



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ ΚΑΙ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

**Δομημένη Επιχειρηματολογία και Δημόσιος Διάλογος στον
Κοινωνικό Ιστό**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Δατσέρης Εμμανουήλ

Επιβλέπων : Ασκούνης Δημήτριος
Αναπληρωτής Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα, Δεκέμβριος 2013



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ ΚΑΙ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

**Δομημένη Επιχειρηματολογία και Δημόσιος Διάλογος στον
Κοινωνικό Ιστό**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Δατσέρης Εμμανουήλ

Επιβλέπων : Ασκούνης Δημήτριος

Αναπληρωτής Καθηγητής Ε.Μ.Π

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή την 19^η Δεκεμβρίου 2013.

.....
Ασκούνης Δημήτριος

.....
Ψαρράς Ιωάννης

.....
Ασημακόπουλος Βασίλειος

Αθήνα, Δεκέμβριος 2013

.....

Δατσέρης Ι. Εμμανουήλ

Διπλωματούχος Ηλεκτρολόγος Μηχανικός και Μηχανικός Υπολογιστών Ε.Μ.Π.

Copyright ©ΔΑΤΣΕΡΗΣ Ι. ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ, 2013
Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η ανάλυση αδόμητων διαλόγων του διαδικτύου από τη σκοπιά της Δομημένης Επιχειρηματολογίας. Μέσα από την ανάλυση αυτή στοχεύουμε στον εντοπισμό Επιχειρηματολογικών Σχημάτων, στην δόμηση και παρουσίαση του αδόμητου διαλόγου με τη χρήση ενός Γράφου Επιχειρηματολογίας, στον εντοπισμό των δυσκολιών που παρουσιάζει η διαδικασία και στον προσδιορισμό του ιδανικού Γράφου Επιχειρηματολογίας. Στα πλαίσια της εργασίας γίνεται επίσης και σχολιασμός της πιθανότητας, στο μέλλον, τη διαδικασία αυτή να την αναλάβει αποκλειστικά κάποιο σύστημα εξελιγμένης Τεχνητής Νοημοσύνης.

Στο 1^ο Κεφάλαιο δίνονται κάποια βασικά θεωρητικά στοιχεία για τη Δομημένη Επιχειρηματολογία

Στο 2^ο Κεφάλαιο γίνεται μία περιληπτική αναφορά της επικρατούσας κατάστασης όσον αφορά το Δημόσιο Διάλογο στο διαδίκτυο

Στο 3^ο Κεφάλαιο παρουσιάζεται η ανάλυση των διαλόγων, η μεθοδολογία με την οποία αυτή πραγματοποιήθηκε καθώς και δίνονται πληροφορίες σχετικά με το τι είναι και πως χρησιμοποιείται ένας Γράφος Επιχειρηματολογίας

Στο 4^ο Κεφάλαιο σημειώνονται οι δυσκολίες της διαδικασίας, οι παρατηρήσεις και τα συμπεράσματα που προέκυψαν, ενώ επίσης προσδιορίζεται και ο ιδανικός Γράφος Επιχειρηματολογίας.

Λέξεις Κλειδιά: Δομημένη Επιχειρηματολογία, Επιχειρηματολογικά Σχήματα, Γράφος Επιχειρηματολογίας, Web 2.0, Δημόσιος Διάλογος, Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση.

Abstract

The purpose of this diploma thesis is to analyze unstructured Internet dialogues using Structured Argumentation. The aim of the analysis is to find which Argumentation Schemes are used in the aforementioned dialogues, to reconstruct and present the dialogues using an Argument Graph, to state out the difficulties of the process and to define the ideal Argument Graph. The possibility, in the future, to realize the same process via Artificial Intelligence systems is also discussed.

In Chapter 1, some basic information and fundamentals of Structured Argumentation.

In Chapter 2, a brief report on what is the situation on Public Deliberation on the Internet nowadays.

In Chapter 3, the analysis of the dialogues, the methodology which was used and presentation of the Argument Graphs and their use.

In Chapter 4, presentation of the difficulties of the process, conclusions and comments on the process and definition of the Ideal argument.

Keywords: Structured Argumentation, Argumentation Schemes, Argument Graphs, Web 2.0, Public Deliberation, E-government.

Ευχαριστίες

Θερμές ευχαριστίες στον κ. Κωνσταντίνο Κούτρα και στον κ. Κοκκινάκο Παναγιώτη για την άριστη συνεργασία μας, την σωστή καθοδήγησή τους, την προθυμία, τις συμβουλές και την βοήθεια τους.

Ακόμα θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου Σουλβάνα Ράπτη και Γιάννη Δατσέρη και να τους αφιερώσω την εργασία αυτή γιατί καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής και των σπουδών μου ήταν πάντοτε στο πλευρό μου, με στήριζαν, με συμβούλευαν και μου έχουν δώσει τα πάντα.

Θέλω επίσης να αφιερώσω την εργασία και στην κοπέλα μου Ναυσικά Δερμιτζάκη, που ήταν το άτομο το οποίο έζησε την διεκπεραίωση της περισσότερο απ' τον καθένα και με τη φροντίδα και την συντροφιά της συνέβαλε και αυτή στην πραγματοποίησή της.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Θεωρητικά περί Δομημένης Επιχειρηματολογίας	10
1. Θεωρητικά στοιχεία για τη Δομημένη Επιχειρηματολογία	11
1.1. Σύντομος ορισμός	11
1.2. Το επιχείρημα.....	11
1.3. Το Αντεπιχείρημα	12
1.4. Τα είδη της πληροφορίας που χρησιμοποιούνται στην Επιχειρηματολογία	12
1.5. Μονολογική και Διαλογική Επιχειρηματολογία	13
1.6. Είδη Μονολογικής Επιχειρηματολογίας	13
2. Επιχειρηματολογικά σχήματα (Argumentation Schemes).....	15
2.1. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Θέση γνώσης» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM POSITION TO KNOW) [4]	15
2.2. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επίκληση στην αυθεντία» (ARGUMENTATION SCHEME FOR APPEAL TO EXPERT OPINION) [4]	16
2.3. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επίκληση σε Δημοφιλή άποψη» (ARGUMENTATION SCHEME FOR APPEAL TO POPULAR OPINION) [4].....	16
2.4. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα μέσω αναλογίας» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM ANALOGY) [4]	17
2.5. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα μέσω συσχέτισης και αποτελέσματος» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM CORRELATION TO CAUSE) [4].....	17
2.6. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Θετικές συνέπειες» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM POSITIVE CONSEQUENCES) [4].....	18
2.7. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Αρνητικές συνέπειες» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM NEGATIVE CONSEQUENCES) [4]	18
2.8. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Κατηφόρα που γλιστράει» (ARGUMENTATION SCHEME FOR THE SLIPPERY SLOPE ARGUMENT) [4].....	18
2.9. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα λόγω σημαδιού» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM SIGN) [4]	19
2.10. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα ως αποτέλεσμα δηλωμένης υποστήριξης» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM COMMITMENT) [4]	19
2.11. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα ως αποτέλεσμα ασυνέπειας ως προς μία δηλωμένη υποστήριξη» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM INCONSISTENT COMMITMENT) [4]	20

2.12.	Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επίθεση στο ήθος» (ARGUMENTATION SCHEME FOR THE DIRECT AD HOMINEM ARGUMENT) [4].....	20
2.13.	Επιχειρηματολογικό σχήμα «Περιστασιακή επίθεση στο ήθος» (ARGUMENTATION SCHEME FOR THE CIRCUMSTANTIAL AD HOMINEM ARGUMENT) [4]	21
2.14.	Επιχειρηματολογικό σχήμα «Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM INCONSISTENT COMMITMENT) [4]	22
2.15.	Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα μέσω παραδείγματος» (ARGUMENT FROM EXAMPLE) [5]	22
3.	Άλλες επιχειρηματολογικές δομές άξιες αναφοράς.....	23
3.1.	Τρία είδη επιχειρημάτων	23
3.2.	Απλό και Συγκλίνον Επιχείρημα	24
3.3.	Συνδυασμένο Επιχείρημα	24
3.4.	Απειλές ως Επιχειρήματα.....	26
3.5.	Επίκληση στη συμπόνια/στο συναίσθημα.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:	Διαδίκτυο και Δημόσιος Διάλογος	28
Διαδίκτυο και Δημόσιος Διάλογος		29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:	Οπτικοποίηση και ανάλυση δημόσιων διαλόγων του διαδικτύου	31
1.	Εργαλεία Οπτικοποίησης Διαλόγων – Γράφοι Επιχειρηματολογίας	32
1.1.	Το DebateGraph	33
2.	Το περιεχόμενο της ανάλυσης μας – η μέθοδος που ακολουθήθηκε	39
3.	Η παρουσίαση - ανάλυση των διαλόγων.....	44
3.1.	Ο διάλογος για τις Πανελλήνιες.....	44
3.2.	Ο διάλογος για το δημοψήφισμα	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:	Δυσκολίες στη διαδικασία οπτικοποίησης του διαλόγου – Παρατηρήσεις - Συμπεράσματα	64
1.	Δυσκολίες που συναντά κανείς όταν πάει να μετατρέψει έναν ελεύθερο διάλογο σε Argument Graph.....	65
1.1.	Μεγάλος όγκος πληροφορίας – παρουσία πολλών και κάποιων μεγάλων σχολίων 65	
1.2.	Δυσκολία στην κατανόηση της γλώσσας κάποιων χρηστών	65
1.3.	Εκτός θέματος (Off-topic) συζητήσεις - διαμάχες	67
1.4.	Δυσκολία Διαχωρισμού ανάμεσα στο τι είναι επιχείρημα ή μέρος του Επιχειρήματος και τι είναι επεξήγηση/απλή περιγραφή	68
1.5.	Ειρωνικά σχόλια	69

1.6. Όχι καθαρά γραμμένα επιχειρηματολογικά σχήματα – δυσκολία στην κατάταξη, τον διαχωρισμό και την κατηγοριοποίηση των σχημάτων.....	71
1.7. Επανάληψη πολλών απόψεων – αναδιατυπώσεις και ανακύκλωση του ίδιου πράγματος πολλές φορές	71
1.8. Πιθανότητα ο ίδιος χρήστης να γράφει με πολλά ονόματα, διαμορφώνοντας έτσι παραπλανητικό κλίμα στη συζήτηση.....	73
1.9. Μεγάλες «αποστάσεις» μεταξύ σχετικών μεταξύ τους σχολίων και απόψεων (πχ μπορεί κάποιος χρήστης στο σχόλιο 157 να πει κάτι σχετικό με το σχόλιο υπ’ αριθμόν 32 ενός άλλου χρήστη ή να επαναλάβει κάτι).....	74
1.10. Εντοπισμός προκατειλημμένων απόψεων/ απόψεων που κρύβουν από πίσω τους συμφέρον [4]	75
1.11. Απαίτηση για κριτικό πνεύμα και «φιλτράρισμα» για το τι προσθέτει κάτι στη συζήτηση και το τι αποτελεί φλυαρία – πλεονασμό – αερολογία –επανάληψη.....	75
2. Τα Επιχειρηματολογικά Σχήματα και η γενικότερη τάση που επικρατεί στον τρόπο με τον οποίο επιχειρηματολογεί το κοινό	76
3. Συσχέτιση Επιχειρημάτων και διαλόγου με το χρόνο	84
4. Ο ιδανικός Γράφος Επιχειρηματολογίας (τι χρησιμοποιήσαμε, τι έλειψε και θα το θέλαμε).....	85
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Σύνοψη.....	87
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	89

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Θεωρητικά περί Δομημένης Επιχειρηματολογίας

1. Θεωρητικά στοιχεία για τη Δομημένη Επιχειρηματολογία

1.1. Σύντομος ορισμός

Ως Δομημένη Επιχειρηματολογία (Argumentation) ορίζεται η διαδικασία συστηματικής αιτιολόγησης για την υποστήριξη μίας ιδέας, θεωρίας ή πράξης [1].

Απλά παραδείγματα χρήσης της αποτελούν τόσο η δημιουργία μίας λίστας με τα υπέρ και τα κατά για τη λήψη μιας καθημερινής απόφασης, όσο και η συλλογή και παράθεση των στοιχείων που έχει συγκεντρώσει ένας γιατρός για να αποφανθεί από ποια ασθένεια πάσχει ένας ασθενής καθώς και τι θεραπεία πρέπει να του χορηγηθεί.

Από τα πιο πάνω παραδείγματα γίνεται φανερό ότι η Δομημένη Επιχειρηματολογία εμφανίζεται σε αρκετές εκφάνσεις της καθημερινότητας, ενώ συχνά κάνουμε χρήση της και εν αγνοία μας.

Αυτό που την ξεχωρίζει από μία οποιαδήποτε έκφραση του λόγου είναι η στοχευμένη προσπάθεια που κάνει αυτός που επιχειρηματολογεί να υποστηρίξει τη θέση του με δομημένο, συστηματικό και όσο το δυνατόν πιο ορθολογικό τρόπο.

Στην διαδικασία της επιχειρηματολογίας μπορεί να συμμετέχουν περισσότερα από ένα άτομα ή ομάδες, που μπορεί είτε να υποστηρίζουν την ίδια θέση, είτε να διαφωνούν γύρω από μία θέση.

Γενικά, επίσης, στη διαδικασία της επιχειρηματολογίας φαίνεται να συμμετέχουν δύο μέρη: ο προτείνων (proponent) που είναι αυτός που επιχειρηματολογεί και το κοινό (audience) για το οποίο προορίζεται το επιχείρημα [3].

Έχοντας κάνει αυτή τη μικρή εισαγωγή περί Δομημένης Επιχειρηματολογίας, μπορούμε να προχωρήσουμε σε επιμέρους ορισμούς εννοιών που συνδέονται με αυτή.

1.2. Το επιχείρημα

Κεντρικό ρόλο στη Δομημένη Επιχειρηματολογία έχει το επιχείρημα (argument). Ως επιχείρημα ορίζεται ένα σύνολο από προτάσεις-υποθέσεις (premises) που οδηγεί σε μία τελική πρόταση-συμπέρασμα (conclusion) [2]. Ουσιαστικά, δηλαδή, το σύνολο των αρχικών προτάσεων-υποθέσεων αποτελεί υποστήριξη/αιτιολόγηση για το συμπέρασμα. Το σύνολο των προτάσεων-υποθέσεων μαζί με το συμπέρασμα αποτελούν το επιχείρημα. Μάλιστα το συμπέρασμα ενός επιχειρήματος μπορεί αργότερα να λειτουργήσει σαν πρόταση-υπόθεση που μεταξύ άλλων θα υποστηρίξει ένα νέο συμπέρασμα σε κάποιο άλλο επιχείρημα.

Κάποιος λοιπόν που κάνει χρήση της Δομημένης Επιχειρηματολογίας για να υποστηρίξει μια θέση, πρακτικά χρησιμοποιεί ένα σύνολο από επιχειρήματα για να υποστηρίξει τη θέση αυτή. Τα επιχειρήματα, με την απλή δομή που περιγράψαμε, αποτελούν τον δομημένο, συστηματικό και ορθολογικό τρόπο στον οποίο αναφερθήκαμε νωρίτερα.

1.3. Το Αντεπιχείρημα

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, είναι πιθανό κάποιος να διαφωνεί με τη θέση που υποστηρίζει ένα επιχείρημα. Σε τέτοια περίπτωση, το άτομο που διαφωνεί θα χρησιμοποιήσει ένα επιχείρημα που θα αντικρούει είτε κάποια ή κάποιες από τις προτάσεις-υποθέσεις που χρησιμοποιούνται στο επιχείρημα που θέλει να αντικρούσει, είτε την πρόταση-συμπέρασμα. Ένα επιχείρημα που λειτουργεί με τον τρόπο που ορίζεται παραπάνω, ονομάζεται Αντεπιχείρημα (Counterargument) [3].

Τα αντεπιχειρήματα χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: Τα αντεπιχειρήματα που επιτίθενται πλήρως σε ένα άλλο επιχείρημα, αντικρούοντας την πρόταση-συμπέρασμα του επιχειρήματος (Rebutting Arguments) [3] και τα επιχειρήματα που επιτίθενται μερικώς σε ένα άλλο επιχείρημα, αντικρούοντας κάποια ή κάποιες από τις προτάσεις-υποθέσεις του επιχειρήματος (Undercutting Arguments) [3].

1.4. Τα είδη της πληροφορίας που χρησιμοποιούνται στην Επιχειρηματολογία

Εδώ δίνονται ορισμοί για κάποια βασικά είδη πληροφορίας που χρησιμοποιούνται για τη διαδικασία της επιχειρηματολογίας.

- Βέβαιη πληροφορία (Certain Information): Είναι η πληροφορία που αντιμετωπίζεται ως απόλυτα ορθή [3].
- Αβέβαιη πληροφορία (Uncertain Information): Είναι η πληροφορία που δεν είναι βέβαιη [3].

Παράδειγμα βέβαιης πληροφορίας αποτελεί οποιοσδήποτε μαθηματικός ορισμός, ενώ παράδειγμα αβέβαιης πληροφορίας είναι το αν θα βρέξει ή όχι σε 3 μέρες.

Βέβαια, ανάλογα με τις συνθήκες, η ίδια πληροφορία μπορεί να θεωρηθεί είτε ως βέβαιη είτε ως αβέβαιη. Για παράδειγμα η πληροφορία «η Αθήνα είναι πρωτεύουσα της Ελλάδας» είναι βέβαιη τη στιγμή που μιλάμε, αλλά αν μας πει κάποιος ότι η «Αθήνα θα είναι η πρωτεύουσα της Ελλάδας σε 100000 χρόνια», τότε η πληροφορία κατατάσσεται στις αβέβαιες.

Επιπλέον, μια πληροφορία είτε είναι βέβαιη, είτε αβέβαιη, μπορεί να ανήκει ταυτόχρονα και σε μία από τις ακόλουθες τρεις κατηγορίες [3]:

- Αντικειμενική πληροφορία (Objective Information): Είναι μία πληροφορία που προέρχεται από «αξιόπιστη πηγή» ή που μπορεί να παρατηρηθεί, μετρηθεί ή επαληθευθεί από όλους όσους συμμετέχουν στην επιχειρηματολογία [3].
- Υποκειμενική πληροφορία (Subjective Information): Πληροφορία που προέρχεται από γνώμες ή πεποιθήσεις κάποιων εκ των ατόμων που συμμετέχουν στην επιχειρηματολογία. Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να μην είναι συνεπείς [3].
- Υποθετική πληροφορία (Hypothetical Information): Πληροφορία που προκύπτει από υποθέσεις που γίνονται για να εξυπηρετήσουν το σκοπό της δημιουργίας ενός επιχειρήματος και που είναι πιθανό να μην είναι καν αληθινές [3].

Σε κάθε περίπτωση, ακόμα και σε αυτήν της αντικειμενικής πληροφορίας, οι πληροφορίες πρέπει να ελέγχονται για την αλήθεια, την ισχύ και το περιεχόμενό τους, καθώς πολλές φορές γίνονται λάθη (εκ προθέσεως ή κατά λάθος), διαφεύγουν πράγματα ή αλλάζουν τα δεδομένα.

1.5.Μονολογική και Διαλογική Επιχειρηματολογία

Στην επιχειρηματολογία συναντάμε δύο περιπτώσεις:

- Τη Μονολογική Επιχειρηματολογία (Monological Argumentation) η οποία είναι στατική και κατά την οποία ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων συγκεντρώνει προτάσεις-υποθέσεις και επιχειρηματολογεί γύρω από ένα αντικείμενο προσπαθώντας να καταλήξει σε μία πρόταση-συμπέρασμα [3]. Παραδείγματα μονολογικής επιχειρηματολογίας: το άρθρο ενός δημοσιογράφου, οι πολιτικές θέσεις ενός κόμματος.
- Την Διαλογική Επιχειρηματολογία (Dialogical Argumentation) η οποία είναι δυναμική και κατά την οποία, άτομα ή ομάδες ατόμων παραθέτουν προτάσεις-υποθέσεις και επιχειρηματολογούν γύρω από ένα αντικείμενο προσπαθώντας να καταλήξουν σε μία πρόταση-συμπέρασμα [3]. Στην διαλογική επιχειρηματολογία συναντώνται συχνά διαμάχες και διαφωνίες επί του θέματος που θίγει η συζήτηση. Παραδείγματα: Δικηγόροι που επιχειρηματολογούν σε δίκη, μέλη μίας οικογένειας που επιχειρηματολογούν για το ποιος πρέπει να πλύνει τα πιάτα.

1.6.Είδη Μονολογικής Επιχειρηματολογίας

Ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο είναι τοποθετημένη, η μονολογική επιχειρηματολογία εμπίπτει σε μία από τις ακόλουθες δύο κατηγορίες:

- Αυτό-επιχειρηματολογία, στην περίπτωση της οποίας το άτομο ή η ομάδα που επιχειρηματολογεί απευθύνεται στον ίδιο του τον

εαυτό και κατασκευάζει επιχειρήματα για δική του χρήση [3]. Π.χ. συλλογή και σύγκριση πληροφοριών και δεδομένων από ένα άτομο που προσπαθεί να διαλέξει ποιο αυτοκίνητο θα αγοράσει.

- Επιχειρηματολογία από έναν προς πολλούς. Εδώ, το άτομο ή η ομάδα που επιχειρηματολογεί κατασκευάζει επιχειρήματα απευθυνόμενο προς άλλα άτομα ή ομάδες [3]. Π.χ. ένα δημοσιογραφικό άρθρο.

Ακόμη, ανάλογα με το σκοπό με τον οποίο επιχειρηματολογεί κάποιος, διακρίνουμε τα ακόλουθα είδη μονολογικής επιχειρηματολογίας:

- Πραγματική επιχειρηματολογία (Factual Argumentation): Χρήση μόνο αντικειμενικής πληροφορίας, με στόχο την ενημέρωση του κοινού για κάποιο επαληθεύσιμο θέμα [3].
- Επιχειρηματολογία θέσεως (Positional Argumentation): Χρήση αντικειμενικής, υποκειμενικής και υποθετικής πληροφορίας με στόχο την ενημέρωση του κοινού για τις πεποιθήσεις αυτού που επιχειρηματολογεί [3].
- Πειστική επιχειρηματολογία (Persuasional Argumentation): Χρήση αντικειμενικής, υποκειμενικής και υποθετικής πληροφορίας (ίσως και με επιτηδευμένη απόκρυψη πληροφοριών ή και ψευδών στοιχείων) με σκοπό αυτός που επιχειρηματολογεί να πείσει το κοινό να κάνει κάτι [3].
- Επιχειρηματολογία προκλήσεων (Provocational Argumentation): Χρήση αντικειμενικής, υποκειμενικής και υποθετικής πληροφορίας (ίσως και με επιτηδευμένη απόκρυψη πληροφοριών ή και ψευδών στοιχείων) με σκοπό αυτός που επιχειρηματολογεί να δημιουργήσει στο κοινό εντύπωση υποθετικών καταστάσεων είτε για να το διασκεδάσει ή να το βάλει σε διαδικασία σκέψης και επεξεργασίας [3].
- Θεωρητική επιχειρηματολογία (Speculational Argumentation): Χρήση αντικειμενικής, υποκειμενικής και υποθετικής πληροφορίας (ακόμα και θεωρητικής πληροφορίας) με σκοπό αυτός που επιχειρηματολογεί να πληροφορήσει το κοινό για ένα πιθανό σενάριο που εξηγεί ένα γεγονός του παρελθόντος ή ένα πιθανό μελλοντικό γεγονός [3].

2. Επιχειρηματολογικά σχήματα (Argumentation Schemes)

Τα επιχειρηματολογικά σχήματα αποτελούν πρότυπες δομές επιχειρημάτων που έχουν κατηγοριοποιηθεί ανάλογα με τη δομή τους και με το περιεχόμενό τους, έτσι όπως αυτό διαμορφώνεται ανακατασκευάζοντας και επαναδομώντας τη φυσική γλώσσα για τις ανάγκες του σχήματος [2].

Τα επιχειρηματολογικά σχήματα χρησιμοποιούνται κυρίως με δύο τρόπους. Πρώτον, για την αναδόμηση επιχειρημάτων που προέρχονται από τρίτους, για ανάγκες κριτικής ανάλυσης και αξιολόγησής τους. Δεύτερον, για την κατασκευή νέων επιχειρημάτων, είτε προς υποστήριξη μίας θέσης είτε σαν αντεπιχειρήματα προς άλλα επιχειρήματα [2].

Οι Walton, Reed και Macagno (2008) έχουν αναλάβει τη συλλογή και κατηγοριοποίηση επιχειρηματολογικών σχημάτων. Από το έργο τους προκύπτουν 96 επιχειρηματολογικά σχήματα, σε καθένα από τα οποία αντιστοιχεί και ένα σετ ερωτήσεων κριτικής με το οποίο εξετάζεται η ισχύς, η ορθότητα, η συνέπεια και η αλήθεια του επιχειρήματος [2].

Πιο κάτω παρατίθενται 15 από τα 96 αυτά σχήματα, μαζί με το σετ ερωτήσεων κριτικής που τους αντιστοιχούν. Αυτά είναι τα 15 σχήματα που έχουν ξεχωρίσει και σημειώνονται στο βιβλίο *Fundamentals of Critical Argumentation* του Douglas Walton. Όπως θα φανεί αργότερα, από τα 15 αυτά σχήματα, στους διαλόγους που αναλύονται συναντάμε μόνο τα 12 και ακόμα και σε αυτά η συχνότητα με την οποία εμφανίζεται κάθε σχήμα ποικίλει.

2.1.Επιχειρηματολογικό σχήμα «Θέση γνώσης» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM POSITION TO KNOW) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: a βρίσκεται σε θέση να γνωρίζει εάν το A είναι αληθές ή ψευδές
- Πρόταση-υπόθεση 2: a επιβεβαιώνει ότι το A είναι σωστό (ή λάθος)
- Πρόταση-συμπέρασμα: το A είναι σωστό (ή λάθος)

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Είναι ο/η/το a σε θέση να γνωρίζει αν το A είναι σωστό;
- ii. Είναι ο/η/το a ειλικρινής (έμπιστη, αξιόπιστη) πηγή;
- iii. Επιβεβαίωσε ο/η/το a ότι το A είναι σωστό (ή λάθος);

2.2.Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επίκληση στην αυθεντία» (ARGUMENTATION SCHEME FOR APPEAL TO EXPERT OPINION) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: η πηγή E είναι αυθεντία στο θέμα Σ που περιλαμβάνει την πρόταση A
- Πρόταση-υπόθεση 2: η πηγή E επιβεβαιώνει ότι η πρόταση A (στο θέμα Σ) είναι σωστή (ή λάθος)
- Πρόταση-συμπέρασμα: η πρόταση A μπορεί εύλογα να θεωρηθεί σωστή (ή λάθος)

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Ερώτηση για την αυθεντία: Πόσο αξιόπιστη αυθεντία είναι η πηγή E;
- ii. Ερώτηση για το πεδίο γνώσης; Είναι όντως η πηγή E αυθεντία στο πεδίο που βρίσκεται η πρόταση A;
- iii. Ερώτηση για την άποψη; Τι είπε η πηγή E ότι υπονοεί η πρόταση A;
- iv. Ερώτηση εμπιστοσύνης: Είναι ο/η/το E προσωπικά αξιόπιστος/η/ο ως πηγή
- v. Ερώτηση συνέπειας: Είναι η πρόταση A συνεπής με αυτά που λένε άλλοι ειδικοί
- vi. Ερώτηση υποστηρικτικών στοιχείων: Υπάρχουν στοιχεία που να υποστηρίζουν αυτό που ισχυρίζεται η πηγή E;

2.3.Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επίκληση σε Δημοφιλή άποψη» (ARGUMENTATION SCHEME FOR APPEAL TO POPULAR OPINION) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Το A θεωρείται γενικά σωστό από την κοινή γνώμη
- Πρόταση-υπόθεση 2: Το γεγονός ότι γενικά το A θεωρείται σωστό, αποτελεί τεκμήριο που υποστηρίζει ότι το A είναι όντως σωστό
- Πρόταση-συμπέρασμα: υπάρχει τεκμήριο ότι το A είναι σωστό

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Υπάρχει κάποιο στοιχείο (π.χ. δημοσκόπηση) που να αποδεικνύει το γεγονός ότι το A αποτελεί μία δημοφιλή άποψη;
- ii. Ακόμα και αν το A αποτελεί δημοφιλή άποψη, υπάρχουν λόγοι να αμφισβητήσουμε την ορθότητά του;

2.4.Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα μέσω αναλογίας» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM ANALOGY) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Γενικά η περίπτωση Σ_1 παρουσιάζει παρόμοια συμπεριφορά με την περίπτωση Σ_2 .
- Πρόταση-υπόθεση 2: Το A ισχύει (ή δεν ισχύει) στην περίπτωση Σ_1 .
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα το A ισχύει (ή δεν ισχύει) και στην περίπτωση Σ_2 .

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στο Σ_1 και το Σ_2 τέτοιες ώστε να υποδαυλίζεται η παρόμοια συμπεριφορά που αναφέρθηκε ότι έχουν οι 2 περιπτώσεις;
- ii. Ισχύει όντως το A στην περίπτωση Σ_1 ;
- iii. Υπάρχει μήπως κάποια περίπτωση Σ_3 η οποία να είναι παρόμοια με τη Σ_1 αλλά στην οποία δεν ισχύει το A;

2.5.Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα μέσω συσχέτισης και αποτελέσματος» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM CORRELATION TO CAUSE) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1:Υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στο A και το B.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Το A έχει σαν αποτέλεσμα το B.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Υπάρχει πραγματικά συσχέτιση ανάμεσα στο A και το B;
- ii. Υπάρχει πραγματικός λόγος για να πιστεύουμε ότι η συσχέτιση ανάμεσα στο A και το B υπάρχει και δεν είναι μία απλή σύμπτωση;

- iii. Θα μπορούσε να υπάρχει κάποιος παράγοντας Γ , ο οποίος να έχει σαν αποτέλεσμα και το A και το B;

2.6.Επιχειρηματολογικό σχήμα «Θετικές συνέπειες» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM POSITIVE CONSEQUENCES) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Αν πραγματοποιηθεί το A, τότε εύλογα θα προκύψουν θετικές συνέπειες.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα πρέπει να πραγματοποιηθεί το A.

