



Universiteit Utrecht

De kracht van de spreker

Invloed van bronkwaliteit op overtuigingskracht van statistische en anekdotische evidentie

Bachelor Eindwerkstuk Nederlands, herziene versie
Communicatie- en Informatiewetenschappen, Universiteit Utrecht

Naam: C.C. Kolk
Studentnummer: 3587894
Begeleider: dr. D.M.L. Janssen
Datum: 3-3-2014

Samenvatting

Dit onderzoek kijkt of er een verschil is in overtuigingskracht tussen verschillende evidentietypen ter ondersteuning van de waarschijnlijkheid van het argument. Het is interessant om te onderzoeken wat de invloed van evidentie is op de overtuigingskracht. Voorgaande onderzoeken tonen niet eenduidig aan welk evidentietype het meest overtuigend is. Dit onderzoek zal bekijken of het oordeel over de bronkwaliteit het eventuele verschil in overtuigingskracht kan verklaren. In dit experimentele onderzoek zijn evidentietype en subjectiviteit van de bron de twee onafhankelijke variabelen. De subjectiviteit is gemanipuleerd door te variëren in een mannelijke spreker en een vrouwelijke spreker.

Uit de experimenten komt naar voren dat er geen verschil is in overtuigingskracht tussen statistische en anekdotische evidentie. Een mannelijke spreker blijkt ook niet overtuigender dan een vrouwelijke spreker. Het blijkt wel dat er verband is tussen het oordeel over de bronkwaliteit en de overtuigingskracht van statistische en anekdotische evidentie. Wanneer het oordeel over de bronkwaliteit laag is, is de kans groter dat statistische evidentie overtuigender is dan anekdotische evidentie. Bij een hoog oordeel over de bronkwaliteit, blijkt de kans groter dat iemand eerder overtuigd wordt door anekdotische evidentie.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Theoretisch kader	6
2.1 Verwerking van persuasieve boodschappen.....	6
2.2 Argumentatietheorie	7
2.3 Evidentie.....	8
2.4 Bron	10
2.5 Invloed van het oordeel over de bron op evidentietype.....	11
3. Methode	13
3.1 Design.....	13
3.2 Materiaal.....	13
3.2.1 Scripts	13
3.2.2 Filmmateriaal.....	14
3.3 Respondenten	15
3.4 Afnameprocedure	16
3.5 Vragenlijst	17
4. Resultaten	19
4.1 Effect evidentietype.....	19
4.2 Effect gender van de bron	19
4.3 Effect evidentietype x gender van de bron.....	20
4.4 Invloed bronkwaliteit op de overtuigingskracht van evidentietype.....	21
4.5 Invloed bronkwaliteit op de effecten van gender van de bron	22
5. Discussie	24
5.1 Belangrijkste resultaten	24
5.2 Beperkingen	25
5.3 Aanbevelingen.....	26
6. Conclusie	27
Literatuurlijst	28
Bijlagen	31
Bijlage A Instructie vragenlijst.....	32
Bijlage B Vragenlijst anekdotische evidentie.....	33
Bijlage C Vragenlijst statistische evidentie.....	35
Bijlage D Stills uit de videoboodschappen.....	37

1. Inleiding

“Samen met vier toonaangevende vrouwenbladen daagde ik Nederland uit om ‘Oral-B Pro Expert’ tandpasta te testen. Wat zijn de ervaringen?

- *Ik ben heel positief. Ik zou het iedereen aanbevelen;*
- *Ik vind het een geweldige tandpasta. Ik zal het blijven gebruiken;*
- *Ik had na het poetsen een veel schoner gevoel, schoner dan anders.*

Dat komt omdat ‘Oral-B Pro Expert’ beschermt tegen alle punten waarop de tandartsen het meest controleren. 74% van het testpanel is erg tevreden over ‘Oral-B Pro Expert’ tandpasta.”



Figuur 1: Reclame voor tandpasta die op televisie wordt vertoond

De makers van deze reclame voor tandpasta proberen iedereen over te halen juist deze tandpasta te kopen. De bedoeling van reclames is mensen te beïnvloeden en te overtuigen. Voor reclamemakers is het natuurlijk erg belangrijk te weten hoe mensen overtuigd raken.

Overtuigen is een vorm van persuasieve communicatie; communicatie die bedoeld is om iemand zijn mening te vormen of te veranderen. Het is vaak niet voldoende om mensen te overtuigen met alleen een standpunt. In deze reclame voor tandpasta worden vrouwen aan het woord gelaten die erg positief zijn over het product. Aan het eind van de reclame laat de woordvoerster zien dat uit onderzoek blijkt dat 74% van het testpanel erg tevreden is over het product. Ten slotte komt er ook nog een tandarts in beeld die zegt dat deze tandpasta beschermt tegen alle punten waarop tandartsen het meest controleren. Alles wordt uit de kast gehaald om iedereen te overtuigen dat deze tandpasta echt goed is.

In deze reclame wordt dus op een aantal manieren het standpunt ondersteund, met als doel de mening over de kwaliteit van het product positief te beïnvloeden. Wanneer er een specifiek voorbeeld of geval wordt aangehaald, zoals in deze reclame de vrouwen die de tandpasta gebruiken, is er sprake van onderbouwing met behulp van anekdotische evidentie. Wanneer er een getalsmatige samenvatting van een aantal gevallen wordt gegeven, zoals onderzoek naar tevredenheid van gebruikers in deze reclame, is er sprake van onderbouwing met behulp van statistische evidentie.

Maar wat is overtuigender? Hier is al veel onderzoek naar gedaan, maar er komt geen eenduidige conclusie naar voren (Hornikx, 2005). Deze studie zal het verschil in overtuigingskracht tussen anekdotische en statistische evidentie onderzoeken.

Er heerst onduidelijkheid over de manier waarop evidentie de overtuigingskracht beïnvloedt. Dit onderzoek zal kijken of het oordeel over de bron van invloed is op de overtuigingskracht van evidentietypen. Maakt het verschil of het standpunt door een man of een vrouw verkondigd wordt? Een persuasieve boodschap kan door verschillende mensen op verschillende wijze gebracht worden.

Dit onderzoek zal aansluiten op eerder onderzoek naar de overtuigingskracht van evidentietypen. Maar dit onderzoek zal ook een nieuwe insteek hebben door te kijken of er een verband bestaat tussen het oordeel over de bron en de overtuigingskracht van statistische en anekdotische evidentie. De hoofdvraag in dit onderzoek luidt:

In hoeverre is het oordeel over de bron van invloed op de overtuigingskracht van statistische evidentie en anekdotische evidentie?

In hoofdstuk 2 wordt het theoretisch kader beschreven. Op basis van de literatuur zijn hypothesen opgesteld. In hoofdstuk 3 staat de methode, die in dit onderzoek is gebruikt, beschreven. Vervolgens staan in hoofdstuk 4 de resultaten en wordt in hoofdstuk 5 de discussie van dit onderzoek beschreven, waarin kritisch naar de resultaten van dit onderzoek wordt gekeken en aanbevelingen worden gedaan voor verder onderzoek. Tot slot vormt hoofdstuk 6 de conclusie.

2. Theoretisch kader

Persuasieve communicatie is belangrijk voor televisiereclames. De intentie van een persuasieve boodschap garandeert echter niet dat de ontvanger overtuigd wordt van de boodschap. Daarom is het van belang dat er goede argumenten worden aangedragen ter ondersteuning van het standpunt. Allereerst wordt besproken hoe mensen overtuigd worden (paragraaf 2.1). De rol van argumentatie wordt in paragraaf 2.2 besproken. Zoals de inleiding aangaf, speelt evidentie ook een rol in persuasieve communicatie. Eerdere onderzoeken naar evidentie worden in paragraaf 2.3 besproken. Vervolgens wordt de rol van de bron in paragraaf 2.4 beschreven. Tot slot staat in paragraaf 2.5 de invloed van bron op evidentietype centraal.

2.1 Verwerking van persuasieve boodschappen

McGuire (1972) stelt in het *informatieverwerkingsparadigma* dat een ontvanger drie deelprocessen moet doorlopen voordat er sprake is van effectieve persuasieve communicatie. Allereerst moet er aandacht besteed worden aan de boodschap, daarna moeten de argumenten begrepen worden en ten slotte moet het standpunt geaccepteerd worden. Het is noodzakelijk om het eerste deelproces te doorlopen om door te gaan naar het volgende deelproces. Dit model verklaart waarom persuasieve communicatie er vaak niet in slaagt om het gewenste effect te krijgen. Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012) stellen het volgende: "Stel dat een tekst slechts door de helft van de doelgroep wordt gelezen, dat daarvan de helft de argumenten begrijpt, en dat weer daarvan de helft het standpunt accepteert. In dat geval zorgt het slechts bij $(50\% \times 50\% \times 50\% =) 12.5\%$ voor het gewenste effect."

Petty en Cacioppo (1986) hebben het *Elaboration Likelihood Model* (ELM) ontwikkeld om te verklaren op welke manier ontvangers een mening vormen en veranderen. Het ELM is een duaal model; het oordeel over het standpunt kan gevormd worden via twee verschillende verwerkingsprocessen. Het model onderscheidt twee verwerkingsprocessen die beiden tot aanvaardbaarheid van het standpunt kunnen leiden. Het eerste verwerkingsproces is de 'centrale verwerkingsroute'. Men neemt deze verwerkingsroute wanneer men zorgvuldig en kritisch de kwaliteit van de argumenten afweegt en vervolgens het standpunt accepteert of verwierpt. Het informatieverwerkingsparadigma van McGuire komt overeen met deze vorm van het overtuigingsproces, want het is in de centrale verwerkingsroute noodzakelijk dat de argumenten worden begrepen en zorgvuldig worden afgewogen.

