

# De onderbuik en evaluatie van argumenten

*Een onderzoek naar de invloed van het onderbuikgevoel en de kwaliteit van argumenten op de expliciete attitude*

**Eindwerkstuk Communicatie- en  
Informatiewetenschappen**

**Pam Scholten (5494761)**

**Hans Hoeken en Björn 't Hart**

**9 februari 2018**

## Inhoudsopgave

1. Samenvatting	p. 2
2. Inleiding	
2.1. Aanleiding	p. 3
2.2. Theoretisch kader	p. 4
2.3. Vraagstelling	p. 6
3. Methode	
3.1. Design	p. 8
3.2. Proefpersonen	p. 8
3.3. Materiaal	p. 8
3.4. Procedure	p. 12
3.5. Data-analyse	p. 12
4. Resultaten	
4.1. Pretest	p. 14
4.2. Nieuwe condities: wel onderbuikgevoel, geen onderbuikgevoel	p. 14
4.3. Onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude	p. 14
5. Conclusie & Discussie	p. 17
6. Literatuurlijst	p. 21
7. Bijlagen	
7.1. Persuasieve teksten	p. 22
7.2. Plagiaatformulier	p. 24

## 1. Samenvatting

De voedselindustrie is verantwoordelijk voor een groot deel van de door mensen veroorzaakte uitstoot van broeikasgassen en met name de productie van vlees laat een grote ecologische afdrak achter. Om een dergelijk probleem op te lossen zouden vleesvervangers – producten met een natuurlijke basis – de vleesindustrie over kunnen nemen. Maar om een draagvlak te creëren ter ondersteuning van deze oplossing, moet de expliciete attitude die mensen hebben ten opzichte van vleesvervangers positief zijn. Om de attitude te kunnen beïnvloeden, kan een persuasieve tekst worden ingezet: een tekst met als doel om lezers te overtuigen van de voordelen van vleesvervangers. Echter, veel persuasieve teksten bereiken hun doel niet, wat verklaard zou kunnen worden vanuit het onderbuikgevoel: een impliciete attitude die men onbewust al heeft gevormd ten opzichte van het standpunt in de tekst en invloed uitoefent op de expliciete attitude. Maar veel communicatiewetenschappelijk onderzoek laat de rol van het onderbuikgevoel in de beïnvloeding van de expliciete attitude buiten beschouwing, en benoemt daarentegen factoren als de manier waarop lezers de argumenten verwerken en de argumentsterkte. Dit onderzoek tracht de verschillende theorieën met betrekking tot de expliciete attitude uit te breiden en richt zich op de samenhang tussen onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude. Allereerst is getoetst of er een onderbuikgevoel aanwezig was onder de respondenten ten opzichte van twee vleesvervangers, de groente- en insectenburger, waarna de invloed van argumentsterkte op de expliciete attitude is getoetst bij aan- en afwezigheid van dit onderbuikgevoel. De resultaten lieten een negatieve impliciete attitude zien ten opzichte van de insectenburger bij een deel van de respondenten, maar er zijn geen significante resultaten gevonden betreffende de samenhang tussen onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude. De rol van het onderbuikgevoel in de beïnvloeding van de expliciete attitude kan daarom niet worden bevestigd in dit onderzoek.

## 2. Inleiding

### 2.1 Aanleiding

Met het oog op de toekomst wordt er sinds een aantal jaar veel aandacht besteed aan de voedselindustrie. Het is algemeen bekend dat de voedselindustrie verantwoordelijk is voor een groot deel van de door mensen veroorzaakte uitstoot van broeikasgassen en met name de productie van vlees laat een grote ecologische afdruk achter. Een oplossing om deze afdruk te verminderen zou kunnen beginnen bij het enkel produceren van vleesproducten met een biologische afkomst. Een oplossing die een grote stap verdergaat is de volledige afschaffing van de vleesproductie. Vleesvervangers – producten met een natuurlijke basis, zoals peulvruchten, noten of insecten – zouden de vleesindustrie dan over kunnen nemen.

Om deze oplossing tot een succes te brengen is een daadwerkelijke aanpassing in het dagelijkse eetpatroon van de mens een vereiste. Men moet vleesproducten schrappen uit het dieet, en enkel nog vleesvervangers eten. Gedragsveranderingen zijn echter (bijna) niet af te dwingen, en daarom moet men zelf een voorstander zijn van deze oplossing om het gedrag vervolgens vanuit eigen initiatief te veranderen. Om deze ontwikkeling te kunnen sturen, ligt de focus op de onderliggende determinanten van gedrag. Attitude wordt daarbij benoemd als de belangrijkste determinant van gedragsintentie in onderzoek naar het overtuigingsproces (Hoeken, Hornikx, & Hustinx, 2012). De attitude wordt gedefinieerd als ‘... *a psychological tendency that is expressed by evaluating a particular entity with some degree of favor or disfavor*’ (Eagly & Chaiken, 1993, p. 1). Wanneer men een positieve attitude ontwikkelt tegenover de afschaffing van de vleesproductie en de overname van vleesvervangers, wordt het draagvlak ter ondersteuning van de oplossing vergroot. Deze positieve verandering in attitude zou vervolgens kunnen leiden tot een positieve verandering in gedrag.

Om de attitude van mensen te kunnen beïnvloeden, worden vaak persuasieve teksten ingezet: teksten met als doel om lezers te overtuigen van een bepaald standpunt. Echter, veel persuasieve teksten bereiken hun doel niet (Hoeken et al., 2012, pp. 12-14). Dit kan verklaard worden met behulp van het onderscheid tussen impliciete en expliciete attitudes. Impliciete attitudes worden beschouwd als de automatische associaties die mensen hebben bij een attitudeobject, terwijl expliciete attitudes voortkomen uit cognitieve afwegingen (Rudman, 2004). Het kan dus voorkomen dat men al een attitude heeft gevormd over een bepaald object, zonder zich hiervan bewust te zijn. Deze impliciete attitude kan ook wel aangeduid worden als “het onderbuikgevoel”. Wanneer dit onderbuikgevoel negatief is, kan het nadelige gevolgen hebben voor het overtuigingsproces van de lezer van een persuasieve tekst. De lezer heeft namelijk onbewust al

een negatief standpunt ingenomen, en zal daarom niet (of minder snel) overtuigd zijn van een persuasieve tekst waarin een tegenovergesteld standpunt wordt aangeprezen. De negatieve impliciete attitude kan daarom resulteren in een negatieve expliciete attitude, die vervolgens de gedragsintentie kan beïnvloeden, waardoor de gewenste gedragsverandering niet wordt behaald.

Ook binnen oplossingen in de voedselindustrie kan het onderbuikgevoel een nadelige rol spelen, bijvoorbeeld wanneer men onbewust al een negatieve attitude heeft gevormd ten opzichte van biologisch of natuurlijk voedsel. Deze impliciete attitude kan de expliciete attitude met betrekking tot de afschaffing van de vleesproductie en de overname van vleesvervangers beïnvloeden, waardoor men geen voorstander zal zijn van de oplossing. In dit onderzoek wordt er verder gekeken naar de aanwezigheid en invloed van het onderbuikgevoel binnen deze oplossing.

