

HOOFDSTUK 1

NO, IT ISN'T – HET HOE EN WAAROM VAN ARGUMENTEREN

Man : Oh look, this isn't an argument.
Mr Vibrating : Yes it is.
Man : No it isn't. It's just contradiction.
Mr Vibrating : No it isn't.
Man : It is!
Mr Vibrating : It is not.
Man : Look, you just contradicted me.
Mr Vibrating : I did not.
Man : Oh you did!!
Mr Vibrating : No, no, no.
Man : You did just then.
Mr Vibrating : Nonsense!
Man : Oh, this is futile!
Mr Vibrating : No it isn't.
Man : I came here for a good argument.
Mr Vibrating : No you didn't; no, you came here for an argument.
Man : An argument isn't just contradiction.
Mr Vibrating : It can be.
Man : No it can't. An argument is a connected series of statements intended to establish a proposition.
Mr Vibrating : No it isn't.
Man : Yes it is! It's not just contradiction.
Mr Vibrating : Look, if I argue with you, I must take up a contrary position.
Man : Yes, but that's not just saying 'No it isn't.'
Mr Vibrating : Yes it is!
Man : No it isn't! Argument is an intellectual process. Contradiction is just the automatic gainsaying of any statement the other person makes.

(short pause)

Mr Vibrating : No it isn't.

(Uit: Monty Python's Flying Circus)

IN DIT HOOFDSTUK LEER JE

- wat argumenten zijn
- het verschil tussen argumenten, feiten en meningen
- waarom mensen argumenteren
- hoe argumenteren cultuurgebonden kan zijn

Voor we aanwijzingen geven over hoe je argumenteert, vinden we het zinnig om stil te staan bij de betekenis van het begrip argumenteren. Ook is argumenteren niet overal en voor iedereen altijd vanzelfsprekend, en worden beslissingen niet altijd genomen op basis van argumenten. Die nuance brengen we aan in dit hoofdstuk.

1.1 Argumenten en argumenteren

Volgens Van Dale is een argument, naast nog een aantal andere zaken, ‘hetgeen men stelt om op grond daarvan een conclusie te trekken, iets te betogen of te bewijzen; synoniem: bewijsgrond’. De man in de sketch van Monty Python heeft dus gelijk met zijn ‘connected series of statements intended to establish a proposition’, al drukt hij het wat moeilijker uit.

Een argument is een uitspraak waarmee je een stelling, voorstel, standpunt of conclusie aanvaardbaar of aannemelijk maakt. Mr Vibrating op blz. 1 roept diverse varianten van ‘welles’ en ‘nietes’, maar argumenteert niet. Argumenteren wil zeggen dat je een bouwwerk van redenen maakt die ondersteunen dat jij gelijk hebt met je mening of stelling. Dat bouwwerk noem je een argumentatie, en die argumentatie kun je op verschillende manieren maken. In dit boek geven we allerlei manieren waarop je dat kunt doen.

Denkt u zich eens in: al die kindjes die alleen in een ziekenhuisbedje liggen en 's avonds hun papa en mama moeten missen. Betraande bleke gezichtjes als het bezoeken afgelopen is en ze moeten toekijken hoe hun ouders weggaan. Als u ook vindt dat kinderen recht hebben op liefde en aandacht van hun ouders, dan is deze ziekenhuiswebcam toch maar een kleine investering?

Als hoogleraar Verkeerskunde heb ik inmiddels twintig jaar onderzoekservaring op het gebied van filebestrijding. Ik kan u daarom vertellen dat dat plan voor rekeningrijden niet gaat werken.

Het aaien en knuffelen van een huisdier blijkt een gunstig effect op de bloeddruk te hebben. Bovendien is het houden van een klein huisdier helemaal niet zo ingewikkeld. Ouderen zouden daarom een huisdier moeten kunnen hebben in een verzorgingshuis.

Het eerste voorbeeld is tranentrekkend zielig. Je ziet het al meteen voor je, die arme bleke kindertjes die verstoken blijven van de liefde en toewijding van hun ouders. Worden er nou feiten genoemd? En wijst iets erop dat de spreker deskundig is op het gebied van kinderpsychologie? Nee. Wel doet het stukje een dringend beroep op de emotie van de luisteraar. We noemen dit daarom ‘overtuigen met behulp van pathos’. **Pathos** komt uit het Grieks en betekent lijden of emotie. Pathos doet dus een beroep op het gevoel, en kan de luisteraar sterk betrekken bij je onderwerp. Grote redenaars gebruiken pathos met mate om emotie bij het publiek op te wekken. Een overmaat aan pathos leidt ertoe dat de spreker ongeloofwaardig en manipulatief overkomt. De verkoper van de ziekenhuiswebcams is misschien wat te gul met pathos, en kan beter een beetje inbinden.