De tweede verwerkingsroute is de ‘perifere route’. Deze verwerkingsroute wordt gebruikt wanneer mensen zich laten leiden door vuistregels (algemene regels die in de meeste gevallen toegepast kunnen worden) en perifere cues, zoals aantrekkelijkheid en vormgeving van de bron. Volgens Hustinx, van Enschot en Hoeken (2006) volgen mensen de perifere verwerkingsroute wanneer ze niet gemotiveerd of in staat zijn de persuasieve boodschap systematisch te verwerken. In de centrale verwerkingsroute heeft de kwaliteit van de argumenten de doorslaggevende rol.

2.2 Argumentatietheorie

Een argument maakt een standpunt aanvaardbaarder dan dat het zou zijn zonder argument. Het standpunt wordt aanvaardbaarder als het op ‘een dwingende wijze’ verbonden kan worden met een feit of mening die wel wordt geaccepteerd (Schellens & de Jong, 2000). Toulmin geeft in *‘The Uses of Argument’* (1958) een model waarin argumentatie schematisch kan worden weergegeven. Toulmin stelt dat argumentatie drie belangrijke onderdelen bevat: *claims* (beweringen), *support* (bewijs) en *warrants* (rechtvaardigingen). Volgens Toulmin doet argumentatie een beroep op de rechtvaardiging; vanuit het gepresenteerde argument kan een standpunt afgeleid worden. De rechtvaardiging komt tot uiting in de vorm ‘als (...), dan (...)’ en kan worden ondersteund door *backing* (bijvoorbeeld door evidentie).

Argumentatie is belangrijk in het onderzoek binnen het ELM. Door onderscheid te maken tussen sterke en zwakke argumenten kan onderzocht worden op welke wijze mensen de persuasieve boodschap verwerkt hebben. Wanneer mensen de boodschap verwerken via de centrale route, zal de kwaliteit van het argument invloed uitoefenen op het accepteren dan wel het verwerpen van het standpunt. Als sterke argumenten leiden tot een sterkere acceptatie van het standpunt, kan geconcludeerd worden dat mensen de centrale verwerkingsroute hebben gevolgd. Wanneer mensen de perifere verwerkingsroute volgen, maakt het geen verschil of de persuasieve boodschap sterke of zwakke argumenten bevat (Hustinx et al, 2006).

O’Keefe (1990, 1995, in: Hustinx, et al, 2006) bekritiseert de wijze waarop Petty en Cacioppo argumentkwaliteit operationaliseren. Zo stelt O’Keefe dat de operationalisering van argumentkwaliteit bijna gelijk staat aan de operationalisering van de overtuigingskracht, waardoor sterke argumenten altijd overtuigender zijn dan zwakke argumenten.

Petty en Cacioppo hebben in hun onderzoeken vaak gebruik gemaakt van ‘pragmatische argumentatie’. Dit type argumentatie heeft betrekking op de wenselijkheid of onwenselijkheid van het standpunt. Een pragmatisch argument is gebaseerd op voor- en nadelen van het standpunt (Schellens & Verhoeven, 1994).

Om overtuigd te worden door pragmatische argumentatie moet het standpunt ten eerste (on)wenselijk en ten tweede aannemelijk zijn. Areni en Lutz (1988) hebben onderzoek gedaan naar de argumenten die Petty en Cacioppo hebben gebruikt in hun studies. Uit het onderzoek kwam naar voren dat Petty en Cacioppo de argumentkwaliteit alleen hadden gemanipuleerd op de dimensie van wenselijkheid en niet op de dimensie van waarschijnlijkheid. Volgens Areni en Lutz is het meten van de wenselijkheid van een standpunt ook gemakkelijker dan het meten van de waarschijnlijkheid van een standpunt. Hustinx, Van Enschot en Hoeken hebben in 2006 een experiment uitgevoerd waarin betrokkenheid, wenselijkheid en waarschijnlijkheid werden betrokken. Ze concludeerden dat het ELM geen duidelijk antwoord geeft op de vraag wat een sterk argument is.

2.3 Evidentie

Voor een ontvanger die kritisch naar de argumentkwaliteit kijkt, kan het onvoldoende zijn om argumenten systematisch te verwerken wanneer er alleen wordt beweerd dat een bepaalde actie leidt tot een wenselijk gevolg. Neem bijvoorbeeld het standpunt: 'Met deze laptop kunt u twintig jaar vooruit'. Er kunnen vraagtekens gezet worden bij de wenselijkheid ('Wil ik twintig jaar dezelfde laptop?') en bij de waarschijnlijkheid ('Houdt deze laptop het echt twintig jaar vol?') van het gevolg. Wanneer dit het geval is hebben de argumenten, die aangevoerd worden ter ondersteuning van het standpunt, zelf ondersteuning nodig. Evidentie kan dienen als aanvullende informatie ter ondersteuning van het standpunt (Hoeken et al., 2012).

Reynolds en Reynolds (2002) beschreven evidentie als: "data (facts or opinions) presented as proof for an assertion". Areni en Lutz (1988) stellen dat mensen de waarschijnlijkheid van een argument moeilijk kunnen bepalen. Daarom zorgt evidentie vaak voor ondersteuning van de waarschijnlijkheid van het argument. Er zijn verschillende vormen van evidentie te onderscheiden: statistische evidentie (getalsmatige samenvatting van een aantal kwesties), anekdotische evidentie (een specifiek geval of voorbeeld), causale evidentie (oorzaak-gevolg relatie) en expert evidentie (ervaringen van een deskundige) (Rieke & Sillars, 1984, in: Hornikx, 2005).

Er zijn verschillende onderzoeken uitgevoerd naar de overtuigingskracht van evidentietypen. De meeste onderzoeken hebben zich gericht op het verschil in overtuigingskracht tussen statistische en anekdotische evidentie. De uitkomsten van de onderzoeken wisselen sterk. Baesler en Burgoon (1994) hebben een meta-analyse uitgevoerd door negentien onderzoeken naar de effecten van anekdotische en statistische evidentie met elkaar te vergelijken.

In dertien onderzoeken was anekdotische evidentie overtuigender dan statistische evidentie, in twee onderzoeken was statistische evidentie overtuigender dan anekdotische evidentie en in vier onderzoeken kwam geen verschil tussen de twee evidentietypen naar voren. Baesler en Burgoon verklaarden de resultaten door op te merken dat anekdotische evidentie vaak uitgebreider, levendiger en begrijpelijker wordt geformuleerd dan statistische evidentie. Uit de meta-analyse van Allen en Preis (1997) kwam naar voren dat statistische evidentie overtuigender was dan anekdotische evidentie. In 2001 concludeert Hoeken dat statistische evidentie overtuigender is dan anekdotische evidentie. Hoeken en Hustinx (2002, 2009) bevestigen deze uitkomst.

Hornikx (2005) merkte op dat er geen eenduidige criteria zijn voor de operationalisatie van evidentie. Het verschil in operationalisering zou een verklaring kunnen zijn voor de wisselende onderzoeksresultaten naar de overtuigingskracht van verschillende evidentietypen. De onderzoeken zijn moeilijk met elkaar te vergelijken, omdat de evidentie steeds anders is geoperationaliseerd. Hornikx besloot zes criteria op te stellen voor het operationaliseren van evidentie:

1. Evidentie wordt gebruikt als bewijs voor de waarschijnlijkheid van een argument;
2. Evidentietype is een onafhankelijke variabele en minimaal twee evidentietypen worden met elkaar vergeleken;
3. De definities van evidentietypen corresponderen met de definities van Rieke en Sillars (1984);
 - ➔ Anekdotische evidentie bestaat uit een specifiek geval of voorbeeld.
 - ➔ Statistische evidentie bestaat uit een getalsmatige samenvatting van een serie gevallen.
 - ➔ Causale evidentie bestaat uit een uitleg van het opgetreden effect.
 - ➔ Expert evidentie bestaat uit een verklaring van een deskundige.
4. Er is een eerlijke vergelijking van de evidentietypen. Verschillen in medium worden niet geaccepteerd;
5. Respondenten worden alleen blootgesteld aan één evidentietype per argument;
6. De acceptatie van het standpunt is geoperationaliseerd als afhankelijke variabele.

Aan de hand van deze zes criteria heeft hij onderzoeken geselecteerd. Over deze onderzoeken heeft hij een meta-analyse uitgevoerd naar de overtuigingskracht van statistische en anekdotische evidentie. Statistische evidentie bleek in zes onderzoeken overtuigender dan anekdotische evidentie.

De meta-analyse van Hornikx is een goede toevoeging aan het onderzoek naar de overtuigingskracht van evidentietypen, omdat er een gelijkwaardige vergelijking is gemaakt tussen evidentietypen. Op deze manier levert de analyse van Hornikx een bruikbare visie op en leidt het tot de volgende hypothese:

H1: Statistische evidentie is overtuigender dan anekdotische evidentie.

2.4 Bron

Overtuigingskracht is niet alleen afhankelijk van de kwaliteit van de argumentatie, maar subjectiviteit is ook van invloed op de overtuigingskracht. Bij de centrale verwerkingsroute speelt argumentkwaliteit een grote rol, maar bij de perifere verwerkingsroute speelt het oordeel over de bron een grote rol.

Hovland en Weiss (1951) onderzochten het effect van de bron op overtuigingskracht. Zij stellen dat het wel of niet accepteren van een standpunt afhankelijk is van de waardering van de waargenomen bron. Wanneer mensen de bron hoog waarderen, is de kans groot dat de mensen het standpunt accepteren. Uit het onderzoek van Hovland en Weiss komt niet duidelijk naar voren waaruit de kwaliteit van de bron precies bestaat.

