

De rol van het onderbuikgevoel en betrokkenheid bij de evaluatie van argumenten

Marloes Badart (5520266)

Universiteit Utrecht

Bachelor Eindwerkstuk CIW

Begeleider(s): Björn 't Hart & Hans Hoeken

Datum: 21 januari 2018

Onderwerp: Argumentevaluatie en het onderbuikgevoel

**Inhoudsopgave**

<b>Inhoudsopgave.....</b>	<b>2</b>
<b>Samenvatting.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Theoretisch kader .....</b>	<b>6</b>
1.1. Het overtuigingsproces .....	6
1.2. Argumentevaluatie .....	7
1.3. De rol van betrokkenheid.....	8
1.4. De rol van onderbuikgevoelens .....	9
<b>2. Methode .....</b>	<b>11</b>
2.1. Design .....	11
2.2. Onderzoeksobjecten.....	12
2.3. Dataverzamelingmethode.....	12
2.3.1. <i>Pretest</i> .....	12
2.3.2. <i>Enquête</i> .....	15
2.4. Materiaal .....	16
2.4.1. Gemanipuleerde teksten.....	16
2.5. Procedure .....	16
<b>3. Resultaten .....</b>	<b>18</b>
3.1. Pretest.....	18
3.2. Enquête .....	18
<b>4. Conclusie en discussie .....</b>	<b>20</b>



<b>5. Literatuurlijst</b> .....	<b>23</b>
<b>6. Bijlagen</b> .....	<b>25</b>
Bijlage 1. Uitleg onderzoek .....	25
Bijlage 2. Format pretest.....	26
Bijlage 3. Uitleg onderzoek deel twee .....	27
Bijlage 4. Gemanipuleerde teksten .....	28
Bijlage 5. Enquête.....	29
Bijlage 6. Algemeen formulier kennisneming plagiaat .....	31



### Samenvatting

In dit onderzoek is er gekeken naar de relatie tussen argumentevaluatie, betrokkenheid en het onderbuikgevoel bij duurzame producten in de voedselindustrie. Er wordt een focus gelegd op producten waar insecten in zitten verwerkt, omdat veel mensen hier een aversie tegen blijken te hebben. Dit zou van invloed kunnen zijn op hoe mensen informatie verwerken. Dat doen ze namelijk niet altijd rationeel. Ze vertrouwen soms op een onderbuikgevoel, wanneer ze informatie niet kritisch verwerken. Kritisch verwerken hangt af van de bekwaamheid en motivatie van een lezer, waarbij de betrokkenheid van de lezer weer van grote invloed is op de motivatie. De vraag die in dit onderzoek centraal staat is: “In hoeverre hebben onderbuikgevoelens en betrokkenheid invloed op de argumentevaluatie bij persuasieve teksten over opkomende duurzame producten in de voedselindustrie?” Door middel van een pretest, een variant van de *Implicit Association Test*, is er gekeken in hoeverre er sprake is van een onderbuikgevoel bij proefpersonen in het geval van insectenburgers ten opzichte van groenteburgers. Vervolgens is de argumentevaluatie en de betrokkenheid bevraagd door middel van een digitale enquête. Hierin stonden vragen die betrekking hadden op argumenten die gegeven werden in een tekst voor het eten van dit soort burgers. Uit de resultaten is gebleken dat er inderdaad sprake is van een negatief onderbuikgevoel bij insectenburgers. Dit onderbuikgevoel had echter weinig invloed op de evaluatie van de argumenten. De argumenten werden kritisch geëvalueerd, omdat de proefpersonen zich voldoende betrokken voelden en daardoor gemotiveerd en bekwaam genoeg waren.

*Trefwoorden:* onderbuikgevoel, argumentevaluatie, betrokkenheid, consequentiebetrokkenheid, waardebetrokkenheid, impliciete attitude, *Implicit Association Test*, milieuvriendelijk voedsel, insecten



## De rol van het onderbuikgevoel en betrokkenheid bij de evaluatie van argumenten

De voedselindustrie zorgt voor een aanzienlijk deel van de uitstoot van broeikasgassen (Foley et al., 2011). Hierdoor ontstaat er een dilemma wat betreft het produceren van voldoende voedsel en het behouden van een gezond milieu. Dit komt door een groeiende populatie en daarmee een groeiende consumptie. Om die reden zijn er al verschillende mogelijke oplossingen geanalyseerd door onder andere Foley et al. (2011). Voorbeelden van bovengenoemde oplossingen zijn het eten van minder vlees en het eten van gezonde en milieuvriendelijke voedselproducten, zoals insecten (De Boer, Schösler & Boersema, 2012). Ook kan er gedacht worden aan soja, groenten, zaden en noten en fruit.

Het succes van dit soort oplossingen hangt grotendeels af van publieke acceptatie (Druckman & Bolsen, 2011). Dit is waar het proces van overtuigen een rol gaat spelen. Bij overtuigen gaat het om ‘een doelbewuste poging om de houding van een ander ten opzichte van iets of iemand succesvol te veranderen’ (Hoeken, Hornikx & Hustinx, 2012, pp. 13-14). Deze duiding van het concept ‘overtuigen’ suggereert ook dat veel persuasieve documenten hun doel niet bereiken, waardoor het overtuigen is mislukt. Dit komt door het woord ‘succesvol’. Het slagen van de poging is namelijk afhankelijk van hoe mensen informatie verwerken.

Evalueren mensen argumenten die worden gegeven om dit soort producten te consumeren geheel rationeel, of spelen er mogelijk ook andere factoren als onderbuikgevoelens een rol? Roeser (2010, p. 45) ziet het onderbuikgevoel als een ‘onbewuste, irrationele en ongereflacteerte toestand’. Een gevoel over een concept dat dus instinctief een rol speelt en waar niet over nagedacht wordt. Dit zou invloed kunnen hebben op de meningen die gevormd worden en op keuzes die mensen maken.

Over het algemeen heerst er in de meeste Westerse landen een aversie tegen het eten van ongewervelden (Looy, Dunkel & Wood, 2014). Zij stellen dat insecten worden gezien als vies, walgelijk en gevaarlijk en dat deze visie, door herhaaldelijke reflectie, diepgeworteld is: “Cognitive scientists have shown that powerful implicit negative associations and attitudes toward insects affect our responses and preferences for neutral objects, events, and people even when we are unaware of the presence of insect-related stimuli (Greenwald et al., 1998).” (Looy Dunkel & Wood, 2014, p. 132). Het is mogelijk dat deze aversie zorgt voor een negatief onderbuikgevoel dat invloed uitoefent op de evaluatie van argumenten en uiteindelijk op de attitude en het daadwerkelijke gedrag van mensen (Hoeken et al., 2012). Wanneer zo’n onderbuikgevoel ervoor zorgt dat mensen niet overtuigd zijn en de argumenten negatief



evalueren, zal het doorvoeren van dit soort oplossingen als milieuvriendelijke voedselproducten falen. Dit zou mogelijk een probleem kunnen zijn voor de milieuvriendelijkheid, de wereldwijde beschikbaarheid van voedsel en interculturele relaties (Looy et al., 2014).

Naar de rol van het onderbuikgevoel bij argumentevaluatie wordt gekeken door de evaluatie van argumenten voor het eten van een product dat insecten bevat te vergelijken met de evaluatie van argumenten, met precies dezelfde inhoud, voor een vergelijkbaar milieuvriendelijk product dat geen insecten bevat. Ook wordt er gekeken naar de rol van andere factoren als betrokkenheid, door deze te bevragen. Het is maatschappelijk relevant om onderzoek te doen naar hoe mensen informatie, met name persuasieve teksten, verwerken, hoe ze een mening vormen en wat de belemmerende of stimulerende factoren van publieke acceptatie zijn. Zo kan er bij belangrijke zaken als milieuvervuiling of voedselschaarste en de promotie van oplossingen hiervoor strategisch gebruik worden gemaakt van deze inzichten.