Het tweede voorbeeld klinkt indrukwekkend. Een hoogleraar die al twintig jaar onderzoek doet, die moet er wel verstand van hebben. Wie zou er tegen zo iemand in durven gaan? Aan de andere kant: wordt nu duidelijk waarom dat plan voor rekeningrijden niet gaat werken? Nee, we worden geacht de spreker te geloven omdat hij zo deskundig is. Dit heet ‘overtuigen met behulp van ethos’. Het woord **ethos** duidt op een zedelijke houding of karakter. Wie ethos gebruikt wil de toehoorder doen geloven dat wat hij zegt waar is, omdat hij deugdzaam is, gezag heeft, of deskundig is. Fabrikanten van wasmiddelen die een ‘deskundige’ in een witte jas laten vertellen dat hun nieuwe wasmiddel nu nog schoner wast met actieve zuurstof, maken gebruik van ethos. De kijker heeft geen idee waarom zuurstof actief kan zijn en hoe dat helpt tegen vlekken; hij moet het doen met de geloofwaardigheid die de meneer in het laboratorium uitstraalt. Een beroep op deskundigheid is niet fout, maar ontslaat de spreker niet van de plicht zijn mening te onderbouwen.

Het derde voorbeeld is het meest inhoudelijk. Er worden twee feitelijke redenen aangevoerd waarom ouderen een huisdier zouden moeten kunnen houden: het is goed voor ze, en er zijn weinig praktische bezwaren. Oftewel: de spreker voert een pluspunt aan, en ontkracht een mogelijk minpunt. Dit is een vorm van logisch redeneren en deze vorm heet dan ook **logos** (woord of rede). Als de spreker de feiten kan bewijzen of aannemelijk kan maken, en deze in een logische structuur achter elkaar zet, bouwt hij een sterke inhoudelijke ondersteuning voor zijn stelling. Maar zijn de feiten discutabel (is het wel zo makkelijk voor ouderen om een huisdier te verzorgen?), dan verzwakt hij zijn positie. Ook is het mogelijk dat een argumentatie inhoudelijk heel sterk is, maar saai is en daarom toch niet overtuigt.

De sterkste en overtuigendste argumentaties maken gebruik van zowel ethos, pathos als logos. De spreker wekt de indruk deskundig en betrokken te zijn, hij weet het hart van zijn publiek te beroeren, en hij presenteert inhoudelijk relevante feiten in een logische structuur. Daarom vormen ethos, pathos en logos het hart van de klassieke **retorica**. Het woord retorica stamt uit het Grieks en betekent welsprekendheid: de kunst om in stijl en vorm effectief en overtuigend te spreken en schrijven.

In onze rationele en egalitaire westerse cultuur zijn we geneigd logos voorrang te geven boven pathos en ethos. ‘Echte’ argumenten zijn, vinden we, gebaseerd op logos. Structuren van argumentaties gaan dan ook vaak over logos, de inhoudelijke en rationele redenen die je in een logisch verband opbouwt. Pathos en ethos doen we al snel af als drogredenen (→ hoofdstuk 3). Dat is misschien niet helemaal onterecht, maar we laten ons wel degelijk ook overtuigen door ethos en pathos. Het beroemde ‘Yes we can’ van Barack Obama was niet alleen een inhoudelijk, maar vooral ook een emotioneel appel aan de kiezer, en het heeft veel mensen geraakt en overtuigd.

De indeling in logos, ethos en pathos is maar één manier om argumenten in te delen. In dit boek zullen we argumenten op verschillende manieren beschouwen.

Oefening 1

Stel dat je arts bent, en ouders ervan wilt overtuigen dat ze hun kinderen in een goedgekeurd kinderstoeltje moeten zetten als ze gaan autorijden.

Verzin hiervoor een argument op basis van pathos, een argument op basis van logos en een argument op basis van ethos.

1.2 Doel en kwaliteit van discussie

Het is toch logisch waarom je argumenteert? Om een ander ervan te overtuigen dat jij gelijk hebt natuurlijk. Toch is er een verschil tussen een politiek debat op tv en een discussie met je partner over de keuze van een huis.

