

# Argumenteren



## Inleiding

Mensen verschillen met elkaar nogal eens van mening. Op je werk, in vergaderingen of tijdens projectgroepen, zal je het regelmatig oneens zijn met anderen. Als je een meningsverschil hebt, moet je de ander overtuigen van je standpunt door te argumenteren. Je maakt dan gebruik van goede argumenten en een heldere redenering. Argumenteren doe je mondeling of schriftelijk. Deze hand-out gaat met name over het effectief toepassen van argumenteren in discussies. Een debat is een strak geregistreerde vorm van discussiëren, zoals gehanteerd wordt in bijvoorbeeld de 2<sup>e</sup> Kamer. Deze specifieke vorm wordt niet inhoudelijk behandeld in deze training.

## Wat is argumenteren?

Wanneer je argumenteert in een discussie, gebruik je argumenten om een ander te overtuigen van jouw standpunt. Je geeft de ander redenen om zijn mening te herzien.

Goede argumenten voldoen aan twee eisen:

- Een goed argument is *juist*. Dat wil zeggen: het is waar wat je zegt.
- Een goed argument is daarnaast *geldig*: het gaat over het onderwerp van het meningsverschil en niet over iets anders

Een goede argumentatie is belangrijk om aan te sturen op conclusies die door alle partijen aanvaard worden. Het is zowel een kunst als een wetenschap.

Argumenteren is grotendeels gebaseerd op de klassieke retorica, een beproefd systeem voor overtuigend spreken in het openbaar uit de Griekse en Romeinse oudheid. De klassieke retorica is ontwikkeld door filosofen en juristen, oorspronkelijk om een tegenwicht te bieden tegen de sofisten, professionele woordvoerders die alles wat krom was recht konden praten.

## **Weet wat je wilt**

Voordat je argumenten gaat zoeken, moet je weten wat voor soort resultaat je met je betoog wilt bereiken, welke stelling je verdedigt en wie je wilt overtuigen. Het soort resultaat (gelijk krijgen, eerlijk discussiëren of anderen overhalen) hangt af van de situatie en van hoe belangrijk je het vindt om de ander te overtuigen.

Focus is belangrijk. De eerste en de tweede regel van elke debatclub is: je verdedigt niet meer dan één stelling tegelijk. Schrijf nooit een brief naar de plaatselijke krant met de boodschap: Wij willen een nieuw dorps huis én subsidie voor de voetbalclub. Zo'n meervoudig betoog wekt een onzekere indruk, alsof je letterlijk niet weet wat je wilt, wat je het belangrijkste vindt. Verder maak je het de tegenpartij makkelijk om bij wijze van compromis de helft van je eisen af te wijzen. Je moet ook opletten of argumenten voor de ene stelling niet op gespannen voet staan met de andere stelling.

Gelukkig kan een complexe boodschap altijd in één stelling samengevat worden door de formulering wat algemener, wat abstracter te maken. De boodschap van je ingezonden brief wordt dan: De gemeente moet het verenigingsleven stimuleren. Het is wel een kunst om van zo'n abstracte formulering een levendige tekst te maken. De aangewezen methode is het gebruik van metaforen, want de functie van metaforen is het beschrijven van abstracte begrippen in concrete termen.

## **Wat is je doelgroep?**

Een van de grootste misverstanden over argumentatie is dat het slechts een zaak van twee partijen is: een proponent, die een stelling verdedigt, en een opponent, die de stelling aanvalt. Dat geldt misschien voor een echtelijke ruzie of twee vrienden die elkaar vliegen afvangen, maar bij alles wat verder gaat dan een privé-discussie zijn er ten minste drie partijen. En de derde partij, bijvoorbeeld de andere deelnemers aan een vergadering, is de belangrijkste. Als het al lukt om de opponent te overtuigen, dan zal die het vaak nog niet toegeven, om geen gezichtsverlies te lijden. De mensen die nog geen uitgesproken mening hebben: dat zijn de mensen die je kunt overtuigen, dus op hen moet je je richten.

Je kunt je een hoop moeite besparen door in te schatten hoeveel mensen of welke groep mensen je moet overtuigen om je doel te bereiken.

## **Overtuig eerst jezelf**

Wie zelfverzekerd overkomt, wekt meteen al vertrouwen, nog voor hij zijn mond opendoet. Juist wanneer mensen twijfels hebben over je onderwerp, kun je ze over de streep trekken door zekerheid uit te stralen. Geen wonder, want lichaamstaal heeft veel diepere wortels in de evolutie dan gesproken taal.

Je kunt je goed trainen in overtuigen. Er is een trainingseffect op drie niveaus: je krijgt de techniek onder de knie, je krijgt steeds meer vertrouwen in je overtuigingskracht en je begint steeds sterker te geloven in je eigen boodschap. Je hoeft niet bang te zijn dat je wordt geconfronteerd met een fataal tegenargument waardoor je opeens van je geloof valt.

## Speels argumenteren

Wanneer je ervan geniet, is het niet moeilijk om een ontspannen houding aan te nemen. Improviseren kan ontzettend leuk zijn. Een aantal voorbeelden wat je in kan zetten om speels te discussiëren:

