

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

TIPS & TOOLS

| Deze rubriek richt zich op (niet alleen jonge) onderzoekers. Simpel en kort: hoe was het ook al weer? Over principes of procedures in kwalitatief onderzoek.

Het ontwerpen van een checklist voor kwalitatief empirisch onderzoek

Edward Groenland*

Oké, je wilt een checklist voor kwalitatief onderzoek opzetten. Dat wil zeggen: je wilt een gesprekleidraad maken die je kunt gebruiken bij diepte-interviews of focusgroepen. Ik veronderstel daarbij dat je deductief kwalitatief onderzoek wilt uitvoeren. Dat betekent dat het doel van het onderzoek is om een vooraf opgesteld conceptueel model te testen op zijn ecologische validiteit (klopt het model met de alledaagse praktijk?).

De data worden gevormd door alles wat werd gezegd door de respondent(en) tijdens het interview of de focusgroep. De letterlijke weergave ervan (transcriptie), dus de uitgesproken woorden en de zinnen, worden naderhand geanalyseerd. Voor een voorbeeld van een analysemethode die hierbij past, zie Groenland (2014).

Bij dit soort onderzoek is de checklist semigestructureerd. Dat wil zeggen dat enerzijds de componenten van het conceptueel model worden gevolgd, maar dat anderzijds in de breedte en in de diepte wordt doorgevraagd.

We willen geen beschrijvend onderzoek uitvoeren maar verklarend onderzoek. Daarom staat in alle gevallen de ‘waarom-vraag’ centraal en komt deze vraag in alle gevallen waarin dit zinvol is voor in de checklist.

Opbouw van de checklist

Een standaardchecklist heeft een opbouw in drie gedeeltes: een *inleiding*, de *vragen* en de *afrondding*. Deze worden nu achtereenvolgens besproken.

Inleiding van de checklist

Je legt uit dat alle antwoorden goed zijn en dat het besprokene betrouwbaar blijft. Maar het belangrijkste is dat je hier de spelregels van het gesprek introduceert. Je vertelt dat je als interviewer soms doorvraagt en dat je soms een onderwerp afbreekt. Je legt uit dat dit nodig is voor een efficiënt gesprek. Dit heet het ‘psycho-

* Prof. dr. Edward Groenland is als hoogleraar Business Research Methodology verbonden aan Nyenrode Business Universiteit te Breukelen. E-mail: e.groenland@nyenrode.nl.

logisch contract'. Het geeft je de legitimiteit om baas te blijven over het gespreksverloop.

Vragen in de checklist

Elk van de blokken van het conceptueel model komt terug in een vragenblokje in de checklist.

Elk vragenblokje bevat een openingsvraag die open is geformuleerd, en wel in spreektaal. Je maakt twee varianten van de openingsvraag die hetzelfde inhouden, maar die in andere woorden zijn geformuleerd. Je gebruikt de tweede versie als de respondent aangeeft dat hij de eerste versie van de vraag niet begrijpt.

Elke openingsvraag in de checklist wordt gevolgd door een aantal detailvragen. Die hoeven niet per se allemaal te worden gesteld. Vaak beantwoordt de respondent deze al spontaan. Soms nodigt de openingsvraag uit tot het vertellen van een gebeurtenis in eigen woorden.

In een aantal gevallen wordt zowel naar de feitelijke als de ideale situatie gevraagd, met een nadere toelichting van de respondent. Een voorbeeld:

We gaan het hebben over afval scheiden bij u thuis. Kunt u mij eens vertellen hoe dit in uw huishouden de afgelopen periode ging? Dan doorvragen: Wie waren erbij betrokken, wat deden ze? Dan: Zou dat ook anders kunnen? Hoe dan? Ten slotte: Waarom gebeurt het nu op deze manier? Wat zou de ideale manier zijn, en waarom?

Alle vragen moeten eenduidige woorden bevatten; gebruikt een respondent zelf een containerbegrip, dan vraag je onmiddellijk wat hij of zij bedoelt.

Uiteraard wordt elke nieuw ontworpen checklist eerst uitvoerig getest. Het gaat dan zowel om de begrijpelijkheid van de vragen als om de hoeveelheid tijd die feitelijk benodigd is om een vraagblokje met de respondent te behandelen. Vaak is een eerste versie van de checklist veel te lang en moet deze vervolgens worden ingekort.

Bij expertinterviews kan het soms voorkomen dat de respondenten ook in staat zijn om de pijlen van het conceptueel model (causale relaties) te interpreteren. In dit geval heeft het zin om daarover vragen te stellen; in alle andere gevallen beslist niet.

In de checklist kun je ook gebruikmaken van zogeheten 'elicitatietechnieken'. Dit zijn uitlokkingstechnieken die de respondent helpen om preciezere, completere en soms eerlijkere antwoorden te geven. Voorbeelden zijn associatietechnieken en projectietechnieken, maar ook collages en een rollenspel kunnen worden ingezet. Zie voor een rijk overzicht van de vormen en toepassingsmogelijkheden van elicitatietechnieken Stalpers (2007).

Checklists worden bij voorkeur zodanig opgesteld dat er enige vorm van *variatie* is in de taken die de respondent moet uitvoeren. Dat kan bijvoorbeeld door een van de hierboven genoemde elicitatietechnieken in de checklist op te nemen. Vaak is de aandachtsspanne van een respondent relatief kort; taakvariatie zorgt voor meerdere, kortere aandachtsbogen.

Ten slotte denk je na over mogelijke *volgorde-effecten* ten aanzien van de vragen in je checklist. Zo nodig kun je de volgorde van de vragen systematisch rouleren.

Afronding van de checklist

Je geeft aan dat het gesprek plezierig was en dat de antwoorden heel bruikbaar zijn voor het onderzoek. Het benadrukken van de opbrengst van het gesprek (die is er altijd) is belonend voor de respondent. Je bedankt de respondent voor de geleverde inzet! Daarna overhandig je de eventuele vergoeding.

Vervolgens blijf je nog even beschikbaar voor een mogelijk spontaan nagesprekje. Vaak willen respondenten namelijk alsnog iets toevoegen aan hetgeen ze eerder hebben gezegd. Dit komt doordat dan de taakspanning van het gesprek voor hen is weggevallen.

Tot slot

Je maakt onmiddellijk na ieder interview aantekeningen: wat was het voor soort respondent? Cognitief, emotioneel, spontaan, berekenend? Zag je eerlijkheid, openheid, cynisme, ironie, sarcasme, sardonische reacties, onbevangen reacties? En hoe was de algemene gespreksmotivatie? Deze gegevens kun je bij de analyse aanvullend gebruiken.

Succes met je onderzoek!

Literatuur

- Groenland, E.A.G. (2014). *Employing the Matrix Method as a tool for the analysis of qualitative research data in the business domain*. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=2495330>
- Stalpers, J. (2007). Elicitatietechnieken in kwalitatief onderzoek. *KWALON* 34, 12(1), 32-39.