



Radboud Universiteit Nijmegen

# De argumentatie van het Longfonds

*Een vergelijkend onderzoek naar de verschillen in argumentatie tussen goede doelen gericht op gezondheid en ontwikkelingssamenwerking*

Naam: A.C.L. Dekker  
Studentnummer: s4377788  
Scriptiebegeleider: H.W.M. Giesbers  
Tweede beoordelaar: B.C. Planken

## **Samenvatting:**

Het wordt steeds moeilijker voor goede doelen om opbrengsten binnen te halen (Dekker & Van Uffelen, 10 juli 2015). De belangrijkste reden hiervoor is dat er door recente schandalen een gebrek aan vertrouwen in veel goededoelenorganisaties is (Het Nederlandse Donateurspanel, 2015; Schuyt, Gouwenberg & Bekkers, 2013). Argumentatie speelt een grote rol in het proces om mensen te overtuigen een doel te ondersteunen.

Door Schellens en De Jong (2000) is onderzoek gedaan naar de argumentatie in voorlichtingsteksten. Dit deden ze aan de hand van de argumentatieschema's van Schellens en Verhoeven (1994). In de voorlichtingsteksten was er een expliciet voordeel voor de doelgroep zelf, zoals: 'smeer je goed in, dan voorkom je huidkanker'. Bij goede doelen is een dergelijk voordeel voor de doelgroep minder expliciet aanwezig. Het zou dus voorstelbaar zijn dat er verschillen zijn in het gebruik van argumentatie. Omdat hier tot nog toe weinig onderzoek naar is gedaan, is in het huidige onderzoek onderzocht welke argumentatieschema's het meest voorkomen bij het Longfonds. Er is onderzocht welke argumentatieschema's het Longfonds inzet, en op welke manier, in vergelijking met andere goededoelenorganisaties gericht op gezondheid en ontwikkelingssamenwerking, uitgesplitst naar verschillende media. Aan de hand van de acht drijfveren om geld aan een goed doel te doneren (Bekkers & Wiepking, 2010) zijn mogelijke en voorstelbare uitkomsten genoemd.

Het corpus van dit onderzoek bestond uit een steekproef van de website, de brochure 'Nalaten' en een promotiefilmpje van het Longfonds. Alle geïdentificeerde argumentatie werd door twee onafhankelijke codeurs beoordeeld aan de hand van een stappenplan. Binnen een onderzoeksgroep werden acht vergelijkbare onderzoeken naar andere goede doelen gedaan, waardoor uiteindelijk vergelijkingen gemaakt konden worden binnen en tussen de categorieën goede doelen.

Uit het onderzoek bleek dat er verschillen waren tussen het gebruik van argumentatieschema's in de verschillende media van het Longfonds, tussen de verschillende doelen binnen de categorie gezondheid, en tussen de verschillende categorieën goede doelen. Het is opvallend dat op de website van het Longfonds meer gebruik werd gemaakt van argumentatie op basis van gedragsregels. In de brochure werd meer gebruik gemaakt van argumentatie op basis van autoriteit. In het

promotiefilmpje wordt veel gebruik gemaakt van argumentatie op basis van voordelen. Binnen de categorie gezondheid is het opvallend dat Pink Ribbon een heel ander gebruik van argumentatieschema's had dan Stichting ALS en het Longfonds. Wat betreft de verschillende categorieën goede doelen, gebruikten doelen gericht van gezondheid meer argumentatie op basis van waarderings- en gedragsregels en autoriteit, terwijl doelen gericht op ontwikkelingssamenwerking meer gebruik maakten van argumentatie op basis van voorspelling, verklaring en voorbeelden.

Een beperking van het onderzoek is de lage interbeoordelaarsbetrouwbaarheid. Dat codeurs vaak verschilden van mening is iets wat onderhevig is aan het soort onderzoek (Van den Hoever & Rube, 1988). Ook hadden de brochures van de verschillende doelen verschillende groottes. Daarnaast is het onderzoek niet groot genoeg om een representatief beeld te geven van het argumentatiegebruik van goede doelen. Bij vervolgonderzoek zou hier rekening mee gehouden kunnen worden, door bijvoorbeeld de codeurs te trainen, meer organisaties en meer media mee te nemen in het onderzoek. Ook zou het interessant zijn te kijken naar andere categorieën goede doelen.

## Inhoud

Samenvatting: .....	2
1. Inleiding .....	5
2. Theorie .....	6
3. Probleemstelling .....	13
4. Methode .....	14
4.1 Materiaal.....	14
4.2 Procedure.....	15
4.3 Betrouwbaarheid.....	17
4.4 Statistische toetsing.....	17
5. Resultaten.....	18
5.1 De verschillende media van het Longfonds.....	18
5.2 Goede doelen gericht op gezondheid.....	19
5.3 Gezondheid versus ontwikkelingssamenwerking .....	22
Lijst van geciteerde communicatie-uitingen.....	29
Bibliografie .....	29
Bijlagen.....	32
Bijlage 1: Argumentatieschema's.....	32
Bijlage 2: Drogredenen .....	35
Bijlage 3: Codeerschema .....	37
Bijlage 4: Volledige tabellen.....	39
Tabel 1.....	39
Tabel 2.....	40
Tabel 3.....	41

# 1. Inleiding

Het wordt steeds moeilijker voor goede doelen om hun opbrengsten op peil te houden. Na de eurocrisis in 2012 en de kredietcrisis in 2008 was er een lichte daling van de opbrengsten van goede doelen. Een stijgende economie had echter niet als gevolg dat de opbrengst van goede doelen evenredig steeg: in 2014 daalden de inkomsten uit fondswerving van de 25 grootste goede doelen marginaal met 0,1 procent (Dekker & Van Uffelen, 10 juli 2015).

Uit een meting van Het Nederlandse Donateurspanel (2015) over het geefgedrag van Nederlanders blijkt dat de drie belangrijkste redenen voor mensen om hun donateurschap te beëindigen zijn: 'als ik iets hoor/lees over een schandaal binnen de goededoelenorganisatie die ik steun' (61,0%), 'als ik er financieel op achteruit ga' (53,1%) en 'als ik het niet eens ben met het beleid' (29,2%).

Dat het bekend worden van een schandaal binnen een goededoelenorganisatie voor mensen de belangrijkste reden is om te stoppen met doneren, kan verklaard worden door het feit dat er recentelijk een aantal schandalen aan het licht kwamen bij goededoelenorganisaties. Zo bleek in 2013 dat de oprichter van Alpe d'Huzes 160.000 euro aan declaratiekosten had gemaakt en kwam in 2014 aan het licht dat de directeur van stichting ALS 92.000 euro naar zijn eigen bankrekening had overgemaakt (Heck & Vennink, 11 oktober 2014). Door dit soort misdragingen en fouten worden goede doelen als minder betrouwbaar gezien. Uit een jaarlijks onderzoek naar het geefgedrag in Nederland (Schuyt, Gouwenberg & Bekkers, 2013) blijkt dat het vertrouwen in goededoelenorganisaties gedaald is. Ook noemden zij verschillende manieren waarop het vertrouwen in een organisatie weer kan toenemen, zoals de waarneming dat er anderen zijn die veel geven aan een organisatie en het besef dat er toezicht gehouden wordt op een organisatie (Schuyt et al., 2013). Uit ditzelfde onderzoek blijkt dat een vast donateurschap steeds minder gangbaar is voor mensen. Mensen geven liever eenmalig aan goede doelen of acties voor het goede doel dan dat ze een vast donateurschap aangaan (Schuyt et al., 2013).

Het feit dat goede doelen als minder betrouwbaar worden gezien en dat mensen zich minder snel door middel van een vast donateurschap aan een organisatie verbinden, betekent dat goede doelen meer dan ooit hun best moeten doen om mensen te

overtuigen om hun organisatie te steunen. O'Keefe definieert het begrip 'overtuigen' als volgt: 'Overtuigen is een succesvolle, intentionele poging om de mentale toestand van iemand anders te veranderen door middel van communicatie in een situatie waarin de ander een bepaalde mate van vrijheid heeft' (O'Keefe, geciteerd in Hoeken, Hornikx & Hustinx, 2012, p. 13). Om die mentale toestand van iemand te veranderen is het belangrijk dat er argumentatie gebruikt wordt (Schellens & Verhoeven, 1994). De zin 'Chocolade van Verkade is de lekkerste chocolade die je in de supermarkt kunt kopen' zal niet snel iemand overtuigen, omdat het een waardeoordeel is zonder verdere argumenten. De zin wordt al overtuigender als er bijvoorbeeld aan toegevoegd wordt: 'De kwaliteit van chocolade is bij merken als Milka en Cote d'Or stukken slechter'. Argumentatie is dus nodig als er iets beweerd wordt wat de ontvanger niet zonder meer zal geloven (Schellens & Verhoeven, 1994).

Gezien de ontwikkelingen die gaande zijn in het geefgedrag van mensen wat betreft goede doelen, kan geconcludeerd worden dat het lastiger is voor goede doelen om mensen te overtuigen hun organisatie te ondersteunen. Argumentatie speelt een grote rol in dit overtuigingsproces. Daarom wordt in dit onderzoek onderzocht hoe goedbedoelenorganisaties verschillende vormen van argumentatie inzetten om mensen over te halen hun organisatie te ondersteunen.