- Humor en spot  
Humor is een belangrijk onderdeel van speels en ontspannen discussiëren. Maar het is geen doel op zich. Humor dient om de sympathie van het publiek te behouden als je een ander aanvalt, als een ander je aanvalt of als je een feitelijk betoog houdt dat zonder humor saai zou worden. Humor kan echter een boemerangeffect hebben. Negatieve of beledigende grappen, waar een cabaretier succes mee zou hebben, worden van een politicus niet geaccepteerd.
- Bewijsstukken  
We zien nog wel eens iemand met een vonnis zwaaien of een stapel rapporten aandragen, maar het tonen van concrete bewijsstukken of andere rekwisieten is helaas in onbruik geraakt. Toch is het een effectieve techniek. Een argument kan altijd tegengesproken worden, maar niemand kan ontkennen dat een tastbaar bewijsstuk bestaat. De tegenstander kan wel tegenwerpen dat het voorwerp geen bewijsstuk is, dat het niet relevant is, maar die woorden bereiken het onbewuste van de toeschouwers niet.
- Provocatie  
Provoceren betekent opzettelijk iets doen of zeggen omdat je een reactie wilt uitlokken. Geert Wilders verklaart graag dat hij niet in de Tweede Kamer zit om vrienden te maken. Hij is er een meester in om zijn boodschap door zijn vijanden te laten verspreiden.
- Framing  
De woorden waarmee we een onderwerp beschrijven, beïnvloeden hoe we erover denken, en omgekeerd. Dit wordt framing genoemd: het suggereren van een kader, een denkraam. Framing speelt niet alleen een rol op het niveau van losse woorden. Je kunt ook een samenhangende visie op een complex onderwerp geven in de vorm van een metafoer.
- Socratische dialoog  
De Socratische dialoog is genoemd naar een legendarische filosoof. In de boeken van Plato zorgde Socrates dat zijn gesprekspartner de keuzes maakte waar hij hem vragenderwijs naar toe stuurde, terwijl hij zelf niet liet merken waar hij heen wilde. Een simpele Socratische dialoog kan uit drie vragen bestaan. Eerst laat je een algemeen principe bevestigen, bijvoorbeeld: Vind je dat straffen effectief moeten zijn? Vervolgens laat je een criterium voor dat principe bevestigen: Is een straf effectief als meer dan de helft van de misdadigers na die straf weer in de fout gaat? En dan kun je de val

dichtgooien: Bij gevangenisstraf is het recidivepercentage na 7 jaar 70 procent. Je bent dus tegen gevangenisstraf?

Een Socratische dialoog komt alleen van de grond als een van de partijen zich onderwerpt aan een verhoor en zich laat vastpinnen.

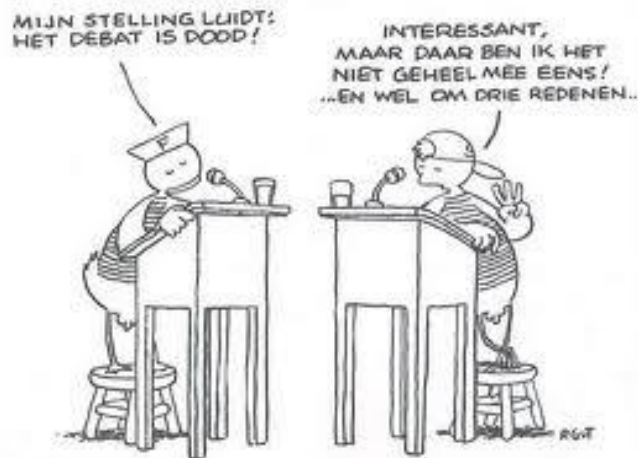
- Kritiek geven en ontvangen
  - Kritiek kun je beter pareren met een korte ontkenning, zoals Mark Rutte in de tv-debatten van 2010 deed met het antwoord "Onzin!". Vervolgens gaat je verder met je eigen betoog.
  - Soms kun je een argument van de tegenpartij accepteren om er een sterker argument in je voordeel uit af te leiden: Wij zijn inderdaad slechter in reparaties, want onze apparaten gaan twee keer zo lang mee.
  - Als iemand anders een doodoener gebruikt, is dat vaak een teken dat hij de discussie wil beëindigen. Dan heeft het weinig zijn om die doodoener kritisch te analyseren.
  - Let op wat de tegenstander niet zegt. Relevante punten waar hij over zwijgt, zijn waarschijnlijk zijn kwetsbare punten.
  - 'Vaccineer' het publiek voor het belangrijkste argument van je tegenstander, door een afgezwakte versie ervan te beantwoorden voordat hij het zelf kan presenteren.
  - Verhoog voordat je kritiek geeft de verwachtingen door je tegenstander te complimenteren.
  - Geef toe op ondergeschikte punten, zolang je standpunt maar herkenbaar blijft. Zo maakt je een vriendelijke indruk en verspilt je geen energie aan bijzaken.

## Soorten overtuigingsmiddelen

Aristoteles heeft een indeling bedacht die gangbaar is gebleven in de retorica. Volgens hem zijn er drie soorten overtuigingsmiddelen:

- logos (argumentatie)
- ethos (karakter)
- pathos (gevoel)

Wie mensen wil overhalen om iets te doen of om een voorstel te steunen, moet de hele mens aanspreken: zowel gevoel als verstand. In een effectief betoog maak je gebruik van alle drie de middelen. Je argumentatie wordt dus versterkt door aandacht te schenken aan karakter en gevoel. In de komende hoofdstukken van deze hand-out zullen we deze overtuigingsmiddelen in samenhang behandelen.



## Logos: Logisch redeneren

### Soorten logica

De meest voor de hand liggende methode om discussies aan regels te binden is de logica. Logica of redeneerkunst is de wetenschap die zich bezighoudt met de formele regels van het redeneren. Traditioneel wordt de logica door de filosofie bestudeerd, maar zij wordt ook tot de wiskunde gerekend. De kracht van de logica is dat de logische geldigheid van een redenering onafhankelijk is van de inhoud. Zodoende is de logica volmaakt onpartijdig in een inhoudelijk gesprek. Er zijn verschillende soorten logica, hier worden er twee beschreven.

- Klassieke logica

De klassieke logica van Aristoteles heet ook wel syllogistische logica, het gaat namelijk over redeneringen die syllogismen heten en opgebouwd zijn uit termen. Het heeft een filosofische insteek. Hier volgen een aantal belangrijke onderdelen van de klassieke logica.

Termen zijn zelfstandige naamwoorden in het meervoud. Twee termen worden samengevoegd in een stelling met '*zijn*' als koppelwerkwoord en de bepaling '*alle*' of '*sommige*'. Daarbij staat '*sommige*' niet voor een klein aantal maar voor alle mogelijkheden tussen '*geen*' of '*alle*'.

Dit is dus een welgevormde stelling: *Alle Fransen zijn stakers*. Een stelling kan ook een ontkennende vorm hebben: *Sommige Fransen zijn geen stakers*. De eerste term in een stelling, die samenvalt met het grammaticale onderwerp, heet het subject (in dit geval 'Fransen'), de tweede het predicaat (in dit geval 'stakers').

Nu kunnen we een syllogisme vormen door drie stellingen in een vaste volgorde onder elkaar te zetten:

- Alle Fransen zijn stakers.
- Sommige Europeanen zijn Fransen.
- Dus sommige Europeanen zijn stakers.