## **1. Theoretisch kader**

### **1.1. Het overtuigingsproces**

Er is veel onderzoek gedaan naar tekstkenmerken en de invloed ervan op het overtuigingsproces, zoals krachtig taalgebruik en het expliciet maken van conclusies. Wat de rol van argumenten hierbij is blijft een vraag. Er zijn een aantal onderzoeken gedaan die inzicht bieden in de factoren die een rol kunnen spelen bij het bepalen van de argumentkwaliteit (Hoeken, 2005).

Argumentkwaliteit is een cruciale factor in het overtuigingsproces (Hustinx, Enschoot-van Dijk & Hoeken, 2007). Hoe de kwaliteit wordt bepaald, hangt af van het soort argumentatie dat is gebruikt. In de meeste persuasieve documenten wordt er gebruik gemaakt van pragmatische argumentatie (Hoeken et al., 2012). Volgens Hoeken (2005) is deze vorm van argumentatie gericht op 'de vorming van een positief oordeel over een bepaalde actie, een maatregel of een product' (p. 56). Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012) zien pragmatische argumentatie als argumentatie op basis van voor- en nadelen. Als het argument van goede kwaliteit is, wordt het een sterk argument genoemd en anders wordt het als een zwak argument gezien. Het is echter niet duidelijk of sterke argumenten ook daadwerkelijk meer invloed hebben op de overtuigingskracht dan zwakke argumenten (Hustinx, Enschoot-van Dijk & Hoeken, 2007).

Dit zou kunnen komen door de manier waarop mensen informatie verwerken. Informatieverwerking is namelijk afhankelijk van de drijfveren die men heeft (Druckman &

Bolsen, 2011). Duale procesmodellen gaan ervan uit dat mensen een correcte mening willen vormen (Hoeken et al., 2012). Het vormen van een correcte mening is een voorbeeld van zo'n drijfveer. Deze modellen richten zich op de acceptatieprocessen die een rol spelen bij het afwegen van argumenten (Hoeken et al., 2012). Volgens het *Elaboration Likelihood Model* (ELM) van Petty en Cacioppo (1986) verwerken mensen een tekst perifeer of centraal, waarbij respectievelijk argumenten oppervlakkig of zorgvuldig worden afgewogen (Petty & Cacioppo, 1986; Hoeken et al., 2012). Wanneer de argumenten zorgvuldig worden afgewogen, zullen mensen sneller de kwaliteit van argumenten kunnen bepalen (Carpenter, 2015). Bovendien zullen mensen die argumenten zorgvuldig kunnen afwegen, eerder worden overtuigd door sterke argumenten dan door zwakke. Om argumenten zorgvuldig te kunnen afwegen, moeten mensen echter bekwaam en gemotiveerd zijn (Carpenter, 2015; Hoeken et al., 2012).

## 1.2. Argumentevaluatie

Schellens en De Jong (2004) gaan verder in op deze bekwaamheid en stellen dat mensen verschillende stappen moeten zetten om de kwaliteit van argumenten te kunnen beoordelen. Men moet in een boodschap argumentatie kunnen herkennen, argumenttypes (Hoeken et al., 2012), of -schema's (Schellens, Šorm, Timmers & Hoeken, 2017) en bijbehorende criteria kunnen identificeren en deze op de juiste manier kunnen toepassen en evalueren (Hoeken et al., 2012; Schellens et al., 2017).

Er zijn drie hoofdcategorieën van argumentschema's te onderscheiden: argumentatie op basis van een symptomatische relatie, argumentatie op basis van analogie en argumentatie op basis van een causale relatie (Schellens et al., 2017). Deze categorieën kunnen worden opgedeeld in verschillende subcategorieën. Elke categorie heeft zijn eigen 'argumentatieschemaspecifieke' evaluatiecriteria die gebruikt kunnen worden om de kwaliteit van het aangedragen argument te bepalen (Hoeken & van Vugt, 2014). Op basis hiervan kan men een evaluatieve houding aannemen ten opzichte van een concept. Zo'n houding wordt ook wel attitude genoemd (Hoeken et al., 2012).

In de literatuur bestaan er verschillende voorstellen over welke criteria er zijn voor het bepalen van de kwaliteit van argumenten (Hoeken, 2005; Hoeken et al., 2012). Bij pragmatische argumentatie zijn de twee belangrijkste criteria de wenselijkheid en waarschijnlijkheid van het gevolg dat wordt genoemd in het aangedragen argument (Hoeken, 2005; Hoeken et al., 2012). Een argument zal eerder worden gezien als sterk wanneer het aan deze criteria voldoet. Anders zal het argument eerder afgedaan worden als zwak. Een kanttekening die hierbij geplaatst moet worden is dat het argument wel voldoende evidentie

moet hebben om de wenselijkheid of waarschijnlijkheid ervan te ondersteunen (Hoeken et al., 2012).

Hustinx, Enschoot-van Dijk en Hoeken (2007) hebben gevonden dat mensen beter de sterkte van een argument kunnen bepalen, wanneer een argument ter ondersteuning van de wenselijkheid wordt gegeven. Daarbij zijn mensen ook gevoeliger voor kwaliteitsverschillen bij argumenten ter ondersteuning van de wenselijkheid ten opzichte van argumenten ter ondersteuning van de waarschijnlijkheid. Sterke argumenten ter ondersteuning van de wenselijkheid leidden tot een positieve attitude, terwijl er bij argumenten ter ondersteuning van de waarschijnlijkheid geen verschil optrad.

De attitude wordt gezien als de uitkomst van een rationeel afwegingsproces (Hoeken et al., 2012). Hierbij worden argumenten dus centraal verwerkt. In het *integrative model of behavioral prediction* is de attitude een van de determinanten die invloed heeft op de intentie van personen, wat weer een directe determinant is van gedrag (Hoeken et al., 2012). De attitude wordt hierin gezien als “een evaluatieve samenvatting van de veronderstelde gevolgen van dat gedrag” (Hoeken et al., 2012, p. 41). De wenselijkheid en waarschijnlijkheid van een argument hebben hier invloed op. Het is dus van belang om de evaluatie van argumenten te bestuderen, omdat dit inzicht geeft in hoe mensen persuasieve informatie verwerken en hoe dit uiteindelijk van invloed kan zijn op de attitude en daarmee het daadwerkelijke gedrag.

### 1.3. De rol van betrokkenheid

De bekwaamheid en motivatie om argumenten kritisch af te wegen zijn ook afhankelijk van bepaalde persoonskenmerken, waaronder betrokkenheid (Hoeken et al., 2012). Johnson en Eagly (1989), die betrokkenheid zien als de activering van het zelfbeeld dat men van zichzelf heeft, onderscheiden drie soorten van betrokkenheid. Deze zijn door Hoeken et al. (2012) vertaald als consequentiebetrokkenheid, waardebetrokkenheid en indrukbetrokkenheid. Consequentiebetrokkenheid ontstaat wanneer lezers belang hebben bij een correcte attitude. Waardebetrokkenheid ontstaat wanneer het onderwerp van een tekst gerelateerd is aan de waarden van lezers. Indrukbetrokkenheid speelt een rol wanneer mensen indruk willen maken op anderen (Johnson & Eagly, 1989). Deze laatste vorm van betrokkenheid is vooral van belang is bij de attitudevorming van mensen (Johnson & Eagly, 1989). Consequentiebetrokkenheid en waardebetrokkenheid spelen de grootste rol bij het overtuigingsproces, zoals hieronder duidelijk zal worden.