## 2.2 Theoretisch kader

In veel communicatiewetenschappelijk onderzoek wordt de rol van “het onderbuikgevoel” in de beïnvloeding van de expliciete attitude buiten beschouwing gelaten. Deze onderzoeken benoemen andere factoren die invloed hebben op de uitkomst van het overtuigingsproces van een lezer. Zo benoemen Hoeken et al. (2012) het onderscheid tussen de verschillende manieren waarop lezers informatie verwerken als oorzaak voor de manier waarop lezers het standpunt in de tekst evalueren en eventueel accepteren, en aan de hand hiervan een attitude vormen. Dit onderscheid is uit te leggen met twee duale procesmodellen: het *Elaboration Likelihood Model* (ELM) van Petty en Cacioppo (1986) en het *Heuristic-Systematic Model* (HSM) van Chaiken (1987). Het ELM en het HSM onderscheiden twee manieren waarop lezers de informatie die zij binnenkrijgen verwerken, waarbij voor beide manieren wordt verondersteld dat men een juiste attitude wil hebben. Het eerste verwerkingsproces omschrijft de systematische manier van verwerken, waarbij alle relevante argumenten in een tekst zorgvuldig worden afgewogen. Deze systematische afweging kost veel tijd en het is belangrijk dat de lezer de argumenten begrijpt, zodat hij deze rationeel en kritisch kan afwegen. Het tweede verwerkingsproces daarentegen omschrijft de eenvoudige manier van verwerken, waarbij de lezer zich enkel richt op gedeeltes van de tekst en gebruik maakt van vuistregels of heuristieken om het standpunt te evalueren. In dit verwerkingsproces is begrip van de genoemde argumenten daarom niet noodzakelijk, omdat de argumenten niet afgewogen worden (Petty & Cacioppo, 1986; Chaiken, 1987).

Nu kan het voorkomen dat een tekst sterke argumenten bevat, maar de argumenten afkomstig zijn van een onbetrouwbare bron (of andersom). In dit geval kan het onderscheid tussen de verschillende manieren om informatie te verwerken gevolgen hebben voor de uitkomst van het overtuigingsproces, en de attitude die gevormd wordt. Lezers die de tekst systematisch verwerken

zullen namelijk overtuigder zijn vanwege de sterke argumenten die gegeven worden in de tekst, terwijl lezers die de tekst eenvoudig verwerken minder overtuigd zijn vanwege de onbetrouwbare bron waarvan de argumenten afkomstig zijn (Hoeken et al., 2012). Tevens heeft de manier van informatie verwerken gevolgen voor de duurzaamheid van de gevormde attitude. Petty, Haugtvedt en Smith (1995) hebben namelijk onderzocht dat attitudes die tot stand komen als gevolg van zorgvuldige afwegingen tussen voor- en tegenargumenten, langer worden onthouden en betere voorspellers zijn van gedrag dan attitudes die tot stand komen als gevolg van het toepassen van vuistregels.

De verwerkingsroute die de lezer neemt is afhankelijk van meerdere factoren: capaciteit, bekwaamheid, motivatie en gelegenheid (Hoeken et al., 2012). Schellens en de Jong (2004) gaan dieper in op bekwaamheid, en stellen dat een lezer moet beschikken over argumentatieschemaspecifieke criteria om argumenten te kunnen evalueren. In dit onderzoek wordt de rol van het onderbuikgevoel dus niet beaamd, maar wordt bekwaamheid van de lezer benoemd als factor die de evaluatie van argumenten beïnvloedt en de attitude die op basis hiervan wordt gevormd. In onderzoek van Park, Levine, Kingsley Westerman, Orfgen en Foregger (2007) wordt bevestigd dat men over het vermogen beschikt om sterke van zwakke argumenten te onderscheiden, en zich meer laat overtuigen door sterke dan door zwakke argumenten. Ook recent onderzoek van Schellens, Šorm, Timmers en Hoeken (2017) onderbouwt deze claim. Wanneer argumentatieve boodschappen centraal worden verwerkt, zijn de argumenten die aan argumentatieschemaspecifieke criteria voldoen meer overtuigend dan argumenten die dit minder doen. In deze onderzoeken wordt dus verklaard dat de sterkte van argumenten in een tekst het overtuigingsproces beïnvloedt, waarbij sterkere argumenten zouden zorgen voor een positievere attitude ten opzichte van het benoemde standpunt dan zwakke argumenten.

Bovengenoemde onderzoeken bevestigen dat de manier waarop lezers informatie verwerken, de bekwaamheid van lezers, en de argumentsterkte een rol spelen bij het vormen van de expliciete attitude. Het onderbuikgevoel wordt echter buiten beschouwing gelaten. In onderzoek van Kunda (1990), daarentegen, wordt eenzelfde effect gevonden als het onderbuikgevoel zou hebben op de attitude, te verklaren met de *motivated reasoning* theorie. Kunda benoemt motivatie als factor waardoor lezers argumenten zorgvuldiger afwegen en evalueren, maar dit zou niet betekenen dat vooroordelen verdwijnen en er enkel objectief wordt gekeken naar argumentsterkte. Haar *motivated reasoning* theorie verklaart dat men informatie en argumenten zodanig verwerkt, dat bepaalde gewenste conclusies versterkt worden en vooral het eigen gelijk wordt bevestigd (Kunda, 1990). Mercier en Sperber (2011) onderbouwen deze theorie met hun *argumentative theory of reasoning*, waarin zij beweren dat men goed in staat is om argumenten op objectieve wijze te evalueren, maar

dat wanneer men al een standpunt heeft ingenomen, de kwaliteit van argumenten die hun standpunt bevestigen hoger wordt ingeschat dan de kwaliteit van argumenten die tegen hun standpunt ingaan. Ditzelfde effect is gevonden door Hoeken en van Vugt (2014), die ondervonden dat leken vooral gebruikmaken van argumentatieschemaspecifieke criteria om onwelgevallige argumenten af te vallen.

### *2.3 Vraagstelling*

Dit onderzoek richt zich ook op de samenhang tussen onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude binnen oplossingen in de voedselindustrie, maar onderscheidt zich van bovengenoemde onderzoeken doordat er alvorens het onderzoek geen manipulatie van een standpunt plaatsvindt. Er wordt enkel getest of er een onderbuikgevoel aanwezig is, een impliciete attitude waarvan men zich niet bewust is. Vervolgens wordt onderzocht wat de invloed van argumentsterkte op de expliciete attitude is bij aan- en afwezigheid van het onderbuikgevoel. De onderzoeksvraag die centraal staat luidt dan ook: “In hoeverre beïnvloeden argumentsterkte en onderbuikgevoel de expliciete attitude?”.

Verwacht wordt dat onderbuikgevoel, argumentsterkte en attitude interacteren, en de aanwezigheid van een negatief onderbuikgevoel de argumentsterkte als invloed op de expliciete attitude wegstreept. Wanneer een object dus samenhangt met een negatief onderbuikgevoel, is de expliciete attitude direct negatief. Het bieden van sterke of zwakke argumenten maakt dan geen verschil, aangezien argumenten die het onderbuikgevoel bevestigen hoe dan ook worden beschouwd als sterk, terwijl onwelgevallige argumenten worden beschouwd als zwak. Wanneer het negatieve onderbuikgevoel afwezig is, heeft argumentsterkte wel invloed op de expliciete attitude. Sterke argumenten zorgen dan voor meer overtuiging ten opzichte van het standpunt dan zwakke argumenten.

Indien deze hypothesen inderdaad worden bevestigd met behulp van dit onderzoek, kan dit een oplossing bieden om persuasieve teksten vaker hun doel te laten bereiken. Er moet worden ingespeeld op het onderbuikgevoel, en er moet getracht worden dit gevoel positief te beïnvloeden wanneer men als doel heeft om ook de attitude en gedragsintentie positief te veranderen. Deze uitkomst zou ook ingezet kunnen worden om het draagvlak ter ondersteuning van oplossingen binnen de voedselindustrie te vergroten. Wanneer het onderbuikgevoel omtrent deze oplossingen positief verandert, en men dus een positieve impliciete attitude ontwikkelt ten opzichte van de afschaffing van de vleesproductie en de overname van vleesvervangers, kan dit leiden tot een positieve expliciete attitude en daarmee een positieve verandering in gedragsintentie. Deze

verandering in gedrag zou op zijn beurt ten goede komen aan het milieu en de toekomst van onze planeet.