Een syllogisme is doorgaans opgebouwd uit een majorpremissie, een minorpremissie en een conclusie. Een premisse is een aanname dat iets waar is.

Een bekend voorbeeld is:

Majorpremissie: Alle mensen zijn sterfelijk.

Minorpremissie: Napoleon is een mens.

Conclusie: Dus: Napoleon is sterfelijk.

De conclusie is waar als de premissen waar zijn. Het is ook mogelijk dat onware premissen toevalligerwijs tot een ware conclusie leiden:

Majorpremissie: Alle paarden zijn sterfelijk.

Minorpremissie: Napoleon is een paard (onware premisse).

Conclusie: Dus: Napoleon is sterfelijk.

In sommige gevallen is slechts één premisse voldoende om tot een conclusie te leiden:

Premisse: Alle mensen zijn sterfelijk.

Conclusie: Dus: sommige sterfelijken zijn mensen.

- Propositiel logica

De propositiel logica is een tak van logica die zich bezighoudt met geldige redeneringen in de vorm van proposities. Proposities zijn uitspraken of beweringen die ofwel waar, ofwel onwaar zijn. Voorbeeld hiervan is: De Winkler Prins is een encyclopedie. Deze vorm van logica heeft een wiskundige insteek. Hier volgen een aantal belangrijke onderdelen van de klassieke logica.

De relaties tussen proposities worden aangegeven met symbolen, net als in de wiskunde. Proposities worden simpelweg aangeduid met een letter. Een enkele letter kan dus een complete zin vertegenwoordigen, maar kan ook worden gecombineerd met andere letters en symbolen om een complexe bewering te vormen.

Net als bij syllogismen zijn hier alle regels behalve de laatste regel premissen, stellingen waarvan als uitgangspunt wordt aangenomen dat ze waar zijn.

Modus ponens, de simpelste toepassing van een implicatie, is een geldige redenering:

- Als P, dan Q
- P

- Dus Q

Bijvoorbeeld: als de zon schijnt ben ik blij. De zon schijnt. Dus ik ben blij.

Modus tollens is ook een geldige redenering:

- Als P, dan Q
- Niet Q
- Dus niet P

Bijvoorbeeld: De vrouw is niet zwanger (niet P), want er groeit geen baby in haar buik (niet Q).

Ook drogredenen (zie verder in deze hand-out) kun je zo in kaart brengen:

- Als P, dan Q
- Q
- Dus P

Bijvoorbeeld: Als je deze hand-out leest (P), leer je beter argumenteren (Q). Je hebt beter leren overtuigen (Q), dus je hebt deze hand-out gelezen (P).

Of:

- Als P, dan Q
- Niet P
- Dus niet Q

Als je dit jaar nog honderd polissen verkoopt (P), krijg je een bonus (Q). Dat betekent dat je geen bonus (niet Q) krijgt als je die honderd polissen niet verkoopt (niet P). Maar misschien kun je ook wel een bonus krijgen door de baas héél vriendelijk aan te kijken.

## **Argumentatietheorie**

Speciaal om discussies in goede banen te leiden zijn er regels en adviezen opgesteld door de Universiteit van Amsterdam. Het vakgebied heet de argumentatietheorie en de benadering de pragmadialectiek

Ze baseren zich op dialectiek (een onderdeel van de filosofie), pragmatiek (een onderdeel van de taalkunde) en analyses van betogen en debatten uit de praktijk. Gedachten en motieven worden buiten beschouwing gelaten, ze richten zich op rollen, posities en uitspraken. De doelstelling van een discussie is volgens de pragmadialectiek het oplossen van een meningsverschil. De waarheid is niet het doel, maar speelt wel een rol bij de criteria waarmee ze bepalen of een discussie eerlijk verloopt.

De kern van de pragmadialectiek is een lijst van tien regels. De eerste vijf regels gaan over het naar voren brengen van standpunten en argumenten, de laatste vijf over het beoordelen van argumentatie en het afsluiten van de discussie.

1. De partijen mogen elkaar niet beletten om standpunten of argumenten naar voren te brengen of in twijfel te trekken.
2. De partij die een standpunt naar voren brengt moet dit standpunt verdedigen als de andere partij daarom vraagt.

3. Een aanval op een standpunt moet betrekking hebben op het standpunt dat door de andere partij naar voren wordt gebracht.
4. Een standpunt mag alleen verdedigd worden door argumentatie naar voren te brengen die op dit standpunt betrekking heeft.
5. Een partij mag geen afstand nemen van een verzwegen argument of de andere partij ten onrechte een verzwegen argument toeschrijven.
6. Een partij mag een argument niet ten onrechte als een gemeenschappelijk uitgangspunt voorstellen en mag ook geen afstand nemen van een gemeenschappelijk uitgangspunt.
7. Een partij mag in haar argumentatie alleen gebruikmaken van redeneringen die logisch geldig zijn of geldig gemaakt kunnen worden door een of meer verzwegen argumenten expliciet te maken.
8. Een partij mag een standpunt niet als afdoende verdedigd beschouwen als het niet correct verdedigd is met een passend argumentatieschema.
9. Een partij moet een standpunt intrekken waarvan de verdediging is mislukt en twijfel intrekken aan een standpunt dat afdoende is verdedigd.
10. Een partij mag geen formuleringen gebruiken die onduidelijk of verwarrend zijn en mag de formuleringen van de tegenpartij niet opzettelijk verkeerd interpreteren.

### **Drogredenen**

Een ongeldig argument noemen we een drogreden. Het gaat dan om een redenering die niet klopt, maar wel aannemelijk lijkt. De benaming drogreden doet denken aan opzettelijk bedrog, maar dat is niet terecht. In de praktijk gebruikt iedereen namelijk wel eens een drogreden zonder het te beseffen.

