

Hoorcollege 5

Method: surveys

Surveys in het algemeen

Sociale wetenschappers zijn vaak geïnteresseerd in verbanden tussen veel kenmerken of variabelen. Hiervoor zijn vragenlijsten vaak handig. Surveys (ook enquêtes en vragenlijsten) worden ook vaak gebruikt in een niet belangrijke context zoals een vrouwenblad. Maar ook worden ze gebruikt in een verkiezingsonderzoek. Er zijn een aantal bedrijven die hun werk hebben gemaakt van het maken van vragenlijsten en het afnemen van vragenlijsten.

Surveys worden ook vaak gebruikt voor en door de overheid (zoals het CBS). Het is een onderzoek naar correlatie.

Hoe mensen contacteren?

Er zijn verschillende manieren om in contact te komen met mensen:

- De face-to-face enquête. De interviewer zoekt dan persoonlijk contact met de participanten, ze gaan daar op bezoek en dergelijke. Het kan afgenomen worden via een papierenvragenlijst of via een computer. Dit kost veel geld en tijd en de validiteit kan beïnvloed worden.
- De telefoon enquête. De interviewer belt in dit geval de respondent.
- De post enquête. Dit is een vragenlijst op papier. Deze worden opgestuurd en dan vervolgens weer teruggestuurd. Hierbij kan de respondent niet beïnvloed worden maar er kunnen ook geen complexe vragen gestuurd worden.
- De web enquête, Dit is een vragenlijst via internet. Deze is moeilijk om mensen in te laten vullen. Veel mensen verwijderen het gewoon.

Externe kwaliteit

Er kunnen verschillende fouten gemaakt worden:

- Fout door non-observatie is wanneer sommige mensen niet geobserveerd worden. Er is dan een groot verschil tussen de populatie en de respondenten. Het kan dus tot verkeerde conclusies leiden. Deze fout kan meerdere oorzaken hebben. Voorbeelden hiervan zijn dekking (als de steekproef niet representatief is), sampling (manier hoe respondenten verzameld worden), non-contact (als iemand bijvoorbeeld niet thuis is), onbekwaamheid (bijvoorbeeld het verkeerde tijdstip) en weigering.
- De dekkingsfout is geen probleem voor face-to-face of post want alle adressen zijn bekend. Via de telefoon kan een wetenschapper hier wel mee te maken krijgen want niet alle telefoonadressen zijn bekend en dit geldt ook voor mailadressen als we het via het web willen onderzoeken.
- De sampling fout is geen probleem voor de post want er zijn lage kosten en voor het web want daar zijn geen kosten en gaat erg snel.
- De non-contact fout is geen probleem voor de post want de brief wordt bezorgd. Voor face to face en telefoon is het al moeilijker omdat de interviewer op verschillende momenten gaat. Voor het web is het onmogelijk want worden alle emails wel goed verzonden en bij iedereen bereikt?

- De onbekwaamheids-fout is geen probleem voor face-to-face onderzoek want een interviewer is heel flexibel. De telefoon is lastig voor dove mensen, de post kan lastig zijn omdat je daarvoor lees- en schrijfvaardigheden nodig hebt en het web is moeilijk omdat je daarvoor lees- en computervaardigheden nodig hebt.
- Weigering is geen probleem voor face-to-face want de interviewer kan de respondent overhalen. Via de telefoon en via het web gaat dit niet blijkt uit ervaring en via de post is er geen controle.

Weigeringen zijn vaak het grootste probleem.

Als alles vergeleken wordt is face-to-face de beste methode, het enige nadeel is dat het heel duur is. Maar het is wel de beste methode om het te onderzoeken

Hoe externe kwaliteit verhogen?

