

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева

# Дисциплина «Основы логической аргументации»



Преподаватель:  
директор ИСИ, доктор  
философских наук, профессор  
кафедры РК

*Пискорская Светлана Юрьевна*

## Лекция 4. ФОРМЫ МЫШЛЕНИЯ. Суждение и умозаключение

### План

1. Суждение
2. Истинные и ложные суждения
3. Виды суждений
4. Умозаключение
5. Виды умозаключений
6. Выводы

## 1. Суждение

**Суждение** – форма мышления, в которой утверждается или отрицается связь между предметом и его признаком, отношения между предметами или факт существования предмета. Выражается схемой:  $S - P$ , где  $S$  – субъект суждения (предмет);  $P$  – предикат (понятие о признаке суждения); «–» – связка (отношение между  $S$  и  $P$ ).

Кванторы выражают количество («все», «каждый», «всякий», «только», «ни один» и т. д.).

Пример: «**Все студенты СибГУ являются активными участниками научных конференций**»

Пример: «**Некоторые сделки не являются законными**».

Вопросительные предложения суждениями не являются, поскольку ничего не отрицают и не утверждают.

## 1. Суждение

Суждения делят на **простые** и **сложные**.

**Простым** называют суждение, не включающее других суждений. Пример: «Реклама – двигатель торговли».

Суждение, состоящее из нескольких простых суждений, называют **сложным** суждением. В сложном суждении раскрывается не одна, а одновременно несколько связей между предметами мысли, при этом истинность или ложность данного суждения зависит от истинности или ложности составляющих его простых суждений.

Пример: «Иванов считает, что если он получит наследство бабушки, то сможет потратить его на оплату собственных долгов и потребности жены»

Однако часто суждения нуждаются в обосновании (в русском языке такой операции соответствует связка «потому что ...»). Например: «Одной из основных характеристик рекламы является ее неличный характер, потому что коммуникационный сигнал поступает к покупателю не лично от продавца рекламируемого товара, а через различного рода посредников».

## 2. Истинные и ложные суждения

**Истинное** - суждение, в котором утверждается связь, существующая в действительности, или отрицается связь, которой в действительности нет. Пример: «Москва – столица РФ», «Турецкая лира не является самой конвертируемой валютой на мировом рынке»

**Ложное** - суждение, в котором утверждается связь, которая в действительности отсутствует, или отрицается существующая связь. Пример: «„Аль-Каида“ не является террористической организацией», «Российский рубль – самая конвертируемая валюта на мировом рынке».

*Есть суждения, истинность которых очевидна. Однако часто суждения нуждаются в обосновании («потому что ...»). Пример: «Одной из основных характеристик рекламы является ее неличный характер, **потому что** коммуникационный сигнал поступает к покупателю не лично от продавца рекламируемого товара, а через различного рода*

## 3. Виды суждений

В зависимости от того, что утверждается или отрицается в суждении, простые суждения делят на 1) атрибутивные; 2) суждения с отношениями; 3) суждения существования.

1. **Атрибутивное** – суждение, в котором утверждается или отрицается связь между предметом и его признаком. Пример: «Сроки аренды определяются договором». Атрибутивные суждения по **качеству** делят на утвердительные (« $S$  есть  $P$ ») и отрицательные (« $S$  не есть  $P$ »).

Атрибутивные суждения по **количеству** делят на 1) единичные (субъект – единичное понятие (кванторы – «этот» и т. д.)). Пример: «Этот человек – гражданин РФ»; 2) общие (субъект – общее понятие (кванторы – «все», «каждый», «всякий», «любой» и т. д.)). Пример: «Любая реклама – это положительная оценка чего-либо...»; 3) частные (субъект – общее понятие, но суждение утверждает или отрицает нечто лишь о его части (кванторы – «некоторые», «существуют» и т. д.)). Пример: «Существуют

# Тема 1. ПРЕДМЕТ И ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

## Виды атрибутивных суждений

При объединенном делении (по качеству и количеству) выделяют общеутвердительные (А), общеотрицательные (Е), частноутвердительные (I) и частноотрицательные (О) суждения.

**Общеутвердительное** – суждение, общее по количеству и утвердительное по качеству. Логическая схема: «Все  $S$  есть  $P$ ».

Пример: «Каждая сделка должна быть оформлена в соответствии с юридическими актами».

**Общеотрицательное** – суждение, общее по количеству и отрицательное по качеству. Схема: «Ни одно  $S$  не есть  $P$ ». Пример: «Ни одно преступление не остается безнаказанным».

**Частноутвердительное** – суждение, частное по количеству и утвердительное по качеству. Схема: «Некоторые  $S$  есть  $P$ ». Пример: «Некоторые рекламные носители считаются наиболее дорогостоящими».