## 2. Theorie

Om te weten wat voor soort argumenten het best gebruikt kunnen worden om mensen te overtuigen tot een bepaalde actie, is het belangrijk om te weten hoe mensen hun standpunt bepalen en welke rol communicatie daarin speelt. Er wordt uitgegaan van twee verschillende verwerkingsprocessen die mensen kunnen doorlopen om hun standpunt te bepalen. In het *Elaboration Likelihood Model* (ELM) van Petty en Cacioppo (1986) wordt het onderscheid gemaakt tussen de centrale en de perifere verwerkingsroute. De centrale route houdt in dat de ontvanger een oordeel vormt door de informatie die voor handen is, zorgvuldig af te wegen en te spiegelen aan zijn voorkennis en eerdere ervaringen. In het geval van de perifere route vormt de ontvanger een oordeel door vuistregels toe te passen. De motivatie en capaciteit van de ontvanger bepalen welke route hij kiest.

De perifere route maakt weinig gebruik van argumenten, maar vooral van vuistregels. De meest bekende vuistregels zijn de deskundigheidsvuistregel, de aantrekkelijkheidsvuistregel, de meer-argumentenvuistregel en de consensusvuistregel (Hoeken, 2001) . Echter, vuistregels zorgen er niet altijd voor dat de juiste beslissing wordt genomen. Zo heeft iemand die je aardig vindt, niet altijd gelijk en betekent het feit dat er meer argumenten gebruikt worden, niet altijd dat dit sterkere argumenten zijn.

Met de centrale route wordt wel een weloverwogen beslissing gemaakt. Een rationeel oordeel over een gedragsalternatief is gebaseerd op de waarschijnlijkheid dat het alternatief zich zal voordoen en de wenselijkheid van de gevolgen van dat alternatief (Hoeken et al., 2012).

In het huidige onderzoek wordt onderzocht hoe goededoelenorganisaties verschillende vormen van argumentatie inzetten om mensen over te halen hun organisatie te steunen. Het is interessant om de argumentatie door goededoelenorganisaties te onderzoeken, omdat uit het onderzoek van Schellens en De Jong (2000) is gebleken dat de inhoud van voorlichtingsbrochures vaak gericht is op de centrale verwerkingsroute, hoewel het heel goed mogelijk is dat de meeste lezers van voorlichtingsbrochures de perifere verwerkingsroute volgen. Schellens en De Jong (2000) hebben onderzocht hoe verschillende soorten argumentatieschema's in voorlichtingsbrochures gebruikt worden. Hierbij hebben ze gebruik gemaakt van de argumentatieschema's in Schellens en Verhoeven (1994).

Schellens en Verhoeven (1994) hebben zich gebaseerd op het model van Toulmin. Dit model gaat uit van drie elementen die minimaal een argumentatie vormen: standpunt, argument en rechtvaardiging. Aan de hand van dit uitgangspunt hebben ze veertien verschillende argumentatieschema's geïdentificeerd. In de eerste plaats kan er een scheiding gemaakt worden tussen gebonden en ongebonden argumentatie. Gebonden argumentatie is 'specifiek voor een bepaald soort conclusie of standpunt' (Schellens & Verhoeven, 1994, p.129). Ongebonden argumentatie kan gebruikt worden ter ondersteuning van 'zowel feitelijke als normatieve conclusies'. Onder gebonden argumentatie vallen argumentatie op basis van regelmaat, argumentatie op basis van regels en argumentatie op basis van voor- en nadelen. Bij

elk schema hebben Schellens en Verhoeven (1994) kritische evaluatievragen aangereikt, als hulpmiddel bij het beoordelen van de argumentatieschema's.

De eerste vorm van gebonden argumentatie is argumentatie op basis van regelmaat. Deze argumentatie kan weer onderverdeeld worden in twee soorten: argumentatie op basis van causale regelmaat en argumentatie op basis van niet-causale regelmaat. Bij argumentatie op basis van causale regelmaat gaat het om een oorzaak-gevolgverband. Hieronder vallen argumentatie ter voorspelling en argumentatie ter verklaring. De betreffende argumentatieschema's zijn te vinden in bijlage 1.

Bij argumentatie op basis van niet-causale regelmaat wordt als twee gebeurtenissen meestal samengaan geconcludeerd dat het een vermoedelijk het ander tot gevolg heeft. Hieronder vallen argumentatie op basis van correlatie, argumentatie op basis van tekens en argumentatie van tijd naar causaliteit. De betreffende argumentatieschema's zijn te vinden in bijlage 1.

In de tweede plaats is er argumentatie op basis van regels. Dit zijn argumenten die een beroep doen op normen of regels. Hieronder vallen argumentatie op basis van waarderingsregels en argumentatie op basis van gedragsregels. De betreffende argumentatieschema's zijn te vinden in bijlage 1.

In de derde plaats is er argumentatie op basis van voor- en nadelen. Dit zijn argumenten die wijzen op de positieve of negatieve gevolgen van een mogelijke actie. Hieronder vallen argumentatie op basis van een voordeel, argumentatie op basis van een nadeel, middel-doelargumentatie en het dilemma. De argumentatieschema's die hierbij horen, zijn te vinden in bijlage 1.

Naast de drie soorten gebonden argumentatie is er ook ongebonden argumentatie. Hieronder vallen argumentatie op basis van autoriteit, argumentatie op basis van voorbeelden en argumentatie op basis van analogie. De betreffende argumentatieschema's zijn te vinden in bijlage 1.



Het kan ook voorkomen dat de drie elementen (standpunt, argument en rechtvaardiging) uit het model van Toulmin niet expliciet geformuleerd zijn. Zo kan bijvoorbeeld alleen het standpunt zichtbaar zijn, of het alleen argument of de rechtvaardiging. Ook kunnen slechts twee van de drie elementen zichtbaar zijn. Ook deze optie hebben Schellens en Verhoeven (1994) meegenomen in hun onderzoek, evenals de optie dat een argumentatieschema niet onder te brengen is onder een van hun veertien argumentatieschema's. De betreffende opties zijn eveneens te vinden in bijlage 1.

Uit de analyse van twintig voorlichtingsbrochures door Schellens en De Jong (2000) blijkt dat in voorlichtingsteksten het meest gebruik wordt gemaakt van argumentatie op basis van voor- en nadelen, voorspelling en voorbeelden. Bovendien valt in dit onderzoek op dat de wenselijkheid van gedrag en de wenselijkheid van de gevolgen van dat gedrag slechts in enkele gevallen expliciet genoemd worden. Argumentatie ter voorspelling werd in de voorlichtingsbrochures regelmatig gebruikt om de waarschijnlijkheid van de gevolgen van gedrag te ondersteunen. Verder werd de wenselijkheid van de gevolgen van gedrag slechts in een paar gevallen ondersteund met argumentatie op basis van waarderings- of gedrageregels. Tot slot werd er in de geanalyseerde voorlichtingsbrochures regelmatig gebruikgemaakt van argumentatie op basis van voorbeelden en argumentatie op basis van autoriteit. Opvallend is dat argumentatie op basis van analogie nauwelijks gebruikt werd (Schellens & De Jong, 2000).

Bij het onderzoek van Schellens en De Jong (2000) werden voorlichtingsbrochures geanalyseerd die aanstuurden op het nalaten van ongewenst gedrag of het bevorderen van gewenst gedrag (bijvoorbeeld het nalaten van roken of het gebruiken van anti-zonnebrandmiddelen). De vraag komt daarom op hoe argumentatie gebruikt wordt in campagnes van goede doelen, die erop gericht zijn om mensen te overtuigen de organisatie te ondersteunen. In dit geval kan de organisatie namelijk minder expliciet een beroep doen op voordelen voor de doelgroep zelf. Stoppen met roken heeft expliciete voordelen voor de doelgroep, bij het geld geven aan een goed doel zijn de voordelen minder expliciet of zelfs geheel afwezig. Tot op heden is hier weinig onderzoek naar gedaan. Omdat er een huidig gebrek aan kennis is over het

gebruik van argumentatie door goedbedoelenorganisaties, is het huidige onderzoek erg relevant.

Als het gaat om argumenteren is het belangrijk dat de redenering geldig is, de argumentatieschema's correct zijn en op de juiste manier zijn toegepast (Van Eemeren & Snoeck Henkemans). Argumentatie kan ook drogredelijk gebruikt worden of bestaan uit een op zichzelf staande drogreden. In het huidige onderzoek wordt hiermee rekening gehouden door mogelijke drogredenen mee te nemen in de analyse. Van Eemeren en Snoeck Henkemans (2011) beschrijven drogredenen die kunnen voorkomen. Een overzicht hiervan is te vinden in bijlage 2.

Om een eerste beeld te krijgen van mogelijke argumenten die mensen zouden kunnen overtuigen om een goed doel te ondersteunen, is het belangrijk te weten welke drijfveren mensen hiervoor hebben. Bekkers en Wiepking (2010) concluderen na een groot literatuuronderzoek dat er acht belangrijke drijfveren zijn die ervoor zorgen dat mensen aan goede doelen geven: het bewustzijn van de noodzaak, het krijgen van een verzoek/ vraag, voor- en nadelen, altruïsme, reputatie, psychologische voordelen, waarden en krachtadigheid.

In de eerste plaats is het belangrijk dat mensen zich bewust zijn dat er een noodzaak is om hulp te bieden. Het blijkt dat mensen die zich persoonlijk verbonden voelen met het goede doel, eerder geneigd zijn om te geven (Polonsky, Shelley & Voola, 2002). Door het geven van voorbeelden kan een ziekte of aandoening dichter bij mensen komen. Daarom is het mogelijk dat een goedbedoelenorganisatie veel argumentatie op basis van autoriteit (waaronder ervaringsdeskundigen) en argumentatie op basis van voorbeelden gebruikt.