De consequentiebetrokkenheid heeft invloed op de motivatie van een lezer om argumenten kritisch te evalueren (Hoeken et al., 2012). Wanneer mensen betrokken zijn, zullen





ze daarom minder snel vertrouwen op intuïtie (Johnson & Eagly, 1989). Hierdoor heeft de kwaliteit van argumenten meer invloed op de attitude, wanneer de betrokkenheid hoog is (Petty, Cacioppo & Schumann, 1983).

Wanneer de waardebetrokkenheid hoog is, leidt dit vaak tot het vasthouden aan het eigen standpunt en daarmee tot een bevooroordeelde verwerking van de informatie (Hoeken et al., 2012). De motivatie om argumenten kritisch te verwerken zal daardoor lager zijn. Daarbij is de motivatie om argumenten kritisch af te wegen laag, wanneer de persoonlijke relevantie laag is (Druckman & Bolsen, 2011). Bij een lage persoonlijke relevantie, of een te sterke waardebetrokkenheid is de kans op een lage motivatie en daarmee een perifere verwerking van de argumenten dus groot.

#### 1.4. De rol van onderbuikgevoelens

Wanneer mensen niet bekwaam of gemotiveerd genoeg zijn, zullen ze argumenten dus eerder perifeer dan kritisch verwerken en de kwaliteit minder goed kunnen bepalen. Dit resulteert erin dat mensen eerder zullen vertrouwen op hun onderbuikgevoel (Druckman & Bolsen, 2011). Mensen hebben volgens Kunda (1990) de neiging om op zoek te gaan naar bewijs dat in overeenstemming is met eerder ingenomen standpunten over een concept, waardoor het eigen gelijk wordt bevestigd. Dit fenomeen wordt *motivated reasoning* genoemd (Kunda, 1990). Hoeken en van Vugt (2014) hebben bevestigd dat er sprake is van *motivated reasoning* bij het gebruik van argumentatieschemaspecifieke criteria tijdens het verdedigen van een standpunt. In hun onderzoek kwam naar voren dat proefpersonen eerder criteria gebruikten om een argument dat tegen hun standpunt inging te bekritisieren. Argumenten die in overeenstemming waren met dat standpunt werden eerder gekwalificeerd als sterk en argumenten die hier tegenin gingen als zwak.

Dat mensen de neiging hebben om op zoek te gaan naar informatie die hun vooraf ingenomen standpunt bevestigt, zou kunnen komen door affectieve reacties (Slovic, Finucane, Peters & MacGregor, 2007). Affectieve reacties zijn automatische reacties, waarbij positieve of negatieve gevoelens worden opgeroepen (Hoeken et al., 2012). Affectieve reacties kunnen invloed hebben op redeneren, doordat ze onze verwerking en beoordeling van informatie sturen (Slovic et al., 2007). Deze reacties kunnen leiden tot impliciete attitudes. Een impliciete attitude is een automatische en onbewuste koppeling tussen een object en de waardering ervan (Hoeken et al., 2012). Hierdoor kunnen argumenten op een bevooroordeelde manier worden geëvalueerd (Hoeken & van Vugt, 2014).



De focus ligt elke keer op een onbewuste, automatische en intuïtieve toestand die gekoppeld wordt aan een concept. Omdat dit overeen komt met de eerdergenoemde definitie en eigenschappen van het onderbuikgevoel, wordt de impliciete attitude bij dit onderzoek gelijkgesteld aan het onderbuikgevoel. Druckman en Bolsen (2011) beweren dat mensen, zelfs wanneer ze voor de allereerste keer een mening ergens over vormen, altijd vertrouwen op een onderbuikgevoel. Er zijn onderzoekers die beweren dat mensen wel degelijk objectief naar de kwaliteit van de aangedragen argumenten kunnen kijken, wanneer ze van tevoren geen sterke mening of voorkeur hebben (Hoeken & van Vugt, 2014). Maar ook wanneer de voorkeur voor een standpunt van proefpersonen wordt gemanipuleerd, beïnvloedt dit de evaluatie van argumenten (Hoeken & van Vugt). Het is van belang om de rol van het onderbuikgevoel in overweging te nemen, omdat het dus kan zorgen voor een bevooroordeelde manier van evalueren.

### **1.5. Onderzoeksvraag**

In dit onderzoek staat de relatie tussen argumentevaluatie, betrokkenheid en onderbuikgevoelens centraal. Zoals hierboven benoemd, kunnen argumenten zorgvuldig worden afgewogen, wanneer mensen bekwaam en gemotiveerd genoeg zijn. De kwaliteit van argumenten kan dan beter worden bepaald aan de hand van argumentatieschemaspecifieke criteria. Bij pragmatische argumentatie zijn dit de wenselijkheid en waarschijnlijkheid van een argument. Hoe mensen informatie verwerken, heeft invloed op de attitude en daarmee het uiteindelijke gedrag van de lezer.

Bij te weinig bekwaamheid en motivatie zullen mensen eerder vertrouwen op hun onderbuikgevoel. Betrokkenheid is één van de belangrijkste determinanten van de motivatie. Een hoge consequentiebetrokkenheid zorgt ervoor dat mensen informatie centraal verwerken en minder snel vertrouwen op hun onderbuikgevoel. Een te lage persoonlijke relevantie of te sterke waardebetrokkenheid zal eerder resulteren in een perifere verwerking. Een onderbuikgevoel zal dan eerder zorgen voor een bevooroordeelde manier van evalueren.

Het is van wetenschappelijk belang om meer inzicht te krijgen in wanneer en hoe mensen informatie rationeel en kritisch evalueren en wat hierop van invloed is, zodat het overtuigingsproces meer in kaart kan worden gebracht. Dit onderzoek tracht antwoord te krijgen op de volgende onderzoeksvraag: “In hoeverre hebben onderbuikgevoelens en betrokkenheid invloed op de argumentevaluatie bij persuasieve teksten over opkomende duurzame producten in de voedselindustrie?”



De focus van dit onderzoek ligt bij de evaluatie van argumenten voor duurzame oplossingen binnen de voedselindustrie. Er is gekozen voor het vergelijken van de evaluatie van argumenten voor het eten van insectenburgers en groenteburgers, omdat het twee vergelijkbare producten zijn, waarbij er precies dezelfde argumenten gegeven kunnen worden die op beide producten van toepassing kunnen zijn voor het consumeren ervan. Een verschil in evaluatie kan op die manier worden toegeschreven aan de mogelijke aanwezigheid van een onderbuikgevoel, de betrokkenheid van proefpersonen of mogelijk beide factoren.

Er wordt verwacht dat insectenburgers een negatief onderbuikgevoel oproepen dat van negatieve invloed is op de evaluatie van de argumenten voor deze burger. De argumenten voor de groenteburger zullen positiever geëvalueerd worden, omdat er wordt verwacht dat mensen hier een positiever onderbuikgevoel bij hebben. Argumenten zullen kritischer worden geëvalueerd wanneer proefpersonen zich meer betrokken voelen. Hierbij zullen mensen minder vertrouwen op dat onderbuikgevoel.

## 2. Methode

### 2.1. Design

Er is gekozen voor een 2×2 design met als onafhankelijke variabelen het onderbuikgevoel (positief/negatief) en de betrokkenheid (hoog/laag) van de proefpersonen. De afhankelijke variabele is de argumentevaluatie. Proefpersonen namen eerst deel aan een pretest die de daadwerkelijke aanwezigheid van een onderbuikgevoel diende te meten bij insectenburgers ofwel bij groenteburgers. Hiervoor werd een variant van de *Implicit Association Test* gebruikt (Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998). Daarna vulden de proefpersonen een enquête in, die ging over een tekst waarbij argumenten voor het eten van insectenburgers of groenteburgers werden gegeven.