2.7.Επιχειρηματολογικό σχήμα «Αρνητικές συνέπειες» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM NEGATIVE CONSEQUENCES) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Αν πραγματοποιηθεί το A, τότε εύλογα θα προκύψουν αρνητικές συνέπειες.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα δεν πρέπει να πραγματοποιηθεί το A.

Σετ ερωτήσεων κρίσης (κοινές για το 6 και 7):

- i. Πόσο πιθανό και πόσο αληθοφανές είναι να συμβούν πραγματικά οι συνέπειες που αναφέρονται;
- ii. Υπάρχουν στοιχεία που να υποστηρίζουν τη θέση ότι οι συνέπειες αυτές θα συμβούν αν πραγματοποιηθεί το A;
- iii. Υπάρχουν συνέπειες με το αντίθετο αποτέλεσμα οι οποίες πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν;

2.8.Επιχειρηματολογικό σχήμα «Κατηφόρα που γλιστράει» (ARGUMENTATION SCHEME FOR THE SLIPPERY SLOPE ARGUMENT) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Το A_0 συζητιέται σαν πρόταση που αρχικά φαίνεται πως πρέπει να πραγματοποιηθεί.
- Πρόταση-υπόθεση 2: Η πραγματοποίηση του A_0 εύλογα οδηγεί (με τα τωρινά δεδομένα) στην πραγματοποίηση του A_1 , η οποία εύλογα οδηγεί στην πραγματοποίηση του A_2 και με τον ίδιο τρόπο η ακολουθία καταλήγει στο A_v .
- Πρόταση-υπόθεση 3: Το A_v αποτελεί ένα καταστροφικό αποτέλεσμα.

- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα το A_0 δεν πρέπει να πραγματοποιηθεί.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Ποιες είναι πραγματικά οι προτάσεις που παρεμβαίνουν στη σύνδεση μεταξύ του A_0 και του A_v ;
- ii. Τι άλλα βήματα απαιτούνται για να συμπληρωθεί η ακολουθία των γεγονότων έτσι ώστε να είναι εύλογη;
- iii. Ποιοι είναι οι πιο αδύναμοι σύνδεσμοι στην ακολουθία για τους οποίους πρέπει να αναρωτηθούμε αν πραγματικά το ένα γεγονός οδηγεί στο άλλο;

2.9. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα λόγω σημαδιού» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM SIGN) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Το A (κάτι που βρέθηκε) είναι αληθές σε αυτή την περίπτωση.
- Πρόταση-υπόθεση 2: Έχουμε ένδειξη ότι το B είναι αληθές όταν το σημάδι του, το A, είναι αληθές.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα, το B είναι αληθές σε αυτή την περίπτωση.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Ποια είναι η δύναμη της συσχέτισης ανάμεσα στο σημάδι και το γεγονός που σηματοδοτεί;
- ii. Υπάρχουν άλλα γεγονότα που να ταιριάζουν περισσότερο στο σημάδι;

2.10. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα ως αποτέλεσμα δηλωμένης υποστήριξης» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM COMMITMENT) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Στην τάδε περίπτωση, σύμφωνα με αυτά που είπε ή έκανε, έγινε φανερό ότι ο a είναι δηλωμένος υποστηρικτής του A.
- Πρόταση-υπόθεση 2: Γενικά όταν κάποιος είναι δηλωμένος υποστηρικτής του A, μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι είναι δηλωμένος υποστηρικτής και του B.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα, ο a είναι δηλωμένος υποστηρικτής του B.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Ποια είναι τα στοιχεία στην τάδε περίπτωση που υποστηρίζουν τη θέση ότι ο α είναι δηλωμένος υποστηρικτής του Α και μήπως στα στοιχεία αυτά περιλαμβάνονται και στοιχεία αντίθετου χαρακτήρα που να δείχνουν ότι μπορεί ο α να μην είναι δηλωμένος υποστηρικτής του Α;
- ii. Μήπως στην τάδε περίπτωση υπάρχει κάποια εξαίρεση στο γενικό κανόνα ότι όταν κάποιος είναι δηλωμένος υποστηρικτής του Α είναι και του Β;

2.11. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα ως αποτέλεσμα ασυνέπειας ως προς μία δηλωμένη υποστήριξη» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM INCONSISTENT COMMITMENT) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Ο α έχει παραδεχτεί ή αφήσει να εννοηθεί ότι είναι δηλωμένος υποστηρικτής του Α.
- Πρόταση-υπόθεση 2: Άλλα στοιχεία σε μία συγκεκριμένη υπόθεση δείχνουν ότι ο α δεν υποστηρίζει πραγματικά το Α.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα, ο α δεν υποστηρίζει με συνέπεια τις θέσεις του.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Ποια είναι τα στοιχεία που υποτίθεται ότι δείχνουν ότι ο α είναι δηλωμένος υποστηρικτής του;
- ii. Ποια είναι τα περαιτέρω στοιχεία στη συγκεκριμένη υπόθεση που φέρεται να δείχνουν ότι ο α δεν υποστηρίζει το Α;
- iii. Πώς τα στοιχεία από τις πρώτες δύο ερωτήσεις αποδεικνύουν ότι υπάρχει σύγκρουση σε αυτά που υποστηρίζει ο Α;

2.12. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επίθεση στο ήθος» (ARGUMENTATION SCHEME FOR THE DIRECT AD HOMINEM ARGUMENT) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Ο α έχει κακό χαρακτήρα (είναι αναξιόπιστος, ασυνεπής, συμφεροντολόγος, πονηρός).
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα το επιχείρημα του δεν πρέπει να γίνει αποδεκτό.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Κατά πόσο υποστηρίζεται από στοιχεία η δήλωση ότι ο α έχει κακό χαρακτήρα;
- ii. Ο κακός χαρακτήρας σχετίζεται πραγματικά με το είδος του διαλόγου στον οποίο χρησιμοποιήθηκε το επιχείρημα;
- iii. Το συμπέρασμα που βγαίνει είναι ότι η θέση Α πρέπει να απορριφθεί τελείως, ανεξάρτητα από το αν υπάρχουν και άλλα στοιχεία που την υποστηρίζουν ή ότι απλά δεν πρέπει να δοθεί και τόσο βάρος στη γνώμη του α σε σχέση με το Α, συγκριτικά με το βάρος που θα δοθεί στα άλλα στοιχεία;

2.13. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Περιστασιακή επίθεση στο ήθος» (ARGUMENTATION SCHEME FOR THE CIRCUMSTANTIAL AD HOMINEM ARGUMENT) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Ο α υποστηρίζει το επιχείρημα α που έχει την πρόταση Α σαν πρόταση συμπέρασμα.
- Πρόταση-υπόθεση 2: Ο α είναι δηλωμένος υποστηρικτής της αντίθετης θέσης από το Α, πράγμα που φαίνεται από δηλώσεις του ή από πράξεις του σε άλλες περιστάσεις.
- Πρόταση-υπόθεση 3: Κατ' αυτόν τον τρόπο η αξιοπιστία του α ως άτομο που υποστηρίζει με συνέπεια τις θέσεις του τίθεται υπό αμφισβήτηση.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα η αληθοφάνεια του επιχειρήματος α που υποστηρίζει ο α είτε μειώνεται είτε χάνεται τελείως.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Υπάρχουν δηλώσεις του α που να συγκρούονται μεταξύ τους και να αποδεικνύουν πραγματικά την ασυνέπεια του α;
- ii. Από τη στιγμή που η σύγκρουση των δηλώσεων εντοπίζεται, υπάρχει τρόπος να δειχθεί μέσα από περαιτέρω διάλογο ότι η ασυνέπεια του α δεν επηρεάζει τη συγκεκριμένη περίπτωση ή ότι δεν αποτελεί λόγο για να θεωρείται ο α αναξιόπιστος;
- iii. Αποτελεί ο χαρακτήρας πραγματικά θέμα για το διάλογο και πιο συγκεκριμένα υπάρχει πραγματική σχέση ανάμεσα το επιχείρημα του α και την αξιοπιστία του;
- iv. Το συμπέρασμα που βγαίνει για τον α αποτελεί την πιο αδύναμη υποστήριξη ότι η αξιοπιστία του α είναι αμφισβητήσιμη ή την πιο δυνατή υποστήριξη ότι η πρόταση-συμπέρασμα του α είναι λανθασμένη.

2.14. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης» (ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM INCONSISTENT COMMITMENT) [4]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Το α έχει την ιδιότητα Φ.
- Πρόταση-υπόθεση 2: Για κάθε χ, αν το χ έχει την ιδιότητα Φ, τότε μπορούμε να το τοποθετήσουμε και στην κατηγορία των πραγμάτων που έχουν την ιδιότητα Γ.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα, το α έχει την ιδιότητα Γ.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Τι αποδεικτικά στοιχεία υπάρχουν ότι το α έχει σίγουρα την ιδιότητα Φ, συγκριτικά με στοιχεία που μπορεί να αμφισβητούν ότι το α έχει την ιδιότητα Φ;
- ii. Μήπως υπάρχει λόγος να αμφισβητηθεί η κατηγοριοποίηση που γίνεται στην πρόταση υπόθεση 2;

2.15. Επιχειρηματολογικό σχήμα «Επιχείρημα μέσω παραδείγματος» (ARGUMENT FROM EXAMPLE) [5]

- Πρόταση-υπόθεση 1: Το παράδειγμα 1 είναι ένα παράδειγμα που υποστηρίζει τη θέση Α .
- Πρόταση-υπόθεση ν: Το παράδειγμα ν είναι ένα παράδειγμα που υποστηρίζει τη θέση Α.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα, η θέση Α ισχύει.

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Είναι αρκετά τα παραδείγματα σε ποσότητα;
- ii. Είναι τα παραδείγματα αρκετά σχετικά;
- iii. Είναι τα παραδείγματα αρκετά ξεκάθαρα και ορθά τοποθετημένα;
- iv. Υπάρχουν παραδείγματα που να υποστηρίζουν την αντίθετη θέση και πόσο ισχυρά είναι αν υπάρχουν;

3. Άλλες επιχειρηματολογικές δομές αξίες αναφοράς

Τα επιχειρηματολογικά σχήματα δεν αποτελούν το μοναδικό τρόπο για να περιγραφούν, να αναλυθούν και να καταταχθούν επιχειρήματα. Για την ακρίβεια, μάλιστα, πολλές φορές είναι δύσκολο να καταταγεί ακριβώς ένα επιχείρημα με βάση ένα επιχειρηματολογικό σχήμα. Για να αναλυθούν λοιπόν επιχειρήματα, είτε σε συνδυασμό με τα επιχειρηματολογικά σχήματα, είτε ανεξάρτητα από αυτά, υπάρχουν και άλλες επιχειρηματολογικές δομές. Ακολουθως περιγράφονται κάποιες βασικές από αυτές, οι οποίες εμφανίζονται συχνά.

3.1. Τρία είδη επιχειρημάτων

Τα επιχειρήματα χωρίζονται σε τρία είδη, ανάλογα με το πόσο αυστηρή είναι η σύνδεση των προτάσεων-υποθέσεων τους έτσι ώστε να ισχύει η πρόταση-συμπέρασμα. [4]

1. Παραγωγικό επιχείρημα (Deductive Argument): Εδώ η σύνδεση μεταξύ των προτάσεων-υποθέσεων και της πρότασης-συμπεράσματος είναι αυστηρή. Από τη στιγμή δηλαδή που θεωρούμε αληθείς τις προτάσεις-υποθέσεις, θεωρούμε σχεδόν αναγκαστικά αληθή και την πρόταση-συμπέρασμα με πολύ μικρό περιθώριο σφάλματος. [4]

Παράδειγμα:

- Όλοι οι σκύλοι έχουν τέσσερα πόδια
- Ο Ρεξ είναι σκύλος
- Άρα ο Ρεξ έχει τέσσερα πόδια

Σε αυτή την περίπτωση, εάν δεχθούμε ότι ισχύουν οι δύο πρώτες προτάσεις (προτάσεις-υποθέσεις) τότε είναι δεδομένο ότι ισχύει και η τελευταία πρόταση (πρόταση- συμπέρασμα)

2. Επαγωγικό επιχείρημα (Inductive Argument): Εδώ η σύνδεση μεταξύ των προτάσεων-υποθέσεων και της πρότασης-συμπεράσματος βασίζεται στην πιθανότητα και δεν είναι τόσο αυστηρή όσο στην προηγούμενη περίπτωση [4]. Παράδειγμα:

- Οι περισσότερες κοπέλες έχουν μακριά μαλλιά
- Η Μαρία είναι κοπέλα
- Άρα η Μαρία έχει μακριά μαλλιά

Σε αυτή την περίπτωση, εάν δεχθούμε ότι οι δύο πρώτες προτάσεις (προτάσεις-υποθέσεις) ισχύουν, δεν είναι δεδομένο ότι ισχύει και η

τελευταία πρόταση (πρόταση συμπέρασμα). Είναι όμως αρκετά πιθανό να ισχύει.

3. Ο τρίτος τύπος επιχειρήματος (που δεν έχει συγκεκριμένη ονομασία) είναι λιγότερο ακριβής και αξιόπιστος από τους άλλους δύο, παρ' όλα αυτά όμως είναι συχνά πιο χρήσιμος και απαραίτητος στη διαχείριση καθημερινών υποθέσεων. Ο τύπος αυτός οδηγεί σε μία εύλογη πρόταση-συμπέρασμα που μπορεί να είναι προσωρινά αποδεκτή σαν τεκμήριο. Σε αυτή την περίπτωση, υπάρχει πάντα η πιθανότητα τα δεδομένα στα οποία βασίζονται οι προτάσεις-υποθέσεις για να καταλήξουν στην πρόταση-συμπέρασμα να είναι παραπλανητικά. Επίσης αν αυτά αλλάξουν, αλλάζει και η ισχύς και η ορθότητα της πρότασης-συμπέρασμα [4]. Παράδειγμα:

-Όπου υπάρχει καπνός, υπάρχει και φωτιά.

-Στην Καλλιθέα υπάρχει καπνός

-Άρα στην Καλλιθέα υπάρχει και φωτιά.

3.2. Απλό και Συγκλίνον Επιχείρημα

1. Απλό Επιχείρημα (Single Argument): Είναι ο πιο απλός τύπος επιχειρήματος και αποτελείται από μία μόνο πρόταση-υπόθεση η οποία υποστηρίζει την πρόταση-συμπέρασμα [4]. Παράδειγμα:

-Η ζώνη ασφαλείας σώζει ζωές

-Άρα πρέπει να φοράμε ζώνη ασφαλείας.

2. Συγκλίνον Επιχείρημα (Convergent Argument): Είναι η δομή επιχειρηματολογίας στην οποία συνυπάρχουν περισσότερες από μία προτάσεις-υποθέσεις, καθεμιά από τις οποίες μπορεί να σταθεί από μόνη της σαν αιτία για να υποστηρίξει κανείς το συμπέρασμα στο οποίο αυτές καταλήγουν [4]. Παράδειγμα:

-Το τσιγάρο κάνει κακό στην υγεία

-Επιπλέον μυρίζει άσχημα

-Άρα, δεν πρέπει να καπνίζουμε

3.3. Συνδυασμένο Επιχείρημα

Συνδυασμένο Επιχείρημα (Linked Argument): Είναι το επιχείρημα στο οποίο οι προτάσεις-υποθέσεις είναι σχετικές η μία με την άλλη και εξαρτημένες μεταξύ τους και χρησιμοποιούνται συνδυασμένες έτσι ώστε να υποστηρίξουν την πρόταση-συμπέρασμα. Αν αφαιρέσουμε κάποια από τις προτάσεις-

υποθέσεις, τότε οι προτάσεις-υποθέσεις και η πρόταση συμπέρασμα που απομένουν δεν βγάζουν απόλυτα νόημα [4]. Παράδειγμα:

-Όλοι οι μαθητές του Γ4 γράψανε κάτω από τη βάση στο διαγώνισμα Χημείας

-Ο Χάρης είναι μαθητής του Γ4

-Άρα ο Χάρης έγραψε κάτω από τη βάση στο διαγώνισμα Χημείας

Στο παραπάνω παράδειγμα είναι φανερό ότι οι δύο προτάσεις-υποθέσεις συνδυασμένες οδηγούν λογικά στην πρόταση συμπέρασμα. Σε περίπτωση που αφαιρέσουμε κάποια από τις προτάσεις-υποθέσεις, από την πρόταση-υπόθεση που απομένει δεν προκύπτει άμεσα η πρόταση-συμπέρασμα. Πχ:

-Ο Χάρης είναι μαθητής του Γ4

-Άρα ο Χάρης έγραψε κάτω από τη βάση στο διαγώνισμα Χημείας

Ή

-Όλοι οι μαθητές του Γ4 γράψανε κάτω από τη βάση στο διαγώνισμα Χημείας

-Άρα ο Χάρης έγραψε κάτω από τη βάση στο διαγώνισμα Χημείας

Αντιθέτως, στην περίπτωση του συγκλίνοντος επιχειρήματος, ακόμα και αν αφαιρεθεί κάποια πρόταση-υπόθεση, οι προτάσεις που απομένουν συνθέτουν και πάλι επιχειρήμα με εύλογο τρόπο. Χαρακτηριστικά, στο παράδειγμα που χρησιμοποιήσαμε για τα συγκλίνοντα επιχειρήματα, αφαιρώντας κάθε φορά μία πρόταση-υπόθεση έχουμε:

-Το τσιγάρο κάνει κακό στην υγεία

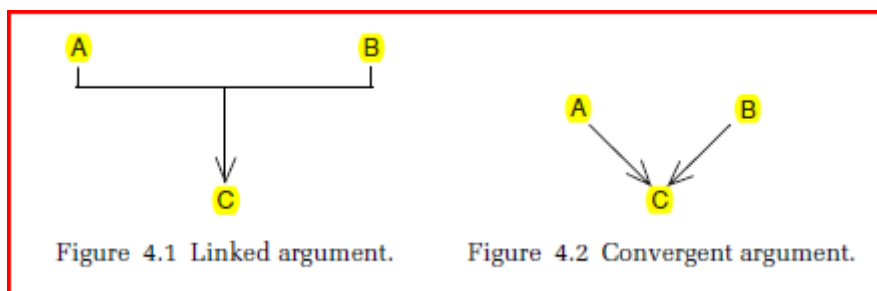
-Άρα δεν πρέπει να καπνίζουμε

Ή

-Το τσιγάρο μυρίζει άσχημα

-Άρα δεν πρέπει να καπνίζουμε

Έχοντας στο μυαλό μας αυτό το διαχωρισμό μεταξύ συγκλινόντων επιχειρημάτων και συνδυασμένων επιχειρημάτων, μπορούμε εύκολα να τα διαχωρίσουμε. Ο διαχωρισμός φαίνεται επίσης ωραία και στο σχηματικό διάγραμμα της Εικόνας 1 που ακολουθεί:



Εικόνα 1. Σχηματικό διάγραμμα για τις περιπτώσεις Συνδυασμένο Επιχείρημα και Συγκλίνον Επιχείρημα

3.4. Απειλές ως Επιχειρήματα

Υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες χρησιμοποιούνται απειλές ως επιχειρήματα. Σε αυτή την επιχειρηματολογική δομή ο προτείνων χρησιμοποιεί απειλές έτσι ώστε να πείσει το κοινό να κάνει ή να αποδεχτεί κάτι. Οι απειλές σε αυτή την περίπτωση μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες και σχετικές με το θέμα ή τελείως άσχετες. Η επιχειρηματολογική δομή έχει ως εξής [4]:

Επιχειρηματολογική δομή «Απειλή σαν επιχείρημα» (Threats as arguments)

- Πρόταση-υπόθεση 1: Αν δεν κάνεις το A θα συμβεί το αρνητικό B
- Πρόταση-υπόθεση 2: Εγγυούμαι ότι το αρνητικό B θα (σου) συμβεί
- Πρόταση-συμπέρασμα: Άρα, θα πρέπει να κάνεις το A

Σετ ερωτήσεων κρίσης:

- i. Πόσο άσχημη είναι η αρνητική συνέπεια B;
- ii. Πόσο πιθανό είναι να συμβεί η αρνητική συνέπεια B;
- iii. Είναι η απειλή αξιόπιστη;
- iv. Είναι η απειλή σχετική;

3.5. Επίκληση στη συμπόνια/στο συναίσθημα

Δεν είναι λίγες οι φορές που κάποιος στα πλαίσια επιχειρηματολογίας κάνει επίκληση στη συμπόνια/στο συναίσθημα. Οι περιπτώσεις αυτές καμιά φορά αντιμετωπίζονται με καχυποψία και θέλουνε πάντα προσοχή, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχει περίπτωση να στηρίζονται στην λογική και να ευσταθούν [4]. Παράδειγμα:

-Τα παιδάκια στην Αφρική υποφέρουν και λιμοκτονούν. Πρέπει να τα βοηθήσουμε, προσφέροντας λίγα χρήματα και άλλα είδη.

Στο πιο πάνω παράδειγμα γίνεται επίκληση στο συναίσθημα, η οποία όμως δεν παύει να είναι αληθινή και να δίνει ισχύ στο επιχείρημα. Στο ακόλουθο παράδειγμα όμως δεν ισχύει απαραίτητα κάτι τέτοιο:

-Ο Κώστας έλειπε στο διαγώνισμα μαθηματικών και προσπαθεί να πείσει την καθηγήτρια να το γράψει μόνος του: «Ήμουν βαριά άρρωστος και υπέφερα και αναγκάστηκα να μείνω σπίτι τη μέρα του διαγωνίσματος. Γι' αυτό πρέπει να με αφήσετε να γράψω μόνος μου»

Εδώ από τη μία αυτό που λέει ο Κώστας μπορεί να ισχύει. Από την άλλη όμως υπάρχει η πιθανότητα να ήταν αδιάβαστος και να έκανε κοπάνα. Σε αυτή την περίπτωση η καθηγήτρια πρέπει να σκεφτεί και να αναρωτηθεί τι πραγματικά ισχύει, προτού υποκύψει στην επίκληση στο συναίσθημα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Διαδίκτυο και Δημόσιος Διάλογος

Διαδίκτυο και Δημόσιος Διάλογος

Ζούμε σε μία περίοδο όπου το διαδίκτυο διαδραματίζει κεντρικό ρόλο στη ζωή μας και χρησιμοποιείται καθημερινά από πολύ μεγάλη μερίδα του πληθυσμού. Το διαδίκτυο σε αυτή την εποχή χαρακτηρίζεται από τον όρο «web 2.0» που χρησιμοποιείται για να σηματοδοτήσει μία εποχή στην οποία οι χρήστες έχουν όλο και μεγαλύτερες δυνατότητες να αλληλεπιδρούν δυναμικά μεταξύ τους και με το διαδίκτυο και όχι μόνο να το χρησιμοποιούν ως στατική πηγή πληροφόρησης δίχως να μπορούν να επέμβουν [8].

Για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας η δυνατότητα που προσφέρει το Web 2.0 στους χρήστες που μας ενδιαφέρει περισσότερο είναι αυτή του δημόσιου διαλόγου στο διαδίκτυο. Δημόσιος διάλογος πραγματοποιείται κυρίως σε 2 εργαλεία του Web 2.0: Στα Fora και στα Social Networks.

Χαρακτηριστικά, forum είναι μία διαδικτυακή πλατφόρμα αποστολής μηνυμάτων, μέσω της οποίας μπορούν να ανταλλάσσονται ιδέες και απόψεις για ένα συγκεκριμένο θέμα [8]. Τα fora εκτός από τη δυνατότητα συζήτησης προσφέρουν και δυνατότητα ψηφοφορίας των χρηστών επί διαφόρων θεμάτων άλλα και τη δυνατότητα προσωπικής επικοινωνίας μεταξύ των χρηστών με προσωπικά μηνύματα.

Social Network είναι οποιαδήποτε ειδική ιστοσελίδα και εφαρμογή που επιτρέπει στους χρήστες να επικοινωνούν μεταξύ τους με την αποστολή προσωπικών πληροφοριών, σχολίων, μηνυμάτων και multimedia και να βρίσκουν ανθρώπους με παρόμοια ενδιαφέροντα [8].

Δημόσιος διάλογος επίσης εμφανίζεται και στα πλαίσια του e-government. E-government (Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση) είναι η αξιοποίηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) από κυβερνήσεις και κυβερνητικές υπηρεσίες για αλληλεπίδραση με τους πολίτες, με τις επιχειρήσεις, με τους εργαζομένους και με άλλες κυβερνητικές υπηρεσίες [9]. Η αλληλεπίδραση πραγματοποιείται σε συγκεκριμένους διαδικτυακούς τόπους με μέριμνα της κυβέρνησης, κυρίως μέσω ανοιχτών συζητήσεων και ψηφοφοριών.

Σε καθεμία από τις παραπάνω περιπτώσεις, οι χρήστες έχουν την ελευθερία να συζητήσουν για οποιοδήποτε θέμα. Οι διάλογοι σε πολλές περιπτώσεις κρύβουν πολύ ενδιαφέροντα στοιχεία και απόψεις. Σε πολλές περιπτώσεις, από την άλλη, είναι τελείως ανούσιοι και δύσκολοι στην παρακολούθηση. Ειδικά όμως οι διάλογοι που αφορούν επίκαιρα θέματα και θέματα γενικού ενδιαφέροντος παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον, καθώς εκεί αποτυπώνεται η κοινή γνώμη. Οι ίδιοι διάλογοι όμως κρύβουν και παγίδες,

καθώς στο διαδίκτυο υπάρχει σχεδόν απόλυτη ελευθερία στο ποιος γράφει και το τι λέει.

Τέτοιοι διάλογοι, που μας αφορούν όλους, που περιλαμβάνουν σημαντικές απόψεις, αλλά που λόγω του μεγέθους τους είναι δύσκολο και χρονοβόρο να τους παρακολουθήσει κάποιος, θα ήταν χρήσιμο να αναλυθούν και να δοθούν σε μία πιο εύληπτη, ευανάγνωστη και περιεκτική μορφή ώστε να διευκολυνθεί η παρακολούθησή τους και η συμμετοχή σε αυτούς. Θα ήταν, επίσης, χρήσιμο να μελετηθούν για να διαπιστωθεί με ποιο τρόπο διαλέγεται και επιχειρηματολογεί ο κόσμος στο διαδίκτυο και κατά πόσο εμφανίζονται θεωρητικά στοιχεία της Δομημένης Επιχειρηματολογίας στην πράξη, μιάς και στις περιπτώσεις που οι χρήστες συζητούν δομημένα είναι πολύ πιο εύκολο να γίνει διάλογος και να εξαχθούν συμπεράσματα.

Ειδικά στα πλαίσια του E-government, που είναι σημείο που μας ενδιαφέρει αρκετά και θα θέλαμε μελλοντικά να αξιοποιήσουμε και να εξελίξουμε, είναι ιδιαίτερος σημαντικό τα επιχειρήματα του κοινού να είναι ορθώς τοποθετημένα και δομημένα. Σε διαφορετική περίπτωση θα είναι δύσκολο και χρονοβόρο να ληφθούν υπ' όψιν και να μελετηθούν όλες οι απόψεις έτσι να εντοπιστούν οι πιο ορθολογικές και καίριες. Γενικότερα χαόδεις και αδόμητη διάλογοι θα δυσκολέψουν την αξιοποίηση της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας, μιάς και για να δουλέψουν τέτοιες πρωτοβουλίες, η οργάνωση και η εκπαίδευση είναι απαραίτητα στοιχεία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Οπτικοποίηση και ανάλυση δημόσιων διαλόγων του διαδικτύου

1. Εργαλεία Οπτικοποίησης Διαλόγων – Γράφοι Επιχειρηματολογίας

Οι διάλογοι που αναλύονται στα πλαίσια αυτής της εργασίας, όπως άλλωστε και οι περισσότεροι διάλογοι που συναντά κανείς στο διαδίκτυο, είναι αδόμητοι και συχνά χαοτικοί. Η συζήτηση ξεκινά με αφορμή ένα οποιοδήποτε θέμα (μπορεί να είναι ένας νόμος, μία πρόταση, μία σκέψη, ένα γεγονός) που εκφράζεται από τον προτείνων. Αυτός, μέσα από προτάσεις-υποθέσεις καταλήγει σε προτάσεις-συμπεράσματα τα οποία χρησιμοποιεί έπειτα σαν προτάσεις-υποθέσεις ώστε να καταλήξει στην τελική πρόταση-συμπέρασμα (Qualified Claim) της επιχειρηματολογίας του. Τα άτομα του κοινού αλληλεπιδρούν τόσο με τον προτείνοντα όσο και με άλλα άτομα του κοινού και εκφράζουν τις θέσεις τους όσον αφορά τόσο την τελική πρόταση-συμπέρασμα του προτείνοντα, όσο και τις προτάσεις-υποθέσεις και τις προτάσεις-συμπεράσματα που χρησιμοποιούνται στην επιχειρηματολογία τόσο του προτείνοντα, όσο και του υπόλοιπου κοινού.

