

Tilburg University

De kunst van het overtuigen

Yzermans, M.G.

Published in:
Recht

Publication date:
2013

Document Version
Peer reviewed version

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

Citation for published version (APA):

Yzermans, M. G. (2013). De kunst van het overtuigen: Emoties in de rechtszaal. In V. van der Port, & J. M. Veldman (Eds.), *Recht: Kunst of kunde* (pp. 56-69). Boom Juridische Uitgevers.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

De kunst van het overtuigen: emoties in de rechtszaal

Maria IJzermans

1. Kunst of kunde?

Of overtuigen een kunst of een kunde is, is een oude vraag; er werd al over gediscussieerd in de klassieke oudheid. In de jonge democratieën van Sicilië en Athene in de 5^{de} eeuw voor Christus moest de vrije burger, als deelnemer aan de democratische besluitvorming en de rechtspraak, zijn woordje kunnen doen. Als hij dit niet kon, waren er rondreizende leraren in de retorica: de sofisten, die zich verhuurden om retorica te onderwijzen of een burger te helpen bij het voorbereiden van zijn pleidooi. Deze sofisten hanteerden – net als een kok – een receptuur om het publiek te overreden. Hun retorica-‘kookboek’ bevatte een uitgebreid systeem van voorschriften voor de inhoud, de stijl, de te hanteren overtuigingsmiddelen en de presentatie. Het waren ambachtslieden die de retorica zagen als een kunde, een vaardigheid, om in politieke en gerechtelijke procedures gelijk te krijgen. Een pleiter die de regels kundig toepaste was een goede pleiter. Dit leidde tot een opvatting van retorica waarin de aandacht vooral uitging naar de vorm, de presentatie en naar de middelen die het oordelende publiek konden manipuleren.

Plato uit als eerste fundamentele kritiek op de sofistieke opvatting van de retorica. Zijn belangrijkste kritiekpunt is dat bij de sofisten het overtuigen losstond van de waarheid. Het ging hen immers niet om het gelijk hebben, maar om het gelijk krijgen. Dit doel bereiken rechtvaardigde alle talige middelen.

Plato's leerling Aristoteles probeert een retorica te ontwikkelen die op filosofische uitgangspunten is gebaseerd, ten dienste staat van de waarheid en het recht, en rekening houdt met de specifieke kenmerken van het oordelende publiek. In Aristoteles' ogen is retorica een kunst, de kunst om voor elk onderwerp te kunnen bepalen wat overtuigingskracht heeft.¹ Het is een kunst die de pleiter goed – namelijk ten dienste van waarheid en recht – kan gebruiken en verkeerd – namelijk gelijk te krijgen. Het ligt dan ook, nog steeds volgens Aristoteles, niet aan de retorica dat deze kunst kan worden misbruikt, maar aan de gebruikers.

De controverse – retorica: kunst of kunde, dienstbaar aan het recht of manipulatie? – loopt door de geschiedenis heen en heeft de erkenning van het nut van de retorica voor het advocatenpleidooi geen goed gedaan. Zo blijkt uit een van de weinige verhandelingen gewijd aan het advocatenpleidooi in het Nederlandse taalgebied: *De ware pleiter* uit 1827. De auteur – Van der Linden – is in zijn verhandeling vrij kritisch over het nut de retorica voor de advocaat:

¹ Aristoteles (ong. 340 vC) 2004, 1355b:10-13. Zie ook Leeman & Braet 1987, 6-12; Huys 2004, 8-11.

Zoo weinig als het doel dezer Verhandeling bereikt zoude worden door de pligten der Advocaten buiten de pleitzaal te ontwikkelen, zoo weinig zoude het daar mede overeenkomstig zijn, om het geheele stelzel der Redekunst of Welsprekendheid (*Rhetorica of Ars oratoria*) te behandelen en uit één te zetten. Wanneer men de schriften over de *Rhetorica* raadpleegt, hoe veele zaken ontmoet men dan niet, die in de pleitzaal noch nuttig, noch voegzaam zijn? Men beginne met Aristoteles, en ga zoo voort tot G.J. Vossius, hoe veele scholastieke voorschriften, hoe veele uitweidingen over *topi et figurae*, worden ons dan niet opgedischt, die, wanneer men ze in de pleitzaal van gebruik maken wilde, den Pleiter zeer spoedig in eenen *Charlatan* herscheppen zouden.²

Toch is er wel aanleiding om weer bij de retorica te rade te gaan. In de najaarsseizoenen van 2011 en 2012 werd op de televisie het programma *De Rechtbank* uitgezonden.³ Voor dit programma zijn ongeveer 36 zaken die speelden bij de rechtbank Utrecht gefilmd. In grofweg 3/4 van de gefilmde zaken traden advocaten op om de belangen van de rechtzoekende te behartigen. Het ging in deze serie niet om gespecialiseerde pleiters, noch om spectaculaire zaken, maar om burgers met doorsnee zaken die bijgestaan werden door doorsnee advocaten. De overtuigingskracht van deze advocaten ter zitting blijkt wisselend te zijn. Sommigen overtuigen, maar anderen lezen een voorbereid stuk voor en herhalen daarbij steeds passages uit het dossier, anderen gaan frontaal de strijd aan met de rechter. De laatste methoden zijn zichtbaar niet bevorderlijk voor de communicatie tijdens de zitting, zodat de vraag rijst welke middelen een advocaat ter beschikking staan om in de rechtszaal te overtuigen.

In deze bijdrage wil ik laten zien dat de retorische middelen wel degelijk van belang kunnen zijn voor het advocatenpleidooi, mits ze aan moderne wetenschappelijk inzichten en aan gebruik in de moderne praktijk worden aangepast.

2. De overtuigingsmiddelen

De retorica is bruikbaar voor alle betogende teksten, gesproken en geschreven; is van toepassing in politieke, juridische en speciale gelegenheden. Het doel van het betoog is om dit specifieke publiek te overtuigen dat dit voorstel het beste is (politiek), dit gedrag rechtmatig is (juridisch), deze persoon lof verdient (gelegenheid), of om de toehoorder juist te overtuigen van het tegenovergestelde standpunt. Om dit doel te bereiken geeft het retorische systeem de pleiter adviezen voor de voorbereiding, de structuur van het betoog en de omgang met het (oordelende) publiek. Ik richt me op de voorbereiding.⁴

De pleiter moet bij de voorbereiding aan vijf aspecten aandacht besteden om alles te vinden dat bij kan dragen aan de overtuigingskracht van het betoog voor dit specifieke publiek: hij moet de inhoud bepalen, de tekst ordenen, aandacht aan de stijl besteden, het pleidooi uit het hoofd leren en uiteindelijk voordragen. De retorica besteedt aan al deze taken uitgebreid aandacht, maar de nadruk ligt op de eerste: het vinden van de inhoud. Natuurlijk behoort het vinden van de inhoud tot de

² Linden (1827)1989, 5-6.