VOORBEELD

Bij een lijsttrekkersdebat op tv weet je al dat de lijsttrekkers het niet eens zullen worden: het zou vreemd zijn als ze ineens tot de conclusie kwamen dat een andere politieke partij het veel beter ziet dan zichzelf. Het doel is dan ook om de toeschouwer te overtuigen, en om de verschillen duidelijk te maken tussen partij A en partij B. Om dat doel te bereiken zullen de debaters scherpe termen gebruiken, proberen punten te scoren ten koste van de ander, en in het algemeen de verschillen benadrukken in plaats van de overeenkomsten. Daarbij overdrijven ze weleens, of ze lijken hun tegenstander hard aan te vallen. De tactiek is meer gericht op de toeschouwer dan op het overtuigen van de opponent.

Als je met je partner een huis zoekt, is het doel juist een gezamenlijke uitkomst te bereiken waar je beiden gelukkig mee bent. Je kunt van mening verschillen over oppervlak en wel of geen ligbad, en je zult de voordelen van jouw voorkeuren beargumenteren, maar je probeert niet de ander verdacht te maken of de zaak zo op de spits te drijven dat je boos wegloopt.

Je moet je dus afvragen wat de discussie je waard is en hoe ver je wilt gaan; aan de hand daarvan beslis je welke middelen en argumenten je inzet. Niet elk moment en niet elk twistpunt zijn een discussie waard. Een gezegde luidt dan ook ‘Pick your battles’.

In het dagelijks leven is het helemaal niet ongebruikelijk dat discussies chaotisch verlopen, dat mensen elkaar in de rede vallen of langs elkaar heen praten. Als je daadwerkelijk iets wijzer wilt worden van een debat, bijvoorbeeld bij een lijsttrekkersdebat in verkiezingstijd of als er een belangrijk besluit moet worden genomen in je bedrijf, kan zulke chaos echter behoorlijk irritant zijn. Discussies op televisie, in praatprogramma's en actualiteitenrubrieken, zijn vaak van matige kwaliteit. Mensen luisteren niet naar elkaar, gaan niet op elkaars argumenten in, of veranderen steeds van onderwerp.

Een goed debat volgt bepaalde spelregels om zulke dingen te voorkomen. Die spelregels kunnen gaan over de inhoud of over het verloop van het debat. In debatwedstrijden en officiële debatten zijn die regels vaak precies vastgelegd, bijvoorbeeld over spreektijd en over wanneer je welk soort argumenten mag aandragen. In ➔ 4.1 gaan we nader op inhoudelijke spelregels in. In de dagelijkse praktijk kom je een heel eind als je de regel aanhoudt dat elke bewering onderbouwd moet worden, en als je elkaar uit laat praten.

Oefening 2

Verzin zelf een set met regels voor het verloop van een discussie. Vergelijk ze met de regels die een medestudent heeft opgesteld. Zijn jullie het eens?

1.3 Eerst beslissen, dan argumenteren

Vraag in een gezelschap studenten hoe zij uit verschillende opties een keuze maken, en meestal komt er dan een antwoord in de trant van: ‘Nou, dan weeg ik alle voor- en tegens af, en dan kies ik de optie die het best uit de vergelijking komt.’

Vraag je aan iemand of hij het moeilijk vindt om een ander gelijk te geven, dan zal hij zoiets zeggen als: ‘Nee hoor, als die ander goede argumenten heeft, dan zal ik hem gelijk geven.’ En dat menen mensen dan meestal ook serieus. Met andere woorden: we denken dat argumenteren een rationeel proces is met een uitkomst die je als een wiskundige formule kunt weergeven. Pluspunten en minpunten streep je tegen elkaar weg en wie de meeste argumenten overhoudt heeft gelijk en krijgt zijn zin.

De psychologie leert dat dit niet altijd klopt (o.a. Vonk, 2009b). Een cynische, maar realistischer opvatting is dat mensen in een bepaald stadium een beslissing

nemen, en daar dan de argumenten bij zoeken. Ze denken dat ze openstaan voor alle argumenten, maar toevallig ‘hebben ze nog geen goede argumenten voor het tegendeel gehoord’.

VOORBEELD

Mensen die een huis zoeken kennen dat. Je ziet een huis, je valt voor de charme en de sfeer en de lichtval, en overtuigt jezelf er vervolgens van dat de kamers ook groot genoeg zijn, dat je eigenlijk best graag een badkamer beneden wilt, en dat het onderhoud van al dat hout heus wel meevalt.