In 1985 onderscheidde Wiegman geloofwaardigheid en aantrekkelijkheid van een bron. De geloofwaardigheid van de bron bestaat uit deskundigheid en objectiviteit. Aantrekkelijkheid omschrijft de sympathie en bekendheid van de bron. Pornpitakpan (2004) deed ook onderzoek naar brongeloofwaardigheid. Na haar onderzoek onderscheidde ze twee factoren met betrekking tot de geloofwaardigheid van de bron: expertise en betrouwbaarheid. Expertise is de mate waarin een bron wordt beschouwd als iemand die geldige beweringen verkondigt. De mate waarin de ontvanger de informatie van de bron vertrouwt, geeft de betrouwbaarheid van de bron weer. Wilson en Sherrell (1993) trokken de conclusie dat bronnen met een hoge geloofwaardigheid overtuigender zijn dan bronnen met een lage geloofwaardigheid.

Er zijn meer factoren die een rol kunnen spelen bij het beoordelen van een bron. Uit een meta-analyse van Eagly et al. (1991) blijkt dat mensen fysiek aantrekkelijke bronnen socialer, intelligenter en meer integer vinden dan fysiek onaantrekkelijke bronnen. Volgens McGuire (1985) speelt macht een centrale rol. Uit de meta-analyse van Pornpitakpan (2004) kwam naar voren dat expertise en aantrekkelijkheid van een bron ook van invloed zijn op de acceptatie van een standpunt.

Een andere factor die een rol kan spelen bij het oordeel over de bron is verschil in gender van de bron (mannelijke bron of vrouwelijke bron). Carli (2001) stelt dat het vermogen van vrouwen om anderen te beïnvloeden afhankelijk is van de aanpak. De aanpak moet overeenkomen met de stereotype vrouwelijke rol, dus ‘warmte’ en ‘inlevingsvermogen’. Met dominant of assertief gedrag zal de invloed van vrouwen afnemen. Propp (1995, in: Carli, 2001) concludeert dat in groepsdiscussies leden zich vaker aansluiten bij de aangedragen ideeën van mannen dan bij identieke ideeën van vrouwen. Ander onderzoek heeft aangetoond dat mannen overtuigender zijn dan vrouwen, zelfs wanneer de persuasieve boodschappen identiek zijn (Altemeyer & Jones, 1974; DiBerardinis, Ramage & Levitt, 1984, in: Carli, 2001). Dit leidt tot de volgende hypothese:

H2: Een standpunt dat door een mannelijke bron wordt verkondigd is overtuigender dan een standpunt dat door een vrouwelijke bron wordt verkondigd.

2.5 Invloed van het oordeel over de bron op evidentietype

De centrale verwerkingsroute en de perifere verwerkingsroute van het ELM zijn geen uitersten. Mensen kunnen bijvoorbeeld één argument zorgvuldig afwegen, maar verder de boodschap via perifere cues verwerken. Het ELM doet geen duidelijke uitspraak of de twee verwerkingsroutes strikt gescheiden zijn. Het model stelt wel dat naarmate mensen de argumenten zorgvuldiger afwegen, perifere cues minder invloed hebben. Een vraag die hieruit voortvloeit is hoe evidentie, volgens Petty en Cacioppo (1986) gerekend tot de centrale verwerkingsroute, zich verhoudt tot het oordeel over de bron (perifere cue). Anekdotische evidentie omschrijft een specifiek voorbeeld of geval, terwijl statistische evidentie een getalsmatige samenvatting van een aantal kwesties omschrijft. Een bron staat ‘dichter bij’ anekdotische evidentie dan bij statistische evidentie, vanwege de subjectieve aard van anekdotische evidentie. In dit onderzoek zal gekeken worden of het oordeel over de bron samenhang vertoont met de overtuigingskracht van anekdotische evidentie en statistische evidentie.

De invloed van het oordeel over de bron op evidentietype is weinig onderzocht. Bachelor studenten van de Universiteit Utrecht hebben in 2012-2013 onderzocht of er een relatie is tussen het oordeel over de bron en de overtuigingskracht van anekdotische en statistische evidentie. Uit deze onderzoeken kwam naar voren dat anekdotische evidentie een sterkere samenhang vertoont met het oordeel over de bron dan statistische evidentie (Boer, 2013; Braat, 2013). Dit houdt in dat wanneer men een hoog oordeel geeft aan de bron, de kans groter is dat anekdotische evidentie overtuigender is dan statistische evidentie.

Wanneer het oordeel over de bron laag is, is de kans groter dat statistische evidentie overtuigender wordt bevonden dan anekdotische evidentie. Deze uitkomsten leiden tot de volgende hypothese, opgedeeld in tweeën:

H3A: Wanneer men de bron hoog beoordeelt, is de kans groter dat anekdotische evidentie overtuigender is dan statistische evidentie.

H3B: Wanneer men de bron laag beoordeelt, is de kans groter dat statistische evidentie overtuigender is dan anekdotische evidentie.

3. Methode

Om de hypotheses te toetsen en de hoofdvraag te beantwoorden, is er een experimenteel onderzoek uitgevoerd onder 100 respondenten. In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de gebruikte onderzoeksmethode. Het design wordt in paragraaf 3.1 beschreven. In paragraaf 3.2 wordt het onderzoeksmateriaal beschreven. Vervolgens worden de respondenten beschreven in paragraaf 3.3. Hierna volgt de afnameprocedure (3.4) en tot slot wordt de inhoud van de vragenlijst in paragraaf 3.5 beschreven.

3.1 Design

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een 2 (statistische vs. anekdotische evidentie) x 2 (mannelijke vs. vrouwelijke bron) tussen-proefpersonen ontwerp. De videoboodschappen verschilden in evidentietype en gender van de bron. De videoboodschappen hadden als onderwerp ‘sporten en gezondheid’. Er waren dus vier condities, verdeeld over vier versies.

3.2 Materiaal

Het onderzoeksmateriaal bestond uit twee scripts, vier videoboodschappen en vier vragenlijsten. In de volgende paragrafen wordt het onderzoeksmateriaal uitvoerig omschreven.

3.2.1 Scripts

In het theoretisch kader werd al genoemd dat Hornikx (2005) denkt dat de oorzaak van de wisselende resultaten in onderzoeken naar overtuigingskracht van verschillende evidentietypen ligt aan het gebrek aan vaste criteria voor het ontwerpen van evidentie. Aan de hand van de criteria, opgesteld door Hornikx, zijn de evidentietypen in dit onderzoek geoperationaliseerd.

Het onderwerp van alle scripts is ‘griep en sport’. Er is bewust voor een onderwerp gekozen waar respondenten doorgaans mee te maken hebben, maar waar niet constant over nagedacht wordt. Hierdoor is het mogelijk dat het script een persuasief effect heeft op de respondenten.

Elk script bestaat uit een standpunt, een argument en evidentie. Het standpunt in het script luidt: “Wie na een griepje snel weer aan het werk wil, moet dagelijks bewegen”. In persuasieve communicatie wordt vaak gebruik gemaakt van pragmatische argumenten, gebaseerd op voor- of nadelen. Er is gekozen om de voordelen van het standpunt te operationaliseren in het argument: “Mensen met een goede conditie herstellen weer snel. Door elke dag een half uur matig intensief te

bewegen, bouw je een goede conditie op.” De evidentie (statistische vs. anekdotische) werd ingezet ter ondersteuning van de waarschijnlijkheid van het argument. Er is bewust gekozen om beide evidenties subjectief te formuleren. Hierdoor kan een eventueel effect niet toegeschreven worden aan een verschil tussen subjectiviteit en objectiviteit. De evidentie-zin met statistische evidentie begint met: “Uit mijn onderzoek blijkt dat 72% van de mensen die dagelijks een half uur bewegen (...)”. In de conditie met anekdotische evidentie begint de zin met evidentie: “Doordat ik dagelijks beweeg (...)”.

Het argumentatieschema van Toulmin heeft geholpen om scherp te stellen wat bedoeld wordt met de argumentatie en op basis van welke argumenten het standpunt wordt ondersteund. De argumentatie is gecontroleerd aan de hand van dit model (zie figuur 2).

<i>Claim:</i>	Wie na een griepje snel weer aan het werk wil, moet dagelijks bewegen.
<i>Support:</i>	Mensen met een goede conditie herstellen weer snel. Door elke dag een half uur matig intensief te bewegen, bouw je een goede conditie op.
<i>Warrant:</i>	Als je na een griepje weer snel aan het werk wil, dan moet je elke dag een half uur matig intensief bewegen.
<i>Backing (statistisch):</i>	Uit mijn onderzoek blijkt dat 72% van de mensen die dagelijks een half uur bewegen, een goede conditie hebben en na een griepje weer sneller aan het werk zijn dan mensen die minder fit zijn.
<i>Backing (anekdotisch):</i>	Doordat ik dagelijks beweeg heb ik een goede conditie en ben ik na een griepje weer sneller aan het werk dan collega's die minder fit zijn.

Figuur 2: Toulmin-analyse van de argumentatie van het script

3.2.2 Filmmateriaal

Dit onderzoek richt zich voor een deel op het oordeel over de bron. In een videoboodschap speelt de bron een grote rol. Daarom is gekozen om de overtuigingskracht van de scripts te meten met behulp van videoboodschappen. Er zijn vier videoboodschappen gemaakt waarin een spreker het standpunt met bijbehorende argumentatie verkondigt. Gender van de bron is een onafhankelijke variabele in dit onderzoek, dus in twee videoboodschappen sprak een man en in twee videoboodschappen sprak een vrouw.