³ Uitgezonden door EO (seizoen 2011) en NCRV (seizoen 2012). Nog te zien via *Uitzending gemist*.

⁴ Zie voor een korte beschrijving van het systeem van de klassieke retorica Broekers-Knol e.a. 2005, hoofdstuk 1 en 2; voor een uitgebreide beschrijving Braet 2009.

juridische expertise. Elke advocaat is getraind om te bepalen wat de relevante feiten en wat de beste argumenten zijn, om de rechtsbronnen te hanteren en de bewijsmiddelen naar waarde te schatten. Volgens de retorica is dit echter niet voldoende en kan de advocaat overtuigender zijn als hij ook emotionele middelen gebruikt, het zijn deze overtuigingsmiddelen die mijns inziens in de voorbereiding van het pleidooi onvoldoende aandacht krijgen.

De retorische overtuigingsmiddelen zijn waarschijnlijk bij iedereen wel bekend: het zijn logos, ethos en pathos. Om de toehoorder te overtuigen, maken partijen (natuurlijk) gebruik van goede argumenten en een kloppende redenering (logos). De emotionele overtuigingsmiddelen, ethos en pathos, doen vooral een beroep op de emoties van de toehoorder en minder op diens verstand.

Overtuigen door middel van het karakter [later noemt men dit ethos, MIJ] vindt plaats wanneer het betoog zo wordt ingekleed dat het de spreker als geloofwaardig voorstelt: fatsoenlijke mensen geloven we liever en gauwer, over alle onderwerpen in het algemeen, maar helemaal in kwesties waar geen exacte kennis van mogelijk is en waar plaats is voor twijfel (...) Overtuigen door middel van toehoorders vindt plaats wanneer het betoog hun gevoelens opwekt [later noemt men dit pathos, MIJ]. De oordelen die wij uitspreken verschillen immers naargelang we verdrietig of vrolijk zijn gestemd en genegenheid of afkeer voelen.⁵

Volgens klassieke retorici zijn emotionele overtuigingsmiddelen voor elk betoog doorslaggevend, omdat het oordeel van de toehoorder nu eenmaal afhankelijk is van zijn of haar emotionele staat. Dit verband tussen de emotionele staat van de toehoorder en diens oordeel wordt niet aannemelijk gemaakt, maar fungeert als feitelijk uitgangspunt.

In onze tijd zal iedereen onmiddellijk erkennen dat de overtuigingskracht van een juridisch betoog afhankelijk is van de kracht van de argumenten, maar dat juristen ook andere overtuigingsmiddelen in kunnen zetten, is veel minder aanvaard. De hedendaagse juridische literatuur heeft dan ook voornamelijk belangstelling voor de argumentatieleer, dus voor het overtuigingsmiddel logos.⁶ Dit laat ik hier verder buiten beschouwing. Weliswaar zijn er auteurs die erkennen dat andere overtuigingsmiddelen een rol spelen in de rechtspraktijk.⁷ Er is echter weinig tot geen systematische (rechtswetenschappelijke) aandacht voor de rol die emoties spelen bij het overtuigen in een professionele juridische context.⁸ Daarom zal ik eerst kort aandacht besteden aan de klassieke opvatting van de emotionele overtuigingsmiddelen, vervolgens aan de hand van een moderne redevoering proberen vast te stellen hoe deze middelen in deze tijd worden gebruikt, om van daaruit enkele handvatten aan te reiken voor het gebruik in de rechtspraktijk.

⁵ Aristoteles (ong. 340 vC) 2004, 1356a:1-17.

⁶ Zie bijvoorbeeld Verplaetse 2008; Soeteman 2010.

⁷ Scholten (1931) 1974; Hartendorp 2008.

⁸ Uitzondering is IJzermans 2011.

3. De klassieke opvatting van de emotionele overtuigingsmiddelen

In de klassieke oudheid waren de rechters vaak niet professioneel, het waren jury's bestaande uit meerdere (tientallen, soms honderden) burgers zonder veel kennis van het recht. Zij deden direct uitspraak na de pleidooien, bij handopsteking zonder onderling te overleggen. Hoger beroep was niet mogelijk. In Athene moesten de mannelijke burgers voor zichzelf, hun vrouwelijke familieleden en hun slaven pleiten. In Rome was wel procesvertegenwoordiging mogelijk, maar het is omstrede of deze procesvertegenwoordigers veel juridische kennis hadden.⁹ Blijkbaar was de rechterlijke procedure vooral in handen van leken, zodat de mogelijkheden van de pleiter om juridische argumenten te gebruiken beperkt waren. Geen wonder dat de nadruk in die tijd op het verhaal van de betrokkenen lag en dat emoties, zoals sympathie, geloofwaardigheid, medelijden of verontwaardiging, belangrijk waren om de rechters te kunnen overtuigen. Hoewel in de loop van de geschiedenis de rechterlijke rechtsvinding professioneler werd, bleven de retorische handboeken adviseren om emotionele middelen te gebruiken.

Ethos

Met *ethos* bedoelt men de middelen die pleiter een overtuigend karakter geven. Volgens Aristoteles moet de pleiter zichzelf en zijn verhaal zo presenteren dat hij geloofwaardig is, terwijl Cicero zegt dat de pleiter de sympathie van de rechter moet wekken. Wanneer de rechter sympathie voor de pleiter heeft, gelooft hij hem.

Welnu dus, om een zaak te winnen is het ten eerste van groot belang dat het karakter, de opvattingen, de daden en de leefwijze van de verdedigers en hun cliënten als lofwaardig worden voorgesteld en die van hun tegenstanders als verwerpelijk. en dat bij het publiek zoveel mogelijk sympathie wordt gewekt, zowel voor de redenaar als voor zijn cliënt. Sympathie nu winnen we door ons persoonlijk aanzien, onze daden en onze goede reputatie. Deze aspecten zijn gemakkelijk op te vijzelen, wanneer ze al aanwezig zijn, dan te fingeren, als ze totaal ontbreken. In elk geval helpt het, wanneer de redenaar beschikt over een rustig stemgeluid, een bescheiden gelaatsuitdrukking en een vriendelijke manier van spreken.¹⁰

De pleiter moet, volgens Cicero, de sympathie van de rechter voor zichzelf en voor zijn cliënt winnen. Terwijl, volgens Aristoteles, de pleiter zich zo moet gedragen dat hij geloofwaardig is. Zijn er dan verschillende vormen van *ethos*?

