

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort . . . . .	9
<b>I. Einleitung . . . . .</b>	<b>11</b>
1. Politische und ethische Voraussetzungen . . . . .	11
2. Theoretische Fundierung . . . . .	13
3. Anspruch und Grenzen . . . . .	15
4. Ein Beispiel zur Einführung . . . . .	17
<b>II. Das Grundmodell . . . . .</b>	<b>19</b>
1. Zielaussage . . . . .	19
1.1 Faktive und normative Zielaussagen . . . . .	20
1.2 Dualziel- und Pluralziel-Argumentationen . . . . .	23
2. Argument . . . . .	27
2.1 Argument, Argumentsatz und Argumentregel . . . . .	27
2.2 Aufbau einer einfachen Argumentation . . . . .	32
3. Subargumentation . . . . .	34
4. Einwandformen . . . . .	42
4.1 Argumentative Entgegnungen . . . . .	42
4.2 Einfache Negationen . . . . .	50
<b>III. Argumentative Logik . . . . .</b>	<b>52</b>
1. Methoden der Sacherschließung . . . . .	52
2. Methoden der Normenbegründung . . . . .	56
3. Analytische Ableitungen . . . . .	60
4. Logische Form faktiver Argumente . . . . .	64
4.1 Indizargumente . . . . .	64
4.2 Attestargumente . . . . .	68
5. Logische Form normativer Argumente . . . . .	69
5.1 Vorteilsargumente . . . . .	69
5.2 Gebotsargumente . . . . .	72
6. Dimensionen der Beweiskraft . . . . .	74
6.1 Exklusivität bzw. Teilexklusivität . . . . .	74
6.2 Haltbarkeit und Schlüssigkeit . . . . .	77
6.3 Triftigkeit und Durchschlagskraft . . . . .	78
<b>IV. Argumentative Qualität . . . . .</b>	<b>83</b>
1. Indizargumente . . . . .	84

1.1	Aufbau eines Einzelarguments . . . . .	84
1.2	Erscheinungsformen . . . . .	85
1.2.1	Präindizien . . . . .	87
1.2.2	Parallelindizien . . . . .	89
1.2.3	Postindizien . . . . .	90
1.3	Subargumentation . . . . .	91
1.3.1	Begründung von Argumentsätzen . . . . .	91
1.3.2	Begründung von Argumentregeln . . . . .	92
2.	Vorteilsargumente . . . . .	94
2.1	Aufbau eines Einzelarguments . . . . .	95
2.2	Erscheinungsformen . . . . .	96
2.3	Subargumentation . . . . .	101
2.3.1	Begründung von Argumentsätzen . . . . .	101
2.3.2	Begründung von Argumentregeln . . . . .	103
3.	Attestargumente . . . . .	108
3.1	Aufbau eines Einzelarguments . . . . .	108
3.2	Argumentative Funktion . . . . .	109
3.3	Subargumentation . . . . .	112
3.3.1	Begründung von Argumentsätzen . . . . .	112
3.3.2	Begründung von Argumentregeln . . . . .	113
4.	Gebotsargumente . . . . .	116
4.1	Aufbau eines Einzelarguments . . . . .	116
4.2	Argumentative Funktion . . . . .	118
4.3	Erscheinungsformen . . . . .	119
4.4	Subargumentation . . . . .	122
4.4.1	Begründung von Argumentsätzen . . . . .	122
4.4.2	Begründung von Argumentregeln . . . . .	123
V.	Die Beweiskraft von Einzelargumenten . . . . .	128
1.	Die Beweiskraft faktiver Einzelargumente . . . . .	128
1.1	Durchschlagsargumente . . . . .	128
1.2	Wahrscheinlichkeitsargumente . . . . .	130
1.3	Voraussetzungsargumente . . . . .	138
2.	Die Beweiskraft normativer Einzelargumente . . . . .	140
2.1	Vorteilspräferenzen . . . . .	141
2.1.1	Höhenpräferenz . . . . .	141
2.1.2	Artenpräferenz . . . . .	144
2.1.3	Sicherheitspräferenz . . . . .	145
2.1.4	Zeitpräferenz . . . . .	148
2.2	Gebotspräferenzen . . . . .	149
2.2.1	Kompetenzpräferenz . . . . .	150
2.2.2	Sanktionspräferenz . . . . .	151
2.2.3	Intensitätspräferenz . . . . .	151

