

Ben Barda

Esther Bakker Tom Fischer Mark Julsing

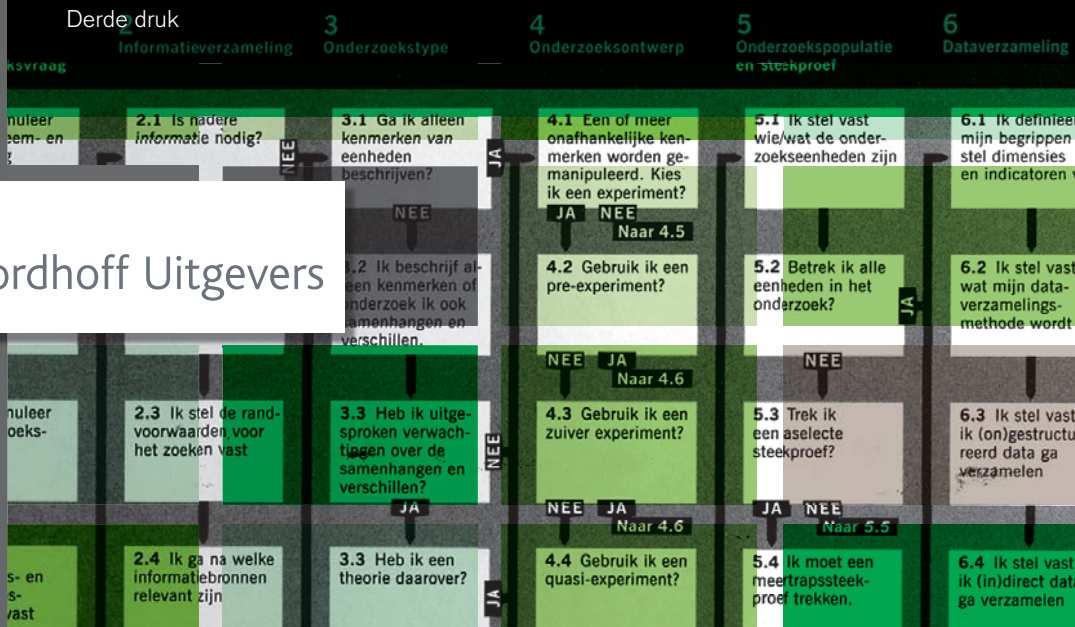
Vincent Peters Thérèse van der Velden

Martijn de Goede

Basisboek Kwalitatief Onderzoek

Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek

Derde druk



 Noordhoff Uitgevers

Basisboek Kwalitatief onderzoek

Handleiding voor het
opzetten en uitvoeren van
kwalitatief onderzoek

Ben Baarda

Martijn de Goede

Esther Bakker

Vincent Peters

Tom Fischer

Thérèse van der Velden

Mark Julsing

Derde druk

Noordhoff Uitgevers Groningen/Houten

Ontwerp omslag: Rocket Industries, Groningen

Omslagillustratie: Getty Images

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan:
Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB
Groningen, e-mail: info@noordhoff.nl

Met betrekking tot sommige teksten en/of illustratiemateriaal is het de uitgever, ondanks zorgvuldige inspanningen daartoe, niet gelukt eventuele rechthebbende(n) te achterhalen. Mocht u van mening zijn (auteurs)rechten te kunnen doen gelden op teksten en/of illustratiemateriaal in deze uitgave dan verzoeken wij u contact op te nemen met de uitgever.

Aan de totstandkoming van deze uitgave is de uiterste zorg besteed. Voor informatie die desondanks onvolledig of onjuist is opgenomen, aanvaarden auteur(s), redactie en uitgever geen aansprakelijkheid. Voor eventuele verbeteringen van de opgenomen gegevens houden zij zich aanbevolen.

0 / 13

Deze uitgave is gedrukt op FSC-papier.

© 2013 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands.

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 enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN (ebook) 978 90 01 84263 5

ISBN 978 90 01 80770 2

NUR 916

Woord vooraf

Het *Basisboek Kwalitatief Onderzoek* biedt je een handleiding voor het opzetten en uitvoeren van empirisch kwalitatief onderzoek. Je stelt door waarneming vast wat zich in de werkelijkheid afspeelt (empirie). Een empirisch onderzoek begint altijd met een onderzoeksvraag. Je wilt iets weten en dat ga je onderzoeken. Het onderzoek eindigt als je het antwoord gevonden hebt en dit in de vorm van een verslag hebt gerapporteerd. Daarin moet je ook verantwoorden hoe je aan dit antwoord gekomen bent. Op grond daarvan kunnen anderen namelijk nagaan of het om een deugdelijk onderzoek gaat.

In het beslissingsschema op de binnenzijde van het boek vind je de verschillende fasen die je in je onderzoek doorloopt. Alhoewel je bij kwalitatief onderzoek regelmatig terugkeert naar eerdere fasen, is dit wel de volgorde waarin je de fasen doorloopt.

Dit boek gaat nadrukkelijk over kwalitatief onderzoek; voor kwantitatief onderzoek verwijzen wij je naar het *Basisboek Methoden en Technieken*.

Wijzigingen in deze druk

- De basisboekenreeks is vooral bekend als een coproductie van Ben Baarda en Martijn de Goede. Helaas is Martijn de Goede niet meer in de gelegenheid om een bijdrage te leveren. Het auteursteam is daarom uitgebreid met ervaren auteurs uit de gezondheidswetenschappen, het beleidsonderzoek, de marketing en het hoger onderwijs.
- Elk hoofdstuk begint met een openingscasus. Deze casussen zijn afkomstig uit verschillende vakgebieden en bieden allerlei verschillende onderzoeksvoorbeelden, variërend van conflictpreventie bij ruimtelijke-ontwikkelingsprojecten tot de behoefte aan studiebegeleiding onder studenten.
- Er is meer aandacht voor het vertalen van praktische problemen in onderzoeksvragen en voor het plannen van onderzoek.
- Het nieuwe hoofdstuk 'Wat is kwalitatief onderzoek?' op de bij dit boek behorende website gaat dieper in op de geschiedenis en de relevantie van kwalitatief onderzoek.
- Het voormalige hoofdstuk 2 'Hoe zoek ik informatie?' is in beknopte vorm opgenomen in hoofdstuk 1 'Wat zijn mijn onderzoeksprobleem, doelstelling en onderzoeksvraag'. De oorspronkelijke hoofdstukken 3 'Onderzoekstypen', 4 'Wat voor kwalitatieve onderzoeksopzetten zijn er?' en 6 'Kwalitatieve dataverzamelmethode' zijn gecombineerd tot een nieuw hoofdstuk 2 'Hoe kies je een opzet waarmee je de onderzoeksvraag kunt beantwoorden'. Het oorspronkelijke hoofdstuk 10 'Hoe prepareer ik mijn kwalitatieve gegevens?' is opgenomen in het nieuwe hoofdstuk 7 'Hoe analyseer je de data'.

- Hoofdstuk 7 'Hoe analyseer je de data' is tevens een handleiding voor het gebruik van Kwalitan, dat door de studenten tegen een zeer gereduceerd tarief kan worden aangeschaft.
- Deze druk sluit aan bij nieuwe dataverzamelmethodeën waarbij internet een rol speelt, zoals het gebruik van internetfora, chatrooms, sociale media en online focusgroepen.
- Aan het eind van elk hoofdstuk vind je verdiepingsstof met informatie over recente boeken, artikelen, websites, video's en youtubefilmpjes.

Bij deze danken wij collega-docenten in het hoger onderwijs voor het delen van hun ervaringen en expertise. Dat geldt in het bijzonder voor Edward Groenland, hoogleraar Qualitative Business Intelligence at Nyenrode Business Universiteit. De gesprekken met hem over zijn visie op onderzoek en de wijze waarop hij die heeft vormgegeven in zijn onderzoekstool, waren zeer inspirerend.

Ben Baarda, Esther Bakker, Mark Julsing, Tom Fischer, Vincent Peters en Thérèse van der Velden
najaar 2012

Overzicht titels Ben Baarda

- *Basisboek Methoden en Technieken*, Ben Baarda, Esther Bakker, Monique van der Hulst, Mark Julsing, Tom Fischer, René van Vianen
- *Basisboek Enquêteeren*, Ben Baarda, Martijn de Goede, Matthijs Kalmijn
- *Basisboek Statistiek met Excel*, Ben Baarda, Rene van Vianen
- *Basisboek Statistiek met SPSS*, Ben Baarda, Martijn de Goede, Cor van Dijkum
- *Introduction to Statistics with SPSS*, Ben Baarda, Martijn de Goede, Cor van Dijkum
- *Basisboek Interviewen*, Ben Baarda, Monique van der Hulst, Martijn de Goede

- Statistiekkwartetspel, Ben Baarda

- *Dit is onderzoek!*, Ben Baarda
- *Research. This is it!*, Ben Baarda

- *Onderzoekstools*, Ben Baarda, Mark Julsing
- *Onderzoek als project*, Ben Baarda, Jan-Willem Godding

- *Creatief communiceren met kinderen en jongeren*, B. Baarda (red.), L. Drukker

Inhoud

Effectief studeren 10

1 Wat zijn je onderzoeksprobleem, doelstelling en onderzoeksvraag 13

- 1.1 Wat is mijn probleemstelling 15
- 1.2 Is er al informatie aanwezig 20
- 1.3 Wat is/zijn mijn onderzoeksvraag of onderzoeksvragen 29
- 1.4 Wat zijn de eenheden en wat de kenmerken 31
- 1.5 Wat is het karakter van de onderzoeksvraag 35
- 1.6 Welke ethische problemen kunnen zich voordoen 37
- 1.7 Is het onderzoek haalbaar 42
 - Geraadpleegde bronnen 48
 - Verdieping 49

2 Hoe kies je een opzet waarmee je de onderzoeksvraag beantwoordt 51

- 2.1 Waarom zijn er zo veel verschillende kwalitatieve onderzoeksmethoden 53
- 2.2 Welke kwalitatieve wetenschapopvattingen zijn er 54
- 2.3 Welke kwalitatieve onderzoeksmethoden zijn er 58
- 2.4 Wat zijn kwalitatieve dataverzamelingmethoden 68
- 2.5 Betrouwbaarheid en geldigheid 73
 - Geraadpleegde bronnen 78
 - Verdieping 79

3 Welke situatie, groep of persoon kies je 83

- 3.1 Welke type onderzoekseenheid kies je: situatie, groep of persoon 85
- 3.2 Hoe selecteer je je waarnemingseenheden 93
- 3.3 Hoe groot moet een steekproef zijn 101
- 3.4 Waarmee moet je rekening houden bij het werven van je respondenten 103
 - Geraadpleegde bronnen 109
 - Verdieping 110

4 Wat zijn bestaande gegevens en wanneer gebruik ik die 113

- 4.1 Wanneer gebruik je bestaande gegevens 115
- 4.2 Welke soorten documenten zijn er 119
- 4.3 Waar vind ik bestaande gegevens 125
- 4.4 Voor- en nadelen van onderzoek met bestaande gegevens 131
- 4.5 Kwaliteitsbeoordeling van bestaande gegevens 136
- 4.6 De analyse van bestaande gegevens 138
 - Geraadpleegde bronnen 140
 - Verdieping 141

5 Hoe interview je 143

- 5.1 Wat zijn kwalitatieve interviews en hoe gebruik je ze 145
- 5.2 Waar wordt je keuze voor een interviewvorm door bepaald 148
- 5.3 Welke verschillen in gestructureerdheid zijn er tussen de verschillende interviewvormen 149
- 5.4 Individueel of groepsinterview 153
- 5.5 Direct of indirect – het gebruik van projectieve technieken 155
- 5.6 Medium: mondeling, schriftelijk, telefonisch of internet 159
- 5.7 Hoe maak je een opzet voor een kwalitatief interview 163
 - Geraadpleegde bronnen 173
 - Verdieping 174

6 Hoe observeer je 177

- 6.1 Wat zijn voor- en nadelen van observatie 179
- 6.2 Gestructureerd of ongestructureerd observeren 182
- 6.3 Wat observeer je 183
- 6.4 Voor welke observatierol kies je 187
- 6.5 Bij welke vormen van kwalitatief onderzoek speelt observatie een belangrijke rol 192
- 6.6 Hoe leg ik mijn onderzoekservaringen vast 194
- 6.7 Welke hulpmiddelen kun je inzetten 198
 - Geraadpleegde bronnen 202
 - Verdieping 203

7 Hoe analyseer je de data 205

- 7.1 Wat is kwalitatieve analyse 207
- 7.2 Verschillende benaderingen van de kwalitatieve analyse 210
- 7.3 Voorafgaande aan de analyse 212
- 7.4 De analyseactiviteiten lezen en coderen 217
- 7.5 De stappen in de analyse 219
- 7.6 De kwaliteit van de analyse 242
- 7.7 Ter afsluiting 247
 - Geraadpleegde bronnen 250
 - Verdieping 251

8 Hoe rapporteer je 253

- 8.1 Schriftelijke rapportage 255
- 8.2 Onderdelen van de onderzoeksrapportage 258
- 8.3 Het schrijven 280
- 8.4 Mondelinge presentatie 285
- 8.5 Overige presentatievormen 287
 - Geraadpleegde bronnen 289
 - Verdieping 290

Illustratieverantwoording 292

Register 293

Over de auteurs 297

Effectief studeren

Opbouw boek

Opbouw (thesis/scriptie) onderzoek			Opbouw boek		
Oriëntatie op onderwerp/proble(e)m(en) ↓ (Voorlopige) onderzoeksvraag ↓			Hoofdstuk 1: Wat zijn je onderzoeksprobleem, doelstelling en onderzoeksvraag?		
Keuze onderzoeksmethode ↓			Hoofdstuk 2: Hoe kies je een opzet waarmee je de onderzoeksvraag beantwoordt?		
Keuze dataverzamelmethode ↓					
Keuze onderzoeks- en waarnemingseenheid ↓			Hoofdstuk 3: Welke situatie, groep of persoon kies je?		
Bestaande gegevens ↓	Interviewen ↓	Observeren ↓	Hoofdstuk 4: Wat zijn bestaande gegevens en hoe gebruik je die?	Hoofdstuk 5: Hoe interview je?	Hoofdstuk 6: Hoe observeer je?
Data-analyse ↓			Hoofdstuk 7: Hoe analyseer je de data?		
Rapportage			Hoofdstuk 8: Hoe rapporteer je?		