Bij nadere beschouwing blijkt het verschil tussen Aristoteles en Cicero in de praktijk niet zo groot. Zij stellen beiden een rijtje met eisen op. Aristoteles eist dat een pleiter gezond verstand, goedheid van karakter en welwillendheid jegens de tegenpartij toont om geloofwaardig te zijn, en Cicero eist rechtvaardig, integer, gewetensvol, schuchter en verdraagzaam gedrag om sympathie bij de rechter te wekken. Het lijkt onmiskenbaar dat een pleiter die voldoet aan Aristoteles' eisen ook de sympathie van de rechter wekt, en dat de pleiter die aan Cicero's eisen voldoet zijn geloofwaardigheid bevordert. Uiteindelijk gaat het hen erom dat de pleiter zijn

⁹ In het aloude Romeinse gebruik van de *clientela* staat de *patronus* (beschermheer) zijn *client* (beschermeling) bij in een rechterlijke procedure. De beter geleetterde *patroni* stammen uit de senatorenstand en hebben onderwijs in de retorica en het recht genoten, maar dit is algemene juridische kennis die niet altijd voldoende is in een procedure, zoals blijkt uit Cicero (55 vC) 2004, 1:184-185.

¹⁰ Cicero (55 vC) 2004, 2:182-184

boodschap betrouwbaar maakt door zich een bepaald karakter aan te meten en zodoende een gevoel van vertrouwen of sympathie bij de rechter op te wekken.

Pathos

Onder pathos vallen alle middelen waarmee de emoties van de rechter worden opgewekt. Pathos vergroot de overtuigingskracht van de pleiter, omdat het nu eenmaal een feit is dat het oordeel van willekeurig welke oordelende publieksinstantie wordt beïnvloed door emoties. Vooral Aristoteles besteedt veel aandacht aan de werking van emoties bij het oordelen. Hij beschrijft van 13 emoties de kenmerken (Wat is de emotie?), het subject (Wie ondergaat de emotie?), het object (Op wie/wat richt zich de emotie?) en de oorzaak (Waardoor ontstaat de emotie?). Zo beschrijft hij bijvoorbeeld boosheid als een verlangen naar wraak omdat iemand je ten onrechte minacht. Hij legt uit wie boos wordt op wie en waarom. Een emotie is volgens Aristoteles een gedachte – ik word onterecht geminacht – leidt tot een onprettig gevoel dat alleen weggenomen kan worden door een specifiek gedrag (wraak). Het is een stuurmiddel in handen van de pleiter, omdat de pleiter alleen een gedachte bij de rechter hoeft te wekken en hij kan voorspellen hoe dit zijn oordeel zal beïnvloeden.

Zowel bij ethos als bij pathos wekt de pleiter een emotie bij zijn toehoorder op om zijn overtuigingskracht te vergroeten. Bij ethos is dit de emotie sympathie of vertrouwen en bij pathos zijn dit de andere emoties. Quintilianus ziet ethos en pathos dan ook als twee vormen van hetzelfde overtuigingsmiddel: pathos zijn de opgewonden emoties en ethos zijn de kalme, beheersbare.¹¹

Quintilianus beschrijft hoe in het klassieke Rome een beroep op pathos werd gedaan, men gebruikte niet alleen woorden, maar ook andere middelen om emoties op te wekken:

Niet alleen met woorden ook met bepaalde daden kunnen we tranen opwekken. Zo is het een gewoonte geworden de verdachten vervuild en onooglijk uitgedost te laten opdraven, evenals hun kinderen en ouders, we zien hoe aanklagers bebloede zwaarden tonen, uit wonden afkomstige botsplinters en met bloed doordrenkte kleren, we zien wonden zonder verband en striemen op ontblote lichamen. Het effect van zoiets is meestal enorm, omdat het de mensen als het ware met de neus op de feiten drukt: toen de bebloede toga van Gaius Caesar vooraan meege dragen werd in de begrafenisstoet, bracht dat de Romeinse bevolking tot razernij. Men wist dat hij gedood was, zijn lichaam lag immers op de baar, maar dat van bloed druipend gewaad stelde het beeld van de misdaad zo levensecht voor ogen, dat het leek alsof Caesar niet vermoord was, maar op dat moment werd vermoord.¹²

De expliciete manier waarop de klassieke retorici de emotionele overtuigingsmiddelen gebruikten, is niet zo maar in de huidige, professionele rechtspraktijk toe te passen. Maar, uit de klassieke praktijk kunnen wel twee redenen voor de overtuigingskracht van emoties worden afgeleid, die we kunnen toetsen aan moderne inzichten. De eerste reden is de analyse dat een emotie een gedachte is die leidt tot een gevoel dat leidt tot voorspelbaar gedrag of een voorspelbaar oordeel. De tweede is dat emoties een rol spelen bij het overtuigen omdat de oordeelsvorming wordt beïnvloed door de emotionele staat van de rechter. Daarnaast kunnen we uit

¹¹ Quintilianus (ong. 95) 2001, VI.2:9.

¹² Quintilianus (ong. 95) 2001, VI.1:30-31.

de klassieke praktijk een methode destilleren om emoties op te wekken, namelijk door de rechter 'met de neus op de feiten' te drukken.

4. Emotionele overtuigingsmiddelen in de speeches van Obama

Laten we nu overstappen naar der moderne tijd en de vraag beantwoorden of emotionele overtuigingsmiddelen bij pleidooien nog steeds een rol spelen en, als dit het geval is, welke effect ze hebben en waarom. Dit is gemakkelijker na te gaan bij andere dan juridische redevoeringen, omdat politieke en gelegenheidsredes via de media en vooral via YouTube zijn te bestuderen en juridische nauwelijks.

Wanneer je de speeches van Obama bestudeert, blijkt hij twee troeven te hebben, die steeds weer in zijn speeches terugkomen en waar het publiek enthousiast op reageert: (i) hij refereert aan gemeenschappelijke waarden, en (ii) hij houdt van details en vertelt graag verhalen.¹³

Als voorbeeld gebruik ik hier passages uit speech die Obama in februari 2012 gaf op de United Auto Workers Annual Conference.¹⁴ Vlak voor de 1^{ste} presidentstermijn van Obama was het ernstig mis in de auto-industrie: 400.000 banen waren verloren gegaan en twee van de drie grote autofabrieken (General Motors en Chrysler) waren bijna failliet. Nu – 3 jaar later – begint de branche weer te herstellen. Als Amerika toen, zegt Obama, de handdoek in de ring had gegooid, dan zou de hele auto-industrie verdwenen zijn en dat zou betekenen dat jullie je baan kwijt zouden zijn.