In de tweede plaats kan het krijgen van een verzoek of vraag om een goed doel te steunen, ervoor zorgen dat mensen dat ook daadwerkelijk gaan doen. Dit kan een zowel een persoonlijk verzoek als een schriftelijk verzoek zijn. Uit een onderzoek van Bekkers (2005) blijkt dat zowel de waarschijnlijkheid om aan een goed doel te doneren als het bedrag dat gedoneerd wordt stijgt naarmate er meer (niet-persoonlijke) verzoeken gedaan worden. In het huidige onderzoek is het daarom

voorstelbaar dat er veel verzoeken voorkomen in de vorm van impliciete standpunten.

Een derde grote drijfveer voor mensen om aan een goed doel te geven is het zich bewust zijn van de voor- en nadelen van het geven (Bekkers & Wiepking, 2010). Het gaat hierbij echter meer om financiële voor- en nadelen. Als er belastingvoordelen zijn, zijn mensen eerder geneigd te geven (Romney-Alexander, 2002). Ook geven mensen sneller en meer als ze niet het idee hebben dat er veel geld van hen gevraagd wordt, maar dat 'alle beetjes welkom zijn'. Bovendien geven mensen sneller als ze het idee hebben dat het gemakkelijk is om het doel te steunen. Daarnaast zijn mensen meer geneigd om te geven als ze er iets voor zichzelf voor terug krijgen, zoals een lot voor een loterij. Om deze reden is het mogelijk dat een organisatie probeert te beargumenteren dat hun doel steunen gemakkelijk is en dat mensen er persoonlijke voordelen uit halen.

De vierde drijfveer om aan een goed doel te doneren is altruïsme. Mensen doneren aan goede doelen omdat ze achter het doel van de organisatie staan en vinden dat hun donatie goed terecht komt (Bekkers & Wiepking, 2010). Aan de hand hiervan is het voorstelbaar dat goede doelen argumentatie op basis van waarderingsregels (waardering over onze organisatie is gerechtvaardigd omdat we goede dingen doen) en gedragsregels (omdat waardering voor onze organisatie gerechtvaardigd is, is steun bieden op zijn plaats) gebruiken.

Ook reputatie is een drijfveer voor mensen om te geven (Bekkers & Wiepking, 2010). Geven wordt over het algemeen gezien als positief, waardoor mensen die geven waardering ontvangen van hun omgeving. Het is mogelijk dat goededoelenorganisaties hierop inspelen door argumentatie op basis van waarderings- en gedragsregels, omdat deze een beroep doen op normen of regels.

De zesde drijfveer om aan een goed doel te doneren is het ondervinden van psychologische voordelen (Bekkers & Wiepking). Dit zijn bijvoorbeeld plezier ondervinden van het geven en het krijgen van een positiever zelfbeeld. Het is aangetoond dat mensen sneller doneren als aan hen verteld wordt dat ze zich

daardoor beter zullen voelen. De vraag is of dit terug te vinden is in de argumentatie van goede doelenorganisaties, in bijvoorbeeld argumentatie op basis van voordelen.

De drijfveer 'waarden' houdt in dat mensen aan een goed doel geven vanuit bepaalde waarden die ze hebben, zoals humanitarisme en egalitarisme (Bekkers & Wiepking, 2010). Organisaties zouden hier op in kunnen spelen door argumentatie op basis van waarderingsregels te gebruiken.

Tot slot is de krachtadigheid van een goededoelenorganisatie een belangrijke drijfveer voor mensen om een organisatie te ondersteunen. Mensen geven sneller als ze het gevoel hebben dat er het goede doel iets bereikt, en dat hun gift een verschil maakt (Bekkers & Wiepking, 2010). Om deze reden is het voorstelbaar dat goededoelenorganisaties middel-doelargumentatie gebruiken om mensen over de streep te trekken hun organisatie te ondersteunen.

Schellens en De Jong (2010) keken alleen naar het gebruik van argumentatieschema's in papieren voorlichtingsbrochures. Dit roept de vraag op of er andere argumentatieschema's gebruikt worden in andere media, zoals een website of een promotiefilmpje. Op het moment dat mensen een voorlichtingsbrochure lezen, hebben ze al een bewuste keuze gemaakt om dat te doen. De verwachting is daarom dat mensen bij het lezen van voorlichtingsbrochures de centrale verwerkingsroute kiezen om tot een oordeel te komen. Dit zou bij bijvoorbeeld het lezen van een website anders kunnen zijn: mensen komen soms onbedoeld op een bepaalde website of bekijken de website vluchtig, uit nieuwsgierigheid. Bovendien lezen mensen een website minder geconcentreerd (O'Hara & Sellen, 1997), wat invloed kan hebben op de manier waarop argumenten verwerkt worden. Om deze reden is het een interessante vraag om te kijken of er verschillen zijn in gebruik van argumentatieschema's tussen de verschillende media van een goed doel, in het geval van het huidige onderzoek het Longfonds. Het is voorstelbaar dat op een website of in een promotiefilmpje meer gebruik wordt gemaakt van argumentatie op basis van voorbeelden dan in een papieren brochure, omdat een narratief voorbeeld ervoor zou kunnen zorgen dat mensen blijven lezen of kijken, terwijl dit bij een brochure niet nodig is omdat mensen er al voor gekozen hebben om de brochure te lezen.

Volgens Hoeken (2000) zijn mensen meer geneigd geld te geven aan een goed doel als het lijden van de mensen die door deze organisatie geholpen worden, 'ernstiger' is. Hoe minder mensen er iets aan kunnen doen dat ze een bepaalde ziekte hebben, hoe eerder de ontvanger geneigd is om geld te geven (Hoeken, 2000). Het is daarom voorstelbaar dat goededoelenorganisaties die zich richten op 'ernstigere' ziekten of aandoeningen, meer gebruik maken van waarderings- en gedragsregels (als een ziekte ernstig is, ben je moreel gezien bijna verplicht om het doel te waarderen en te steunen). Een interessante vraag is daarom of goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid die gericht zijn op 'ernstigere' goede doelen andere argumentatieschema's gebruiken dan organisaties die gericht zijn op 'minder ernstige' goede doelen.

Aangezien gezondheid en ontwikkelingssamenwerking twee van de grootste sectoren zijn binnen de goededoelenbranche (VFI, 2014), is het interessant en belangwekkend om te kijken welke argumentatieschema's er te vinden zijn in de communicatie van verschillende goededoelenorganisaties binnen deze sectoren. Het is mogelijk dat tussen de twee categorieën verschillen bestaan in manier van argumentatie. Zo zou het kunnen zijn dat organisaties gericht op ontwikkelingssamenwerking zich meer richten op altruïsme en dus meer argumentatie op basis van gedrags- en waarderingsregels gebruiken. Organisaties gericht op gezondheid zouden meer gebruik kunnen maken van argumentatie op basis van voorbeelden: 'als het hen overkomt, kan het jou ook overkomen'.

### **3. Probleemstelling**

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in hoe het Longfonds verschillende argumentatieschema's gebruikt in verschillende media, in vergelijking met andere goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheidszorg en ontwikkelingssamenwerking. Zijn er verschillen binnen en tussen deze twee sectoren? Dit heeft geleid tot de volgende onderzoeksvraag:

“Welke argumentatieschema’s zet het Longfonds in, en op welke manier, in vergelijking met andere goededoelenorganisaties gericht op gezondheid en ontwikkelingssamenwerking, uitgesplitst naar de media website, brochure en promotiefilmpje?”

Deelvragen:

1. Welke argumentatieschema’s zet het Longfonds in, en op welke manier, in zijn verschillende media, namelijk brochure, website en promotiefilmpje?
2. Zijn er verschillen in het gebruik van argumentatieschema’s door het Longfonds en andere goededoelenorganisaties die zich richten op gezondheid (Stichting ALS en Pink Ribbon)?
3. Zijn er verschillen in het gebruik van argumentatieschema’s door goededoelenorganisaties die zich richten op gezondheid (Het Longfonds, Stichting ALS en Pink Ribbon) en goededoelenorganisaties die zich richten op ontwikkelingssamenwerking (Edukans, Warchild, Plan, Oikocredit en Stichting Vluchteling)?

Met de mogelijkheid dat argumentatie drogredelijk gebruikt wordt of bestaat uit op zichzelf staande drogredenen wordt rekeninggehouden in het onderzoek. Een op zichzelf staande drogreden is een uiting die niet bijdraagt aan redelijke argumentatie (Van Eemeren & Snoeck Henkemans, 2011) . Deze twee mogelijkheden zijn gerelateerd aan de manier waarop argumentatieschema’s gebruikt worden.

## **4. Methode**

### **4.1 Materiaal**

Voor dit onderzoek werden verschillende media van het Longfonds geselecteerd die erop gericht zijn mensen te overtuigen om het Longfonds op een of andere wijze te ondersteunen. Wat betreft printmedia was dit de brochure ‘Nalaten’. Deze brochure informeert mensen over de mogelijkheden om geld na te laten aan het Longfonds en probeert ze te overtuigen om dit ook daadwerkelijk te doen. Naast deze brochure werd ook een gedeelte van de website van het Longfonds, [www.longfonds.nl](http://www.longfonds.nl), geselecteerd. Als derde werd er gekozen voor de video ‘Strijd mee voor gezonde lucht en gezonde longen’ die op de startpagina van het Longfonds te vinden is.

De drie bovengenoemde media werden in dit onderzoek geanalyseerd op het gebruik van argumentatieschema's, zoals onderscheiden door Schellens en Verhoeven (1994). Ook werd gekeken naar de explicietheid van het standpunt en werd rekening gehouden met het eventuele voorkomen van drogredenen, zoals onderscheiden door Van Eemeren en Snoeck Henkemans (2011). Wat betreft de website werd er een steekproef van ongeveer 1000 woorden geselecteerd uit verschillende webpagina's die gericht zijn op overtuigen van mensen om het Longfonds op een of andere wijze te ondersteunen.