Opbouw per hoofdstuk

Onderdeel

Vragen die in het hoofdstuk beantwoord worden

Behandelde begrippen

Voorbeeld

- Wat is de (praktijk)vraag en in hoeverre is die praktijkvraag met onderzoek te beantwoorden?
- Waar moet je bij de (praktijk)vraag op letten?
- Hoe vertaal je een praktijkvraag in een onderzoeksvraag of onderzoeksvragen?
- ...

Probleemstelling/probleemanalyse
(Open) Onderzoeksvraag
Doelstelling
Internetforums
Proefschrift
Thesaurus

Onderdeel

Openingscasus

Voorbeeld

Maar er waren wel signalen over activiteiten van Russische bendes op de Utrechtse automarkt, over de aanwezigheid in Brabant en in Amsterdam van dubieuze Georgiërs en Russen, die veel onroerend goed kochten, en over menssmokkelbendes uit Letland en Wit-Rusland. De algemene conclusie van de betreffende politierapporten was dat in Nederland, net als in andere westerse landen, 'de post-Sovjet criminelen in opmars zijn op zoek naar nieuwe mogelijkheden' (irt Noord- en Oost-Nederland, 1996, 30).

De aanleiding voor mijn onderzoek naar de Russische maffia in Nederland (uitvoerig gerapporteerd in Siegel, 2002, 2005) was daarom ook tweeledig.

Margewoorden in de kantlijn

Iedere paragraaf wordt afgesloten met een opdracht

Thesaurus

Opdracht 1.1 Analyse praktijkprobleem

Maak in onderstaande tabel een analyse van het onderzoeksprobleem:

Wat?

Hoe groot?

Aanleiding?

Wie?

Gevolgen?

Welk deel onderzocht?

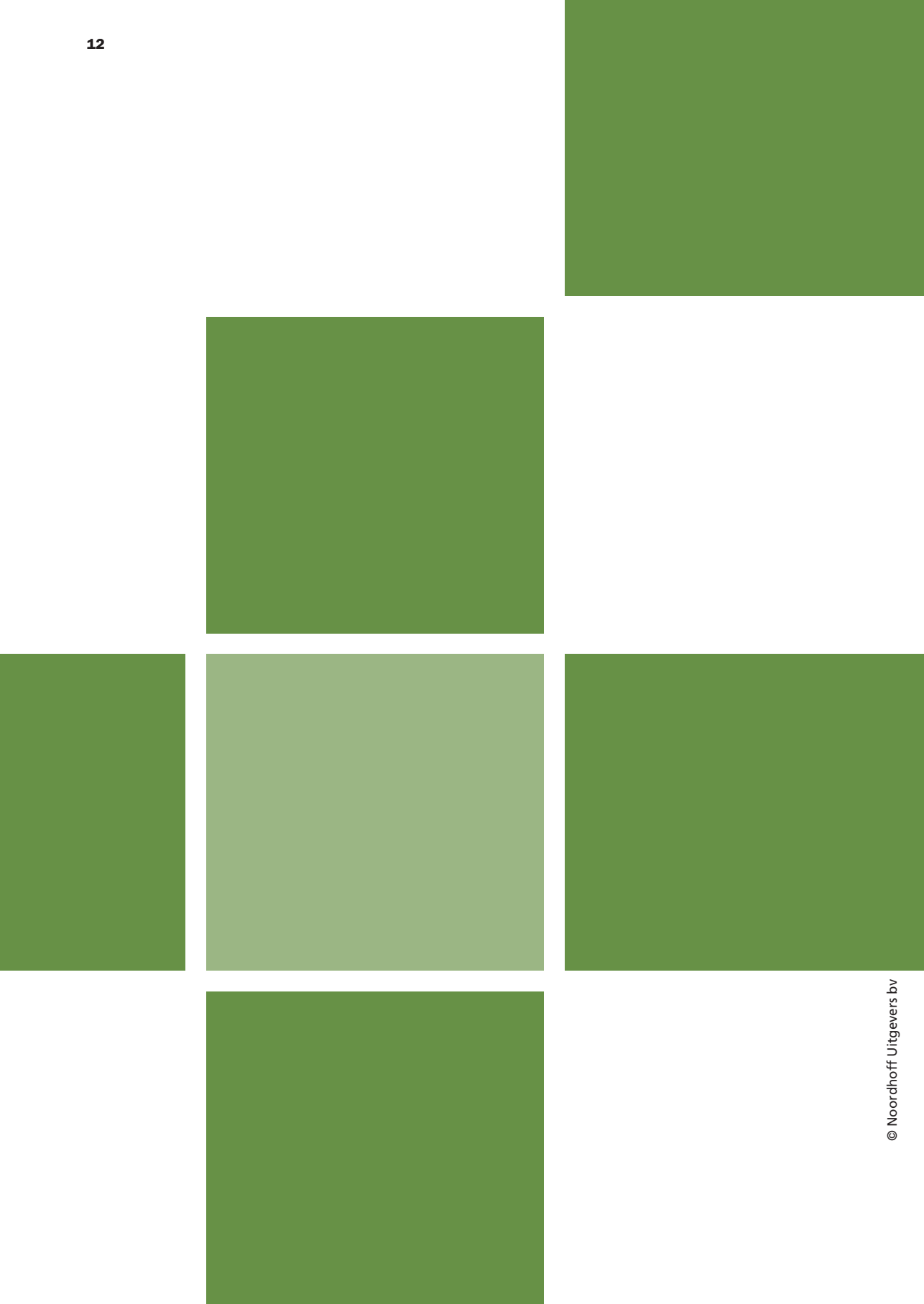
Bij wie?

Wat moet het onderzoek opleveren?

Suggesties voor verdieping aan het eind van ieder hoofdstuk

De 'Tools for Creativity'-video toont een aantal hulpmiddelen om tot nieuwe oorspronkelijke ideeën te komen en problemen te analyseren:

<http://www.youtube.com/watch?v=HioB5eEOVJs>



1

Wat zijn je onderzoeksprobleem, doelstelling en onderzoeksvraag

In dit hoofdstuk worden de volgende vragen beantwoord:

- Wat is de (praktijk)vraag en in hoeverre is die praktijkvraag met onderzoek te beantwoorden?
- Waar moet je bij de (praktijk)vraag op letten?
- Hoe vertaal je een praktijkvraag in een onderzoeksvraag of onderzoeksvragen?
- Welke elementen kent een onderzoeksvraag?
- Hoe ga je na of er al relevante informatie is?
- Wat is het karakter van de onderzoeksvraag?
- Welke ethische problemen doen zich voor?
- Is je onderzoek haalbaar?

Probleemstelling 15

Oriënterend kwalitatief onderzoek 19

Onderzoeksdoelstelling 20

Literatuuronderzoek 22

Bronnenonderzoek 22

Thesaurus 24

Descriptor 24

Grijze publicaties 27

Zoekstrategie 27

Onderzoeksvraag 29

Mixed method 30

Onderzoekseenheden 31

Waarnemingseenheden 31

Externe validiteit 33

Splitsingstechniek 33

Beschrijvend onderzoek 35

Ecologische validiteit 35

Verkennend onderzoek 36

Toetsend onderzoek 36

Risicoanalyse 45

Op het spoor van de Russische maffia in Nederland

Inleiding (Siegel, 2004)
(...)

De kritiek dat je, als je over de Russische immigranten schrijft, hun criminele achtergronden en activiteiten niet moet negeren, vond ik terecht. Uit verder onderzoek naar de kennis in Nederland over dit fenomeen bleek dat de Nederlandse media de Russische maffia allang hadden ontdekt. Terwijl de pers sensationele verhalen over bloed-dorstige Russische maffiosi schreef, hield de politie zich bezig met het verzamelen van aantallen, namen en soorten van misdrijven gepleegd door 'de Russen'. Gezien het kleine aantal Russische immigranten in Nederland stelden de statistische gegevens niet veel voor.

Maar er waren wel signalen over activiteiten van Russische bendes op de Utrechtse auto-markt, over de aanwezigheid in Brabant en in Amsterdam van dubieuze Georgiërs en Russen, die veel onroerend goed kochten, en over mensensmokkelbendes uit Letland en Wit-Rusland. De algemene conclusie van de betreffende politierapporten was dat in Nederland, net als in andere westerse landen, 'de post-Sovjet criminelen in opmars

zijn op zoek naar nieuwe mogelijkheden' (IRT Noord- en Oost-Nederland, 1996, 30). De aanleiding voor mijn onderzoek naar de Russische maffia in Nederland (uitvoerig gerapporteerd in Siegel, 2002, 2005) was daarom ook tweeledig. Aan de ene kant was het persoonlijk: als onderzoekster had ik misschien een belangrijk aspect van de Russische emigratie in de jaren 1990 gemist en dit gat in mijn onderzoek wilde ik zeker aanvullen.

Aan de andere kant was deze studie heel actueel: was er wel sprake van Russische georganiseerde misdaad in Nederland, vormde de maffia uit de voormalige Sovjet-Unie een echt gevaar voor de Nederlandse samenleving, voor haar economie en democratie? Dit laatste was ook het belang van mijn subsidieverschaffer, het WODC (Wetenschappelijk Onderzoek en Documentatie Centrum van het ministerie van Justitie): men wilde weten hoe ernstig de dreiging was die uitging van de Russische georganiseerde misdaad in Nederland. De volgende vraag was: hoe pak je zo'n onderzoek naar de maffia aan?

In dit hoofdstuk bespreken we hoe je van een probleem tot een onderzoeksvraag of -vragen komt en hoe je bij het formuleren van je onderzoeksvraag bestaande informatie gebruikt. Verder gaan we na hoe je vaststelt wat het karakter van de onderzoeksvraag is, of de vraag ethisch verantwoord is en of het onderzoek haalbaar is.

1.1 Wat is mijn probleemstelling

Zoals op de website wordt toegelicht, komt onderzoek niet uit de lucht vallen. Zeker bij toegepast onderzoek vormt vrijwel altijd een praktisch probleem de aanleiding voor het onderzoek. Als je bijvoorbeeld kijkt naar de inhoudsopgave van *The Weekly Qualitative Report* (vol. 3, no. 43, October 25, 2010) in figuur 1.1, zie je dat alle genoemde onderzoeken antwoord moeten geven op een praktische vraag. Zelfs de eerste vraag – wat is de invloed van het gebruik van verschillende onderzoekers? – kun je een praktisch vraag noemen. De vraag komt immers voort uit de onderzoekspraktijk. Bij de andere onderzoeken is dat nog duidelijker, daar gaat het om het valprobleem bij bejaarden, anorexia nervosa, de ethiek van schoonheidsklinieken en een van de onderwerpen van dit boek, dat ook wij als auteurs een lastig onderwerp vinden: hoe leer ik studenten fenomenologisch onderzoek (zie ook paragraaf 2.2)? Ook in de openingscasus gaat het om een praktisch probleem. Voor de regering en justitie is het belangrijk om te weten of de Russische maffia in Nederland actief is, hoe groot dit probleem is en met welke criminele activiteiten zij zich al dan niet bezighoudt.

FIGUUR 1.1 Inhoudsopgave van *The Weekly Qualitative Report*

New and Notable Qualitative Research Articles: Phenomenology

- Frost, N., Nolas, S. M., Brooks-Gordon, B., Esin, C., Holt, A., Mehdizadeh, L., & Shinebourne, P. (2010). Pluralism in qualitative research: The impact of different researchers and qualitative approaches on the analysis of qualitative data. *Qualitative Research*, 10(4), 441-460.
- Mahler, M., & Sarvimaki, A. (2010). Indispensable chairs and comforting cushions - Falls and the meaning of falls in six older persons lives. *Journal of Aging Studies*, 24(2), 88-95.
- Morgan, J. F., Ahene, P., & Lacey, J. H. (2010). Salinophagia in anorexia nervosa: Case reports. *International Journal of Eating Disorders*, 43(2), 190-192.
- Ostergaard, E., Dahlin, B., & Hugo, A. (2010). Doing phenomenology in science education: A research review. *Studies in Science Education*, 44(2), 93-121.
- Shaw, R. (2010). Deliberating and doing ethics in body gifting practices. *Current Sociology*, 58(3), 443-462.

Bron: www.nova.edu/ssss/QR/WQR/index.html

Tot nu toe is er geen vuiltje aan de lucht; de genoemde praktijkvragen vormen een goede aanleiding tot het doen van onderzoek. Maar wat doe je als de verkoopmanager van een telecombedrijf waar de omzet achterblijft bij de verwachtingen aan jou vraagt hoe hij dit probleem kan oplossen? Onderzoekers leveren kennis (zie 'Wat is kwalitatief onderzoek' op de website). Uiteraard kan die kennis benut worden om praktijkproblemen op te lossen, maar in principe lossen onderzoekers de praktijkproblemen niet op; dat moeten de mensen uit de praktijk zelf doen. In het voorbeeld is dat de verkoopmanager. Wel kun je de verkoopmanager helpen door voor hem relevante onderzoeksinformatie te verzamelen. Je kunt met de verkoopmanager rond de tafel gaan zitten en met hem bespreken wat de mogelijke oorzaken zijn van de stagnerende verkoop. Op basis van zijn analyse en gegevens die je bijvoorbeeld uit de literatuur haalt, kun je een model maken dat mogelijk de stagnerende verkoop verklaart. Op basis van dat model kun je beslissen welke informatie nodig is. Stel dat de verkoopmanager de indruk heeft dat het bedrijf een slecht imago heeft door een aantal vervelende incidenten die zich hebben voorgedaan, dan zou je kunnen beslissen om een imago-onderzoek te doen. Je moet dan wel weten op welke doelgroep je je moet richten: je kunt immers niet iedereen interviewen. Zo zijn er nog een heleboel andere vragen die je moet stellen aan je opdrachtgever of aan jezelf, als je zelf de opdrachtgever bent. In de loop van dit hoofdstuk zullen wij die bespreken. Overigens kan zo'n analyse van het praktijkprobleem ook aanleiding zijn tot meer dan één onderzoeksvraag en soms zelfs tot verschillende onderzoeken. Daarvan kunnen sommige kwantitatief en andere kwalitatief van aard zijn. Om een goed representatief beeld van het imago van het bedrijf te krijgen zou je kwantitatief vragenlijst-onderzoek kunnen doen. Het is echter ook interessant om te weten waarom sommige klanten ondanks het vermeende slechte imago toch een abonnement nemen bij dit telecombedrijf. Je zou met een aantal nieuwe klanten open gesprekken kunnen voeren, ter aanvulling van het kwantitatieve imago-onderzoek. Je ziet dat onderzoeken zelden losse onderzoeken zijn; meestal maken ze deel uit van een proces. Het is wel belangrijk dat de onderzoeker in dit proces alleen de rol van informatieleverancier heeft en zich niet laat verleiden tot managements- en beleidsactiviteiten.