You remember that? (Applause.) You know. (Laughter.) Think about what that choice would have meant for this country, if we had turned our backs on you, if America had thrown in the towel, if GM and Chrysler had gone under. The suppliers, the distributors that get their business from these companies, they would have died off. Then even Ford could have gone down as well. Production shut down. Factories shuttered. Once-proud companies chopped up and sold off for scraps. And all of you, the men and women who built these companies with your own hands, would have been hung out to dry.

More than one million Americans across the country would have lost their jobs in the middle of the worst economic crisis since the Great Depression. In communities across the Midwest, it would have been another Great Depression. And then think about all the people who depend on you. Not just your families, but the schoolteachers, the small business owners, the server in the diner who knows your order, the bartender who's waiting for you to get off. (Laughter.) That's right. (Applause.) Their livelihoods were at stake as well.

And you know what was else at stake? How many of you who've worked the assembly line had a father or a grandfather or a mother who worked on that same line? (Applause.) How many of you have sons and daughters who said, you know, Mom, Dad, I'd like to work at the plant, too? (Applause.)

These jobs are worth more than just a paycheck. They're a source of pride. They're a ticket to a middle-class life that make it possible for you to own a home and raise kids and maybe send them -- yes -- to college. (Applause.) Give you a chance to retire with some dignity and some respect. These companies are worth more than just the cars they build. They're a symbol of American innovation and know-how. They're the source of our manufacturing might. If that's not worth fighting for, what's worth fighting for? (Applause.)

¹³ Eigenlijk is er nog een derde troef, maar omdat deze alleen bij een groot publiek werkt, laat ik deze verder rusten. De derde troef is de climax door herhaling. Een mooi voorbeeld is het slot van overwinningstoespraak van Obama op 7 november 2012 (te vinden op YouTube). Gedurende de speech hanteert hij deze troef regelmatig, maar aan het slot volgen de opsommingen elkaar op waardoor het publiek uiteindelijk op de banken staat en Obama een ovationeel applaus krijgt.

¹⁴ Te vinden op YouTube als Obama's UAW speech van 28 februari 2012: http://youtu.be/R6l3N1qJ_ZY

En dan spreekt hij over de maatregelen die de auto-industrie en hij als president hebben genomen en over de offers die de werknemers hebben gebracht om het herstel van de auto-industrie te bereiken en hij zegt:

Let me tell you, I keep on hearing these same folks [die de handdoek in de ring wilden gooien, MIJ] talk about values all the time. You want to talk about values? Hard work -- that's a value. (Applause.) Looking out for one another -- that's a value. The idea that we're all in it together, and I'm my brother's keeper and sister's keeper -- that's a value. (Applause.)

Zodra Obama – expliciet, zoals hierboven, of impliciet, zoals in de rest van de speech – een beroep doet op gemeenschappelijke waarden of belangen reageert het publiek met applaus. Bij speeches waar het publiek is gefilmd zie je dat het publiek hem meer gelooft, naarmate hij oog blijkt te hebben voor hun waarden en belangen. Er is kennelijk een verband tussen enerzijds waarden of belangen en anderzijds enthousiasme en geloof, dus tussen waarden en emoties,

Uit dezelfde speech een voorbeeld van de tweede troef: Obama houdt van details en vertelt graag verhalen.

I was telling you I visited Chrysler's Jefferson North Plant in Detroit about a year and a half ago. Now, the day I visited, some of the employees had won the lottery. Not kidding. They had won the lottery. Now, you might think that after that they'd all be kicking back and retiring. (Laughter.) And no one would fault them for that. Building cars is tough work. But that's not what they did. The guy who bought --

AUDIENCE MEMBER: What did they do?

THE PRESIDENT: Funny you ask. (Laughter.) The guy who bought the winning ticket, he was a proud UAW member who worked on the line. So he used some of his winnings to buy his wife the car that he builds because he's really proud of his work. (Applause.) Then he bought brand new American flags for his hometown because he's proud of his country. (Applause.) And he and the other winners are still clocking in at that plant today, because they're proud of the part they and their coworkers play in America's comeback.

See, that's what America is about. America is not just looking out for yourself. It's not just about greed. It's not just about trying to climb to the very top and keep everybody else down. When our assembly lines grind to a halt, we work together and we get them going again. When somebody else falters, we try to give them a hand up, because we know we're all in it together.

Obama gebruikt het verhaal van de lottowinnaars om de emotie trots te concretiseren. Hij had kunnen zeggen jullie moeten trots zijn op je werk, want het is belangrijk voor de Amerikaanse economie. Dat zou een duidelijke boodschap zijn, die iedereen met zijn verstand kan begrijpen. Een verhaal is echter effectiever omdat het concrete feiten geeft die de trots invoelbaar maken. Het publiek gaat meeleven met de spelers in het verhaal, waardoor het publiek zich inleeft in de geschetste situatie: Wat zou ik doen als ik de lotto zou winnen? Door het verhaal voelen de toehoorders de trots van de hoofdrolspeler als hun eigen trots. Dit is pathos en het effect ervan is echt begrip.

Kennelijk worden de emoties door een moderne redenaar nog steeds gebruikt. We hebben door de analyse van een moderne speech een derde reden voor de

overtuigingskracht van emoties gevonden. Een beroep op gemeenschappelijk waarden of belangen wekt emoties bij het publiek en maakt het de spreker geloofwaardig. En de speech van Obama levert ons nog een methode om emoties op te wekken, namelijk het vertellen van een verhaal stelt het publiek in staat om mee te leven; het publiek weet niet alleen hoe het is om de in de geschetste situatie te verkeren, maar door met de neus op de feiten gedrukt te worden voelt het ook hoe het is om dat mee te maken.

5. Het verband tussen waarden of belangen en emoties

Steeds als Obama refereert aan de waarden of de belangen van het publiek reageert het met instemmend applaus. Applaudisseren is een emotionele reactie. Er is kennelijk een verband tussen waarden en emoties.