De meest gebruikte drogredenen zijn:

- Verkeerde verbanden leggen  
 In het verleden gebeurde A en daarna B. Een verkeerd verband leg je als je hieruit opmaakt dat als A gebeurt, dus B gebeurt.  
 Voorbeeld: Een collega zegt: "Vorige keer dat we op maandag vergaderden, duurde het drie uur. Ik wil dus niet meer op maandag vergaderen. Dan duurt het te lang."  
 Waarschijnlijk heeft de duur van de vergadering niets te maken met het gegeven dat de vergadering op maandag was. Misschien stond er wel veel op de agenda. Of er speelde iets anders.  
 Als de ander een verkeerd verband legt kun je twee dingen doen:
  - Een kritische vraag stellen: "Het verband dat je legt tussen de vergadering en de maandag, is mij wat te makkelijk. Zijn er geen andere redenen waarom die vergadering toen zo lang duurde?"
  - Je kunt ook een tegenargument geven: "We hadden toen een overvolle agenda, omdat twee vergaderingen daarvoor waren afgezegd. Dat had weinig te maken met het feit dat het op maandag was."
- Overhaaste generalisatie



Bij een overhaaste generalisatie beoordeel je een individu op de kenmerken van anderen uit de groep waarvan hij deel uitmaakt. De redenering is als volgt: als een deel van die groep dat doet, dan doen ze het allemaal.

Bijvoorbeeld in een sollicitatiecommissie: "Ik stel voor geen vrouw van rond de dertig aan te nemen, want die is binnen enkele maanden zwanger". Argument: "Weet je Carolien nog? Die was ook binnen een halfjaar met zwangerschapsverlof."

Een overhaaste generalisatie weerleggen:

- Een kritische vraag stellen: "Als Carolien na een paar maanden zwanger was, geldt dat toch niet automatisch voor alle vrouwen rond de dertig?"
- Je kunt ook een tegenargument geven: Bijvoorbeeld "We kiezen de beste kandidaat voor de functie, omdat je bij niemand honderd procent zekerheid hebt of hij of zij lang blijft of niet."

- Cirkelredenering

Bij een cirkelredenering gebruik je je standpunt als argument. Je herhaalt je standpunt in andere woorden. Bijvoorbeeld: "Ik vind Mieke niet aardig, omdat ik haar niet mag."

Je kunt een cirkelredenering weerleggen door een kritische vraag te stellen: "Je zegt twee keer hetzelfde. Kun je zeggen waarom je haar niet mag?"

- Argumenteren uit de weg gaan

Je kunt je mening of standpunt ook zo formuleren dat de toehoorder of lezer er eigenlijk niet tegenin kan gaan. Je weigert dan je mening te onderbouwen met geldige argumenten.

"Iemand met een beetje hersens ziet in dat..." of "iedereen weet toch dat...", "jij als echte manager zal het met me eens zijn dat...". Het gebruik van deze drogredenen wordt ook wel 'ontduiken van bewijslast' genoemd. Je onderbouwt je mening niet en maakt het lastig voor de ander om er tegenin te gaan.

Je kunt dergelijke argumenten uit de weg gaan door een kritische vraag te stellen:

- "Je gaat me zo te snel. Welke gegevens onderbouwen jouw standpunt eigenlijk?"
- Of: "Wat heeft mijn functie met jouw mening te maken?"

- Beroep op traditie

Als er een beroep wordt gedaan op traditie, wordt een mening of standpunt verdedigd met het argument dat het altijd al zo was. "Het lijkt me geen goed idee het nu anders aan te pakken. We doen het nu eenmaal al jaren zo."

Hoe kun je een argument dat gebruikt maakt van een beroep op traditie weerleggen?

- Door op de onjuistheid van het argument te wijzen: "Dat is geen argument. Heb je argumenten die je standpunt onderbouwen?"

- Met feiten en/of cijfers komen die het tegendeel bewijzen: "Dit is onderzocht. Uit de gegevens blijkt dat het wel degelijk effect heeft als we..."
- Een kritische vraag stellen: "Hoe gaat het dan de afgelopen jaren? En wat was het resultaat?"
- Pragmatische redeneringen  
 Bij pragmatisch redeneren wordt een bijzaak tot hoofdzaak gemaakt. Door ongeldige argumenten te gebruiken, wordt de discussie over waar het werkelijk om gaat, omzeild.  
 Bijvoorbeeld: een collega functioneert niet goed en jij als manager wilt haar ontslaan. Een van je medewerkers brengt naar voren als tegenargument: "We hebben geen tijd om een nieuwe medewerker te werven en in te werken."  
 Door een dergelijk praktisch argument naar voren te brengen, wordt de discussie verschoven van de kern van de zaak. In dit geval is dat het slecht functioneren van een collega.

Wat kun je doen als een ander pragmatisch redeneert?

- Terugfluiten/bij de les halen: "Daar gaat het nu nog niet om. We doen dit even stap voor stap. We hebben het er nu over wat we doen met medewerkers die niet functioneren".
- Een tegenargument geven en eventueel een standpunt op de pragmatische redenering: "We hebben het nu druk omdat iemand niet functioneert. Als we niets doen dan blijft dat zo. We kunnen daarom beter op kortere termijn wat extra tijd uitrekken, dan hebben we op langere termijn weer meer ruimte."
- Autoriteitsdrogreden  
 Bij een autoriteitsdrogreden wordt ten onrechte een beroep gedaan op autoriteit.  
 Bijvoorbeeld: In een discussie over de verbetering van een machine in de fabriek zegt de productie leider: "Het is zo omdat ik het zeg. Ik werk hier al tien jaar, dus ik weet alles van die machine."  
 Het feit dat iemand er al tien jaar werkt, wil natuurlijk helemaal niet zeggen dat hij dus alles van die machine afweet. De discussie wordt nu afgedaan met een onterecht argument. Wat kun je doen als de ander een autoriteitsdrogreden gebruikt?
  - Vragen om uitleg: "Kun je me uitleggen waarom het zo is?"
  - Of terug in het hok wijzen: "Als je er alles van afweet, moet je toch met een betere argumentatie komen."