Beide sprekers zijn gekozen uit de persoonlijke kring van de onderzoeker. Ze hebben geen ervaring met acteren. Er is geprobeerd om de omstandigheden in de videoboodschappen zoveel mogelijk gelijk te houden. De sprekers zijn van dezelfde leeftijd en dragen gelijkwaardige nette kleding.

De videoboodschap is in drie delen gefilmd; standpunt, argument en evidentie. De videoboodschappen verschillen alleen in evidentie, zodat een eventueel verschil in uitspraak van het standpunt of argument niet van invloed zou kunnen zijn op de afhankelijke variabele. In figuur 3 wordt het opening shot weergegeven.



Figuur 3: Opening shot videoboodschap

3.3 Respondenten

Het onderzoek is afgenomen onder 100 respondenten. De respondenten bestonden uit treinreizigers op het traject Utrecht-Groningen en Utrecht-Heerenveen, medewerkers van de Belastingdienst Amersfoort en leden van voetbalvereniging USVV Odysseus '91. Bij het invoeren van de data bleek dat twee respondenten de vragenlijst niet serieus hadden ingevuld, vandaar dat de analyse is uitgevoerd op basis van 98 respondenten. De leeftijd van de respondenten varieerde van 18 tot 79 jaar, met een gemiddelde leeftijd van 38 jaar. Er namen 47 vrouwen en 51 mannen deel aan het onderzoek. Het opleidingsniveau van de respondenten varieerde van middelbaar onderwijs tot universitair onderwijs. Van de 98 respondenten heeft 17,3% voortgezet onderwijs gevolgd en 17,3% heeft middelbaar beroepsonderwijs gevolgd. 31,6% van de respondenten heeft hoger beroepsonderwijs gevolgd en 33,7% heeft universitair onderwijs gevolgd. De verdeling van de respondenten per conditie is weergegeven in tabel 1.

Tabel 1*Aantal respondenten per conditie per sekse en gemiddelde leeftijd (standaarddeviatie)*

Conditie	Geslacht		Gemiddelde leeftijd
	Man	Vrouw	
Anekdotisch vrouw	14	10	43.68 (15.95)
Anekdotisch man	11	14	29.32 (11.14)
Statistisch vrouw	12	13	37.52 (14.85)
Statistisch man	10	14	41.20 (16.15)

Om te controleren of alle respondenten gelijk over de condities zijn verdeeld, zijn er enkele randomisatiechecks uitgevoerd. Uit een Chi-kwadraattoets blijkt dat geslacht gelijk verdeeld is over de vier condities ($X^2(3)=1.57$, $p=.66$). Opleidingsniveau blijkt ook gelijk verdeeld te zijn over de vier condities ($X^2(9)=10.04$, $p=.35$). Uit een variantieanalyse blijkt dat leeftijd niet gelijk verdeeld is over de verschillende condities ($F(3,94)=4.52$, $p=.005$). De leeftijdsverschillen tussen de condities verschilt significant. Dat betekent dat het verschil niet op toeval berust. De vraag is of de verschillen in leeftijd tussen de condities van invloed zijn op de uitkomsten van het onderzoek. Psycholoog Erik Erikson (1959) heeft een model ontwikkeld dat de ontwikkeling van de mens volgens verschillende levensfasen beschrijft vanuit verschillende aspecten, waaronder het cognitieve aspect. Mensen tussen 20 en 60 jaar zitten in de psychologische fase ‘volwassene’. Dit betekent dat de respondenten in dit onderzoek in dezelfde psychologische fase zitten. Naar aanleiding van deze theorie denk ik dat de leeftijdsverschillen in de condities niet van invloed zijn op de uitkomsten van dit onderzoek.

3.4 Afnameprocedure

Aan de respondenten werd gevraagd of ze misschien vijf minuten tijd hadden voor een onderzoek van de Universiteit Utrecht. Wanneer ze mee wilden werken, werd kort uitgelegd dat het om een onderzoek naar gesproken communicatie ging en dat ze twee keer een videoboodschap te zien zouden krijgen waarover ze daarna een vragenlijst moesten invullen. Er is bewust voor gekozen om het doel voorafgaand aan het onderzoek niet te vertellen, zodat de respondenten hierdoor niet gestuurd zouden worden. Allereerst mochten de respondenten het voorblad van de vragenlijst doorlezen. Daarna kregen ze de videoboodschap twee keer te zien op een laptop.

Vervolgens vulden de respondenten de vragenlijst in. Daarna werd (op verzoek) het doel van het onderzoek toegelicht. Ten slotte werden de respondenten hartelijk bedankt voor hun deelname.

3.5 Vragenlijst

Na het zien van de videoboodschap werd de respondenten een vragenlijst voorgelegd. Op het voorblad van de vragenlijst stond een korte toelichting over de procedure. De vragenlijst bestond uit een aantal clusters met vragen over de overtuigingskracht, argumentkwaliteit, evidentiekwaliteit en het beeld van de spreker.

Algemeen oordeel

De respondenten werd gevraagd om een algemeen oordeel te geven over de videoboodschap met een cijfer tussen 1 en 10. Op deze manier kan bekeken worden of eventuele resultaten te verklaren zijn door een verschil met betrekking tot het oordeel van de videoboodschap. Uit een variantieanalyse blijkt dat de gemiddelde cijfers voor de videoboodschappen in de verschillende condities niet significant verschillen ($F(3,86)=.57, p=.64$).

Overtuigingskracht, argumentkwaliteit en evidentiekwaliteit

Vervolgens gaven de respondenten hun oordeel over het standpunt aan de hand van vijf stellingen met 7-punts semantische differentiaal. Argumentkwaliteit en evidentiekwaliteit werden gemeten aan de hand van vier stellingen met 7-punts semantische differentiaal.

Tabel 2

Betrouwbaarheid van de afhankelijke variabelen overtuigingskracht, argumentkwaliteit en evidentiekwaliteit

Variabele	Items	Nummer vragenlijst	Betrouwbaarheid
Overtuigingskracht	5	2-6	$\alpha=.82$
Argumentkwaliteit	4	7-10	$\alpha=.86$
Evidentiekwaliteit	4	11-14	$\alpha=.86$

De stellingen die overtuigingskracht ($\alpha=.82$), argumentkwaliteit ($\alpha=.86$) en evidentiekwaliteit ($\alpha=.86$) meten zijn allemaal voldoende betrouwbaar om de scores op de stellingen per construct samen te voegen tot één gemiddelde score.

Beeld van de spreker

De respondenten hebben ook een oordeel gegeven over het beeld dat men van de spreker kreeg aan de hand van twaalf stellingen. De stellingen meten de betrouwbaarheid, deskundigheid en aantrekkelijkheid van de spreker. Om te controleren in hoeverre er echt drie constructen (betrouwbaarheid, deskundigheid en aantrekkelijkheid) werden gemeten is er een factoranalyse met varimax rotatie uitgevoerd.

Tabel 3

Factoranalyse met varimax rotatie voor de scores op de items 'beeld van de spreker'

Items	Factor		
	Component 1	Component 2	Component 3
onervaren - ervaren	.700		
oneerlijk – eerlijk	.685		
onvriendelijk – vriendelijk		.702	
niet te vertrouwen – te vertrouwen	.683		
ondeskundig – deskundig	.700		
onsympathiek – sympathiek	.604	.534	
niet oprecht – oprecht	.708		
niet belangeloos – belangeloos			.731
onbetrouwbaar – betrouwbaar	.802		
incompetent – competent	.741		
onaangenaam – aangenaam	.745		
onintelligent – intelligent	.784		

De resultaten van de factoranalyse met varimax rotatie zijn te zien in tabel 3. Uit de resultaten blijkt dat er drie constructen worden gemeten, maar deze wijken wel af van de veronderstelde clusters. De semantische differentiaal *onvriendelijk-vriendelijk* en *onsympathiek-sympathiek* vormen samen één construct, maar *onsympathiek-sympathiek* meet ook nog een ander construct. De semantische differentiaal *niet belangeloos-belangeloos* vormt alleen een construct. Uit de resultaten kan afgeleid worden dat tien stellingen samen één construct meten. De twaalf stellingen samen hebben een hoge betrouwbaarheid ($\alpha=.87$). Daarom is besloten een gemiddelde score te berekenen voor *beeld van de spreker*. In de analyse zal verder gesproken worden over *bronkwaliteit (oordeel over de bron)* in plaats van over *beeld van de spreker*.

4. Resultaten

De antwoorden op de vragenlijsten zijn geanalyseerd met behulp van het statistiek programma *SPPS Statistics 20*. De resultaten van dit onderzoek worden in dit hoofdstuk besproken. De effecten van evidentietypen (4.1) en effect van gender van de bron (4.2) worden eerst beschreven. Daarna wordt in paragraaf 4.3 gekeken of er samenhang is tussen beide onafhankelijke variabelen. In paragraaf 4.4 wordt beschreven of er een verband is tussen bronkwaliteit en de andere constructen (overtuigingskracht, argumentkwaliteit en evidentiekwaliteit). Ten slotte zal in paragraaf 4.5 de invloed van bronkwaliteit op de overtuigingskracht van bron worden beschreven.

4.1 Effect evidentietype

In tabel 4 staan de gemiddelde scores op de afhankelijke variabelen uitgesplitst naar evidentietype. Via een univariate analyse (GLM) is onderzocht of evidentietype effect heeft op de overtuigingskracht.