### **3. Methode**

#### *3.1 Design*

In dit onderzoek wordt een 2x2 design uitgevoerd, waarbij wordt gekeken naar de invloed van onderbuikgevoel (wel/niet aanwezig) en argumentsterkte (sterke/zwakke argumenten), de onafhankelijke variabelen, op de expliciete attitude van lezers van een persuasieve tekst (positief/negatief), de afhankelijke variabele. Het onderzoek wordt uitgevoerd middels een tussenproefpersonen ontwerp.

#### *3.2 Proefpersonen*

De vooraf vastgestelde doelgroep voor dit onderzoek bestond uit studenten tussen de 18 en 25 jaar, aangezien dit een homogene doelgroep is die wij in onze directe omgeving tot onze beschikking hebben. Echter is er één respondent van 17 jaar meegenomen in de resultaten, drie respondenten van 26 jaar, drie respondenten van 27 jaar, één respondent van 28 jaar, en twee respondenten van 31 jaar. Hier is voor gekozen omdat dit ook studenten kunnen zijn, en dit meer bruikbare data opleverde voor het onderzoek. In totaal zijn er 137 respondenten die de pretest hebben afgerond, waarvan uiteindelijk 127 respondenten zijn meegenomen in dit onderzoek. Sommige respondenten hebben het onderzoek namelijk niet afgerond of er miste data uit de pretest, en één respondent met de leeftijd van 61 jaar viel te ver buiten de doelgroep. 27.6% procent van de respondenten behoort tot het mannelijke geslacht (n = 35), 70.1% tot het vrouwelijke geslacht (n = 89), en van 2.4% is het geslacht onbekend (n = 3). De leeftijd van de respondenten varieert tussen de 17 en 31 jaar, met een gemiddelde leeftijd van 22.45 jaar (SD = 2.24). Van één respondent is de leeftijd onbekend. 11.8% van de respondenten behoort tot het MBO-opleidingsniveau (n = 15), 33.1% tot het HBO-opleidingsniveau (n = 42), en 55.1% tot het WO-opleidingsniveau (n = 70).

#### *3.3 Materiaal*

Om de interactie tussen onderbuikgevoel, argumentsterkte en attitude te toetsen, hanteert dit onderzoek de invoering van vleesvervangende producten als voorbeeld. Twee vleesvervangende burgers staan hierin centraal: de groenteburger en de insectenburger. Deze burgers zijn bewust gekozen in dit onderzoek omdat het duurzame producten zijn, en de insectenburger naar verwachting een negatief onderbuikgevoel oproept bij lezers. Tegenover deze burger wilden wij de duurzame burger testen die het meest positieve onderbuikgevoel oproept bij lezers, en daarom is er middels een pilotstudy onderzocht welke burger het meest positief werd ontvangen: de groenteburger of de sojaburger. Zestien mensen maakten de keuze welke burger zij liever zouden eten, waarbij 81.3% van de respondenten (n = 13) de groenteburger verkoos boven de sojaburger,

die door 18.8% van de respondenten (n = 3) werd gekozen. Daarom plaatst dit onderzoek de groenteburger tegenover de insectenburger. Een effect van geslacht in de pilotstudy is uitgesloten: 50% van de respondenten behoort namelijk tot het vrouwelijke geslacht (n = 8), en 50% van de respondenten tot het mannelijke geslacht (n = 8). Door de sojaburger als eerste te noemen bij de helft van de respondenten en de groenteburger als eerste bij de andere helft, is een effect van volgorde ook uitgesloten.

Om te toetsen of er een onderbuikgevoel aanwezig was bij de respondenten ten opzichte van (een van) de burgers, is er een pretest opgezet in Qualtrics, online survey software, waarin een *Implicit Association Test* (IAT) is nagebootst zoals beschreven in Hoeken et al. (2012). De theorie achter de IAT stelt dat wanneer jouw impliciete attitude ten opzichte van een bepaald object positief is, je sneller bent in het oordelen of iets een bestaand of niet-bestaand woord is wanneer dit woord positief is, dan wanneer dit woord negatief is. Wanneer jouw impliciete attitude ten opzichte van een bepaald object negatief is, ben je sneller in het oordelen of iets een bestaand of niet-bestaand woord is wanneer dit woord negatief is, dan wanneer dit woord positief is. Met de reactietijden van deze test kan dus achterhaald worden of iemand een positieve of negatieve impliciete attitude heeft ten opzichte van een bepaald object, in dit geval ten opzichte van een bepaald soort burger. In dit onderzoek wordt een gemeten negatieve impliciete attitude gelijkgesteld aan de aanwezigheid van een negatief onderbuikgevoel, aangezien zowel de impliciete attitude als het onderbuikgevoel duiden op een onbewust gevormd oordeel ten opzichte van een object.

In de pretest kreeg de respondent meerdere malen de naam van een soort burger te zien, en vervolgens kreeg de respondent een woord te zien waarvan moest worden aangegeven of dit een bestaand of niet-bestaand woord is. In totaal kwamen er vier soorten burgers terug in de test, waaronder de groente- en insectenburger. Daarnaast zijn er twee fillers gebruikt. Van de woorden die beoordeeld moesten worden kreeg men voor de groente- en insectenburger tweemaal een negatief woord, tweemaal een positief woord, en tweemaal een niet-bestaand woord, en voor de fillers eenmaal een negatief woord, eenmaal een positief woord, en tweemaal een niet-bestaand woord. De niet-bestaande woorden zijn opgenomen in de test om te voorkomen dat de respondent enkel op "bestaand" hoefde te drukken, en de gemeten reactietijden daarom niet representatief zouden zijn voor de werkelijke reactietijden.

Om te toetsen of de aan- of afwezigheid van het onderbuikgevoel en de argumentsterkte de attitude van de respondenten beïnvloedde, kregen zij na de pretest een persuasieve tekst te lezen. De tekst richtte zich op de respondent en had het doel om een positief beeld te schetsen over ofwel de groente- ofwel de insectenburger, door de respondent bewust te maken van de voordelen van

het eten van de burger. Per burger zijn twee teksten opgesteld, waarin de argumentsterkte is gemanipuleerd door ofwel drie sterke ofwel drie zwakke argumenten te geven. In totaal waren er dus vier vrijwel identieke teksten voor beide burgers, waarin enkel de sterke en zwakke argumenten verschilden. De teksten bevatten twee argumenten op basis van autoriteit; hierin lag de manipulatie bij de betrouwbaarheid van de bron (Hoeken et al., 2012). Het eerste sterke argument was daarom afkomstig van een objectieve bron met een oprecht belang bij een positieve verandering in het milieu: de directeur van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. Het eerste zwakke argument daarentegen was afkomstig van een subjectieve bron met een belang bij de verhoging van de verkoop van de burger: de directeur van Quorn of Delibugs, producenten van de burgers. Het tweede sterke argument was afkomstig van een objectieve bron die geen eigenbelang heeft bij de vermindering van dierenleed en daarom geloofwaardig is, namelijk een hoogleraar dierenwelzijn en proefdierkunde. Het tweede zwakke argument daarentegen was afkomstig van een subjectieve bron die wel eigenbelang heeft bij de vermindering van dierenleed en daarom minder geloofwaardig is, namelijk de woordvoester van de Partij voor de Dieren. Daarnaast bevatten de teksten één argument ter voorspelling; hierin lag de manipulatie bij het causale verband tussen oorzaak en gevolg (Hoeken et al., 2012). De beschreven situatie die ten gevolge zou treden aan het eten van de burger was ofwel zeer wenselijk (verkleining van de kans op hart- en vaatziekten) aangezien dit een levensbedreiging zou kunnen voorkomen, ofwel wenselijk maar met minimale indruk (verkleining van de kans op stoelgangproblemen). In het onderstaande overzicht is te zien op welke punten de argumenten in de vier teksten verschilden. De volledige persuasieve teksten zijn terug te vinden in Bijlage 7.1.