Η διαδικασία αυτή όμως δεν γίνεται συντονισμένα. Πολλές φορές η σκέψη του κοινού εκφράζεται τελείως αδόμητα, η χρήση της γλώσσας είναι κακή, η ροή στη σκέψη απουσιάζει, όπως επίσης απουσιάζει και η οργάνωση. Κάθε άτομο σημειώνει την άποψη του ανεξάρτητα από το αν αυτή έχει ξαναειπωθεί, ανεξάρτητα από το ποια άποψη έχει εκφραστεί ακριβώς από πάνω και πολλές φορές εκφράζει θέσεις χωρίς να τις υποστηρίζει με κάποιο επιχείρημα, έστω και παράλογο. Συχνά επίσης η συζήτηση απομακρύνεται από το αρχικό θέμα και ο διάλογος μετατρέπεται σε προσωπικό καβγά μεταξύ χρηστών, ή αλλάζει τελείως θέμα.

Όλο αυτό το χάος, όλος αυτός ο όγκος πληροφορίας και όλη αυτή η έλλειψη οργάνωσης λειτουργούν συχνά αποτρεπτικά για πολλά άτομα του κοινού που ενδιαφέρονται για το θέμα που θίγεται και υπό άλλες συνθήκες θα ήθελαν να συμμετέχουν στη συζήτηση. Δεν είναι λίγες οι φορές όμως που στα «σκουπίδια» κρύβονται «θησαυροί». Ψάχνοντας κανείς μέσα σε τέτοιους διαλόγους, εκτός από προσβλητικές εκφράσεις, ασυναρτησίες, ψέματα και αοριστολογίες μπορεί να βρει πολύ σωστά επιχειρήματα, πολύ καίριες θέσεις και πολύ δυνατές προτάσεις και καλούς συλλογισμούς.

Για να διευκολυνθεί λοιπόν η προσπάθεια για αναζήτηση των σημαντικών πληροφοριών σε ένα διάλογο, για να γίνει λιγότερο χρονοβόρα και πιο ευχάριστη η ανάγνωση του, για να μπορεί κανείς να περιηγηθεί πιο εύκολα και να αποκτήσει μία σφαιρική εικόνα, για να μπορέσει να προσθέσει την γνώμη του στο σημείο ακριβώς που επιθυμεί και που ταιριάζει και για να γλιτώσουμε από μη σχετικές ή/και άχρηστες πληροφορίες, χρησιμοποιούμε εργαλεία οπτικοποίησης διαλόγων που ονομάζονται Γράφοι Επιχειρηματολογίας.

Οι Γράφοι Επιχειρηματολογίας (Argument Graphs) λοιπόν, είναι εργαλεία που χρησιμοποιούνται για να οπτικοποιήσουν και να δώσουν σχήμα και δομή σε ατελείωτες σελίδες και παραγράφους αδόμητου διαλόγου και να διευκολύνουν την περαιτέρω συζήτηση πάνω στο θέμα που θίγεται. Ουσιαστικά αποτελούν ένα χάρτη του διαλόγου, στον οποίο σημειώνονται όλες οι απόψεις που εκφράζονται γύρω από ένα θέμα, καθώς και η σχέση που αυτές έχουν μεταξύ τους.

Βασικό κοινό χαρακτηριστικό όλων των εργαλείων οπτικοποίησης είναι ότι σημειώνεται ποια επιχειρήματα υποστηρίζουν μία θέση και ποια επιχειρήματα αντικρούουν μία θέση. Πέρα από αυτό, κάθε Γράφος Επιχειρηματολογίας έχει τις δικές του δυνατότητες, το δικό του τρόπο οπτικοποίησης και τη δική του γκάμα επιλογών για το πόσο και πώς θα αναλύσει το οποιοδήποτε θέμα προς συζήτηση.

Σήμερα στο διαδίκτυο συναντάμε περισσότερα από 30 εργαλεία οπτικοποίησης διαλόγων. Ενδεικτικά αναφέρουμε τα ακόλουθα: AGORA: Participate–Deliberate, ArgDF, Arguehow, Argument Blogging, Argumentum, Argumentations.com, Argunet, Avicenna, bCisiveOnline, Belvedere, Cabanac’s annotation system, Climate CoLab, Cohere, Competing Hypotheses, ConsiderIt, ConvinceMe, CoPe_it!, CreateDebate, Debate.org, Debategraph, Debatepedia, Debatewise, DiscourseDB, Dispute Finder, Hypernews, LivingVote, MAgTALO, Opinion Space, Online Visualisation of Arguments, Parmenides, PDOonline, REASON, Riled Up!, SEAS, Trellis, TruthMapping, Videolyzer. [6]

Από τα παραπάνω εργαλεία, άλλα επιτρέπουν στο κοινό να επέμβει, να προσθέσει ιδέες και να ενισχύσει ή να αντιταχθεί σε απόψεις με την ψήφο του, ενώ άλλα είναι αποκλειστικά για ανάγνωση. Κάθε ένα οργανώνεται με δικούς του συμβολισμούς, ενώ οι δυνατότητες ποικίλουν.

Για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας χρησιμοποιήθηκε σαν βάση το DebateGraph [7]. Στηριζόμενοι στις δυνατότητες του οπτικοποιούμε τους διαλόγους προς ανάλυση και το προσαρμόζουμε έτσι ώστε να περιγράφει τον ιδανικό γράφο επιχειρηματολογίας για τις ανάγκες μας.

1.1. Το DebateGraph

Το DebateGraph (<http://debategraph.org/>) αποτελεί ένα από τα διάφορα εργαλεία οπτικοποίησης συζητήσεων που υπάρχουν σήμερα στο διαδίκτυο. Έχει εύχρηστο περιβάλλον και χρησιμοποιεί πλαίσια και βέλη για την παρουσίαση και τη σύνδεση των ιδεών και των στοιχείων που περιλαμβάνει το θέμα που αναλύεται. Η παρουσίαση ξεκινά με ένα πλαίσιο με τον τίτλο του θέματος γύρω από το οποίο εκφράζονται ιδέες. Το κεντρικό αυτό πλαίσιο συνδέεται με βέλη με άλλα πλαίσια γύρω του, στα οποία σημειώνονται ιδέες,

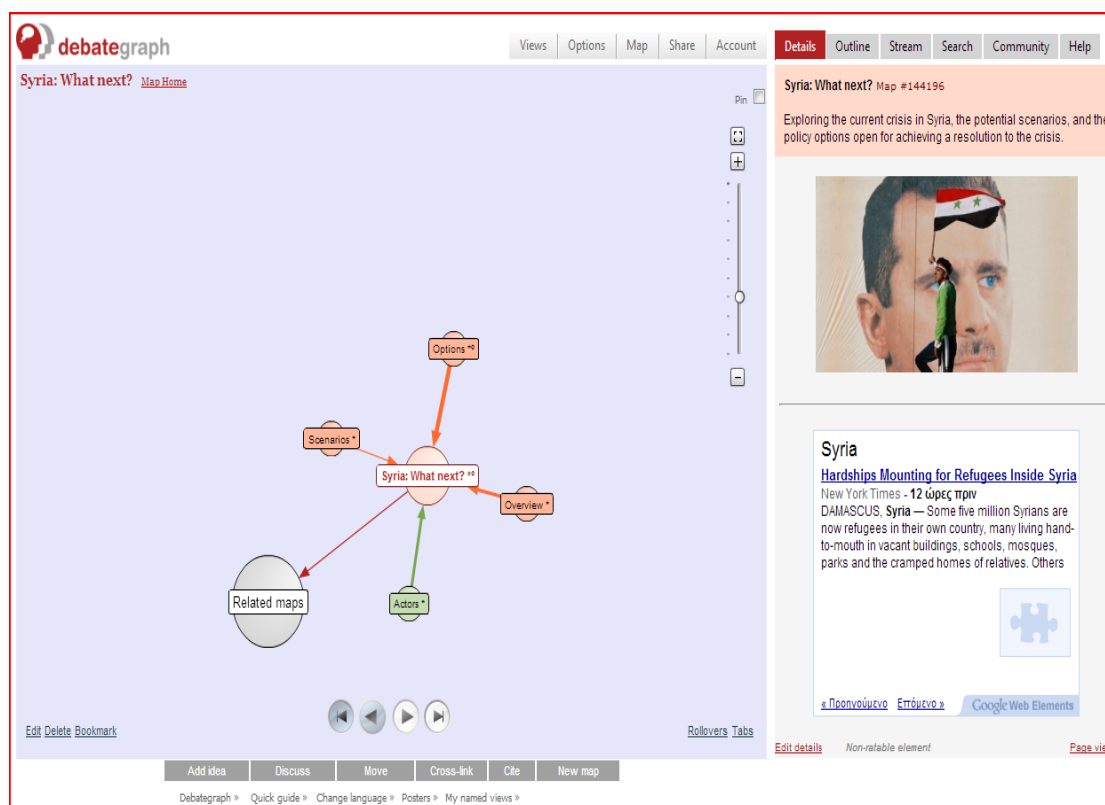
απορίες, στοιχεία, πληροφορίες, επιχειρήματα και γενικότερα οτιδήποτε σχετικό υπάρχει με το θέμα αυτό. Συνολικά το DebateGraph προσφέρει, πέραν του αρχικού πλαισίου, 57 τίτλους για πλαίσια. Για παράδειγμα αν κάποιος θέλει να υποστηρίξει μία θέση με ένα επιχείρημα, δημιουργεί ένα πλαίσιο με τίτλο “Supportive Argument”, εντός του οποίου σημειώνει το επιχείρημά του. Το πλαίσιο αυτό, που τυχαίνει να έχει πράσινο χρώμα, συνδέεται με βέλος με το πλαίσιο στο οποίο καταγράφεται η θέση που υποστηρίζει. Φυσικά ο σκοπός αυτού που γράφει μπορεί να μην είναι να υποστηρίξει μία θέση, αλλά απλώς να παραθέσει μία σχετική πληροφορία. Σε αυτή την περίπτωση θα επιλέξει πλαίσιο με τίτλο “Information” (το οποίο έχει και διαφορετικό χρώμα) κοκ.

Γενικά, κάθε χρήστης ψάχνει να βρει το είδος του πλαισίου που αντιπροσωπεύει καλύτερα το περιεχόμενο της παρατήρησης του. Στους χρήστες δίνεται και η δυνατότητα να κάνουν μία περίληψη και να προσθέσουν παρατηρήσεις που αφορούν τη θέση τους σε χώρο που τους παρέχεται από κάθε πλαίσιο με τίτλο «Περίληψη» και «Λεπτομέρειες». Έπειτα, πατώντας σε κάθε πλαίσιο, ο αναγνώστης μπορεί να δει στα δεξιά της οθόνης να εμφανίζονται οι λεπτομέρειες που έχει σημειώσει ο συγγραφέας του πλαισίου, παρατηρήσεις, εξωτερικοί σύνδεσμοι, πηγές, μεγαλύτερη ανάλυση ή οτιδήποτε μπορεί να θεωρεί ο γράφων σχετικό. Χαρακτηριστικά, όσα πλαίσια έχουν υλικό στις λεπτομέρειες σημειώνονται με έναν μικρό κύκλο εντός τους. Επίσης, όσα πλαίσια συνδέονται με περισσότερα πλαίσια, τα οποία δεν φαίνονται στη συγκεκριμένη προβολή, σημειώνονται με αστεράκι εντός τους. Πατώντας πάνω τους, ξεπροβάλουν τα υπόλοιπα πλαίσια με τα οποία σχετίζονται.

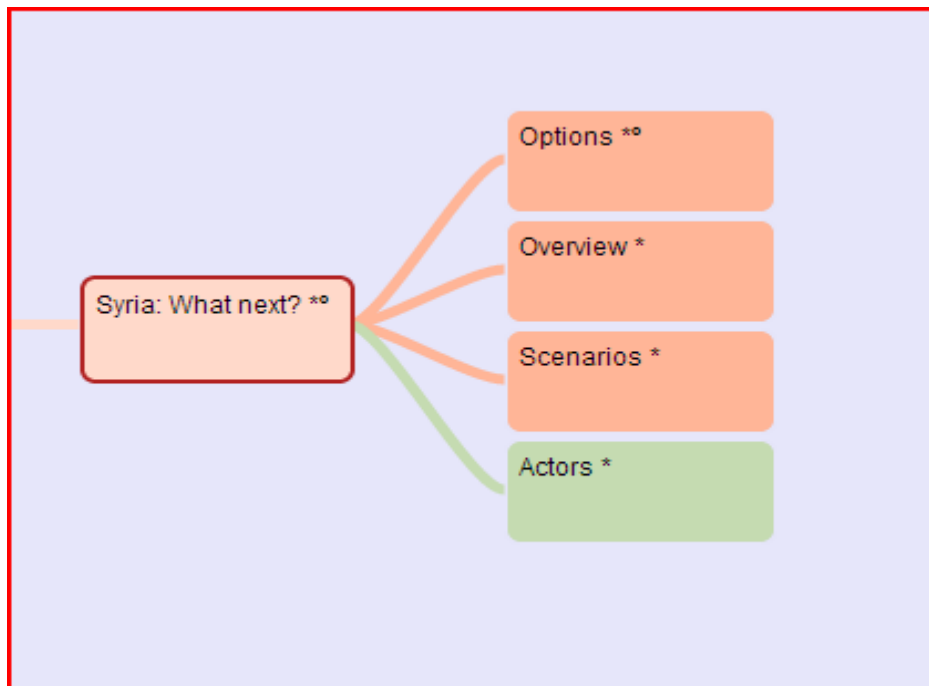
Οι χρήστες έχουν ακόμη τη δυνατότητα να βαθμολογούν τις θέσεις που διαβάζουν με βαθμό από το 1 μέχρι το 9. Το κατά πόσο είναι δημοφιλής μία θέση φαίνεται από το πάχος του βέλους που τη συνδέει με το θέμα με το οποίο σχετίζεται.

Στο DebateGraph επιπλέον, ο κάθε χρήστης μπορεί να επιλέξει αν ο χάρτης που θα δημιουργήσει είναι ιδιωτικός (δηλαδή μπορεί να τον επεξεργαστεί μόνο ο ίδιος) ή δημόσιος (δηλαδή μπορεί ο καθένας να προσθέσει την άποψή του και να ψηφίσει τα περιεχόμενά του).

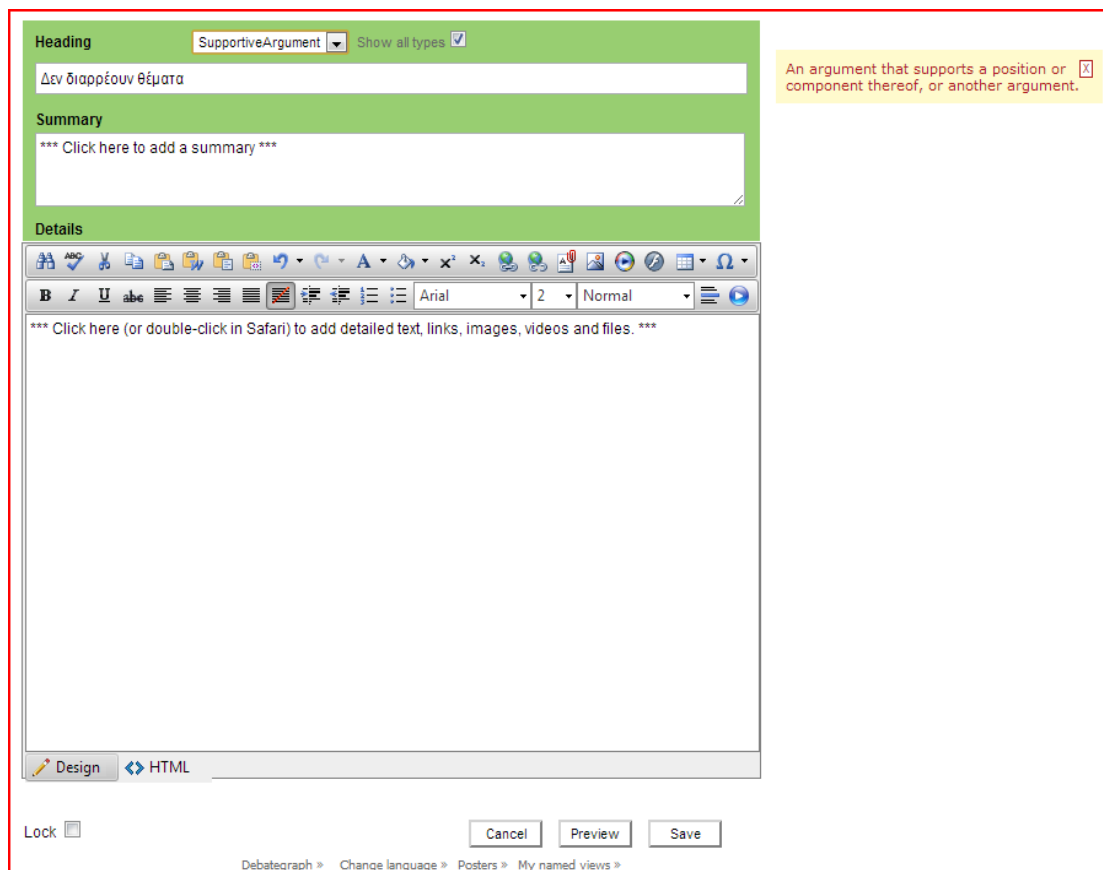
Τέλος, ο αναγνώστης μπορεί να επιλέξει ένα μέσα από ένα σύνολο από διαφορετικές προβολές. Μπορεί να βλέπει τα πλαίσια σε μορφή φυσαλίδων, σε μορφή δέντρου, παραταγμένα σε κουτιά και κυκλικά γύρω από το κεντρικό θέμα ή στοιβαγμένα σε πλαίσια το ένα κάτω από το άλλο. Μπορεί επίσης να βλέπει το σύνολο των πλαισίων της συζήτησης, ή μόνο ένα κομμάτι της. Στις εικόνες που ακολουθούν φαίνονται κάποιες από τις δυνατότητες που περιγράφονται παραπάνω:



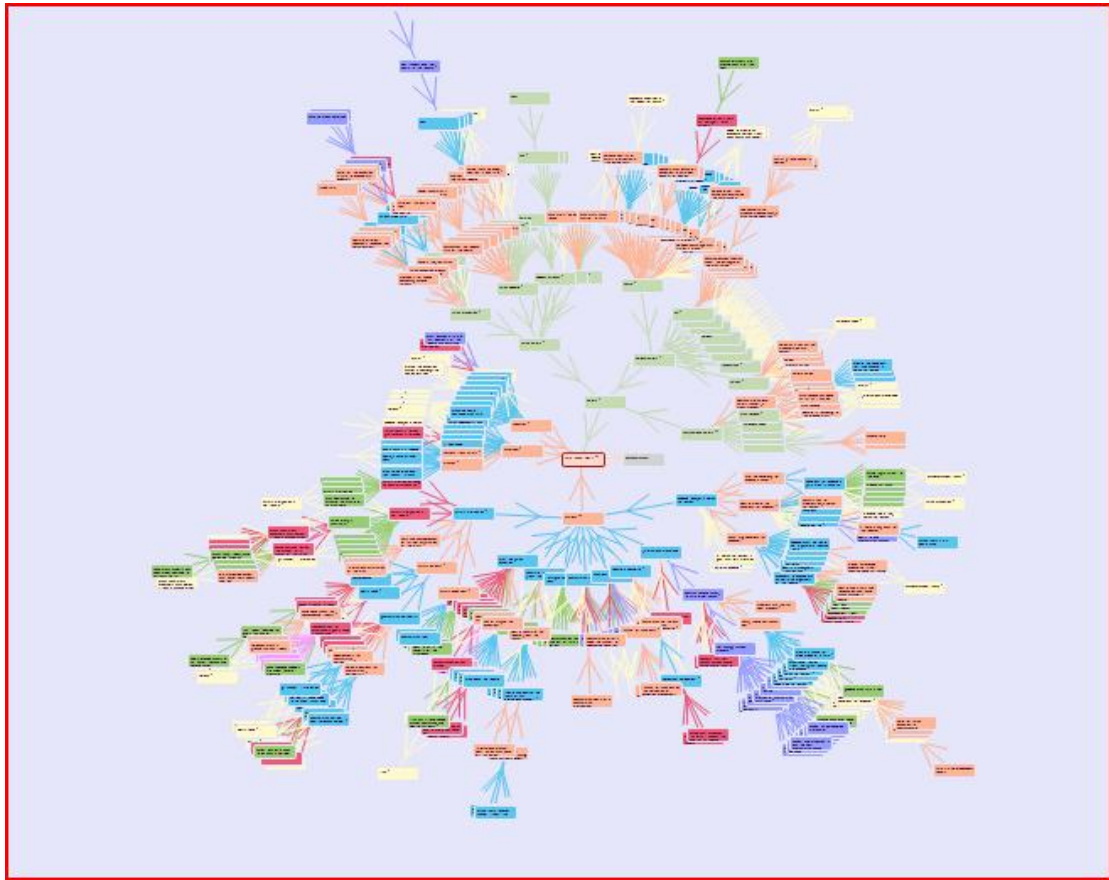
Εικόνα 2. Εδώ βλέπουμε την προβολή «μπουρμπουλήθρες» και ένα μόνο κομμάτι της οπτικοποίησης μίας συζήτησης που αφορά την Συρία. Στα δεξιά της οθόνης βλέπουμε τις λεπτομέρειες του επιλεγμένου πλαισίου “Syria: What’s next” στις οποίες ο συγγραφέας του πλαισίου έχει επιλέξει να προσθέσει μία μικρή περίληψη και μια εικόνα. Επίσης βλέπουμε χαρακτηριστικά ότι το βελάκι που συνδέει το “Options” με το “Syria: What’s next” είναι πιο παχύ, γεγονός που καταδεικνύει ότι το πλαίσιο “Options” έχει ψηφιστεί ως δημοφιλές. Τοποθετώντας το ποντίκι επί του βέλους μπορεί να δει κανείς πόσοι το έχουν ψηφίσει και τι μέσο όρο έχει από το 1 μέχρι το 9.



Εικόνα 3. Εδώ φαίνεται το ίδιο κομμάτι με την προηγούμενη εικόνα αλλά σε προβολή «Δέντρο». Φαίνονται επίσης χαρακτηριστικά το αστεράκι που υποδηλώνει ότι με πάτημα πάνω στο πλαίσιο θα εμφανιστούν επιπλέον πλαίσια σχετικά με αυτό και το κυκλάκι που υποδηλώνει ότι με πάτημα στο πλαίσιο θα εμφανιστούν λεπτομέρειες ή/και περίληψη σχετικά με αυτό στα δεξιά της οθόνης. Τα χρώματα των πλαισίων έχουν να κάνουν με το είδος του περιεχομένου τους, το οποίο φαίνεται στις λεπτομέρειες του πλαισίου στα δεξιά της οθόνης, όταν κανείς κάνει κλικ πάνω στο πλαίσιο και ανεξάρτητα από το αν αυτό έχει κυκλάκι ή αστεράκι.



Εικόνα 4. Εδώ βλέπουμε τον τρόπο με τον οποίο συμπληρώνονται νέα πλαίσια με στοιχεία σε ένα χάρτη. Στο σημείο που αναγράφεται “Supportive Argument”, με κλικ στο βελάκι εμφανίζονται οι 57 τύποι πλαισίου, ενώ το πλαίσιο αλλάζει χρώμα ανάλογα με τον τύπο που θα επιλέξουμε. Το τι αντιπροσωπεύει ο τίτλος κάθε πλαισίου περιγράφεται σε σύντομο κειμενάκι στα δεξιά (εδώ δίνεται σύντομη περιγραφή για το “Supportive Argument”). Η περίληψη, αν χρειαστεί μπαίνει στο χώρο με τίτλο Summary, ενώ όλες οι άλλες λεπτομέρειες και παρατηρήσεις καταγράφονται στο χώρο με τίτλο Details.



Εικόνα 5. Εδώ βλέπουμε το σύνολο των πλαισίων ενός διαλόγου στην προβολή που αναπαριστά όλα τα πλαίσια κυκλικά με κέντρο τον τίτλο του θέματος του χάρτη. Μέσα από αυτή την εικόνα μπορεί εύκολα κανείς να καταλάβει τον αριθμό των θέσεων και των στοιχείων που μπορεί να εμφανιστούν και να είναι σχετικά με μία συζήτηση, καθώς και το πόσο απαραίτητη είναι η οπτικοποίηση και η οργάνωση της συζήτησης, λόγω αυτού ακριβώς του όγκου. Η ίδια συζήτηση σε μορφή κειμένου, όσο καλά δομημένο και αν ήταν αυτό, θα ήταν τουλάχιστον χαοτική και σίγουρα πολύ κουραστική στην παρακολούθηση.

2. Το περιεχόμενο της ανάλυσης μας – η μέθοδος που ακολουθήθηκε

Σε αυτό το σημείο, έχοντας μιλήσει θεωρητικά περί δομημένης επιχειρηματολογίας και περί γράφων επιχειρηματολογίας και έχοντας καταδείξει το πόσο σημαντικό είναι να πραγματοποιείται η ανάλυση μίας συζήτησης σε ένα τέτοιο γράφο, μπορούμε να περάσουμε στο πρακτικό κομμάτι της εργασίας, δηλαδή την ανάλυση και οπτικοποίηση δημοσίων διαλόγων.

Ο σκοπός αυτής της ανάλυσης δεν είναι μονοσήμαντος. Οι στόχοι μας είναι αρκετοί και ισάξιοι σε σημασία. Αφ' ενός είναι επιθυμητό να δούμε στην πράξη πώς είναι η μεταφορά και η μεταποίηση μίας δημόσιας συζήτησης στο διαδίκτυο από αδόμητο κείμενο σε δομημένη μορφή και η παρουσίαση του μέσω ενός Γράφου Επιχειρηματολογίας. Μέσα από αυτή τη διαδικασία θα γίνει αντιληπτό το κατά πόσο διευκολύνει την παρακολούθηση του διαλόγου και τη συμμετοχή σε αυτόν η μεταποίηση του και το κατά πόσο αξίζει να μπει κανείς σε αυτή τη διαδικασία. Αφ' ετέρου θα μας δοθεί η ευκαιρία να εξετάσουμε τον τρόπο με τον οποίο επιχειρηματολογεί το κοινό, τα επιχειρηματολογικά σχήματα που χρησιμοποιεί (αν χρησιμοποιεί) και το είδος της πληροφορίας που χρησιμοποιεί στους διαλόγους. Θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε με άλλα λόγια αν οι αδόμητοι διάλογοι παρουσιάζουν κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ τους και να εντοπίσουμε ποια είναι αυτά. Τέλος, θα γίνουν αντιληπτές οι δυσκολίες της διαδικασίας, ενώ θα προταθούν και στοιχεία τα οποία θα θέλαμε να έχει ο ιδανικός Γράφος Επιχειρηματολογίας, έτσι ώστε να οπτικοποιεί συζητήσεις ιδεατά με τον τρόπο που περιγράψαμε παραπάνω. Απώτερος στόχος μας είναι τα συμπεράσματα της εργασίας να χρησιμοποιηθούν μελλοντικά ώστε να βοηθήσουν στην πραγματοποίηση μίας αντίστοιχης ανάλυσης από κάποιο σύστημα εξελιγμένης Τεχνητής Νοημοσύνης.

Με βάση λοιπόν αυτούς τους στόχους και αξιοποιώντας τις δυνατότητες του DebateGraph ακολουθήθηκε η εξής διαδικασία:

- Αρχικά επιλέχθηκαν διάλογοι που αφορούν σε ζητήματα τα οποία γίνονται εύκολα αντιληπτά και προσφέρονται για συζήτηση στο ευρύ κοινό. Φροντίσαμε έτσι ώστε οι συζητήσεις να έχουν εκτός από εύληπτη θεματολογία και μεγάλο αριθμό σχολίων (200-300) έτσι ώστε να υπάρχει μεγάλο δείγμα για ανάλυση.
- Επόμενο βήμα ήταν η ανάγνωση των διαλόγων με κριτικό πνεύμα και υπομονή έτσι ώστε να γίνει το απαραίτητο φιλτράρισμα στο περιεχόμενό τους. Αφαιρώντας τα κομμάτια που επαναλαμβάνονται, που ξεφεύγουν από το θέμα (πχ προσωπικές διενέξεις μεταξύ χρηστών) και που είναι παντελώς άσχετα με το

κεντρικό ζήτημα, καταλήγουμε στην απομόνωση των δεδομένων που είναι πραγματικά χρήσιμα για την δημιουργία του χάρτη του διαλόγου, μέσω της χρήσης του DebateGraph.

Διαθέτοντας πλέον όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για το κεντρικό θέμα, προχωράμε στην οπτικοποίηση της συζήτησης, κατηγοριοποιώντας τα δεδομένα στις ακόλουθες απλές κατηγορίες:

- i. Την τελική πρόταση-συμπέρασμα (Qualified Claim) που αποτελεί ουσιαστικά το αντικείμενο συζήτησης και τον τίτλο του διαλόγου
- ii. Τις προτάσεις-υποθέσεις (Premises) με τις οποίες ο προτείνων υποστηρίζει την τελική πρόταση-συμπέρασμα που εκφράζει.
- iii. Τις θέσεις (επιχειρήματα) υπέρ της τελικής πρότασης-συμπέρασμα αλλά και υπέρ νέων προτάσεων που προκύπτουν κατά το διάλογο και τίθενται προς συζήτηση.
- iv. Τις θέσεις (επιχειρήματα) κατά της τελικής πρότασης-συμπέρασμα αλλά και κατά νέων προτάσεων που προκύπτουν κατά το διάλογο και τίθενται προς συζήτηση.
- v. Τις νέες προτάσεις που προκύπτουν σχετικά με το θέμα.
- vi. Τις θέσεις υπέρ των προτάσεων-υποθέσεων του προτείνοντα και υπέρ των επιχειρημάτων που εκφράζει το κοινό.
- vii. Τις θέσεις κατά των προτάσεων-υποθέσεων του προτείνοντα και κατά των επιχειρημάτων που εκφράζει το κοινό.
- viii. Τις ερωτήσεις κρίσης που αφορούν το θέμα συζήτησης

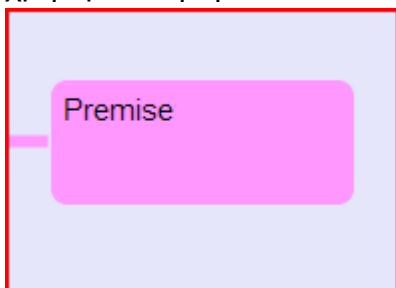
Στην προσπάθειά μας να απεικονίσουμε κάθε μία από τις παραπάνω κατηγορίες δεδομένων έγινε χρήση των ακόλουθων πλαισίων του DebateGraph:

- i. Για την απεικόνιση του Qualified Claim χρησιμοποιήθηκε το πλαίσιο-τίτλος του χάρτη.