Het corpus van dit onderzoek bestond uit al het gebruikte tekstmateriaal van het Longfonds, zoals het hierboven beschreven is.

#### **4.2 Procedure**

Om de argumentatieschema's van de drie verschillende media systematisch en zo objectief mogelijk te onderzoeken, werd een stappenplan opgesteld, bestaande uit zeven stappen, gebaseerd op het onderzoek van Van de Kamp (2009, p.18). Dit stappenplan is geoperationaliseerd in een codeerschema, waarvan de legenda te vinden is in bijlage 3, dat is verwerkt in het Microsoft-programma Excel.

1. In kolom 1 van het schema wordt door de codeurs aangegeven wat het betreffende doel (1 t/m 8) is.
2. In kolom 2 van het schema wordt door de codeurs aangegeven wat het betreffende communicatiemiddel is (1 = website, 2 = brochure, 3 = extra communicatiemiddel).
3. In kolom 3 van het schema wordt de passage uit de tekst waarin het standpunt en de argumenten staan weergegeven.
4. In kolom 4 van het schema wordt het standpunt en de bijbehorende argumentatie weergegeven. Ieder nieuw standpunt wordt in een nieuwe rij gezet. Ook in het geval van ketenargumentatie wordt elk standpunt apart behandeld, omdat er een ander argumentatieschema aan verbonden kan zijn.
5. In kolom 5 van het schema aangegeven of het betreffende standpunt impliciet of expliciet is (0 = impliciet, 1 = expliciet).
6. In kolom 6 van het schema wordt aangegeven van welk argumentatieschema (1 t/m 16) sprake is. Eventuele aantekeningen hierover worden opgenomen in kolom 9.

7. In kolom 7 van het schema wordt vastgesteld of het argumentatieschema wel of niet drogredelijk gebruikt is (0 = nee, 1 = ja). Ook wordt in kolom 8 van het schema weergegeven of er sprake is van een op zichzelf staande drogreden (0 = nee, 1= ja). Eventuele aantekeningen hierover worden opgenomen in kolom 9.

Alle geïdentificeerde argumentatie werd door twee onafhankelijke codeurs beoordeeld aan de hand van het bovengenoemde stappenplan. Nadat beide codeurs alle argumentatieschema's volledig beoordeeld hadden, zijn zij bij elkaar gaan zitten om de coderingen met elkaar te vergelijken en te bespreken. Waar mogelijk werden verschillen in interpretatie opgelost; bij gevallen die tot verschil van interpretatie bleven leiden, was de mening van degene die het betreffende goede doel onderzocht, leidend. De resultaten werden gebaseerd op de uiteindelijke codering van alle argumentatieschema's.

Om een beeld te krijgen van het gebruik van argumentatieschema's door het Longfonds in de drie verschillende media, werden deze met elkaar vergeleken.

Er was een onderzoeksgroep, waarbinnen op in principe dezelfde manier acht andere onderzoeken gedaan werden naar andere organisaties op het gebied van gezondheid en ontwikkelingssamenwerking. Hierdoor kon een vergelijk gemaakt worden van de manier waarop het Longfonds verschillende argumentatiepatronen inzet met de manier waarop andere goededoelenorganisaties dit doen.

Om te onderzoeken of en in hoeverre er verschillen zijn tussen het gebruik van argumentatiepatronen door het Longfonds en andere organisaties die gericht zijn op gezondheidszorg, werden de resultaten van dit onderzoek vergeleken met de resultaten van twee vergelijkbare onderzoeken naar de argumentatie van stichting ALS en Pink Ribbon.

Om te onderzoeken of en in hoeverre er verschillen zijn tussen het gebruik van argumentatiepatronen door goededoelenorganisaties gericht op gezondheid en goededoelenorganisaties gericht op ontwikkelingssamenwerking, werden de resultaten van de drie doelen gericht op gezondheid vergeleken met de resultaten van vijf vergelijkbare onderzoeken naar de argumentatie van goededoelenorganisaties gericht op ontwikkelingssamenwerking. De betreffende vijf



doelen waren EduKans, Stichting Vluchteling, WarChild, Plan Nederland en Oikocredit.

Halverwege het onderzoeksproces werd een datasessie gehouden worden waarbij alle acht codeurs van de onderzoeksgroep bijeen kwamen om met elkaar te overleggen over argumentatieschema's die lastig te coderen waren. Dit had als doel de vergelijkbaarheid en de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen.

### **4.3 Betrouwbaarheid**

De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de analyse van de argumentatieschema's werd vanwege praktische omstandigheden steekproefsgewijs berekend bij één medium, namelijk de website. Omdat Cohen's Kappa niet toereikend was voor de geanalyseerde data werd op advies van dhr. Hornikx, onderzoeker aan de Radboud Universiteit Nijmegen, werd de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid met de hand berekend. Dit werd gedaan door het aantal interpretaties waarover beide codeurs het met elkaar eens waren te delen door het totaal aantal interpretaties. Van goede betrouwbaarheid werd uitgegaan bij een percentage van zeventig procent of hoger. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele 'standpunt impliciet/expliciet' was onbetrouwbaar:  $18/29 = 62\%$ . De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele 'argumentatieschema' was onbetrouwbaar:  $14/29 = 55\%$ . De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele 'argumentatieschema drogredelijk gebruikt' was betrouwbaar:  $28/29 = 96\%$ . De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele 'gebruik van op zichzelf staande drogredenen' was zeer betrouwbaar:  $29/29 = 100\%$ .

### **4.4 Statistische toetsing**

De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid werd op advies van dhr. Hornikx getoetst door het aantal interpretaties waarover beide codeurs het met elkaar eens waren te delen door het totaal aantal interpretaties. Om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden die gericht zijn op de vergelijking van resultaten, werd gebruik gemaakt van de Chi-kwadraattoets en de adjusted standardized residuals. Voor de analyses werd het programma *SPSS versie 21* gebruikt.

## 5. Resultaten

### 5.1 De verschillende media van het Longfonds

In tabel 1 is een overzicht te zien van hoe vaak welke argumentatieschema's voorkwamen in de verschillende geanalyseerde media van het Longfonds. Alleen de vier meest voorkomende argumentatieschema's zijn in de tabel te vinden. De volledige tabel met alle argumentatieschema's is te vinden in bijlage 4. Ook is in de tabel te zien hoe vaak het standpunt impliciet en expliciet was in de verschillende media, en hoe vaak argumentatieschema's drogredelijk gebruikt zijn. Zowel de frequenties als de percentages zijn in de tabel te zien.

Tabel 1. De geanalyseerde media van het Longfonds in functie van het argumentatieschema, de explicietheid van het standpunt en het drogredelijk gebruik van argumentatieschema's ( $n = 54$ )

	Medium						Totaal
	Website		Brochure		Promotiefilmpje		%
	N	%	N	%	N	%	%
<b>Argumentatieschema:</b>							
Argumentatie o.b.v. waarderingsregels	6	21%	1	5%	0	0%	13%
Argumentatie o.b.v. gedragsregels	8*	29%	1	5%	0	0%	17%
Argumentatie o.b.v. een voordeel	9	32%	4	21%	5*	71%	33%
Argumentatie o.b.v. autoriteit	1*	4%	8*	42%	0	0%	17%
<b>Standpunt impliciet/expliciet</b>							
Standpunt impliciet	21	75%	17	90%	7	100%	81%
Standpunt expliciet	7	25%	2	11%	0	0%	19%
<b>Drogredelijk gebruik van argumentatieschema's</b>							
Nee	28*	100%	14*	79%	7	100%	92%
Ja	0*	0%	5*	21%	0	0%	9%

\*De adjusted standardized residuals lieten zien dat er sprake was van een significant verschil.

Uit een  $\chi^2$ -toets tussen 'Communicatiemiddel' en 'Argumentatieschema' bleek een significant verband te bestaan ( $\chi^2 (14) = 35.87, p < .001$ ). Argumentatie op basis van

waarderingsregels, gedragsregels, een voordeel en autoriteit kwam het meest voor. Op de website werd significant meer gebruik gemaakt van argumentatie op basis van gedragsregels dan in de brochure en het promotiefilmpje. Er werd echter significant minder gebruik gemaakt van argumentatie op basis van autoriteit op de website, vergeleken met de brochure en het promotiefilmpje. In de brochure kwam significant meer argumentatie op basis van autoriteit voor dan in de tekst van de andere media. Een voorbeeld van argumentatie op basis van autoriteit in de brochure van het Longfonds is:

‘Edwin de Vries is acteur, regisseur en schrijver. Daarnaast is hij ambassadeur van het Longfonds. 'Ik heb vanaf mijn derde levensjaar astma. ... Je zou kunnen zeggen dat ik het levende bewijs ben van wat het Longfonds heeft bereikt. Dankzij goede medicijnen is de ziekte draaglijk.’ (Longfonds, n.d.)

In het promotiefilmpje werd significant meer gebruik gemaakt van argumentatie op basis van correlatie en argumentatie op basis van een voordeel, in vergelijking met de website en de brochure

Uit een  $\chi^2$ -toets tussen ‘Communicatiemiddel’ en ‘Standpunt impliciet/expliciet’ bleek geen verband te bestaan ( $\chi^2 (2) = 3.32, p = .191$ ). In alle media van het Longfonds werd meer gebruik gemaakt van impliciete standpunten dan van expliciete standpunten.