	Groenteburger sterke argumenten	Groenteburger zwakke argumenten	Insectenburger sterke argumenten	Insectenburger zwakke argumenten
Argument op basis van autoriteit	“Het eten van groenteburgers is goed voor het milieu. Zo stelt de <b>directeur van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu</b> . Volgens hem zal de CO2- uitstoot fors verminderen, doordat een afname van de veehouderij zou zorgen voor aanzienlijk minder broeikasgassen.”	“Het eten van groenteburgers is goed voor het milieu. Zo stelt de <b>directeur van Quorn, de producent van deze burgers</b> . Volgens hem zal de CO2-uitstoot fors verminderen, doordat een afname van de veehouderij zou zorgen voor aanzienlijk minder broeikasgassen.”	“Het eten van insectenburgers is goed voor het milieu. Zo stelt de <b>directeur van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu</b> . Volgens hem zal de CO2- uitstoot fors verminderen, doordat een afname van de veehouderij zou zorgen voor aanzienlijk minder broeikasgassen.”	“Het eten van insectenburgers is goed voor het milieu. Zo stelt de <b>directeur van Delibugs de producent van deze burgers</b> . Volgens hem zal de CO2- uitstoot fors verminderen, doordat een afname van de veehouderij zou zorgen voor aanzienlijk minder broeikasgassen.”

Argument ter voorspelling	“Het eten van groenteburgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees <b>verkleint namelijk de kans op hart- en vaatziekten.</b> “	“Het eten van groenteburgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees <b>verkleint namelijk de kans op stoelgangproblemen.</b> ”	“Het eten van insectenburgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees <b>verkleint namelijk de kans op hart- en vaatziekten.</b> ”	“Het eten van insectenburgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees <b>verkleint namelijk de kans op stoelgangproblemen</b> .”
Argument op basis van autoriteit	“Het eten van groenteburgers leidt tot vermindering van dierenleed. Door het eten van dit soort duurzame burgers zullen er minder dieren worden geslacht, zo stelt <b>prof. dr. Frauke Ohl, hoogleraar dierenwelzijn en proefdierkunde.</b> ”	“Het eten van groenteburgers leidt tot vermindering van dierenleed. Door het eten van dit soort duurzame burgers zullen er minder dieren worden geslacht, zo stelt <b>Esther Ouwehand, woordvoester van de Partij voor de Dieren.</b> ”	“Het eten van insectenburgers leidt tot vermindering van dierenleed. Door het eten van dit soort duurzame burgers zullen er minder dieren worden geslacht, zo stelt <b>prof. dr. Frauke Ohl, hoogleraar dierenwelzijn en proefdierkunde.</b> ”	“Het eten van insectenburgers leidt tot vermindering van dierenleed. Door het eten van dit soort duurzame burgers zullen er minder dieren worden geslacht, zo stelt <b>Esther Ouwehand, woordvoester van de Partij voor de Dieren.</b> ”

Om de argumentevaluatie, betrokkenheid en expliciete attitude van de respondent te meten na het lezen van één van de vier teksten, is er een vragenlijst opgesteld waarin de mening van de respondent werd bevraagd aan de hand van zelfrapportageschalen. In dit onderzoek zijn enkel de resultaten met betrekking tot de expliciete attitude van de respondent ten opzichte van de burger van belang, en daarom zijn de andere resultaten buiten beschouwing gelaten. De attitude is bevraagd aan de hand van vier items, waarbij de respondent op een 7-punts Likertschaal zijn mening moest aangeven. De items zijn gebaseerd op de beoordelingsschaal zoals beschreven in Hoeken et al. (2012), en zijn als volgt bevraagd:

**Als ik groenteburgers/insectenburgers zou eten, dan is dat:**

Onverstandig	1	2	3	4	5	6	7	Verstandig
Onplezierig	1	2	3	4	5	6	7	Plezierig
Slecht	1	2	3	4	5	6	7	Goed
Schadelijk	1	2	3	4	5	6	7	Voordelig

Uit een betrouwbaarheidsanalyse blijkt dat de vier attitude items hetzelfde construct meten ( $\alpha = 0,832$ ). Om een effect van volgorde in de vragenlijst uit te sluiten, zijn voor elke tekst twee

vragenlijsten opgesteld waarin ofwel eerst de argumentevaluatie wordt bevraagd, ofwel eerst de attitude. Zo zijn er uiteindelijk acht verschillende condities opgezet.

### *3.4 Procedure*

Om respondenten te verwerven is de link van het onlineonderzoek verspreid via eigen kringen en gedeeld via sociale media. Alvorens de respondenten begonnen aan het onderzoek kregen zij het advies om het onderzoek op een telefoon of tablet uit te voeren, aangezien het in de pretest makkelijker was om de knopjes “bestaand woord” en “niet-bestaand woord” op een touchscreen aan te klikken dan met behulp van een computermuis. Er volgde een instructie over het eerste deel van het onderzoek, de pretest. Na het lezen van deze instructie kregen de respondenten twee voorbeeldvragen, waarin twee burgers werden benoemd die niet in de werkelijke test voorkwamen. Tijdens de pretest kregen de respondenten allereerst twee seconden de naam van een soort burger te zien, waarna de naam verdween en zij twee seconden kregen om over een nieuw woord te beslissen of dit een wel of niet-bestaand woord was.

Na de pretest volgde een instructie over het tweede deel van het onderzoek: het lezen van de persuasieve tekst en het beantwoorden van de vragenlijst. Met behulp van een randomizer in Qualtrics werden de respondenten vervolgens verdeeld over de acht condities. Er is gecontroleerd of de randomisatie van de respondenten over de acht condities geslaagd is. Uit een Chi-kwadraattoets bleek dat de condities vergelijkbaar waren qua geslacht ( $\chi^2(7) = 8.15, p = 0.32$ ), opleidingsniveau ( $\chi^2(14) = 17.50, p = 0.23$ ), en leeftijd ( $\chi^2(84) = 70.19, p = 0.86$ ). Daarom is er geen reden om aan te nemen dat er op voorhand al een verschil was tussen de respondenten in de acht condities. De respondenten kregen één van de vier teksten te lezen en konden vervolgens doorklikken naar de vragenlijst. In de vragenlijst werden allereerst een aantal demografische gegevens bevraagd (geslacht, leeftijd en opleidingsniveau), en vervolgens de argumentevaluatie, betrokkenheid en attitude, in verschillende volgorde. Er was geen tijdslimiet voor het lezen van de tekst en het beantwoorden van de vragenlijst. Na het beantwoorden van de vragenlijst werd het onderzoek afgesloten.

### *3.5 Data-analyse*

Om te toetsen of er een onderbuikgevoel naar voren komt in de resultaten van de pretest, worden er gepaarde t-toetsen uitgevoerd. Zowel de gemiddelde reactietijden op de twee positieve woorden als de gemiddelde reactietijden op de twee negatieve woorden van de groenteburger en de insectenburger zullen worden vergeleken.