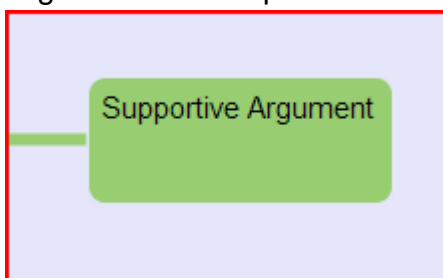


- ii. Για την απεικόνιση των προτάσεων-υποθέσεων με τις οποίες ο προτείνων υποστηρίζει την τελική πρόταση-συμπέρασμα

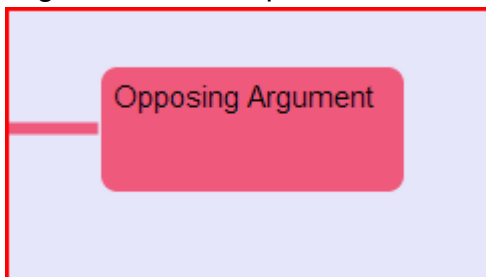
χρησιμοποιήθηκε το πλαίσιο Premises με ροζ χρώμα.



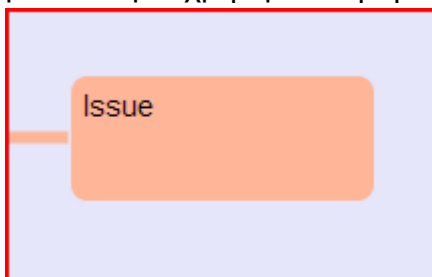
- iii. Για την απεικόνιση των επιχειρημάτων υπέρ του Qualified Claim και υπέρ των νέων προτάσεων χρησιμοποιήθηκε το πλαίσιο Supportive Argument με απαλό πράσινο χρώμα.



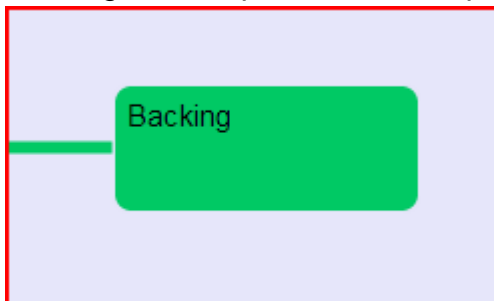
- iv. Για την απεικόνιση των επιχειρημάτων κατά του Qualified Claim και κατά των νέων προτάσεων χρησιμοποιήθηκε το πλαίσιο Opposing Argument με απαλό κόκκινο χρώμα.



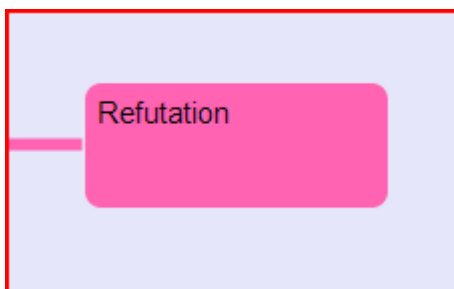
- v. Για την απεικόνιση των νέων προτάσεων που προκύπτουν σχετικά με το θέμα χρησιμοποιήθηκε το πλαίσιο Issue με σομόν χρώμα.



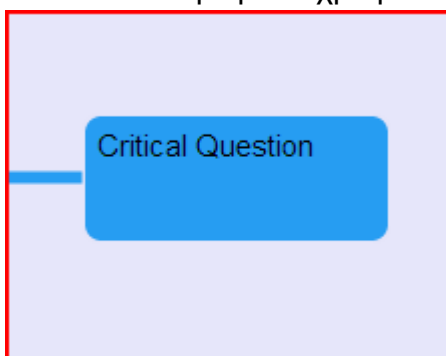
- vi. Για την απεικόνιση των θέσεων υπέρ των Premises και υπέρ των επιχειρημάτων που εκφράζει το κοινό χρησιμοποιήθηκε το πλαίσιο Backing με σκούρο πράσινο χρώμα.



- vii. Για την απεικόνιση των θέσεων κατά των Premises και κατά των επιχειρημάτων που εκφράζει το κοινό χρησιμοποιήθηκε το πλαίσιο Refutation με σκούρο ροζ χρώμα.



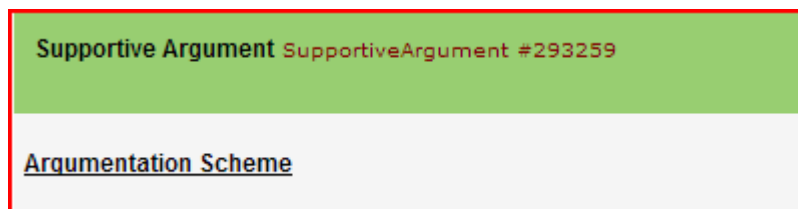
- viii. Για την απεικόνιση των ερωτήσεων κρίσης χρησιμοποιήθηκε το πλαίσιο How με μπλε χρώμα.



Συνοπτικά, πέρα από την τελική πρόταση-συμπέρασμα (i), τις νέες προτάσεις (v) και τις ερωτήσεις κρίσης (viii) που έτσι κι αλλιώς θα ξεχώριζαν μεταξύ τους, χωρίζουμε τα επιχειρήματα υπέρ και κατά σε 3 κατηγορίες: τα

επιχειρήματα που εκφράζει ο προτείνων (premises, ii) και ουσιαστικά αποτελούν επιχειρήματα μόνο υπέρ της τελικής πρότασης-συμπέρασμα, τα επιχειρήματα που απευθύνονται (υπέρ/κατά, iii/iv) απευθείας σε πρόταση (είτε αυτή είναι νέα, είτε είναι η τελική-πρόταση συμπέρασμα) και τα επιχειρήματα που απευθύνονται (υπέρ/κατά, vi/vii) σε άλλα επιχειρήματα (δηλαδή είτε στα επιχειρήματα του προτείνοντα είτε στα επιχειρήματα του κοινού).

Πέραν όμως από το διαχωρισμό προτάσεων, επιχειρημάτων και ερωτήσεων στο διάλογο, μας ενδιαφέρει και ο εντοπισμός των επιχειρηματικών σχημάτων των επιχειρημάτων που χρησιμοποιούνται. Από τη στιγμή που το DebateGraph δεν προσφέρει δυνατότητα σημείωσης του επιχειρηματολογικού σχήματος, αξιοποιήσαμε το χώρο στον οποίο μπορεί κανείς να συμπληρώσει λεπτομέρειες που αφορούν το κάθε πλαίσιο, έτσι ώστε να καταγράψουμε το επιχειρηματολογικό σχήμα (όπου αυτό συναντάται) και να αναλύσουμε τη δομή του σε κάθε περίπτωση.



Έχοντας φιλτράρει λοιπόν τους διαλόγους για να πάρουμε τα χρήσιμα δεδομένα τους, έχοντας αποφασίσει πως θα τα κατηγοριοποιήσουμε και έχοντας ορίσει ακριβώς τον τρόπο με τον οποίο θα οπτικοποιηθούν οι κατηγορίες δεδομένων στο DebateGraph, περνάμε στην παρουσίαση των αρχικά αδόμητων διαλόγων σε δομημένη και οπτικοποιημένη μορφή, με ανάλυση των επιχειρηματολογικών σχημάτων όπου αυτά φαίνεται χρησιμοποιούνται.

3. Η παρουσίαση - ανάλυση των διαλόγων

3.1. Ο διάλογος για τις Πανελλήνιες

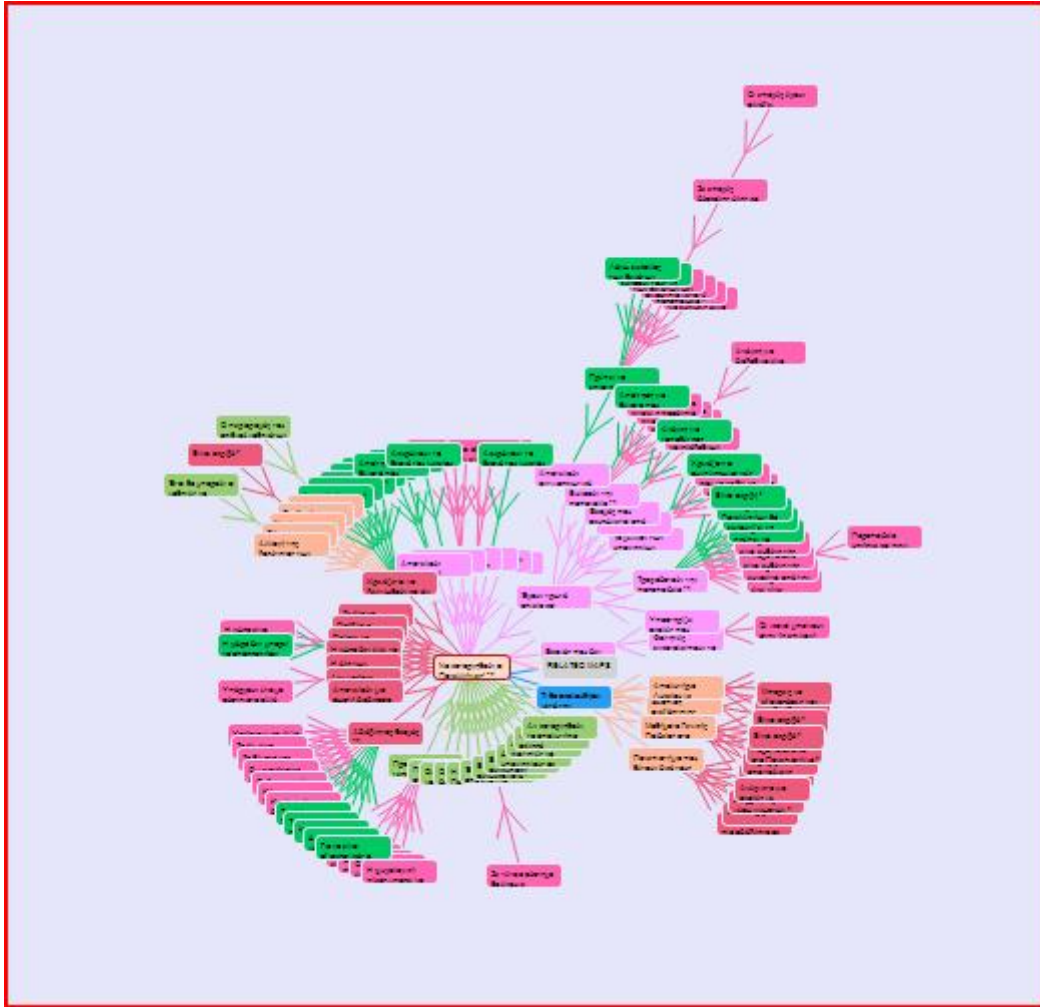
Ο πρώτος διάλογος του οποίου έγινε επεξεργασία και αναδόμηση προέρχεται από τον ειδησεογραφικό ιστότοπο Antinews (www.antinews.gr). Αφορμή για την έναρξη του διαλόγου δίνει το άρθρο του κ. Κώστα Ροδινού, με τίτλο «Καταργήστε, επιτέλους, τις Πανελλαδικές Εξετάσεις». Εδώ το άρθρο από μόνο του εντάσσεται στην κατηγορία της Μονολογικής Επιχειρηματολογίας και πιο συγκεκριμένα στην υποκατηγορία Επιχειρηματολογία από έναν προς πολλούς, καθώς ο αρθρογράφος γράφει για να απευθυνθεί στο ευρύ κοινό.

Στο κύριο σώμα του άρθρου, ο προτείνων επιχειρηματολογεί υπέρ της κατάργησης των Πανελλαδικών εξετάσεων. Μέσα από ένα σύνολο προτάσεων-υποθέσεων και προτάσεων-συμπερασμάτων καταλήγει στην τελική πρόταση-συμπέρασμα, που δεν είναι άλλη από το ότι οι Πανελλήνιες πρέπει να καταργηθούν. Στα πλαίσια του άρθρου του και για να προλάβει την προφανή ερώτηση του τι πρόκειται να ακολουθήσει μετά τις Πανελλήνιες, κάνει και κάποιες αρχικές προτάσεις για το σύστημα με το οποίο θα γίνεται η εισαγωγή των νέων φοιτητών στο Πανεπιστήμιο μετά την κατάργηση των Πανελληνίων, καθώς και για το ποια θα είναι η κατάσταση που θα επικρατεί.

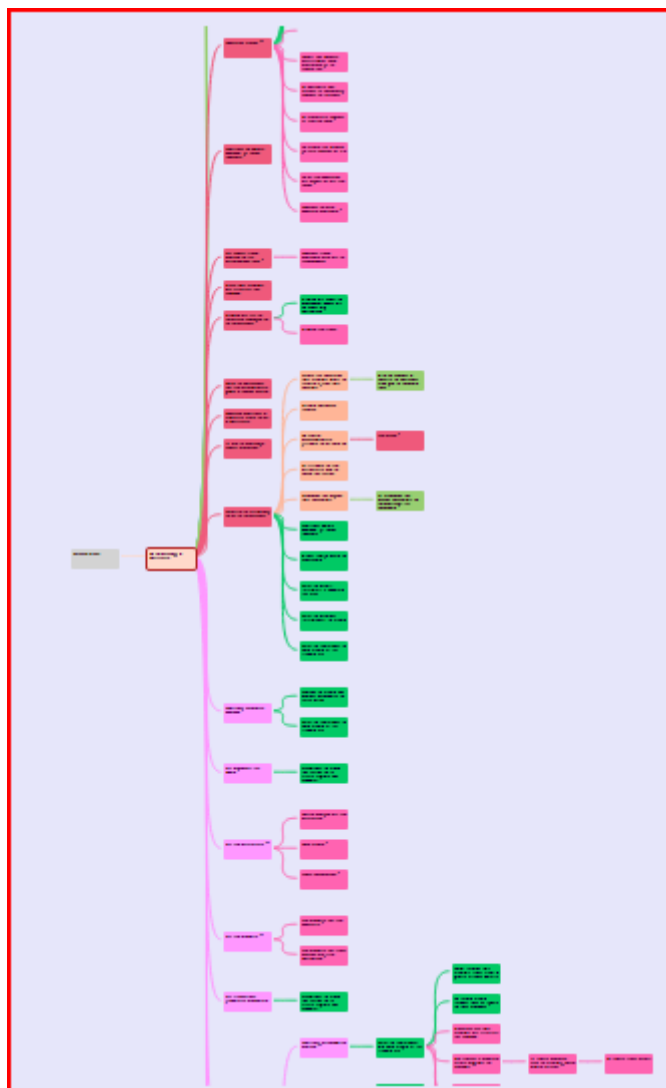
Κάτω από το άρθρο, στο χώρο των σχολίων, δίνεται η ευκαιρία στο κοινό να σχολιάσει τα όσα υποστηρίζει ο αρθρογράφος. Οι σκέψεις του κοινού μπορεί να σχετίζονται είτε απευθείας με την τελική πρόταση-συμπέρασμα του άρθρου, είτε με προτάσεις-συμπεράσματα και προτάσεις-υποθέσεις του κύριου κορμού του, είτε με τις προτάσεις που καταγράφονται για αντικατάσταση του θεσμού των Πανελληνίων. Καθώς τα σχόλια αυξάνονται, εμφανίζονται και σκέψεις του κοινού που απευθύνονται σε σκέψεις που έχουν εκφραστεί από άλλους συμμετέχοντες στη συζήτηση, σχετικές πάντα με το κεντρικό θέμα.

Το άρθρο μπορεί να το βρει κανείς στον σύνδεσμο <http://www.antinews.gr/2013/05/25/216840/>. Ο ακριβής αριθμός των σχολίων του άρθρου είναι 231, ενώ άρθρο και σχόλια μαζί αντιστοιχούν σε 51 σελίδες. Ο χάρτης που προέκυψε από την ανάλυση μας αποτελείται από 125 πλαίσια, τα οποία είναι χωρισμένα σε ομάδες, συνδεδεμένα μεταξύ τους, απαλλαγμένα από φλυαρίες και επαναλήψεις και σίγουρα πιο ευανάγνωστα και εύκολα στην παρακολούθηση. Η συνολική εικόνα του διαλόγου όπως τον μετατρέψαμε με χρήση του DebateGraph έχει ως εξής:

- Σε προβολή πλαισίων που αναπτύσσονται με κέντρο το Qualified Claim:

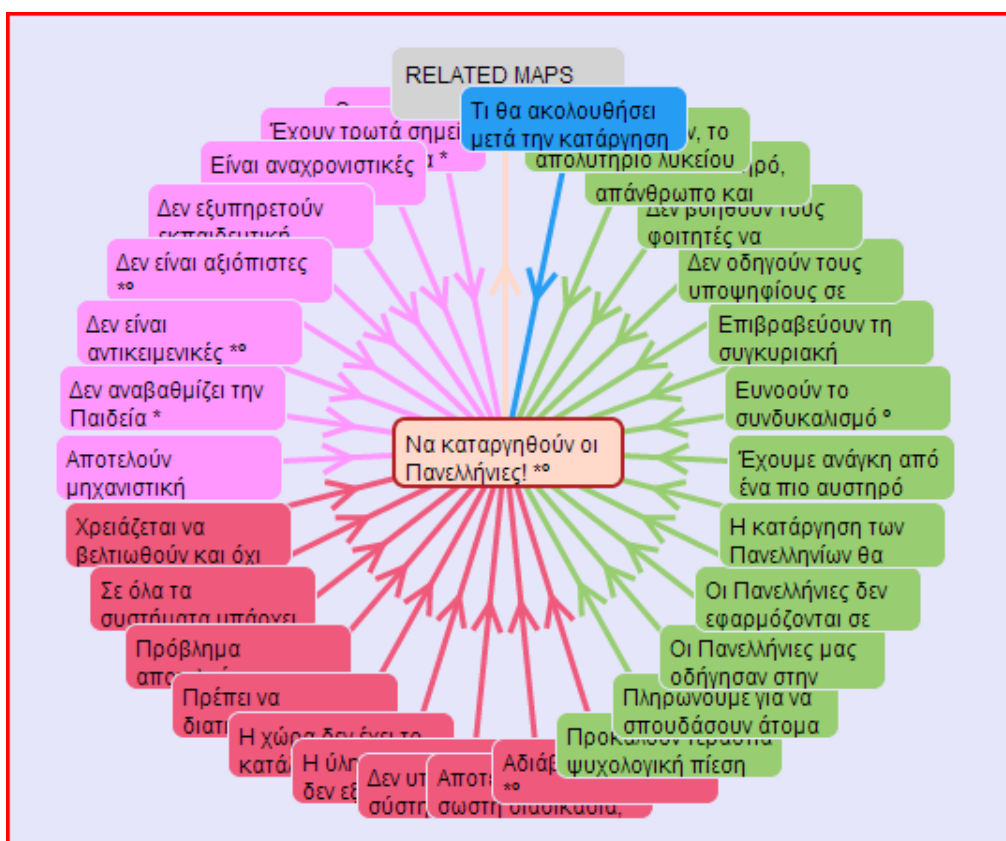


- Ένα κομμάτι του συνόλου σε προβολή δέντρου (καθώς απαιτείται υπερβολική σμίκρυνση για να φανεί ολόκληρος σε αυτή την προβολή):



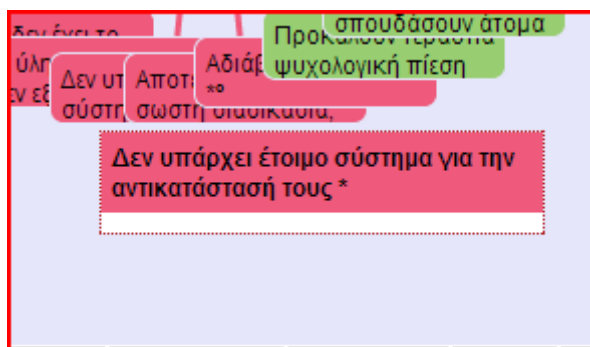
Βλέποντας τις 2 πρώτες αυτές εικόνες μπορεί κάποιος να θεωρήσει χαοτικό και δύσκολο στην παρακολούθηση ακόμα και τον χάρτη. Ήδη όμως μόνο και μόνο από τα χρώματα των πλαισίων, το μέγεθός τους και τον τρόπο με τον οποίο συνδέονται, με μία μόνο ματιά, μπορεί κανείς να περιμένει τι θα διαβάσει. Το πράσινο χρώμα για παράδειγμα θα τον παραπέμψει σε μία θέση που υποστηρίζει κάτι. Και το τι είναι αυτό το κάτι που υποστηρίζει είναι εύκολο να βρεθεί ακολουθώντας απλά τη γραμμή που ενώνει το πράσινο πλαίσιο με το πλαίσιο που βρίσκεται στα αριστερά του (για προβολή δέντρου) ή ακολουθώντας την πορεία του βέλους που ξεκινά από το πλαίσιο (για προβολή πλαισίων σε κύκλο γύρω από το Qualified Claim).

Η ανάγνωση και η παρακολούθηση του χάρτη και η πλήρης εκμετάλλευση της ανάλυσης που προσφέρει γίνεται ακόμα πιο εύκολη αν τον εξετάσουμε βήμα-βήμα βλέποντας τα επιμέρους κομμάτια του, τα χωριστά στάδια του. Ας δούμε το πρώτο στάδιο του χάρτη όπως αυτό απεικονίζεται στην προβολή πλαισίων σε κύκλο με κέντρο το Qualified Claim:



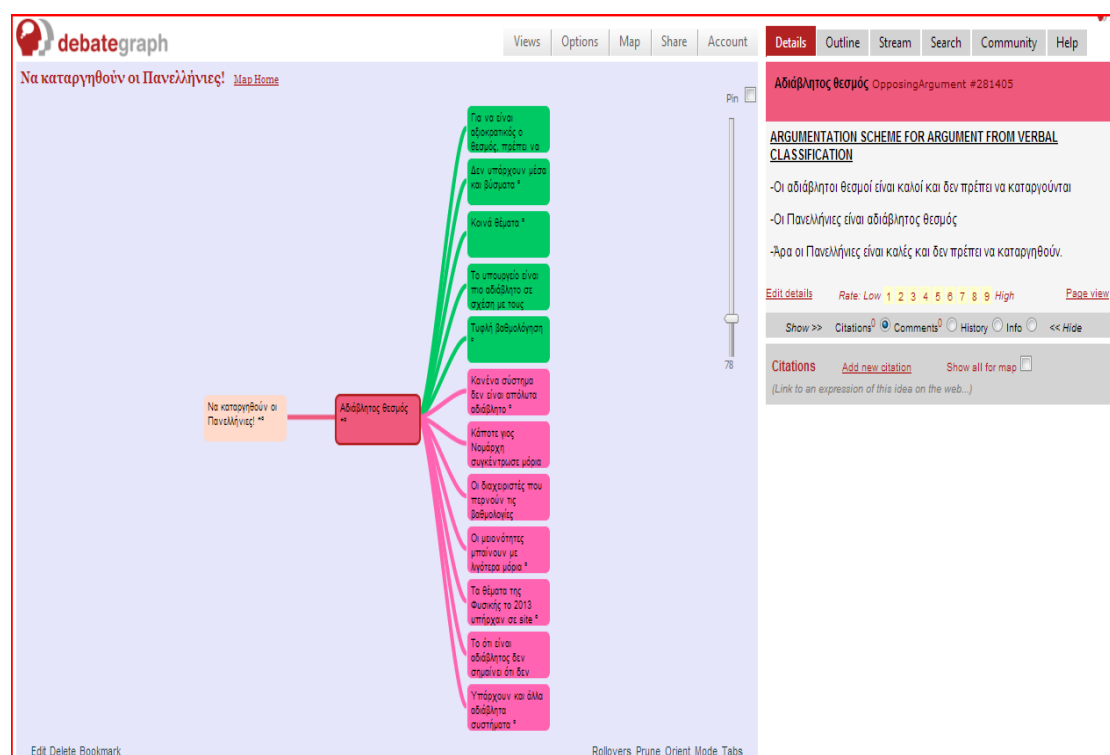
Από την προβολή αυτή μπορεί κάποιος να ξεχωρίσει κατευθείαν ποιες είναι οι θέσεις του αρθρογράφου (τα premises με ροζ) ποια είναι τα επιχειρήματα που εκφράζει το κοινό υπέρ της κατάργησης των Πανελληνίων (με πράσινο), ποια είναι τα επιχειρήματα κατά της κατάργησης των Πανελληνίων (με κόκκινο), ενώ εντοπίζεται και μία ερώτηση κρίσεως (με μπλε).

Υπενθυμίζουμε ότι όπου υπάρχει αστεράκι σε πλαίσιο, σημαίνει ότι με κλικ επί του πλαισίου εμφανίζονται περισσότερα πλαίσια σχετικά με αυτό. Όπου υπάρχει κυκλάκι σε πλαίσιο, σημαίνει ότι με κλικ επί του πλαισίου εμφανίζονται στα δεξιά της οθόνης λεπτομέρειες που αφορούν το πλαίσιο. Προφανώς κυκλάκι και αστεράκι είναι δυνατόν να συνυπάρξουν. Σημειώνουμε επίσης ότι τοποθετώντας το ποντίκι πάνω σε κάθε πλαίσιο, εμφανίζεται το περιεχόμενό του, όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα:



Εικόνα 6. Εδώ το βελάκι ακουμπάει στο πλαίσιο που είναι κρυμμένο και έχει πρώτη λέξη το «Δεν» και αυτομάτως από κάτω εμφανίζεται το περιεχόμενο του πλαισίου αυτού.


Επιλέγουμε τώρα τυχαία ένα πλαίσιο και κάνουμε κλικ πάνω σε αυτό. Για να φανεί τι συμβαίνει στην πιο «γεμάτη» περίπτωση, μπορούμε να επιλέξουμε ένα πλαίσιο που έχει τόσο αστεράκι όσο και κυκλάκι. Επιλέγουμε το πλαίσιο με το επιχείρημα «Αδιάβλητος Θεσμός» και μεταφερόμαστε στην ακόλουθη οθόνη, ενώ αλλάζουμε και την προβολή σε μορφή δέντρου για λόγους ποικιλίας:



Με αυτή μας την ενέργεια απομονώνουμε το επιχείρημα «αδιάβλητος θεσμός» και αποκαλύπτουμε όλα τα πλαίσια που σχετίζονται με αυτόν. Από τα χρώματα βλέπουμε ότι υπάρχουν επιχειρήματα που υποστηρίζουν το επιχείρημα ότι ο θεσμός είναι αδιάβλητος (με σκούρο πράσινο) και επιχειρήματα που το αντικρούουν (με έντονο ροζ). Ακόμη στα δεξιά της οθόνης και στις λεπτομέρειες, βλέπουμε το Επιχειρηματολογικό Σχήμα που

χρησιμοποιεί ο χρήστης που διατύπωσε το επιχειρήμα ότι «ο θεσμός των Πανελληνίων είναι αδιάβλητος».

Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι είναι πολύ πιθανό ότι αυτός που γράφει το συγκεκριμένο επιχειρήμα, χρησιμοποιεί το Επιχειρηματολογικό Σχήμα «Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης» εν αγνοία του. Η ανάλυση του επιχειρήματος σε προτάσεις-υποθέσεις και πρόταση-συμπέρασμα έγινε με χρήση κοινής λογικής και ανθρώπινης εμπειρίας. Η αρχική μορφή του επιχειρήματος ήταν η εξής:

 **akenaton** είπε:
25/05/2013 στις 1:39 pm

Είμαι υποχρεωμένος να συμφωνήσω μαζί σας σχεδόν απόλυτα. Οι πανελλήνιες είναι ο ΜΟΝΟΣ αδιάβλητος θεσμός που έχουμε ως χώρα, αφού καταφέραμε να μαγαρίσουμε και τον ΑΣΕΠ. Λοιπόν, ο θεσμός πρέπει να παραμείνει διαδικαστικά ως έχει. Αυτό είναι σίγουρο. Μπορεί φυσικά, να αλλάξουν πολλά πράγματα. Βάζω μερικά εδώ να γίνονται αυτές οι εξετάσεις

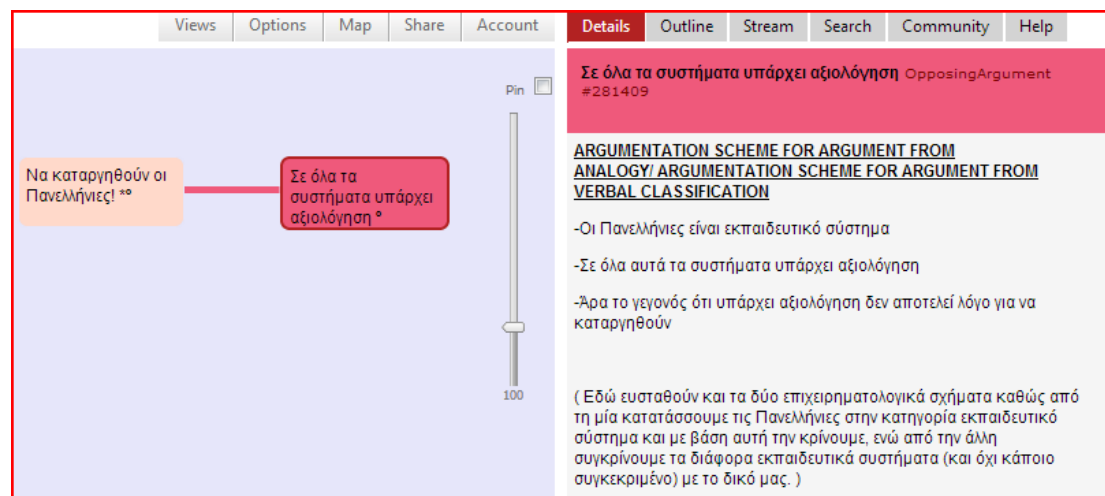
Όταν ο χρήστης γράφει «Οι πανελλήνιες είναι ο ΜΟΝΟΣ αδιάβλητος θεσμός... πρέπει να παραμείνει διαδικαστικά ως έχει» ουσιαστικά εκφράζει μόνο την πρόταση-συμπέρασμα της επιχειρηματολογίας του, παραλείποντας τις προτάσεις-υποθέσεις που ο μέσος άνθρωπος θεωρεί αυτονόητες. Εμείς όμως θέλοντας να καταστήσουμε απόλυτα φανερό το Επιχειρηματολογικό Σχήμα που χρησιμοποιεί ο σχολιαστής οφείλουμε να σημειώσουμε το αυτονόητο, όπως υποθέτουμε ότι υπάρχει στο μυαλό του. Η ιδανική διατύπωση του επιχειρήματος για το σκοπό της ανάλυσης μας έχει ως εξής:

- Πρόταση-υπόθεση 1: Οι αδιάβλητοι θεσμοί είναι καλοί και δεν πρέπει να καταργούνται.
- Πρόταση-υπόθεση 2: Οι Πανελλήνιες είναι αδιάβλητος θεσμός.
- Πρόταση-συμπέρασμα: Οι Πανελλήνιες είναι καλές και δεν πρέπει να καταργηθούν.

Με τη διατύπωση αυτή γίνεται φανερή η δομή του επιχειρήματος και μπορούμε να το κατατάξουμε στο Σχήμα «Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης» όπως προαναφέραμε.

Δυστυχώς όμως οφείλουμε να παρατηρήσουμε ότι η ανάλυση που έγινε, ναι μεν μοιάζει αυτονόητη, αλλά δεν παύει να είναι υποκειμενική. Κάποιος άλλος αναλυτής θα μπορούσε να μην εντοπίσει το ίδιο επιχειρηματολογικό σχήμα και να κατέτασσε το ίδιο επιχειρήμα κάπως διαφορετικά ή να μην το κατέτασσε καθόλου. Στο ακόλουθο επιχειρήμα φαίνεται πώς μπορεί κανείς να

ερμηνεύσει το ίδιο επιχείρημα με διαφορετικό τρόπο, που να βγάζει όμως ορθολογικό νόημα σε κάθε περίπτωση:



Εικόνα 7. Παράδειγμα επιχειρήματος που μπορεί να καταταχθεί σε δύο διαφορετικά επιχειρηματολογικά σχήματα, ανάλογα με την οπτική γωνία του αναλυτή.

Εδώ το επιχείρημα «Σε όλα τα συστήματα υπάρχει αξιολόγηση» αναλύεται ως εξής:

- Πρόταση-υπόθεση 1: Οι Πανελλήνιες είναι εκπαιδευτικό σύστημα
- Πρόταση-υπόθεση 2: Σε όλα τα συστήματα υπάρχει αξιολόγηση
- Πρόταση-συμπέρασμα: Το γεγονός ότι υπάρχει αξιολόγηση δεν αποτελεί λόγο για να καταργηθούν.

Διαβάζοντας κανείς αυτή την ανάλυση μπορεί να αποφανθεί:

- Περίπτωση 1: Επιχειρηματολογικό Σχήμα «Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης». Ορίζουμε τις Πανελλήνιες ως εκπαιδευτικό σύστημα, αναδεικνύουμε μία ιδιότητα όλων των εκπαιδευτικών συστημάτων και με βάση αυτά τα 2 καταλήγουμε σε ένα συμπέρασμα.
- Περίπτωση 2: Επιχειρηματολογικό Σχήμα «Επιχείρημα μέσω αναλογίας». Τονίζουμε την αναλογία και τη σύγκριση μίας ομάδας με κοινά χαρακτηριστικά (εδώ των εκπαιδευτικών συστημάτων) και μέσω αυτής καταλήγουμε σε συμπέρασμα.

Ακόμη είναι πιθανό κάποια Επιχειρηματολογικά Σχήματα να συνυπάρχουν, χωρίς να χρειάζεται να διαλέξουμε κάποιο από αυτά αποκλειστικά για να περιγράψει ένα επιχείρημα. Και σε αυτή την περίπτωση όμως, είναι πιθανό ο αναλυτής να εντοπίσει μόνο ένα από τα Σχήματα, χωρίς αυτό όμως να σημαίνει ότι έχει κάνει λάθος. Περίπτωση στην οποία να συνυπάρχουν δύο Επιχειρηματολογικά σχήματα φαίνεται παρακάτω:

The screenshot shows a web interface with a navigation bar at the top (Views, Options, Map, Share, Account, Details, Outline, Stream, Search, Community, Help). Below the navigation bar is a map area with a 'Map Home' link and a 'Pin' icon. The map area contains a diagram with three boxes connected by lines. The first box is green and contains the text 'Πρέπει να επιστρέψουμε στα παλιά θέματα με την'. The second box is pink and contains 'Θα ενισχυθεί η ανισότητα μεταξύ φτωχών και'. The third box is pink and contains 'Σε εποχές δύσκολης ύλης και θεμάτων πολλοί φτωχοί'. To the right of the map is a details panel with a pink header containing the title 'Θα ενισχυθεί η ανισότητα μεταξύ φτωχών και πλουσίων Refutation #281599'. Below the header are two sections: 'ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM NEGATIVE CONSEQUENCES' and 'ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM POSITION TO KNOW'. The first section contains two bullet points: '-Οι πλούσιοι θα μπορούν να πληρώσουν για περισσότερες πηγές, άρα η ανισότητα θα ενισχυθεί' and '-Λόγω του κακού αυτού αποτελέσματος, δεν πρέπει να γυρίσουμε στην παλιά ύλη'. The second section contains one bullet point: '-Αυτός που διατυπώνει αυτό το επιχειρήμα είχε δώσει εξετάσεις με την παλιά ύλη, άρα βρίσκεται σε θέση να γνωρίζει και να επιβεβαιώνει τη θέση του, δίνοντάς της κύρος'. At the bottom of the details panel are links for 'Edit details', a rating scale from 1 to 9 (with 'Low' and 'High' labels), and a 'Page view' link.

Εικόνα 8. Παράδειγμα συνύπαρξης δύο Επιχειρηματολογικών Σχημάτων για την περιγραφή ενός επιχειρήματος

Σε αυτή την περίπτωση το επιχειρήμα «Θα ενισχυθεί η ανισότητα μεταξύ φτωχών και πλουσίων» αντικρούει τη θέση ότι «Πρέπει να επιστρέψουμε στα παλιά θέματα με την τεράστια ύλη». Το ότι θα ενισχυθεί η ανισότητα, είναι από μόνο του ένα αρνητικό γεγονός που θα προκαλέσει η επιστροφή στην παλιά ύλη, άρα εύκολα κατατάσσουμε το επιχειρήμα στο Επιχειρηματολογικό Σχήμα «Αρνητικές Συνέπειες». Ο σχολιαστής που επιχειρηματολογεί, όμως, σε αυτή την περίπτωση, δηλώνει ότι ο ίδιος έχει βιώσει εκείνο το σύστημα, άρα βρίσκεται σε θέση να γνωρίζει ότι το επιχειρήμα του ευσταθεί. Συνεπώς το επιχειρήμα κατατάσσεται και στο Επιχειρηματολογικό Σχήμα «Θέση Γνώσης».

Η έντονη απαίτηση λοιπόν για κριτική σκέψη σε μία τέτοια διαδικασία, περιπλέκει την υπόθεση για το πώς θα μπορούσε μία αντίστοιχη μετατροπή και ανάλυση συζήτησης να γίνει μόνο με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή. Περισσότερα για τις δυσκολίες της ανάλυσης των διαλόγων θα δούμε στο κεφάλαιο με τα συμπεράσματα της εργασίας.

Συνεχίζοντας κανείς την περιήγηση του στο χάρτη κατά τον ίδιο τρόπο αποκτά μία πολύ καλή εικόνα για το πώς έχει κινηθεί η συζήτηση, για το ποια κομμάτια της έχουν συζητηθεί περισσότερο και για το ποιες είναι οι απόψεις που επικρατούν. Αν έχει κάποιο σχετικό επιχειρήμα να παραθέσει, μπορεί να το κάνει ακριβώς στο σημείο με το οποίο σχετίζεται η παρατήρησή του. Σε περίπτωση που είχε να σχολιάσει κάτι σχετικό πχ με το τρίτο σχόλιο του διαλόγου, ίσως αναγκαζόταν να τοποθετήσει το σχόλιό του ενώ θα είχαν προηγηθεί 50-60 διαφορετικού περιεχομένου σχόλια στην αδόμητη κουβέντα. Χάρη στο χάρτη όμως μπορεί να γράψει την άποψή του προσθέτοντας ένα

νέο πλαίσιο στο σημείο ακριβώς που επιθυμεί. Αυτό διευκολύνει και τους χρήστες που ίσως να θέλουν να απαντήσουν, ώστε να εντοπίσουν πιο εύκολα το νέο σχόλιο, ενώ αποτρέπει και την επανάληψη σχολίων.

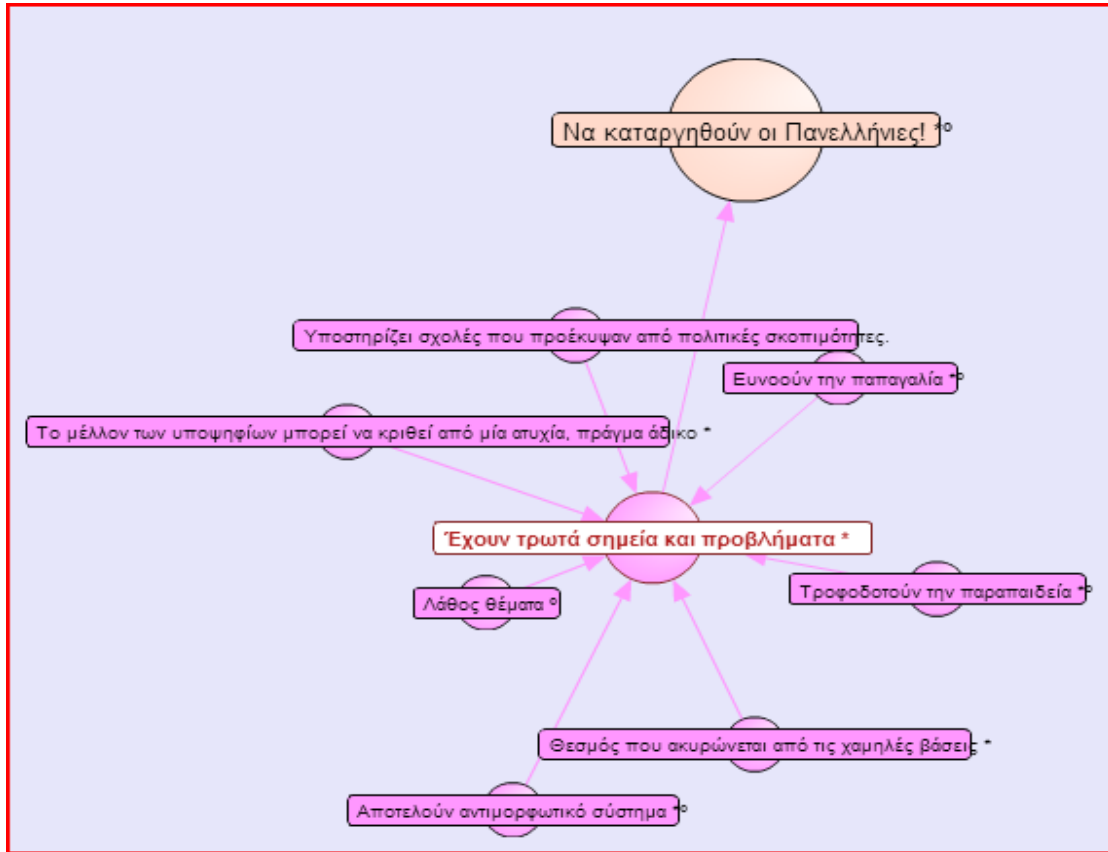
Η αποφυγή της επανάληψης των ίδιων απόψεων είναι άλλο ένα μεγάλο πλεονέκτημα της χρήσης του Γράφου Επιχειρηματολογίας. Μπορεί μεν η επανάληψη μίας άποψης να τονίζει την ισχύ της, αλλά όταν επιθυμούμε την εποπτεία και την παρακολούθηση του διαλόγου, σίγουρα είναι κουραστική. Στο χάρτη εξάλλου, η ισχύς μίας άποψης μπορεί να φανεί από τις ψήφους της. Στο παράδειγμα των Πανελληνίων ας πούμε, το επιχείρημα κατά της κατάργησης ότι ο θεσμός είναι αδιάβλητος επαναλαμβάνεται πολύ συχνά. Στο χάρτη αυτό μπορεί να φανεί απλά με ένα πολύ παχύ βελάκι. Σε καμία περίπτωση δεν θα μας εξυπηρετούσε ένας χάρτης στον οποίο θα υπήρχαν πολλαπλά πλαίσια με το ίδιο περιεχόμενο (πχ «Αδιάβλητος θεσμός») καθώς τότε ακόμα και ο χάρτης θα υπερφορτώνονταν και θα γίνονταν πιο δυσανάγνωστος και κουραστικός.

Μέσα από την περιήγηση στο χάρτη και χάρη στον τρόπο με τον οποίο έχει γίνει η ανάλυση, ο περιηγούμενος μπορεί να αποκτήσει και μια καλή εικόνα για τον τρόπο με τον οποίο επιχειρηματολογεί το κοινό. Το αν δηλαδή επικρατούν Επιχειρηματολογικά Σχήματα και το ποια είναι αυτά. Στο διάλογο για τις Πανελλήνιες συγκεκριμένα συναντά κανείς τα ακόλουθα Επιχειρηματολογικά Σχήματα:

- Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης (Εμφανίζεται σε 21 επιχειρήματα)
- Επίθεση στο ήθος (Εμφανίζεται σε 4 επιχειρήματα)
- Αρνητικές συνέπειες (Εμφανίζεται σε 20 επιχειρήματα)
- Θετικές συνέπειες (Εμφανίζεται σε 8 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα μέσω αναλογίας (Εμφανίζεται σε 8 επιχειρήματα)
- Θέση γνώσης (Εμφανίζεται σε 2 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα μέσω παραδείγματος (Εμφανίζεται σε 6 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα λόγω σημαδιού (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)
- Επίκληση στην αυθεντία (Εμφανίζεται σε 2 επιχειρήματα)
- Επίκληση σε δημοφιλή άποψη (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)

Τα Σχήματα που εμφανίζονται και η συχνότητα με την οποία εμφανίζεται το καθένα, αποτελούν ένα πρώτο δείγμα για την τάση που επικρατεί στον τρόπο με τον οποίο επιχειρηματολογούν οι σχολιαστές.

Στην συνέχεια παρατίθενται κάποιες ακόμα εικόνες από τον πρώτο αυτό διάλογο, στις οποίες φαίνεται ο τρόπος με τον οποίο περιγράψαμε ότι αξιοποιήθηκε το DebateGraph για την οπτικοποίηση της συζήτησης.



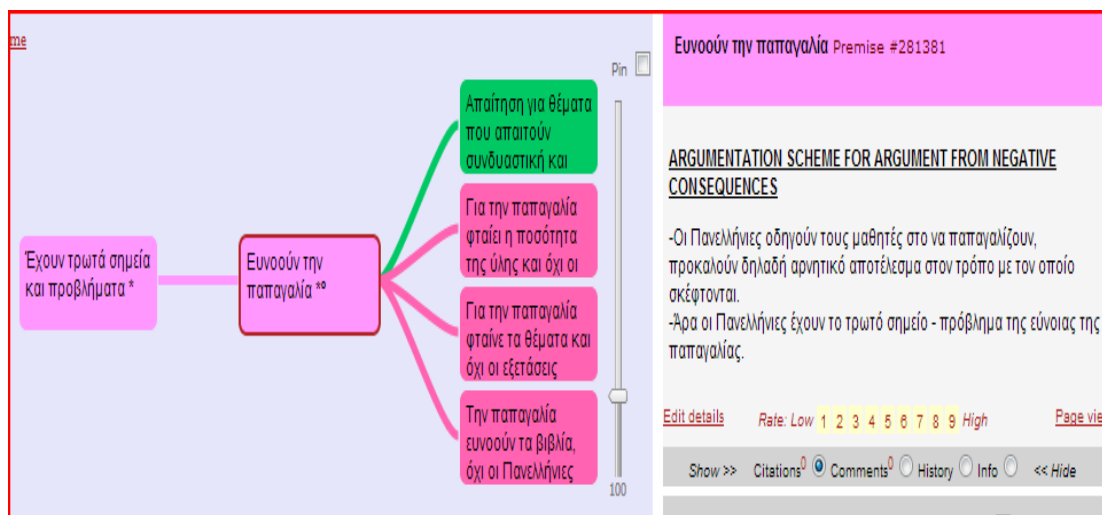
Εικόνα 9. Στην εικόνα αυτή βλέπουμε χαρακτηριστικά premises του συγγραφέα με τα οποία υποστηρίζεται η πρόταση-συμπέρασμα «Έχουν τρωτά σημεία και προβλήματα», η οποία έπειτα λειτουργεί με τη σειρά της σαν πρόταση-υπόθεση που υποστηρίζει την τελική πρόταση-υπόθεση «Να καταργηθούν οι Πανελλήνιες».



Εικόνα 10. Στην εικόνα αυτή φαίνεται ένα επιχειρήμα που επιτίθεται απευθείας στην τελική πρόταση-υπόθεση, 5 επιχειρήματα που υποστηρίζουν αυτό το επιχειρήμα καθώς και 5 προτάσεις που συνδέονται με το επιχειρήμα αυτό.

Εικόνα 11. Εδώ φαίνεται ότι το επιχειρήμα «Έχουν τρωτά σημεία και προβλήματα» υποστηρίζει το επιχειρήμα «Χρειάζεται να βελτιωθούν και όχι να καταργηθούν, ενώ στα δεξιά της εικόνας βλέπουμε την ανάλυση του Επιχειρηματολογικού Σχήματος.

Εικόνα 12. Επιχείρημα που υποστηρίζει απευθείας την τελική πρόταση-υπόθεση του διαλόγου και η ανάλυση του Επιχειρηματολογικού Σχήματος με την οποία οργανώνεται το επιχειρήμα για να πετύχει το στόχο του.



Εικόνα 13. Τρία επιχειρήματα κατά και ένα επιχείρημα υπέρ ενός premise του συγγραφέα που χρησιμοποιείται για να υποστηρίξει ένα άλλο premise. Στα δεξιά φαίνεται το Επιχειρηματολογικό Σχήμα που χρησιμοποιείται στο premise.

3.2. Ο διάλογος για το δημοψήφισμα

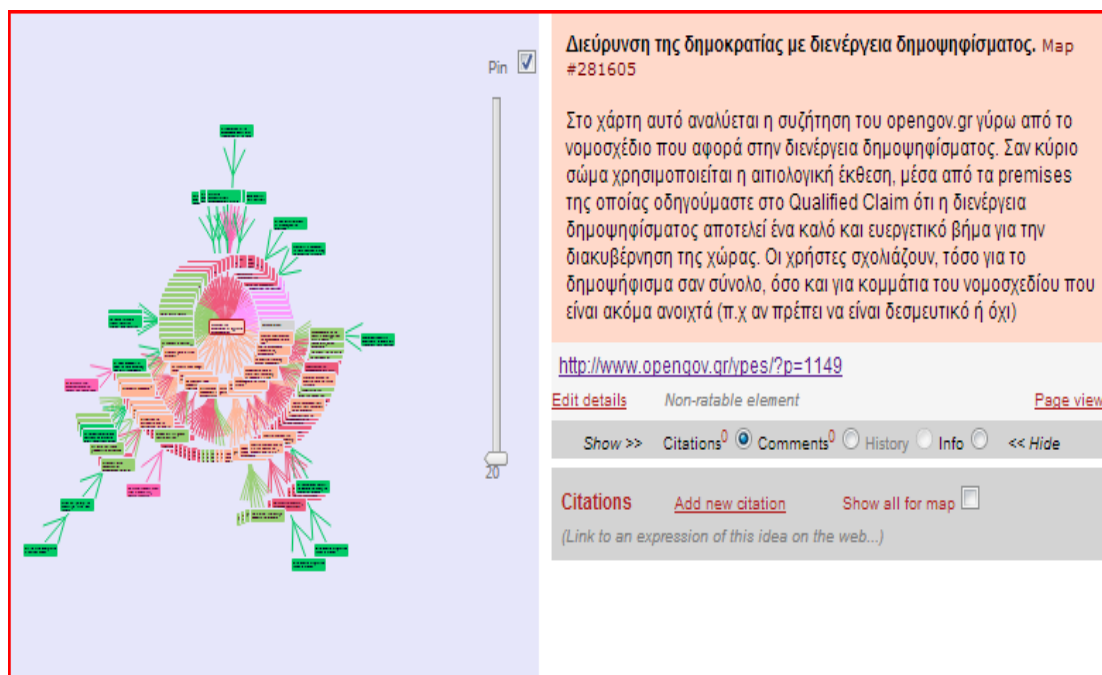
Ο δεύτερος διάλογος που αναλύθηκε προέρχεται από το OpenGov (www.opengov.gr). Το OpenGov αποτελεί τον δικτυακό τόπο διαβουλεύσεων της Ελληνικής Κυβέρνησης. Στο site αυτό παρουσιάζονται με κάθε λεπτομέρεια νομοσχέδια προτού τεθούν προς ψηφοφορία στη Βουλή, έτσι ώστε όποιος ενδιαφέρεται να διαβάσει τις διατάξεις τους και να κάνει παρατηρήσεις και επισημάνσεις σχετικά με το περιεχόμενό τους και με το αν πρέπει να πραγματοποιηθούν αλλαγές και συμπληρώσεις σε αυτά.

Ο διάλογος που αναλύεται αποτελεί τη δημόσια διαβούλευση για το Σχέδιο Νόμου με τίτλο «Διεύρυνση της άμεσης και συμμετοχικής Δημοκρατίας με τη διενέργεια δημοψηφίσματος». Ο προτείνων είναι ουσιαστικά ο νομοθέτης, ενώ τη βάση για να αρχίσει η συζήτηση αποτελεί η αιτιολογική έκθεση του νομοσχεδίου, στην οποία προβάλλονται επιχειρήματα υπέρ της ψήφισης του νόμου περί δημοψηφίσματος και υπέρ των δημοψηφισμάτων γενικότερα. Το κοινό εδώ καλείται να σχολιάσει τη διενέργεια δημοψηφίσματος (που θεωρήσαμε ότι αποτελεί το Qualified Claim του νομοθέτη), τις προτάσεις-υποθέσεις και τις προτάσεις-συμπεράσματα της αιτιολογικής έκθεσης που υποστηρίζουν την τελική πρόταση-συμπέρασμα, καθώς και προτάσεις παρακλάδια του νόμου, όπως για παράδειγμα το αν το αποτέλεσμα του δημοψηφίσματος πρέπει να είναι δεσμευτικό ή όχι και το αν στο δημοψήφισμα πρέπει να προσμετρούνται τα λευκά ψηφοδέλτια. Φυσικά από ένα σημείο και μετά σχολιάζονται και απόψεις των συμμετεχόντων από άλλους συμμετέχοντες.

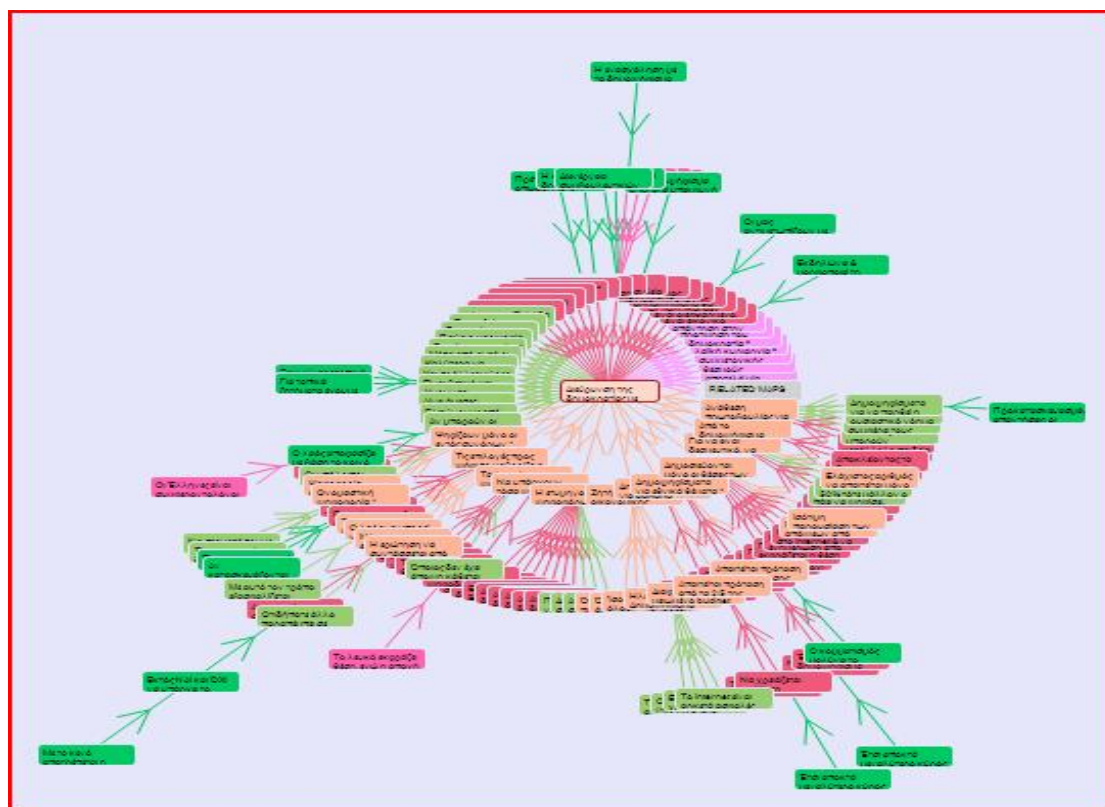
Για τον τρόπο και τη διαδικασία με την οποία πραγματοποιήθηκε η ανάλυση και η οπτικοποίηση ισχύει ακριβώς ότι και στον προηγούμενο

διάλογο. Το DebateGraph χρησιμοποιείται ακριβώς όπως έχουμε ορίσει, ενώ σκοπός μας είναι πάλι αφ' ενός να κάνουμε τη συζήτηση πιο μικρή σε όγκο και πιο εύκολη στην παρακολούθηση και τη συμμετοχή σε αυτήν και αφ' ετέρου να εξετάσουμε τη δομή της και τον τρόπο με τον οποίο επιχειρηματολογούν οι συμμετέχοντες. Εδώ ο αριθμός των σχολίων είναι 256, ενώ τα πλαίσια που προκύπτουν στο χάρτη που δημιουργήθηκε είναι 144.

Η συνολική εικόνα του διαλόγου έχει ως εξής:



Εικόνα 14. Η συνολική εικόνα και η περιγραφή του χάρτη του διαλόγου για το δημοψήφισμα σε προβολή πλαισίων που αναπτύσσονται γύρω από Qualified Claim.