Uit een  $\chi^2$ -toets bleek ook een verband te zijn tussen het communicatiemiddel en het drogredelijk gebruik van argumentatieschema's ( $\chi^2 (2) = 7.96, p = .019$ ). In de brochure werden argumentatieschema's significant vaker drogredelijk gebruikt dan op de website en in het promotiefilmpje. Op de website kwam het significant minder vaak voor dat argumentatieschema's drogredelijk gebruikt werden.

Op zichzelf staande drogredenen kwamen in zowel de geanalyseerde website- als brochuretekst van het Longfonds niet voor.

## **5.2 Goede doelen gericht op gezondheid**

In tabel 2 is in een overzicht te zien hoe vaak welke argumentatieschema's voorkwamen bij de verschillende goede doelen gericht op gezondheid (Stichting ALS, het Longfonds en Pink Ribbon). Alleen de vier meest voorkomende

argumentatieschema's zijn in te tabel te vinden. De volledige tabel met alle argumentatieschema's is te vinden in bijlage 4. Ook is in de tabel te zien hoe vaak het standpunt impliciet en expliciet was bij de verschillende doelen, hoe vaak argumentatieschema's drogredelijk gebruikt zijn en hoe vaak er een op zichzelf staande drogreden gebruikt is. Zowel de frequenties als de percentages zijn in de tabel te zien.

Tabel 2. De verschillende goede doelen gericht op gezondheid in functie van het argumentatieschema, de explicietheid van het standpunt, het drogredelijk gebruik van argumentatieschema's en het gebruik van op zichzelf staande drogredenen.

	Doel					
	Stichting ALS		Longfonds		Pink Ribbon	
	N	%	N	%	N	%
<b>Argumentatieschema:</b>						
Argumentatie o.b.v. waarderingsregels	14*	32%	7	15%	0*	0%
Argumentatie o.b.v. gedragsregels	13*	30%	9	19%	0*	0%
Argumentatie o.b.v. een voordeel	6	14%	13	28%	8	19%
Geen expliciete argumentatie, maar wel een duidelijk standpunt	1*	2%	0*	0%	20*	47%
Totaal	44	100%	47	100%	43	100%
<b>Standpunt impliciet/expliciet</b>						
Standpunt impliciet	25	57%	38*	81%	5*	12%
Standpunt expliciet	19	43%	9*	19%	38*	88%
<b>Drogredelijk gebruik van argumentatieschema's</b>						
Nee	35*	80%	43	92%	42*	98%
Ja	9*	21%	4	9%	1*	2%
<b>Gebruik van op zichzelf staande drogreden</b>						
	44	100%	47	100%	40*	93%
	0	0%	0	0%	3*	7%

\*De adjusted standardized residuals lieten zien dat er sprake was van een significant verschil.

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen 'Goed doel' en 'Argumentatieschema' bleek een verband te

bestaan ( $\chi^2 (18) = 94.09, p < .001$ ). Argumentatie op basis van waarderingsregels, gedragsregels en een voordeel kwam het meest voor, naast 'Geen expliciete argumentatie, maar wel duidelijk sprake van een standpunt'. Bij Stichting ALS kwam significant meer argumentatie op basis van waarderingsregels en gedragsregels voor dan bij het Longfonds en Pink Ribbon. Middel-doelargumentatie kwam bij Stichting ALS echter significant minder vaak voor dan bij de andere twee doelen. 'Geen expliciete argumentatie, maar wel een duidelijk standpunt' kwam bij zowel Stichting ALS als het Longfonds significant minder vaak voor dan bij Pink Ribbon. Bij Pink Ribbon kwam deze manier van argumenteren significant vaker voor dan bij de andere twee doelen. Een voorbeeld van deze expliciete argumentatie, zonder standpunt is:

'Speel mee met de vriendenloterij en steun Pink Ribbon.' (Pink Ribbon, n.d.)

Ook werd bij Pink Ribbon significant vaker gebruik gemaakt van middel-doelargumentatie. Bij Pink Ribbon werd significant minder gebruik gemaakt van argumentatie op basis van waarderingsregels, gedragsregels en autoriteit.

Uit een  $\chi^2$ -toets bleek dat er een verband was tussen het goede doel en de explicietheid van het standpunt ( $\chi^2 (2) = 44.02, p < .001$ ). Bij het Longfonds werd significant vaker gebruik gemaakt van impliciete standpunten dan bij Stichting ALS en Pink Ribbon. Bij Pink Ribbon kwamen expliciete standpunten echter significant vaker voor.

Ook bleek er uit een  $\chi^2$ -toets dat er verband was tussen het goede doel en het drogredelijk gebruik van argumentatieschema's ( $\chi^2 (2) = 7.93, p = .019$ ). Bij Stichting ALS kwam het significant vaker voor dat argumentatieschema's drogredelijk gebruikt worden dan bij het Longfonds en Pink Ribbon. Bij Pink Ribbon kwam het echter significant minder vaak voor dat argumentatieschema's drogredelijk gebruikt worden

Tot slot bleek uit een  $\chi^2$ -toets dat er een verband was tussen 'Goed doel' en 'Gebruik van op zichzelf staande drogredenen'. Bij Pink Ribbon kwamen op zichzelf staande drogredenen significant vaker voor dan bij Stichting ALS en het Longfonds.

### 5.3 Gezondheid versus ontwikkelingssamenwerking

In tabel 3 is in een overzicht te zien hoe vaak welke argumentatieschema's voorkwamen bij de verschillende grotere categorieën goede doelen: gezondheid en ontwikkelingssamenwerking. Bij de categorie gezondheid horen de doelen Stichting ALS, het Longfonds en Pink Ribbon. Bij de categorie ontwikkelingssamenwerking horen de doelen Edukans, Warchild, Plan, Oikocredit en Stichting Vluchteling. Alleen de vier meest voorkomende argumentatieschema's zijn in te tabel te vinden. De volledige tabel met alle argumentatieschema's is te vinden in bijlage 4. Ook is in de tabel te zien hoe vaak het standpunt impliciet en expliciet was bij de verschillende doelen en hoe vaak argumentatieschema's drogredelijk gebruikt zijn. Zowel de frequenties als de percentages zijn in de tabel te zien.

Tabel 3. De twee categorieën goede doelen in functie van het argumentatieschema, de explicietheid van het standpunt en het drogredelijk gebruik van argumentatieschema's.

	Categorie goede doelen			
	Gezondheid		Ontwikkelings- samenwerking	
	N	%	N	%
<b>Argumentatieschema:</b>				
Argumentatie o.b.v. gedragsregels	22*	30%	21*	8%
Argumentatie o.b.v. een voordeel	27	20%	65	24%
Middel-doelargumentatie	17	13%	46	17%
Geen expliciete argumentatie, maar wel een duidelijk standpunt	21	16%	40	14%
Totaal	134	100%	277	100%
<b>Standpunt impliciet/expliciet</b>				
Standpunt impliciet	68*	51%	96*	35%
Standpunt expliciet	66*	49%	181*	65%
<b>Drogredelijk gebruik van argumentatieschema's</b>				
Nee	120*	90%	265*	96%
Ja	14*	10%	12*	4%

\*De adjusted standardized residuals lieten zien dat er sprake was van een significant verschil.

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen 'Categorie goed doel' en 'Argumentatieschema' bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (13) = 86.75, p < .001$ ). Argumentatie op basis van een voordeel, middel-doelargumentatie en argumentatie op basis van gedragsregels kwam totaal gezien het meest voor, naast 'Geen expliciete argumentatie, maar wel duidelijk sprake van een standpunt'. Bij doelen in de categorie gezondheid kwam argumentatie op basis van waarderingsregels, gedragsregels en autoriteit significant vaker voor dan bij doelen in de categorie ontwikkelingssamenwerking. Een voorbeeld van argumentatie op basis van waarderingsregels en gedragsregels bij een doel gericht op gezondheid is:

'Vrij kunnen ademen, zonder benauwd te zijn. Het is dé droom van iedereen met een longziekte: dat kapotte longen weer gerepareerd kunnen worden. Daarvoor is veel onderzoek nodig. Helpt u mee om deze droom waar te maken?'(Longfonds, n.d.)

Er werd echter door doelen gericht op gezondheid significant minder gebruik gemaakt van argumentatie op basis van voorspelling, verklaring en voorbeelden. Bij doelen gericht op ontwikkelingssamenwerking werd, in vergelijking met gezondheid, significant vaker gebruik gemaakt van argumentatie ter voorspelling, verklaring en voorbeelden en significant minder vaak van argumentatie op basis van waarderingsregels, gedragsregels en autoriteit. Een voorbeeld van argumentatie ter voorspelling bij een doel gericht op ontwikkelingssamenwerking is:

'Met uw steun kunnen we verder met bijvoorbeeld onze medische hulp aan Syrische slachtoffers. ... En we willen natuurlijk heel graag doorgaan met het steunen van Dr. Mukwefem die zich in de Democratische Republiek Congo bekommert om slachtoffers van seksueel geweld.' (Stichting Vluchteling, n.d.)

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen 'Categorie goed doel' en 'Standpunt impliciet/expliciet' bleek ook een verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 9.75, p = .002$ ). Bij gezondheid kwamen beide typen standpunten in gelijke mate voor, maar bij ontwikkelingssamenwerking werden er meer expliciete dan impliciete standpunten gebruikt.

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen 'Categorie goed doel' en 'Argumentatieschema drogredelijk gebruikt' bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 5.70, p = .017$ ). Bij goede doelen gericht op ontwikkelingssamenwerking kwam het significant minder vaak voor dat een argumentatieschema drogredelijk gebruikt werd dan bij goede doelen gericht op gezondheid.