### **Geschikte argumenten vinden**

Ga je er wel eens voor zitten om de beste argumenten voor een standpunt uit te zoeken? In de Oudheid was dit een vast onderdeel van de retorica, een belangrijk deel van de inventio, de inhoudelijke voorbereiding van een toespraak. Het is niet zo moeilijk om een argument te bedenken, maar een systematische benadering helpt

om de argumenten te vinden die het best passen bij het onderwerp, de doelgroep en jezelf. Mogelijke insteken zijn het inzetten van:

- Waarden

Een waarde is een ideaal, een wenselijke toestand of eigenschap. Iedereen is voor welvaart, gezondheid, schoonheid en creativiteit. Maar alleen een waarde aanhalen als argument is niet erg overtuigend. Bij een concrete beslissing moeten we kiezen welke waarde de doorslag geeft. Vinden we schoonheid en creativiteit zo belangrijk dat we kunstsubsidies willen handhaven, ook als dat ten koste gaat van welvaart of de toekomst van onze kinderen? Waarden als schoonheid en diversiteit zullen meestal het onderspit delven tegen zwaarwegender waarden: welvaart, gezondheid, rechtvaardigheid, vrijheid of bekwaamheid. Als jouw favoriete waarde niet geliefd is, kun je die proberen te koppelen aan een soortgelijke waarde die meer aanhang heeft. Waarden kunnen we verdelen in morele waarden, zoals naastenliefde en rechtvaardigheid, en praktische waarden, zoals gezondheid en welvaart. Morele waarden zijn geschikt om aanhangers van je standpunt te enthousiasmeren, praktische waarden om ook tegenstanders aan te spreken.

- Haalbaarheid

Bij een discussie over een voorstel is het natuurlijk een belangrijke vraag of het kan worden uitgevoerd. Verschillende soorten haalbaarheid kunnen een rol spelen:

- Weinig serieuze voorstellen zullen fysiek onmogelijk zijn, maar materiële omstandigheden hebben grote invloed op de financiële haalbaarheid.
- Ethische haalbaarheid betreft bijvoorbeeld de manier waarop medicijnen getest kunnen worden; daar zijn ook regels voor, maar niet alle ethische kwesties kunnen juridisch geregeld worden.
- Politiek onhaalbaar wil zeggen dat er geen meerderheid te vinden is voor een voorstel. Het is realistisch om daar rekening mee te houden, maar als je er een gewoonte van maakt, doe je het werk van de tegenpartij.

- Het gezag van onderzoek

Wetenschap is de meest betrouwbare bron van kennis. Wetenschappelijk onderzoek kan worden ingezet ter onderbouwing van je argumenten. Dit behoeft enige kanttekeningen.

- Er kan nogal eens wat mis gaan met wetenschappelijk onderzoek, zie de berichtgeving over fraude.
- Wetenschappers hebben vaak een voorkeur voor het publiceren van experimenten met een positief resultaat. Dit wordt versterkt als de opdrachtgever van het onderzoek bijvoorbeeld een farmaceutisch bedrijf is, dat hierbij een groot belang heeft.
- De media houden verder van schijnexactheid, bijvoorbeeld een uit de lucht gegrepen schatting in euro's van productiviteitsverlies door files.

- En uiteraard zijn wetenschappers ook mensen, met belangen en politieke voorkeuren.
- Soms kunt je steun voor een standpunt vinden in een opiniepeiling. Het is nog beter als je zelf opdracht kunt geven voor een enquête, want de opdrachtgever kan de resultaten beïnvloeden, bijvoorbeeld door het kiezen van de vraagstelling, de onderzoeksmethode en de onderzochte doelgroep.
- Verder is het belangrijk of het onderzoek representatief is, dat wil zeggen: of de steekproef een afspiegeling vormt van de groep waar het onderzoek over gaat. Een poll op een website zegt alleen iets over de bezoekers van die website en niets over de gehele bevolking. Het meest betrouwbare opinieonderzoek is langlopend onderzoek, waarbij steeds dezelfde vragen worden gesteld aan dezelfde doelgroep.
- Wie feitelijke vragen probeert te beantwoorden met opinieonderzoek in plaats van wetenschappelijk onderzoek, maakt zich schuldig aan de populistische drogreden.

### **Argumenten selecteren**

Uit hoeveel argumenten je ook kunt kiezen, in je betoog heb je er meestal niet meer dan twee of drie nodig. Eén argument kan genoeg zijn, als het een noodzakelijke en voldoende voorwaarde is. Meer dan vijf maakt een wanhopige indruk, alsof je elke strohalm aangrijpt. Wie zuinig is met argumenten, maakt een zelfverzekerde indruk, vergroot de kans dat ze onthouden worden en kan de beste uitkiezen. De argumenten die afvallen moet je wel in reserve houden om te kunnen reageren op tegenargumenten.

De criteria voor het uitkiezen van een argument zijn: Past het bij het onderwerp? Berust het op relevante feiten en een logische redenering? Past het bij jezelf? Klinkt het geloofwaardig uit je mond? Spreekt het je publiek aan?



## Ethos: karakter tonen

### Geloofwaardigheid

Een goed karakter maakt je geloofwaardig. Je komt geloofwaardig over wanneer je laat merken dat je deskundig, betrouwbaar en sympathiek bent. Dat is een idee van Aristoteles, waar moderne psychologen het mee eens zijn.

- Deskundig  
Natuurlijk kun je met autoriteitsargumenten deskundigheid aan anderen kunt ontlennen. Maar het is natuurlijk van belang om werkelijk verstand van je onderwerp te hebben. Direct opscheppen over je deskundigheid maakt een onsympathieke indruk, Het is beter om door middel van wat je vertelt te laten merken hoeveel kennis en ervaring je hebt.  
Maar er zijn ook oppervlakkige manieren om deskundig over te komen. Een intellectueel artikel kun je ondertekenen met titel, als je bijvoorbeeld een prof., dr. ir, of mr. bent. Verder kun je deskundig overkomen door bijvoorbeeld te praten in een rustig tempo, liefst met een lage stem, of je kleding als middel in te zetten, bijvoorbeeld met een pak in de zakenwereld.
- Betrouwbaar  
Consistentie wordt vaak gezien als teken van betrouwbaarheid, het betekent dat je je standpunt niet aanpast aan het publiek waarvoor je spreekt of schrijft. Op de lange termijn is eerlijk zijn de beste manier om betrouwbaar over te komen, maar jezelf eerlijk noemen werkt niet. De truc is dat je ook iets over jezelf vertelt dat duidelijk negatief is, maar geen afbreuk doet aan je boodschap, of er zelfs aan bijdraagt.  
Als er grote twijfels zijn aan je betrouwbaarheid moet je er niet omheen draaien, maar erkennen wat er mis is gegaan en uitleggen wat je doet om het vertrouwen te herstellen.
- Sympathiek  
Je kunt het volgende doen om sympathiek over te komen:
  - Niet praten maar luisteren. Luisteren naar klachten, medeleven tonen met mensen die iets ergs hebben meegemaakt. In een toespraak of een artikel kun je niet zwijgen, maar wel vertellen over mensen naar wie je hebt geluisterd.
  - Complimenten geven. Het is niet de bedoeling om als een slijmbal over te komen, maar de meeste mensen kunnen meer complimenten incasseren dan je denkt
  - Je aanpassen aan de doelgroep. Mensen laten zich eerder overtuigen door iemand die op hen lijkt, zelfs als de overeenkomst niet verder gaat dan dezelfde initialen.
  - Zelfspot inzetten. Het ideale middel om het ijs te breken aan het begin van bijvoorbeeld een toespraak. Je geeft daarmee aan dat je niet arrogant bent maar wel zo stevig in je schoenen staat dat je om uzelf kan lachen.

