



Argumentieren

Drei Argumentationsfiguren

1) Führe eine **Liste** von Argumenten an:

Ein wissenschaftlicher Artikel benötigt eine klare Fragestellung. Die Gründe hierfür sind:

- a1)...
- a2)...
- a3)...

Daher ist das Exposé so wichtig; hier wird u.a. die Fragestellung geklärt.

2) Der reine **Fünf-Satz**:

Behauptung: Ein wissenschaftlicher Artikel benötigt eine klare Fragestellung.

Begründung: Nur so gelingt die Einbettung in die bestehende Wissenschaft.

Beispiel: Viele studentische Forschungsarbeiten scheitern, weil sie zuviel wollen und dabei die Fragestellung nicht klar machen.

Fazit: Für anschlussfähige Forschung muss die eigene Forschungsfrage geklärt werden.

Appell: Wenn Sie eine wissenschaftliche Qualifikationsarbeit angehen, sollten Sie auf jeden Fall ein Exposé schreiben und darin Forschungsfrage und Ansatz klären.

3) **Dialektische** Argumentation

Vermeintliche Regel: Ein wissenschaftlicher Artikel benötigt eine klare Fragestellung.

Spezifische Ausnahme: In einer "qualitativen" Exploration kann sich die Fragestellung im Forschungsprozess ändern. Dies muss im Artikel sichtbar werden.

Pro-Argument: Denn qualitative Forschung muss nachvollziehbar dargestellt.

Contra-Argument: Jedoch auch qualitative Forschung muss ein Thema bearbeiten, und dies muss mit der Fragestellung klar gemacht werden.

Fazit: Die Form der Durchführung von Forschung einerseits und die Form der Darstellung andererseits müssen gesondert betrachtet werden.

Variante: Behauptung - Begründung - Gegenargument - Entkräftung - Fazit

Argumenttypen

Faktenargument	Autoritätsargument	normatives Argument	Analogisieren-des Argument	Indirektes Argument
Überprüfbare Tatsachenbehauptung	Verweis auf eine Autorität (Experte/in)	Verweis auf eine generell akzeptierte Norm / einen Wert	Verweis auf übertragbaren Sachverhalt in einem anderen Bereich	Entkräftung der Gegenposition
"Mehr als 80 % der wissenschaftlichen Artikel benennen explizit eine Forschungsfrage."	"Prof. Mieg empfiehlt, immer eine Forschungsfrage zu benennen."	"Gute Artikel beginnen immer mit einer klaren Fragestellung."	"Wenn Sie Handelsware anbieten, müssen Sie ja auch immer angeben, was genau Sie verkaufen."	"Wer die Forschungsfrage nicht benennt, verliert leicht die Beachtung durch die Leser."