Alvorens je met een opdrachtgever in zee gaat, is het goed om een aantal zaken vast te stellen:

- a Wat is precies het probleem?
- b Hoe groot is het probleem?
- c Wat is de aanleiding om onderzoek te doen?
- d Voor wie is het een probleem?
- e Wat zijn de gevolgen?

Ad a Wat is het probleem?

Deze vraag is soms lastiger te beantwoorden dan het lijkt. Laten we de openingscasus van dit hoofdstuk als voorbeeld nemen. Is het de vraag hoeveel Russische criminelen er zijn, of is het eigenlijk de vraag of het vermeende verblijf van de Russische maffia een probleem is? Die laatste vraag is lastig te beantwoorden, want dat is een *normatieve zaak*. Daar moet je als onderzoeker erg voor oppassen. Dit soort normatieve vragen is niet met onderzoek te beantwoorden, want wanneer wordt iets een probleem? Is dat bij tien of bij duizend criminelen? Of iets een probleem is, is een subjectieve vraag. Dat geldt ook voor vragen als 'Wat is goed voor ..?'; 'Wat is de optimale

strategie om ...?' en 'Wat is de beste oplossing om ...?' Pas dus op voor vragen als 'Wat is de beste ..?' en 'Hoe kan ik ...?' Wel kun je onderzoeken hoe mensen over deze kwesties denken, bijvoorbeeld door na te gaan wat volgens experts de beste aanpak is om ziekteverzuim terug te dringen. Of je kunt aan consumenten vragen of zij ideeën hebben over hoe je een product gebruiksvriendelijker kunt maken.

Ad b Hoe groot is het probleem?

In het geval van de openingcasus kun je vragen stellen als: Is er enige informatie of het probleem van de Russische maffia in Nederland echt speelt? Zijn er Russische criminelen opgepakt? Om hoeveel criminelen ging het en maken zij deel uit van een crimineel netwerk? Om wat voor soort criminaliteit gaat het? Als blijkt dat er geen sprake is van een echt groot probleem, heeft het uiteraard niet zo veel zin om onderzoek te doen.

Ook als er juist sprake is van een heel duidelijk probleem dat moeilijk op te lossen is, kun je de fase van onderzoek soms beter overslaan. Stel dat er bij een vertrouwenspersoon in een bedrijf veel klachten over het management binnenkomen. Er wordt geklaagd dat veel managers geen inspraak dulden en weinig positieve feedback geven. De vertrouwenspersoon denkt dat dit een mogelijke oorzaak van het relatief hoge ziekteverzuim is. De vertrouwenspersoon heeft dit ingebracht in een managementoverleg, maar de reactie van de managers luidt dat het nu eenmaal de taak van managers is om streng te zijn en dat de medewerkers niet moeten zeuren.

De vertrouwenspersoon is teleurgesteld en blijft met het probleem in zijn maag zitten. Hij stelt de directie voor om toch een onderzoek in te stellen naar het probleem. Het is in dit geval de vraag of je onderzoek moet doen om vast te stellen of het management inderdaad autoritair en niet stimulerend is. Afgezien van het feit dat de klachten van de personeelsleden min of meer bevestigd worden door de managers zelf, is dit ook een moeilijk onderzoekbaar onderwerp. Het gevaar bestaat dat mensen niet open zullen reageren en dat er veel sociaal wenselijke antwoorden worden gegeven. Misschien is het verstandiger om het geld voor het onderzoek te steken in een training van de managers door een autoriteit op het gebied van management. Met behulp van deskresearch (zie hoofdstuk 4) kan de directie dan achteraf vaststellen of zowel het aantal, als de aard van de klachten na de training is afgenomen in vergelijking met de situatie voor de training. Op die manier houd je de kosten van het onderzoek laag, want deze vorm van deskresearch hoeft niet veel te kosten.

Ad c Wat is de aanleiding om onderzoek te doen?

Het is duidelijk dat in het vorige voorbeeld het conflict tussen het management en de vertrouwenspersoon de aanleiding vormt voor de vraag om onderzoek. Als onderzoeker ben je uiteraard wel verantwoordelijk voor de manier waarop het onderzoek wordt uitgevoerd en voor het onderzoeksverslag, maar je bent niet verantwoordelijk voor de uitkomsten van het onderzoek. Als de onderzoeksresultaten niet gunstig zijn voor een bedrijf of in het voorbeeld niet gunstig voor de managers, zul je vast veel kritiek krijgen op je onderzoek.

Dat gebeurt ook nogal eens bij onderzoek dat gedaan wordt in opdracht van overheidsinstellingen. Het Sociaal Cultureel Planbureau (2012) stelde tot grote teleurstelling van de politiek vast dat de gestegen overheidsuitgaven voor onderwijs en politie niet tot betere resultaten leidden (figuur 1.2).

Prompt reageerden politie en onderwijs met kritiek dat het onderzoek niet

deugde. Vraag jezelf daarom altijd eerst af wat de mogelijke uitkomsten van je onderzoek zijn en vooral ook wat de mogelijke gevolgen van die uitkomsten zijn. En vraag je dan af of je het onderzoek wel moet uitvoeren.

FIGUUR 1.2 Kritiek op onderzoek Sociaal Cultureel Planbureau

Kritiek van onderwijs en politie op SCP



Motoragenten
snorski / Flickr / CC / by-nc-sa

Toegevoegd: woensdag 11 jan 2012, 08:32

Vanuit de politie en het onderwijs is kritisch gereageerd op het [rapport](#) van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP), waarin staat dat de gestegen overheidsuitgaven niet tot betere resultaten hebben geleid.

Voorzitter Ton Duif van de Algemene Vereniging van Schoolleiders zegt dat het rapport gebaseerd is op boterzachte argumenten. De

kwaliteit van het rapport noemt hij verbijsterend.

Duif vindt het onjuist dat het SCP zijn conclusies vooral baseert op de scores van de Citotoets. "Cito meet maar een heel beperkt deel van het onderwijsresultaat. Alle andere aspecten blijven buiten beschouwing."

Ook gaat het SCP volgens Duif voorbij aan de conclusies van de onderwijsinspecties dat het onderwijs juist beter is gaan presteren. "Dit rapport doet heel veel mensen zwaar tekort. We moeten ons niet in de put praten."

Ad d Voor wie is het een probleem?

Bij onderzoek zijn altijd minstens drie partijen betrokken: de opdrachtgever, de respondent en de onderzoeker. Vaak zijn het er zelfs nog meer. In het managementvoorbeeld zijn de betrokken partijen: de vertrouwenspersoon, de managers, de werknemers, de directie en jij als onderzoeker. Voor wie doe je het onderzoek en in hoeverre dien je daarmee de belangen van de andere partij? Inventariseer wie er allemaal bij het probleem betrokken zijn: voor wie heeft het gevolgen? Belangrijk is ook wat jouw rol als onderzoeker zal zijn in het geheel. Heb je alle vrijheid om met iedereen te overleggen en om ieders verhaal te horen? Wat als er in je onderzoeksverslag zaken komen te staan die voor een van de partijen schadelijk zijn? Heeft de betreffende partij dan het recht om publicatie te verhinderen? Wat spreek je af over het publicatie- en eigendomsrecht van de het onderzoeksmateriaal? In paragraaf 1.6 over ethiek komen wij daarop terug. Het is belangrijk om dat goed af te spreken. Figuur 1.3 over het publicatieverbod van een scriptie met een door de gemeente Utrecht niet gewenste uitkomst illustreert dit probleem.

Ad e Wat zijn de gevolgen?

Wanneer de gevolgen van het probleem groot zijn, zal er op jou als onderzoeker een grotere last komen te liggen dan wanneer die gevolgen kleiner zijn. Als de uitkomsten van het onderzoek uitwijzen dat de Nederlandse vestiging van het eerdergenoemde telecombedrijf er niet in slaagt om de

FIGUUR 1.3 Gemeente Utrecht houdt scriptie geheim

Utrecht legt embargo op te kritische scriptie

Volgt nu een bizar stukje doofpotten in de gemeente Utrecht, toch al zo bekend met censuur. De Utrechtse VVD-fractie ontdekte bij toeval dat de gemeente een masterscriptie van een Utrechtse universitair student onder embargo heeft laten plaatsen. Een embargo tot 2050 welteverstaan. Lolwut? Dus de komende 40 jaar mag niemand die scriptie lezen? Exact, en dat terwijl scripties normaal gewoon openbaar zijn. Scriptie in kwestie gaat dan ook over "een evaluatie van de Wet Investeren in Jongeren (WVI) bij het jongerenloket in Utrecht". En laat dit "jongerenloket" en de wet WVI nou net een lopende zaak zijn binnen de gemeente Utrecht. Een zaak waar al veel kritische vragen over zijn gesteld, en waarvoor reeds veel geld naar evaluaties "door externen" is weggepompt. Navraag bij de universiteit leert vervolgens dat in de scriptie "*problemen met het Utrechtse loket worden geconstateerd*". Jeetje, wat toevallig allemaal zeg. Een scriptie waarin gemeentelijke problemen worden benoemd waar ineens een gemeentelijk embargo voor 40 jaar op rust. Hoe zit dat Wolfsen? Waren de shredders op? Censuurstempeltjes kwijt? Wij zeggen: Hoed. Rand. Vork. Steel. Uitzoeken. Tot op de bodem.

beoogde doeleinden te bereiken, zullen de uitkomsten van het onderzoek jou niet in dank worden afgenomen. Ook in het geval van het onderzoek naar de Russische maffia moet je goed stilstaan bij de gevolgen. Als inderdaad blijkt dat er een substantieel aantal Russische criminelen in Nederland actief is, betekent dit dat justitie maatregelen moet nemen. Zij zal bijvoorbeeld een speciale afdeling van de politie voor deze problematiek moeten oprichten, die een speciale training krijgt. Van deze speciale afdeling zullen mensen deel uit moeten maken die de Russische taal beheersen. Het signaleren van een probleem waarvoor geen oplossing is, heeft niet zoveel zin. Je creëert er in feite een nieuw probleem mee. Ga dus van tevoren niet alleen na wat de gevolgen zijn van het probleem, maar ook of *er mogelijkheden zijn om die gevolgen te doen verminderen en op welke termijn die gerealiseerd moeten of kunnen zijn*. Is de eis van de buitenlandse directie dat de verkoopcijfers binnen een jaar terug moeten zijn op het oude niveau wel realistisch? Als dat niet het geval is, is het waarschijnlijk niet verstandig om het onderzoek uit te voeren.

Als je een goede analyse van het praktijkprobleem hebt gemaakt, moet je samen met je opdrachtgever vaststellen waar je welk deel van het probleem gaat onderzoeken en welke informatie jij daarvoor gaat verzamelen. Meestal leidt dat ook tot een reductie van het te onderzoeken probleem. De kunst van onderzoek is namelijk dat je je beperkt. Je kunt beter een goed onderzoek over een relatief beperkt onderwerp doen dan een slecht onderzoek over een breed onderwerp of zelfs over verschillende onderwerpen. Je kunt immers niet alles tegelijk onderzoeken. De ervaring leert dat opdrachtgevers vaak teveel tegelijk willen laten onderzoeken, en zeker in het geval van thesisonderzoek is dat niet haalbaar. Dat leidt tot teleurstelling. Vaak is het verstandig om eerst een oriënterend kwalitatief onderzoek te doen. Je

Reductie van het te onderzoeken probleem

Oriënterend kwalitatief onderzoek

schrijft dan op wat je opvalt en dat bespreek je met je opdrachtgever. Hieruit maak je een keuze of enkele keuzes voor een nader in te vullen kwalitatief onderzoek, maar nogmaals: beperk jezelf.

Het product van het bovengenoemde proces is de onderzoeksdoelstelling, die de volgende formulering kent:

Het onderzoek heeft tot doel het verkrijgen van kennis en inzicht over en in ... bij ... om ...

OPDRACHT 1.1

Maak in onderstaande tabel een analyse van het onderzoeksprobleem

(Praktijk)probleem	
Wat?	
Hoe groot?	
Aanleiding?	
Wie?	
Gevolgen?	
Welk deel onderzocht?	
Bij wie?	
Wat moet het onderzoek opleveren?	

1.2 Is er al informatie aanwezig

In deze paragraaf behandelen wij drie vragen:

- Is er bestaande informatie (subparagraaf 1.2.1)?
- Wat is het nut van de bestaande informatie (subparagraaf 1.2.2)?
- Hoe ga ik op zoek naar informatie (subparagraaf 1.2.3)?

1.2.1 Is er bestaande informatie

Wanneer je het verzoek krijgt een onderzoek op te zetten met een bepaalde vraagstelling, begin je meestal met een eerste oriëntatie. Je overlegt met collega's en met je opdrachtgever, en je gaat kijken wat er op internet en in de literatuur al bekend is over het betreffende onderwerp. Pas daarna ga je over tot een min of meer definitieve formulering van de onderzoeksvraag. Het is handig om tijdens je oriëntatie internetgroepen te raadplegen. Op de site Yahoo Groups en bij LinkedIn vind je bijvoorbeeld veel forums op het gebied van de criminologie, zoals de LinkedIngroep 'Behavioral criminology'.

Forums

Vaak zijn er ook *forums* gekoppeld aan pagina's die gericht zijn op specifieke onderwerpen. KWALON is bijvoorbeeld een forum voor Nederlandse kwalitatieve onderzoekers; bij de aan dit forum gekoppelde LinkedIngroep wordt uitgebreid gediscussieerd over kwalitatieve methoden en kun je ook vragen kwijt. Je zou hier de vraag kunnen voorleggen of mensen ervaring, informatie en/of ideeën hebben met betrekking tot kwalitatief onderzoek naar kleine buitenlandse criminele organisaties. Dat maakt dat je wat gericht kunt gaan zoeken.

Ook encyclopedische sites als Wikipedia en Ehow kunnen je soms op weg helpen. Vaak vermelden ze de belangrijkste begrippen, definities, theorieën en onderzoekers op een specifiek gebied. Verder staan er vaak verwijzingen naar relevante sites. De belangrijke namen en begrippen kun je gebruiken bij je zoektocht naar recente informatie. Op zoek naar informatie over kwalitatief onderzoek op het terrein van 'criminal justice' vonden wij bijvoorbeeld bij Ehow een artikel over kwalitatieve onderzoeksmethoden op dit terrein. Op Wikipedia staat ook een overzicht van internetencyclopedieën, waarvan er veel zijn toegespitst op specifieke onderwerpen.