## Pathos: het publiek meeslepen

### Sturen op emoties

Als je mensen in beweging wilt krijgen, zal je hun gevoel moeten raken. Je kunt inspelen op:

- Het gevoel erbij te willen horen  
Een van de sterkste emoties waar je bijvoorbeeld met argumenteren op in kunt spelen het is gevoel bij een groep te willen behoren. Zo is er niets mis mee om zo veel mogelijk aanbevelingen van medestanders te verzamelen. Mensen hechten zich meer aan een groep als ze moeite hebben moeten doen om er lid van te worden. Het is goed om te weten dat het vragen van enige inspanning langdurige betrokkenheid kan opleveren. Een handtekeningactie is bijvoorbeeld niet alleen bedoeld om te laten zien hoeveel mensen tekenen, maar ook om de mensen die tekenen te binden aan het standpunt van de actie. Ook iets weggeven schept een verplichting, of tenminste een licht schuldgevoel.
- Het wensdenken  
Verder zijn mensen vatbaar voor wensdenken: ze geloven wat ze willen geloven. Dat spreekt vanzelf, het klinkt bijna als een tautologie. Maar er is ook een minder vanzelfsprekende vorm van wensdenken, namelijk dissonantiereductie. Cognitieve dissonantie is een onprettige spanning tussen verschillende gedachten, bijvoorbeeld een overtuiging en een feit. Als die spanning te groot wordt, moet of de overtuiging of het feit aangepast worden. Wanneer iemand zich stevig heeft verbonden aan een overtuiging, is het vaak makkelijker om het beeld van de werkelijkheid aan te passen. De dissonantietheorie voorspelt bijvoorbeeld dat je voor een ideële activiteit beter vrijwilligers dan betaalde medewerkers kunt werven. De vrijwilligers zullen zich immers gemotiveerd voelen door het werk zelf, niet door de beloning. Ook als ze het werk eigenlijk niet leuk vinden, zullen ze een reden zoeken waarom ze het doen.
- De eigenschappen van de doelgroep  
Om het juiste emotionele effect te bereiken, moet je je betoog afstemmen op de eigenschappen van je doelgroep. De moeilijkheidsgraad stem je af op de kennis en het opleidingsniveau van de mensen die je wilt overtuigen. Je gebruikt argumenten die aansluiten op hun belangen, waarden en vooroordelen. Dat biedt soms onverwachte mogelijkheden: het Amerikaanse leger kreeg belangstelling voor zonne-energie doordat brandstoftransporten van Pakistan naar Afghanistan aangevallen werden. Let ook op de demografie van de doelgroep, om woorden en waarden te gebruiken die mannen, vrouwen, jongeren of ouderen aanspreken. Verder kun je inspelen op de groepstrots van een woonplaats, regio, nationaliteit of beroepsgroep.

De beste oefening om beter te leren overtuigen is het verdedigen van een gehaat standpunt. Daarbij is het van belang om na te gaan bij welke doelgroep eventueel steun kan worden gevonden.

- Het inzetten van de eigen emotie  
Moet een redenaar zelf emotie tonen om emotie op te wekken bij het publiek? De meeste Nederlanders die weinig ervaring hebben met spreken in het openbaar zouden wel wat hartstochtelijker mogen spreken en wat meer gebaren mogen gebruiken, alleen alom de aandacht vast te houden.

### **Een betoog opbouwen**

Een betoog is een tekst waarin een bepaald standpunt wordt verdedigd met behulp van argumenten. Je kunt dit maken ter voorbereiding van een discussie. Een stevig betoog heeft een structuur nodig. Voor het publiek ben je beter te volgen, want het is duidelijk waar je heengaat.

- De inleiding.  
Deze heeft twee functies: belangstelling wekken en sympathie wekken. Het is de plek voor zelfspot en andere technieken die met ethos te maken hebben. Methoden om belangstelling te wekken zijn onder meer:
  - Een contrast beschrijven. Stel: je vindt dat sportbonden meer moeten doen om kinderarbeid bij het maken van sportartikelen te voorkomen. Dan beschrijft je eerst hoe kinderen onbezorgd voetballen in het park. En vervolgens beschrijf je het tegendeel: Moor Vijay uit India mag niet buitenspelen. Hij moet twaalf uur per dag voetballen naaien.
  - Een verband leggen met een actueel onderwerp. Met het bovenstaande onderwerp kun je inhaken op het WK voetbal.
  - Refereren aan gezamenlijke standpunten die je met het publiek gemeen hebt: 'u zit hier vandaag in de zaal omdat u ook ...'
  - Een verband leggen met universele interesses, zoals geld of gezondheid
  - Een verhaal of anekdote vertellen
- De stelling  
Dit is de spil waarom het betoog draait. Een kleine spil, want het is niet meer dan één bewering, bijvoorbeeld 'de kredietcrisis is veroorzaakt door de banken.' Eventueel kun je de stelling ook formuleren als een vraag: Is de kredietcrisis veroorzaakt door de banken? Daarnaast moet je de argumenten aankondigen, zodat het publiek weet waar je heengaat:
  - De eenvoudigste manier is aangeven hoeveel argumenten het zijn: 'de inkomstenbelasting moet om drie redenen worden afgeschaft.' Vervolgens benoem je de argumenten.
  - Je kunt de argumenten ook samenvatten: 'De inkomstenbelasting moet worden afgeschaft omdat ...'