VI.	Die Beweiskraft von Argumentverknüpfungen	153
1.	Die Beweiskraft faktiver Argumentverknüpfungen	153
1.1	Verknüpfung von Durchschlagsargumenten	154
1.2	Verknüpfung von Wahrscheinlichkeitsargumenten	154
1.2.1	Mehrdeutigkeit statistischer Systematisierung	154
1.2.2	Superargumente	158
1.2.2.1	Superindizien mit positiver Abhängigkeit	160
1.2.2.2	Superindizien mit negativer Abhängigkeit	160
1.3	Verknüpfung von Voraussetzungsargumenten	161
1.4	Heterogene Verknüpfungen	166
1.4.1	Verknüpfung von Indiz- und Attestargumenten	166
1.4.2	Verknüpfung von Durchschlags-, Wahrscheinlichkeits- und Voraussetzungsargumenten	167
1.4.3	Verknüpfung von Argumenten und Subargumenten	168
1.4.4	Verknüpfung von Pro- und Contraargumenten	175
1.5	Exkurs: Argumentationen auf der Grundlage von Likelihood-Erwägungen	178
2.	Die Beweiskraft normativer Argumentverknüpfungen	184
2.1	Voraussetzungen einer rationalen Verknüpfung	185
2.1.1	Quantifizierung und Skalenbildung	185
2.1.2	Nichtüberschneidungsgebot	186
2.1.3	Gebot der Vollständigkeit	187
2.2	Verknüpfung von Höhen- und Artenpräferenzen	188
2.2.1	Argumentative Rechtfertigung komplexer Entscheidungen	192
2.2.2	Bildung von Superargumenten	194
2.2.3	Gefahren der argumentativen Verzerrung	196
2.3	Verknüpfungen von Höhen-, Arten-, Zeit- und Sicherheitspräferenzen	199
2.3.1	Elemente und Struktur einer komplexen Vorteilsentscheidung	199
2.3.2	Argumentative Umsetzung von entscheidungstheoretisch gestützten Handlungsempfehlungen	205
2.3.2.1	Superargumente unter dem Aspekt der Höhenpräferenz	207
2.3.2.2	Superargumente unter dem Aspekt der Artenpräferenz	209
2.3.2.3	Superargumente unter dem Aspekt der Sicherheitspräferenz	210
2.3.2.4	Superargumente unter dem Aspekt der Zeitpräferenz	211
2.3.3	Präferenzkriterien als Instrumente der Analyse	212
2.3.3.1	Höhenpräferenzen	213
2.3.3.2	Artenpräferenzen	214
2.3.3.3	Sicherheitspräferenzen	216
2.3.3.4	Zeitpräferenzen	217
2.4	Verknüpfungen von Gebotspräferenzen	219
2.4.1	Verknüpfung gleichartiger Gebotspräferenzen	220

2.4.2	Verknüpfung verschiedenartiger Gebotspräferenzen . . . . .	221
2.5	Verknüpfungen von Vorteils- mit Gebotspräferenzen . . . . .	223
VII. Formen der Scheinargumentation . . . . .		226
1.	Fehlerhafte Begründungen . . . . .	227
1.1	Mangelnde Haltbarkeit des Einzelarguments . . . . .	227
1.2	Mangelnde Schlüssigkeit des Einzelarguments . . . . .	227
1.3	Verknüpfungsfehler . . . . .	228
2.	Problematische argumentative Formen und Figuren . . . . .	229
2.1	Unvollständige Argumente . . . . .	229
2.2	Unzureichende Argumente . . . . .	230
2.3	Subbegründungen und Subentgegnungen . . . . .	231
3.	Nicht-argumentative Überzeugungsformen . . . . .	231
3.1	Rhetorische Figuren. . . . .	232
3.1.1	Zirkuläre und appellhaltige Erläuterungen . . . . .	233
3.1.2	Denkschienen . . . . .	238
3.2	Gesprächstaktiken . . . . .	240
VIII. Anhang . . . . .		246
1.	Anmerkungen . . . . .	246
2.	Analyse-Beispiele . . . . .	260
2.1	Beispiel eines journalistischen Textes: „Leihmütter“ . . . . .	260
2.2	Beispiel einer Werbeanzeige: „Helox“ . . . . .	269
2.3	Beispiel eines Streitgesprächs im Fernsehen: „Nachrüstung“ . . . . .	273
3.	Glossar . . . . .	281
4.	Literaturverzeichnis . . . . .	286