Tabel 4

Gemiddelde scores (standaarddeviaties) op de afhankelijke variabelen uitgesplitst naar type evidentie

Variabele	Anekdotische evidentie	Statistische evidentie
Overtuigingskracht	4.98 (.93)	4.73 (1.34)
Argumentkwaliteit	4.77 (1.09)	4.81 (1.38)
Evidentiekwaliteit	4.91 (.99)	4.86 (1.28)
Bronkwaliteit	4.76 (.80)	4.78 (.90)

In tabel 4 is te zien dat de verschillen tussen de scores erg klein zijn. Uit de analyse blijkt dat het verschil tussen anekdotische en statistische evidentie in gemiddelde score op overtuigingskracht niet significant is ($F(1,96)=1.14$, $p=.29$). Hetzelfde geldt voor argumentkwaliteit ($F(1,96)=.33$, $p=.86$), evidentiekwaliteit ($F(1,96)=.05$, $p=.83$) en bronkwaliteit ($F(1,96)=.01$, $p=.91$).

4.2 Effect gender van de bron

Vervolgens is gekeken in hoeverre gender van de bron de overtuigingskracht beïnvloedt. Hiervoor is ook een variantieanalyse uitgevoerd met als onafhankelijke variabele gender van de bron (man of vrouw) en met als afhankelijke variabelen overtuigingskracht, argumentkwaliteit, evidentiekwaliteit en bronkwaliteit.

Tabel 5

Gemiddelde scores (standaarddeviaties) op de afhankelijke variabelen uitgesplitst naar gender van de bron

Variabele	Mannelijke spreker	Vrouwelijke spreker
Overtuigingskracht	4.98 (1.03)	4.73 (1.27)
Argumentkwaliteit	4.64 (1.28)	4.64 (1.28)
Evidentiekwaliteit	4.97 (1.06)	4.79 (1.21)
Bronkwaliteit	4.88 (.68)	4.67 (.99)

In tabel 5 staan de gemiddelde scores op de afhankelijke variabelen uitgesplitst naar gender van de bron. Met een univariatie analyse (GLM) is gekeken of er significante verschillen zijn op afhankelijke variabelen uitgesplitst naar gender. Het verschil tussen de gemiddelde scores op overtuigingskracht ($F(1,96)=1.21$, $p=.27$), argumentkwaliteit ($F(1,96)=1.46$, $p=.23$), evidentiekwaliteit ($F(1,96)=.64$, $p=.43$) en bronkwaliteit ($F(1,96)=1.59$, $p=.21$) is niet significant.

4.3 Effect evidentietype x gender van de bron

In deze paragraaf wordt gekeken of de gemiddelde scores op de onafhankelijke variabelen afhankelijk zijn van elkaar.

Tabel 6

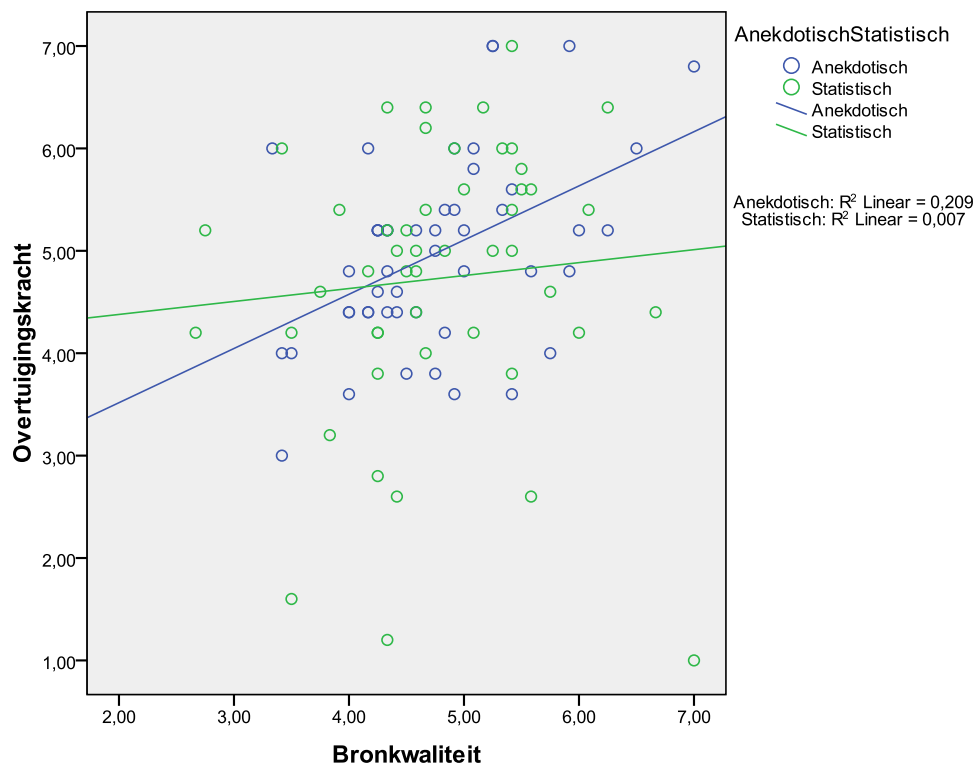
Gemiddelde scores (standaarddeviaties) op de afhankelijke variabelen uitgesplitst naar conditie

Variabele	Anekdotische evidentie		Statistische evidentie	
	Man	Vrouw	Man	Vrouw
Overtuigingskracht	5.16 (.90)	4.79 (.94)	4.80 (1.13)	4.66 (1.54)
Argumentkwaliteit	4.89 (1.00)	4.65 (1.19)	5.00 (1.36)	4.64 (1.40)
Evidentiekwaliteit	4.85 (1.10)	4.97 (.90)	5.10 (1.03)	4.62 (1.46)
Bronkwaliteit	4.77 (.60)	4.76 (.80)	5.00 (.75)	4.57 (1.00)

In tabel 6 staan de gemiddelde scores op de afhankelijke variabelen uitgesplitst naar conditie (evidentietype vs. gender van de bron). Via variantieanalyses is gekeken of er significante interactie-effecten optreden voor evidentietype op gender van de bron. Uit de analyses blijkt dat er geen significante interactie-effecten optreden: overtuigingskracht ($F(3,94)=.85$, $p=.47$), argumentkwaliteit ($F(3,94)=.51$, $p=.68$), evidentiekwaliteit ($F(3,94)=.80$, $p=.50$) en bronkwaliteit ($F(3,94)=1.03$, $p=.38$). Dus evidentietype en gender van de bron zijn niet direct afhankelijk van elkaar.

4.4 Invloed bronkwaliteit op de overtuigingskracht van evidentietype

Vorige analyses laten zien dat evidentietype geen direct effect heeft op overtuigingskracht. Er is een covariantieanalyse uitgevoerd om te kijken of bronkwaliteit van invloed is op het effect van statistische of anekdotische evidentie op overtuigingskracht. De overtuigingskracht is in deze analyse de afhankelijke variabele en evidentietype is de onafhankelijke variabele. In deze analyse wordt bronkwaliteit meegenomen als covariaat. Uit deze analyse blijkt een significant interactie-effect tussen evidentietype en bronkwaliteit ($F(2,95)$, $p=.04$, $\eta^2=.07$). In figuur 4 is het verband tussen bronkwaliteit en evidentietype weergegeven.



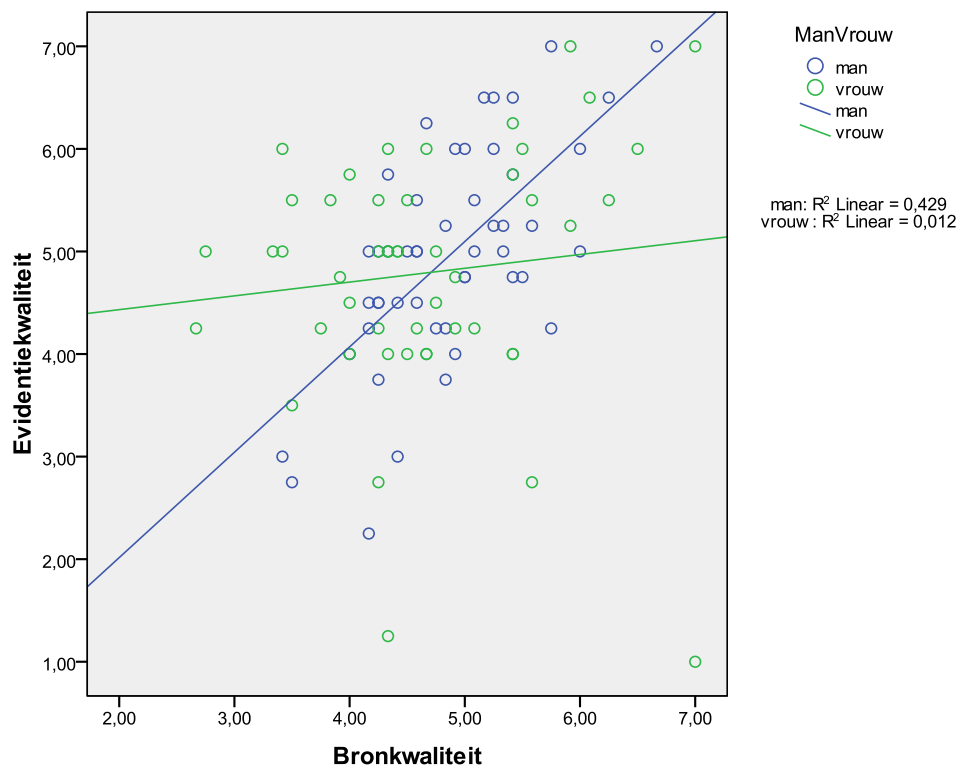
Figuur 4. Effect van bronkwaliteit op overtuigingskracht uitgesplitst naar anekdotische en statistische evidentie

Wanneer de bron laag gewaardeerd wordt, is de kans groot dat statistische evidentie overtuigender bevonden wordt dan anekdotische evidentie. Naarmate de bron hoger gewaardeerd wordt, neemt de kans toe dat anekdotische evidentie overtuigender wordt bevonden dan statistische evidentie. De kans is groter dat de overtuigingskracht van anekdotische evidentie sterker afhangt van de bronkwaliteit dan statistische evidentie. Het verband tussen overtuigingskracht en bronkwaliteit is sterker bij anekdotische evidentie ($r=.46$) dan bij statistische evidentie ($r=.08$).