Om vervolgens de invloed van onderbuikgevoel en argumentsterkte op de expliciete attitude te kunnen toetsen, moet eerst worden bepaald wanneer het onderbuikgevoel wel en niet aanwezig is, en tot welke conditie de respondenten in dit onderzoek behoren. Om te kunnen bepalen tot welke conditie de respondenten behoren, zullen er twee nieuwe variabelen worden opgesteld. De ene variabele geeft de gemiddelden van de reactietijden op de positieve woorden van de insectenburger min de gemiddelden van de reactietijden op de positieve woorden van de groenteburger. Naar verwachting is er bij de insectenburger namelijk een negatief onderbuikgevoel aanwezig, waardoor de reactietijd om een positief woord te herkennen hoger is, terwijl de reactietijd om een positief woord te herkennen bij een groenteburger lager is, aangezien hier naar verwachting een positief onderbuikgevoel aanwezig is. Er zou dan een positief verschil overblijven tussen deze tijden. De andere variabele geeft de gemiddelden van de reactietijden op de negatieve woorden van de groenteburger min de gemiddelden van de reactietijden op de negatieve woorden van de insectenburger. Naar verwachting is de reactietijd om een negatief woord te herkennen bij een insectenburger lager, gezien het negatieve onderbuikgevoel, terwijl de reactietijd om een negatief woord te herkennen bij een groenteburger naar verwachting hoger is, gezien het positieve onderbuikgevoel. Ook hier zou dus een positief verschil overblijven tussen deze tijden. Wanneer deze verschillen in reactietijden inderdaad positief zijn, kan geconcludeerd worden dat er een positief onderbuikgevoel aanwezig is ten opzichte van de groenteburger en een negatief onderbuikgevoel ten opzichte van de insectenburger. Met behulp van deze verschillen in tijden kan er vervolgens één nieuwe somscore worden berekend, welke het gemiddelde verschil in alle reactietijden aangeeft. Door vervolgens de mediaan van deze somscore te bepalen, wordt het middelpunt van dit gemiddelde verschil berekend. Met behulp van deze mediaan worden twee nieuwe condities opgesteld: alle respondenten die boven de mediaan scoren behoren tot de conditie “wel onderbuikgevoel”, alle respondenten die onder de mediaan scoren behoren tot de conditie “geen onderbuikgevoel”.

De twee nieuwe condities kunnen vervolgens gebruikt worden om effecten tussen onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude ten opzichte van de groente- en insectenburger te toetsen aan de hand van variantieanalyses, ofwel meerweg-ANOVA's.

## 4. Resultaten

### 4.1 Pretest

In tabel 1 worden de gemiddelde reactietijden (en standaarddeviaties) uit de pretest voor de twee positieve woorden en de twee negatieve woorden met betrekking tot de groenteburger en de insectenburger weergegeven.

Tabel 1

*Gemiddelden (en Standaarddeviaties) voor de Reactietijden in milliseconden op Positieve en Negatieve woorden uitgesplitst naar Groente- en Insectenburger (n = aantal waarnemingen).*

Soort burger	Positieve woorden (n = 127)	Negatieve woorden (n = 127)
Groenteburger	0.75 (0.27)	0.96 (0.33)
Insectenburger	0.72 (0.27)	0.85 (0.31)

De vergelijking van de gemiddelde reactietijden op de positieve woorden van de groenteburger en de insectenburger liet zien dat hier geen significant verschil optrad ( $t(126) = 1.11, p = 0.27$ ). De positieve woorden bij de groenteburger werden dus niet significant sneller beoordeeld dan de positieve woorden bij de insectenburger. De vergelijking van de gemiddelde reactietijden op de negatieve woorden van de groenteburger en de insectenburger liet echter wel een significant verschil zien ( $t(126) = 4.00, p < 0.001$ ). De negatieve woorden bij de insectenburger werden dus wel significant sneller beoordeeld dan de negatieve woorden bij de groenteburger.

### 4.2 Nieuwe condities: wel onderbuikgevoel, geen onderbuikgevoel

Het significante verschil in de reactietijden op de negatieve woorden van de groente- en insectenburger zou kunnen wijzen op een onderbuikgevoel bij een deel van de respondenten, dat een negatieve impliciete attitude laat zien ten opzichte van insectenburgers. Om te kunnen bepalen bij welke respondenten dit gevoel aanwezig was, is de mediaan van de somscore berekend die het gemiddelde verschil in alle reactietijden aangaf. Deze mediaan lag op 0.05 seconden. Alle respondenten die boven deze mediaan scoorden zijn in de conditie “wel onderbuikgevoel” geplaatst ( $n = 63$ ), en alle respondenten die onder deze mediaan scoorden zijn in de conditie “geen onderbuikgevoel” geplaatst ( $n = 64$ ).

### 4.3 Onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude

In tabel 2 wordt de verdeling van respondenten over de condities “onderbuikgevoel” en “argumentsterkte” per burger weergegeven.

Tabel 2

*Verdeling van respondenten over de condities “Onderbuikgevoel” en “Argumentsterkte” uitgesplitst naar Groente- en Insectenburger.*

Soort burger	Wel onderbuikgevoel		Geen onderbuikgevoel	
	Sterke argumenten	Zwakke argumenten	Sterke argumenten	Zwakke argumenten
Groenteburger	15	18	15	13
Insectenburger	16	14	18	18

Uit een Chi-kwadraattoets bleek dat de condities “wel onderbuikgevoel” en “geen onderbuikgevoel” vergelijkbaar waren qua verdeling in argumentsterkte ( $\chi^2(1) = 0.07, p = 0.79$ ) en soort burger ( $\chi^2(1) = 0.95, p = 0.33$ ). Daarom is er geen reden om aan te nemen dat er op voorhand al een verschil was in de verdeling van de variabelen over de twee condities.

In tabel 3 worden de gemiddelden voor de vier expliciete attitude items (en standaarddeviaties) weergegeven per conditie en per burger.

Tabel 3

*Gemiddelden (en Standaarddeviaties) van de Expliciete Attitude uitgesplitst naar de condities “Onderbuikgevoel” en “Argumentsterkte” en naar Groente- en Insectenburger (n = aantal waarnemingen).*

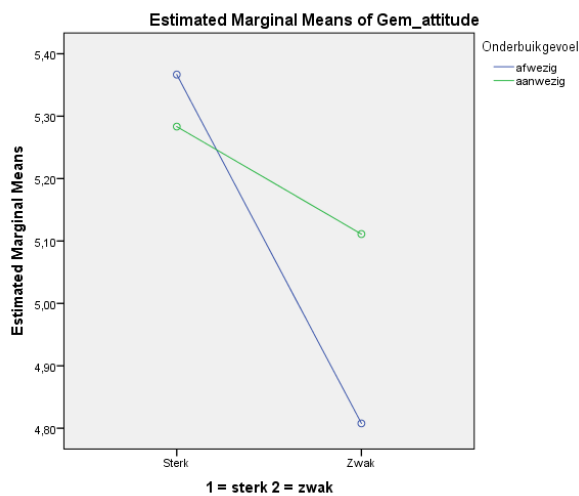
Soort burger	Onderbuikgevoel aanwezig		Onderbuikgevoel afwezig	
	Sterke argumenten (n = 15)	Zwakke argumenten (n = 18)	Sterke argumenten (n = 15)	Zwakke argumenten (n = 13)
Groenteburger	5.28 (1.22)	5.11 (0.80)	5.37 (1.00)	4.81 (1.31)
Insectenburger	4.89 (1.68)	4.18 (1.42)	4.60 (1.13)	4.24 (0.79)

Uit een tweeweg-ANOVA voor de groenteburger bleek dat er geen significant hoofdeffect was van onderbuikgevoel op attitude ( $F(1) = 0.16; p = 0.69$ ). Tevens is er geen significant hoofdeffect van argumentkwaliteit op attitude gevonden ( $F(1) = 1.73; p = 0.19$ ). Daarnaast bleek de interactie tussen onderbuikgevoel, argumentkwaliteit en attitude niet significant te zijn ( $F(1) = 0.49; p = 0.49$ ). In figuur 1 is te zien dat er wel een interactie-effect aanwezig was, maar dit effect was niet significant. Het figuur laat zien dat de gemiddelde expliciete attitude hoger was bij sterke argumenten dan bij zwakke argumenten wanneer het onderbuikgevoel afwezig was. Bij aanwezigheid van het onderbuikgevoel was het verschil in gemiddelde expliciete attitude tussen sterke en zwakke argumenten kleiner.