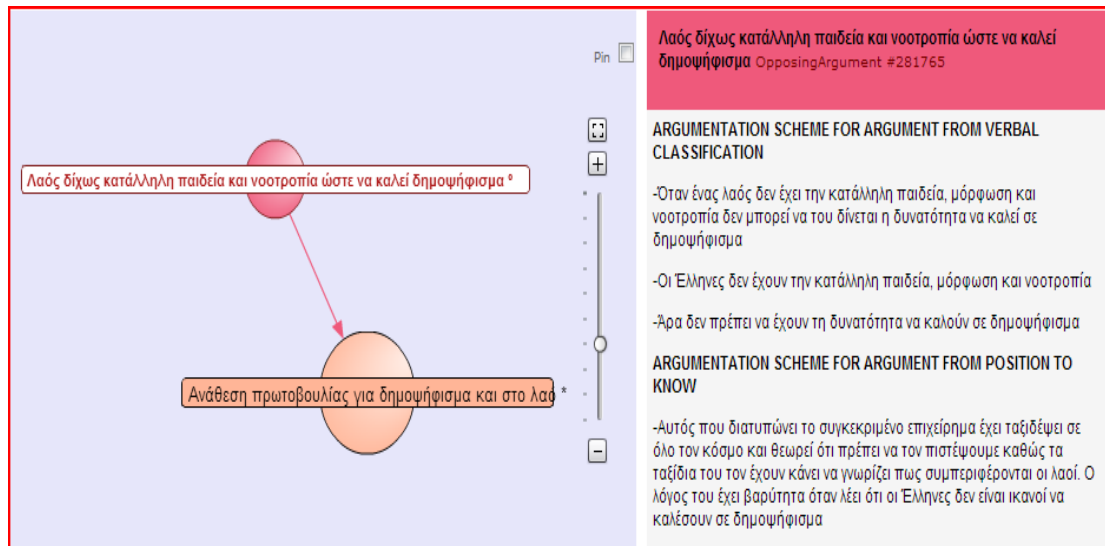


Εικόνα 15. Η συνολική εικόνα σε μεγαλύτερο μέγεθος

Και πάλι από τη συνολική εικόνα γίνεται φανερό ότι έχουμε τα premises του νομοθέτη που υποστηρίζουν την τελική πρόταση-συμπέρασμα, επιχειρήματα απευθείας υπέρ και απευθείας κατά της τελικής πρότασης συμπέρασμα, επιχειρήματα απευθείας υπέρ και απευθείας κατά των προτάσεων που αποτελούν παρακλάδια του νόμου, καθώς επίσης και επιχειρήματα υπέρ και κατά άλλων επιχειρημάτων. Στη συζήτηση αυτή εμφανίζονται τα εξής Επιχειρηματολογικά Σχήματα:

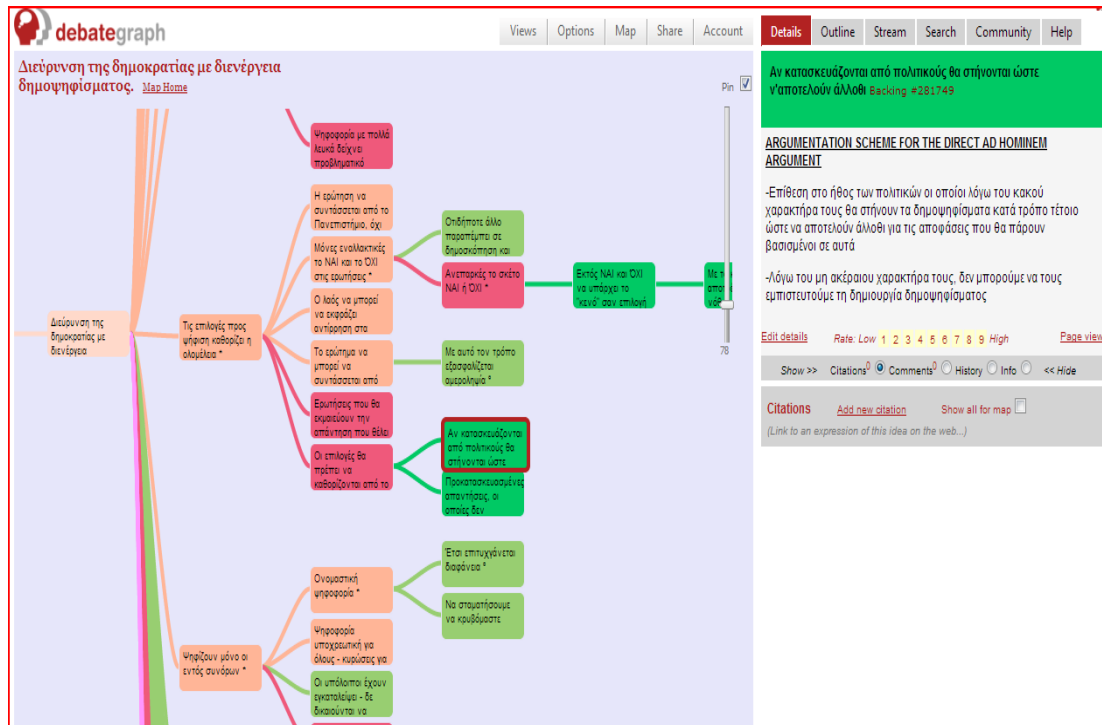
- Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης (Εμφανίζεται σε 13 επιχειρήματα)
- Επίθεση στο ήθος (Εμφανίζεται σε 9 επιχειρήματα)
- Αρνητικές συνέπειες (Εμφανίζεται σε 13 επιχειρήματα)
- Θετικές συνέπειες (Εμφανίζεται σε 27 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα μέσω αναλογίας (Εμφανίζεται σε 7 επιχειρήματα)
- Θέση γνώσης (Εμφανίζεται σε 5 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα μέσω παραδείγματος (Εμφανίζεται σε 2 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα λόγω σημαδιού (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)
- Επιχείρημα μέσω συσχέτισης και αποτελέσματος (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)
- Επιχείρημα ως αποτέλεσμα ασυνέπειας ως προς μία δηλωμένη υποστήριξη (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)

Επίσης, όπως και στην προηγούμενη συζήτηση, έτσι κι εδώ συναντάμε περιπτώσεις στις οποίες περισσότερα από ένα Επιχειρηματολογικά Σχήματα μπορούν να συνδυαστούν για να περιγράψουν ένα επιχείρημα. Στην εικόνα που ακολουθεί φαίνεται μία τέτοια περίπτωση και γι' αυτό το διάλογο:

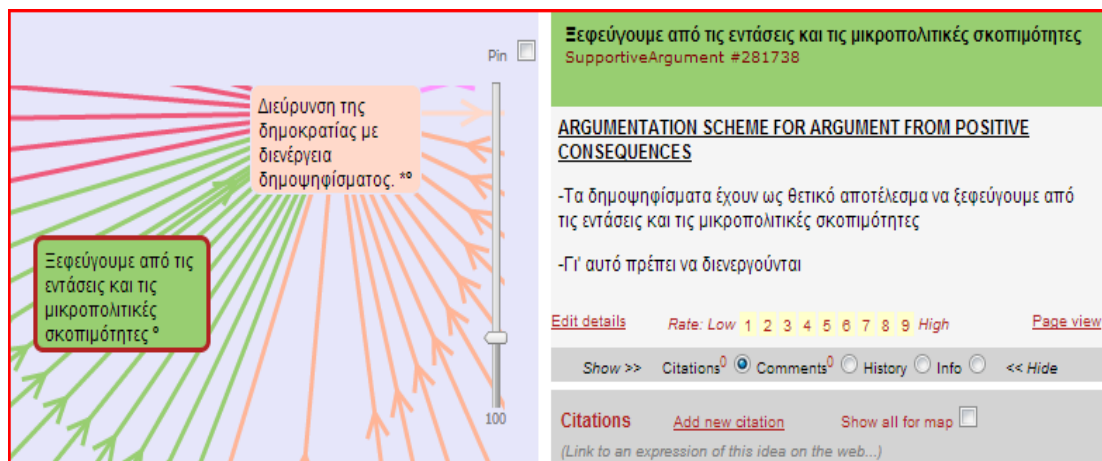


Εικόνα 16. Παράδειγμα συνδυασμού δύο Επιχειρηματολογικών Σχημάτων για την περιγραφή ενός επιχειρήματος.

Στις εικόνες που ακολουθούν φαίνονται κομμάτια της ανάλυσης του διαλόγου για το νομοσχέδιο του δημοψηφίσματος, στα οποία φαίνεται ακριβώς ο τρόπος με τον οποίο διαμορφώνεται ο χάρτης, σύμφωνα με τη διαδικασία που ακολουθούμε για την οπτικοποίηση.



Εικόνα 17. Κομμάτι της ανάλυσης του διαλόγου στο οποίο φαίνονται καθαρά προτάσεις, επιχειρήματα υπέρ και κατά προτάσεων, επιχειρήματα υπέρ επιχειρημάτων και το Qualified Claim. Η εικόνα αυτή αποτελεί χαρακτηριστική απόδειξη του πόσο εύκολα, με μία μόνο ματιά μπορεί κάποιος να προϋδεαστεί για το τι πρόκειται να διαβάσει στο χάρτι. Στα δεξιά φαίνεται τυχαία η ανάλυση του Επιχειρηματολογικού Σχήματος που χρησιμοποιείται στο επιλεγμένο (με κόκκινο πλαίσιο) επιχειρήμα.



Εικόνα 18. Ενδεικτικό παράδειγμα για το πώς λειτουργεί το Επιχειρηματολογικό Σχήμα «Θετικές Συνέπειες» σε ένα επιχειρήμα που υποστηρίζει απευθείας το Qualified Claim.

Πρωθυπουργός: "Οι πολιτικοί δεν πρέπει να ακολουθούν την πλειοψηφία" OpposingArgument #281631

ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM INCONSISTENT COMMITMENT

COMMITMENT

- Σε παλαιότερη δήλωση ο πρωθυπουργός είχε δηλώσει ότι οι πολιτικοί δεν πρέπει να ακολουθούν την πλειοψηφία
- Η δήλωση αυτή δεν συνάδει με την τωρινή του απόφαση περί διενέργειας δημοψηφισμάτων, καθώς αυτά δίνουν το λόγο στην πλειοψηφία
- Άρα ο λόγος του πρωθυπουργού δεν είναι συνεπής, άρα η επιθυμία του (δηλαδή το δημοψήφισμα) δεν μπορεί να αντιμετωπιστεί με εμπιστοσύνη

Edit details Rate: Low 1 2 3 4 5 6 7 8 9 High Page view

Εικόνα 19. Παράδειγμα χρήσης του Επιχειρηματολογικού Σχήματος «Επιχείρημα ως αποτέλεσμα ασυνέπειας ως προς μία δηλωμένη υποστήριξη» (το οποίο δεν εμφανίζεται συχνά) για απευθείας επίθεση στο Qualified Claim.

Αποκλείοντας τα δημοσιονομικά δεν μένει τίποτα OpposingArgument #281806

ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM CORRELATION TO CAUSE

- Αποκλείοντας τα δημοσιονομικά οδηγούμαστε στο να αποκλείσουμε τα πάντα
- Άρα δεν πρέπει να αποκλείσουμε τα δημοσιονομικά για να μην αποκλείσουμε τα πάντα

Edit details Rate: Low 1 2 3 4 5 6 7 8 9 High Page view

Show >> Citations 0 Comments 0 History Info << Hide

Citations Add new citation Show all for map
(Link to an expression of this idea on the web...)

Εικόνα 20. Παράδειγμα χρήσης του Επιχειρηματολογικού Σχήματος «Επιχείρημα μέσω συσχέτισης και αποτελέσματος» (το οποίο, επίσης δεν εμφανίζεται συχνά) για απευθείας επίθεση σε μία πρόταση σχετική με το Qualified Claim.

Ανάλυση της δημοκρατίας με διενέργεια ψηφίσματος. [Map Home](#) Close outline view » Expand

- Να υπάρχουν τόσα ψηφοδέλτια όσα και τα ερωτήματα *
- Τα λευκά ψηφοδέλτια να θεωρούνται άκυρα *
- Όποιος δεν έχει άποψη κάθεται σπίτι του *
- Το λευκό εκφράζει θέση, ενώ η αποχή έχει πολλές ερμηνείες *
- Τα λευκά πρέπει να θεωρούνται έγκυρα καθώς εκφράζουν γνώμη *
- Χωρίς λευκό ψηφίζει ακόμα και αν οι εναλλακτικές δεν σε καλύπτουν *
- Ψηφοφορία με πολλά λευκά δείχνει προβληματικό δημοψήφισμα *
- Τις επιλογές προς ψήφιση καθορίζει η ολομέλεια *
- Ψηφίζουν μόνο οι εντός συνόρων *
- Αν μπορούν οι πολιτικοί, μπορούν και οι πολίτες **
- Επιλέγουμε από τους μηδένους πολιτικούς *

Το λευκό εκφράζει θέση, ενώ η αποχή έχει πολλές ερμηνείες
Refutation #281785

ARGUMENTATION SCHEME FOR ARGUMENT FROM ANALOGY

- Είναι λάθος να συγκρίνουμε την αποχή με το λευκό καθώς αυτά δεν παρουσιάζουν ανάλογη συμπεριφορά
- Το λευκό εκφράζει θέση, ενώ η αποχή έχει πολλές ερμηνείες
- Άρα το λευκό δεν πρέπει να έχει ίδια αντιμετώπιση με την αποχή

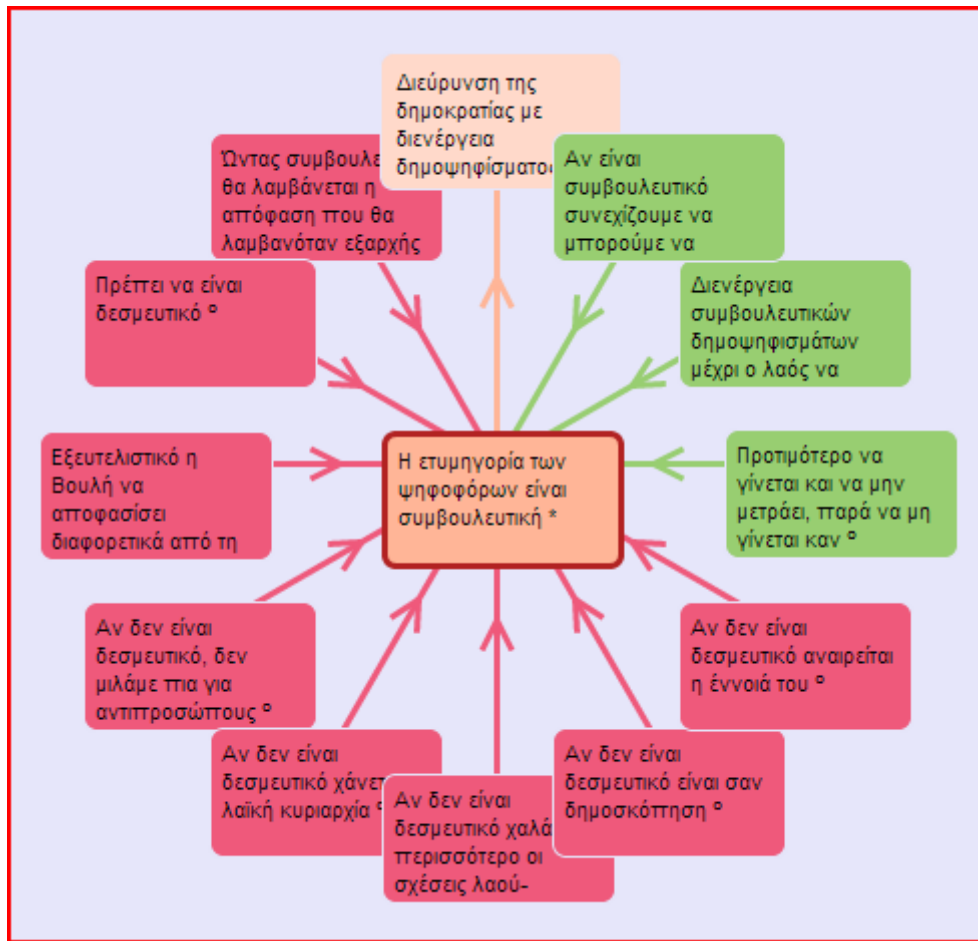
[Edit details](#) Rate: Low 1 2 3 4 5 6 7 8 9 High [Page view](#)

Show >> Citations⁰ Comments⁰ History Info << Hide

Citations [Add new citation](#) [Show all for map](#)

(Link to an expression of this idea on the web...)

Εικόνα 21. Προβολή «Περίγραμμα»



Εικόνα 22. Εικόνα στην οποία φαίνονται όλα τα επιχειρήματα υπέρ και κατά μίας πρότασης σχετικής με το Qualified Claim.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Δυσκολίες στη διαδικασία οπτικοποίησης του διαλόγου - Παρατηρήσεις - Συμπεράσματα

1. Δυσκολίες που συναντά κανείς όταν πάει να μετατρέψει έναν ελεύθερο διάλογο σε Argument Graph

Έπειτα από την ανάλυση των διαλόγων και τη μετατροπή τους σε χάρτες με την αξιοποίηση ενός Γράφου Επιχειρηματολογίας, σημειώνουμε τώρα τις δυσκολίες της διαδικασίας, τις παρατηρήσεις και τα συμπεράσματα μας σχετικά με αυτή καθώς και το ποια είναι τα χαρακτηριστικά που θα θέλαμε να έχει ο ιδανικός Γράφος Επιχειρηματολογίας.

1.1. Μεγάλος όγκος πληροφορίας – παρουσία πολλών και κάποιων μεγάλων σχολίων

Οι διάλογοι που αναλύθηκαν είχαν έναν πολύ μεγάλο όγκο σχολίων. Χαρακτηριστικά ο διάλογος για την κατάργηση των Πανελληνίων είχε 231 σχόλια, ενώ ο διάλογος για το δημοψήφισμα είχε 256. Όταν ο όγκος της πληροφορίας είναι τόσο μεγάλος η διαδικασία γίνεται κουραστική, χρονοβόρα και μηχανιστική, ενώ είναι εύκολη η απώλεια συγκέντρωσης, αλλά και το να ξεχάσει κανείς από πού ξεκίνησε, τι ψάχνει, τι επαναλαμβάνεται και ποια κομμάτια συνδέονται μεταξύ τους. Για να πραγματοποιηθεί η μετατροπή ενός αδόμητου διαλόγου σε Argument Graph είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει υπομονή και πολύ καλές σημειώσεις.

Ακόμα όμως και αν επιλεγεί κάποιος διάλογος με λιγότερα σχόλια, υπάρχει πάντα η πιθανότητα να συναντήσει κανείς σχόλια με τεράστιο όγκο από πλευράς περιεχομένου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το σχόλιο των Οικολόγων Πράσινων στη συζήτηση για το δημοψήφισμα που αποτελείται από 1862 λέξεις. Τέτοιου είδους σχόλια απαιτούν πάρα πολλή επεξεργασία για να αποφανθεί κανείς τι αποτελεί επιχείρημα και τι όχι, ποια επιχειρηματολογικά σχήματα χρησιμοποιούνται, τι είναι πληροφορία, τι περιγραφή και τι επαναλαμβάνεται αναδιατυπωμένο, οπότε και δεν χρειάζεται να προστεθεί στον χάρτη.

1.2. Δυσκολία στην κατανόηση της γλώσσας κάποιων χρηστών

Πέρα από την ορθογραφία που μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στο μάτι και να μπερδέψει τον αναγνώστη, υπάρχουν συμμετέχοντες στη συζήτηση που κάνουν κακή χρήση της γλώσσας και είναι δύσκολο κανείς να καταλάβει τι θέλουν να πουν. Ακολουθεί παράδειγμα κακής χρήσης της γλώσσας και δυσνόητου κειμένου από το άρθρο για τις Πανελλήνιες¹:

¹ Οι δύο εικόνες είναι από το <http://www.antinews.gr/2013/05/25/216840/>



δημης είπε:

25/05/2013 στις 1:29 pm

A:

Η Γεωγραφική κατανομή ...οι επιλογές των επιτροπών Εξετάσεων..η απαξίωση του Λυκείου..η τροφοδοσία της παραπαιδείας..ο τρόπος εξαγωγής του βαθμού ...(το 9-χρονο Υποχρεωτικό τώρα έχει γίνει 10χρονο) .υποχρεωτικό (χωρίς απάντηση αν στα 10 χρόνια ο Μαθητής θα παραμένει στην Α' Δημοτικού) .χωρίς .Αξιολογήση των Προγραμμάτων σπουδών από το Νηπιαγωγείο έως το Παν/μιο.. των βιβλίων ..των Δοξασιών (Παιδαγωγικών ...των Σοφών του Υπουργείου)..αξιολόγηση των προγρ/των ΣΕΠ...κλπ κλπ..

ΕΙΝΑΙ ΕΥΘΥΝΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ...

“Αν είναι δυνατόν να δίνονται λάθος θέματα! Αυτοί οι ανεύθυνοι που τα βάζουν, δεν έχουν προηγουμένως δοκιμάσει να τα λύσουν;”

δεν πρέπει να δούν οι...Σοφοί τα ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ;;;;; ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΙ ...ΠΡΟΕΔΡΕΥΟΥΝ;;;;; ΠΑΝΤΑ ΣΤΟ ΑΠΥΡΟΒΛΗΤΟ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΕΠΙΛΟΓΕΣ;;;;

B:

-Δεν είναι ο...βαθμός πολύ κάτω από το 10... αλλά ΤΙ ΑΝΤΙΚΡΥΣΜΑ ΕΧΕΙ ΣΕ ΓΝΩΣΕΙΣ... μιάς και σε απόλυτο μέγεθος, ο βαθμός εξαρτάται και από το βαθμό δυσκολίας των θεμάτων...

-Η παταγαλία .σημαίνει όμως και ...ΜΝΗΜΗ και χωρίς αυτή ΔΕΝ υπάρχει συνδυασμός και ΚΡΙΣΗ...

-Το μέλλον ενός παιδιού γιατί να μην εξαρτάται ΚΑΙ από την ΤΥΧΗ του ;;;

Γιατί, λοιπόν, συνεχίζουμε;

Επειδή όλοι, λίγο πολύ, το γνωρίζουμε, δεν θα κάνω καμιά αναφορά.

Να πάμε στις προτάσεις...

-Πιστεύετε ότι ένα ΑΕΙ-ΑΤΕΙ... (προκειμένου να βοηθήσει την Συνολική του Αξιολόγηση) βάλει ή πολυ υψηλού επιπέδου ή πολυ χαμηλού επιπέδου κριτήρια εισαγωγής θα έχει καλύτερο ή χειρότερο Υλικό για να δουλέψει ...μιάς και δεν αποτελεί το μοναδικό κριτήριο για να προοδεύσει;;;;;Δεν χρειάζεται ανανέωση Προγρ/των Χρηματοδότηση εξοπλισμό Εκπ/κους καλύτερα αμοιβόμενους και με παροχές για Έρευνα και Επιμόρφωσηκλπ κλπ κλπ;;;;;

-Σίγουρα δεν θα απαιτηθούν για τα ΓΕΝΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ επιπρόσθετες δαπάνες τη στιγμή όλοι ξέρουμε που είναι οι μισθοί όχι των ΓΕΝΙΚΩΝ αλλά και των Ειδικών στα Παν/μια;;;;;

- Η θέσπιση της ΑΝΩΤΑΤΗΣ Επιτροπής Αξιολόγησης των Παν /μιων Τι παραπάνω (εκτός ίσως των μισθών των Ειδικών Συμβούλων -αλήθεια με ποιά κριτήρια;-) θα έδινε στην κοινωνία πχ....οτι το ΕΜΠ προηγείται ;;;;

Δεν κοστίζει παραπάνω ,λιγάκι , η γνώση αυτή ;;;;

Και η κατακλείδα...

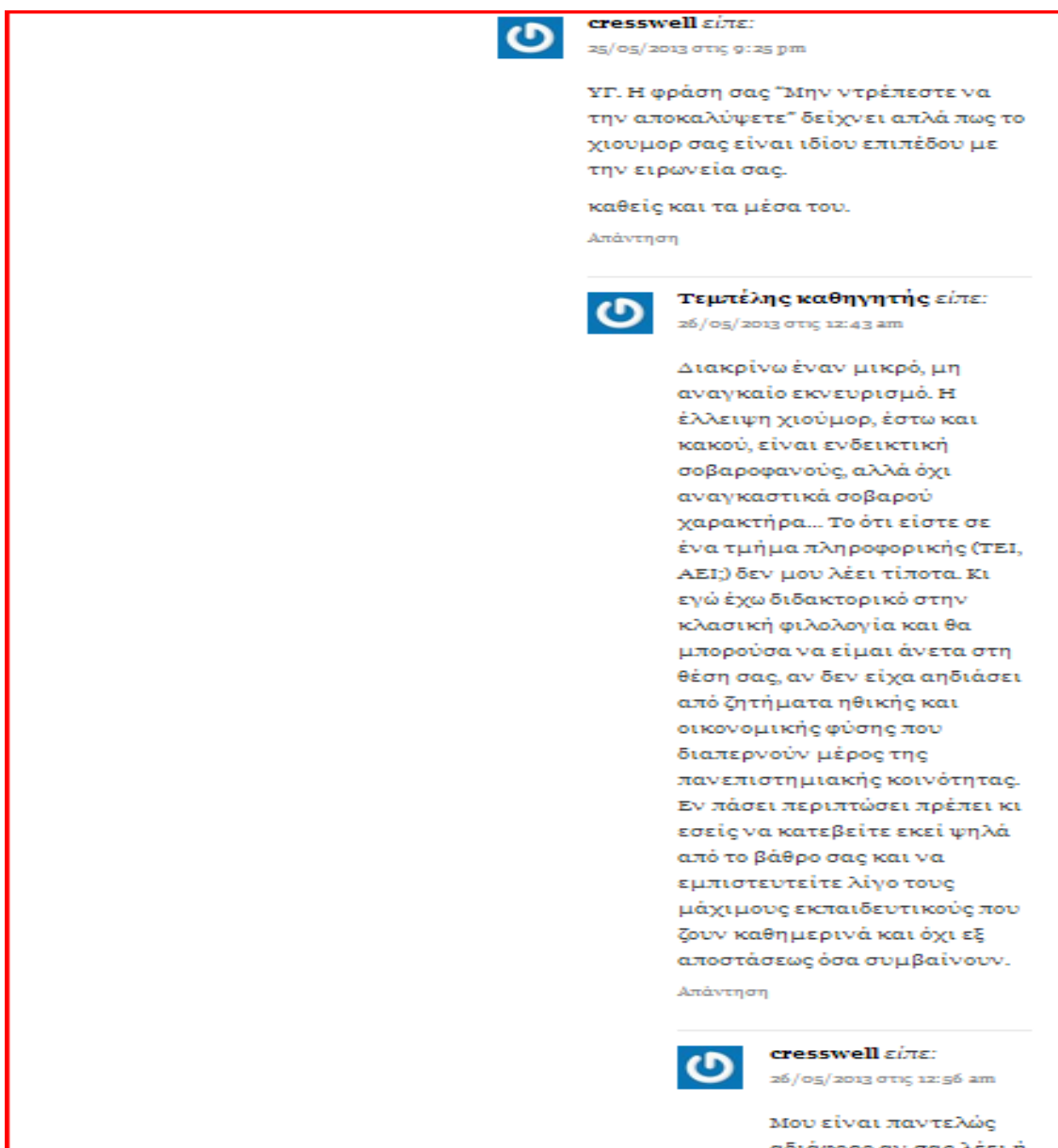
ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΓΓΥΗΘΕΙ Ο ΤΡΟΠΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΕΙΝΕΤΕ ΤΟ ΑΔΙΑΒΛΗΤΟ;;;;;;

Σκεφτήκατε ποτέ ότι οι...Εκάστοτε ασχολούνται με το εξεταστικό για να γκρεμίσουν ε' να θεσμό όρθιο;;;;;

καμία “απάτηση” για δημοσίευση)...

1.3. Εκτός θέματος (Off-topic) συζητήσεις - διαμάχες

Πολλές φορές, όταν στη συζήτηση αναμειγνύονται πολλά άτομα, έχουμε παρεκκλίσεις από το κυρίως θέμα και το περιεχόμενο το σχολίων απομακρύνεται από το είδος που ενδιαφέρει και που είναι επιθυμητό να ενταχθεί στον χάρτη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το πιο κάτω απόσπασμα από διαμάχη μεταξύ χρηστών, τελείως άσχετη με το θέμα των Πανελληνίων:



The screenshot shows a forum thread with three messages. The first message is from 'cresswell' on 25/05/2013 at 9:25 pm, discussing the phrase 'Μην ντρέπεστε να την αποκαλύψετε' and its relation to 'χιούμορ' and 'ειρωνεία'. The second message is from 'Τεμπέλης καθηγητής' on 26/05/2013 at 12:43 am, expressing frustration with the lack of humor and the nature of the forum. The third message is from 'cresswell' on 26/05/2013 at 12:56 am, starting with 'Μου είναι παντελώς'.

cresswell είπτε:
25/05/2013 στις 9:25 pm

ΥΓ. Η φράση σας "Μην ντρέπεστε να την αποκαλύψετε" δείχνει απλά πως το χιούμορ σας είναι ιδίου επιπέδου με την ειρωνεία σας.
καθείς και τα μέσα του.
Απάντηση

Τεμπέλης καθηγητής είπτε:
26/05/2013 στις 12:43 am

Διακρίνω έναν μικρό, μη αναγκαίο εκνευρισμό. Η έλλειψη χιούμορ, έστω και κακού, είναι ενδεικτική σοβαροφανούς, αλλά όχι αναγκαστικά σοβαρού χαρακτήρα... Το ότι είστε σε ένα τμήμα πληροφορικής (ΤΕΙ, ΑΕΙ;) δεν μου λέει τίποτα. Κι εγώ έχω διδακτορικό στην κλασική φιλολογία και θα μπορούσα να είμαι άνετα στη θέση σας, αν δεν είχα αηδιάσει από ζητήματα ηθικής και οικονομικής φύσης που διαπερνούν μέρος της πανεπιστημιακής κοινότητας. Εν πάσει περιπτώσει πρέπει κι εσείς να κατεβείτε εκεί ψηλά από το βάθρο σας και να εμπιστευτείτε λίγο τους μάχιμους εκπαιδευτικούς που ζουν καθημερινά και όχι εξ αποστάσεως όσα συμβαίνουν.
Απάντηση

cresswell είπτε:
26/05/2013 στις 12:56 am



Μου είναι παντελώς
αδύνατο αν σας λέει ή

2

² Εικόνα από το <http://www.antinews.gr/2013/05/25/216840/>

Παρατίθεται, ακόμα, το ακόλουθο σχόλιο από το διάλογο για το νομοσχέδιο περί δημοψηφίσματος, το οποίο δεν έχει την παραμικρή σχέση ούτε με το δημοψήφισμα, ούτε με κάποια πτυχή ή λεπτομέρεια του νόμου:

3 Αυγούστου 2011, 18:57 | Σωτήρης Μ.