In het midden zestigerjaren van de vorige eeuw is het psychologische en filosofische onderzoek naar emoties in een stroomversnelling geraakt door een cognitieve wending in het onderzoek. In de cognitieve opvatting wordt de mens gezien als een actieve waarnemer, dit wil zeggen dat de mens constant bezig is informatie te verzamelen over de wereld om haar heen. Ze probeert de wereld betekenis te geven door de informatie in verband te brengen met eigen kennis, waarden en belangen. Je zou kunnen spreken van de mens als interpreterende waarnemer. Hierbij vervullen het verstand, de zintuigen en de emoties ieder hun eigen rol.

Vanuit dit cognitieve perspectief zijn vele emotietheorieën ontwikkeld.¹⁵ Over de bestanddelen van een emotie en de relatie tussen de bestanddelen bestaat verschil van mening. Er zijn ook overeenkomsten. Gemeenschappelijk aan deze theorieën is dat een emotie functioneel is, een emotie wordt gezien als een reactie op een gebeurtenis die belangrijk is voor een mens en die de continuïteit van zijn gedrag of van zijn gevoel wijzigen.¹⁶ Het tweede dat de cognitieve theorieën gemeen hebben, is dat een emotie ergens over gaat. Een emotie is niet vooral een beleving van een lichamelijke verandering: het hart dat sneller gaat kloppen en de mond die droog wordt. Neen, het is vooral een reactie op iets in de wereld buiten de geëmotioneerde, een reactie die gepaard kan gaan met lichamelijke veranderingen, maar dat hoeft niet. Hoop op een beter leven is niet verbonden met specifieke lichamelijke gevoelens, maar wel met een neiging tot bepaald gedrag. Het derde dat de cognitieve emotietheorieën gemeen hebben, is dat ze een emotie zien als een reactie op iets dat voor de geëmotioneerde waardevol is. Verdriet is niet alleen een verdrietig gevoel dat een mens 'van binnen' voelt, maar hangt samen met het verlies van iets dat voor haar van belang was. Dát het verlies van waarde is, taxeert ze met haar verstand én haar gevoel. Het verlies krijgt een bepaalde betekenis toegedicht waardoor ze geneigd is haar gedrag ten opzichte van het verlorene aan te passen. Iemand die verdrietig is omdat een dierbare is overleden heeft de neiging om alleen

¹⁵ Voor een overzicht zie Pott 2003.

¹⁶ Frijda 2008, 13.

nog aan de overledene te denken; al het andere is onbelangrijk. Dus, steeds als voor de betrokkene iets op het spel staat waardevol is, beleeft hij een emotie en is hij geneigd zijn gedrag aan te passen. In de cognitieve opvatting is het verband tussen emoties en belangen of waarden dus tamelijk rechtstreeks. De eerste reden voor de overtuigingskracht van emoties blijkt in overeenstemming te zijn met de wetenschappelijke inzichten.

6. Het verband tussen de bestanddelen

Eén van de redenen voor de overtuigingskracht van emoties, die voortkwamen uit de klassieke retorische praktijk en die ik zou toetsen aan wetenschappelijke inzichten, is het verband tussen de bestanddelen van een emotie. Een emotie is een gedachte, die leidt tot een gevoel, dat leidt tot voorspelbaar gedrag of een voorspelbaar oordeel. Als dit waar is, dan zijn emoties een belangrijk overtuigingsmiddel voor de pleiter. Deze opvatting van een emotionele beleving – gedachte leidt tot gevoel dat leidt tot specifiek gedrag – is van Aristoteles en blijkt voor wat betreft de bestanddelen overeen te komen met de cognitieve opvatting die ik hierboven beschreef. Het verschil is echter dat Aristoteles veronderstelde dat de pleiter alleen een gedachte bij zijn publiek hoeft te wekken en het gevoel en het gedrag dat volgt, is voorspelbaar. Stop er verlies in en er komt verdriet uit, stop er miskenning in en er komt boosheid uit, stop er onverdiend ongeluk in en er komt medelijden uit. Terwijl volgens de cognitieve opvatting de voorspelbaarheid veel minder groot is. Het verband tussen de bestanddelen van een emotie is niet causaal, maar er is sprake van een betekenisrelatie. De gebeurtenis wordt als verlies, miskenning of onverdiend ongeluk geduid, dit is een persoonlijke duiding. Ook het gedrag dat volgt, is in hoge mate afhankelijk van de persoon. Het verlies van iets waardevols leidt bij de een tot woede, bij de ander tot berusting en bij weer een ander tot verdriet. Woede, berusting of verdriet kunnen op verschillende manieren geuit worden, ze kunnen tot emotioneel expressief gedrag leiden, maar ze kunnen ook niet worden geuit. En, tussen deze uitersten is nog allerlei ander gedrag denkbaar.

Er is dus een verband tussen de bestanddelen van een emotie; tussen de waarderende gedachte, het waarderende gevoel en de neiging tot gedrag, maar dit is geen causaal verband. De pleiter heeft met emotionele overtuigingsmiddelen wel stuurmiddelen in handen, maar het doel dat je met sturen kunt bereiken heeft een zekere bandbreedte, omdat de emoties voor een deel persoonlijk zijn en op persoonlijke wijze worden geuit. Enerzijds blijkt het emotionele gedrag of oordeel niet zo voorspelbaar als Aristoteles dacht, anderzijds bevat de emotie een gedachte waardoor de emotionele beleving wel degelijk stuurbaar is, omdat deze gedachte voor reflectie, beïnvloeding en regulering vatbaar is. De klassieke opvatting blijkt dus niet houdbaar, maar is ook niet helemaal onjuist.

7. Rechterlijk emoties beïnvloeden de oordeelsvorming

De derde reden die voortvloeide uit de klassieke retorische praktijk is de feitelijke veronderstelling dat emoties helpen bij het overtuigen omdat de oordeelsvorming wordt beïnvloed door de emoties van de rechter. Dit uitgangspunt wordt bevestigd door psychologisch onderzoek.

Op de eerste plaats kunnen de feiten van de zaak die voorligt emoties bij de rechter opwekken, omdat deze raken aan waarden die behoren tot zijn persoonlijke waardepakket. Sommige zaken zijn zo gruwelijk of vervelend of onroerend dat ze de rechter emotioneren.