Verder zijn *proefschriften* ideale bronnen om je te oriënteren als je aan een onderzoek begint. Meestal wordt in proefschriften een vrij volledig overzicht gegeven van de stand van zaken op het terrein waarop het onderzoek zich richt en bevatten zij uitgebreide referentielijsten. Vaak zijn proefschriften ook als pdf-bestand te downloaden en dus makkelijk toegankelijk. Op www.narcis.nl, de website van de Koninklijke Nederlandse Academie van Wetenschappen (KNAW), vind je een overzicht van Nederlandse proefschriften. De Networked Digital Library of Theses and Dissertations (NDLTD) (<http://www.theses.org/>) heeft speciale zoektools ontwikkeld die in een groot aantal nationale en internationale bestanden zoeken naar dissertaties. Op de site vind je veel goede tips als je op zoek bent naar dissertaties. Ook reviews en meta-analyses (zie hoofdstuk 5) bevatten literatuuroverzichten, die goed kunnen dienen als uitgangspunt voor een bronnenstudie. Er zijn zelfs speciale databases voor reviews en meta-analyses, zoals de medische Cochrane Collaboration en de Campbell Collaboration, met reviews over de effecten van allerlei soorten interventies.

Proefschriften

Ten slotte zijn gespecialiseerde vaktijdschriften interessant wanneer je je oriënteert op een onderwerp. Op zoek naar informatie over onderzoek bij criminele organisaties kwamen wij bijvoorbeeld een artikel tegen uit het tijdschrift *Journal of Research in Crime and Delinquency*. Noteer de naam van zo'n tijdschrift en kijk eens in de recente inhoudsopgaven; dat brengt je vaak op het spoor van recent onderzoeksmateriaal. De inhoudsopgaven zijn meestal online in te zien.

Verder zijn er tijdschriften die specifiek gericht zijn op kwalitatieve onderzoeksmethoden. Daar kun je inspiratie opdoen voor de opzet van je onderzoek. In Nederland is er het tijdschrift voor kwalitatieve onderzoekers *KWALON*. Voor kwalitatieve marktonderzoekers is *Qualitative Market Research: An International Journal* interessant. Ook op medisch gebied zijn er veel kwalitatieve tijdschriften. Op www.slu.edu vind je een overzicht met links naar kwalitatieve tijdschriften (zie figuur 1.4).

Wanneer er al onderzoek is gedaan dat jouw onderzoeksvraag feitelijk beantwoordt, is het handig als je dat aan het begin van het onderzoeksproces ontdekt en niet aan het eind. In het begin van het onderzoeksproces kun je nog overleggen met je opdrachtgever. Overigens is de kans dat er al veel informatie aanwezig is bij kwalitatief onderzoek niet zo groot. Je doet kwalitatief onderzoek vaak vanuit de situatie dat je juist weinig weet van het te onderzoeken fenomeen, zoals in het voorbeeld van de Russische maffia. Het onderzoek moet zicht geven op het karakter en de kenmerken van het probleem. Kwalitatief onderzoek heeft veelal een verkennend karakter.

FIGUUR 1.4 Overzicht van kwalitatieve onderzoekstijdschriften

QUALITATIVE RESEARCH JOURNALS

The following list includes journals that focus on qualitative research as well as journals receptive to publishing qualitative research. The list, derived primarily from (a) Judith Presslie's *List of Journals Friendly to Qualitative Work*, posted to QUALRS-L on September 22, 1996, and (b) Linda Wark's *Qualitative Research Journals*, a list published in *The Qualitative Report*, Volume 1, Number 4, Fall 1992 (updated October 1999), continues to be modified. When available, links to journal home pages have been incorporated into the list. In some cases, the links lead to the publisher's site; follow links to specific titles from there.

- [Accounting, Organizations and Society](#)
- [Action Research International](#)
- [Advances in Nursing Science](#)
- [American Anthropologist](#) (American Anthropological Association)
- [American Behavioral Scientist](#)
- [American Educational Research Journal](#) (American Educational Research Association)
- [American Ethnologist](#) (American Ethnological Association)
- [American Journal of Sociology](#)
- [American Psychologist](#) (American Psychological Association)
- [American Sociological Review](#) (American Sociological Association)
- [Anthropology & Education Quarterly](#) (Council on Anthropology and Education)
- [Anthropology Today](#) (Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland)
- [BIOGRAF: Journal Not Only for Biographical and Reflexive Sociology](#) (English version)
- [Cardiff Papers in Qualitative Research](#) (occasional papers published by Ashgate)
- [College English](#) (National Council of Teachers of English)
- [Communication Research](#)
- [Comparative Education Review](#) (Comparative and International Education Society)
- [The Counseling Psychologist](#) (American Psychological Association)
- [Cross-Cultural Research: The Journal of Comparative Social Science](#) (Society for Cross-Cultural Research)
- [Cultural Studies <-> Critical Methodologies](#)
- [Culture, Medicine and Psychiatry: An International Journal of Comparative Cross-Cultural Research](#)
- [Current Anthropology](#)
- [Discourse Analysis Online](#)
- [Discourse Processes](#) (Society for Text and Discourse)
- [Discourse Studies: An Interdisciplinary Journal for the Study of Text and Talk](#)

1.2.2 Wat is het nut van de bestaande informatie

Het is handig om vroeg in de onderzoeksfase al te beginnen met literatuuronderzoek, ook wel bronnenonderzoek genoemd. Daarbij kun je vragen stellen als:

- Hebben andere onderzoekers al theorieën ontwikkeld op jouw onderzoeksterrein?
- Wat voor opzet gebruiken andere onderzoekers voor vergelijkbaar onderzoek?
- Wat zijn kenmerken van de begrippen waarop jij je wilt richten?

Ad a Hebben andere onderzoekers al theorieën ontwikkeld op jouw onderzoeksterrein?

Meestal start je een onderzoek niet blanco en heb je al ideeën over mogelijke verbanden tussen kenmerken. Dat geheel van ideeën noemen we een theorie. Ook anderen hebben vaak al nagedacht over jouw onderzoeksonderwerp en daarover theorieën ontwikkeld die mogelijk bruikbaar zijn voor jouw onderzoek. Over criminaliteit is bijvoorbeeld veel geschreven, ook over georganiseerde buitenlandse criminele organisaties. Die literatuur kan je helpen bij het nadenken over de soorten criminaliteit die je bij de Russische criminelen kunt verwachten. Als het gaat om cybercrime – het hacken van bankrekeningen – zul je een heel andere onderzoeksstrategie moeten volgen dan wanneer het om vrouwenhandel gaat. Ook kun je in de literatuur vaak ideeën vinden die een verklaring vormen voor het te onderzoeken gedrag. Die ideeën, *sensitizing concepts* (zie paragraaf 7.3), zijn van nut bij het analyseren van je onderzoeksgegevens, maar ook bij het maken van een topiclijst voor een open interview (zie subparagraaf 5.7.2). In de literatuur over jeugdcriminaliteit kom je bijvoorbeeld vaak het centrale begrip 'commitment' tegen: naarmate je minder gebonden bent, heb je minder te verliezen en zul je eerder risico's nemen. In interviews met criminele jongeren zou je daarom vragen kunnen stellen over relaties, de band met de ouders en het hebben van een baan. Omdat je van tevoren kennis hebt, weet je waar je in het onderzoek op moet letten. Daarbij moet je uiteraard wel openstaan voor nieuwe informatie, je moet oppassen voor tunnelvisie.

Literatuur-
onderzoek
Bronnen-
onderzoek

Theorie

Sensitizing
concepts

Ad b Wat voor opzet gebruiken andere onderzoekers voor vergelijkbaar onderzoek?

In het eerder genoemde Ehowartikel wordt participerende observatie genoemd als een belangrijke techniek voor kwalitatief criminologisch onderzoek. Deze methode wordt ook gebruikt en beschreven door andere criminologen, zoals Bovenkerk (2009). Ook een artikel van Rosner (1995) over een onderzoek onder Russische criminelen in New York heeft als inspiratiebron gediend voor het opzetten van het Nederlandse onderzoek. Het is uiteraard lastig om gebruik te maken van participerende observatie in het geval van de vermeende Russische criminelen. Ethisch is het bezwaarlijk om letterlijk ‘partner in crime’ te worden. Toch is onderzoekster Siegel wel degelijk participierend te werk gegaan. Ze is deel geworden van de Russische gemeenschap die in Nederland woont en gebruikte de mensen die ze tegenkwam op feestjes en bij andere ontmoetingen als informanten. Zij kon dat doen doordat ze zelf een Russische achtergrond heeft. Zij introduceerde zichzelf als iemand die onderzoek doet naar de Russische zakenwereld in Nederland.

Ad c Wat zijn kenmerken van de begrippen waarop jij je wilt richten?

Voor het onderzoek naar de Russische maffia is het essentieel om eerst vast te stellen wat criminaliteit is en wat de maffia is. Waar hebben we het eigenlijk over? Als wij in Nederlandse termen over maffia spreken, denken wij vooral aan georganiseerde criminele bendes die zich onder andere bezighouden met zaken als afpersing en drugshandel. Uit literatuur blijkt dat de Russen nog een andere vorm van maffia kennen, de harde maffia. Die maffia maakt deel uit van het politieke en economische systeem en oefent invloed uit via bijvoorbeeld steekpenningen. Het is de vraag wat de opdrachtgever precies wil weten. Wat bedoelt hij precies als hij het over de maffia heeft en aan welke criminele activiteiten denkt hij daarbij?

Het is duidelijk dat een grondige oriëntatie vooraf de waarde van je onderzoek zeer kan verhogen. Trek er daarom voldoende tijd voor uit.

1.2.3 Hoe ga je op zoek naar informatie

Het zoekproces kent een aantal onderdelen:

- Je begint met het vertalen en definiëren van je onderzoeksbegrippen.
- Beslis vervolgens waar je gaat zoeken. Belangrijke bronnen daarbij zijn zoekmachines met wetenschappelijke artikelen en zoekmachines met wetenschappelijke boeken en rapporten.
- Kies een goede zoekstrategie.
- Controleer op volledigheid.

Het vertalen en definiëren van je onderzoeksbegrippen

Begin niet zomaar klakkeloos te zoeken. Omschrijf eerst goed je onderzoeksbegrippen en ga na welke wetenschappelijke onderzoekstermen daaraan gekoppeld zijn. Aangezien je meestal in Engelstalige bestanden gaat zoeken, is het noodzakelijk om je onderzoeksbegrippen goed te vertalen. Dat luistert heel nauw. Laten we als voorbeeld het begrip ‘criminaliteit’ nemen. Op internet zijn veel woordenboeken te vinden: je kunt bijvoorbeeld Google Translate gebruiken, maar ook Babelfish of Systran. Je kunt natuurlijk ook een vakwoordenboek gebruiken; dat vergroot de kans dat je de juiste trefwoorden of *keywords* hanteert bij het zoeken. Een overzicht van vakwoordenboeken vind je op ‘a web of online dictionaries’ (www.alphadictionary.com).

Trefwoorden
Keywords

Thesaurus

De vertaling van criminaliteit levert termen op als 'criminality', 'criminal behavior' en 'delinquency'. Wij blijven nog even dicht bij huis en kiezen voor 'criminality'. De vraag is of die zoekterm ook in de wetenschap gebruikelijk is. Het is verstandig om een thesaurus te gebruiken. In een thesaurus staat of de door jou gekozen term een officiële zoekterm is, maar ook of er bredere, smallere en verwante zoektermen zijn. Op wikipedia.org vind je meer informatie over thesaurussen en een overzicht van thesaurussen voor verschillende vakgebieden.

Wanneer je de zoekterm 'criminality' invoert in de thesaurus van PsycINFO, blijkt dat de officiële zoekterm 'criminal behavior' is (zie figuur 1.5). PsycINFO geeft ook verwante termen als 'criminals'. Een thesaurus blijkt een goed hulpmiddel te zijn bij het zoeken naar relevante publicaties, dat veel zoekfrustratie kan voorkomen.

FIGUUR 1.5 Voorbeeld van het gebruik van een thesaurus (PsycINFO)

The screenshot shows the PsycINFO thesaurus interface. At the top, there are logos for Wolters Kluwer Health and OvidSP, along with navigation links like 'My Account', 'Main Search Page', 'Support & Training', 'Ask your question', 'Help', and 'Logoff'. The main heading is 'Thesaurus for Criminal Behavior' with the database name 'PsycINFO' on the right. A message box states: 'Message: Term has been mapped to 'Criminal Behavior''. Below this, there is a 'Combine selections with:' dropdown set to 'OR' and a 'Continue >>' button.

Select Term(s)	Subject Heading	Hits	Explode	Focus	Scope Note
[Back up in List]					
<input type="checkbox"/> Creutzfeldt Jakob Syndrome		479	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Cri du Chat Syndrome					
<input type="checkbox"/> Crib Death					
<input type="checkbox"/> Crime		10919	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Crime Prevention		2016	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Crime Victims		3052	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input checked="" type="checkbox"/> Criminal Behavior		5144	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
[Used For]					
<input type="checkbox"/> Criminality					
[Broader Terms]					
<input type="checkbox"/> Antisocial Behavior		6940	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
[Narrower Terms]					
<input type="checkbox"/> Juvenile Delinquency [-NT]		13327	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
[Related Terms]					
<input type="checkbox"/> Behavior Disorders [-NT]		7582	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Corruption		214	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Crime [-NT]		10919	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Criminal Profiling		265	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Criminal Record		126	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Criminal Rehabilitation		1594	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Criminals [-NT]		9536	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i
<input type="checkbox"/> Games [-NT]		234	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	i

Descriptor

Houd bij het zoeken rekening met het verschil tussen een *descriptor* en een keyword. Descriptors zijn officiële vaktermen die als labels aan publicaties worden gehangen. Je weet dan zeker dat het artikel gaat over het onderwerp waarnaar je zoekt. Als je keywords gebruikt, ben je minder gebonden aan de officiële zoektermen en zoeken zoekmachines vaak ook in titels en soms in de tekst van de publicatie of het gezochte woord daarin voorkomt. De opbrengst bij een keywordzoekopdracht zal groter, maar minder relevant zijn. Overigens kennen niet alle thesaurussen dit onderscheid.

Waar ga je zoeken?