Fouten door non-observatie kunnen vermeden worden. Een simpele manier is door meerdere contactpogingen te proberen. Eerst een introductiebrief, dan een vragenlijst, dan een bedankkaartje, dan een herinnering en nieuwe vragenlijst en dan een laatste herinnering. Dit is een bewezen effectieve methode. Het helpt ook om de respondent zo persoonlijk mogelijk te betrekken. Ook helpt het om twee manieren te gebruiken. Bijvoorbeeld en via de post en via het web. Dit wordt een mixed-mode enquête genoemd.

Interne kwaliteit

En fout door observatie kan meerdere oorzaken hebben.

De respondent: Interpreteert de vraag, vormt een antwoord, oordeelt over het antwoord en rapporteert het antwoord. Er zijn verschillende soorten fouten:

- Interpretatiefout: de respondent interpreteert de vraag fout. Bij een kan face-to-face onderzoek interviewer de vraag verduidelijken en dit kan ook via de telefoon. Hier is weinig aan te doen via de post en via het web want daarbij kan niemand het uitleggen.
- Vormings-fout: de respondent vormt een foutief antwoord. Dit gebeurt veel bij web-surveys omdat respondenten vaak multitasken en zich dan niet goed concentreren op de vraag en het antwoord dat ze willen gaan geven. Bij een face-to-face methode kan de interviewer de respondent aanmoedigen. Bij telefoon en post is het moeilijker.
- Oordeelfout: respondent verdraaid zijn/haar antwoord. Dit komt vaak voor bij gevoelige vragen en dus bij face-to-face en telefoon surveys omdat mensen zich dan vaak schamen tegenover de interviewer. Bij web en post-surveys is de kans op deze fout juist kleiner omdat het anoniem is en er dus geen oordeel wordt gegeven over de antwoorden die de respondent geeft.
- Reporteringsfout: verkeerd antwoord wordt gerapporteerd. Komt veel voor bij web- en post-surveys omdat er geen interviewer is die kan helpen. Hierbij is kans op primacy effect, waarbij alleen de eerste antwoordcategorieën worden gelezen en er niet verder wordt gekeken. Ook is er een kans dat een respondent overal dezelfde antwoorden geeft zonder na te denken omdat hij/zij niet te veel moeite wil doen.

Opnieuw heeft iedere methode voor- en nadelen. Het face-to-face model is het beste maar wel erg duur.

Hoe interne kwaliteit verhogen?

Observatie fouten kunnen worden vermeden in de vragenlijst (en door de interviewer). De onderzoeker heeft alle vrijheid maar hoe de respondent reageert is een grote beperking.

- Stel geen dubbele vragen (interpretatiefout).
- Stel geen dubbele negatieve vragen (interpretatiefout).
- Vraag niet naar een ver verleden (vormingsfout).
- Vraag geen moeilijke berekening (vormingsfout).
- Vraag niet naar zaken die er niet zijn (vormingsfout).
- Stel geen suggestieve vragen (oordeel-fouten).
- Wees voorzichtig met gevoelige vragen (oordeel-fouten).
- Gebruik gebalanceerde antwoordschalen (rapporterings-fouten).
- Gebruik geen overlappende antwoord antwoordcategorieën (rapporterings-fouten).
- Vergeet geen antwoordcategorieën (rapporterings-fouten).
- Gebruik open/gesloten vragen op de juiste plaats (rapporterings-fouten).

Er zijn ook een aantal richtlijnen om vragenlijsten te verbeteren:

- Beperk de lengte van de vragenlijst.
- Vermijd volgorde effecten.
- Combineer vragen in inhoudelijke blokken.
- Gebruik een duidelijke routing in de vragenlijst.
- Schrijf een goede introductie voor een goede duidelijkheid van de vragenlijst.
- Schrijf duidelijke overgangen tussen vragen.
- Schrijf een duidelijke afsluiting.
- Gebruik duidelijke instructies voor de interviewer.
- Maak gebruik van een goede lay-out om context effecten te vermijden.

Om af te sluiten heeft een survey dus voordelen maar ook nadelen. Een overzicht is te zien op slide 75 van de PowerPoint.