie jest zawsze. Prawda nie jest więc tym, co decyduje o ocenie efektów argumentacji. To, co natomiast konieczne i immanentne w dyskusji, to subiektywne **postawy przekonaniowe** uczestników sporu: (1) rozumowanie o przesłankach P i tezie T nie jest argumentacją, dopóki *ktos* nie wykorzysta P jako argumentów do przekonywania *kogoś* do uznania T, (2) nie zawsze ważne jest, czy coś jest faktycznie prawdą, ale czy nasze audytorium

¹ Wydaje się, że badania nad argumentacją erystyczną miałyby bardziej złożony charakter niż badania argumentacji retorycznej. W tej dziedzinie ważne miejsce zajmują różnego rodzaju nieuczciwe chwytły, których jedynym celem jest przekonanie do własnych racji bez względu na to, gdzie leży prawda. Aby ustalić listę takich chwytów potrzebna jest szeroka wiedza dotycząca zachowań i emocji osób czy całych grup. Stąd we współczesnej literaturze dotyczącej perswazji w polityce i biznesie znajdujemy ogromną liczbę pozycji z psychologii i socjologii przekonywania (por. np. [6, 8]).

² W pracy Budzyńska-Kacprzak [5] pojęcie argumentacji rozszerzamy w ten sposób, że argumentem może być dowolna akcja uczestnika dyskusji – również akcja niewerbalna taka jak uderzenie pięścią w stół, uśmiech itp. Taki sposób rozumienia przekonywania możliwy jest dzięki zastosowaniu metod logiki dynamicznej.

będzie to *za prawdę uznawać*.³ Przyjrzyjmy się tym dwóm uwagom na konkretnym przykładzie.

Przykład 1. „Niska inflacja i stopy procentowe, stabilność rynku i kursu wymiany, bardziej opłacalny import, rozwój handlu i inwestycji, łatwiejsze i tańsze podróże, większa przejrzystość cen oraz konkurencja, to, według europejskiego komisarza ds. gospodarczych Joaquína Almunii, zalety wprowadzenia euro.”⁴

Zacznijmy od pierwszej z poczynionych wyżej uwag. Rozumowania przeprowadzonego przez komisarza Joaquína Almunii nie potraktujemy jak argumentacji, o ile nie przyjmiemy, że posłużył się on tym wnioskowaniem do przekonania kogoś (np. niechętniej wprowadzeniu euro Polski) do zalet wspólnej waluty.⁵ Dopóki nie przyjmiemy takiego założenia o jego **intencjach**, powyższa wypowiedź będzie potraktowana wyłącznie jako zwykłe stwierdzenie pewnych faktów.

Co do uwagi drugiej – założmy najpierw, że komisarz pragnie przekonać rząd polski do euro. Kiedy Almunii osiągnie swój cel? Czy wtedy, gdy faktycznie prawdą jest, że wprowadzenie euro prowadzi do niskiej inflacji i stóp procentowych, stabilności rynku i kursów wymiany, itd.? Nawet gdyby przedstawione argumenty były „najprawdziwszą prawdą”, przekonywanie komisarza może okazać się nieskuteczne, o ile rząd polski będzie żywił wątpliwości co do wymienianych korzyści płynących z przyjęcia euro (tzn. dopóki rząd nie uzna argumentów za prawdziwe). To **subiektywna** postawa przekonaniowa rządu względem prawdziwości argumentów, a nie sama obiektywna prawdziwość tych argumentów, decyduje o tym, czy Almunii osiągnie swój cel. Jeżeli bowiem rząd przyjmie argumenty komisarza, to w konsekwencji będzie zmuszony przyjęć jego tezę i zgodzić się z opinią, że wprowadzenie euro jest korzystne dla gospodarki.