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen 'Categorie goed doel' en 'Gebruik van op zichzelf staande drogredenen' bleek geen verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 1.13, p = .289$ ).

## Conclusie

In de eerste plaats werd in dit onderzoek gekeken naar de verschillen in het gebruik van argumentatieschema's door het Longfonds in zijn verschillende media. Uit het onderzoek bleek dat er tussen de verschillende media van het Longfonds verschillen bestaan in het gebruik van argumentatieschema's. In de teksten op de website werd significant meer gebruik gemaakt van argumentatie op basis van gedragsregels dan in de andere media. Dit terwijl argumentatie op basis van autoriteit significant minder vaak voorkwam op de website. Dit argumentatieschema kwam juist significant vaker voor in de brochure. Opvallend was dat in het promotiefilmpje, wat bestond uit minder tekst dan de andere twee media, significant meer gebruik werd gemaakt van argumentatie op basis van correlatie en op basis van een voordeel. In alle drie de media van het Longfonds werd meer gebruik gemaakt van impliciete standpunten dan van expliciete standpunten. Op de website en in het promotiefilmpje werden argumentatieschema's niet drogredelijk gebruikt, terwijl dit in de brochure wel het geval was. Opvallend is dat het op de website geen enkele keer voorkwam dat een schema drogredelijk gebruikt wordt, terwijl daar de meeste argumentatieschema's zijn geïdentificeerd. Op zichzelf staande drogredenen kwamen in geen van de media van het Longfonds voor.

In de tweede plaats werd in dit onderzoek onderzocht of er verschillen zijn in het gebruik van argumentatieschema's door het Longfonds, vergeleken met andere goededoelenorganisaties gericht op gezondheid. Uit het onderzoek bleek dat er verschillen bestaan tussen het gebruik van argumentatieschema's door verschillende goede doelen op het gebied van gezondheid. Opvallend zijn de grote verschillen tussen Stichting ALS en Pink Ribbon. Bij Pink Ribbon kwam argumentatie op basis



van gedrags- en waarderingsregels niet voor, terwijl dit bij Stichting ALS de twee meest voorkomende argumentatieschema's waren. Ook viel op dat Pink Ribbon significant vaker gebruikmaakte van middel-doelargumentatie in vergelijking met Stichting ALS en het Longfonds. Bovendien is het erg opvallend dat het bij Pink Ribbon significant vaak voorkwam dat er sprake is van een duidelijk standpunt, maar geen expliciete argumentatie, aangezien dit bij zowel Stichting ALS als het Longfonds nauwelijks voorkwam.

Wat betreft de explicietheid van de standpunten zijn er opvallende verschillen gevonden tussen de drie doelen: bij het Longfonds werden significant meer impliciete standpunten gebruikt, terwijl bij Pink Ribbon significant meer expliciete standpunten werden gebruikt.

Bij Stichting ALS werden argumentatieschema's significant vaak drogredelijk gebruikt, terwijl dit bij Pink Ribbon juist significant weinig gebeurde.

Pink Ribbon was het enige doel gericht op gezondheid waarbij op zichzelf staande drogredenen gebruikt werden. Bij Stichting ALS en het Longfonds was dit niet het geval.

Tot slot werden in dit onderzoek de verschillen in het gebruik van argumentatieschema's tussen verschillende categorieën goededoelenorganisaties, namelijk gezondheid en ontwikkelingssamenwerking, onderzocht. Uit het onderzoek bleek dat er verschillen zijn tussen goede doelen die zich richten op gezondheid en goede doelen die zich richten op ontwikkelingssamenwerking. Opvallende resultaten waren dat bij doelen gericht op gezondheid significant meer gebruik wordt gemaakt van argumentatie op basis van waarderingsregels, gedragsregels en autoriteit, terwijl doelen gericht op ontwikkelingssamenwerking significant meer gebruik maakten van argumentatie op basis van voorspelling, verklaring en voorbeelden.

Ook viel op dat doelen gericht op ontwikkelingssamenwerking significant meer gebruik maakten van expliciete standpunten.

Eveneens opvallend was dat bij goede doelen gericht op ontwikkelingssamenwerking argumentatieschema's significant vaker drogredelijk gebruikt werden dan bij goede doelen gericht op gezondheid.

## Discussie

De gevonden verschillen tussen de verschillende media van het Longfonds zijn lastig te verklaren. De verschillen lijken in gebruik van argumentatieschema's zouden verklaard kunnen worden vanuit het feit dat mensen een brochure op een andere manier lezen als een website. Mensen die een brochure lezen hebben hier bewust voor gekozen en zijn daarom misschien meer vatbaar voor argumentatie op basis van autoriteit. Aan de andere kant lijkt het juist niet te verklaren waarom op de website meer gebruik wordt gemaakt van argumentatie op basis van gedragsregels: van mensen die toevallig op een website komen, verwacht je niet dat ze zich laten overtuigen door het argument: 'dit goede doel is goed, daarom moet je bijna wel doneren'. Het feit dat er in het promotiefilmpje significant meer argumentatie op basis van voordelen en correlatie voorkomt, valt te verklaren uit het feit dat de enige tekst van het promotiefilmpje een opsomming van voordelen was.

De grote verschillen tussen enerzijds Stichting ALS en het Longfonds en anderzijds Pink Ribbon zijn niet goed verklaarbaar. De argumentatie van Pink Ribbon is veelal expliciet en er worden veel standpunten gegeven zonder de bijbehorende argumentatie. Een mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat Stichting ALS en het Longfonds langbestaande, meer conventionele goede doelen zijn. Pink Ribbon is echter een nieuwere, meer bekritiseerde organisatie is, waardoor ze hun standpunten explicieter moeten brengen om hun doelgroep te bereiken. Hiertegenover staat echter dat ook Stichting ALS kortgeleden veel kritiek heeft gehad. Het blijft daarom lastig om de verschillen te duiden. Er lijken geen verschillen te zijn tussen 'ernstige' en 'minder ernstige' goede doelen, zoals verwacht zou kunnen worden aan de hand van Hoeken (2000). Hierbij zijn Stichting ALS en Pink Ribbon geoperationaliseerd zijn als 'ernstig' en het Longfonds als 'minder ernstig'.

Het feit dat er bij organisaties gericht op gezondheid meer argumentatie op basis van waarderings- en gedragsregels voorkomen is lastig te verklaren en tegenovergesteld als werd verwacht. Deze vorm van argumentatie hoort bij de drijfveren 'waarden' en 'altruïsme'. Het is echter niet duidelijk waarom organisaties gericht op ontwikkelingssamenwerking hier minder op in zouden spelen. Ook het feit dat bij ontwikkeling meer argumentatie op basis van voorspelling en verklaring voorkomt

dan bij gezondheid is lastig verklaarbaar. Voor de verschillen tussen de doelen wat betreft argumentatie op basis van autoriteit (veel voorkomend bij gezondheid) en voorbeelden (veel voorkomend bij ontwikkelingssamenwerking) is wel een verklaring gevonden. Mensen doneren sneller als ze zich bewust zijn van de noodzaak om dit te doen (Bekkers & Wiepking, 2010). Dit kan verklaren waarom veel argumentatie op basis van autoriteit voorkwam bij doelen gericht op gezondheid. Door ervaringsdeskundigen van de ziekte aan het woord te laten, kan de noodzaak goed aangetoond worden. Een voorbeeld hiervan is: 'Het voelt alsof ik door een rietje moet ademen - Nick, 10 jaar'. Bij ontwikkelingssamenwerking is het moeilijker om ervaringsdeskundigen aan het woord te laten. Vandaar dat daar meer argumentatie op basis van voorbeelden voorkwam, zoals: 'kinderen in Afrika krijgen soms maar een keer per dag te eten'.

Opvallend dat bij alle doelen weinig drogredelijke argumentatie voorkomt, evenals op zichzelf staande drogredenen. Deels is dit verklaarbaar doordat niet alle drogredenen relevant zijn voor dit onderzoek, zoals de *ad hominem*, die vooral voorkomt bij politieke debatten. Daarnaast is het mogelijk dat de goedbedoelenorganisaties proberen drogredelijke argumentatie te voorkomen, omdat dat een negatief effect kan hebben op hun imago. Eveneens is het een mogelijkheid dat sommige drogredenen de codeurs ontgaan zijn.

Uit onderzoek van Schellens en De Jong (2000) bleek dat in voorlichtingsbrochures argumentatie op basis van voor- en nadelen, voorspelling en voorbeelden het meest voorkwam. Uit het huidige onderzoek bleek dat argumentatie op basis van voordelen, middel-doelargumentatie en argumentatie op basis van gedragsregels het meest voorkwam, naast het geven van een duidelijk standpunt, zonder expliciete argumentatie. Het feit dat middel-doelargumentatie veel voorkwam is te verklaren vanuit Bekkers en Wiepking (2010), die noemen dat mensen sneller geneigd zijn om te geven als ze weten dat hun gift het verschil maakt. Ook het veelvuldig voorkomen van argumentatie op basis van gedragsregels valt te verklaren, vanuit de drijfveer van het altruïsme: 'een organisatie doet goede dingen, dus is het doel steunen op zijn plaats' (Bekkers & Wiepking, 2010). Het geven van een duidelijk standpunt zonder expliciete argumentatie zou misschien verklaard kunnen worden vanuit het

feit dat er 'donor fatigue' ontstaat onder lezers, waardoor geprobeerd wordt impliciet te argumenteren (Bekkers & Wiepking, 2010).