Zoals eerder aangegeven zijn er twee belangrijke bronnen:

- 1 de zoekmachines met wetenschappelijke artikelen
- 2 de zoekmachines met wetenschappelijke boeken en rapporten

Ad 1 Zoekmachines met wetenschappelijke artikelen

Het ligt voor de hand om eerst op internet te gaan zoeken. Start dan niet met Google, maar met Google Scholar. Hier vind je vooral wetenschappelijke publicaties en geen reclames voor bijvoorbeeld detectivebureaus. Het intikken van de zoekterm 'criminal behavior' levert in Google Scholar ruim 900.000 verwijzingen op. Wanneer je 'criminals' intikt, krijgen je ruim 300.000 verwijzingen, die ook beter aansluiten bij wat je zoekt. Wanneer je je zoekopdracht inperkt tot 'Russian criminals' worden het er ruim 60.000. Bij een aantal daarvan is specifiek sprake van de maffia. Daarom voeren we ook 'maffia' nog als zoekterm in. Verder gebruiken we de zoekterm 'qualitative', om aan te geven dat we op zoek zijn naar kwalitatieve studies. Je kunt het aantal verder terugbrengen door via Advanced Scholar Search de zoekperiode te beperken. Wanneer we om publicaties van de laatste tien jaar vragen, blijven er nog bijna 1400 over, waaronder een aantal zeer relevante (zie figuur 1.6).

Google Scholar

1

FIGUUR 1.6 Zoeken in Google Scholar

The screenshot shows the Google Scholar search interface. The search bar contains the text 'criminals russian mafia qualitative'. Below the search bar, it indicates 'About 1,390 results (0.14 sec)'. The results are listed under the 'Articles' section. The first result is 'The structure of a criminal network examined: The Russian mafia in Rome' by F Varese, published in the Oxford Legal Studies Research Paper No. 21/2006, 2006. The abstract discusses the structure of criminal organizations and their implications on organized crime. The second result is 'The funding of traditional organised crime in Russia' by I Abramova, published in Economic Affairs, 2007, Wiley Online Library. The abstract discusses the political situation in Russia since the 1990s and the transformation of the criminal justice system. The third result is 'The search for the Russian Mafia' by A Weenink, published in Trends in Organized Crime, 2007, Springer. The abstract discusses the anxiety of the mid-1990s and the role of the Russian mafia in the Dutch justice system. On the left side of the interface, there are filters for 'Articles', 'Legal documents', and a date range filter set to '2002 - 2012'. There are also checkboxes for 'include patents' and 'include citations'.

Google Scholar heeft als voordeel – naast het feit dat het zich vooral richt op wetenschappelijke literatuur – dat het ook de mogelijkheid biedt om in de tijd vooruit te zoeken. In figuur 1.6 zie je dat het derde artikel het dichtst bij de onderzoeksvraag komt, maar dit artikel stamt uit 2007. Door te klikken op 'Cited by 4', krijg je de artikelen waarin naar dit artikel wordt verwezen en die dus min of meer vergelijkbaar zijn. Een van die artikelen stamt uit 2010. Zoek zo veel mogelijk naar recente artikelen. Aan de hand van de referentielijst bij die artikelen kun je dan weer zoeken naar andere relevante bronnen. Ook het klikken op 'Related articles' levert interessante publicaties op.

Een andere interessante zoekmachine is Scirus (zie figuur 1.7). Het aardige van Scirus is dat het suggesties doet voor verwante zoektermen onder 'Refine your search.' Als alternatieve zoektermen vermeldt Scirus bijvoorbeeld 'organized crime'.

FIGUUR 1.7 Zoeken in Scirus

The screenshot shows the Scirus search engine interface. At the top, the search term 'criminals russian mafia' is entered in the search bar. Below the search bar, it indicates '1-10 of 5,696 hits for criminals russian mafia'. There are options to 'Email, Save or Export checked results'. On the left side, there are filters for 'Filter search results by', including 'Content sources' (Journal sources, Preferred web, Other web) and 'File types' (HTML, PDF, Word). Below these filters is a 'Refine your search' section with a list of related terms like 'organized crime', 'law enforcement', 'trafficking', etc. The main search results are listed on the right, showing six items with their titles, dates, and brief descriptions.

Scirus
for scientific information only

criminals russian mafia Search

1-10 of 5,696 hits for **criminals russian mafia**

Email, Save or Export checked results

Filter search results by

Content sources

- Journal sources (94)**
 - ScienceDirect (83)
 - Springer (5)
 - Wiley-Blackwell (2)
- Preferred web (527)**
 - NDLTD (319)
 - Digital Archives (165)
 - RePEc (65)
- Other web (5,075)**

File types

- HTML (3,347)
- PDF (2,298)
- Word (71)

Refine your search

- organized crime
- law enforcement
- trafficking
- money laundering
- criminal activities
- extortion
- terrorism
- organised crime
- criminal activity
- ukraine

1. [NIJ Journal-Challenging the Russian Mafia Mystique](#) [PDF-330K]
Aug 2001
...old ways and saw Challenging the **Russian Mafia** Mystique 4 Studying **Russian Crime and Crim**
Vyacheslav Ivankov...
[https://www.criminology.fsu.edu/transcrime/articles/ru...]
[similar results](#)

2. [SHVARTS/Russian Mafia](#) [PDF-234K]
May 2003
...the term, "**Russian Mafia**" is not appropriate...in almost all cases, **Russian** crime groups are not
show...
[http://www.yorku.ca/irjs/Archives/R20/R204.pdf]
[similar results](#)

3. [The Russian Mafia](#) [12K]
Dec 1999
...status and influence among the **Russian Mafia**, other experts state that the...believes that the
revolutionaries...
[http://maps.unomaha.edu/Peterson/funda/Sidebar/Russian...]
[similar results](#)

4. [...businessmen what to do, Japan's ministries have perfected the old Mafia tactic of making peop](#)
[the Yakuza enjoys in repressing criticism...appropriately, is four to five times the size of the Amer](#)
[criminals. For a prime minister, Mori's nationalist outburst was a...](#) [81K]
May 2011
...and seriously injured by a member of the Yakuza (Japan's **Mafia**), because of his refusal to hav
that they can't refuse...
[http://www.nyu.edu/projects/ollman/docs/yakuza.php]
[similar results](#)

5. [The Russian Mafia: Private Protection in a New Market Economy](#)
[Varese, Federico](#), book, Jan 2005
...the emergence of the **Russian Mafia** in the context of the...The ability of the **Russian** state to
Full text available from RePEc
[similar results](#)

6. [...businessmen what to do, Japan's ministries have perfected the old Mafia tactic of making peop](#)
[the Yakuza enjoys in repressing criticism...appropriately, is four to five times the size of the Amer](#)
[criminals. For a prime minister, Mori's nationalist outburst was a...](#) [81K]
May 2011
...and seriously injured by a member of the Yakuza (Japan's **Mafia**), because of his refusal to hav

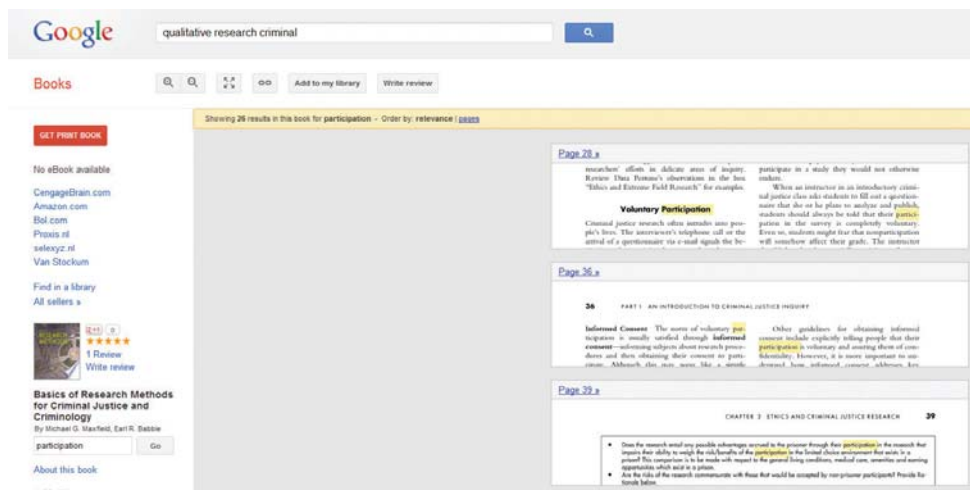
Naast deze algemene zoekmachines zijn er ook gespecialiseerde zoekmachines, zoals IFACnet (IFACnet.com) voor accountancy en EconLit voor de economen. Je vindt een overzicht van gespecialiseerde zoekmachines op Wikipedia. Veel gespecialiseerde zoekmachines, zoals het eerdergenoemde IFACnet, zijn gekoppeld aan databases. Een bekend voorbeeld is de veelgebruikte medische zoekmachine Pubmed, die zich voor een belangrijk deel richt op de publicaties in de medische database Medline. Ben je op zoek naar voor jouw vak relevante databases, dan adviseren we je om in Google te zoeken met de Engelse term voor jouw vakgebied in combinatie met 'scientific' en 'database'.

Ad 2 Zoekmachines met wetenschappelijke boeken en rapporten

Wanneer je op zoek bent naar boeken, kun je Google Books gebruiken (figuur 1.8). Het is bijvoorbeeld interessant om te kijken of er boeken zijn over kwalitatieve onderzoeksmethoden bij crimineel onderzoek. Google Books geeft aan dat er in 2011 een boek is geschreven met de titel *Basics of*

Research Methods for Criminal Justice and Criminology, dat door een lezer zeer positief beoordeeld is. Met Google Books kun je dit boek inzien om te kijken of het relevant is voor jouw onderzoek. Je kunt het helaas niet printen: als het boek interessant is, zul je het moeten lenen of bestellen. Verder geeft Google Books tips voor verwante boeken.

FIGUUR 1.8 Zoeken in Google Books



Een categorie publicaties die om speciale aandacht vraagt, betreft de zogenoemde grijze publicaties, zoals rapporten van ministeries en andere overheidsinstanties. Vaak zijn deze publicaties interessant omdat ze een overzicht geven van de stand van zaken en veel verwijzingen bevatten. Voor dit soort grijze literatuur is er een speciale zoekmachine: GLIN. De Nederlandse GLIN is onderdeel van Picarta. Picarta is de gezamenlijke online catalogus van vrijwel alle Nederlandse bibliotheken en bevat dus vooral veel verwijzingen naar Nederlandse publicaties. De internationale, vooral Amerikaanse catalogus GLIN vind je op het webadres www.glin.gov.

Grijze publicaties

Wat is mijn zoekstrategie?

Niet alleen het kiezen van de juiste zoekmachine en de juiste databases is belangrijk; je moet ook de juiste zoekstrategie hanteren. Google heeft een pagina 'Slim zoeken op internet', met veel bruikbare tips. Verder verdient het aanbeveling een van de online cursussen literatuuronderzoek te volgen. Dat kost je meestal niet meer dan twee uur en voorkomt uren frustratie. Op internet staan veel online cursussen literatuuronderzoek; voor de meeste moet je een inlogcode hebben, maar sommige zijn vrij toegankelijk. Een laatste zoektip: zoek niet alleen op onderwerpen, maar ook op belangrijke namen.

Zoekstrategie

In tabel 1.1 zijn de stappen in het zoekproces met de bijbehorende hulpmiddelen nog eens op een rijtje gezet.

TABEL 1.1 De stappen in het zoekproces

Stappen	Doel	Hulpmiddelen
Stap 1	Vaststellen doel zoektocht	
Stap 2	Formuleren, definiëren en vertalen belangrijkste begrippen	(Vak)woordenboeken
Stap 3	Nagaan wat de officiële zoektermen en descriptors zijn, en wat verwante termen zijn	Thesaurus
Stap 4	Zoeken naar overzichtsliteratuur zoals proefschriften, reviews en meta-analyses	Narcis, NDLTD en gebruik van de zoektermen 'review' en 'meta-analysis' in zoekmachines als Google Scholar en Scirus
Stap 5	Zoeken naar recente literatuur en relevante namen	Via gebruik van 'Cited by ...' in Google Scholar
Stap 6	Vakgerelateerd zoeken met namen en zoektermen	Met vakgerelateerde zoekmachines en databases
Stap 7	Zoeken naar relevante boeken	Google Books
Stap 8	Zoeken naar grijze literatuur, zoals rapporten	GLIN

Hoe controleer je of je volledig bent?

Er bestaat een aardige manier om na te gaan hoe volledig je bent geweest in je zoektocht naar informatie. Neem het recentste artikel waarvan het onderwerp overeenkomt met jouw onderzoeksvraag. Als je minstens 80 procent van de daarin vermelde bronnen hebt gevonden en verwerkt, ben je aardig up to date.

Verwerken van de gevonden informatie

Niet alleen het zoeken van relevante informatie is een kunst; dat geldt ook voor het verwerken en opslaan van die informatie. Het is handig als je bij het schrijven van je onderzoeksverslag snel de informatie kunt terugvinden die je ooit ergens gevonden hebt en het is vooral ook belangrijk om de referenties van die informatie te vinden. Houd dus van alles wat je leest goed bij wie het geschreven heeft, wanneer het geschreven is, wat de titel is en waar het gepubliceerd is, maar ook voor welk onderdeel van je onderzoek de informatie relevant is. Volg daarbij de richtlijnen die voor je vakgebied gelden (zie hierover ook paragraaf 8.2).

Het is verstandig om gedurende je zoektocht de gevonden referenties op de correcte manier te noteren. Daarvoor bestaan speciale programma's, zoals RefWorks en EndNote. Op Wikipedia vind je een overzicht van dit soort programma's: reference management. Deze programma's kunnen literatuurlijsten produceren die voldoen aan de eisen die voor jouw vakgebied gelden. Ook met Word kun je automatisch literatuurlijsten genereren. Op de website bij dit boek wordt uitgelegd hoe je dat moet doen. Verder zijn er citationcreatorprogramma's, zoals OttoBib.com. Deze programma's kunnen automatisch literatuurverwijzingen genereren volgens het door jou gewenste format als je van een publicatie de auteursnamen en een titel of het ISBN-nummer hebt.

Houd in je planning (zie paragraaf 1.7) rekening met het feit dat het zoeken naar en verwerken van relevante informatie veel tijd kost. Leg jezelf ook beperkingen op, bijvoorbeeld qua publicatieperiode en taal, anders loop je het gevaar dat je straks heel veel informatie hebt, maar geen tijd om die te verwerken. Plan dus zowel tijd voor het zoeken als tijd voor het verwerken van die informatie.

OPDRACHT 1.2

Vul voor jouw onderzoek het volgende zoekplan in.

Doel van literatuuronderzoek is het vinden van informatie over: ...