Beslissen is dus een proces dat niet zo duidelijk lineair van argumenten naar kiezen verloopt. Maar er is nog iets aan de hand: we overzien lang niet alle aspecten voor we een beslissing nemen.

Economen hebben jarenlang gedacht dat consumenten rationeel handelen. Ze zoeken het beste product tegen de laagste prijs. Marketingdeskundigen en psychologen weten dat keuzes veel minder rationeel tot stand komen. De meeste mensen hebben te weinig tijd en deskundigheid om werkelijk alle argumenten tegen elkaar af te wegen. We hebben niet genoeg kennis om alles te weten over auto's, hypotheeken, verzekeringen, verbouwingen, operaties, medicijnen, politieke systemen, werkgelegenheidsplannen, belastingmaatregelen enzovoort. Dus vertrouwen we op aardige verkopers, betrouwbaar ogende adviseurs, de dokter, de mening van ons ochtendblad, de meerderheid of op de keuze van iemand anders. Maar we willen achteraf wel liever geloven dat we een beslissing op rationele gronden hebben genomen.

VOORBEELD

Een slimme verkoper verschaft de koper dus argumenten die de aankoop ondersteunen, ook als de keuze al gemaakt is. De koper van een keuken vertelt achteraf aan zijn visite ook liever dat zijn Duitse keuken de degelijkste keuze is, dan dat hij zich door de verkoper heeft laten overhalen.

Wat kun je met deze kennis? Je kunt oeverloze discussies ontketen, door alleen op iemands ‘achteraf-argumenten’ in te gaan. Voordat je het weet zit je elkaar op irrelevante detailpunten te bestrijden. Leuk voor saaie verjaarspartijtjes, maar in zo’n situatie overtuig je elkaar zelden. Als je er belang bij hebt iemand te overtuigen, heeft het vooral zin om te zoeken naar welke drijfveer iemand werkelijk beweegt.

Oefening 3

De voorgaande tekst stelt dat mensen bepaalde producten kopen omdat anderen het ook doen, of om erbij te horen, of omdat een verkoper het hun adviseert. Maar omdat ze dat niet hardop willen toegeven geven ze achteraf andere argumenten die de aankoop rechtvaardigen. Bedenk een voorbeeld van een product waarvan jij vermoedt dat zoiets het geval is. Wat is volgens jou de werkelijke reden dat mensen het kopen? Wat zijn de argumenten die ze achteraf aan anderen vertellen?

1.4 Argumenten of meningen

Een argument is niet hetzelfde als een feit, een mening of een idee. Feiten, meningen en ideeën kunnen wel gebruikt worden om een argumentatie te ondersteunen. Om de structuur van een argumentatie beter te begrijpen is het handig om eerst die verschillende begrippen goed te kennen.

Een **feit** is objectief vast te stellen, door waarneming of door het te meten. Het is een feit dat water beneden het vriespunt verandert in ijs, het is een feit dat Frankrijk in Europa ligt, en het is een feit dat Nederlanders anno nu gemiddeld een hogere levensverwachting hebben dan in 1860.

Een uitspraak kan gebracht worden als een feit, maar hoeft daarmee nog niet per se waar te zijn. Van de bewering 'het is een feit dat ozon ongevaarlijk is voor mensen' is vast te stellen dat deze niet klopt, maar die kennis heeft niet iedereen paraat. Feitelijke uitspraken zullen ook niet door iedereen onmiddellijk geaccepteerd worden.

VOORBEELD

Twee studenten komen elkaar tegen in de keuken van een studentenhuus. Het is ochtend en ze maken hun ontbijt. De ene student zegt: 'Valt jou ook op dat een boterham die je laat vallen altijd met de besmeerde kant op de grond terecht komt?' De andere student denkt even na en zegt dan: 'Ik denk dat dit toch iets te maken heeft met wat je onthoudt. Jij onthoudt de keren dat de besmeerde kant op de grond valt, omdat je dat zo erg vindt. Maar de besmeerde kant komt in de praktijk net zo vaak boven.' Ze besluiten de proef op de som te nemen. De eerste student laat een boterham vallen. De besmeerde kant komt boven terecht. 'Zie je wel,' zegt de tweede student. 'Nee, hoor,' zegt de eerste student, 'ik heb gewoon de verkeerde kant besmeerd.'