Dezelfde analyse is uitgevoerd voor argumentkwaliteit en evidentiekwaliteit. Er is sprake van een interactie-effect tussen evidentietype en bronkwaliteit op argumentkwaliteit ($F(2,95)=3.18$, $p=.046$, $\eta^2=.06$). Er vindt ook een interactie-effect plaats tussen evidentietype en bronkwaliteit op evidentiekwaliteit ($F(2,95)=5.60$, $p=.005$, $\eta^2=.11$). Bij argumentkwaliteit en evidentiekwaliteit geldt ook dat wanneer de bron laag gewaardeerd wordt, de kans groter is dat statistische evidentie overtuigender bevonden wordt dan anekdotische evidentie. Naarmate de bron hoger gewaardeerd wordt, neemt de kans toe dat anekdotische evidentie overtuigender wordt bevonden dan statistische evidentie. Het verband tussen overtuigingskracht en argumentkwaliteit is sterker bij anekdotische evidentie ($r=.47$) dan bij statistische evidentie ($r=.09$). Ditzelfde geldt voor het verband tussen overtuigingskracht en evidentiekwaliteit. Er is een sterk verband bij anekdotische evidentie ($r=.63$), maar nauwelijks een verband bij statistische evidentie ($r=.10$). Dit houdt in dat de overtuigingskracht van statistische evidentie niet afhankelijk is van het oordeel over de bron.

4.5 Invloed bronkwaliteit op de effecten van gender van de bron

Tot slot is er een covariantieanalyse uitgevoerd om te kijken naar de invloed van bronkwaliteit op de overtuigingskracht van gender van de bron. Uit de analyse blijkt dat er geen significant interactie-effect optreedt tussen bronkwaliteit en gender van de bron op overtuigingskracht ($F(2,95)=3.09$, $p=.05$). Echter, er is wel een significant interactie-effect tussen bronkwaliteit en gender van de bron op argumentkwaliteit ($F(2,95)=4.09$, $p=.02$, $\eta^2=.08$) en op evidentiekwaliteit ($F(2,95)=5.80$, $p=.004$, $\eta^2=.11$). Figuur 5 laat het effect van bronkwaliteit op evidentiekwaliteit uitgesplitst naar gender van de bron zien.



Figuur 5. Effect van bronkwaliteit op evidentiekwaliteit uitgesplitst naar gender van de bron

De kans is groot dat wanneer de bron laag gewaardeerd wordt, een vrouwelijke spreker overtuigender wordt bevonden dan een mannelijke spreker. Wanneer de bron hoger gewaardeerd wordt, is de kans groter dat een mannelijke spreker overtuigender wordt bevonden dan een vrouwelijke spreker. Bij een vrouwelijke spreker is er nauwelijks verband tussen bronkwaliteit en evidentiekwaliteit ($r=.11$). Dit houdt in dat de evidentiekwaliteit van een vrouwelijke spreker nauwelijks afhankelijk is van de perceptie van de bron. Bij een mannelijke spreker is er een sterk verband tussen bronkwaliteit en evidentiekwaliteit ($r=.66$). Wanneer het oordeel over de mannelijke spreker hoger is, is de kans groter dat hij overtuigender is dan de vrouwelijke spreker.

5. Discussie

5.1 Belangrijkste resultaten

In dit onderzoek is gekeken naar het verschil in overtuigingskracht tussen statistische en anekdotische evidentie ter ondersteuning van de waarschijnlijkheid van een standpunt. De evidentietypen zijn geoperationaliseerd volgens de criteria van Hornikx (2005) en uit zijn analyse kwam naar voren dat statistische evidentie overtuigender is dan anekdotische evidentie. Ook in analyses van Allen en Preiss (1997) en Hoeken (2001) bleek statistische evidentie overtuigender dan anekdotische evidentie. De hypothese (H1) impliceerde dan ook dat statistische evidentie overtuigender zou zijn dan anekdotische evidentie. Uit experimenteel onderzoek blijkt dat deze hypothese verworpen moet worden. Het blijkt dat ondersteuning van het standpunt door statistische evidentie of door anekdotische evidentie geen verschil maakt in de aanvaarding van het standpunt.

Er is ook gekeken naar het verschil in overtuigingskracht tussen een mannelijke spreker en een vrouwelijke spreker. Eerder onderzoek heeft aangetoond dat een mannelijke spreker overtuigender is dan een vrouwelijke spreker, terwijl de persuasieve boodschap identiek is (Altemeyer & Jones, 1974; DiBerardinis, Ramage & Levitt, 1984, in Carli: 2001). Daarom voorspelde de hypothese (H2) dat een standpunt verkondigd door een mannelijke spreker overtuigender is dan een standpunt verkondigd door een vrouwelijke spreker. Deze hypothese moet verworpen worden, want de respondenten waardeerden het standpunt verkondigd door een mannelijke spreker gelijk aan het standpunt verkondigd door een vrouwelijke spreker.

Daarna is gekeken of er sprake is van interactie tussen bronkwaliteit en evidentietype. Uit de analyse bleek dat er een interactie-effect is tussen evidentietype en bronkwaliteit met betrekking tot de overtuigingskracht. Naar aanleiding van de bachelor eindwerkstukken van studenten van Universiteit Utrecht is de hypothese opgesteld dat bronkwaliteit meer invloed heeft op de overtuigingskracht van anekdotische evidentie dan op de overtuigingskracht van statistische evidentie. Dezelfde resultaten kwamen uit dit onderzoek naar voren, dus de hypothese (H3) kan bevestigd worden. Dit laat zien dat de centrale verwerkingsroute en de perifere verwerkingsroute uit het ELM elkaar kruisen. Petty en Wegener (1999) stelden al dat bij het ELM meerdere variabelen een rol spelen. Mensen die de centrale verwerkingsroute volgen, zullen ook beïnvloed worden door het oordeel over de bron (bronkwaliteit). Dit onderzoek laat zien dat wanneer de bron laag gewaardeerd wordt, de kans groot is dat statistische evidentie overtuigender is dan anekdotische evidentie. Wanneer de bron hoog gewaardeerd

wordt, is de kans groter dat anekdotische evidentie overtuigender is dan statistische evidentie. De overtuigingskracht van anekdotische evidentie neemt sterk toe als de bronkwaliteit ook toeneemt. Er is een sterk verband tussen bronkwaliteit en anekdotische evidentie. Dit houdt in dat wanneer mensen de centrale verwerkingsroute uit het ELM volgen, ze niet alleen beïnvloed worden door inhoudelijke argumenten maar ook door de bronkwaliteit.

Tot slot is de interactie tussen bronkwaliteit en gender van de bron onderzocht. Uit de covariantieanalyse bleek dat er een interactie-effect is tussen gender van de bron en bronkwaliteit met betrekking tot argumentkwaliteit en evidentiekwaliteit. Er is een sterker verband tussen bronkwaliteit en de mannelijke spreker, dan tussen bronkwaliteit en de vrouwelijke spreker. Wanneer de bron laag gewaardeerd wordt, is de kans groter dat de vrouwelijke spreker overtuigender is dan de mannelijke spreker. Wanneer de bron hoog gewaardeerd wordt, is de kans groter dat de mannelijke spreker overtuigender is. Bronkwaliteit heeft meer invloed op de overtuigingskracht van de mannelijke spreker dan op de overtuigingskracht van de vrouwelijke spreker. Vanuit stereotyperende denkbeelden is het meer aannemelijk dat een vrouwelijke spreker afhankelijker is van bronkwaliteit dan een mannelijke spreker. Een verklaring voor dit resultaat is te vinden in een aantal opmerkingen van de respondenten. Een aantal respondenten vond de vrouwelijke spreker streng en afstandelijk. Dit zou kunnen betekenen dat de respondenten, ongeacht de aanvaarding van de evidentie of het argument, de vrouwelijke spreker hetzelfde hebben beoordeeld.

5.2 Beperkingen

Dit onderzoek kent ook enkele beperkingen. Het onderzoek is relatief kleinschalig. Om de resultaten te kunnen generaliseren is een groter aantal respondenten nodig. Daarnaast is er in het onderzoek gebruik gemaakt van één onderwerp (griep en sporten). Er werd verondersteld dat het een onderwerp is waar iedereen wel eens over nadenkt, maar geen uitgesproken standpunt over inneemt. Toch hadden de respondenten redelijk wat voorkennis over het onderwerp en waren ze al overtuigd van hun eigen standpunt. Kumkale et al. (2010) gaven al aan dat het grootste effect op een standpunt gemeten wordt als de respondenten zo min mogelijk voorkennis hebben. Voor verder onderzoek is het aan te raden een onderwerp te kiezen waar respondenten weinig tot geen voorkennis van hebben.