Relevante zoektermen zijn: ...

De Engelse equivalenten daarvan zijn: ...

De informatie die ik ga zoeken, mag niet ouder zijn dan ... jaar.

De informatie mag geschreven zijn in ...

Andere kenmerken waaraan de informatie moet voldoen zijn ...

Relevante studieboeken zijn ...

Relevante websites zijn ...

Relevante deskundigen en instituten zijn ...

Relevante tijdschriften zijn ...

Relevante proefschriften/scripties zijn ...

Belangrijke auteurs op mijn onderzoeksterrein zijn ...

Het recentste relevante tijdschriftartikel is ...

Een goed en recent meta-analyse-, reviewartikel is ...

Een recent, relevant boek is ...

1.3 Wat is/zijn mijn onderzoeksvraag of onderzoeksvragen

Bij kwalitatief onderzoek gaat het niet om tellen, maar vooral om begrijpen. Dat is een belangrijk verschil met kwantitatief onderzoek. Je wilt niet zozeer weten aan welke tv-reclames de kijkers zich storen, maar vooral waarom zij zich eraan storen. Dat is een open vraag, waarop het antwoord niet direct voorhanden is. Je moet daarom leren van de antwoorden die door de respondenten gegeven worden. Om die reden wordt bij kwalitatief onderzoek vooral gebruikgemaakt van *open vragen*, zoals je kunt zien aan de voorbeelden in tabel 1.2.

Onderzoeksvraag

TABEL 1.2 Voorbeelden van kwalitatieve onderzoeksvragen

Voorbeelden onderzoeksvragen	
1	Hoe ernstig is de dreiging van de Russische georganiseerde misdaad in Nederland?
2	Wat is de relatie tussen de motivatie van Nederlandse topmanagers en het succes van de organisaties waarin zij werken?
3	Wat zijn de bevorderende en belemmerende factoren voor het toepassen van <i>evidence based</i> interventies binnen de jeugd-ggz?
4	Wat zijn de motieven van mensen om naar een museum te gaan?
5	Wat voor maatregelen nemen bejaarden om een val te voorkomen?
6	Aan wat voor soort reclame storen tv-kijkers zich en waarom?

De onderzoeksvragen in tabel 1.2 zijn bijna allemaal wat-vragen. De enige uitzondering is de eerste onderzoeksvraag. Die is in feite een gesloten vraag, waarmee je feitelijk te weten wilt komen of het probleem van de Russische maffia zich al dan niet in Nederland voordoet. Toch is hier voor kwalitatief onderzoek gekozen, omdat je hier niet met kwantitatieve onderzoeksmethoden kunt werken. Je kunt moeilijk een vragenlijst maken. Bij wie moet je die afnemen? Bovendien is het heel onwaarschijnlijk dat je eerlijke antwoorden krijgt. Bij dit soort *uitzonderlijke, moeilijk benaderbare groepen* kiezen onderzoekers voor kwalitatieve onderzoeksmethoden en technieken, ook als het om min of meer gesloten vragen gaat. Denk bijvoorbeeld aan belastingfraudeurs, daklozen en artsen die fouten hebben begaan.

Als je naar de opsomming in tabel 1.2 kijkt, lijkt het formuleren van een onderzoeksvraag relatief eenvoudig, maar dat is schijn. Aan het formuleren van een onderzoeksvraag gaan vaak veel denkwerk en overleg vooraf. Aan gezien de onderzoeksvraag de kern van je onderzoek vormt, is het belangrijk om daar veel aandacht aan te besteden. Jouw onderzoek moet immers antwoord geven op die onderzoeksvraag of -vragen.

Om je te dwingen nog eens goed over je onderzoeksvraag na te denken kun je opdracht 1.3 doen. Mogelijk kom je tot de ontdekking dat je onderzoeksvraag toch niet goed geformuleerd is, of dat er feitelijk sprake is van *subvragen*. Dat is bijvoorbeeld het geval bij onderzoeksvraag 6 uit tabel 1.2: de onderzoeker wil niet alleen weten aan wat voor soort programma's kijkers zich storen, maar ook waaraan ze zich precies storen. Als je ontdekt dat je onderzoeksvraag is opgebouwd uit subvragen, kan dat aanleiding zijn om verschillende onderzoeken te doen. De eerste vraag – de vraag aan welke programma's de kijkers zich storen – kan weleens tot een kwantitatief onderzoek leiden. De tweede vraag, naar de ergernissen, kan leiden tot een kwalitatief onderzoek. Zo'n combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek wordt wel aangeduid als *mixed method* en is zeker niet ongebruikelijk, zoals je ook kunt lezen op de website bij dit boek.

Mixed method

OPDRACHT 1.3

Deze oefening ter overdenking van de onderzoeksvraag is gedeeltelijk ontleend aan *Thinkertoys* (Michalko, 2006).

- 1 Schrijf allereerst je onderzoeksvraag op: ...
- 2 Is je antwoord bij 1 een vraag? Zo nee, maak er dan een vraag van en schrijf die hieronder op: ...
- 3 Is je onderzoeksvraag een open vraag? Zo nee, leent de vraag zich misschien voor kwantitatief onderzoek? Als je antwoord ja is, ga dan door; als je antwoord nee is, maak dan een kwantitatieve onderzoeksopzet.
- 4 Noteer zo veel mogelijk alternatieve formuleringen van je onderzoeksvraag; gebruik hiervoor bijvoorbeeld eens een synoniemenboek of een thesaurus (zie paragraaf 1.2). Stel jezelf daarbij voortdurend de vraag hoe het anders zou kunnen? ...
- 5 Kijk eens of je bij 4 een formulering hebt genoteerd die beter aangeeft wat je wilt weten. Onderstreep die.
- 6 Probeer nu eens jouw onderzoeksvraag breder te formuleren en vermeld die bredere formulering hieronder. Gebruik een synoniemenboek of een thesaurus.
- 7 Probeer de onderzoeksvraag ook smaller te formuleren en vermeld de smallere formuleringen hieronder. Gebruik opnieuw een synoniemenboek

of een thesaurus. Mogelijk ontdek je dat er sprake is van subvragen; formuleer die dan afzonderlijk.

Smallere vragen: ...

Subvragen: ...

8 Kies nu een min of meer definitieve onderzoeksvraag (overigens is een onderzoeksvraag bij kwalitatief onderzoek nooit helemaal definitief).

Het is belangrijk dat de onderzoeksvraag *concreet en eenduidig* is. Vermijd woorden als 'optimaal', 'kwalitatief' en 'relatief veel', maar ook vage termen als 'outsourcen' en 'empowerment'. Het moet voor iedereen volstrekt duidelijk zijn wat je gaat onderzoeken en je onderzoeksbegrippen moeten slechts voor één uitleg vatbaar zijn en ook in de vakliteratuur gehanteerd worden. Je kunt dat controleren door gebruik te maken van een thesaurus. In een thesaurus staan alle begrippen die in jouw vak gangbaar zijn. Controleer je onderzoeksvraag daar nog eens goed op en pas je vraag zo nodig aan.

1.4 Wat zijn de eenheden en wat de kenmerken

Een onderzoeksvraag wordt vaak als volgt geformuleerd: Wat ... bij/voor ...? Kijk maar eens naar de voorbeelden in tabel 1.2. Op de puntjes na 'Wat' komen de kenmerken te staan en op de puntjes na 'bij/voor' de eenheden. In deze paragraaf komen beide onderdelen kort aan bod; in de hoofdstukken 3 en 4 worden ze verder uitgewerkt.

1.4.1 Wie of wat zijn de onderzoekseenheden

Je doet in je onderzoek uitspraken over onderzoekseenheden. Onderzoekseenheden kunnen mensen zijn, maar ook groepen, bedrijven, organisaties of situaties. Soms staan die eenheden enigszins verstopt in de onderzoeksvraag, zoals bij de onderzoeksvraag naar de soorten reclame waaraan kijkers zich ergeren. Daar zijn de kijkers de eenheden. Hun ergernissen en de reclames waaraan zij zich ergeren zijn de *kenmerken of eigenschappen* van de onderzoekseenheden, in dit geval de kijkers.

Nog ingewikkelder wordt het wanneer de onderzoeksvraag luidt: worden vrouwelijke managers door de mensen voor wie zij verantwoordelijk zijn anders gewaardeerd dan mannelijke managers? De onderzoekseenheden staan min of meer verstopt in de onderzoeksvraag. De eenheden zijn hier de managers, hun kenmerken zijn het geslacht – man of vrouw – en de wijze waarop zij beoordeeld worden door de mensen voor wie zij verantwoordelijk zijn.

De onderzoekseenheden zijn niet noodzakelijk hetzelfde als de waarnemingseenheden, dat zijn de eenheden die je bevaart of observeert. Soms is het heel moeilijk om aan de onderzoekseenheden vragen te stellen. Het is bijvoorbeeld lastig om Russische maffialeden te interviewen. Waar vind je die, en als je ze vindt, zullen ze dan toegeven dat ze lid zijn van de Russische maffia en zullen ze open zijn over hun misdaden? Als je respondenten lastig te benaderen en moeilijk te interviewen zijn, maak je meestal gebruik van informanten, die als waarnemingseenheid dienen. Dat is in het onderzoek naar de Russische maffia inderdaad gebeurd. De onderzoekster heeft geparticipeerd in het milieu van Russische immigranten die in Nederland wonen en heeft via hen de benodigde informatie over de Russische maffia achterhaald, onder het voorwendsel dat ze onderzoek deed naar Russische

Onderzoekseenheden

Waarnemingseenheden

Informanten

zakenmensen in Nederland. Ook bij onderzoek met jonge kinderen maak je meestal gebruik van informanten, namelijk de ouders. Hoewel je de ouders interviewt, zijn de kinderen de onderzoekseenheden; je verzamelt immers via de ouders informatie over de kinderen.

Wees je bewust van het feit dat de waarnemingseenheden niet noodzakelijk de onderzoekseenheden zijn. Zeker bij kwalitatief onderzoek zul je vaak gebruikmaken van verschillende databronnen. Als je wilt weten in welk opzicht vrouwelijke managers anders gewaardeerd worden dan mannelijke, zul je dat mogelijk vragen aan de managers zelf, aan de mensen voor wie ze verantwoordelijk zijn en aan hun leidinggevendenden. De onderzoekseenheden zijn dan de managers, maar de waarnemingseenheden zijn naast de managers ook de mensen voor wie ze verantwoordelijk zijn en de leidinggevendenden van de managers. Ook zij zullen geïnterviewd worden. Wanneer je waarnemingseenheden mensen zijn die worden geïnterviewd, spreek je vaak over respondenten.

Respondenten

In veel onderzoeksverslagen en artikelen zijn de onderzoekseenheden slecht en veel te ruim gedefinieerd. Dat geldt bijvoorbeeld voor de samenvatting in figuur 1.9. Daar is sprake van 'jongeren,' maar waarschijnlijk worden 'Nederlandse jongeren' bedoeld. Gelukkig is de leeftijdsrange wel aangegeven. Als je doorleest, blijkt het echter te gaan om een beperkt deel van de Nederlandse jongeren, namelijk jongeren die websites over muziek en uitgaan bezoeken. Waarschijnlijk is dit een select deel van de Nederlandse jeugd.

FIGUUR 1.9 Voorbeeld van een onderzoek onder 'jongeren'

Chatsessies met jongeren over uitgaan en harde muziek

Martine Bouman en Merlin Jurg

Samenvatting

In deze bijdrage wordt de uitvoering beschreven van een onderzoek waarin jongeren tussen de 16-30 jaar werden uitgenodigd om via MSN te chatten over hun ervaringen rondom uitgaan en harde muziek. Er is voor deze innovatieve onderzoeksbenadering gekozen om aan te kunnen sluiten bij de hedendaagse jongerencultuur en mediagebruik. In dit artikel wordt ingegaan op de praktische opzet en uitvoering van deze chat-interviewmethode.

Hallo, ik ben van Sound Effects en doe onderzoek naar jongeren en muziekbeleving op uitgaanslocaties. Ben jij tussen de 16 en 30 jaar en ga je minimaal twee keer per maand naar een dance-evenement, discotheek of poppodia/concert? Doe dan mee aan het onderzoek van Centrum Media & Gezondheid en de GGD Amsterdam en maak kans op een I-pod of op maat gemaakte oordoppenst.

Deze oproep verscheen in september 2006 op verschillende fora in de muziek- en uitgaansscene. Jongeren tussen 16-30 jaar werden uitgenodigd om via MSN te chatten over hun ervaringen rondom uitgaan en harde muziek. Dit onderzoek is uitgevoerd ter voorbereiding van de campagne voor gehoorschadepreventie *Sound Effects* die door het Centrum Media & Gezondheid in samenwerking met de GGD Amsterdam in de periode 2006-2009 is ontwikkeld en uitgevoerd. Er is voor deze innovatieve onderzoeksbenadering gekozen om aan te kunnen sluiten bij de hedendaagse jongerencultuur en mediagebruik. In dit artikel zal met name worden ingegaan op de praktische opzet en uitvoering van deze interviewmethode.

Tussen de populatie, oftewel het geheel van alle onderzoekseenheden waarop je je richt, en de daadwerkelijke keuze van je waarnemingseenheden zit meestal een verschil. Dat verschil is vaak nog groter wanneer je kijkt naar de waarnemingseenheden die daadwerkelijk in het onderzoek betrokken worden. Je moet jezelf heel goed afvragen in welke mate jouw waarnemingseenheden representatief zijn voor de populatie die je in het onderzoek wilt betrekken. In vaktermen noemen wij dat de externe validiteit: in welke mate kun je de onderzoeksresultaten generaliseren naar de beoogde populatie?

Externe
validiteit

Het is dus belangrijk om duidelijk te maken wie je populatie en wie je onderzoekseenheden zijn, en ook om vast te stellen of er binnen die populaties misschien subpopulaties zijn waarmee je rekening moet houden, niet alleen bij de selectie van je respondenten, maar ook bij de analyse. Het is handig om hiervoor gebruik te maken van de splitsingstechniek. Laten we de Russische immigranten als voorbeeld nemen. Je begint met het breedste concept van de populatie en je eenheidsbegrip. Dan ga je na of je die kunt splitsen. Aangezien het onderzoek in Nederland plaatsvindt, zal het waarschijnlijk om in Nederland wonende immigranten gaan. Dit is de eerste splitsing. Aangezien het om criminelen gaat, zal het waarschijnlijk niet gaan om kinderen, maar om volwassenen en mogelijk oudere adolescenten. Verder kun je kijken of het om passanten gaat of om mensen die hier al jaren wonen. Je kunt mannen en vrouwen onderscheiden, en ook het opleidingsniveau kan een splitsingsfactor zijn. Je kunt zo'n uitsplitsing maken in de vorm van een tabel; een voorbeeld zie je in tabel 1.3.