Feiten zijn dus controleerbaar, hoewel dat niet altijd eenvoudig is. Niet iedereen heeft de kennis en de middelen paraat om elk feit direct te checken. En je moet het erover eens zijn dat iets als bewijs voor of tegen een feit geldt: er moet een wederzijdse erkenning zijn van de testmethode en de interpretatie van de uitkomst. In het

voorbeeld is dat niet het geval: de eerste student interpreteert de feiten anders zodat hij toch gelijk krijgt. Eigenlijk ontduikt hij dus de bewijslast (→ 3.2.1).

Soms doen mensen alsof ze een algemeen bekend feit naar voren brengen, terwijl het eigenlijk alleen maar om een persoonlijke overtuiging gaat. Ze doen dan alsof ze dat ‘feit’ niet eens meer hoeven te bewijzen, omdat iedereen al weet dat het waar is. Je hoort dan dingen als ‘Het is toch een feit dat de meeste misdrijven gepleegd worden door buitenlanders’ of ‘Het is toch algemeen bekend dat vrouwen niet kunnen schaken’. De spreker doet dan alsof **falsificeerbaarheid** – de mogelijkheid om te testen of iets waar is – niet eens meer aan de orde is. Ook hij ontduikt daarmee de bewijslast.

Een **mening** is een opvatting, een persoonlijk gekleurde houding tegenover een onderwerp. Het makkelijke van een mening is dat je die niet hoeft te bewijzen, je mag van alles overal van vinden. Het nadeel ervan is dat iedereen dat ook weet en aan een mening dus niet al te veel waarde hecht. Een citaat uit de film *Home for the Holidays* vat dat kernachtig, hoewel weinig subtiel samen: ‘Well, opinions are like assholes, honey. Everybody’s got one and everybody thinks everybody else’s stinks.’

Wie het gewicht van andermans uitspraken wil verminderen legt er de nadruk op dat de ander ‘alleen maar’ een mening uitspreekt en dat men er dus niet al te veel waarde aan hoeft te hechten. Trek een superieur gezicht en zeg minzaam: ‘Dat is jôuw mening...’

Dit vereist overigens wel dat de spreker zelf goed geïnformeerd is over het onderwerp. Prins Willem-Alexander vergaloppeerde zich ooit door een politiek gevoelig rapport ten onrechte af te doen met de volgende opmerking: ‘Dat is een mening, daar kun je andere meningen tegenover zetten.’

Feiten hebben in het discussieverkeer een hogere status dan meningen, interpretaties, ideeën, en andere persoonlijke vruchten van de geest. Een geliefd zinnetje in een debat is dan ook: ‘Zullen we ons even bij de feiten houden?’ De spreker suggereert daarmee dat de vorige spreker onware beweringen doet of persoonlijke meningen verkondigt, in plaats van feiten te noemen. Daarnaast probeert hij zichzelf een extra schijn van betrouwbaarheid en objectiviteit te geven.

Feiten en meningen kunnen wel beide ingezet worden in een argumentatie.

VOORBEELD

Neem bijvoorbeeld de volgende redenering: ‘87% van de treinen reed op tijd in 2009. De NS presteert dus onvoldoende en zou daarom de tarieven niet mogen verhogen.’ Het eerste deel van de uitspraak is een feit, namelijk dat 87% van de treinen op tijd reed. Dit wordt aangevoerd om te bewijzen dat de NS onvoldoende presteert. En het onvoldoende presteren is voor de spreker een reden om de tarieven te bevrozen.

In 'Ik vind dat werkgelegenheid belangrijker is dan een procentje inflatiecorrectie. De vakbonden moeten daarom hun looneisen matigen, zodat het voor werkgevers niet nog moeilijker wordt om personeel aan te nemen' staat er een mening aan het begin: de spreker vindt werkgelegenheid belangrijker dan inflatiecorrectie. Die mening leidt tot zijn conclusie over de looneisen van de vakbonden. Let overigens op het neerbuigende 'een procentje'. De spreker erkent weliswaar dat hij een mening uitspreekt en geen feit, maar maakt en passant wel degenen verdacht die het in hun hoofd halen om voor inflatiecorrectie te pleiten.

Oefening 4

Lees de volgende tekst.

- Wat zijn feiten in deze tekst? Wat zijn meningen?
- Vergelijk je oordeel met dat van een medestudent. Zijn jullie het eens over de feiten en de meningen?