- Je kunt ook alleen aangeven wat voor soort argumenten het zijn: 'De inkomstenbelasting moet worden afgeschaft om ethische, economische en administratieve redenen.'
- De argumenten

Deze vormen de hoofdmoot van je betoog. Hier moet je rekening mee houden:

  - Je kunt het beste drie hoofdargumenten aanvoeren. Hier kun je de argumenten voor je stelling uitgebreider beschrijven, toelichten en illustreren.
  - Elk hoofdargument vormt op zijn beurt weer een stelling waarvoor je subargumenten kunt aanvoeren.

Het is handig om al deze argumenten in een schema te zetten: een argumentenstructuur. Bovenin zet je je standpunt, bijvoorbeeld: 'beslissingen kun je het best met het hele team nemen.' Daaronder zet je de hoofd- en subargumenten. Ook de tegenargumenten van je gesprekspartner kun je een plek geven.

Op de volgende pagina zie je een format van een argumentenschema.



## Argumentenschema

### Stelling

--

### Argumenten

1° Hoofdargument Ten eerste...	Subargument Want...	Subargument Bovendien...
-----------------------------------	------------------------	-----------------------------

2° Hoofdargument Ten tweede...	Subargument Want...	Subargument Bovendien...
-----------------------------------	------------------------	-----------------------------

3° Hoofdargument Ten derde...	Subargument Want...	Subargument Bovendien...
----------------------------------	------------------------	-----------------------------

### Tegenargument

Daartegenover...	Want...	Maar...
------------------	---------	---------

- Bij de volgorde van de hoofdargumenten moet je rekening mee houden hoe sterk de verschillende argumenten zijn. Quintilianus zegt: “je moet de sterkste soldaten opstellen aan de buitenkant van de formatie.” Dus als je drie argumenten aanvoert, zet je het zwakste in het midden. Het eerste argument is bepalend voor de gevoelsmatige indruk die je betoog maakt, terwijl het laatste het beste onthouden wordt. De beste volgorde is dus eerst het sterkste argument, dan het zwakste en als laatste het middelmatige. Een andere manier om de argumenten in te delen is het betoog toespitsen van algemeen naar bijzonder.
- Tegenargumenten geven. Het is natuurlijk makkelijker om kritiek te uiten op de stelling van een ander dan je eigen stelling te bewijzen, maar dat heeft je gesprekspartner en het eventueel aanwezige publiek ook wel door. Het is, met name in debatten, niet slim om te veel aandacht te besteden aan de argumenten van de tegenstander. Je kunt op twee manieren ingaan op tegenargumenten:
  - Of je ruimt de tegenargumenten snel uit de weg voordat je aan je eigen argumenten begint.
  - Of je bent ze geduldig uit nadat je je eigen argumenten heeft gepresenteerd. Zulke uitgebreide aandacht voor tegenargumenten heeft zin als je zelf geen goede positieve argumenten heeft en/ of je tegenstander veel zwakke argumenten gebruikt.
- De conclusie  
Dit is het moeilijkste onderdeel om te schrijven. Het moet meer zijn dan een samenvatting van het voorafgaande, maar je mag geen nieuwe argumenten aanvoeren. Mogelijkheden:
  - Je kunt de stelling herhalen in een andere formulering, met meer pathos.
  - Je kunt ook een andere invalshoek kiezen, of een voorspelling doen. Er is plaats voor humor in een overdreven voorspelling, die goed onthouden zal worden.
  - Maar de beste aanvulling is vaak een oproep tot actie. In de reclamewereld is de ‘call to action’ een vast onderdeel van elke direct-marketing-campagne. De ervaring leert namelijk dat een verkoopbrief meer bestellingen oplevert als de lezer nadrukkelijk wordt aangespoord. Bestel nu! Ook in een politiek of maatschappelijk betoog is het van belang om te vertellen wat iemand precies kan doen om jouw standpunt te steunen. Als je geen oproep doet, denkt men: "Ja, die heeft wel gelijk" en gaat men over tot de orde van de dag.

In korte teksten, bijvoorbeeld een ingezonden brief of twee minuten spreektijd in een debat, blijven alleen de stelling en de argumenten over. In een column is de conclusie het belangrijkste, om een onverwachte draai aan het betoog te geven. Een column kan bijvoorbeeld bestaan uit een lange inleiding, inclusief beweringen die

achteraf argumenten blijken te zijn, gevolgd door een conclusie waarin de stelling voor het eerst wordt genoemd,

Timing kan hierbij belangrijk zijn. Zo kun je eerst uitgebreid een probleem beschrijven en pas aan het einde komen met de oplossing. Als je met je geklaag de aandacht van het publiek weet vast te houden, snakt het naar een oplossing en zal het minder kritisch zijn. Nadat je de oplossing eenmaal heeft onthuld, moet je geen argumenten meer aanvoeren, en zeker geen tegenargumenten behandelen. Het is de kunst om het probleem zo te beschrijven dat je oplossing vanzelf lijkt te spreken.

### **Een boeiend betoog: stijl, metaforen en verhalen**

Met de literaire overtuigingsmiddelen stijl, metaforen en verhalen, waarmee je van elk betoog een boeiende tekst kunt maken, die de lezer of luisteraar in het hart raakt. Deze middelen 'verpakken' de inhoud van de argumenteren.

- Stijl

- *Verheven stijl*

Er zijn zo veel stijlen als er schrijvers zijn, maar het belangrijkste kenmerk is het stijlregister, het niveau. In de retorica worden drie registers onderscheiden: de lage stijl is eenvoudig: kindertaal of ongcensureerde volkstaal. De middenstijl is neutraal: de taal van een beleefd gesprek of een nieuwsbericht. De verheven stijl betreft onalledaags, prestigieus taalgebruik: kunstmatige taal in poëzie of verouderde taal in juridische formules. De lage stijl en de middenstijl beheersen we allemaal wel. Maar wie pathos wil overbrengen, moet ook de verheven stijl kunnen toepassen. Je kunt je woorden gewicht geven met een drietal poëtische herhalingsfiguren.