Op de tweede plaats maken de emoties van de rechter empathie mogelijk. Empathie is simpel uitgedrukt het vermogen om het perspectief van een ander in te nemen. Susan Bandes een van de pioniers op het terrein van empathie en recht spreekt van een 'imaginative leap into the mind of others'.¹⁷ Empathie onderscheidt zich van sympathie of medelijden, omdat dit emoties zijn en empathie niet. Empathie is een vermogen, een manier om anderen te begrijpen. Het vereist emotionele luciditeit, inzicht in eigen emoties, om je te kunnen verplaatsen in een andere persoon, door niet alleen te bedenken hoe het is om een ontslagen 56-jarige te zijn die moedeloos is geworden van het vruchteloze solliciteren, maar dit ook te voelen. Daarvoor moet je kunnen putten uit eigen emotionele ervaring. Het vereist een werkwijze die lijkt op analogie. De eerste stap is om te bedenken hoe deze partij zich voelt: moedeloos van het vruchteloze solliciteren. Vervolgens gaat de rechter bij zichzelf te rade, op zoek naar een situatie waarin hij zich moedeloos voelde. Om dit herinnerde gevoel te gebruiken om de motieven en het gedrag van de werkeloze 56-jarige te begrijpen. Het is een soort analogisch voelen. De rechter moet dus eigen emoties gebruiken om empathisch te zijn, waardoor hij het gedrag en de motieven van anderen beter kan begrijpen en dit begrip beïnvloedt het rechterlijk oordeel.¹⁸

Op de derde plaats beïnvloedt de emotionele staat van de rechter de oordeelsvorming, omdat emoties een functie vervullen bij de informatieverwerking. Deze functie van emoties heeft een evolutionaire achtergrond. Als onderdeel van de vlucht- en vechimpuls organiseren emoties de lichaamsfuncties zo, dat snel en adequaat gereageerd kan worden op een emotionerende gebeurtenis. Hierdoor fungeert een emotie als een soort schijnwerper, helpt te focussen en licht de emotionerende eigenschappen van een situatie uit. Deze biologische functie hebben emoties in zekere zin behouden toen de hersenen doorontwikkelden en de neocortex ontstond.¹⁹ Een emotionele beleving maakt het door deze biologische achtergrond mogelijk om de bijzonderheden in een situatie te onderscheiden en om bij het oordelen een eind te maken aan het wikken en wegen.²⁰

Empirisch onderzoek wijst uit dat er een verband bestaat tussen emoties van de beslisser en de omgang met informatie. Een voorbeeld van een aangetoond verband is de invloed die emoties hebben op de informatieverwerking en -verwerking door het

¹⁷ Bandes 2009, 136.

¹⁸ Vergl. Colby 2011-2012.

¹⁹ Strien 2000; Massey 2002.

²⁰ Damasio (1995) 2000, 214-219.

gevoel van zekerheid of onzekerheid dat ze belichamen. De positieve emoties geluk en tevredenheid blijken net als de negatieve emoties boosheid en weerzin een gevoel van zekerheid uit te drukken; terwijl hoop, verbazing, angst en bezorgdheid een gevoel van onzekerheid uitdrukken. Andere emoties – zoals verdriet – zitten tussen de uitersten in. Naarmate het gevoel van onzekerheid groter is, zullen mensen hun best doen om meer zekerheid te krijgen door meer aandacht te geven aan de informatieverwerving en -verwerking voordat ze beslissen. Ze zullen secuur op zoek gaan naar gedetailleerde informatie. Naarmate het gevoel van zekerheid toeneemt, zal de oordeelsvorming oppervlakkiger worden, zal er een grotere invloed van vuistregels zijn en zal de rechter meer moeite hebben met het herkennen van patronen en van wat afwijkt van het normale.²¹

Boosheid en tevredenheid kunnen de kwaliteit van het rechterlijk oordeel bedreigen, omdat naarmate het gevoel van zekerheid toeneemt de oordeelsvorming oppervlakkiger verloopt, de rechter meer moeite heeft om sterke van zwakke argumenten te onderscheiden, en hij minder factoren bij de afweging betreft. Terwijl verbazing en bezorgdheid juist de gedegenheid van de oordeelsvorming bevorderen.

Al bij al zijn er genoeg argumenten om de drie redenen voor de overtuigingskracht van emoties te aanvaarden.

8. Retorische adviezen voor de moderne pleiter

De redenen voor de overtuigingskracht van emotionele middelen blijken de toets aan moderne wetenschappelijke inzichten te doorstaan. Emoties kunnen fungeren als overtuigingsmiddel omdat ze min of meer stuurbaar zijn, omdat de oordeelsvorming wordt beïnvloed door de emotionele staat van de rechter en omdat er een rechtstreeks verband is tussen emoties en waarden of belangen. Maar, hoe kunnen pleiters emotionele middelen inzetten? Uit het bovenstaande kunnen verschillende adviezen worden gedestilleerd

Advies 1: het gebruik van pathos

Hoe kunnen emoties gewekt worden? Bij de analyse van de UAW-speech van Obama bleek dat het publiek emotioneel reageert als er (gemeenschappelijke) waarden en belangen in de orde worden gesteld en dat het belangrijk is de feiten in verhaalvorm te vertellen.

Toehoorderemoties kunnen ontstaan wanneer de waarden in het geding zijn, dus een pleiter moet tijdens zijn voorbereiding op zoek naar de waarden/belangen die spelen bij deze zaak vanuit het perspectief van zijn cliënt en dat van de rechter. In 1994 speelde de volgende zaak: Een vrouw (de moeder), getrouwd met S., leeft al jaren met een andere man (D.) samen. Uit de laatste relatie wordt een kind geboren. Onder het toen geldende afstammingsrecht had het kind dat staande een huwelijk geboren was de echtgenoot (S.) tot vader. De moeder, inmiddels gescheiden van S., ontkent diens vaderschap en D. erkent het kind. De wet bepaalde echter dat de ontkenning en de erkenning alleen dan gevolg hebben als de moeder en de

²¹ Feigenson & Park 2006, 147-148. Zie voor emotionele vuistregels IJzermans 2011, H5.

natuurlijke vader binnen een jaar na de geboorte van het kind in het huwelijk zijn getreden. Dit laatste was niet gebeurd. Het cassatiemiddel wordt als volgt afgesloten:

Zij [de verzoekers, MIJ] zien niet hoe het verlies van de band tussen het kind en de met de Noorderzon vertrokken S., van wie de verblijfplaats en zelfs het bestaan geheel onbekend zijn, en die zich in geen enkel opzicht iets aan het kind (dat alleen formeel-juridisch zijn kind is) gelegen laat liggen, (ooit) zou kunnen opwegen tegen het bevestigen van de bestaande biologische band tussen de vader D. en zijn kind, waardoor het kind zijn plaats in het gezin, waar hij zich reeds feitelijk geborgen weet, ook familierechtelijk ziet bevestigd.²²

In het middel legt de advocaat de nadruk op de belangen van het kind (deel van een gezin zijn, geborgenheid) en het meer algemene belang dat de juridische situatie in overeenstemming is met de feitelijke.