Splitsings-
techniek

TABEL 1.3 Het gebruik van de splitsingstechniek om de (sub)populaties vast te stellen waarop het onderzoek zich richt

Hoofdcategorie	Verblijfplaats	Leeftijd	Verblijf in Nederland	Geslacht
Russische immigrant	Nederland	Volwassene ≥ 21 jaar	≤ 1 jaar	Man
				Vrouw
			> 1 jaar	Man
				Vrouw
		Adolescent 13-20		
		Kind ≤ 12		
	Elders			

In tabel 1.3 is het deel van de populatie waarop het onderzoek zich richt gearceerd. De splitsingstechniek wordt hier dus toegepast om de onderzoekseenheid nauwkeurig af te bakenen. Bij de selectie van waarnemingseenheden (hoofdstuk 3) kun je hiervan gebruikmaken, maar ook bij de analyse van de gegevens kan je deze opdeling gebruiken. Je kunt in de kolommen zelfs de kenmerken of aspecten van de kenmerken zetten. Misschien is er bij de mensen die hier min of meer als passanten zijn minder

vaak sprake van georganiseerde criminaliteit dan bij de mensen die zich hier langer gevestigd hebben? En is er ook een verschil in het karakter van de criminaliteit? Zijn er verschillen tussen mannen en vrouwen? Op die manier kun je je materiaal controleren: ben ik volledig geweest of heb ik bepaalde aspecten over het hoofd gezien? De tabel kan ook als uitgangspunt voor je analyse dienen; dit wordt nader toegelicht in paragraaf 7.2.

OPDRACHT 1.4

Wie of wat zijn jouw onderzoekseenheden? Mijn onderzoekseenheden zijn ...

Op basis van de splitsingstechniek heb ik ontdekt dat ik binnen de populatie de volgende subpopulaties kan onderscheiden: ...

1.4.2 Wat zijn kenmerken of eigenschappen

Kenmerken

In het algemeen spreken wij van een kenmerk als het gaat om een abstracte eigenschap. Criminaliteit is bijvoorbeeld een abstract kenmerk van de eenheid Russische emigranten. Je stelt vast of een emigrant al dan niet crimineel is. Maar wat is crimineel? Het is belangrijk om zo'n begrip eerst goed te definiëren en dan na te gaan of het kenmerk of begrip verschillende dimensies kent. Soms moet je eerst onderzoek doen om duidelijk te krijgen wat de beoogde kenmerken of eigenschappen omvatten. Het onderzoek onder de Russische immigranten wijst bijvoorbeeld uit dat criminaliteit zeker voor Russische immigranten geen eenduidig begrip is en afwijkt van het gangbare Nederlandse begrip. In Rusland vormt de politieke economische criminaliteit een groot probleem, maar dit is een vorm van criminaliteit waaraan de Nederlandse opdrachtgever van dit onderzoek niet denkt. Ook de Nederlandse opvatting over criminaliteit omvat een groot scala aan activiteiten, variërend van kleine winkeldiefstal tot geweldadige overvallen en liquidaties. Als we het over criminaliteit hebben, waar denkt de opdrachtgever dan aan, en komt dat overeen met wat daarover in de literatuur geschreven staat en wat je in de oriënterende fase van je onderzoek hebt ontdekt?

Kenmerkend voor kwalitatief onderzoek is dat je de invulling van de kenmerken tijdens het onderzoek kunt aanpassen. Stel dat je tijdens het onderzoek merkt dat het begrip criminaliteit te ruim is en dat wapenhandel een belangrijk onderdeel is van de activiteiten van de Russische maffia, dan kan je het onderzoek daarop toespitsen. Kwalitatief onderzoek blijft een voortdurend proces van passen en meten. Je kunt tijdens het onderzoek je onderzoeksvraag aanpassen en ook van onderzoekstrategie veranderen; het is een voortdurend leerproces. Wel menen wij dat je je van tevoren goed moet oriënteren. Je kunt veel leren van de ervaringen van andere onderzoekers. Binnen sommige stromingen van kwalitatief onderzoek wordt hier anders over gedacht; zie de website.

De eigenschap criminaliteit is een vorm van gedrag, maar meestal gaat het in kwalitatief onderzoek om belevingen, ervaringen en betekenissen, zoals in het voorbeeld van de televisiereclame. Het gaat daarin om de ervaringen die tv-kijkers met tv-reclames hebben en vooral om de betekenis van die reclames voor kijkers. Veel tv-kijkers ervaren die reclame als een bron van irritatie, maar wat irriteert ze precies en waarom? Het hoeft niet per se te gaan om individuele kenmerken, het kan ook gaan om interacties of om de wijze waarop zaken zijn afgebeeld, zoals graffiti. Reageren mensen die bekeurd worden anders op allochtone dan op autochtone agenten, zeggen ze vaker je en jij, en spreken ze hen vaker tegen? Komt graffiti vaker voor in

achterstandswijken en zo ja, wijkt het karakter van die graffiti af van graffiti in andere wijken?

OPDRACHT 1.5

Waarover wil je iets zeggen? ...

Geef een nadere omschrijving/definitie van de onderzoeksbegrippen: ...

Zijn er bepaalde aspecten of dimensies aan te onderscheiden?

Nee

Ja, namelijk: ...

Ik baseer mij hierbij op de volgende informatie: ...

1.5 Wat is het karakter van de onderzoeksvraag

Verschillende onderzoeksvragen kunnen heel verschillende karakters hebben. In het algemeen maken we een onderscheid tussen:

- a beschrijvend onderzoek
- b explorerend/verkennd onderzoek
- c verklarend/toetsend onderzoek

Ad a Beschrijvend onderzoek

Beschrijvend onderzoek doe je als je een (probleem-) situatie wilt beschrijven. Dat is bijvoorbeeld het geval wanneer je het boek *Pil* van Mike Boddé als voorbeeld (casestudie) gebruikt om te laten zien wat depressiviteit voor iemand betekent. Cabaretier Mike Boddé beschrijft in zijn boek hoe hij zijn depressie beleeft en vooral ook hoe hij er tegen vecht. Volgens andere mensen met depressieve klachten doet hij dat op een herkenbare en pakkende manier. Ook wanneer je een aantal diepte-interviews houdt met depressieve patiënten en hun familie, is er sprake van een beschrijvend onderzoek. Die interviews illustreren wat de gevolgen zijn van depressiviteit en hoe slachtoffers die gevolgen ervaren, maar ook hoe ze ermee omgaan. De verhalen moeten een goed beeld geven van de inhoud en de betekenis van de problematiek, iets wat je in een tabel moeilijk kunt laten zien. Het voordeel van kwalitatief onderzoek is dat je met voorbeelden beter het karakter van een bepaalde problematiek of situatie kunt beschrijven. Je blijft dicht bij de werkelijkheid dan een tabel. Die kracht wordt de ecologische validiteit van kwalitatief onderzoek genoemd.

**Beschrijvend
onderzoek**

**Ecologische
validiteit**

Ook het onderzoek naar de Russische maffia in Nederland is een beschrijvend onderzoek: het beschrijft de omvang en de aard van de activiteiten van de Russische maffia in Nederland. Het is wat ongebruikelijk om de omvang van een probleem vast te stellen met kwalitatief onderzoek, maar in het geval van de Russische maffia waren er geen goede kwantitatieve gegevens voorhanden en was kwalitatief onderzoek de enige oplossing. Wanneer je de exacte omvang van een probleem wilt weten, is kwalitatief onderzoek minder geschikt en kun je beter kwantitatief onderzoek doen. Als je wilt weten hoeveel mensen lijden aan depressiviteit, hoeveel mensen daarvoor in behandeling zijn en hoeveel patiënten medicijnen gebruiken, dan kun je dat beter kwantitatief benaderen en tabellen presenteren. Wil je weten wat depressiviteit voor iemand betekent, dan doe je kwalitatief onderzoek. Het meeste focusgroeponderzoek dat veel marktonderzoekers verrichten, is eveneens beschrijvend van aard. Het doel van zo'n onderzoek is meestal te achterhalen wat consumenten vinden van een bepaald product of een

bepaalde dienst door met een groep consumenten te praten. Die informatie wordt gebruikt om de marketing of de uitstraling van een product te verbeteren. Ook het voorbeeld in figuur 1.9 is een geval van beschrijvend onderzoek. Het doel is te weten te komen hoe jongeren denken over het geluidsniveau bij muziek in uitgaansgelegenheden. Die informatie wordt gebruikt om de voorlichting over geluidsbeschermende middelen beter aan te laten sluiten bij de ideeën van de doelgroep.

Ad b Explorierend/verkennd onderzoek

Kwalitatief onderzoek is uitermate geschikt voor het doen van explorierend of verkennd onderzoek. Dit kan het best geïllustreerd worden met een voorbeeld.

Burn-out komt veel voor bij managers als gevolg van de hoge druk waaronder zij vaak moeten werken. Zij hebben vaak het gevoel dat er te veel gedaan moeten worden in te weinig tijd. Gelukkig is de groep managers die de druk niet aankan en een burn-out krijgt, slechts een minderheid. Als je wilt weten hoe het komt dat sommigen de werkdruk wel aankunnen en anderen niet, doe je een explorierend of verkennd onderzoek. Zeker als je geen idee hebt over de oorzaken van de burn-outklachten, is het verstandig om te starten met een kwalitatief verkennd onderzoek. Je kunt eens gaan praten met een manager die een burn-out heeft en met een collega die bij hetzelfde bedrijf werkt, maar daar geen last van heeft. Dat brengt je mogelijk op ideeën. Je kunt ook eens een tijdje zelf in het bedrijf gaan werken om te ervaren hoe de sfeer in het bedrijf is. Mogelijk valt het je op dat er door de mensen die daar werken alleen maar wordt gesproken over de successen die ze bereikt hebben en niet over de problemen die ze zijn tegengekomen en de fouten die ze weleens maken. Hierdoor ontdek je dat de druk om te presteren heel hoog is en dat falen niet geaccepteerd wordt.

Uit het materiaal dat je verzamelt, doe je een idee op. Vervolgens ga je de geldigheid van dat idee na door eens in een andere bedrijf te kijken en met andere managers te spreken. Op die manier ga je door tot je een theorie hebt gevonden die een passende verklaring biedt voor het ontstaan van burn-outklachten bij managers. Het ontwikkelen van zo'n theorie is een proces van passen en meten, vallen en opstaan. Dit wordt wel een iteratief proces genoemd. In paragraaf 7.5 wordt dit onderwerp meer gedetailleerd besproken.

Ad c Verklarend/toetsend onderzoek

Wanneer je al een idee hebt en wilt weten of dat klopt, spreken we van toetsend onderzoek. Hierbij toets je meestal een hypothese, een van tevoren geformuleerde stelling, bijvoorbeeld dat burn-out onder vrouwelijke managers minder vaak voorkomt dan onder mannelijke managers. Daarmee stel je in feite iets vast en dat is kenmerkend voor kwantitatief onderzoek. Bij kwalitatief onderzoek ben je meer aan het ontdekken en verkennen, en gaat het meestal om open onderzoeksvragen. Wanneer er sprake is van toetsing met behulp van kwalitatief onderzoek, gaat het meestal om het toetsen van de passendheid van een theorie. Dit wordt wel een templatebenadering genoemd. Uit de literatuur is bijvoorbeeld bekend dat stress een belangrijke rol speelt bij het ontstaan van burn-out. Door middel van kwalitatief onderzoek kun je dan nagaan in hoeverre je met een stresstheorie kunt verklaren dat sommige managers burn-outklachten krijgen. Hoe dat precies in zijn werk gaat, wordt uitgelegd in hoofdstuk 7.

**Verkennd
onderzoek**

**Iteratief
proces**

**Toetsend
onderzoek**

Kwalitatief onderzoek is minder geschikt voor effectevaluatie (*summative evaluation*), bijvoorbeeld van trainingen. Stel, de managers krijgen een cursus omgaan met stress om het ziekteverzuim als gevolg van burn-out te verminderen. Als zij aan het eind van de cursus zeggen dat zij denken baat bij de cursus te hebben, is dat geen hard bewijs dat de cursus werkt. Pas als je kunt aantonen dat de ziekteverzuimcijfers als gevolg van de cursus daadwerkelijk zijn gezakt, is dat het harde bewijs dat de cursus werkt. Vaststellen of je met een training of een andere interventie het beoogde doel haalt, vraagt om een kwantitatief onderzoeksontwerp (namelijk om een experimenteel design).

Kwalitatief onderzoek is wel bruikbaar voor procesevaluatie (*formative evaluation*), bijvoorbeeld als je wilt weten wat de managers van de cursus vinden, of de informatie bruikbaar was en of de voorbeelden en oefeningen motiverend waren. Maar daarmee toon je niet aan dat een interventie ook daadwerkelijk werkt. Meer informatie over het verschil tussen effect- en procesevaluatie vind je bijvoorbeeld op Wikipedia.

Effectevaluatie
Summative
evaluation

Proces-
evaluatie
Formative
evaluation

1

OPDRACHT 1.6

Het karakter van mijn onderzoeksvraag is:

- beschrijvend, want ik wil beschrijven ...
- explorerend, want ik wil ontdekken ...
- toetsend, want ik wil nagaan of ...

1.6 Welke ethische problemen kunnen zich voordoen

In deze paragraaf komen enkele vragen aan de orde die betrekking hebben op de ethiek van kwalitatief onderzoek. De vragen luiden als volgt:

- Wat zijn ethische problemen (subparagraaf 1.6.1)?
- Welke partijen hebben belang bij een onderzoek (subparagraaf 1.6.2)?
- Wanneer is onderzoek ethisch verantwoord (subparagraaf 1.6.3)?

1.6.1 Wat zijn ethische problemen

Wanneer je globaal heb vastgesteld wat je wilt gaan onderzoeken, is de volgende vraag of je onderzoek ethisch wel verantwoord is. Dat klinkt misschien dramatisch, maar de vraag is niet onrealistisch. Ethiek krijgt ten onrechte relatief weinig aandacht.