3. Rola użytkowników języka w retoryce

Argumentacja jest więc rozumowaniem nierozzerwalnie związanym z uczestniczącymi w nim użytkownikami języka. Mogą oni odgrywać w każdym przekonywaniu jedną z trzech ról: **proponenta** (*prop* to strona sporu, która proponuje tezę i broni jej przy pomocy argumentów), **oponenta** (*op* to strona sporu nie zgadzająca się z tezą i ewentualnie atakująca przy użyciu kontrargumentów) oraz **audytorium** (*aud* to ta strona, która

³ W retoryce argumentacja nie powinna oczywiście „mijać się z prawdą”, w tym sensie, że powinno się przekonywać wyłącznie do tego, do czego samemu jest się przekonany. Jest to już jednak kwestia spełnienia warunku *etos*, a nie *logos*, i stąd nie będziemy mu w tym artykule poświęcać uwagi.

⁴ Artykuł dostępny na stronie internetowej: http://ec.europa.eu/news/economy/070112_1_pl.htm (z dn. 19.01.2007).

⁵ Strukturę tego rozumowania można zrekonstruować w następujący sposób: (1) przesłanką P jest zdanie: „Wprowadzenie euro prowadzi do niskiej inflacji i stóp procentowych, stabilności rynku i kursów wymiany, bardziej opłacalnego importu, rozwoju handlu i inwestycji, łatwiejszych i tańszych podróży, większej przejrzystości cen oraz konkurencji”, (2) wnioskiem T jest zaś zdanie: „Wprowadzenie euro jest korzystne dla gospodarki”.

stanowi cel perswazji, a której zadanie polega na wyborze zwycięzcy sporu). W przykładzie 1 proponentem był komisarz Almunii, a rolę oponenta i audytorium odgrywał - jak sugerował pozostały tekst cytowanego artykułu - polski rząd (tzn. zarówno się z komisarzem nie zgadzał, jak i stanowił cel jego perswazji).

W argumentacji może być tak, że kilka osób odgrywa jedną rolę (np. gdy audytorium stanowi grupa wyborców) lub też tak, że jedna osoba odgrywa kilka ról (gdy jak w przykładzie 1 polski rząd jest jednocześnie oponentem i audytorium w sporze). Najczęściej identyfikujemy argumentację w dyskusjach między dwoma osobami. W takim wypadku zachodzą między stronami sporu następujące zależności: $prop \neq op$ oraz $op = aud$. To znaczy, jedna osoba jest w takiej argumentacji stroną przekonującą (proponentem), natomiast druga osoba nie zgadza się z pierwszą (jest oponentem) i jednocześnie stanowi stronę przekonywaną (audytorium). Rzadziej obserwujemy takie argumentacje, w których $op \neq aud$. Takie sytuacje mają miejsce np. w debatach politycznych, kiedy proponent kłóci się z kimś innym (opponentem jest polityk innej partii) niż z tym, kogo pragnie przekonać (audytorium to wyborcy). W argumentacji możliwa jest jeszcze inna sytuacja – kiedy $prop = op = aud$. Mówimy wtedy o dialogu wewnętrznym. Osoba na zmianę wciela się w rolę proponenta i oponenta, chcąc jako audytorium wybrać najlepszą z opcji proponowanych przez obie strony.

4. Przekonania jako przedmiot i cel sporu

Jak wspomniałam wcześniej, konstytutywnym składnikiem argumentacji nie jest prawda, a przekonania. Dlatego też do modelowania retoryki należałoby wykorzystać narzędzia logiki przekonań (logiki doksastycznej), a nie logiki wiedzy (logiki epistemicznej).⁶ Zauważmy, że opisując spór w kategoriach wiedzy, nie jesteśmy w stanie mówić o „różnicy opinii”. W każdej bowiem sytuacji, gdy dyskutujące osoby twierdziłyby odmienne (w sensie: sprzeczne) zdania, to zgodnie z przyjętą w logice definicją wiedzy prawdziwe byłyby dwa zdania sprzeczne (co jest niemożliwe). Przekonanie jest natomiast formalnie rozumiane jako subiektywna (niezależna od tego, jaka faktycznie jest rzeczywistość) postawa użytkownika języka względem wartości logicznej zdania. Stąd dwa sprzeczne przekonania nie generują „rzeczywistych” sprzeczności.