Een beperking van het onderzoek is het feit dat codeurs vaak verschilden van mening: de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid is wat betreft de variabelen 'Argumentatieschema' en 'Standpunt impliciet/expliciet' niet betrouwbaar. Vooral argumentatie op basis van autoriteit bleef tot discussies leiden omdat soms onduidelijk was of een genoemd persoon een autoriteit was. Van den Hoever en Rube (1988) noemden al dat het lastig kan zijn om het soort argumentatie vast te stellen. Dit wordt door het huidige onderzoek bevestigd. Het feit dat de codeurs verschillen van mening, is onvermijdelijk onderhevig aan het onderwerp. Idealiter zouden de codeurs getraind zijn in het identificeren en beoordelen van argumentatie. Dit was echter niet haalbaar in het kader van het bacheloronderzoek.

Een andere beperking van het onderzoek is dat de brochures van de verschillende doelen van verschillende grootte waren. Dit kan het aantal keer dat argumentatieschema's voorkwamen bij een de verschillende doelen beïnvloed hebben. Bij de websitetekst is dit niet het geval, aangezien daar gekozen is voor een steekproef van 1000 woorden. Ook heeft het feit dat er slechts drie doelen op het gebied van gezondheid geanalyseerd zijn, gezorgd voor een minder representatief beeld van deze categorie gezondheid in vergelijking met de categorie ontwikkelingssamenwerking. De acht doelen die meegenomen zijn in het huidige onderzoek zijn er niet voldoende om het onderzoek representatief en valide te maken.

Om praktische redenen is in het huidige onderzoek gekozen om de argumentatie te beoordelen aan de hand van de veertien schema's van Schellens en Verhoeven (1994). In een vervolgonderzoek zou het interessant zijn om de benadering van Van Eemeren en Snoeck Henkemans (2011) te kiezen, die van drie schema's uitgaat. Daarnaast zou het voor vervolgonderzoek interessant zijn om een groter onderzoek te doen, waarin bijvoorbeeld meer organisaties, gehele websites, meerdere brochures, of meer media van een organisatie meegenomen worden. Ook zou het interessant zijn te kijken naar andere categorieën goede doelen, zoals natuur en milieu of mensenrechten.

## Lijst van geciteerde communicatie-uitingen

*Strijd mee voor gezonde lucht en gezonde longen.* Longfonds, z.j.

*Wat laat u de wereld na?* Longfonds, z. j.

Website van het Longfonds: [www.longfonds.nl](http://www.longfonds.nl)

Website van Pink Ribbon: [www.pinkribbon.nl](http://www.pinkribbon.nl)

Website van Stichting Vluchteling: [www.vluchteling.nl](http://www.vluchteling.nl)

## Bibliografie

Bekkers, R., & Wiepking, P. (2010). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, 20(10), 1-50

Bekkers, R. (2005). It's not all in the ask. Effects and effectiveness of recruitment strategies used by nonprofits in the Netherlands. Paper presented at the *34rd Annual ARNOVA Conference*, Washington, DC. Geraadpleegd op 19 mei 2016, op: <http://www.rug.nl/research/portal/files/2917730/BekkersR-ltsnot-2005.pdf>

Buraschi, A. & Cornelli, F. (2002). *Donations* (CEPR Discussion Paper No. 3488). Geraadpleegd op 21 maart 2016, op: [www.cepr.org/pubs/dps/DP3488.asp](http://www.cepr.org/pubs/dps/DP3488.asp)

Dekker, W., & Uffelen, X., van (2015, 10 oktober). Goede doelen profiteren niet van herstel economie. *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 11 maart 2016, op: <http://www.volkskrant.nl/binnenland/goede-doelen-profileren-niet-van-herstel-economie~a4098083/>

Heck, W. en Vennink, T. (2014, 11 oktober). Waarom steelt de goede-doelen-directeur uit de kas? *NRC*. Geraadpleegd op 16 maart 2016, op: <http://www.nrc.nl/nieuws/2014/10/11/waarom-steelt-de-goede-doelen-directeur-uit-de-kas>

Het Nederlandse Donateurspanel (2015). *Meting 2015: vertrouwen neemt toe en loyaliteit wordt belangrijker*. Geraadpleegd op 16 maart 2016, op:

<https://goededoelennederland.nl/system/files/public/Onderzoek/ndp%20maart%202015.pdf>

- Hoeken, H., Hornikx, J. & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende teksten. Onderzoek en ontwerp*. Bussum: Coutinho
- Hoeken, H. (2001). Logos, Ethos en Pathos in hedendaags sociaal-wetenschappelijk onderzoek. *Lampas*, 34 (4/5), 424-439.
- O'Hara, K. & Sellen, A. (1997). A comparison of reading paper and on-line documents. *Proceedings of the ACM SIGCHI Conference of Human factors in computing systems* (pp. 335-342). ACM.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The elaboration likelihood model of persuasion* (pp. 1- 24). Springer New York.
- Polonsky, M. J., Shelley, L., & Voola, R. (2002). An examination of helping behavior—Some evidence from Australia. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 10(2), 67-82.
- Romney-Alexander, D. (2002). Payroll giving in the UK: Donor incentives and influences on giving behaviour. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7(1), 84-92.
- Schellens, P.J. & Jong, M. de (2000). Soorten argumentatie in de voorlichting. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 22, 288-308.
- Schellens, P.J. & Verhoeven, G. (1994). *Argument en tegenargument. Analyse en beoordeling van betogende teksten*. Groningen: Martinus Nijhoff.
- Schuyt, T., Gouwenberg, B, & Bekkers, R. *Geven in Nederland 2013. Giften, nalatenschappen, sponsoring en vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business Education. Geraadpleegd op 16 maart 2016, op:  
[http://www.fsw.vu.nl/nl/Images/Geven\\_in\\_Nederland\\_2013\\_tcm249-414133.PDF](http://www.fsw.vu.nl/nl/Images/Geven_in_Nederland_2013_tcm249-414133.PDF)

Van de Kamp, M., (2009). *De argumenten van de minister. Een corpusanalytisch onderzoek naar de argumentatieschema's in speeches van het ministerie van OCW en het ministerie van Financiën.* (Masterscriptie, Radboud Universiteit Nijmegen).

Van den Hoever, P., en Rube, A. (1988). *Bespreking van P.J. Schellens en G. Verhoeven, Argument en tegenargument. Een inleiding in de analyse en beoordeling van betogende teksten.* Leiden: Martinus Nijhoff.

Van Eemeren, F. & Snoeck Henkemans, F. (2011). *Argumentatie. Inleiding in het identificeren van meningsverschillen het analyseren, beoordelen en houden van betogen.* (vierde druk) Groningen/Houten: Noordhoff

VFI (2014). *Feiten en cijfers goede doelen 2014.* Geraadpleegd op 19 maart 2016, op: <http://www.goededoelen.nl/sites/default/files/feitenencijfers2014.pdf>

## **Bijlagen**

### **Bijlage 1: Argumentatieschema's**

Een overzicht van de argumentatieschema's zoals geïdentificeerd door Schellens en Verhoeven (1994)

#### **1. Argumentatie ter voorspelling:**

A leidt (over het algemeen) tot B

A

Dus: (waarschijnlijk) B

#### **2. Argumentatie ter verklaring:**

B wordt (over het algemeen) veroorzaakt door A

B is het geval

Dus: (waarschijnlijk) A

#### **3. Argumentatie op basis van correlatie**

A gaat meestal gepaard met B

A

Dus: B

#### **4. Argumentatie op basis van tekens:**

Iets met eigenschap A heeft ook altijd eigenschap B

A

Dus: B

#### **5. Argumentatie van tijd naar causaliteit:**

A is het geval

B is het geval

Dus: A is waarschijnlijk het gevolg (of de oorzaak) van B

#### **6. Argumentatie op basis van waarderingsregels:**

Als A eigenschap E heeft, is waardering W over A gerechtvaardigd

A heeft eigenschap E

Dus: waardering W over A is gerechtvaardigd



**7. Argumentatie op basis van gedragsregels:**

Als B het geval is, is actie A op zijn plaats

B is het geval

Dus: actie A is op zijn plaats

**8. Argumentatie op basis van een voordeel:**

Actie A leidt tot B

B is gewenst

Dus: A is gewenst

**9. Argumentatie op basis van een nadeel:**

Actie A leidt tot B

B is ongewenst

Dus: A is ongewenst

**10. Middel-doelargumentatie:**

Actie A leidt tot D

D is doel

Dus: Actie A is gewenst

**11. Het dilemma:**

Een keuze tussen actie A1 en A2 is noodzakelijk

Actie A1 leidt tot B

Actie A2 leidt tot C

B en C zijn in gelijke mate ongewenst

Dus: A1 en A2 zijn in gelijke mate ongewenst

**12. Argumentatie op basis van autoriteit:**

Autoriteit A zegt P

Dus: P

**13. Argumentatie op basis van voorbeelden:**

In voorbeeld A1 is B de geval/op zijn plaats

(In voorbeeld A2 etc. is B de geval/op zijn plaats)  
Dus: In gevallen van A is B de geval/op zijn plaats

**14. Argumentatie op basis van analogie:**

In geval A was X het geval (of: op zijn plaats)

(B komt in relevante opzichten overeen met A)

Dus: In geval B is X het geval (of op zijn plaats)

**15. Expliciete argumentatie ontbreekt, maar er is wel duidelijk sprake van een standpunt**

**16. Het schema is niet onder te brengen onder een van de vormen van Schellens en Verhoeven (1994)**

## Bijlage 2: Drogredenen

Een overzicht van de drogredenen zoals besproken in Van Eemeren en Snoeck Henkemans (2011):