- Woorden in omgekeerde volgorde herhalen heet een chiasme, bijvoorbeeld het motto van War Child: Je kunt een kind wel uit de oorlog halen, maar hoe haal je de oorlog uit een kind?
- Een parallellisme is een herhaling van een verwante inhoud in dezelfde of ongeveer dezelfde grammaticale vorm. Bijbellezers kennen deze stijlfiguur uit de psalmen en andere Bijbelse poëzie. Martin Luther King citeerde Jesaja 40: 4 in zijn toespraak "I Have a Dream".
- De meest effectieve herhalingsfiguur voor een toespraak is de anafoor, waarbij achtereenvolgende zinnen met dezelfde woorden beginnen. Barack Obama is er een groot liefhebber van. Zijn toespraak The Audacity of Hope bij de Democratische conventie van 2004, waarmee hij doorbrak als landelijk bekende politicus, bevatte maar liefst zeven verschillende anaforen. Dat is eigenlijk te veel van het goede. Het is beter om ermee te wachten tot het hoogtepunt, de conclusie, die bij een toespraak ook wel de peroratie wordt genoemd.

- *Ironische stijl*

- Als je betoog minder serieus is, kun je spelen met stijlregisters, voor een humoristisch effect. Je kunt bijvoorbeeld een verheven stijl onverwacht afwisselen met een lage stijl: Met alle respect, Excellentie, u kletst uit uw nek.
  - We lachen als er iets onverwachts gebeurt dat niet al te ernstig is. Het onverwachte kan ook een overtreding van fatsoensnormen of conversatieregels zijn. Dan is ook het overdreven bevestigen van een verwachting grappig.
  - Ironie betekent in het midden laten of je meent wat je zegt. Ironie is dus niet geschikt om een standpunt te verdedigen, maar wel om twijfel te zaaien over andere standpunten, terwijl je er niet op aangesproken kan worden, want je kunt altijd volhouden dat het een grap was.
- Metaforen  
Een metafoor is een relatie tussen twee groepen verwante begrippen. De uitdrukkingen ‘een stelling verdedigen’ en ‘argumenten in reserve houden’ zijn bijvoorbeeld gebaseerd op de metafoor ‘discussie is oorlog.’ Een relatief concreet betekenisdomein (oorlog) wordt gebruikt om een relatief abstract domein (discussie) te beschrijven.  
In een overtuigende tekst kunnen we de aandacht trekken met een originele of bijzonder beeldende metafoor, maar de meeste metaforische uitspraken gaan ongemerkt voorbij (zoals trekken en voorbijgaan in deze zin). Deze conventionele metaforen zullen ooit herkenbaar geweest zijn als figuurlijk taalgebruik, maar zijn door het gebruik afgesleten. Ze zijn echter nog steeds van belang, omdat ze het fundament vormen waarop je nieuwe metaforen kunt bouwen. Als je wilt dat een opvallende metafoor begrepen en geaccepteerd wordt, kunt je beter aansluiten bij conventionele metaforen over hetzelfde onderwerp. Van een snelgroeiend bedrijf kun je bijvoorbeeld zeggen: De omzet schiet als een raket omhoog. Quintilianus geeft een goed advies over de keuze om al dan niet een metafoor te gebruiken: de metafoor moet een lege plek vullen of een andere term vervangen door iets beters. Met een originele metafoor kun je mensen op een nieuwe manier naar een onderwerp laten kijken.
  - Verhalen  
Een verhaal vertellen is het ideale middel om mensen te boeien en tegelijk je visie weer te geven. Het enige probleem is het inpassen van een verhaal in een betogende tekst. Meestal houdt men het bij een korte anekdote. Soms hoef je alleen de titel van een bekend verhaal te noemen, bijvoorbeeld Klein Duimpje. Maar Barack Obama besteedde de hele inleiding van de bovengenoemde toespraak The Audacity of Hope aan zijn eigen levensverhaal, bijna een kwart van de tekst, waarin hij de dromen van zijn ouders en grootouders presenteerde als onderdelen van de Amerikaanse droom.  
Hoe waarheidsgetrouw een verhaal moet zijn, hangt af van de functie in een betoog:

- Eigen ervaringen en ervaringen van anderen kunnen als bewijs dienen. Daarvoor gelden dezelfde eisen als voor andere bewijsmiddelen. Zorg ervoor dat anderen, wiens ervaringen je aanhaalt, zullen bevestigen wat je vertelt.
- Een verhaal dat ter inspiratie dient kan verzonnen of waar gebeurd zijn, als je het er maar bij zegt.
- Hetzelfde geldt voor een verhaal dat je vertelt om een karikatuur van de tegenpartij te tekenen
- Een algemeen principe kun je illustreren met een verzonnen parabel.

De personages kun je beter zo vaag mogelijk laten, zodat iedereen zich ermee kan identificeren. Indien je het verhaal confronterend wilt gebruiken kunt je in een verhaal de wereld laten zien door bijvoorbeeld de ogen van iemand waar het publiek weinig begrip voor heeft.

In een verhaal heb je een grote vrijheid om samenhang in de werkelijkheid aan te brengen zoals je die ziet. Je kunt kiezen welke feiten je vertelt en hoe je ze verbindt. Sterker nog, als je geen oorzakelijk verband legt, is het geen echt verhaal.

Op de volgende 2 pagina's zie je samenvattend een overzicht van het stappenplan voor een sterke argumentatie.

## Stappenplan argumentatie

<b>Kop</b>	<b>Inleiding</b>	Belangstelling wekken door...	
		Sympathie wekken door...	
	<b>Aankondiging Van de argumentatie</b>	Wat is het thema waarbinnen de stelling valt? Bijvoorbeeld de naam van een beleidsterrein	
		Korte schets in 2 zinnen: wat is je stelling en wat kan men verwachten van je argumentatie?	
<b>Romp</b>	<b>Standpunt geven</b>	Benoem je stelling in 1 zin	
	<b>Toelichten Stelling</b>	Hoofdargumenten met subargumenten geven  Tegenargumenten behandelen	<i>Zie argumentenschema</i>
	<b>Illustratie van de stelling</b>	Feiten	
		Praktijkvoorbeelden	

		Fictieve voorbeelden	
		Metafoor	
		Verhaal	
<b>Staart</b>	<b>Conclusie</b>	Stelling en hoofdargumenten in 2 zinnen samengevat	
	<b>Afsluiting</b>	Oproep tot actie	Daarom:....  Dus:....