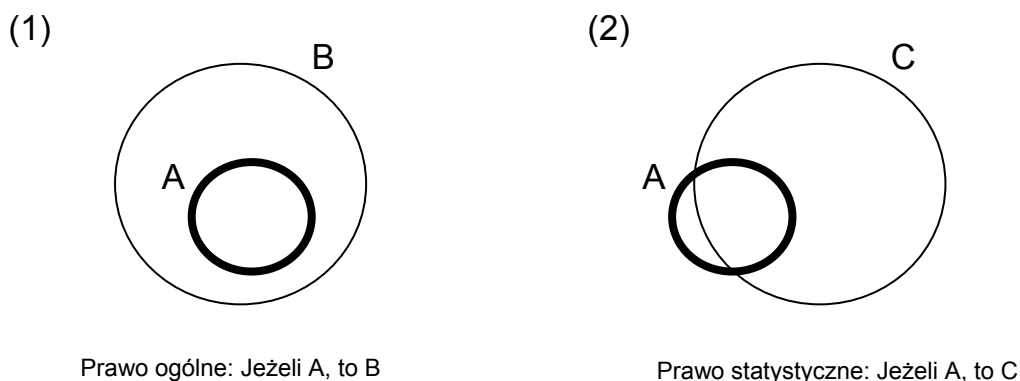
5. Prawa statystyczne jako podstawa przekonywania

Zastanawiając się nad kształtem logiki retoryki, należałoby zwrócić uwagę na jeszcze jeden ważny aspekt charakterystyczny dla argumentacji. To, co uprawomocnia nas do wyprowadzenia z przesłanek wniosku, to leżące u podstawy rozumowania prawo. W logice przyjmuje się, że jest to pewne prawo logiki. W praktyce jednak najczęściej

⁶ W logice przyjmuje się, że na wiedzę składają się wyłącznie informacje prawdziwe, natomiast przekonania mogą być równie dobrze fałszywe [7].

wykorzystuje się prawa jakiejś innej nauki, w szczególności takie, które dotyczą zależności społecznych, gospodarczych, itp.⁷ Prawa takie, choć niosą ze sobą ważne informacje, mają jedną bardzo poważną wadę – zwykle nie są prawami ogólnymi, ale statystycznymi. Wspomniane dziedziny rzeczywistości cechuje bowiem niezwykle złożona natura i stąd na dane zjawisko ma wpływ wiele czynników, również przypadkowych. Co za tym idzie, prawa dotyczące tych dziedzin nie są **bezwzględne**.

Rys.1 Prawa, na których można oprzeć argumentację: (1) ogólne, (2) statystyczne.



Przyjrzyjmy się rysunkowi 1. W sytuacji, gdy prawo „Jeżeli A, to B” jest ogólne (np. „Jeżeli państwo jest członkiem Unii Europejskiej (A), to jest położone w Europie (B)”), to w każdym wypadku, gdy zajdzie A (np. Polska jest członkiem UE), zajdzie również B (czyli prawdą będzie także, że Polska jest położona w Europie). Natomiast, gdy prawo „Jeżeli A, to C” jest statystyczne (np. „Jeżeli państwo jest członkiem Unii Europejskiej (A), to dąży ono do wprowadzenia euro (C)”), to prawie zawsze, gdy zajdzie A, zajdzie również C (np. w przypadku Włoch, Francji czy Holandii), ale znajdują się również wyjątki – tzn. takie A, które nie są C (np. Wielka Brytania). Wnioskując w oparciu o takie prawo, w większości przypadków będziemy więc dochodzić do prawdziwych wniosków (np. wnioskując o Holandii dojdziemy do prawdziwego wniosku, że dążyła ona do wprowadzenia euro), ale może zdarzyć się również i tak, że trafimy na wyjątek, co doprowadzi nas do błędnego wniosku, że Wielka Brytania ma zamiar wprowadzić euro.