Μόνιμος Σύνδεσμος
Το βλέπω θετικά/Αρνητικά:  9  1


- Πλήρης διαχωρισμός των τριών εξουσιών στην πράξη (Ασυμβατότητα ιδιότητα βουλευτή-υπουργού, Μη διορισμός δικαστικών από υπουργό κ.α.),
- Αποκομματικοποίηση του στρατού.(Προαγωγές στα ανώτατα επίπεδα της ιεραρχίας ακόμα και των αρχηγών των επιτελείων από το στράτευμα και όχι από την πολιτική ηγεσία.
- Αποκομματικοποίηση των πανεπιστημίων. Ασυμβατότητα ιδιότητα φοιτητή και κομματικών μηχανισμών εντός των πανεπιστημίων(τουλάχιστον).

Και φυσικά απαιτείται ο βουλευτής να ψηφίζει 'απόλυτα' κατά συνείδηση και όχι με κομματικές γραμμές.

3

1.4.Δυσκολία Διαχωρισμού ανάμεσα στο τι είναι επιχείρημα ή μέρος του Επιχειρήματος και τι είναι επεξήγηση/απλή περιγραφή

Πολλές φορές δεν είναι απόλυτα ξεκάθαρο αν ο σχολιαστής επιχειρηματολογεί για μία θέση ή αν απλά περιγράφει μια κατάσταση και επεξηγεί δεδομένα. Π.χ. το ακόλουθο σχόλιο:

 **Κβάντα** είπε:
25/05/2013 στις 10:33 pm

Τι συζητάμε;
Προτάσεις και σκέψεις υπάρχουν άπειρες και χιλιοδιατυπωμένες, μερικές από τις οποίες είναι ολοκληρωμένες (βλέπε κ. Μπαμπινιώτης και εθνικό συμβούλιο πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης).
Αρκεί η πολιτεία να πατήσει το start.
Μερικοί πάντως, μακριά από το χώρο της εκπαίδευσης, προτείνουν κάτι και νομίζουν ότι ανακάλυψαν την Αμερική.
Παλιά ιστορία αγαπητοί μου, προηγήθηκαν οι κονκισταδόροι στην ανακάλυψή της. Το γνωστό, όλοι έχουμε άποψη για όλα!

Απάντηση

4

³ Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/yves/?p=1148#comments>

⁴ Εικόνα από το <http://www.antinews.gr/2013/05/25/216840/>

Εδώ πρέπει κανείς να αποφανθεί τι εννοεί ο χρήστης λέγοντας « Προτάσεις και σκέψεις υπάρχουν ... αρκεί η πολιτεία να πατήσει το start »: Η θέση του αποτελεί επιχείρημα υπέρ της κατάργησης των Πανελληνίων (αναδιατυπωμένο «καταργήστε τες επιτέλους, υπάρχουνε λύσεις») ή απλή περιγραφή της κατάστασης που επικρατεί (αναδιατυπωμένο «απλή ενημέρωση, σχετική πάντα με το άρθρο ότι ζούμε σε μία χώρα που έχουμε εναλλακτικές, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι πρέπει να καταργηθεί ο παρών θεσμός»); Προφανώς την απάντηση γνωρίζει μόνο το πρόσωπο που έγραψε το σχόλιο.

1.5.Ειρωνικά σχόλια

Υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες οι χρήστες επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν ειρωνικά σχόλια. Εκεί, ακόμα και αν η ειρωνεία είναι προφανής, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή και κριτικό πνεύμα από τον αναλυτή, καθώς μπορεί αυτός να πέσει σε παγίδες. Ακόμα χρειάζεται μεγάλη προσοχή έτσι ώστε να γίνει αντιληπτή η ειρωνεία εκεί που δεν είναι προφανής. Στο ακόλουθο απόσπασμα φαίνεται η ειρωνική απάντηση του αρθρογράφου στο σχόλιο ενός χρήστη. Η ειρωνεία όμως δεν αφορά τον χρήστη στον οποίο απαντά ο αρθρογράφος, αλλά όλους εκείνους που εκφράζουν την άποψη ότι οι Πανελλήνιες είναι αξιοκρατικές και αδιάβλητες.



Κυθήριος είπε:

25/05/2013 στις 7:51 pm

Γιά να καταργηθεί το υπάρχον σύστημα εισόδου στα Πανεπιστήμια, των Πανελληνίων εξετάσεων, θα πρέπει να υπάρχει έτοιμο και δοκιμασμένο άλλο σύστημα που θα αναβαθμίζει τη διαδικασία. Δεν πρόκειται για ένα δυό μαθήματα που τα προσθέτουμε ή τα αφαιρούμε από τις Πανελλήνιες, αλλά ολόκληρο σύστημα που από αυτό εξαρτούν τη ζωή τους, τη σταδιοδρομία τους, τη μετέπειτα επαγγελματική τους πορεία χιλιάδες νέα παιδιά κάθε χρόνο και πιστεύω ότι, το συγκεκριμένο θέμα δε σηκώνει πειραματισμούς. Επί τη ευκαιρία όμως εκφράζω και μία άπορία μου: γιατί θα πρέπει να συνεχίζεται, το άδικο κατά τη γνώμη μου, μέτρο της εισόδου των μουσουλμανοπαίδων στα Πανεπιστήμια με πολύ λιγότερα μόρια απ' ό,τι τα άλλα παιδιά;

Απάντηση



Κώστας Ροδινός είπε:

25/05/2013 στις 8:07 pm

είναι γιατί το σύστημα είναι αξιοκρατικό και αδιάβλητο αγαπητέ Κυθήριε.

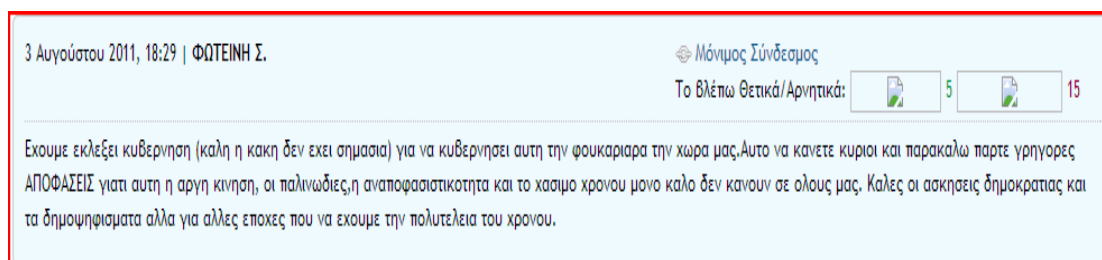
Απάντηση

5

Η φράση « ...είναι γιατί το σύστημα είναι αξιοκρατικό και αδιάβλητο » από μόνη της είναι παραπλανητική και θα μπορούσε κανείς να μπερδευτεί και να νομίζει ότι αυτός που τη διατυπώνει επιχειρηματολογεί υπέρ του θεσμού των Πανελληνίων, χαρακτηρίζοντας τον αξιοκρατικό και αδιάβλητο. Όπως φαίνεται όμως από τη φύση της παραπάνω ερωταπόκρισης μόνο έτσι δεν είναι, καθώς οι χαρακτηρισμοί απαντάνε ειρωνικά στην ερώτηση « γιατί θα πρέπει να συνεχίζεται το μέτρο της εισόδου των μουσουλμάνων στα Πανεπιστήμια με λιγότερα μόρια ».

⁵ Εικόνα από το <http://www.antinews.gr/2013/05/25/216840/>

1.6. Όχι καθαρά γραμμένα επιχειρηματολογικά σχήματα – δυσκολία στην κατάταξη, τον διαχωρισμό και την κατηγοριοποίηση των σχημάτων



6

Στην παραπάνω εικόνα πρέπει κανείς να αναδιατυπώσει τη φράση « Καλές οι ασκήσεις δημοκρατίας και τα δημοψηφίσματα αλλά για άλλες εποχές που να έχουμε την πολυτέλεια του χρόνου », έτσι ώστε να δει το επιχειρηματολογικό σχήμα που χρησιμοποιεί ο χρήστης (ο οποίος το πιο πιθανό είναι ότι δεν γνωρίζει καν ότι ο τρόπος με τον οποίο επιχειρηματολογεί περιγράφεται από κάποιο επιχειρηματολογικό σχήμα). Η φράση αυτή, αν τη διατυπώσουμε με τον ακόλουθο τρόπο, περιγράφεται από το σχήμα Argumentation From Verbal Classification.

- Οι πολιτικές αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται χωρίς να χάνεται χρόνος
- Με τα δημοψηφίσματα χάνεται πολύτιμος χρόνος
- Άρα δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για τη λήψη αποφάσεων

Η ίδια φράση όμως μπορεί να θεωρηθεί και σαν άποψη που εκφράζεται από την κοινή γνώμη. Έτσι, δεν αποκλείεται ο χρήστης να θεωρεί αυτονόητο ότι κάνει χρήση μίας θέσης που συμμερίζεται ο περισσότερος κόσμος. Σε τέτοια περίπτωση, ισοδύναμη της προηγούμενης έκφρασής του είναι η φράση « αποτελεί κοινή γνώμη ότι στην εποχή που ζούμε δεν υπάρχει η πολυτέλεια του χρόνου ». Η πρόταση αυτή παραπέμπει σε ένα άλλο επιχειρηματολογικό σχήμα, το Argumentation From Popular Opinion.

1.7. Επανάληψη πολλών απόψεων – αναδιατυπώσεις και ανακύκλωση του ίδιου πράγματος πολλές φορές



Παρακολουθώντας τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν όσοι συμμετέχουν στον διάλογο γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι δεν τους αρκεί να δουν την άποψή τους γραμμένη από κάποιον άλλο. Θέλουν όλοι να υποστηρίξουν και να ενισχύσουν τη θέση που τους εκφράζει, ακόμη λέγοντας και τα ίδια ακριβώς πράγματα με κάποιον ή κάποιους άλλους. Έτσι εντός των σχολίων παρατηρείται έντονη επανάληψη, ειδικά στις απόψεις που φαίνεται

⁶ Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/yfes/?p=1148#comments>

να είναι οι πιο δημοφιλείς. Το γεγονός αυτό δυσκολεύει τη διαδικασία μετατροπής πρώτον, γιατί μπορεί εύκολα να μειώσει το ενδιαφέρον και τη ζωντάνια του αναλυτή. Δεύτερον, γιατί η πρώτη συνέπεια μπορεί να τον οδηγήσει στο να προσπεράσει κάποια σχόλια, θεωρώντας ότι θα διαβάσει ακριβώς τα ίδια πράγματα, κι έτσι να χάσει κάποια σημαντική λεπτομέρεια, που όντως προσθέτει στοιχεία στο διάλογο. Στις εικόνες που ακολουθούν φαίνονται σχόλια με παρόμοιο περιεχόμενο. Πιο συγκεκριμένα εκφράζεται η άποψη ότι το αποτέλεσμα ενός δημοψηφίσματος πρέπει να είναι δεσμευτικό:

1 Αυγούστου 2011, 11:30 | Γρηγόρης Καρασιλίδης

Μόνιμος Σύνδεσμος



Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:  16  1

Συγκέντρωση απόψεων των ψηφοφόρων σε ερώτημα («δημοψήφισμα») χωρίς δεσμευτικό αποτέλεσμα ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ δημοψήφισμα , αλλά καταστράγγιση τού όρου και ΑΝΑΙΡΕΣΗ τής εννοίας τού Δημοψηφίσματος .

7

31 Ιουλίου 2011, 20:57 | Φλώρος Αθανάσιος

Μόνιμος Σύνδεσμος



Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:  5  2

Θεωρώ ότι το αποτέλεσμα του Δημοψηφίσματος πρέπει να είναι δεσμευτικό για την Κυβέρνηση.
Τα κονδύλια να είναι συγκεκριμένα και ελάχιστα όπου δημόσιοι υπάλληλοι και εθελοντές να αναλάβουν τη διαδικασία χωρίς επιπλέον αμοιβή. Αυτή η αμοιβή μπορεί να δίνεται με μόνους εξέλξης για τους Δ.Υ. και κάποια κοινωνικά ευεργετήματα για τους υπόλοιπους.
Επίσης ο χρόνος στα ΜΜΕ να είναι ίσος για όλους υπό μορφή παρουσίασης-παράθεσης των θέσεων κάθε κόμματος από έναν μόνο ομιλητή (όχι «debate» και πολλαπλά τηλεοπτικά παράθυρα) ή γραπτή ανακοίνωση. Ρητή απαγόρευση αιφισίων και ρυπογόνων μέσων (ό,τι μπορεί να σημαίνει η λέξη ρύπος).

8

31 Ιουλίου 2011, 15:59 | Vivian Eitel

Μόνιμος Σύνδεσμος

Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:  15  0

Κύριοι,

οπως ηδη αρκετοί εγραψαν, θεωρώ και εγω την οποιαδήποτε κίνηση προς την πραγματική δημοκρατία καλοδεχόμενη.

Επίσης θεωρώ οτι το αποτέλεσμα του Δημοψηφίσματος πρέπει να είναι για την Κυβέρνηση δεσμευτικό, διαφορετικά δεν εχει νόημα.

Ισως είναι η μόνη ευκαιρία που μας δίνεται να διορθώσουμε τα στραβα στη χώρα μας και να βελτιώσουμε την εικόνα μας στο εξωτερικό.

9

⁷ Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/yfes/?p=1148#comments>

⁸ Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/yfes/?p=1148#comments>

⁹ Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/yfes/?p=1148#comments>

1.8. Πιθανότητα ο ίδιος χρήστης να γράφει με πολλά ονόματα, διαμορφώνοντας έτσι παραπλανητικό κλίμα στη συζήτηση

Η κατάσταση στο διαδίκτυο είναι τέτοια ώστε να υπάρχει μεγάλη ελευθερία στο ποιος μπορεί να γράψει και τι μπορεί να γράψει. Κανείς δεν μπορεί να ελέγξει αν κάποιος γράφει με παραπάνω από ένα ονόματα και κανείς δεν μπορεί να το απαγορεύσει. Έτσι, αν κάποιος θέλει, μπορεί εύκολα να δημιουργήσει κλίμα σε μία συζήτηση και να διαφοροποιήσει τα συμπεράσματα που θα βγάλουν οι απλοί αναγνώστες σε σχέση με το αν διάβαζαν μία πιο «καθαρή» συζήτηση για το ίδιο θέμα. Στις πιο κάτω εικόνες φαίνονται δύο χρήστες που γράφουν με παρόμοιο τρόπο και θα μπορούσε κανείς να υποπτευθεί ότι αποτελούν το ίδιο πρόσωπο (χαρακτηριστικές τελίτσες και παύσεις) :



δημης *είπε:*

25/05/2013 στις 2:42 pm

+++++++

Συγγενής μου μακρινός Καθηγητής στο Πολ/νείο της Ζυρίχης ,μέχρι πριν 5 χρόνια ... είχε γίνει Δεκτ'ος σαν Φοιτητής στο Πολ/νείο εκεί με βαθμό Απολυτηρίου Γυμνασίου τότε , Λυκείου σήμερα ...16 Δέκα έξι ..ολογράφως...

Απάντηση



billi smart *είπε:*

28/05/2013 στις 12:27 am

διαφωνεις με την αποψη??/ασε το υφος....το δικο σου ετσι κι αλλιως ειναι υφακι....απαντησε αν συμφωνεις με την αποψη....ο αφορισμος δεν ηταν για το φορουμ...ηταν για τον αποπροσανατολισμο απο την ουσηα....θελουμε ποιητες, τεχνολογικους νεωτεριστες η κλαρκατζηδες τωρα μαλιστα που ερχονται οι κινεζοι και θα πεσει πολυ φορτωμα...επι της ουσηας αδεξιε...

Απάντηση

10



¹⁰ Εικόνα από το <http://www.antinews.gr/2013/05/25/216840/>

1.9. Μεγάλες «αποστάσεις» μεταξύ σχετικών μεταξύ τους σχολίων και απόψεων (πχ μπορεί κάποιος χρήστης στο σχόλιο 157 να πει κάτι σχετικό με το σχόλιο υπ' αριθμόν 32 ενός άλλου χρήστη ή να επαναλάβει κάτι)

Η μεγάλη απόσταση ανάμεσα σε ίδιες απόψεις μπορεί να οδηγήσει τον αναλυτή στο να δημιουργήσει το ίδιο θέμα παραπάνω από μία φορές αν έχει ξεχαστεί και να συντάσσει πληροφορίες που αφορούν στο ίδιο θέμα σε δύο ή και παραπάνω διαφορετικά πλαίσια, όταν αυτό στην πραγματικότητα δεν είναι αναγκαίο. Ακολουθούν δύο σχόλια με μεγάλη απόσταση μεταξύ τους, με παρόμοιο περιεχόμενο:

17 Αυγούστου 2011, 10:39 | ΑΘΗΝΟΔΩΡΟΣ ΜΩΡΑΛΙΔΗΣ

Μόνιμος Σύνδεσμος



Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:  4  1

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΝΑ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΨΗΦΟΦΟΡΙΑ
ΜΕΙΩΝΕΤΑΙ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΙ ΕΧΟΥΜΕ ΓΡΗΓΟΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ
ΘΑ ΕΧΟΥΜΕ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΑΜΕΣΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

11

21 Αυγούστου 2011, 22:33 | ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΘΩΔΗΣ

Μόνιμος Σύνδεσμος

Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:  0  0

ΝΑ ΠΡΟΒΛΕΦΘΕΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΔΗΜΟΨΗΦΙΣΜΑΤΟΣ ΜΕ ΚΩΔΙΚΟ ΜΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΨΗΦΟΦΟΡΟ ΧΡΗΣΤΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.ΕΙΝΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΤΕΡΟ.
ΜΕ ΕΚΤΙΜΗΣΗ
ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΘΩΔΗΣ

12

Τα δύο πιο πάνω σχόλια έχουν πανομοιότυπο περιεχόμενο, αλλά απέχουν μεταξύ τους 5 μέρες (όπως φαίνεται από την ημερομηνία) κι ακόμα βρίσκονται σε διαφορετική σελίδα του ιστότοπου. Έτσι λόγω του όγκου της πληροφορίας που μεσολαβεί ανάμεσα στα 2 αυτά σχόλια, ο αναλυτής θα μπορούσε να ανοίξει το θέμα τις ηλεκτρονικής ψηφοφορίας δύο φορές, τη μία υποστηρίζοντας το με το επιχείρημα του κόστους και των γρήγορων αποτελεσμάτων και την άλλη μόνο με το επιχείρημα του κόστους, αντί να τα τοποθετήσει όλα μαζί μία φορά.

¹¹ Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/types/?p=1141>

¹² Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/types/?p=1141>

1.10. Εντοπισμός προκατειλημμένων απόψεων/ απόψεων που κρύβουν από πίσω τους συμφέρον [4]

Υπάρχουν περιπτώσεις όπου ένας χρήστης έχει κάποιο λόγο να προωθεί μία άποψη έναντι μίας άλλης και μεθοδικά να αποκρύπτει ή να αποφεύγει στοιχεία που δεν τον συμφέρει να αναφέρονται. Μπορεί για παράδειγμα ο ιδιοκτήτης ενός φροντιστηρίου να υποστηρίζει φανατικά το θεσμό των Πανελληνίων, όχι επειδή πραγματικά πιστεύει σε αυτόν, αλλά επειδή το φρονιστήριό του βγάζει πολλά χρήματα χάρη στο θεσμό αυτό. Αν κάτι τέτοιο το κάνει ανώνυμα, τότε κανείς δεν μπορεί να γνωρίζει τις πραγματικές προθέσεις του, ενώ αν φανέρωνε την ιδιότητά του, τότε κάποιος πιθανότατα να αμφισβητούσε τις απόψεις του. Γενικά μία άποψη που δεν είναι αγνή, αλλά κρύβει συμφέρον από πίσω της, χάνει σε αξία ή μπορεί συχνά και να μην ευσταθεί. Γι' αυτό το λόγο ο αναλυτής πρέπει όσο μπορεί να προσέχει και να είναι υποπτευμένος για τέτοιες συμπεριφορές, οι οποίες όμως δύσκολα μπορούν να εντοπιστούν και να επιβεβαιωθούν.

1.11. Απαίτηση για κριτικό πνεύμα και «φιλτράρισμα» για το τι προσθέτει κάτι στη συζήτηση και το τι αποτελεί φλυαρία – πλεονασμό – αερολογία –επανάληψη.

Όπως φαίνεται από όλες τις παραπάνω δυσκολίες, είναι αναγκαίο κατά τη διαδικασία της ανάλυσης να υπάρχει κριτικό πνεύμα, υπομονή και φιλτράρισμα, για το τι πραγματικά χρειάζεται και αποτελεί μέρος επιχειρηματολογίας στη συζήτηση και επί του θέματος και τι δεν αφορά τον σκοπό του αναλυτή και εμπίπτει σε κατηγορίες έξω από το χώρο που εξετάζει.

2. Τα Επιχειρηματολογικά Σχήματα και η γενικότερη τάση που επικρατεί στον τρόπο με τον οποίο επιχειρηματολογεί το κοινό

Μπορεί η στατιστική και τα νούμερα να μην λένε πάντα την αλήθεια, άλλα οι ποσότητες στην ανάλυση που κάναμε μπορούν να μας δώσουν μία καλή εικόνα για τα δομημένα στοιχεία που συναντά κανείς στην ανάλυση ενός αδόμητου διαλόγου.

Πριν περάσουμε όμως στην αναφορά των στοιχείων που εντοπίσαμε, έχει νόημα να κάνουμε και μία σύγκριση ανάμεσα στους διαλόγους που χρησιμοποιήθηκαν, στο περιεχόμενο και τη φύση τους.

Στο διάλογο για το Δημοψήφισμα από το **opengov** η συζήτηση είναι πιο δομημένη. Πρακτικά οι χρήστες δεν συζητούν μεταξύ τους, αλλά ο καθένας απλά καταγράφει την άποψη του σχετικά με ολόκληρο το νόμο ή κάποιες πτυχές του (προφανώς ο χρήστης δεν λαμβάνει κάποια απάντηση στα σχόλιά του από το νομοθέτη). Σπάνια κάποιος χρήστης σχολιάζει την άποψη κάποιου άλλου χρήστη, ή απαντά ευθέως σε αυτόν. Έτσι, στο **opengov** βλέπουμε περισσότερο μία παράθεση απόψεων επί ενός θέματος (νόμου), παρά συζήτηση ανάμεσα στους χρήστες.

Στο άρθρο για την Κατάργηση των Πανελληνίων από το **antinews** οι χρήστες, εκτός του ότι εκφράζουν την άποψή τους σχετικά με ένα θέμα, κάνουν και διάλογο μεταξύ τους στα σχόλια. Αυτό κάνει τη διαδικασία πιο δύσκολη, καθώς εκεί η κουβέντα μπορεί να ξεφύγει πιο εύκολα και να απομακρυνθεί από το Qualified Claim. Επίσης στο **antinews** συμμετέχει στην κουβέντα που γίνεται στα σχόλια και ο αρθρογράφος, έχοντας έτσι τη δυνατότητα να λύσει απορίες, να κάνει διευκρινίσεις και να αλληλεπιδράσει με τους χρήστες.

Φυσικά οι διάλογοι πέραν των διαφορών τους έχουν και πολλές αυτονόητες ομοιότητες. Πραγματοποιούνται στο διαδίκτυο, η συμμετοχή σε αυτούς είναι ελεύθερη και ο καθένας μπορεί να εκφράσει τη γνώμη του, δεν υπάρχουν περιορισμοί σε αριθμό απόψεων ή λέξεων και γενικά το σκηνικό είναι παντού το ίδιο, απλά με διαφορετικό περιεχόμενο.

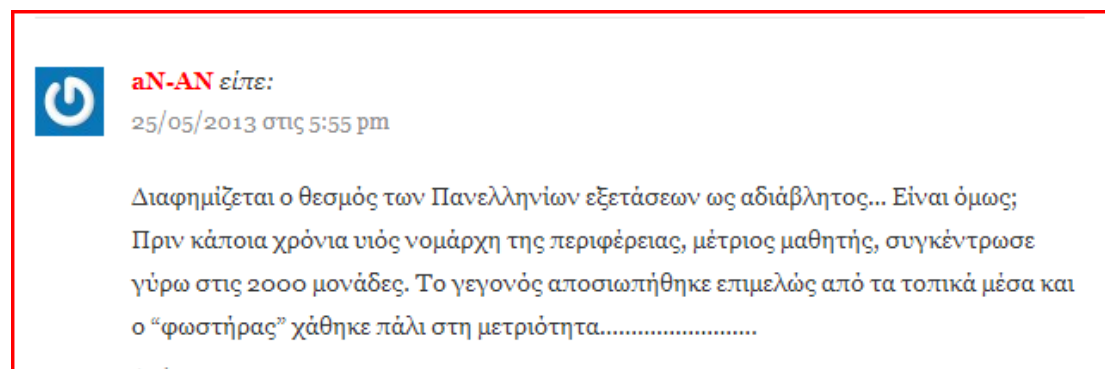
Έχοντας λοιπόν μιλήσει και για τη φύση των διαλόγων, μπορούμε τώρα να περάσουμε και στις παρατηρήσεις μας σχετικά με τα στοιχεία Δομημένης Επιχειρηματολογίας που εμφανίζονται σε αυτές τις συζητήσεις.


Όπως αναφέραμε και στο κεφάλαιο της οπτικοποίησης των διαλόγων για κάθε διάλογο χωριστά, στο διάλογο για τις Πανελλήνιες συναντά κανείς τα ακόλουθα Επιχειρηματολογικά Σχήματα:

- Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης (Εμφανίζεται σε 21 επιχειρήματα)
- Επίθεση στο ήθος (Εμφανίζεται σε 4 επιχειρήματα)
- Αρνητικές συνέπειες (Εμφανίζεται σε 20 επιχειρήματα)
- Θετικές συνέπειες (Εμφανίζεται σε 8 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα μέσω αναλογίας (Εμφανίζεται σε 8 επιχειρήματα)
- Θέση γνώσης (Εμφανίζεται σε 2 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα μέσω παραδείγματος (Εμφανίζεται σε 6 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα λόγω σημαδιού (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)
- Επίκληση στην αυθεντία (Εμφανίζεται σε 2 επιχειρήματα)
- Επίκληση σε δημοφιλή άποψη (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)

Σε 125 πλαίσια διαλόγου δηλαδή (κάποια εκ των οποίων δεν αποτελούν απαραίτητως επιχειρήματα, αλλά απλές προτάσεις ή κριτικές ερωτήσεις) συναντώνται 73 επιχειρήματα που μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση κάποιο Επιχειρηματολογικό Σχήμα. Τα Επιχειρηματολογικά σχήματα στα οποία κατατάσσονται τα επιχειρήματα αυτά είναι 10 (από τα 96 που αναφέραμε ότι υπάρχουν και από τα 15 που σημειώσαμε ότι φαίνεται να επικρατούν), από τα οποία μάλιστα μόλις τα 5 εμφανίζουν αξιοσημείωτη συχνότητα. Αυτά είναι η Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης, οι Αρνητικές/Θετικές συνέπειες, το Επιχείρημα μέσω αναλογίας, το Επιχείρημα μέσω παραδείγματος και η Επίθεση στο ήθος. Εδώ πρέπει να σημειωθεί για μία ακόμη φορά πως δεν γνωρίζουμε αν οι χρήστες επιχειρηματολογούν αξιοποιώντας επιχειρηματολογικά σχήματα εν γνώσει τους και ότι για να προκύψουν τα σχήματα που περιγράφουμε, τα αρχικά σχόλια έχουν υποστεί μετατροπές.