Stinkende steden door staking

De staking van de reinigingsdiensten laat zijn sporen na in Amsterdam en Utrecht. Nu de straten alweer dagenlang niet zijn geveegd en het vuilnis niet is opgehaald, liggen de straten en pleinen er in beide steden zeer vervuild bij.

In Amsterdam is vooral het centrum van de stad een bende. Vuilnisbakken puilen uit en er ligt overal zwerfvuil. Utrecht begint inmiddels te ruiken naar vuilnis. De vele vuilniszakken die liggen opgestapeld langs de kant van de weg zijn veelal opengetrokken door katten en ongedierte. Ook de wijken om de binnenstad heen beginnen inmiddels te vervuilen.

De straatvegers staken in Utrecht sinds de nacht na Koninginnedag, de overige ambtenaren van de reinigingsdienst hebben zich er op 6 mei bij aangesloten. In Amsterdam begon de staking ook op die dag. De reinigers in beide steden willen het werk pas weer oppakken als er een cao-akkoord is bereikt.

(Bron: *de Volkskrant* online, 9 mei 2010)

Oefening 5

- Verzin een maatregel die volgens jou op jouw opleiding ingevoerd zou moeten worden om de kwaliteit te verbeteren.
- Verzamel de feiten die relevant zijn voor jouw voorstel. Schrijf deze zo objectief mogelijk op, zodanig dat die feiten niet ter discussie zullen staan.
- Schrijf op wat het verband is tussen die feiten en de redenen dat jouw voorstel moet worden ingevoerd.
- Heb je daarmee al je argumenten genoemd, of zijn er nog andere argumenten die niet ondersteund worden door feiten?

Objectiviteit en verdraaiing

‘Niets is zo eerlijk verdeeld als verstand. Iedereen meent er genoeg van te hebben.’

Jijzelf bent objectief in je visie op feiten, belangen en meningen. De rest van de wereld bekijkt echter de wereld door zijn eigen bril, en heeft daardoor een vertekend beeld. Als je discussieert met anderen zul je dus merken dat ze koppig en eigenwijs zijn, en vasthouden aan irrelevante details, ook al voer je nog zulke logische en zinnige argumenten aan.

De ‘jij’ in de voorgaande alinea is inwisselbaar. Psychologisch onderzoek heeft uitgewezen dat we onszelf beschouwen als objectief. We vinden onze eigen mening normaal en redelijk. We kennen onze achterliggende gedachten en redenen en vinden die begrijpelijk, menselijk, misschien zelfs open en ruimdenkend. Van anderen kennen we de innerlijke belevingswereld en achtergronden niet. We vinden hun mening gekleurd door hun beperkte denkkader en eigen belangen. Wij zijn objectief, anderen zijn subjectief.

VOORBEELD

Wijs jij iemand op een klein minpuntje, dan ben je zorgvuldig en heb je oog voor kwaliteit en detail. Wijst iemand jou op een klein minpuntje, dan is hij een muggenzifter die niks beters te doen heeft.

Je eigen vertekeningen en verdraaiingen zie je niet. Dit kan uitmonden in escalatie van discussies, omdat je al gauw elkaars goede bedoelingen in twijfel gaat trekken. Dit leidt dan bijvoorbeeld tot spelen op de man (→ 3.2.4).

Als je geloofwaardig over wilt komen, en je kalmte wilt bewaren, dan helpt het om je bewust te zijn van het mechanisme dat mensen zichzelf objectief achten. Je kunt het zelfs inzetten als grap, zoals de schrijvers van de slogan ‘Wij van WC-Eend, adviseren WC-Eend’ hebben gedaan. Deze slogan hoorde bij een geestige reclamespot en heeft het dankzij manipulatie van GeenStijl.nl nog eens tot Beste Slagzin geschopt.

Wat slecht van u om dat te vinden

Jij meent dat jouw mening de juiste is, anders had je die niet. En evengoed denk je dat jouw mening gebaseerd is op logisch nadenken en zorgvuldig afwegen. Je vindt dus dat jouw mening goed is, goed gefundeerd is, en je laat ’m niet makkelijk vallen. Hetzelfde geldt voor je opponent: ook die meent goede gronden te hebben voor zijn mening.

Iemand aanvallen op het feit dat hij een bepaalde mening heeft (‘het is slecht van u om dat te vinden’) scoort misschien wat punten bij omstanders in een politiek debat, maar de persoon zelf overtuig je er niet mee, laat staan dat je hem nog wat verkoopt.