De enquête bevroeg de argumentevaluatie en de betrokkenheid van de proefpersonen. Afhankelijk van de resultaten van de pretest werd het al dan niet aanwezig zijn van een positief onderbuikgevoel toegewezen aan het soort burger. De ene groep proefpersonen las de tekst over de insectenburger en de andere groep las de tekst over de groenteburger. De hoogst scorende helft op betrokkenheid werd vervolgens onderscheiden van de laagst scorende helft. Zo ontstonden er vier condities. Hieronder wordt nauwgezet beschreven hoe het onderzoek is uitgevoerd.



## 2.2. Onderzoeksobjecten

In totaal hebben er 66 proefpersonen deelgenomen aan dit onderzoek. Er is gekozen voor de doelgroep ‘Nederlandse studenten tussen de achttien en vijfentwintig jaar oud’, omdat dit een homogene groep is die gemakkelijk te bereiken is, zowel in de directe omgeving van de onderzoeker, als via verschillende mediakanalen. De voordelen van een homogene groep proefpersonen is dat de eenheden goed te vergelijken zijn. Onder ‘studenten’ worden in dit onderzoek mensen verstaan die een opleiding volgen in het middelbaar beroepsonderwijs (MBO), hoger beroepsonderwijs (HBO) of wetenschappelijk onderwijs (WO).

Om deze doelgroep te bereiken is er een korte wervingstekst verspreid via (digitale) netwerken van de onderzoeker. Zo kregen potentiële proefpersonen kennis van het bestaan van dit onderzoek. De bijdrage van de proefpersonen was geheel vrijwillig en ze kregen geen vergoeding.

Niet alle proefpersonen zijn meegenomen in de data-analyse. Proefpersonen waarvan de leeftijd ver buiten de norm viel werden eruit gefilterd, omdat deze personen onmogelijk konden voldoen aan de eisen van de doelgroep. Dit waren twee personen, met de leeftijd 31 en 61. Wanneer een proefpersoon net buiten de leeftijdscategorie van de doelgroep viel, maar wel student was, werden de gegevens gewoon meegenomen in de data-analyse. Ook proefpersonen die maar een klein deel van de vragen hadden beantwoord werden verwijderd. Dit betrof vier personen, waardoor er 60 proefpersonen overbleven voor de data-analyse. De leeftijd van deze proefpersonen varieerde tussen de 19 en de 27 jaar, waarbij de gemiddelde leeftijd 22 jaar was ( $SD = 1.76$ ). Er waren 16 mannen, 43 vrouwen en van één proefpersoon was het geslacht onbekend. Het merendeel (58.3%) van de proefpersonen gaf aan een WO-opleiding te volgen. Dat waren 35 personen tegenover 17 (HBO) en 8 (MBO).

## 2.3. Dataverzamelmethode

De gegevens van dit onderzoek zijn digitaal verkregen via de online-enquêtessoftware Qualtrics. Deze digitale manier van onderzoeken biedt flexibiliteit voor zowel de onderzoeker als de proefpersonen. Ook maakt dit het voor proefpersonen gemakkelijker om op elk gewenst moment te stoppen.

### 2.3.1. Pretest

Voor dit onderzoek is het van belang om twee concepten tegenover elkaar te plaatsen, waarvan er één duidelijk een negatief onderbuikgevoel oproept en één duidelijk een positief onderbuikgevoel. Zo kunnen er vervolgens condities gemaakt worden die met elkaar te



vergelijken zijn op basis van het al dan niet aanwezig zijn van een positief of negatief onderbuikgevoel bij proefpersonen. Eerder werd al benoemd dat insecten een bepaalde weerstand oproepen bij mensen, dat kan resulteren in een negatief onderbuikgevoel. De aanname bij dit onderzoek is dat er bij producten waar insecten in zitten verwerkt, zoals een insectenburger, een soortgelijk effect optreedt.

Het product dat hier tegenover wordt geplaatst moet dus een zo positief mogelijk onderbuikgevoel oproepen. Om tot een goed vergelijkbaar product te komen is er een pilotstudie gedaan. Hierbij werd er gekeken of de attitude van proefpersonen positiever zou zijn bij sojaburgers of bij groenteburgers. Deze burgers lijken qua eigenschappen erg op elkaar en op de insectenburger. Er werd verwacht dat de attitude bij deze soorten burgers positiever zou zijn dan bij de insectenburger, omdat groenten en vegetarische producten doorgaans meer geconsumeerd worden. Hierdoor worden deze burgers waarschijnlijk als gebruikelijker beschouwd. De burger waar proefpersonen de meest positieve attitude bij zouden hebben, zou worden gebruikt in de rest van het onderzoek.

Bij deze pilotstudie werd er *face-to-face* aan proefpersonen gevraagd of ze, als ze een keuze moesten maken, zouden kiezen voor een groenteburger of een sojaburger. Bij de ene helft van de proefpersonen werd de groenteburger eerst benoemd in de vraag en bij de andere helft de sojaburger, om volgorde effecten te voorkomen. Aan deze pilot deden acht mannen en acht vrouwen mee. De proefpersonen voldeden aan de eisen van de beoogde doelgroep. De leeftijd varieerde tussen de 19 en 25 jaar, met een gemiddelde van 22 jaar (SD 1.91). Er werd bijna unaniem gekozen voor de groenteburger. Er waren dertien personen die kozen voor de groenteburger en drie die kozen voor de sojaburger. Hieruit is geconcludeerd dat men de meest positieve attitude heeft bij een groenteburger.

Om er zeker van te zijn dat er daadwerkelijk sprake was van een onderbuikgevoel bij de insectenburger en de groenteburger werd er een pretest gedaan. Hierbij is er gebruik gemaakt van een variant van de *Implicit Association Test* (IAT) van Greenwald, McGhee en Schwartz (1998). Bij de versie van Greenwald et al. (1998) moesten proefpersonen items, bijvoorbeeld plaatjes van mannen- of vrouwengezichten, beoordelen en toewijzen aan categorieën, bijvoorbeeld ‘jong’ en ‘oud’, die volgens hen het meest in overeenstemming waren met het item. Wanneer de dimensie aan de linkerkant van het beeldscherm stond moesten ze een toets aanklikken die links op het toetsenbord te vinden was. Dit gold ook voor de rechter kant. De gehele test bestond uit het meerdere keren toeschrijven van items aan categorieën. Dit werd moeilijker gemaakt door de categorieën om te keren qua plaats en samen te voegen, zodat er soms twee categorieën bij elkaar aan een kant stonden. Deze test is nuttig voor het in kaart



brengen van associatieve structuren (Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998). Deze associatieve structuren worden in dit onderzoek in verband gebracht met het onderbuikgevoel, omdat het ook hier gaat om een impliciete koppeling aan een concept. Greenwald et al. (1998) stellen dat woorden sneller aan categorieën worden toegeschreven wanneer ze in overeenstemming zijn met de impliciete attitude, dus met het onderbuikgevoel.

De huidige variant van de IAT bevatte een lexicale beslissingstaak. Deze taak hield in dat proefpersonen moesten aangeven of een woord een bestaand woord was of niet. Voordat proefpersonen deze taak moesten uitvoeren, werden ze eerst *geprimed* met woorden van burgervarianten, zoals de insectenburger en de groenteburger. Naast deze twee burgervarianten werden er twee burgers toegevoegd die dienden als afleiders, om een sturende werking van de pretest te voorkomen. Deze varianten waren de kipburger en de hamburger. *Priming* is het activeren van concepten door mensen te onderwerpen aan woorden (Hoeken et al., 2012). Op deze manier wordt het onderbuikgevoel geactiveerd. Vervolgens kregen proefpersonen positieve woorden, negatieve woorden of niet-bestaande woorden aangeboden. De niet-bestaande – of non-woorden – werden toegevoegd als afleider, zodat proefpersonen zich niet zouden richten op de inhoud van de woorden, maar op de taak die ze moesten uitvoeren. De taak werd uitgevoerd door op de knop ‘woord’ of ‘geen woord’ te klikken. Het primen en het uitvoeren van de taak werd meerdere keren herhaald, om de soorten burgers te combineren met verschillende positieve, negatieve of non-woorden.