**Частноотрицательное** – суждение, частное по количеству и отрицательное по качеству. Схема: «Некоторые  $S$  не есть  $P$ ». Пример: «Некоторые пункты международного Кодекса рекламной практики не

## 3. Виды суждений

2. **Суждением с отношением** называют суждение об отношениях между предметами. Это отношения равенства, родства, причинно-следственной связи и т. д. Их логическая схема : « $xRy$ », где  $x$ ,  $y$  – члены отношения;  $R$  – отношение между предметами. Пример: «Семен отец Даши» (записывается формулой: « $xRy$ ») или «Неверно, что Семен отец Даши» (записывается формулой: « $\neg(xRy)$ »).

Суждения с отношениями могут быть преобразованы в атрибутивные суждения.

3. **Суждения существования** – выражают сам факт существования или не существования предмета. Выражаются логической схемой « $S$  есть  $P$ » или « $S$  не есть  $P$ ». Пример: «В Красноярске существует сеть гипермаркетов „Командор”», «МММ уже не существует».



## 4. Умозаключение

**Умозаключение** – форма мышления, посредством которой из одного или нескольких суждений выводится новое суждение.

Умозаключение состоит из посылок, заключения и вывода.

**Посылки** – это исходные суждения, из которых выводят новое суждение.

**Заключение** – это новое суждение, полученное из посылок.

**Вывод** – это логический переход от посылок к заключению.

Пример:

«Все студенты СибГУ изучают иностранный язык

Иванов А. А. является студентом СибГУ

Иванов А. А. изучает иностранный язык»

# Тема 1. ПРЕДМЕТ И ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

## 4. Умозаключение

**ВАЖНО:** если посылки (суждения) не связаны по содержанию, то вывод из них невозможен.

Пример: «Студент не получает стипендию, если он учится на коммерческой основе» и «Иванов А. А. не сдал экзамен по дисциплине „Основы рекламы”» нельзя получить заключения, так как суждения логически не связаны друг с другом.

Однако именно на этом зачастую строятся рекламные тексты, пользующиеся наибольшим успехом. Пример, реклама сока «Моя семья»:

«– Деточка, а ты не лопнешь?» (суждение в виде риторического вопроса, поскольку по смыслу является утверждением)

«– А ты налей и отойди.»

«Моя семья»

**Условия истинности выводного знания:**

- исходные посылки должны быть истинными и связанными по смыслу (содержанию);
- в процессе рассуждения необходимо соблюдать правила вывода.

# Тема 1. ПРЕДМЕТ И ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

## 5. Виды умозаключений

1. В зависимости от строгости правил вывода выделяют умозаключения **демонстративные** (необходимые, т. е. заключения, с необходимостью следующие из посылок) и **недемонстративные** (правдоподобные, т. е. заключения, предполагающие вероятностное следование из посылок).

Пример демонстративного умозаключения - планирование стратегии рекламной кампании; пример недемонстративного – планирование эффективности рекламной кампании;

2. По характеру связи между знанием различной степени общности, выраженному в посылках, и умозаключением выделяют три вида: дедуктивные (от общего к частному), индуктивные (от частного к общему), умозаключения по аналогии (от частного к частному).

Пример дедуктивного умозаключения: реклама крема «Чистая линия», в которой сначала говорится о полезных свойствах брусники, а затем – о пользе крема с экстрактом брусники: *«Среди многих растений лесной зоны самое удивительное – брусника. Поздней осенью листья брусники содержат максимальное количество тонизирующих веществ. Именно поэтому экстракт брусники стал основой для нового тонизирующего крема, созданного лабораторией „Чистая линия“ ...».*

## 5. Виды умозаключений

**Индуктивное умозаключение** характеризует переход от знания меньшей степени общности к новому знанию большей степени общности (от частного к общему). Пример : рекламные сообщения с использованием свидетельств сразу нескольких людей, из аргументов которых делается общий вывод («Ariel»: «9 женщин из 10 выбрали рубашку...»).

**Аналогия** – установление соотношения между двумя предметами, которое дает возможность переносить информацию, полученную при исследовании одного предмета на другой предмет. Такой перенос информации называется умозаключением по аналогии. Пример: «Если обычный порошок стирает так же, то зачем платить больше?».

Это может быть и ссылка на уже раскрученный товар.

Пример: слоган зубной пасты «Blendax»: «Blendax от производителя Blend-a-med», «Danissimo от DANONE», «От создателя фильма ...»

## ВЫВОДЫ

1. Кратко рассмотрели суждение как форму мышления, виды, суть истинных и ложных суждений
2. Кратко рассмотрели умозаключение как форму мышления, виды умозаключений, рассмотрели примеры из области профессиональной деятельности



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