Eerder heb ik Quintilianus geciteerd die beschreef hoe pathos in het Rome van zijn tijd werd gebruikt en concludeerde ik dat de expliciete manier waarop klassieke retorici emoties wekten door de gevolgen te laten zien niet in de huidige, professionele praktijk past. Toch zijn er wel vergelijkbare voorbeelden te vinden. In de serie 'De beste in zijn vak' in Vrij Nederland²³ vertelt officier van justitie Wouter Bos dat sommige zaken hem aangrijpen en als voorbeeld geeft hij de zaak van de man die zijn vriendin verminkt door haar met zwavelzuur te overgieten: 'Dan is het niet gek dat je in je requisitoir je boosheid laat blijken.' Deze zaak is bijzonder gruwelijk.²⁴ Het slachtoffer heeft iets onbeschrijflijks beleefd. Het gezicht, de hals en het bovenste gedeelte van de romp zijn ernstig verbrand zodat zij verminkt is, vreselijk pijn lijdt en problemen ondervindt in haar sociale leven. Het slachtoffer heeft een schriftelijke slachtofferverklaring afgelegd om de rechter onder meer op deze consequenties te wijzen en zij is bij de zitting aanwezig om de verdachte met de gevolgen van zijn daad te confronteren. Haar aanwezigheid op de zitting heeft – zoals elke uitoefening van het slachtofferspreekrecht – vooral tot doel de gevolgen van het misdrijf voor haar leven in de procedure in te brengen en zo haar stem als slachtoffer in de rechtszaal te laten horen. Het gaat om het realiseren van het expressieve aspect van de procedurele rechtvaardigheid in de hoop dat dit bijdraagt aan het herstel van de emotionele schade.²⁵ Een bijkomend effect van haar aanwezigheid is pathetisch. Het gebruik van het overtuigingsmiddel pathos op een vergelijkbare manier als Quintilianus beschrijft.

De derde manier om emoties bij de toeschouwers te wekken is door de feiten in te passen in een verhaal, zodat de toehoorder zich vereenzelvigd met de spelers in het verhaal. Dit vereist dat de pleiter het dossier volledig beheerst. Door de vorm van het verhaal te gebruiken kan de pleiter de werkelijkheid zoals deze voor zijn cliënt geldt weergeven. Het standaardwerk over de functie van het verhaal in procedures heet

²² Hoge Raad 17 september 1993, NJ 1994, 373.

²³ Deze serie is gestart in VN nr. 03, 2013, vervolgafleringen verschijnen onregelmatig.

²⁴ Rb. Den Haag 8 mei 2012, LJN: BW5092.

²⁵ Pemberton 2005/5.

dan ook *Reconstructing reality in the courtroom*.²⁶ De auteurs laten zien dat in een procedure de feiten van het geval hun betekenis ontleen aan de context van het verhaal waarin ze een rol spelen. Het feit dat een automobilist een voetganger niet gezien heeft, kan in de context van het verhaal van het slachtoffer het bewijs zijn voor de roekeloosheid van de automobilist, terwijl hetzelfde feit in het verhaal van de automobilist dient als verklaring voor de aanrijding.

Een verhaal stelt de toehoorder in staat om zich in te leven. Door met de neus op de feiten gedrukt te worden weet deze niet alleen hoe het is om dit mee te maken, maar voelt deze het ook. Hierdoor kan de pleiter empathie wekken of – beter gezegd – het gebruik van het vermogen tot empathie bevorderen. De pleiter zou in zijn verhaal de eerste stappen voor het analogisch voelen kunnen zetten. Uiteenzetten hoe zijn cliënt zich voelt en een situatie schetsen waarin iedereen zich zo zou voelen, om vervolgens vanuit dit gevoel de motieven en het gedrag van zijn cliënt verklaren.

Advies 2: het gebruik van ethos

Bij ethos gaat het om geloofwaardigheid. Niet omdat iemand de reputatie heeft betrouwbaar te zijn, maar door de middelen die hij tijdens de procedure gebruikt. Ethos krijgt gestalte door de inbreng van de advocaat voorafgaand aan de zitting en door het gedrag en het voorkomen van de pleiter in de rechtszaal.

Volgens empirisch onderzoek van Andeweg en de Jonge kent geloofwaardigheid een aantal vaste elementen, waardoor het begrip goed te operationaliseren is. Iemand is in het algemeen geloofwaardig als hij deskundig en integer is.²⁷ Deze twee begrippen vullen ze nader in met behulp van steekwoorden die mooi samenvallen met de klassieke eisen van Aristoteles: gezond verstand, goed karakter en goede wil. Als we deze elementen uit het onderzoek van Andeweg en de Jonge toesnijden op de advocaat/pleiter dan komen we tot de volgende geloofwaardigheidsfactoren.

- Een advocaat/pleiter moet laten zien deskundig te zijn. Deskundigheid eist dat de pleiter goed geïnformeerd is, dit blijkt uit zijn dossierkennis en zijn kennis v/h recht. Daarnaast eist het dat de pleiter intelligent is, zodat hij in staat is om complexe zaken te ordenen, samen te vatten en deze helder te verwoorden (*gezond verstand*)
- Andeweg en de Jonge eisen voor geloofwaardigheid integriteit. Dit omvat een *goed karakter* en *goede wil*. Wat een *goed karakter* betekent voor een advocaat/pleiter kunnen we bepalen aan de hand van de Gedragsregels 1992 van de Orde van Advocaten en de zes kernwaarden geformuleerd door de Commissie Van Wijmen.²⁸ Een pleiter toont een goed karakter als hij (i) zelfstandig en onafhankelijk is; (ii) partijdig is, zodat hij altijd handelt het belang

²⁶ Bennett & Feldman 1981.

²⁷ Andeweg & Jonge 2004. Deze auteurs noemen: deskundigheid (intelligent, capabel, goed geïnformeerd), integer (eerlijk, onzelfzuchtig en vriendelijk) en baseren zich hierbij op onderzoek van D.J. O'Keefe, *Persuasion: theory and research*, Thousand Oaks: Sage 2002.