In totaal zijn er vier bestaande en vier non-woorden gebruikt. Van de bestaande woorden waren er twee positief en twee negatief. De positieve bestaande woorden die gebruikt zijn, waren ‘lekker’ en ‘smakelijk’. De negatieve bestaande woorden waren de tegenstellingen van de positieve woorden, namelijk ‘vies’ en ‘smerig’. De non-woorden waren qua lettergrepen en vorm vergelijkbaar met de bestaande woorden. De non-woorden waren ‘limmer’, ‘smikelon’, ‘voog’ en ‘smuzik’. Voor zowel de insectenburger als de groenteburger zijn allebei de positieve en negatieve woorden gebruikt en twee non-woorden. Bij de afleiders werden één positief woord, één negatief woord en twee non-woorden gebruikt. Zo kwamen er in totaal evenveel bestaande woorden als non-woorden voor. Een voorbeeld van het format van de pretest zoals die in dit onderzoek is gebruikt staat in Bijlage 2.

Proefpersonen hadden beperkt de tijd om te antwoorden. Uit onderzoek is namelijk gebleken dat mensen vertrouwen op hun onderbuikgevoel wanneer ze haastig beslissingen moeten maken (Kunda, 1990). Wanneer dit onderbuikgevoel is geactiveerd, zal dit dus naar voren komen in de antwoorden die ze geven. Zo wordt er duidelijk of en bij welke burger proefpersonen een negatief of een positief onderbuikgevoel hebben. De tijd die proefpersonen



nodig hadden om te antwoorden werd gemeten in seconden, waarbij de eerste klik leidend was. De verwachting was dat positieve woorden congruent zijn met de groenteburger en incongruent met de insectenburger. Daarbij werd er verwacht dat negatieve woorden congruent zijn met de insectenburger en incongruent met de groenteburger. Congruente woorden zullen resulteren in het sneller beantwoorden van de vraag, of in dit geval het sneller uitvoeren van de lexicale beslissingstaak, omdat ze overeenkomen met het onderbuikgevoel van de proefpersoon (Greenwald et al., 1998). Dat betekent dat de tijd om negatieve woorden te beoordelen korter zal zijn wanneer proefpersonen het woord 'insectenburger' hebben gezien, dan wanneer ze het woord 'groenteburger' hebben gezien. De tijd om positieve woorden te beoordelen zal korter zijn wanneer proefpersonen het woord 'groenteburger' hebben gezien, dan wanneer ze het woord 'insectenburger' hebben gezien.

### 2.3.2. Enquête

De enquête bevatte meerkeuzevragen over de argumentevaluatie en de betrokkenheid van de proefpersonen. De vragen hadden betrekking op een tekst die argumenten gaf voor het eten van een bepaald soort burger. Er waren twee condities, waarbij de groep proefpersonen in de ene conditie een tekst kreeg over de groenteburger en de andere groep proefpersonen een tekst over de insectenburger. Na het lezen van de tekst kregen de proefpersonen eerst enkele vragen die de demografische gegevens zoals naam, leeftijd, geslacht en opleiding bevroegen.

Voor de argumentevaluatie is er gebruikgemaakt van beoordelingsschalen, die zijn opgesteld en getest in het onderzoek naar het bevragen van de waargenomen argumentsterkte van Zhao, Strasser, Cappella, Lerman en Fishbein (2011). Bij argumentevaluatie gaat het om het al dan niet zorgvuldig afwegen van de argumenten, waarbij er naar de kwaliteit van de aangedragen argumenten wordt gekeken (Hoeken et al., 2012). Om die reden zijn de argumentevaluatie en de waargenomen argumentsterkte vergelijkbaar. De enquête bevatte dezelfde negen vragen die bij Zhao et al. (2011) uiteindelijk als meest betrouwbaar en valide naar voren kwamen. Hierbij moesten proefpersonen op vijfpunts-Likertschalen aangeven in hoeverre ze het eens of oneens waren met een stelling.

De vragen over de betrokkenheid zijn opgesteld op basis van ontwerpen van Hoeken et al. (2012, pp. 220-221). Er zijn vijf van de zeven vragen gebruikt, omdat de overige twee vragen betrekking hadden op het maken van een keuze, terwijl er in dit onderzoek sprake was van één soort burger waar de proefpersonen vragen over kregen. De proefpersonen moesten op een zevenpunts-Likertschaal aangeven in hoeverre ze het eens of oneens waren met een stelling. Deze schaal is niet gelijk aan de schaal van de vragen over de argumentevaluatie, maar heeft

de originele indeling behouden om de betrouwbaarheid van de vragenlijst te waarborgen. De volledige enquête is te vinden in Bijlage 5.

## 2.4. Materiaal

### 2.4.1. Gemanipuleerde teksten

De teksten die gebruikt worden voordat proefpersonen de enquête invullen, bevatten argumenten voor het eten van de insectenburger of de groenteburger. Deze argumenten zijn gebaseerd op pragmatische argumentatie. Er zijn exact dezelfde argumenten gebruikt, zodat enkel de mogelijke aanwezigheid van een positief of negatief onderbuikgevoel, dat gemeten wordt in de pretest, zorgt voor het verschil tussen de twee groepen. Dit verschilt van eerder onderzoek, doordat mensen hier niet genoodzaakt zijn om een standpunt in te nemen.

Er zijn drie argumenten gegeven voor het eten van de burgers, met de thema's 'goed voor het milieu', 'minder dierenleed' en 'gezond en lang leven'. De argumenten zijn gemanipuleerd op basis van een tweetal argumentatieschema's en de bijbehorende criteria (Schellens & De Jong, 2004; Schellens et al., 2017). De twee gebruikte argumentatieschema's zijn 'argumentatie op basis van autoriteit', dat is toegepast bij de argumenten 'goed voor het milieu' en 'minder dierenleed', en het schema 'argumentatie van consequenties', dat is toegepast bij het argument 'gezond en lang leven'. Bij de argumentatieschema's is rekening gehouden met de twee criteria die in het onderzoek van Schellens, Šorm, Timmers en Hoeken (2017) het meest werden gebruikt door leken, aangezien in het huidige onderzoek enkel leken op het gebied van argumentkwaliteit mee hebben gedaan. Bij 'argumentatie op basis van autoriteit' waren dit expertise en betrouwbaarheid. Bij 'argumentatie van consequenties' waren dit de wenselijkheid van de consequentie en de ernst van het probleem. De argumenten voldeden per definitie niet aan deze criteria en kunnen dus bestempeld worden als zwak. Zo kan er duidelijkheid verkregen worden in de mate van motivatie en bekwaamheid van de proefpersonen om de argumenten kritisch te verwerken. De argumenten zullen negatiever geëvalueerd worden wanneer proefpersonen kritisch verwerken. Wanneer proefpersonen echter perifeer verwerken, hangt de evaluatie af van het onderbuikgevoel. De argumenten zijn in een specifieke volgorde geplaatst, zodat de argumenten met hetzelfde schema niet achter elkaar stonden. De twee teksten staan in Bijlage 4.

## 2.5. Procedure

De proefpersonen zijn benaderd via sociale mediakanalen als Facebook en WhatsApp en werden door middel van een wervingstekst gevraagd of ze mee wilden werken aan het





onderzoek. In deze tekst werd duidelijk vermeld wat de eisen van de doelgroep waren, hoe lang het onderzoek zou duren en dat het wenselijk was om het onderzoek af te nemen op een smartphone of tablet, vanwege de aanwezigheid van een touchscreen bij dergelijke apparaten. Het enquêteprogramma stelde de onderzoekers niet in staat om, net zoals bij de originele IAT, mensen keuzes te laten maken door toetsen aan de rechter of de linker kant van het toetsenbord aan te klikken overeenkomstig met de positie van de antwoordmogelijkheid op het scherm. Door middel van apparaten met een touchscreen kan de plaats van de antwoordmogelijkheden toch een rol spelen en wordt een extra handeling met de muis voorkomen.