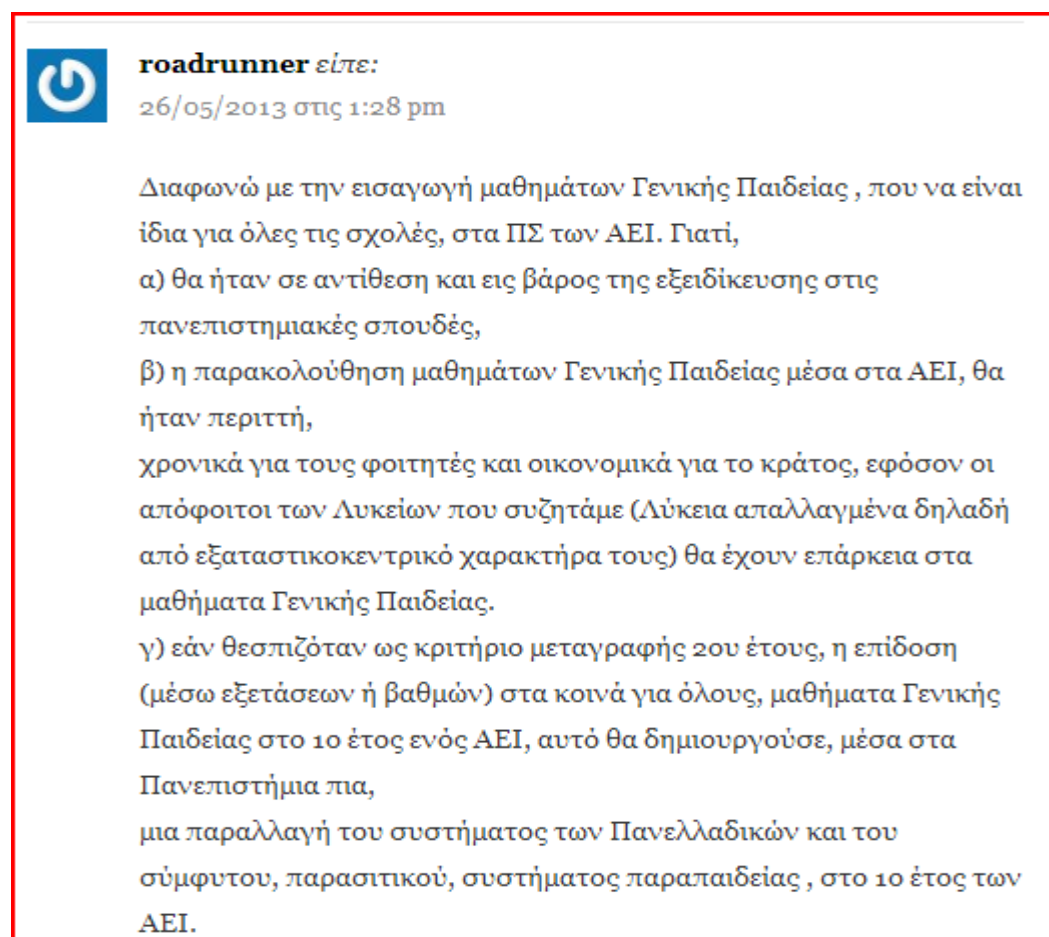
Επίσης, παρατηρώντας τη συζήτηση βλέπουμε πολύ συχνή εμφάνιση Απλών και Συγκλινόντων επιχειρημάτων. Στις εικόνες που ακολουθούν φαίνονται παραδείγματα για την κάθε περίπτωση:




 **aN-AN** *είπε:*
25/05/2013 στις 5:55 pm

Διαφημίζεται ο θεσμός των Πανελληνίων εξετάσεων ως αδιάβλητος... Είναι όμως; Πριν κάποια χρόνια υιός νομάρχη της περιφέρειας, μέτριος μαθητής, συγκέντρωσε γύρω στις 2000 μονάδες. Το γεγονός αποσιωπήθηκε επιμελώς από τα τοπικά μέσα και ο «φωστήρας» χάθηκε πάλι στη μετριότητα.....

Εικόνα 23. Παράδειγμα Απλού Επιχειρήματος. Ο σχολιαστής υποστηρίζει με ένα μόνο παράδειγμα ότι ο θεσμός των Πανελληνίων δεν είναι αδιάβλητος. Εδώ χαρακτηριστικά φαίνεται πώς το ίδιο επιχείρημα μπορεί να κατηγοριοποιηθεί από τη μία ως Απλό Επιχείρημα και ταυτόχρονα να καταταγεί και στο Επιχειρηματολογικό Σχήμα «Επιχείρημα μέσω παραδείγματος». Εικόνα από το <http://www.antinews.gr/2013/05/25/216840/>.



 **roadrunner** *είπε:*
26/05/2013 στις 1:28 pm

Διαφωνώ με την εισαγωγή μαθημάτων Γενικής Παιδείας , που να είναι ίδια για όλες τις σχολές, στα ΠΣ των ΑΕΙ. Γιατί,

α) θα ήταν σε αντίθεση και εις βάρος της εξειδίκευσης στις πανεπιστημιακές σπουδές,

β) η παρακολούθηση μαθημάτων Γενικής Παιδείας μέσα στα ΑΕΙ, θα ήταν περιττή, χρονικά για τους φοιτητές και οικονομικά για το κράτος, εφόσον οι απόφοιτοι των Λυκείων που συζητάμε (Λύκεια απαλλαγμένα δηλαδή από εξεταστικοκεντρικό χαρακτήρα τους) θα έχουν ελάρκεια στα μαθήματα Γενικής Παιδείας.

γ) εάν θεσπιζόταν ως κριτήριο μεταγραφής 2ου έτους, η επίδοση (μέσω εξετάσεων ή βαθμών) στα κοινά για όλους, μαθήματα Γενικής Παιδείας στο 1ο έτος ενός ΑΕΙ, αυτό θα δημιουργούσε, μέσα στα Πανεπιστήμια, μια παραλλαγή του συστήματος των Πανελλαδικών και του σύμφυτου, παρασιτικού, συστήματος παραπαιδείας , στο 1ο έτος των ΑΕΙ.

Εικόνα 24. Παράδειγμα Συγκλίνοντος Επιχειρήματος. Εδώ φαίνεται εύκολα και από τον τρόπο με τον οποίο γράφει ο σχολιαστής ότι χρησιμοποιεί τρεις ανεξάρτητες μεταξύ τους προτάσεις-υποθέσεις για να εναντιωθεί στην εισαγωγή μαθημάτων Γενικής Παιδείας στο Πρόγραμμα Σπουδών των ΑΕΙ. Μάλιστα φαίνεται να επιχειρηματολογεί χρησιμοποιώντας το Επιχειρηματολογικό Σχήμα «Αρνητικές Συνέπειες». Εικόνα από το <http://www.antinews.gr/2013/05/25/216840/>

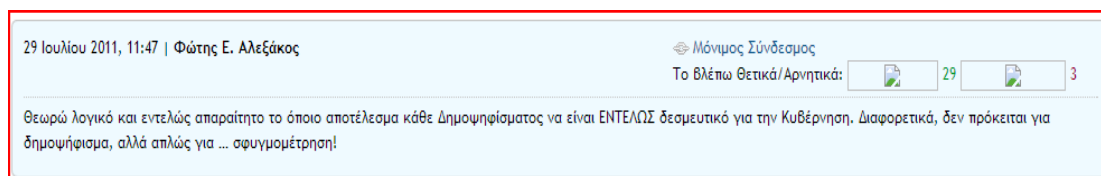
Αντιθέτως είναι δύσκολος ο εντοπισμός Συνδεδεμένων επιχειρημάτων.

Στο διάλογο για το Δημοψήφισμα συναντά κανείς τα ακόλουθα Επιχειρηματολογικά Σχήματα:

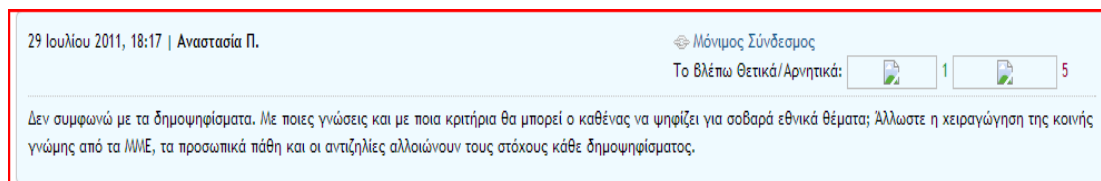
- Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης (Εμφανίζεται σε 13 επιχειρήματα)
- Επίθεση στο ήθος (Εμφανίζεται σε 9 επιχειρήματα)
- Αρνητικές συνέπειες (Εμφανίζεται σε 13 επιχειρήματα)
- Θετικές συνέπειες (Εμφανίζεται σε 27 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα μέσω αναλογίας (Εμφανίζεται σε 7 επιχειρήματα)
- Θέση γνώσης (Εμφανίζεται σε 5 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα μέσω παραδείγματος (Εμφανίζεται σε 2 επιχειρήματα)
- Επιχείρημα λόγω σημαδιού (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)
- Επιχείρημα μέσω συσχέτισης και αποτελέσματος (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)
- Επιχείρημα ως αποτέλεσμα ασυνέπειας ως προς μία δηλωμένη υποστήριξη (Εμφανίζεται σε 1 επιχείρημα)

Σε 144 πλαίσια διαλόγου δηλαδή (κάποια εκ των οποίων δεν αποτελούν απαραίτητως επιχειρήματα, αλλά απλές προτάσεις ή κριτικές ερωτήσεις) συναντώνται 79 επιχειρήματα που μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση κάποιο Επιχειρηματολογικό Σχήμα. Τα Επιχειρηματολογικά σχήματα στα οποία κατατάσσονται τα επιχειρήματα αυτά είναι 10 (από τα 96 που αναφέραμε ότι υπάρχουν και από τα 15 που σημειώσαμε ότι φαίνεται να επικρατούν), από τα οποία μάλιστα μόλις τα 5 εμφανίζουν αξιοσημείωτη συχνότητα. Αυτά είναι η Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης, οι Αρνητικές/Θετικές συνέπειες, το Επιχείρημα μέσω αναλογίας, η Θέση Γνώσης και η Επίθεση στο ήθος.

Και εδώ, παρατηρώντας τη συζήτηση βλέπουμε πολύ συχνή εμφάνιση Απλών και Συγκλινόντων επιχειρημάτων. Στις εικόνες που ακολουθούν φαίνονται και πάλι παραδείγματα για την κάθε περίπτωση:



Εικόνα 25. Παράδειγμα Απλού Επιχειρήματος. Ο σχολιαστής υποστηρίζει ότι το αποτέλεσμα του δημοψηφίσματος πρέπει να είναι δεσμευτικό με μία μόνο πρόταση-υπόθεση. Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/yves/?p=1148&cpage=1#comments>



Εικόνα 26. Παράδειγμα Συγκλίνοντος Επιχειρήματος. Ο σχολιαστής τίθεται κατά του θεσμού του δημοψηφίσματος χρησιμοποιώντας δύο ανεξάρτητες μεταξύ τους προτάσεις υποθέσεις. Εικόνα από το <http://www.opengov.gr/yves/?p=1148&cpage=1#comments>

Συνοψίζοντας τις παρατηρήσεις μας από την ανάλυση των διαλόγων βλέπουμε ότι σε αυτούς εμφανίζονται συνολικά 12 Επιχειρηματολογικά Σχήματα. Τα 8 είναι κοινά μεταξύ των διαλόγων και είναι τα ακόλουθα:

1. Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης
2. Επίθεση στο ήθος
3. Αρνητικές συνέπειες
4. Θετικές συνέπειες
5. Επιχείρημα μέσω αναλογίας
6. Θέση γνώσης
7. Επιχείρημα μέσω παραδείγματος
8. Επιχείρημα λόγω σημαδιού

Από τα υπόλοιπα 4, δύο εμφανίζονται στο διάλογο για τις Πανελλήνιες και είναι η Επίκληση στην Αυθεντία και η Επίκληση σε Δημοφιλή Άποψη και δύο εμφανίζονται στη συζήτηση για το Δημοψήφισμα και είναι το Επιχείρημα μέσω συσχέτισης και αποτελέσματος και το Επιχείρημα ως αποτέλεσμα ασυνέπειας ως προς μία δηλωμένη υποστήριξη.

Συνολικά οι πιο δημοφιλείς τρόποι Επιχειρηματολογίας μοιάζουν να είναι η Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης, οι Αρνητικές/Θετικές συνέπειες, το Επιχείρημα μέσω αναλογίας, η Επίθεση στο ήθος, η Θέση γνώσης και το Επιχείρημα μέσω παραδείγματος.

Πέραν των παραπάνω, η ποικιλία που εμφανίζουν τα επιχειρηματολογικά σχήματα μάλλον εξαρτάται και από το περιεχόμενο της κουβέντας. Αν για παράδειγμα αναλύσαμε ένα επιστημονικό άρθρο, ίσως να εμφανίζονταν συχνά η Επίκληση στην αυθεντία, με παραπομπές σε άρθρα και απόψεις ειδικών. Μία τέτοια ανάλυση όμως θα αφορούσε περιορισμένο και πιο εκλεπτυσμένο κοινό και είναι πολύ πιθανό να μην περιγράφει επαρκώς το πώς λειτουργεί ο μέσος αναγνώστης του διαδικτύου.

Ακόμα όμως και στους διαλόγους που αναλύσαμε βλέπουμε διαφοροποιήσεις στη συχνότητα και στην ποικιλία των Επιχειρηματολογικών σχημάτων που σίγουρα σχετίζεται με το περιεχόμενο. Για παράδειγμα είναι λογικό στον διάλογο για τις Πανελλήνιες να εμφανίζονται περισσότερα Επιχειρήματα μέσω παραδείγματος καθώς αποτελούν ένα καθημερινό ζήτημα. Ή επίσης είναι λογικό να δούμε να εμφανίζεται στην συζήτηση για το Δημοψήφισμα το Σχήμα «Επιχείρημα ως αποτέλεσμα ασυνέπειας ως προς μία δηλωμένη υποστήριξη» που μπορεί κάλλιστα να αναφέρεται στην ασυνέπεια του λόγου κάποιου πολιτικού.

Παρατηρήθηκε επίσης το φαινόμενο σχολιαστές να υποστηρίζουν μία θέση χωρίς κάποιο επιχείρημα, αλλά ουσιαστικά δίνοντας ψήφο υπέρ. Για παράδειγμα «Ο θεσμός του δημοψηφίσματος με βρίσκει απόλυτα σύμφωνο.» ή «Οι Πανελλήνιες δεν πρέπει να καταργηθούν».

Επιπλέον, όπως αναφέρθηκε και πρωτίστως, ανεξαρτήτως Επιχειρηματολογικού Σχήματος χρησιμοποιούνται σχεδόν αποκλειστικά Απλά και Συγκλίνοντα Επιχειρήματα.

Όπως αναφέρθηκε πάντως και στην υποενότητα του κεφαλαίου που αναλύονται οι δυσκολίες της διαδικασίας ανάλυσης ενός διαλόγου, συχνά είναι δύσκολο να εντοπιστούν και να καταταγούν τα επιχειρήματα σε Επιχειρηματολογικά Σχήματα. Για τη διαδικασία αυτή απαιτείται έντονη κριτική σκέψη, χρήση υποθέσεων και φιλτράρισμα πληροφοριών. Σε αρκετές περιπτώσεις μάλιστα τα επιχειρήματα που χρησιμοποιεί ο κόσμος δεν μπορούν να καταταγούν με κάποιο τρόπο.

Η ανάλυση παρ' όλα αυτά μας δίδαξε ότι υπάρχουν και κάποιες ενδείξεις που μας καθοδηγούν γρήγορα στο ποιο Επιχειρηματολογικό Σχήμα μπορεί να χρησιμοποιείται όταν αυτές κάνουν την εμφάνισή τους. Ενδεικτικά, για τα Σχήματα που εντοπίσαμε να χρησιμοποιούνται περισσότερο, αναφέρουμε:

1. Τοποθέτηση μέσω λεκτικής κατάταξης

Εδώ οι ενδείξεις είναι συνήθως προσπάθειες ορισμού μίας κατάστασης και τοποθέτησης της σε ένα ευρύτερο πλαίσιο που την περιγράφει και τη χαρακτηρίζει. Σε αυτήν μας καθοδηγούν λέξεις όπως «κατηγοριοποιείται», «ανήκει», «κατατάσσεται», «αποτελεί μέλος»

2. Επίθεση στο ήθος

Ενδείξεις αυτού του σχήματος αποτελούν επίθετα με προσβλητικό, μειωτικό και υβριστικό περιεχόμενο, όπως πχ «αναξιόπιστος», «ψεύτης», «συμφεροντολόγος», «κακόβουλος»

3. Αρνητικές συνέπειες /Θετικές συνέπειες

Ενδείξεις αυτού του σχήματος αποτελούν εκφράσεις όπως «θα έχει σαν αποτέλεσμα», «θα έχει σαν συνέπεια», «θα προκαλέσει», «θα επιφέρει», «θα οδηγήσει» και γενικότερα φράσεις που δηλώνουν αποτέλεσμα και συνέπεια.

4. Επιχείρημα μέσω αναλογίας

Ενδείξεις αυτού του σχήματος αποτελούν συγκριτικές εκφράσεις πχ «όπως... έτσι και...», «λειτουργεί σαν», «είναι όμοιο με» «παρουσιάζει/έχει ανάλογη/παρόμοια συμπεριφορά με»

5. Θέση γνώσης

Ενδείξεις αυτού του σχήματος αποτελούν ρήματα και φράσεις όπως «γνωρίζω», «από προσωπική εμπειρία», «ως ειδήμων επί του θέματος», «διαβεβαιώνω». Όπου εμφανίζονται τέτοιου είδους εκφράσεις, μπορεί κανείς να αναζητήσει επιχείρημα από Θέση Γνώσης.

6. Επιχείρημα μέσω παραδείγματος

Ενδεικτικά αυτού του σχήματος αποτελούν προφανώς εκφράσεις όπως «για παράδειγμα», «πχ», «λόγου χάρη» και ό,τι άλλο μπορεί να προσδιορίζει παράδειγμα.

7. Επιχείρημα λόγω σημαδιού

Ενδεικτικά αυτού του σχήματος αποτελούν εκφράσεις όπως «δείχνει», «σημαίνει», «αποτελεί σημάδι».

8. Επίκληση στην αυθεντία

Ενδεικτική του σχήματος είναι οποιαδήποτε παραπομπή σε άλλο πρόσωπο ή σε οποιαδήποτε πηγή

9. Επίκληση σε Δημοφιλή Άποψη

Ενδεικτικά του σχήματος αυτού αποτελούν φράσεις όπως «είναι γνωστό», «πολλοί υποστηρίζουν», «όπως λέγεται», «όπως όλοι γνωρίζουν»

Προσοχή: τονίζεται ότι η εμφάνιση όλων των παραπάνω ενδεικτικών δεν σημαίνει απαραίτητως ότι υπάρχει επιχείρημα και ότι κατατάσσεται και στο Σχήμα που υποδεικνύει το ενδεικτικό. Οι φράσεις και οι εκφράσεις αυτές απλώς μας δίνουν μία καλή αφορμή για αναζήτηση επιχειρημάτων και μία καλή προϋπόθεση για το ποια είναι τα υποψήφια Επιχειρηματολογικά Σχήματα στα οποία είναι πιθανό να ανήκει το επιχείρημα.

3. Συσχέτιση Επιχειρημάτων και διαλόγου με το χρόνο

Κατά την ανάλυση των διαλόγων εξετάστηκε και το κατά πόσο σχετίζεται η ημερομηνία και ώρα διεξαγωγής ενός σχολίου με την εξέλιξη του διαλόγου, όπως επίσης και το ποια είναι η εξέλιξη του διαλόγου σε σχέση με το χρόνο. Σημειώσαμε τις εξής παρατηρήσεις:

- Ο χρόνος προσθέτει απλώς νέα επιχειρήματα, τα οποία είναι ανεξάρτητα από τη χρονική στιγμή κατά την οποία έγινε το σχόλιο.
- Πολύ συχνά ίδια επιχειρήματα επαναλαμβάνονται από χρήστες σε βάθος χρόνου. Τον κάθε χρήστη ενδιαφέρει να ακουστεί/διατυπωθεί η άποψή του, ανεξάρτητα από το αν αυτή έχει εμφανιστεί ήδη αρκετές φορές.
- Πυρήνες συζητήσεων και διαμαχών εμφανίζονται γύρω από συγκεκριμένες απόψεις (όπως φαίνεται από το διάγραμμα), χωρίς όμως να υπάρχει κάποια συσχέτιση με το χρονικό τοπίο.
- Η μόνη περίπτωση να παίζει σημαντικό ρόλο και άξιο αναφοράς ο παράγοντας χρόνος στο διάλογο, είναι να προκύψει ένα νέο δεδομένο που αφορά στο θέμα, κάποια εξέλιξη που πιθανώς να αλλάζει την υπάρχουσα κατάσταση. Κάτι τέτοιο δεν έχει φανεί μέχρι στιγμής στους δύο διαλόγους («Πανελλήνιες» , «Διενέργεια δημοψηφίσματος») καθώς και οι δύο αφορούσαν στατικά και όχι δυναμικά θέματα – θέματα δίχως κάποια δυνατότητα εξέλιξης.
- Συμπερασματικά, φαίνεται ο διάλογος να εξαρτάται αποκλειστικά από το περιεχόμενο και το είδος/ύφος των σχολίων και όχι από τη χρονική στιγμή στην οποία αυτά διατυπώνονται. Δεν μοιάζει να υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στην στιγμή που έγινε ένα σχόλιο και το περιεχόμενό του, ούτε συσχέτιση ανάμεσα στη χρονική στιγμή και το πώς αυτή επηρεάζει το κατά πόσο «φουντώνει» η κουβέντα γύρω από μία άποψη/ένα επιχείρημα.
Ο μόνος ρόλος που έχει να παίξει ο χρόνος είναι ότι αναγκαστικά κάποιες απόψεις διατυπώνονται πριν από κάποιες άλλες, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι όποια ειπωθεί πρώτη είναι πιο σημαντική – ισχυρή – σωστή ή αποδεκτή. Απλώς είναι πιθανό, μια άποψη την οποία συμερίζονται πολλοί από τους συμμετέχοντες να εμφανιστεί σχετικά νωρίς στο διάλογο. Το γεγονός αυτό όμως είναι καθαρά στατιστικό, καθώς εάν π.χ. μία άποψη την μοιράζονται 7/10 άτομα, δεν θα προκαλέσει εντύπωση εάν αυτή εμφανιστεί σχετικά νωρίς στο διάλογο. Και σε αυτή την περίπτωση όμως η «γρήγορη» εμφάνισή της έχει να κάνει με το περιεχόμενό της και όχι με το στοιχείο του χρόνου. Το ίδιο και η επανάληψή της.

4. Ο ιδανικός Γράφος Επιχειρηματολογίας (τι χρησιμοποιήσαμε, τι έλειψε και θα το θέλαμε)

Έχοντας δουλέψει πάνω στην ανάλυση και τη μετατροπή των διαλόγων από άναρχο κείμενο σε δομημένη μορφή, προσπαθήσαμε να ορίσουμε και τον ιδανικό Γράφο Επιχειρηματολογίας με βάση τις ανάγκες μας και το πώς διεξάγεται η ανάλυση. Διαπιστώσαμε ότι κάποια από τα στοιχεία που ζητάμε υπήρχαν έτοιμα στο DebateGraph, τουλάχιστον σε παραπλήσια, αν όχι στην ιδανική για εμάς μορφή.

Τα στοιχεία του DebateGraph που χρησιμοποιήσαμε έτοιμα ήταν:

- Τα premises που εξυπηρέτησαν την ανάγκη μας να ξεχωρίσουμε τις θέσεις με τις οποίες ο προτείνων υποστηρίζει την τελική πρόταση-συμπέρασμα της επιχειρηματολογίας του.
- Το supportive argument που εξυπηρέτησε την ανάγκη μας να ξεχωρίζουμε τα επιχειρήματα που υποστηρίζουν απευθείας την τελική πρόταση-συμπέρασμα, ή άλλες περιφερειακές προτάσεις της επιχειρηματολογίας, οι οποίες όμως δεν αποτελούν επιχειρήματα.
- Το opposing argument που εξυπηρέτησε την ανάγκη μας να ξεχωρίζουμε τα επιχειρήματα που αντικρούουν απευθείας την τελική πρόταση-συμπέρασμα, ή άλλες περιφερειακές προτάσεις της επιχειρηματολογίας, οι οποίες όμως δεν αποτελούν επιχειρήματα.
- Το Backing που εξυπηρέτησε την ανάγκη μας να ξεχωρίζουμε τα επιχειρήματα που υποστηρίζουν άλλα επιχειρήματα, είτε αυτά είναι του προτείνοντα είτε του κοινού
- Το Refutation που εξυπηρέτησε την ανάγκη μας να ξεχωρίζουμε τα επιχειρήματα που αντικρούουν άλλα επιχειρήματα, είτε αυτά είναι του προτείνοντα είτε του κοινού
- Το Issue που εξυπηρέτησε την ανάγκη μας να σημειώσουμε περιφερειακές προτάσεις που δεν αποτελούν επιχειρήματα, αλλά είναι άλλοι άξονες συζήτησης σχετική πάντα με το κεντρικό θέμα του διαλόγου.

Στοιχεία που λείπανε και ιδανικά θα θέλαμε να έχουμε είναι:

- Αναφορά στην τελική πρόταση-συμπέρασμα (Qualified Claim) για το οποίο κάναμε αναφορά στα details του τίτλου του χάρτη. Ουσιαστικά για μας η αρχή του χάρτη αποτελεί το Qualified Claim.
- Αναφορά στον όρο Critical Question για το οποίο χρησιμοποιώ την ερώτηση How.
- Προκαθορισμένη επιλογή Επιχειρηματολογικού Σχήματος. Στο DebateGraph δεν υπάρχει καμία αναφορά σε επιχειρηματολογικά σχήματα που είναι πιθανό να χρησιμοποιούνται από τους χρήστες. Η

εισαγωγή της περιγραφής του επιχειρηματολογικού σχήματος (όπου υπάρχει τέτοιο) γίνεται χειροκίνητα στα details κάθε θέσης που παρουσιάζεται στο χάρτη. Εκεί, όπως περιγράψαμε, σημειώνεται ο τίτλος του επιχειρηματολογικού σχήματος και γράφεται αναλυτικά το επιχείρημα σε μορφή που να ταιριάζει στο καλούπι του Επιχειρηματολογικού Σχήματος που κρίνουμε ότι χρησιμοποιεί ο χρήστης για να εκφράσει τη θέση του.

Ιδανικά θα θέλαμε ο Γράφος Επιχειρηματολογίας που χρησιμοποιούμε για την απεικόνιση του διαλόγου σε χάρτη να μας επιτρέψει να διαλέξουμε ανάμεσα σε κάποια έτοιμα Επιχειρηματολογικά Σχήματα, σε όποια περίπτωση θεωρούμε ότι αυτά εμφανίζονται και η επιλογή να φαίνεται δίπλα στη διατύπωση της θέσης του χρήστη, με κλικ σε αντίστοιχο κουμπί εντός του πεδίου διατύπωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Σύνοψη

Συνοψίζοντας τη διαδικασία ανάλυσης, μπορούμε να πούμε ότι η μετατροπή του αδόμητου διαλόγου σε δομημένη μορφή αξιοποιώντας ένα Γράφο Επιχειρηματολογίας έχει νόημα και είναι σημαντική, αλλά δεν είναι πάντα εύκολη. Έχει νόημα και είναι σημαντική, διότι αποδείχθηκε πως το θέμα που συζητείται στο διάλογο γίνεται πολύ πιο εύκολο στην παρακολούθηση και τη συμμετοχή μέσα από τη διαδικασία φιλτραρίσματος και αποπροσωποποίησης της συζήτησης, αλλά και μέσα από τον τρόπο με τον οποίο αυτή παρουσιάζεται χάρη στο χάρτη που δημιουργείται. Ο χάρτης αυτός συνοψίζει απόλυτα το θέμα και είναι ιδιαίτερος αναλυτικός, χωρίς όμως να κουράζει ή να μπερδεύει και τουλάχιστον όχι τόσο όσο το χάος και η φλυαρία του αδόμητου διαλόγου. Επιπλέον, χάρη στη δομημένη και περιεκτική αυτή παρουσίαση, η διαδικασία παρακολούθησης και συμμετοχής στο διάλογο καταναλώνει σημαντικά λιγότερο χρόνο.

Η ανάλυση είναι επίσης σημαντική γιατί αποκαλύπτει και τον τρόπο με τον οποίο επιχειρηματολογούν οι χρήστες του διαδικτύου. Η πληροφορία αυτή έχει ενδιαφέρον καθώς, εντοπίζοντας το ποια είναι τα επιχειρήματα και ποια είναι η δομή των επιχειρημάτων, επισπεύδεται σημαντικά η διαδικασία ανάλυσης και μετατροπής του διαλόγου σε χάρτη. Έχοντας τη δυνατότητα να διακρίνουμε τι αποτελεί επιχείρημα και τι όχι, καθώς και το ποια είναι η δομή του επιχειρήματος, μπορούμε πολύ εύκολα να μετατρέψουμε την αδόμητη συζήτηση σε δομημένη. Αξιοποιώντας επίσης τις αρχές της Δομημένης Επιχειρηματολογίας, μπορούμε να διευκολύνουμε οι ίδιοι τη συζήτηση, καθώς διατυπώνοντας δομημένα επιχειρήματα γίνεται απόλυτα ξεκάθαρη η θέση του καθενός και διευκολύνεται ο διάλογος.

Παρ' όλα αυτά, λόγω ακριβώς της πολυπλοκότητας της φύσης του ανθρώπου υπάρχουν αρκετές δυσκολίες στη διαδικασία. Αυτές έχουν να κάνουν κυρίως με την κριτική σκέψη και το φιλτράρισμα που απαιτείται κατά τη δόμηση των αδόμητων στοιχείων, καθώς και το πώς μπορεί κάποιο στοιχείο να ερμηνευτεί με περισσότερους από έναν τρόπους. Ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει κεντρικό ρόλο στη διαδικασία και όσο και αν υπάρχουν κάποιες λέξεις κλειδιά όπως υποδείξαμε, θα χρειαστεί μεγάλη προσπάθεια έτσι ώστε υπολογιστές και Τεχνητή Νοημοσύνη να μπορέσουν να αντικαταστήσουν πλήρως τον άνθρωπο στη διαδικασία εντοπισμού των επιχειρημάτων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] Oxford Dictionaries, <http://www.oxforddictionaries.com/>
- [2] Ann Macintosh, Thomas F. Gordon & Alastair Renton (2009): Providing Argument Support for E-Participation, Journal of Information Technology & Politics, 6:1, 43-59
- [3] “Elements of Argumentation”, by Philippe Besnard and Anthony Hunter, MIT Press, 2008
- [4] “Fundamentals of Critical Argumentation”, by Douglas Walton, Cambridge University Press, 2006
- [5] Reasoning Resources, by Dr. Mike Labossiere, <http://reasonresources.wordpress.com/>
- [6] A review of argumentation for the Social Semantic Web, by Jodi Schneider Tudor Groza and Alexandre Passant, IOS Press, 2013
- [7] <http://debategraph.org>
- [8] «Δομημένη Επιχειρηματολογία στο Περιβάλλον Web 2.0», Δημήτριος Ι. Παπαδόπουλος, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, 2012
- [9] The World Bank, <http://www.worldbank.org/>