²⁸ De Commissie Van Wijmen heeft geadviseerd zes kernwaarden voor een goede rechtsbedeling in de Advocatenwet op te nemen. De door deze Commissie geformuleerde kernwaarden komen overeen met de algemene beginselen in de Code of Conduct for European Lawyers aangenomen door de Council of Bars and Law Societies of Europe op 19 mei 2006.

van zijn cliënt; (iii) betrouwbaar, zorgvuldig en eerlijk is; (iv) professioneel is, dit betekent dat hij zich zo gedraagt dat vertrouwen in de advocatuur en de eigen beroepsuitoefening niet wordt geschaad. Uit de tuchtrechtspraak blijkt dat de eis van de professionaliteit nogal ruim is en dat deze geschonden wordt bij allerlei schadelijk gedrag dat kan uiteenlopen van onhoffelijk en onbeschoft gedrag tot oplichting; (v) het vertrouwen van zijn cliënt niet schendt; bijdraagt aan de kwaliteit en de doelmatigheid van de rechtsbedeling, en de rechtzoekenden helpt hun rechten te effectueren.

- *Goede wil* vereist elk gedrag dat de communicatie ter zitting bevordert. Dit impliceert een welwillende houding ten opzichte van alle bij de procedure betrokken personen.

Al deze eisen kunnen bijdragen aan het ethos van de pleiter en leiden tot gedrag dat de geloofwaardigheid van de pleiter bevordert en daardoor zijn overtuigingskracht vergroot. Het levert een lijst met geloofwaardigheidsfactoren op die doet denken aan de lijsten die je in de Amerikaanse handboeken aantreft in het hoofdstuk over 'advocate credibility'.

9. Afsluiting

De overtuigingskracht van de advocaat/pleiter kan verbeteren als hij de retorica als inspiratiebron gebruikt. De retorica geeft bruikbare adviezen om effectiever te zijn tijdens de procedure en bij te dragen aan de communicatie ter zitting. Het verstand en de emoties spelen hierbij een gelijkwaardige rol. Tijdens de voorbereiding van het betoog zullen steeds drie vragen de creativiteit moeten leiden: Wat draagt dit element bij aan de redenering? Wat draagt dit bij aan mijn geloofwaardigheid (of die van mijn cliënt)? Wat draagt dit bij aan de betrokkenheid/empathie/emotionele staat van de rechter? Ik spreek hier over kennis, emoties en creativiteit. Ik spreek hier over een kunst, Ik spreek hier over de kunst van het overtuigen.

Verkort aangehaalde literatuur

- B. Andeweg & J. de Jonge, *De eerste minuten. Attentum, benevolum en docilem parare in de inleiding van toespraken (diss. RUN)*, Den Haag: SDU 2004.
- Aristoteles, *Retorica*, Groningen: Historische Uitgeverij (ong. 340 vC) 2004 (*Rhetorica*-vertaald door M. Huys).
- S. Bandes, 'Empathic judging and the rule of law', *Cardozo Law Review* 2009, p. 133-148.
- W.L. Bennett & M.S. Feldman, *Reconstructing reality in the courtroom*, London/New York: Tavistock Publications 1981.
- A.C. Braet, *Retorische kritiek. Overtuigingskracht van Cicero tot Balkenende*, Den Haag: Sdu Uitgevers 2009.
- A. Broekers-Knol e.a., *Pleitwijzer*, Amsterdam: Bert Bakker 2005.
- Cicero, *De ideale redenaar*, Amsterdam: Polak & Van Gennep (55 vC) 2004 vertaald door H.W.A. van Rooijen-Dijkman & A.D. Leeman) (*De Oratore*).
- T.B. Colby, 'In defense of judicial empathy', *96 Minnesota Law Review* 2011-2012, p. 1944-2015.
- A.R. Damasio, *De Vergissing van Descartes. Gevoel, verstand en het menselijk brein*, Amsterdam: Wereldbibliotheek (1995) 2000 (*Descartes' error*: vertaald door L. Teixeira de Mattos).
- N. Feigenson & J. Park, 'Emotions and attributions of legal responsibility and blame: a research review', *Law Hum Behav* 2006, 30, p. 143-160.
- N.H. Frijda, *De wetten van de emotie*, Amsterdam: Bert Bakker 2008.
- R.C. Hartendorp, *Praktisch gesproken. Alledaagse civiele rechtspleging als praktische oordeelsvorming (diss. Rotterdam)*, Rotterdam: Erasmus Universiteit 2008.
- M. Huys, 'Inleiding', in: Aristoteles, *Retorica*, Groningen: Historische Uitgeverij 2004, p. 8-17, 20-21, 37-39, 98-99, 133, 145-146, 186-188, 219.
- M.G. IJzermans, *De overtuigingskracht van emoties bij het rechterlijk oordeel (diss. Tilburg)*, Den Haag: Boom Juridische uitgevers 2011.
- A.D. Leeman & A.C. Braet, *Klassieke retorica. Haar inhoud, functie en betekenis*, Groningen: Wolters-Noordhoff / Forsten 1987.
- J.S. Lerner & D. Keltner, 'Beyond valence: Toward a model of emotion-specific on judgment and choice', *Cognition and Emotion* 2000, 4, p. 473-493.
- J. van der Linden, *De ware pleiter*, 's-Gravenhage: A. Jongbloed & Zoon (1827)1989.
- D. Massey, 'A brief history of human society: the origin and role of emotion in social life', *American Sociological Review* 2002, p. 1-29.
- A. Pemberton, 'Het spreekrecht: vergelding of herstel?', *Tijdschrift voor Herstelrecht* 2005/5, 3, p. 34-44.
- H. Pott, 'Emoties en rationaliteit revisited: nieuw seizoen voor de emotiefilosofie', *Wijsgerig perspectief* 2003, 2, p. 4-16.
- Quintilianus, *De opleiding tot redenaar*, Groningen: Historische Uitgeverij (ong. 95) 2001 (*Institutio oratoria*-vertaald door P. Gerbrandy).
- P. Scholten, *Mr. C. Assers's Handleiding tot de beoefening van het Nederlandse Burgerlijk Recht, Algemeen Deel*, Zwolle: W.E.J. Tjeenk Willink (1931) 1974.
- A. Soeteman, *Met kracht van argumenten : een inleiding tot het beoordelen van juridische argumentaties*, Nijmegen: Ars Aequi Libri 2010.
- J.W. van Strien, 'De neuropsychologie van emoties', *Neuropraxis* 2000, p. 135-143.
- J. Verplaetse, *For the sake of argument : argumentatieleer voor juristen en ethici*, Antwerpen/Apeldoorn: Maklu 2008.