Wanneer proefpersonen op de bijgevoegde link in de wervingstekst klikten werden ze doorgestuurd naar een scherm waar een welkomstekst op stond met daarin de uitleg van het verloop van het onderzoek (Bijlage 1). Vervolgens werden ze doorgestuurd naar twee voorbeeldvragen die hetzelfde format hadden als de vragen in de pretest. Zo kregen ze een goed beeld van hoe de test in zijn werk zou gaan en werd er voorkomen dat proefpersonen gedemotiveerd zouden raken en daardoor af zouden haken wanneer ze de pretest niet zouden begrijpen. Hierna konden ze doorklikken naar de daadwerkelijke pretest. Hier kregen ze eerst het woord ‘insectenburger’, ‘groenteburger’ of één van de afleiders te zien. Proefpersonen hoefden enkel naar deze woorden te kijken, die twee seconden op hun beeldscherm verschenen. Vervolgens kregen ze een woord te zien, waarvan ze moesten aangeven of het een bestaand woord was of niet, door op een knop met de woorden ‘woord’ of ‘geen woord’ te klikken. Ook hier hadden ze twee seconden de tijd voor. De optie ‘woord’ stond altijd links en de optie ‘geen woord’ altijd rechts.

Wanneer de proefpersonen klaar waren met de pretest werd er aangekondigd dat het tweede deel van het onderzoek van start zou gaan, gevolgd door een korte additieve uitleg (Bijlage 3). Hierna werd er kort gevraagd naar enkele demografische gegevens. Vervolgens werden ze willekeurig toegewezen aan één van de twee condities die zich onderscheiden in het soort burger, alvorens ze de enquête moesten invullen. Ze kregen een tekst te lezen met argumenten voor het eten van ofwel de groenteburger ofwel de insectenburger. De enquête bestond uit meerkeuzevragen die de argumentevaluatie bevroegen en meerkeuzevragen die de betrokkenheid bevroegen. De vragen over de argumentevaluatie hadden betrekking op de eerder gelezen tekst. Na het invullen van deze vragen werden de proefpersonen bedankt en werd het onderzoek afgesloten.

### 3. Resultaten

#### 3.1. Pretest

De twee positieve en negatieve woorden die bij de groenteburger en insectenburger werden gebruikt, zijn per burger samengevoegd, voor een betrouwbaarder resultaat. De reactietijden bij de overige burgers en de non-woorden werden niet meegenomen in de analyse, omdat deze enkel fungeerden als afleider en ervoor zorgden dat de proefpersonen een taak hadden.

Vervolgens zijn de reactietijden bij de positieve woorden en de reactietijden bij de negatieve woorden vergeleken tussen de twee burgers, omdat er werd verwacht dat er verschillen zouden worden gevonden tussen de reactietijden van congruente en incongruente woorden bij de twee burgers. In tegenstelling tot wat er werd verwacht, duurde het langer om de positieve woorden te beoordelen bij de groenteburger dan bij de insectenburger. Dit verschil was echter niet significant ( $t(59) = 0.985$ ,  $p = .329$ ). Proefpersonen waren wel significant sneller met het beoordelen van negatieve woorden bij de insectenburger dan bij de groenteburger ( $t(58) = 3.054$ ,  $p = .003$ ). Congruente woorden zorgden er hier dus voor dat de taak sneller werd uitgevoerd. In Tabel 1 zijn de gemiddelde reactietijden voor de positieve en de negatieve woorden per soort burger te zien.

Tabel 1

*Gemiddelden (en standaarddeviaties) in reactietijd voor positieve en negatieve woorden, uitgesplitst naar het soort burger*

Soort burger	Woord	Gemiddelde reactietijd (in seconden)	Standaarddeviatie
Groenteburger	Positief	.75	.26
	Negatief	.96	.34
Insectenburger	Positief	.74	.29
	Negatief	.86	.35

#### 3.2. Enquête

Door middel van beschrijvende statistiek is er gekeken of de proefpersonen gelijk over de condities (groenteburger of insectenburger) waren verdeeld. Een Chi-kwadraattoets wees uit dat geslacht ( $\chi^2(1) = 0.006$ ;  $p = .94$ ) en opleidingsniveau ( $\chi^2(2) = 2.316$ ;  $p = .31$ ) gelijk verdeeld waren over de twee groepen. Ook de leeftijd verschilde niet per conditie ( $t(57) = 0.015$ ,  $p = 0.99$ ).

De evaluatievragen zijn per argument gemeten op samenhang. Hieruit bleek dat de vragen betrouwbaar hetzelfde construct meten. Dit gold voor het milieuargument ( $\alpha = .84$ ), het gezondheid argument ( $\alpha = .87$ ) en het dierenleed argument ( $\alpha = .93$ ). Om die reden zijn de vragen per argument samengevoegd tot één variabele, die de gemiddelde score per argument weergaf. Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden is er eerst gekeken naar de argumentevaluatie per conditie en of deze verschilde. De argumenten voor de groenteburger werden over het algemeen hoger geëvalueerd dan de argumenten voor de insecteburger. Dit verschil was echter niet significant voor zowel het milieuargument ( $t(58) = -0.821$ ,  $p = .42$ ), het gezondheid argument ( $t(58) = -0.487$ ,  $p = .63$ ) als het dierenleed argument ( $t(53) = -1.579$ ,  $p = .120$ ). In Tabel 2 zijn de gemiddelde scores en standaarddeviaties in argumentevaluatie per argument te zien.

Tabel 2

*Gemiddelden (en standaarddeviaties) in evaluatie per argument, uitgesplitst naar het soort burger*

Argument	Conditie	Aantal proefpersonen	Gemiddelde	Standaarddeviatie
Milieu	Insecteburger	30	2.93	.68
	Groenteburger	30	3.08	.71
Gezondheid	Insecteburger	30	2.45	.70
	Groenteburger	30	2.55	.82
Dierenleed	Insecteburger	30	2.99	.19
	Groenteburger	30	3.38	.14

De betrokkenheidsvragen hingen significant met elkaar samen ( $\alpha = .85$ ), waardoor ook deze vragen samengevoegd konden worden tot één variabele die de gemiddelde score op betrokkenheid weergaf. Vervolgens zijn de proefpersonen opgedeeld in een hoogst scorende helft ( $n = 29$ ) en een laagst scorende helft ( $n = 31$ ) op betrokkenheid. Dit is gedaan door de mediaan te berekenen over de gemiddelde scores. De scores die lager waren dan de mediaan werden bestempeld als laag betrokken en de scores die hoger waren als hoog betrokken. Proefpersonen scoorden hoger op betrokkenheid bij de groenteburger ( $M = 3.74$ ) dan bij de insecteburger ( $M = 3.49$ ), echter was dit verschil niet significant ( $t(58) = -0.254$ ,  $p = .80$ ).

Met een meerweg ANOVA is gekeken naar de relatie tussen de argumentevaluatie per argument en de betrokkenheid van de proefpersonen tussen de twee condities. Voor het milieuargument werd er geen hoofdeffect gevonden van betrokkenheid ( $F(1) = 0.40$ ,  $p = .53$ ) of het soort burger ( $F(1) = 0.71$ ,  $p = .40$ ). Wel werd er een interactie gevonden. De betrokkenheid had invloed op de evaluatie bij hoog betrokken proefpersonen. Deze interactie was echter niet significant ( $F(1) = 0.12$ ,  $p = .73$ ).

