

ÉRVELÉSI HIBA, MEGTÉVESZTÉS, MANIPULÁCIÓ

I. ÉRVELÉSI HIBA

A „szónok” nem ismeri a lehetőségeket, tájékozatlan, figyelmetlen, feledékeny stb. és ezért hibázik.

Hibás lehet:

1. az érvelés anyaga: hamis az érvelés során használt információ,
2. az érvelés módja: nem megfelelő az érv logikája.

II. MANIPULÁCIÓ

„a jó érvelés látszatát keltő, szándékos érvelési hiba az emberek megtévesztése céljából. Az érvelés összes lehetőségét fel lehet használni megtévesztésre (Retorikai lexikon: 751).”

A manipuláció négyféle stratégia alapján valósulhat meg:

1. Az információ egy részének és beszélő (manipulatív) szándékának elhallgatása.
2. Információközlés kommunikatív szándék nélkül („A lányomnak mondom, hogy menyem is értse”).
3. Feltétlen egyetértésre kényszerítő nyelvi elemek használata pl. tud, sajnál, elfelejt stb.
(„Ahogy mindannyian tudjuk, XY a legkorruptabb politikus.”).
4. Logikailag hibás nyelvi elemek használata.

A manipuláció tudatos félrevezetés, amely a manipulált felet megalapozatlan következtetés elfogadására készíti. Előfordulhat persze, hogy a közlő szándéka nem manipulatív, csak (ő is) rosszul tud valamit, vagy nem tudatosan követ el érvelési hibát. A manipuláció megállapításának nagyon fontos eleme a szándékosság.

III. AZ „AD” ÉRVEK

A logika érvelési hibának tartja őket, mivel logikai szempontból érvénytelen következtetésre, lényegtelen információkra épülnek. A hétköznapi érvelési gyakorlatba azonban lehet eredményesen és etikusan használni őket, de vissza is lehet élni velük. Nézzünk egy példát részletesebben!

Az argumentum ad misericordiam, a sajnálatra hivatkozás érvét sokszor használják manipulatív módon, pl. amikor egy erőszakos bűnözőt a nehéz gyerekkorára hivatkozva mentegtetnek, ugyanakkor néha ez a védelem egyetlen lehetősége.

Kölcsey Ferenc: Gyermekgyilkos R. d. M. ügyében c. védőbeszédében elismeri védenca bűnét, viszont enyhítő körülményként kelt sajnálatot íránta: a gyermeket nemző férfi becsapta a megesett lányt, aki részben a korban a „törvénytelen gyermeket” szülő nők és gyermekük iránti megvetést kerülendő, részben a gyermek eltartásának gondja miatt követte el tettét.

→ Az „ad” érvek:

1. Argumentum ad antiquitatem (érv a régiséghez): azért jó, mert régi
2. Argumentum ad baculum (érv a bothoz, bunkóérv): erőszak
3. Argumentum ad crumenam (érv a pénztárcához): „a drágább jobb”
4. Argumentum ad personam (érv az emberhez, ill. a személyhez): személyeskedés, az ellenfél személyének támadása az érvei helyett
5. Argumentum ad ignorantiam (érv a tudatlansághoz): bizonyítatlan információra épített érvelés (tkp. a legtöbb áltudományos érv ilyen)
6. Argumentum ad invidiam (érv a gyűlölethez): kirohanás valaki ellen
7. Argumentum ad lazarum (érv a szegénységhez): pl. az ún. megélhetési bűnözés védelme
8. Argumentum ad logicam (érv a logikához): hivatkozás az érvelés logikai szerkezetére
9. Argumentum ad misericordiam (érv a szánakozó szívhez): apellálás a sajnálatra
10. Argumentum ad nauseam (érv az unalomhoz): a sokszor ismételt állítások igazabbnak tűnnek
11. Argumentum ad novitatem (érv az újdonsághoz): azért jó/jobb valami, mert új
12. Argumentum ad oculos (érv a szemhez): bemutatás, szemléltetés; a modern technikával könnyen hamisítható (pl. a reklámokban látható fehérebb ruhák)
13. Argumentum ad populum (érv a néphez): a tömegekhez fordulás
14. Argumentum ad verecundiam (érv a tisztelethez): a (feltételezett) tekintélyre hivatkozás