Figuur 1

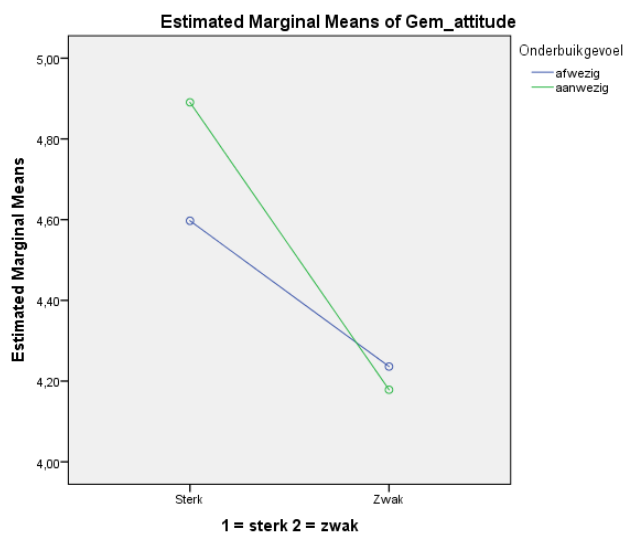
Gemiddelde Expliciete Attitude van de Groenteburger, uitgesplitst naar de condities "Onderbuikgevoel" en "Argumentsterkte".



Uit een tweeweg-ANOVA voor de insectenburger bleek dat er geen significant hoofdeffect was van onderbuikgevoel op attitude ( $F(1) = 0.14$ ;  $p = 0.71$ ). Tevens is er geen significant hoofdeffect van argumentkwaliteit op attitude gevonden ( $F(1) = 2.89$ ;  $p = 0.09$ ). Daarnaast bleek de interactie tussen onderbuikgevoel, argumentkwaliteit en attitude niet significant te zijn ( $F(1) = 0.31$ ;  $p = 0.58$ ). In figuur 2 is te zien dat er wel een interactie-effect aanwezig was, maar dit effect was niet groot genoeg en daarom niet significant. Het figuur laat zien dat de gemiddelde expliciete attitude hoger was bij sterke argumenten dan bij zwakke argumenten wanneer het onderbuikgevoel aanwezig was. Bij afwezigheid van het onderbuikgevoel was het verschil in gemiddelde expliciete attitude tussen sterke en zwakke argumenten kleiner.

Figuur 2

Gemiddelde Expliciete Attitude van de Insectenburger, uitgesplitst naar de condities "Onderbuikgevoel" en "Argumentsterkte".



## 5. Conclusie & Discussie

In dit onderzoek is gekeken naar de aanwezigheid en invloed van het onderbuikgevoel binnen een oplossing in de voedselindustrie: het eten van vleesvervangers, producten met een natuurlijke basis, in dit onderzoek groente- en insectenburgers. De onderzoeksvraag die centraal stond, luidde: “In hoeverre beïnvloeden argumentsterkte en onderbuikgevoel de expliciete attitude?”. Het onderzoek richtte zich dus ook op de samenhang tussen onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude. Het onderzoek is uitgevoerd onder (voornamelijk) studenten tussen de 17 en 31 jaar, en bestond uit twee delen: de pretest en de vragenlijst. In de pretest is de impliciete attitude getoetst aan de hand van een nagebootste *Implicit Association Test* (IAT), en in de vragenlijst is de expliciete attitude bevraagd aan de hand van een zelfrapportageschaal.

Verwacht werd dat onderbuikgevoel, argumentsterkte en attitude interacteerden, en de aanwezigheid van een negatief onderbuikgevoel de argumentsterkte als invloed op de expliciete attitude weg zou strepen. Wanneer de burger dus zou samenhangen met een negatief onderbuikgevoel, zou de expliciete attitude direct negatief zijn, en zou het bieden van sterke of zwakke argumenten geen verschil maken. Verwacht werd ook dat argumentsterkte wel invloed zou hebben op de expliciete attitude bij afwezigheid van het negatieve onderbuikgevoel. Sterke argumenten zouden dan zorgen voor meer overtuiging ten opzichte van het standpunt – de voordelen van het eten van de burger – dan zwakke argumenten.

Uit de vergelijking van de gemiddelde reactietijden op de negatieve woorden van de groenteburger en de insecteburger in de pretest kwam een significant verschil naar voren, dat liet zien dat de negatieve woorden bij de insecteburger significant sneller beoordeeld werden dan de negatieve woorden bij de groenteburger. Dit duidde op een onderbuikgevoel bij een deel van de respondenten, een negatieve impliciete attitude ten opzichte van insectenburgers. Door de respondenten vervolgens op te splitsen in twee nieuwe condities, “wel onderbuikgevoel” en “geen onderbuikgevoel”, is de samenhang tussen onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude getoetst. Deze resultaten brachten echter geen significante verschillen naar voren, en daarom kunnen de hypothesen met betrekking tot de invloed van het onderbuikgevoel niet worden bevestigd.

Dit onderzoek trachtte eerdere onderzoeken naar argumentsterkte en onderbuikgevoel verder uit te breiden, waarbij het zich onderscheidde door alvorens het lezen van de persuasieve tekst geen standpunt te manipuleren. Ondanks het feit dat het onderzoek geen significante verschillen naar voren bracht, lieten de figuren in de resultatensectie wel zien dat er een interactie bestond tussen onderbuikgevoel, argumentsterkte en expliciete attitude, zowel bij de groenteburger

als bij de insectenburger. Voor de groenteburger liet deze interactie zien dat de gemiddelde expliciete attitude hoger was bij sterke argumenten dan bij zwakke argumenten wanneer het onderbuikgevoel afwezig was, en dit verschil minder groot was bij aanwezigheid van het onderbuikgevoel. Deze interactie zou in overeenstemming zijn met de geformuleerde hypothesen in dit onderzoek. Bij afwezigheid van het onderbuikgevoel zorgden de sterke argumenten namelijk voor meer overtuiging ten opzichte van de burger dan zwakke argumenten, terwijl dit verschil in overtuiging kleiner was bij aanwezigheid van het onderbuikgevoel. De interactie voor de insectenburger liet echter zien dat de gemiddelde expliciete attitude hoger was bij sterke argumenten dan bij zwakke argumenten wanneer het onderbuikgevoel aanwezig was, en dit verschil was minder groot bij afwezigheid van het onderbuikgevoel. Deze interactie zou niet in overeenstemming zijn met de hypothesen; de interactie laat juist het tegenovergestelde zien. Bij aanwezigheid van het onderbuikgevoel zorgden de sterke argumenten namelijk voor meer overtuiging ten opzichte van de burger dan zwakke argumenten, terwijl dit verschil in overtuiging kleiner was bij afwezigheid van het onderbuikgevoel.

Aan dit onderzoek kleven een aantal belangrijke beperkingen, die het gebrek aan significante verschillen mogelijk (deels) kunnen verklaren. Hoeken et al. (2012) stellen bijvoorbeeld dat er twee belangrijke bezwaren kleven aan de zelfrapportageschaal als directe meetmethode voor de expliciete attitude. Mensen zouden namelijk geen accuraat beeld hebben van hun mentale processen, waardoor de attitude zoals zij deze benoemen zou verschillen van hun daadwerkelijke attitude. Daarnaast zouden mensen wegens sociaal wenselijke redenen hun ware attitude kunnen verbergen, waardoor de scores niet representatief zouden zijn voor hun werkelijke attitude. De resultaten in dit onderzoek lieten geen significant hoofdeffect van argumentsterkte op expliciete attitude zien, ondanks dat dit effect in veel eerder onderzoek, zoals Park et al. (2007) en Schellens et al. (2017), wel is gevonden. Dit gebrek aan significantie zou daarom kunnen wijzen op een inaccurate expliciete attitudemeting in dit onderzoek.

De resultaten van de pretest leidden tot een volgende beperking in dit onderzoek. De resultaten lieten namelijk een onderbuikgevoel zien bij een deel van de respondenten, een negatieve impliciete attitude ten opzichte van insectenburgers. De respondenten die vervolgens een persuasieve tekst te lezen kregen over het eten van groenteburgers, hoefden daarom helemaal niet beïnvloed te zijn in hun expliciete attitude door aan- of afwezigheid van het onderbuikgevoel.