Voor het gezondheid argument werden ook geen hoofdeffecten gevonden van betrokkenheid ( $F(1) = 0.05$ ,  $p = .83$ ) en het soort burger ( $F(1) = 0.27$ ,  $p = .61$ ). Een interactie was er echter wel. Ook hier had de betrokkenheid invloed op de evaluatie bij hoog betrokken proefpersonen. Echter was ook deze interactie niet significant ( $F(1) = 0.67$ ,  $p = .42$ ).

Ook voor het dierenleed argument werden geen hoofdeffecten gevonden voor de mate van betrokkenheid ( $F(1) = 0.83$ ,  $p = .37$ ) en het soort burger ( $F(1) = 2.47$ ,  $p = .12$ ). Er was een interactie, waarbij de betrokkenheid invloed had op de evaluatie van de argumenten bij de groenteburger, maar geen verschil maakte in evaluatie van argumenten bij de insectenburger. Ook dit verschil moet worden afgedaan als niet significant ( $F(1) = 0.84$ ,  $p = .36$ ).

#### **4. Conclusie en discussie**

De pretest heeft uitgewezen dat er, conform de verwachtingen, sprake was van een negatief onderbuikgevoel bij de insectenburger. Dit uitte zich in het sneller uitvoeren van de lexicale beslissingstaak, wanneer negatieve woorden werden genoemd, nadat de proefpersonen het woord 'insectenburger' hadden gezien dan wanneer ze het woord 'groenteburger' hadden gezien. Het woord 'insectenburger' activeerde negatieve associatieve structuren, die zoals eerder gezegd in verband worden gebracht met het onderbuikgevoel. Hierdoor werden, zoals verwacht en in overeenstemming met Greenwald et al. (1998), woorden sneller toegeschreven aan congruente categorieën wanneer deze in overeenstemming waren met dit onderbuikgevoel. Het lijkt erop dat de aversie tegen insecten waar Looy, Dunkel en Wood (2014) over spreken inderdaad heeft gezorgd voor een negatief onderbuikgevoel, dat naar boven kwam bij producten waar insecten in zitten verwerkt. Er werd geen significant verschil gevonden in de reactietijden bij de positieve woorden tussen de twee burgers. Dat betekent dat er dus geen sprake was van een positief onderbuikgevoel bij de groenteburger.

Het negatieve onderbuikgevoel bij de insectenburger kan ervoor hebben gezorgd dat argumenten op een bevooroordeelde manier zijn geëvalueerd (Hoeken & van Vugt, 2014). In dit geval zou dat betekenen dat argumenten bij de insectenburger negatiever werden geëvalueerd dan bij de groenteburger, wanneer proefpersonen niet bekwaam of gemotiveerd

genoeg waren om de argumenten kritisch af te wegen. In dat geval vertrouwen mensen namelijk eerder op een onderbuikgevoel (Druckman & Bolsen, 2011). De argumenten voor de groenteburger werden positiever geëvalueerd dan voor de insectenburger. Dit verschil was echter niet significant, waardoor er niet gesproken kan worden van een effect door het aanwezig zijn van een onderbuikgevoel.

Proefpersonen vertrouwden niet enkel op hun onderbuikgevoel bij het evalueren van argumenten, ondanks de aanwezigheid van dit gevoel. Dit kan komen doordat het onderbuikgevoel in een te zwakke mate aanwezig was. Er werd bovendien geen significant verschil gevonden in de reactietijden tussen de soorten burgers bij de positieve woorden. Een andere verklaring is dat mensen bekwaam en gemotiveerd genoeg waren om de argumenten kritisch af te wegen. Mensen kunnen de kwaliteit van de argumenten dan beter bepalen (Carpenter, 2015). Het gebruik van zwakke argumenten kan er daardoor voor hebben gezorgd dat proefpersonen simpelweg niet overtuigd waren en daardoor de argumenten over het algemeen negatief evalueerden, ongeacht het soort burger.

De motivatie is erg afhankelijk van de betrokkenheid (Hoeken et al., 2012). De proefpersonen voelden zich niet hoger of lager betrokken bij één van de twee burgers. De gemiddelde scores op betrokkenheid waren niet erg hoog. Toch bleek de betrokkenheid hoog genoeg, zodat de proefpersonen niet vertrouwden op intuïtie (Johnson & Eagly, 1989). Dit zou kunnen komen doordat het onderwerp niet alledaags genoeg is en daarom niet van belang voor de proefpersonen, waardoor ze er enigszins neutraal in stonden.

Een kanttekening die bij het huidige onderzoek geplaatst moet worden is dat de dataverzameling een onderdeel van de dataverzameling van een groter onderzoek. In dat onderzoek werd ook de attitude van de proefpersonen bevraagd. Echter is de volgorde van bevragen wel gerandomiseerd, waarbij de betrokkenheidsvragen in het midden zaten en de evaluatievragen en attitudevragen werden gedifferentieerd naar begin en einde. Hierdoor werd het effect van volgorde van bevraging afgezwakt en werd de interne consistentie van het huidige onderzoek behouden.

Een ander kritiekpunt zou kunnen zijn dat de evaluatievragen gebaseerd zijn op het onderzoek van Zhao et al. (2011), waarbij de vragen werden gebruikt in contexten van gezondheidscommunicatie zoals anti-drugs en anti-roken campagnes. Het huidige onderzoek richt zich op het consumeren van duurzame voedselproducten. Echter is de strekking van de stellingen niet veranderd. Op die manier werd de betrouwbaarheid van de originele vragenlijst gewaarborgd en is het gebruik van de vragen van Zhao et al. (2011) geen belemmering geweest voor het huidige onderzoek.



In het huidige onderzoek fungeerden enkel studenten als proefpersonen, waardoor het onderzoek niet te generaliseren is over een grotere populatie. In het vervolg zou de doelgroep meer kunnen worden uitgebreid. Ook zou er gekeken kunnen worden naar de invloed van argumenten bij een onderwerp dat op iedereen van toepassing is. Een kanttekening die geplaatst moet worden bij het gebruik van alledaagse onderwerpen is dat mensen vaak meer kennis hebben van deze onderwerpen. Dit kan van invloed zijn op de evaluatie van de argumenten. Ook zou er rekening gehouden kunnen worden met meerdere lezerskenmerken die invloed hebben op de bekwaamheid en motivatie van proefpersonen. Op deze manier wordt er meer duidelijkheid geschetst in de mate van de rol van het onderbuikgevoel en mogelijke andere factoren die van invloed zijn op de evaluatie van argumenten.



## 5. Literatuurlijst

- Carpenter, C. J. (2015). A Meta-Analysis of the ELM's Argument Quality× Processing Type Predictions. *Human Communication Research*, 41(4), 501-534.
- de Boer, J., Schösler, H., & Boersema, J. J. (2013). Motivational differences in food orientation and the choice of snacks made from lentils, locusts, seaweed or “hybrid” meat. *Food Quality and Preference*, 28(1), 32-35.
- Druckman, J. N., & Bolsen, T. (2011). Framing, motivated reasoning, and opinions about emergent technologies. *Journal of Communication*, 61(4), 659-688.
- Foley, J. A., Ramankutty, N., Brauman, K. A., Cassidy, E. S., Gerber, J. S., Johnston, M., ... & Zaks, D. P. M. (2011). Solutions for a cultivated planet. *Nature*, 478(7369), 337-342.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: the implicit association test. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1464.
- Hoeken, H. 2005. Argumentkwaliteit en mentale modellen. In: *Schilperoord en Van Wijk* (Reds.) 2005: 55-68.
- Hoeken, J. A. L., Hornikx, J. M. A., & Hustinx, L. G. M. M. (2012). *Overtuigende teksten*. Onderzoek en ontwerp. Bussum: Coutinho.
- 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.
- Hustinx, L., van Enschot, R., & Hoeken, H. (2007). Argument quality in the elaboration likelihood model: An empirical study of strong and weak arguments in a persuasive message. In F. H. van Eemeren, J. A. Blair, C. A. Willard, & B. Garssen (Eds.), *Proceedings of the Sixth Conference of the International Society for the Study of Argumentation* (pp. 651–657). Amsterdam, the Netherlands: Sic Sat.
- Johnson, B. T., & Eagly, A. H. (1989). Effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychological bulletin*, 106(2), 290.



- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480.
- Looy, H., Dunkel, F. V., & Wood, J. R. (2014). How then shall we eat? Insect-eating attitudes and sustainable foodways. *Agriculture and Human Values*, 31(1), 131-141.
- Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of personality and social psychology*, 37(11), 2098.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in experimental social psychology*, 19, 123-205.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Schumann, D. (1983). Central and peripheral routes to advertising effectiveness: The moderating role of involvement. *Journal of consumer research*, 10(2), 135-146.
- Roeser, S. (2010). Intuïties, emoties en onderbuikgevoelens in besluitvorming over risico's. *Tijdschrift voor toegepaste Arbowetenschap*, 2, 44-49.
- 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*, 1-23.
- Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2007). The affect heuristic. *European journal of operational research*, 177(3), 1333-1352.
- Zhao, X., Strasser, A., Cappella, J. N., Lerman, C., & Fishbein, M. (2011). A measure of perceived argument strength: Reliability and validity. *Communication methods and measures*, 5(1), 48-75.





## 6. Bijlagen

### Bijlage 1. Uitleg onderzoek

Beste deelnemer,

Bedankt dat je mee wilt werken aan dit onderzoek. Het onderzoek wordt uitgevoerd naar aanleiding van onze scriptie voor de bachelor Communicatie- en Informatiewetenschappen en bestaat uit twee delen.

In het eerste deel krijg je verschillende bestaande en niet-bestaande woorden te zien. De taak is aan jou om aan te geven of het woord dat je ziet een bestaand woord is of niet. Dit kan je doen door op “Woord” of “Geen woord” te drukken. Voordat je een keuze moet maken, krijg je de naam van voedselproducten te zien. Hier hoeft je verder niks mee te doen. Je hebt per woord twee seconden de tijd om te antwoorden.

De instructies voor het tweede deel volgen nadat je het eerste deel hebt afgerond. In totaal zal het gehele onderzoek niet meer dan 10 minuten in beslag nemen. Je gegevens zullen enkel voor dit onderzoek worden gebruikt en anoniem worden verwerkt. Je kunt op elk gewenst moment stoppen met het onderzoek.

Nogmaals bedankt voor je medewerking.

Groetjes,

Fenny, Marloes, Pam en Pien



**Bijlage 2. Format pretest**



Universiteit Utrecht

**Groenteburger**

01



Universiteit Utrecht

**Voog**

Woord

Geen woord

01





### **Bijlage 3. Uitleg onderzoek deel twee**

Beste deelnemer,

Je wordt nu doorgestuurd naar het tweede deel van het onderzoek. Dit deel zal nog enkele minuten in beslag nemen. Het onderzoek gaat over de kwaliteit van argumenten.

Je krijgt zo een korte tekst te zien over de voordelen van het eten van een duurzame burger. De bedoeling is dat jij de kwaliteit van deze tekst beoordeelt aan de hand van een vragenlijst, die je te zien krijgt na het lezen

van de tekst.

In dit onderzoek zijn geen goede of foute antwoorden, het gaat om jouw persoonlijke mening.

Jouw gegevens zullen enkel voor dit onderzoek worden gebruikt en anoniem worden verwerkt.

Nogmaals bedankt voor je medewerking.

**Bijlage 4. Gemanipuleerde teksten**

*De X staat voor het soort burger; groenteburger of insectenburger*

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 X burgers levert namelijk vele voordelen op, voor zowel het milieu als de samenleving:

- Het eten van X burgers is goed voor het milieu. Zo stelt de directeur van Delibugs – *insectenburger*/ Quorn – *groenteburger*, 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 X burgers draagt bij aan een gezond en lang leven. Het eten van minder vlees verkleint namelijk de kans op stoelgangproblemen.
- Het eten van X burgers 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 X burgers met zich meebrengt en dat u het eten ervan in het vervolg in overweging wilt nemen.

Met vriendelijke groet,

Fenny, Marloes, Pam en Pien



### Bijlage 5. Enquête

“Argument x” staat voor de herhaling van de opgestelde argumenten. Op deze manier werden de vragen herhaald per argument.

#### Argumentevaluatie:

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het ermee eens of oneens bent. 1 Is zeer oneens en 5 is zeer eens

“Argument x”

1. Is een geloofwaardige reden om een X burger te kiezen

Zeer oneens 1 2 3 4 5 Zeer eens

2. Is een overtuigende reden om een X burger te kiezen

Zeer oneens 1 2 3 4 5 Zeer eens

3. Geeft een belangrijke reden om voor de X burger te kiezen

Zeer oneens 1 2 3 4 5 Zeer eens

4. Geeft me zelfvertrouwen om de X burger te kiezen

Zeer oneens 1 2 3 4 5 Zeer eens

5. Zou mijn vrienden helpen om te kiezen voor een X burger

Zeer oneens 1 2 3 4 5 Zeer eens

6. Riep gedachten bij mij op die mij aanzetten om wel voor een X burger te kiezen

Zeer oneens 1 2 3 4 5 Zeer eens

7. Riep gedachten bij mij op die mij aanzetten om niet voor een X burger te kiezen

Zeer oneens 1 2 3 4 5 Zeer eens

8. Over het algemeen, hoeveel ben je het eens met de stelling?

Zeer oneens 1 2 3 4 5 Zeer eens



## ARGUMENTEVALUATIE, BETROKKENHEID EN ONDERBUIKGEVOELEN

9. Is de reden die het argument geeft zwak of sterk?

Zwak            1        2        3        4        5        Sterk

*Betrokkenheid:*

Wanneer ik meer X burgers zou eten...

1. Heeft dat weinig invloed op mijn leven.

Zeer oneens    1        2        3        4        5        6        7        Zeer eens

2. Zou dat mijn leven veranderen.

Zeer oneens    1        2        3        4        5        6        7        Zeer eens

3. Zou dat nauwelijks gevolgen op mij hebben

Zeer oneens    1        2        3        4        5        6        7        Zeer eens

4. Zou dat mijn dagelijks leven beïnvloeden

Zeer oneens    1        2        3        4        5        6        7        Zeer eens

5. Zou dat de kwaliteit van mijn leven niet beïnvloeden

Zeer oneens    1        2        3        4        5        6        7        Zeer eens

Bedankt voor je medewerking aan dit onderzoek. Dit onderzoek gaat in het algemeen over argumentkwaliteit en het “onderbuikgevoel”. Het is belangrijk om hiernaar te kijken omdat de effectiviteit van communicatie hierdoor mogelijk kan worden verbeterd. Wij hopen met behulp van dit onderzoek een bijdrage te kunnen leveren aan het aantrekkelijker maken van vleesvervangers. Mocht je vragen hebben over het onderzoek kun je ons contacteren.

**Vergeet niet op het pijltje onderaan te klikken!**

Nogmaals hartelijk dank voor je deelname.

*Namen en emailadressen van de onderzoekers.*



## Bijlage 6. Algemeen formulier kennisneming plagiaat



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, parafraseren 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 parafraseren van bovengenoemde teksten zonder (deugdelijke) verwijzing: parafrasen 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.



Universiteit Utrecht

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: *Marloes Badart*

Studentnummer: 5520266

Datum en handtekening: 21-01-2018

*Badart*

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.