In dit onderzoek is geprobeerd om de videoboodschappen ‘natuurlijk’ te laten overkomen. De videoboodschappen waren niet van voldoende kwaliteit om de respondenten ervan te overtuigen dat de videoboodschappen ‘echt’ (niet opgezet) waren.

5.3 Aanbevelingen

Uit dit onderzoek blijkt dat anekdotische en statistische evidentie geen direct effect hebben op de overtuigingskracht. Beide evidentietypen waren in dit onderzoek subjectief geformuleerd. Het is voor vervolgonderzoek interessant om te onderzoeken of een vergelijkbaar resultaat wordt gevonden als anekdotische en statistische evidentie beiden objectief geformuleerd worden.

Dit onderzoek heeft aangetoond dat bronkwaliteit een rol speelt in de overtuigingskracht van anekdotische en statistische evidentie. Voor vervolgonderzoek is het interessant om te kijken of dit ook geldt voor causale evidentie en expert evidentie.

In onderzoeken naar evidentietypen worden evidenties vaak verschillend geoperationaliseerd. Hornikx (2005) heeft geprobeerd om hier één lijn in te trekken door zes criteria op te stellen waaraan evidentie moet voldoen. In de definitie van anekdotische evidentie is niet duidelijk beschreven of deze ook cijfers mag bevatten. Het is interessant om te onderzoeken of anekdotische evidentie met cijfers een verschillend effect heeft op overtuigingskracht dan anekdotische evidentie zonder cijfers. Het is belangrijk dat de criteria van Hornikx aangescherpt worden en gebruikt worden in vervolgonderzoek. Op deze manier zijn onderzoeken naar evidentietypen goed met elkaar te vergelijken.

6. Conclusie

In dit onderzoek is geprobeerd om een verklaring te geven voor de effectiviteit van evidentietypen. De hoofdvraag van dit experimentele onderzoek luidde: “In hoeverre is het oordeel over de bron van invloed op de overtuigingskracht van statistische evidentie en anekdotische evidentie?”.

Uit de analyses is gebleken dat er geen verschil is in overtuigingskracht tussen anekdotische en statistische evidentie. Daarentegen blijkt dat het oordeel over de bron wel invloed heeft op de overtuigingskracht van statistische en anekdotische evidentie. Dit kan een verklaring zijn voor de wisselende resultaten van onderzoeken naar de overtuigingskracht van verschillende evidentietypen. In voorgaande onderzoeken naar evidentietypen werd bronkwaliteit namelijk niet betrokken. Er is een sterk verband tussen bronkwaliteit en de overtuigingskracht van anekdotische evidentie. Dat houdt in dat naarmate de bron hoger gewaardeerd wordt, de kans groter is dat anekdotische evidentie overtuigender wordt bevonden dan statistische evidentie.

De conclusie die hieruit getrokken kan worden is dat het oordeel over de bron niet alleen een rol speelt bij de perifere verwerkingsroute van het *Elaboration Likelihood Model*, maar ook een rol kan spelen in de centrale verwerkingsroute.

Literatuurlijst

Allen, M., & Preiss, R. W. (1997). Comparing the Persuasiveness of Narrative and Statistical Evidence Using Meta-analysis. *Communication Research Reports*, 14 (2), 125-131.

Areni, C.S. & Lutz, R.J. (1988). The role of argument quality in the Elaboration Likelihood Model. In: Houston, M.J. (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 15, 197-203. Provo, U.T.: Association for Consumer Research.

Baesler, J. E. & Burgoon, J.K. (1994) The Temporal Effects of Story and Statistical Evidence on Belief Change, *Communication Research* 21, 582–602.

Carli, L (2001). Gender and Social Influence. *Journal of Social Issues*, Vol. 57, No.4, 723-741.

Eagly, A. H., Ashmore, R.D., Makhijani, M.G., & Longo, L.C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, 109-128.

Erikson, E.H. (1959). Identity and Life Cycle. *Psychological Issues* 1, Vol. 1, 50-100.

Hoeken, H. (2001). Anecdotal, statistical, and causal evidence: Their perceived and actual persuasiveness. *Argumentation*, 15, 425-437.

Hoeken, H., Hornikx, J. & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende Teksten. Onderzoek en Ontwerp*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

Hoeken, H., Hustinx, L. (2002). De relatieve overtuigingskracht van anekdotische, statistische, causale en autoriteitsevidentie. *Tijdschrift voorTaalbeheersing*, 24 (3), 226-236.

Hoeken, H., Hustinx, L. (2009). When is Statistical Evidence Superior to Anecdotal Evidence in Supporting Probability Claims? The Role of Argument Type. *Human Communication Research*, 35, 491-510.

Hornikx, J. (2005) A review of experimental research on the relative persuasiveness of anecdotal, statistical, causal, and expert evidence. *Studies in Communication Sciences*, 5 (1), 205-216.

Hovland, C.I. & W. Weiss (1951). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. *Public opinion quarterly*, 15 (4), 635-650.

Hustinx, L., Enschoot R. van & Hoeken, H. (2006). Argumentkwaliteit en overtuigingskracht in het Elaboration Likelihood Model: Welke dimensies spelen een rol? *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 28 (1), 39-53.

Kumkale, G. T., Albarracín, D., & Seignourel, P. J. (2010). The Effects of Source Credibility in the Presence or Absence of Prior Attitudes: Implications for the Design of Persuasive Communications Campaigns. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(6), 1325-1356.

McGuire, W.J. (1972). Attitude change: The information-processing paradigm. In: McClintock, C.G. (Eds.), *Experimental social psychology*, 108-141. New York: Hold, Rinehart & Winston.

McGuire, W.J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology*, Vol 2, 233-346. New York: Random House.

Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in experimental social psychology*, 19, 126-127.

Petty, R.E. & Wegener, D.T. (1999). The Elaboration Likelihood Model: Current status and controversies. In: Chaiken, S. & Trope, Y. (Eds.), *Dual process theories in social psychology*, 41-72. New York: Guilford Press.

Pornpitakpan, C. (2004). The Persuasiveness of Source Credibility: A Critical Review of Five Decades' Evidence. *Journal of Applied Social Psychology*, 34, 243-281.

Reynolds, R.A., & Reynolds, J.L. (2002). Evidence. In J.P. Dillard & M. Pfau (eds.), *The persuasion handbook: Developments in theory and practice*, 427-444. Thousand Oaks, CA: Sage.

Rieke, R. D., & Sillars, M. O. (1984). *Argumentation and the decision making process* (2nd Ed.). New York: Harper Collins.

Schellens, P.J. & Jong, M. D.T. de (2000). Soorgen argumenten in de voorlichting. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 22, 299-308.

Schellens, P.J. & Verhoeven, G. (1994). *Argument en tegenargument. Een inleiding in de analyse en beoordeling van betogende teksten*. Groningen: Martinus Nijhoff.

Toulmin, S. E. (1958). *The Uses of Argument*. Cambridge University Press, Cambridge.

Wiegman, O. (1985) Two Politicians in a Realistic Experiment: Attraction, Discrepancy, Intensity of Delivery, and Attitude Change. *Journal of Applied Social Psychology*, 15 (7), 673-686.

Wilson, E. J. , Sherell, D. L. (1993) Source Effects in Communication and Persuasion Research: A Meta-Analysis of Effect Size. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21, 101-112.

Bachelor onderzoeken

Boer, W. (2013) Overtuigen met overtuiging. Het effect van de bron en de rol van het type evidentie in een overtuigende boodschap. *Bachelor Eindwerkstuk Communicatie- en Informatiewetenschappen, Universiteit Utrecht*.

Braat, M. (2013) Uit onderzoek is gebleken. Een experimenteel onderzoek naar de overtuigingskracht van verschillende typen evidentie. *Bachelor Eindwerkstuk Communicatie- en Informatiewetenschappen, Universiteit Utrecht*.

Bijlagen

Bijlage A	Instructie vragenlijst
Bijlage B	Vragenlijst anekdotische evidentie
Bijlage C	Vragenlijst statistische evidentie
Bijlage D	Stills uit de videoboodschappen

Bijlage A**Instructie vragenlijst****Universiteit Utrecht**

Geachte respondent,

De Universiteit Utrecht doet momenteel onderzoek naar gesproken communicatie. Uw bijdrage hieraan stellen wij zeer op prijs.

U krijgt zo meteen een filmpje te zien waarin een spreker een bepaald standpunt verdedigt. Na het filmpje te hebben bekeken, vragen wij u een aantal stellingen te beantwoorden. U mag uw eigen mening over het filmpje geven door een aantal schaalvragen aan te kruisen. Bijvoorbeeld:

De boodschap is	grappig	0 0 0 <input checked="" type="checkbox"/> 0 0 0	niet grappig
-----------------	---------	---	-----------------

Wij zijn hierbij geïnteresseerd in uw persoonlijke oordeel. Er zijn dus geen goede of foute antwoorden. Denk bij het invullen niet te lang na. Ga bij twijfel uit van uw eerste indruk.

Gebleken is dat het bekijken van de filmpjes en het invullen van de vragenlijsten ongeveer 5 minuten in beslag neemt. Uiteraard is deelname aan dit onderzoek anoniem en alle gegevens worden vertrouwelijk behandeld.