Een andere beperking in dit onderzoek betreft de gemanipuleerde argumenten. Twee van de gegeven argumenten berustten op autoriteit, waardoor de bron van de argumenten werd gemanipuleerd. Wanneer lezers deze argumenten eenvoudig verwerken, en deze afkomstig zijn van

een onbetrouwbare bron, is het mogelijk dat zij minder overtuigd zijn dan lezers die de argumenten systematisch verwerken, aangezien de inhoud van het argument wel sterk is. In dit onderzoek is echter niet gekeken naar de manier waarop de respondenten de argumenten verwerkten, terwijl het onderscheid in systematisch of eenvoudig verwerken gevolgen kan hebben voor de evaluatie van het standpunt en de duurzaamheid van de gevormde attitude (Hoeken et al., 2012; Petty et al., 1995).

Een laatste beperking in dit onderzoek betreft het effect van volgorde. Door voor elk van de vier teksten twee vragenlijsten op te stellen waarin ofwel eerst de argumentevaluatie ofwel eerst de attitude werd bevraagd, is aangenomen dat – mocht er een effect van volgorde optreden – dit effect uitgebalanceerd zou zijn over de condities. Daarom zou dit effect niet voor significante verschillen kunnen zorgen in de resultaten. De invloed van deze onafhankelijke variabele is echter niet getoetst, en daarom kan niet bevestigd worden of deze aanname juist is.

In dit onderzoek is enkel gekeken naar de attitude, beschreven door Hoeken et al. (2012) als de belangrijkste onderliggende determinant van de gedragsintentie. Indien het doel daadwerkelijk is om gedrag te veranderen, moeten alle determinanten van gedrag onderzocht worden. Dit zou meegenomen kunnen worden in vervolgonderzoek. Daarnaast zou vervolgonderzoek zich kunnen richten op de samenhang tussen de manier waarop lezers informatie verwerken, het onderbuikgevoel en de expliciete attitude, aangezien de manier van verwerking invloed heeft op de gevormde attitude (Hoeken et al., 2012; Petty et al., 1995).

Dankzij de beperkingen en het gebrek aan significante resultaten in dit onderzoek, wordt het uitvoeren van vervolgonderzoek van groot belang geacht. Er is veel onderzoek uitgevoerd naar argumentsterkte en het vermogen van mensen om sterke en zwakke argumenten te kunnen onderscheiden, waarover verschillende theorieën zijn gevormd met betrekking tot de invloed die deze factoren hebben op de attitude. Echter, de *motivated reasoning* theorie van Kunda (1990) en de *argumentative theory of reasoning* van Mercier en Sperber (2011) weerleggen deze theorieën, en laten effecten zien die vergelijkbaar zijn met de verwachte invloed van het onderbuikgevoel. Toch is er vooralsnog weinig bekend over het onderbuikgevoel en de invloed hiervan. Maar wanneer de expliciete attitude van respondenten op een betere, meer representatieve manier wordt bevraagd, kan dit heel interessant vervolgonderzoek opleveren waarmee wellicht een beter beeld geschetst kan worden over de mogelijke rol van het onderbuikgevoel bij het vormen van de expliciete attitude. Door in te spelen op de onderbuik en te trachten dit gevoel positief te beïnvloeden, kan dit resulteren in een groter doelbereik voor persuasieve teksten. Persuasieve teksten kunnen dan ingezet worden om ook de expliciete attitude en gedragsintentie ten opzichte van een standpunt

positief te veranderen; een aanpak die, bijvoorbeeld met de afschaffing van de vleesindustrie, ten goede kan komen aan de toekomst van onze planeet.

## 6. Literatuurlijst

- Chaiken, S. (1987). The heuristic model of persuasion. In M.P. Zanna, J.M. Olson, & C.P. Herman (eds.), *Social influence: The Ontario symposium* (Vol. 5, pp. 3-39). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Eagly, A.H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Hoeken, H., & van Vugt, M. (2014). Het bevooroordeelde gebruik van argumentatieschemaspecifieke criteria: Hangt argumentkwaliteit af van het standpunt van de gebruiker? *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 36 (1), 87-105.
- Hoeken, H., Hornikx, J., & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende teksten: Onderzoek en ontwerp* (tweede, herziene druk). Bussum, Nederland: Uitgeverij Coutinho.
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108, 480-498.
- Mercier, H., & Sperber, D. (2011). Why do humans reason? Arguments for an argumentative theory. *Behavioral and Brain Sciences*, 34 (2), 57-111.
- Park, H.S., Levine, T.R., Kingsley Westerman, C.Y., Orfgen, T., & Foregger, S. (2007). The effects of argument quality and involvement type on attitude formation and attitude change: A test of dual-process and social-judgment predictions. *Human Communication Research*, 33 (1), 81-102.
- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer.
- Petty, R.E., Haugtvedt, C.P. & Smith, S.M. (1995). Elaboration as a determinant of attitude strength: Creating attitudes that are persistent, resistant, and predictive of behavior. In R.E. Petty, & J.A. Krosnick (eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp. 93-130). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Rudman, L.A. (2004). Sources of implicit attitudes. *Current Directions in Psychological Science*, 13 (2), 79-82.
- Schellens, P.J., & de Jong, M. (2004). Argumentation schemes in persuasive brochures. *Argumentation*, 18 (3), 295-323.
- Schellens, P.J., Šorm, E., Timmers, R., & Hoeken, H. (2017). Laypeople's Evaluation of Arguments: Are Criteria for Argument Quality Scheme-Specific? *Argumentation*, 31 (4), 681-703.

## 7. Bijlagen

### 7.1 Persuasieve teksten

#### **Persuasieve tekst: Groenteburger – sterke argumenten**

Geachte meneer/mevrouw,

Mensen worden zich steeds meer bewust van het belang van gezond en verantwoord eten. Het eten van minder vlees en vleesvervangende producten is hier een voorbeeld van. Het eten van bijvoorbeeld groenteburgers levert namelijk vele voordelen op, voor zowel het milieu als de samenleving:

- Het eten van groenteburgers is goed voor het milieu. Zo stelt de directeur van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. Volgens hem zal de CO<sub>2</sub>- uitstoot fors verminderen, doordat een afname van de veehouderij zou zorgen voor aanzienlijk minder broeikasgassen.
- Het eten van groenteburgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees verkleint namelijk de kans op hart- en vaatziekten.
- Het eten van groenteburgers leidt tot vermindering van dierenleed. Door het eten van dit soort duurzame burgers zullen er minder dieren worden geslacht, zo stelt prof. dr. Frauke Ohl, hoogleraar dierenwelzijn en proefdierkunde.

Wij hopen dat wij u bewust hebben gemaakt van de voordelen die het eten van groenteburgers met zich meebrengt en dat u het eten ervan in het vervolg in overweging wilt nemen.

Met vriendelijke groet, Fenny, Marloes, Pam en Pien

#### **Persuasieve tekst: Groenteburger – zwakke argumenten**

Geachte meneer/mevrouw,

Mensen worden zich steeds meer bewust van het belang van gezond en verantwoord eten. Het eten van minder vlees en vleesvervangende producten is hier een voorbeeld van. Het eten van bijvoorbeeld groenteburgers levert namelijk vele voordelen op, voor zowel het milieu als de samenleving:

- Het eten van groenteburgers is goed voor het milieu. Zo stelt de directeur van Quorn, de producent van deze burgers. Volgens hem zal de CO<sub>2</sub>-uitstoot fors verminderen, doordat een afname van de veehouderij zou zorgen voor aanzienlijk minder broeikasgassen.
- Het eten van groenteburgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees verkleint namelijk de kans op stoelgangproblemen.
- Het eten van groenteburgers leidt tot vermindering van dierenleed. Door het eten van dit soort duurzame burgers zullen er minder dieren worden geslacht, zo stelt Esther Ouwehand, woordvoester van de Partij Voor de Dieren.