IV. EGYÉB ÉRVELÉSI HIBÁK ÉS MANIPULÁCIÓK:

1. Csúszka hiba, csúszós lejtő (slippery slope): A többszörös ok-okozati láncban valahol nem jó a kapcsolódás. Pl. *Minél többet tanulok, annál többet tudok. Minél többet tudok, annál többet felejtek. Minél többet felejtek, annál kevesebbet tudok. Szóval miért tanuljak?*
2. Post hoc ergo proper hoc: feltételezett ok-okozati viszony, amely az egymásutániságon alapul.
Pl. *„Minden elhunyról kiderült, hogy a halála előtt ivott vizet, tehát a víz mérgező.”*
3. Hamis felosztás, ill. hamis dilemma (nem mutatja az összes lehetőséget, csak a „szélső” eseteket) Pl.: *„Kéi legyen a gyerek: a szülőé, aki eldobta, vagy a transzvesztitáé, aki felneveli?”*
4. Hamis összetétel, vagy vakcsoporttechnika, amikor nem (egységes csoportként) létező közössége szólítanak meg pl.: *„a köztársaság barátai”*
5. Hamis beállítás pl.: *megszorítás – reform*
6. Hamis analógia pl. *cigaretta és a csokoládé* (mindkettő élvezeti cikk, ugyanúgy kellene kezelni őket)
7. Túl sokat állító kérdés pl. *„Mikor hagyod abba a feleséged verését?”*
8. Agresszív kérdés pl. *„Te mindig csalsz?”*
9. Választó kérdés, amikor hamis, vagy valószínűtlen alternatívákat kínálnak fel választásra pl. *„Megvásárolja most a termékünket vagy fakó, töredezett haját választja?”*
10. Figyelemelterelő kérdés pl. *„Beterjesztette ezt módosító indítványként?”*
11. Reductio ad absurdum: abszurd következtetések pl. ha a főnök komolyabb ellenőrzést akar, a tiltakozó dolgozók olyasmit mondanak, hogy utánuk akar menni a wc-re.
12. Ignoratio elenchi, azaz a vörös hering technika: a hallgató/olvasó figyelmének elterelése valami lényegtelenrel
13. Az üzenet kézbesítése, azaz a csomagolástechnika: pl. áru vonzó csomagolása, személyek „csomagolása” (fizikai vonzóság, társadalmi helyzet, imázs)
 - a) Manipulatív nyelvhasználat: erénykapcsolók (demokrácia, szabadság, organikus stb.), méregszavak (náci, terror stb.)
14. A társadalmi konszenzus, vagy társadalmi bizonyíték \approx argumentum ad populum
15. A rábeszélés önkiszolgáló módszere pl. *„Írja meg, miért kedveli X terméket!”*
16. Az érzelmi húrok pengetése; a leggyakoribb érzelmi hatások:
 - a) Félelem pl. *„Ön nem tart a betegségektől? Akkor miért nem szedi az X étrendkiegészítőt?”*
 - b) Bűntudat pl. *„Nem fontos Önnek a családja egészsége?”*
 - c) A kölcsönösség elve pl. amikor adománygyűjtők valamilyen apróbb ajándékot adnak először
 - d) A „rád csapott ajtó technikája”: először eltúlzott kéréssel állnak elő, majd azt mérséklik pl. nagyon drágán kínálnak valamit eladásra, majd „árengedményt” adnak
 - e) Elkötelezettség: „tedd-be-a-lábad-az-ajtó-nyílásába” technika: először kismértékű elkötelezettséget ér el
 - f) A ritkaság és a fantomok: *„csak korlátozott számban”, „amíg a készlet tart”*
 - g) Csábítás
 - h) Rokonszenv

Irodalom

Aczél Petra 2009: *Új retorika. Közélet, kommunikáció, kampány.* Kalligram, Pozsony

Adamikné Jászó Anna 2013: *Klasszikus magyar retorika. Argumentáció és stílus.* Holnap Kiadó, Budapest

Árvay Anett 2003: A manipuláció és a meggyőzés pragmatikája a magyar reklámszövegekben. *Általános Nyelvészeti Tanulmányok*, Vol. 20. 11-35.

Cialdini, Robert B. 2009: *Hatás. A befolyásolás pszichológiája.* Ford.: Garai Attila. HVG Kiadó Zrt., Budapest

Eckhouse, Barry 1999: *Competitive Communication. A Rhetoric for Modern Business.* Oxford University Press, New York, Oxford

Pratkanis, Anthony R. - Aronson, Elliot 2012: *A rábeszélőgépj - Élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével.*

Ford.: Vámos Miklós, Ab Ovo, Budapest