- Standpunt heilig verklaren
- Standpunt taboe verklaren
- Drogreden van de stok (argumentum ad baculum)
- Beroep op medelijden (argumentum ad misericordiam)
- De tegenpartij persoonlijk aanvallen (argumenten ad hominem)
- Directe persoonlijke aanval
- Indirecte persoonlijke aanval
- Tu quoque
- Verschuiven van de bewijslast
- Ontduiken van de bewijslast
- Drogreden van de stroman
- Retorische trucs gebruiken
- Pathetische drogredenen
- Ethische drogredenen
- Drogreden van het opblazen van wat er verzwegen is
- Drogreden van het loochenen van een verzwegen argument
- Ten onrechte ontkennen dat iets een gemeenschappelijk uitgangspunt is
- Iets ten onrechte als een gemeenschappelijk uitgangspunt presenteren
- Drogreden van meervoudige vraag
- Drogreden van de cirkelredering
- Drogreden van de ontkenning van het antecedens
- Drogreden van de bevestiging van de consequens
- Drogreden van de verkeerde verdeling
- Drogreden van de verkeerde samenvoeging
- Een ongeschikt argumentatieschema gebruiken
- Autoriteitsargumentatie (kentekenrelatie)
- Populistische argumentatie (argumentum ad populum)
- Causale relatie (argumentum ad consequentiam)
- Een argumentatieschema verkeerd toepassen

- Drogreden van de verkeerde analogie
- Drogreden van het hellend vlak
- Post hoc ergo propter hoc
- Overhaaste generalisatie
- Handhaven van een standpunt dat niet afdoende is verdedigd
- Concluderen dat een standpunt waar is omdat het met succes is verdedigd
- Handhaven van twijfel aan een standpunt dat afdoende is verdedigd
- Concluderen dat een standpunt waar is omdat het tegengestelde niet met succes is verdedigd (argumentum ad ignorantiam)
- Onduidelijkheidsdrogreden
- Ambigüiteitsdrogreden

### Bijlage 3: Codeerschema

Het volgende codeerschema werd gebruikt om de gevonden argumenten te coderen:

Goed doel	Communicatie middel	Passage met standpunt/argumentatie	Standpunt en argument(en)	Standpunt impliciet/expliciet	Argumentatieschema	Argumentatieschema drogredelijk gebruikt?	Gebruik van op zichzelf staande drogredenen?	Aantekeningen

Onder 'Goede doel' werden de nummers een tot en met acht gebruikt voor de verschillende goede doelen:

1. Stichting ALS
2. Het Longfonds
3. Pink Ribbon
4. WarChild
5. Plan
6. Stichting Vluchteling
7. Oikocredit
8. Edukans

Onder 'Communicatiemiddel' werden de nummers een tot en met drie gebruikt voor de verschillende communicatiemiddelen:

1. Website
2. Brochure
3. Extra medium

Onder 'Passage met standpunt/argumentatie' werd het gebruikte stuk tekst geciteerd.

Onder 'Standpunt en argument(en)' werd eerst het standpunt (stp:...) en vervolgens het argument (argument(en):...) weergegeven.

Onder 'Standpunt impliciet/expliciet' werd een 0 ingevuld als het standpunt impliciet was en werd een 1 ingevuld als het standpunt expliciet was.

Onder 'Argumentatieschema' werden de nummers een tot zestien gebruikt voor de verschillende argumentatieschema's, gebaseerd op Schellens en Verhoeven (1994):

1. Ter voorspelling
2. ter verklaring
3. correlatie
4. o.b.v. tekens
5. van tijd naar causaliteit
6. waarderingsregels
7. gedragsregels
8. o.b.v. een voordeel
9. o.b.v. een nadeel
10. middel-doelargumentatie
11. dilemma
12. autoriteit
13. o.b.v. voorbeelden
14. o.b.v. analogie
15. Expliciete argumentatie ontbreekt, maar er is wel duidelijk sprake van een standpunt
16. Het schema is niet onder te brengen onder een van de vormen van S&V.

Onder 'Argumentatieschema drogredelijk gebruikt?' werd een 0 ingevuld als het er geen sprake was van drogredelijk gebruik van het argumentatieschema en werd een 1 ingevuld als hiervan wel sprake was.

Onder 'Gebruik van op zichzelf staande drogredenen?' werd een 0 ingevuld als er geen op zichzelf staande drogredenen voorkwam en werd een 1 ingevuld als dit wel het geval was.

## Bijlage 4: Volledige tabellen

**Tabel 1.** De geanalyseerde media van het Longfonds in functie van het argumentatieschema, de explicietheid van het standpunt en het drogredelijk gebruik van argumentatieschema's ( $n = 54$ )

	Medium						Totaal
	Website		Brochure		Promotiefilmpje		%
	N	%	N	%	N	%	
<b>Argumentatieschema:</b>							
Argumentatie o.b.v. correlatie	0	0%	0	0%	1*	14%	2%
Argumentatie o.b.v. tekens	0	0%	1	5%	1	14%	4%
Argumentatie o.b.v. waarderingsregels	6	21%	1	5%	0	0%	13%
Argumentatie o.b.v. gedragsregels	8*	29%	1	5%	0	0%	17%
Argumentatie o.b.v. een voordeel	9	32%	4	21%	5*	71%	33%
Middel-doelargumentatie	2	7%	3	16%	0	0%	9%
Argumentatie o.b.v. autoriteit	1*	4%	8*	42%	0	0%	17%
Het schema is niet onder te brengen onder een van de vormen van S&V (1994)	2	7%	1	5%	0	0%	6%
<b>Standpunt impliciet/expliciet</b>							
Standpunt impliciet	21	75%	17	90%	7	100%	81%
Standpunt expliciet	7	25%	2	11%	0	0%	19%
<b>Drogredelijk gebruik van argumentatieschema's</b>							
Nee	28*	100%	14*	79%	7	100%	92%
Ja	0*	0%	5*	21%	0	0%	9%

\*Het adjusted standardized residuals lieten zien dat er sprake was van een significant verschil.

**Tabel 2.** De verschillende goede doelen gericht op gezondheid in functie van het argumentatieschema, de explicietheid van het standpunt en het drogredelijk gebruik van argumentatieschema's.

	<b>Doel</b>					
	Stichting ALS		Longfonds		Pink Ribbon	
	N	%	N	%	N	%
<b>Argumentatieschema:</b>						
Argumentative <i>ter</i> voorspelling	0	0%	0	0%	1	2%
Argumentatie o.b.v. tekens	1	2%	1	2%	0	0%
Argumentatie o.b.v. waarderingsregels	14*	32%	7	15%	0*	0%
Argumentatie o.b.v. gedragsregels	13*	30%	9	19%	0*	0%
Argumentatie o.b.v. een voordeel	6	14%	13	28%	8	19%
Middel-doelargumentatie	0*	0%	5	11%	12*	28%
Argumentatie o.b.v. autoriteit	7	16%	9	19%	0*	0%
Argumentatie op basis van voorbeelden	1	2%	0	0%	0	0%
Geen expliciete argumentatie, maar wel een duidelijk standpunt	1*	2%	0*	0%	20*	47%
Het schema is niet onder te brengen onder een van de vormen van S&V (1994)	1	2%	3	6%	2	5%
<b>Totaal</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>
<b>Standpunt impliciet/expliciet</b>						
Standpunt impliciet	25	57%	38*	81%	5*	12%
Standpunt expliciet	19	43%	9*	19%	38*	88%
<b>Drogredelijk gebruik van argumentatieschema's</b>						
Nee	35*	80%	43	92%	42*	98%
Ja	9*	21%	4	9%	1*	2%
<b>Gebruik van op zichzelf staande drogreden</b>						
Nee	44		47		40*	
Ja	0		0		3*	

\*De adjusted standardized residuals lieten zien dat er sprake was van een significant verschil.



**Tabel 3.** De twee categorieën goede doelen in functie van het argumentatieschema, de explicietheid van het standpunt en het drogredelijk gebruik van argumentatieschema's.

	<b>Categorie goede doelen</b>			
	Gezondheid		Ontwikkelings-samenwerking	
	N	%	N	%
<b>Argumentatieschema:</b>				
Argumentatie ter voorspelling	1*	1%	15*	5%
Argumentatie ter verklaring	0*	0%	33*	12%
Argumentatie o.b.v. correlatie	0	0%	2	1%
Argumentatie o.b.v. tekens	2	2%	5	2%
Argumentatie van tijd naar causaliteit	0	0.0%	3	1%
Argumentatie o.b.v. waarderingsregels	21*	16%	4*	1%
Argumentatie o.b.v. gedragsregels	22*	16%	21*	8%
Argumentatie o.b.v. een voordeel	27	20%	65	24%
Argumentatie o.b.v. een nadeel	0	0%	1	0%
Middel-doelargumentatie	17	13%	46	17%
Het dilemma	0	0%	0	0%
Argumentatie o.b.v. autoriteit	16*	12%	6*	2%
Argumentatie op basis van voorbeelden	1*	1%	22*	8%
Argumentatie o.b.v. analogie	0	0%	0	0%
Geen expliciete argumentatie, maar wel een duidelijk standpunt	21	16%	40	14%
Het schema is niet onder te brengen onder een van de vormen van S&V (1994)	6	5%	14	5%
Totaal	134	100%	277	100%
<b>Standpunt impliciet/expliciet</b>				
Standpunt impliciet	68*	51%	96*	35%
Standpunt expliciet	66*	49%	181*	65%
<b>Drogredelijk gebruik van argumentatieschema's</b>				
Nee	120*	90%	265*	96%
Ja	14*	10%	12*	4%

\*De adjusted standardized residuals lieten zien dat er sprake was van een significant verschil.