Wij hopen dat wij u bewust hebben gemaakt van de voordelen die het eten van groenteburgers met zich meebrengt en dat u het eten ervan in het vervolg in overweging wilt nemen.

Met vriendelijke groet,  
Fenny, Marloes, Pam en Pien

### **Persuasieve tekst: Insectenburger – sterke argumenten**

Geachte meneer/mevrouw,

Mensen worden zich steeds meer bewust van het belang van gezond en verantwoord eten. Het eten van minder vlees en vleesvervangende producten is hier een voorbeeld van. Het eten van bijvoorbeeld insectenburgers levert namelijk vele voordelen op, voor zowel het milieu als de samenleving:

- Het eten van insectenburgers is goed voor het milieu. Zo stelt de directeur van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. Volgens hem zal de CO<sub>2</sub>- uitstoot fors verminderen, doordat een afname van de veehouderij zou zorgen voor aanzienlijk minder broeikasgassen.
- Het eten van insectenburgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees verkleint namelijk de kans op hart- en vaatziekten.
- Het eten van insectenburgers leidt tot vermindering van dierenleed. Door het eten van dit soort duurzame burgers zullen er minder dieren worden geslacht, zo stelt prof. dr. Frauke Ohl, hoogleraar dierenwelzijn en proefdierkunde.

Wij hopen dat wij u bewust hebben gemaakt van de voordelen die het eten van insectenburgers met zich meebrengt en dat u het eten ervan in het vervolg in overweging wilt nemen.

Met vriendelijke groet,  
Fenny, Marloes, Pam en Pien

### **Persuasieve tekst: Insectenburger – zwakke argumenten**

Geachte meneer/mevrouw,

Mensen worden zich steeds meer bewust van het belang van gezond en verantwoord eten. Het eten van minder vlees en vleesvervangende producten is hier een voorbeeld van. Het eten van bijvoorbeeld insectenburgers levert namelijk vele voordelen op, voor zowel het milieu als de samenleving:

- Het eten van insectenburgers is goed voor het milieu. Zo stelt de directeur van Delibugs de producent van deze burgers. Volgens hem zal de CO<sub>2</sub>-uitstoot fors verminderen, doordat een afname van de veehouderij zou zorgen voor aanzienlijk minder broeikasgassen.
- Het eten van insectenburgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees verkleint namelijk de kans op stoelgangproblemen.
- Het eten van insectenburgers leidt tot vermindering van dierenleed. Door het eten van dit soort duurzame burgers zullen er minder dieren worden geslacht, zo stelt Esther Ouwehand, woordvoester van de Partij Voor de Dieren.

Wij hopen dat wij u bewust hebben gemaakt van de voordelen die het eten van insectenburgers met zich meebrengt en dat u het eten ervan in het vervolg in overweging wilt nemen.

Met vriendelijke groet,  
Fenny, Marloes, Pam en Pien



## 7.2 Plagiaatformulier



Universiteit Utrecht

Faculteit Geesteswetenschappen  
Versie september 2014

### VERKLARING KENNISNEMING REGELS M.B.T. PLAGIAAT

#### Fraude en plagiaat

Wetenschappelijke integriteit vormt de basis van het academisch bedrijf. De Universiteit Utrecht vat iedere vorm van wetenschappelijke misleiding daarom op als een zeer ernstig vergrijp. De Universiteit Utrecht verwacht dat elke student de normen en waarden inzake wetenschappelijke integriteit kent en in acht neemt.

De belangrijkste vormen van misleiding die deze integriteit aantasten zijn fraude en plagiaat. Plagiaat is het overnemen van andermans werk zonder behoorlijke verwijzing en is een vorm van fraude. Hieronder volgt nadere uitleg wat er onder fraude en plagiaat wordt verstaan en een aantal concrete voorbeelden daarvan. Let wel: dit is geen uitputtende lijst!

Bij constatering van fraude of plagiaat kan de examencommissie van de opleiding sancties opleggen. De sterkste sanctie die de examencommissie kan opleggen is het indienen van een verzoek aan het College van Bestuur om een student van de opleiding te laten verwijderen.

#### Plagiaat

Plagiaat is het overnemen van stukken, gedachten, redeneringen van anderen en deze laten doorgaan voor eigen werk. Je moet altijd nauwkeurig aangeven aan wie ideeën en inzichten zijn ontleend, en voortdurend bedacht zijn op het verschil tussen citeren, parafaseren en plagiëren. Niet alleen bij het gebruik van gedrukte bronnen, maar zeker ook bij het gebruik van informatie die van het internet wordt gehaald, dien je zorgvuldig te werk te gaan bij het vermelden van de informatiebronnen.

De volgende zaken worden in elk geval als plagiaat aangemerkt:

- het knippen en plakken van tekst van digitale bronnen zoals encyclopedieën of digitale tijdschriften zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het knippen en plakken van teksten van het internet zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het overnemen van gedrukt materiaal zoals boeken, tijdschriften of encyclopedieën zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het opnemen van een vertaling van bovengenoemde teksten zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het parafaseren van bovengenoemde teksten zonder (deugdelijke) verwijzing: parafasen moeten als zodanig gemarkeerd zijn (door de tekst uitdrukkelijk te verbinden met de oorspronkelijke auteur in tekst of noot), zodat niet de indruk wordt gewekt dat het gaat om eigen gedachtengoed van de student;
- het overnemen van beeld-, geluids- of testmateriaal van anderen zonder verwijzing en zodoende laten doorgaan voor eigen werk;
- het zonder bronvermelding opnieuw inleveren van eerder door de student gemaakt eigen werk en dit laten doorgaan voor in het kader van de cursus vervaardigd oorspronkelijk werk, tenzij dit in de cursus of door de docent uitdrukkelijk is toegestaan;
- het overnemen van werk van andere studenten en dit laten doorgaan voor eigen werk. Indien dit gebeurt met toestemming van de andere student is de laatste medeplichtig aan plagiaat;
- ook wanneer in een gezamenlijk werkstuk door een van de auteurs plagiaat wordt gepleegd, zijn de andere auteurs medeplichtig aan plagiaat, indien zij hadden kunnen of moeten weten dat de ander plagiaat pleegde;
- het indienen van werkstukken die verworven zijn van een commerciële instelling (zoals een internetsite met uittreksels of papers) of die al dan niet tegen betaling door iemand anders zijn geschreven.

De plagiaatregels gelden ook voor concepten van papers of (hoofdstukken van) scripties die voor feedback aan een docent worden toegezonden, voorzover de mogelijkheid voor het insturen van concepten en het krijgen van feedback in de cursushandleiding of scriptieregeling is vermeld.



In de Onderwijs- en Examenregeling (artikel 5.15) is vastgelegd wat de formele gang van zaken is als er een vermoeden van fraude/plagiaat is, en welke sancties er opgelegd kunnen worden.

Onwetendheid is geen excuus. Je bent verantwoordelijk voor je eigen gedrag. De Universiteit Utrecht gaat ervan uit dat je weet wat fraude en plagiaat zijn. Van haar kant zorgt de Universiteit Utrecht ervoor dat je zo vroeg mogelijk in je opleiding de principes van wetenschapsbeoefening bijgebracht krijgt en op de hoogte wordt gebracht van wat de instelling als fraude en plagiaat beschouwt, zodat je weet aan welke normen je je moeten houden.

Hierbij verklaar ik bovenstaande tekst gelezen en begrepen te hebben.

Naam: Pam Scholten

Studentnummer: 5494761

Datum en handtekening:

8-1-2018

P. Scholten

Dit formulier lever je bij je begeleider in als je start met je bacheloreindwerkstuk of je master scriptie.

Het niet indienen of ondertekenen van het formulier betekent overigens niet dat er geen sancties kunnen worden genomen als blijkt dat er sprake is van plagiaat in het werkstuk.