

Duurzaam onderzoek naar persuasieve communicatie

Hans Hoeken
Universiteit Utrecht

In wetenschappelijk onderzoek richten we ons op het geven van beschrijvingen, verklaringen en voorspellingen. Duurzaam onderzoek levert daarbij accurate kennis: onze beschrijvingen, verklaringen en voorspellingen kloppen. Met name voorspellingen vormen daarbij de heilige graal: wie kan voorspellen welke boodschap overtuigend zal zijn, verwerft de achting van zijn vakgenoten, wordt op handen gedragen door het bedrijfsleven en schuift aan bij De Wereld Draait Door. Tegelijkertijd blijkt dat honds moeilijk – en dat komt niet (per se) doordat het onderzoek niet deugt.

In mijn bijdrage bespreek ik waarom het zo moeilijk is om het succes van een persuasieve boodschap op basis van wetenschappelijk onderzoek te voorspellen. Daarbij speelt zeker een rol dat de context waarin het onderzoek wordt uitgevoerd en de gegevens die we daarbij verzamelen behoorlijk afwijken van de context waarin het publiek de boodschap voorgeschoteld krijgt en van de gegevens die in de praktijk als graadmeter voor succes worden gehanteerd.

Ten slotte betoog ik dat de inzichten uit de taalbeheersing belangrijk zijn voor de kwaliteit van het onderzoek naar het overtuigingsproces. Die stelling wil ik onderbouwen aan de hand van onderzoek dat onomstotelijk lijkt aan te tonen dat – onder bepaalde omstandigheden - “sterke” argumenten overtuigender zijn dan “zwakke” argumenten. Taalbeheersingsinzichten kunnen verklaren waarom de voorspelling dat sterke argumenten overtuigender zijn dan zwakke argumenten minder vaak uitkomt dan je op basis van het empirisch onderzoek zou verwachten.