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Daniel Janssen

Dr. D.M.L. Janssen, senior docent/onderzoeker Communicatiestudies

Universiteit Utrecht
Onderzoeksinstituut UiL/OTS
Trans 10
3512 JK Utrecht

Bijlage B**Vragenlijst anekdotische evidentie**

Algemeen oordeel			
1. Geef een schoolcijfer voor het filmpje	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (omcirkelen)		
De spreker verdedigt het standpunt: “Wie na een griepje dus snel weer aan het werk wil, moet dagelijks bewegen”.			
2. Dit standpunt vind ik ...	zeer onjuist	0 0 0 0 0 0	zeer juist
3. Dit standpunt vind ik ...	zeer aannemelijk	0 0 0 0 0 0	zeer onaannemelijk
4. Dit standpunt vind ik ...	zeer aan te bevelen	0 0 0 0 0 0	helemaal niet aan te bevelen
5. Dit standpunt vind ik ...	zeer verstandig	0 0 0 0 0 0	zeer onverstandig
6. Dit standpunt vind ik ...	zeer onverdedigbaar	0 0 0 0 0 0	zeer verdedigbaar
De spreker geeft als argument voor het standpunt: “Maar, mensen met een goede conditie herstellen weer snel. Door elke dag een half uur matig intensief te bewegen, bouw je een goede conditie op”.			
7. Dit argument vind ik ...	zeer goed	0 0 0 0 0 0	zeer slecht
8. Dit argument vind ik ...	zeer onaannemelijk	0 0 0 0 0 0	zeer aannemelijk
9. Dit argument vind ik ...	zeer irrelevant	0 0 0 0 0 0	zeer relevant
10. Dit argument vind ik ...	zeer sterk	0 0 0 0 0 0	zeer zwak
De spreker zegt: “Doordat ik dagelijks beweeg, heb ik een goede conditie en ben ik na een griepje weer sneller aan het werk dan collega’s die minder fit zijn”.			
11. Dit lijkt mij ...	zeer onaannemelijk	0 0 0 0 0 0	zeer aannemelijk
12. Dit lijkt mij ...	zeer waarschijnlijk	0 0 0 0 0 0	zeer onwaarschijnlijk
13. Dit lijkt mij ...	zeer juist	0 0 0 0 0 0	zeer onjuist
14. Dit lijkt mij ...	zeer irrelevant	0 0 0 0 0 0	zeer relevant
Beeld van de spreker			
15. De spreker lijkt mij ...	onervaren	0 0 0 0 0 0	ervaren
16. De spreker lijkt mij ...	oneerlijk	0 0 0 0 0 0	eerlijk
17. De spreker lijkt mij ...	vriendelijk	0 0 0 0 0 0	onvriendelijk
18. De spreker lijkt mij ...	niet te vertrouwen	0 0 0 0 0 0	te vertrouwen
19. De spreker lijkt mij ...	ondeskundig	0 0 0 0 0 0	deskundig
20. De spreker lijkt mij ...	onsympathiek	0 0 0 0 0 0	sympathiek
21. De spreker lijkt mij ...	oprecht	0 0 0 0 0 0	niet oprecht
22. De spreker lijkt mij ...	niet belangeloos	0 0 0 0 0 0	belangeloos
23. De spreker lijkt mij ...	onbetrouwbaar	0 0 0 0 0 0	betrouwbaar

24. De spreker lijkt mij ...	competent	0 0 0 0 0 0	incompetent
25. De spreker lijkt mij ...	onaangenaam	0 0 0 0 0 0	aangenaam
26. De spreker lijkt mij ...	intelligent	0 0 0 0 0 0	onintelligent

Beantwoord de volgende stellingen:			
27. Het is belangrijk om na een griepje weer snel aan het werk te gaan.	zeer mee eens waar	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	zeer mee oneens onwaar
28. Ik ben van plan om een goede conditie op te bouwen door elke dag een half uur matig intensief te bewegen.	zeer mee eens zeer waarschijnlijk	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	zeer mee oneens zeer onwaarschijnlijk
29. Dagelijks een half uur matig intensief bewegen is haalbaar voor mij.	waar zeer waarschijnlijk	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	onwaar zeer onwaarschijnlijk
30. Mensen van wie ik het oordeel belangrijk vind, zouden mij aanmoedigen om dagelijks een half uur matig intensief te bewegen.	zeer waarschijnlijk zeker wel	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	zeer onwaarschijnlijk zeker niet

31. Wat is uw geslacht?	0 vrouw 0 man
32. Wat is uw leeftijd? jaar
33. Wat is uw hoogst genoten opleidingsniveau?	0 basisonderwijs 0 voortgezet onderwijs 0 middelbaar beroepsonderwijs (MBO, MTS, MEAO, e.d.) 0 hoger beroepsonderwijs (HBO, HEAO, HTS, HBOV e.d.) 0 universitair onderwijs (WO)

Bijlage C

Vragenlijst statistische evidentie

Algemeen oordeel			
1. Geef een schoolcijfer voor het filmpje	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (omcirkelen)		
De spreker verdedigt het standpunt: <i>“Wie na een griepje dus snel weer aan het werk wil, moet dagelijks bewegen”.</i>			
2. Dit standpunt vind ik ...	zeer onjuist	0 0 0 0 0 0	zeer juist
3. Dit standpunt vind ik ...	zeer aannemelijk	0 0 0 0 0 0	zeer onaannemelijk
4. Dit standpunt vind ik ...	zeer aan te bevelen	0 0 0 0 0 0	helemaal niet aan te bevelen
5. Dit standpunt vind ik ...	zeer verstandig	0 0 0 0 0 0	zeer onverstandig
6. Dit standpunt vind ik ...	zeer onverdedigbaar	0 0 0 0 0 0	zeer verdedigbaar
De spreker geeft als argument voor het standpunt: <i>“Maar, mensen met een goede conditie herstellen weer snel. Door elke dag een half uur matig intensief te bewegen, bouw je een goede conditie op”.</i>			
7. Dit argument vind ik ...	zeer goed	0 0 0 0 0 0	zeer slecht
8. Dit argument vind ik ...	zeer onaannemelijk	0 0 0 0 0 0	zeer aannemelijk
9. Dit argument vind ik ...	zeer irrelevant	0 0 0 0 0 0	zeer relevant
10. Dit argument vind ik ...	zeer sterk	0 0 0 0 0 0	zeer zwak
De spreker zegt: <i>“Uit mijn onderzoek blijkt dat 72% van de mensen die dagelijks een half uur bewegen, een goede conditie hebben en na een griepje weer sneller aan het werk zijn dan mensen die minder fit zijn.”</i>			
11. Dit lijkt mij...	zeer onaannemelijk	0 0 0 0 0 0	zeer aannemelijk
12. Dit lijkt mij ...	zeer waarschijnlijk	0 0 0 0 0 0	zeer onwaarschijnlijk
13. Dit lijkt mij ...	zeer juist	0 0 0 0 0 0	zeer onjuist
14. Dit lijkt mij ...	zeer irrelevant	0 0 0 0 0 0	zeer relevant
Beeld van de spreker			
15. De spreker lijkt mij ...	onervaren	0 0 0 0 0 0	ervaren
16. De spreker lijkt mij ...	oneerlijk	0 0 0 0 0 0	eerlijk
17. De spreker lijkt mij ...	vriendelijk	0 0 0 0 0 0	onvriendelijk
18. De spreker lijkt mij ...	niet te vertrouwen	0 0 0 0 0 0	te vertrouwen
19. De spreker lijkt mij ...	ondeskundig	0 0 0 0 0 0	deskundig
20. De spreker lijkt mij ...	onsympathiek	0 0 0 0 0 0	sympathiek
21. De spreker lijkt mij ...	oprecht	0 0 0 0 0 0	niet oprecht
22. De spreker lijkt mij ...	niet belangeloos	0 0 0 0 0 0	belangeloos

23. De spreker lijkt mij ...	onbetrouwbaar	0 0 0 0 0 0	betrouwbaar
24. De spreker lijkt mij ...	competent	0 0 0 0 0 0	incompetent
25. De spreker lijkt mij ...	onaangenaam	0 0 0 0 0 0	aangenaam
26. De spreker lijkt mij ...	intelligent	0 0 0 0 0 0	onintelligent

Beantwoord de volgende stellingen:			
27. Het is belangrijk om na een griepje weer snel aan het werk te gaan.	zeer mee eens waar	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	zeer mee oneens onwaar
28. Ik ben van plan om een goede conditie op te bouwen door elke dag een half uur matig intensief te bewegen.	zeer mee eens zeer waarschijnlijk	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	zeer mee oneens zeer onwaarschijnlijk
29. Dagelijks een half uur matig intensief bewegen is haalbaar voor mij.	waar zeer waarschijnlijk	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	onwaar zeer onwaarschijnlijk
30. Mensen van wie ik het oordeel belangrijk vind, zouden mij aanmoedigen om dagelijks een half uur matig intensief te bewegen.	zeer waarschijnlijk zeker wel	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	zeer onwaarschijnlijk zeker niet

31. Wat is uw geslacht?	0 vrouw 0 man
32. Wat is uw leeftijd? jaar
33. Wat is uw hoogst genoten opleidingsniveau?	0 basisonderwijs 0 voortgezet onderwijs 0 middelbaar beroepsonderwijs (MBO, MTS, MEAO, e.d.) 0 hoger beroepsonderwijs (HBO, HEAO, HTS, HBOV e.d.) 0 universitair onderwijs (WO)

Bijlage D Stills uit de videoboodschappen

Videoboodschappen met een mannelijke bron
(statistische en anekdotische evidentie)



Linksboven:	Opening met standpunt en argument
Rechtsboven:	Kern met evidentie
Linksonder:	Afsluiting met herhaling standpunt

Videoboodschappen met een vrouwelijke bron
(statistische en anekdotische evidentie)



- | | |
|--------------|------------------------------------|
| Linksboven: | Opening met standpunt en argument |
| Rechtsboven: | Kern met evidentie |
| Linksonder: | Afsluiting met herhaling standpunt |