Przykład 2. Rozważmy dla przykładu wypowiedź Aleksandra Kwaśniewskiego: „Polacy powinni poprzeć Konstytucję Europejską w planowanym na ten rok referendum (...) ja w Polsce będę przekonywał moich rodaków do głosowania na 'tak'. Polska już korzysta z integracji europejskiej, to dobra inwestycja na przyszłość. Dla mnie to hasło „Silna Polska w silnej, solidarnej Europie” jest naprawdę takim najkrócej wyrażonym programem politycznym dla Polski na najbliższe lata. I w tym sensie, oczywiście,

⁷ Dopuszczam za Ajdukiewiczem, że prawo, na którym opiera się wnioskowanie, może być prawem dowolnej teorii pozalogicznej [1].

zaangażuję się w informowanie o Konstytucji Europejskiej, w namawianie do głosowania”⁸.

Aleksander Kwaśniewski pragnie przekonać Polaków do tezy, że powinni oni dążyć do integracji europejskiej i w związku z tym udzielić poparcia Konstytucji Europejskiej. Na obronę tej tezy wysuwa on argument, iż do tej pory Polska korzystała na procesach integracji europejskiej. Zauważmy jednak, że prawo, na jakim oparta została ta argumentacja („Jeżeli coś było do tej pory korzystne, to będzie też takie w przyszłości”), nie jest bezwyjątkowe. Dlatego nawet gdyby przyjąć, że do tej pory korzystaliśmy z integracji europejskiej, to choć wtedy teza tej argumentacji najprawdopodobniej byłaby prawdziwa, nie można jednocześnie zapominać, iż może się też zdarzyć i tak (jak ma to miejsce w przypadku praw statystycznych), że kolejny krok w kierunku skonsolidowania Europy wcale nie odbije się korzystnie na sytuacji Polski.

6. Zakończenie

Konstruując logikę retoryki nie można pominąć trzech ważnych aspektów przekonywania: użytkowników języka, ich przekonań oraz praw statystycznych. Gdy przekonujemy, to zawsze kogoś (użytkownika języka) do uznania czegoś (chcemy wywrzeć wpływ na jego przekonania) i najczęściej – w oparciu o pewne prawo statystyczne dotyczące złożonych zależności. Także tych, które dotyczą Unii Europejskiej i procesów integracyjnych.

Bibliografia

1. K. Ajdukiewicz. *Logika pragmatyczna*. PWN, Warszawa 1965.
2. Arystoteles. *Retoryka* [w:] *Dzieła wszystkie tom 6*. PWN, Warszawa 2001.
3. K. Budzyńska. Argumentation from Semantic and Pragmatic Perspective. *The Logic of Social Research. Studies in Logic, Grammar and Rhetoric* 7(20): 127 - 147, Białystok 2004.
4. K. Budzyńska. Zastosowania logiki do teorii argumentacji w procesie podejmowania decyzji. *Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych*. 15(2006): 11-30, SGH, Warszawa.
5. K. Budzyńska i M. Kacprzak, Towards a Multi-Valued Logic for Argumentation. *Proc. of Concurrency, Specification and Programming*. 2(2006): 162-173.
6. G. Grantel i Ch. Zacker. *Do sukcesu przez mowę*. Wydawnictwo Filar, Warszawa 2001
7. J.-J. Ch. Meyer i W. van der Hoek. *Epistemic logic for AI and computer science*. Cambridge University Press, 1995.
8. G. Myśliwiec. *Techniki i triki negocjacyjne*. Wyd. Efekt, Warszawa 1999.

⁸ Wypowiedź znajduje się na stronie internetowej: <http://www.aszejna.pl/u235/navi/31286> (z dn. 19.01.2007).