Een klassiek voorbeeld van onethisch onderzoek is het zogeheten Milgram-experiment. Tijdens dit experiment werd aan proefpersonen gevraagd elektrische schokken toe te dienen aan een leerling die zogenaamd in een andere kamer woordjes aan het leren was. Telkens als de leerling een fout antwoord gaf, moest de respondent de leerling een elektrische schok geven door op een knop te drukken. De schok nam bij iedere fout toe in sterkte. De proefpersoon dacht dat de schok echt was; gelukkig was dat in werkelijkheid niet het geval.

Het Milgramexperiment was bedoeld om te onderzoeken hoe gehoorzaam mensen zijn. Doen ze wat hun wordt opgedragen? Je zult misschien zeggen: zo'n extreme situatie komt maar zelden voor. Toch kun je makkelijk tegen dit soort ethische problemen aan lopen. Een voorbeeld is de openingscasus. De onderzoeksresultaten kunnen stigmatiserend zijn voor

Russische immigranten, als je ontdekt dat er inderdaad Russische maffia in Nederland actief is. Dat kan leiden tot vervelende krantenkoppen, waardoor mensen denken dat alle in Nederland woonachtige Russen deel uitmaken van de Russische maffia. Ook zou je voor sommige respondenten belastende informatie kunnen vinden, die justitie niet heeft en die tot een veroordeling kan leiden. Moet je die informatie dan doorgeven?

Ook in minder dramatische situaties moet je jezelf voortdurend afvragen of je wel achter de mogelijke onderzoeksuitkomsten wilt en kunt staan. Moet je bijvoorbeeld meewerken aan een onderzoek naar de aantrekkelijkheid van snoepverpakkingen voor kinderen? De meeste beroepsgroepen kennen richtlijnen die voorschrijven hoe te handelen in onderzoekssituaties. Een voorbeeld vind je op de website van de APA (*American Psychological Association*). Op moaweb, de website van de Nederlandse marktonderzoekers, staat de internationale code voor het marktonderzoek.

Het meest uitgebreid zijn de richtlijnen voor medisch onderzoek. Op de site van de KNMG (Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Geneeskunde) vind je hierover veel informatie. Bij het meeste medische onderzoek moet je je onderzoeksvoorstel eerst ter goedkeuring voorleggen aan een medisch-ethische commissie. De patiënt moet bij deelname aan een medisch-wetenschappelijk onderzoek vooraf schriftelijk toestemming geven, na eerst goed te zijn geïnformeerd over doel en karakter van het onderzoek. Zie voor meer informatie over deze zogenoemde 'informed consent' de site van de KNMG.

1.6.2 Welke partijen hebben belang bij een onderzoek

Bij onderzoek zijn altijd verschillende partijen betrokken. Meestal zijn er drie partijen die belang hebben bij het onderzoek:

- a de respondenten
- b de opdrachtgever
- c de onderzoeker

De belangen van deze drie partijen zijn niet altijd gelijk.

Ad a De respondenten

De belangrijkste betrokkenen zijn uiteraard de respondenten zelf. Respondenten hebben niet altijd een eigen belang bij het onderzoek. Bij het Milgramexperiment hadden de respondenten bijvoorbeeld geen direct belang. Mogelijk had hun deelname zelfs negatieve effecten, bijvoorbeeld doordat zij zich achteraf schuldig voelden over wat zij hadden gedaan. En wat is het belang van de respondent die meedoet aan het onderzoek naar de Russische maffia? Als het vermoeden dat er in Nederland Russische maffia actief is, wordt bevestigd, betekent dat misschien wel imagoschade voor de Russische immigranten. Welk voordeel kunnen de Russische immigranten die aan het onderzoek meewerken van het onderzoek hebben? Waarschijnlijk is er alleen sprake van een voordeel als het onderzoek uitwijst dat de rol van de Russische maffia in Nederland nihil is, maar dat kun je van tevoren niet weten. Hierdoor wordt je als onderzoeker met een ethisch dilemma geconfronteerd.

Ook marktonderzoekers doen regelmatig onderzoek dat niet in het belang van de respondent is. Vaak worden op basis van marktonderzoek door middel van marketing behoeftes bij mensen gecreëerd die nauwelijks een praktisch doel dienen en die soms ook nog eens milieubelastend en ongezond zijn en de consument op kosten jagen.

Ad b De opdrachtgever

De overheid is de opdrachtgever van het maffiaonderzoek en heeft daar ook een duidelijk belang bij. Als blijkt dat de invloed van de Russische maffia in Nederland nihil is, betekent dat dat ze aan dat probleem geen tijd hoeft te besteden. Dat is kostenbesparend. Als er wel sprake is van Russische maffia-activiteiten, weet de overheid waarschijnlijk beter op wie en wat zij haar justitiële activiteiten moet richten. De enige schade die de opdrachtgever kan ondervinden, is imagoschade. Er kunnen negatieve krantenkoppen verschijnen zoals: 'Onderzoek wijst uit dat justitie niet bekend is met activiteiten van de Russische maffia in Nederland.'

Ad c De onderzoeker

Het primaire belang van de onderzoeker is het onderzoekersbelang: als hij of zij het onderzoek goed uitvoert en het tot publicaties leidt, zal dit gunstig zijn voor de naam van de onderzoeker en mogelijk tot vervolgoedraden leiden. In het onderzoek uit de openingscasus speelt ook nog een persoonlijk belang. De onderzoekster heeft haar persoonlijke situatie – zij is in Rusland geboren en spreekt Russisch – als onderzoeksinstrument gebruikt. Daardoor kon zij participeren in de wereld van de in Nederland woonachtige Russische immigranten. Dat was niet ongevaarlijk, vooral doordat zij niet helemaal eerlijk was over haar onderzoeksvraag. Zij loopt daardoor een persoonlijk risico, zeker gezien het werkelijke onderwerp van haar studie. In haar afweging of zij het onderzoek al dan niet moet uitvoeren, zal dat zeker een rol gespeeld hebben.

De wetgeving op het gebied van de privacy is een extra reden om alert te zijn op mogelijk negatieve ethische consequenties van je onderzoek, zeker wanneer het om de anonimiteitswaarborg gaat. De Vereniging van Samenwerkende Nederlandse Universiteiten (VSNU) heeft een gedragscode opgesteld voor het gebruiken van persoonsgegevens in wetenschappelijk onderzoek (www.vsnu.nl). Het is in dat kader belangrijk om je als onderzoeker bewust te zijn van het verschil tussen 'anoniem' en 'vertrouwelijk'. Zeg niet dat je de gegevens anoniem verwerkt wanneer je later een op naam gestelde respondent stuurt wanneer een respondent niet reageert. In hoofdstuk 3 gaan wij hier verder op in. Ook de hogescholen kennen een 'Gedragscode praktijkgericht onderzoek voor het hbo'.

1.6.3 Wanneer is onderzoek ethisch verantwoord

Je kunt zeggen dat onderzoek ethisch verantwoord is wanneer het voldoet aan een aantal eisen. Deze eisen kunnen betrekking hebben op de respondenten, maar ook op de onderzoeker zelf.

Ethische eisen met betrekking tot de respondenten

Met het oog op de respondenten moet onderzoek voldoen aan een aantal ethische eisen die gaan over:

- a vrijwillige medewerking
- b juiste voorlichting
- c anonimiteit
- d afwezigheid van nadelige effecten

Ad a Vrijwillige medewerking

Het is belangrijk dat respondenten vrijwillig aan je onderzoek meewerken. Bij voorkeur hebben ze ook expliciet toestemming gegeven, zoals dat bij

medisch onderzoek gebeurt in de vorm van 'informed consent'. In de praktijk is het niet altijd mogelijk om van tevoren toestemming aan respondenten te vragen – denk maar aan het onderzoek naar de Russische maffia. Je weet immers van tevoren niet welke mensen je op de bijeenkomsten van Russische immigranten tegen zult komen. Ga in zo'n situatie nadrukkelijk na in hoeverre het onderzoek al dan niet schadelijk is voor de mensen die ongevraagd aan het onderzoek deelnemen.

Ad b Juiste voorlichting

De voorlichting aan de respondenten over het doel en de werkwijze van het onderzoek moet uiteraard kloppen. Meestal krijgen respondenten die informatie bij de introductie van een onderzoek, als er om hun medewerking wordt gevraagd. (In hoofdstuk 3 gaan we nader in op het maken van een introductie of introductiebrief.)

Soms is het onderzoekstechnisch niet mogelijk om alle informatie te geven en moet je bewust dingen verzwijgen. Als de patiënt bijvoorbeeld weet dat hij het echte medicijn heeft gekregen en geen placebo, reageert hij misschien anders dan wanneer hij weet dat hij een placebo heeft gekregen. Daarom wordt dit in medische experimenten bewust verzwegen en wordt er met procedures gewerkt waarbij zelfs de onderzoekers die de metingen verrichten niet weten of het om het echte medicijn of om de placebo gaat; dit zijn de zogeheten dubbelblinde onderzoeken. Overigens wordt aan de patiënten van tevoren wel meegedeeld dat er zowel met medicijnen als met placebo's wordt gewerkt, en dat het toeval bepaalt welke van de twee de patiënt krijgt. Wanneer je om onderzoekstechnische redenen bepaalde informatie moet verzwijgen, moet je uiteraard nagaan of je hiermee de belangen van de respondent niet schaadt.

Ad c Anonimiteit

In principe moeten de gegevens van respondenten anoniem worden verwerkt: het moet niet te herkennen zijn wie welke informatie heeft verstrekt. Toch is het niet altijd mogelijk om volledig anoniem te werk te gaan, bijvoorbeeld omdat je reminders wilt sturen aan mensen die niet gereageerd hebben. Ook als je onderzoek doet waarbij je mensen bijvoorbeeld met tussenpozen van een jaar ondervraagt, zoals panelonderzoek, zul je de gegevens van de verschillende metingen bij dezelfde persoon moeten kunnen koppelen. Meestal wordt er dan gewerkt met een aparte lijst met respondentnummers waaraan gegevens als naam, (e-mail)adres en telefoonnummer gekoppeld zijn. Bij de onderzoeksgegevens wordt alleen het respondentnummer vermeld, zodat niet direct te herleiden is welke gegevens bij welke respondent horen. De gegevens worden in dat geval vertrouwelijk verwerkt. In hoofdstuk 3 gaan we dieper in op het probleem van steekproeftrekken.

Ad d Afwezigheid van negatieve effecten

De uitkomsten van het onderzoek mogen voor de respondenten geen nadelig effect hebben. Dit is een lastig punt, want je kent van tevoren de uitkomst van je onderzoek niet. Naast de openingscasus zijn er veel andere voorbeelden te geven van onderzoeken die negatieve gevolgen kunnen hebben voor de respondenten. Denk aan onderzoek naar ziekteverzuim of fraude, maar ook aan allerlei vormen van marktonderzoek. Als je van plan bent onderzoek te gaan doen, moet je goed stilstaan bij dit punt. Is er echt niemand die schade kan ondervinden van jouw onderzoek?

Ethische eisen met betrekking tot de onderzoeker

Voor een ethisch verantwoord onderzoek is het van belang dat de onderzoeker het onderzoek op een eerlijke en wetenschappelijk verantwoorde manier uitvoert. Dat lijkt vanzelfsprekend, maar de praktijk laat zien dat het minder vanzelfsprekend is dan je denkt. Soms maakt een onderzoeker onbewust een fout, bijvoorbeeld door een design te gebruiken waarmee de onderzoeksvraag niet beantwoord kan worden of door een instrument te gebruiken dat feitelijk iets anders meet, bijvoorbeeld sociale wenselijkheid in plaats van betrokkenheid. Zoals eerder gesteld, kwalitatief onderzoek leent zich minder goed voor effectevaluaties: mensen kunnen wel zeggen dat ze baat hebben gehad bij een training, maar de vraag is of dat ook daadwerkelijk het geval is. Je hebt een kwantitatief onderzoeksdesign nodig om dat te kunnen aantonen. Soms ben je als onderzoeker niet volledig genoeg in de beschrijving van de opzet en uitvoering van je onderzoek. Dan voldoe je niet aan de replicatie-eis (zie 'Wat is onderzoek?' op de website bij dit boek).

Een enkele keer gaat een onderzoeker bewust de fout in. Het is in het belang van de onderzoeker dat zijn onderzoek gepubliceerd wordt en aangezien ook onderzoekers mensen zijn, komt het weleens voor dat onderzoekers onderzoeksresultaten zelf bedenken om een gunstige uitkomst te krijgen. Dat was bijvoorbeeld het geval bij de onderzoekspublicaties van de Nederlandse hoogleraar Stapel, die gefingeerde onderzoeksgegevens gebruikte voor zijn publicaties. Als je op Google 'fraud & research' intikt, vind je vele voorbeelden van fraude.

Het zonder bronvermelding overnemen van ideeën of teksten van anderen heet plagiaat. Plagiaat is eveneens een vorm van fraude die regelmatig voorkomt. Ook dit gebeurt zowel onbewust als bewust. Zoek maar eens op internet met de zoekterm 'research & plagiarism'.

Plagiaat

Als onderzoeker mag je verder geen gegevens aan derden verstrekken als de opdrachtgever daar niet mee instemt. Zeker in het geval van scriptie- en thesisonderzoek is dit een lastig punt. Het is belangrijk van tevoren goede afspraken te maken over zaken als het eigendomsrecht van de onderzoeksgegevens en de gebruikte onderzoeksinstrumenten. Ook over het publicatie- en auteursrecht moeten duidelijke afspraken gemaakt worden. Overigens blijken die afspraken soms strijdig met de Wet op de Openbaarheid van Bestuur, want een officieel thesis- of afstudeeronderzoek moet in principe openbaar zijn.

Tot slot moet de onderzoeker volledig onafhankelijk van de opdrachtgever functioneren. In een onderzoek naar klanttevredenheid met een focusgroep bij klanten van een makelaarskantoor mag de opdrachtgever in principe geen bepalende invloed hebben op de opzet en uitvoering van het onderzoek. De opdrachtgever mag bijvoorbeeld niet betrokken worden bij de selectie van de klanten, anders zou hij weleens alleen de gunstige gevallen kunnen selecteren. Wel mag de opdrachtgever inzage hebben in en overleggen over de onderzoeksopzet. Hij moet immers weten waar hij mee instemt en wat hij financiert. Een opdrachtgever heeft vaak goede aanvullende ideeën, maar die moeten wel passend zijn gezien het karakter en de opzet van het onderzoek. De opdrachtgever bepaalt *of* het onderzoek wordt uitgevoerd; de onderzoeker bepaalt *hoe* het wordt uitgevoerd.

OPDRACHT 1.7

Geldt voor jouw onderzoek dat:

- de respondent niet vrijwillig meewerkt (niet aankruisen als het niet anders kan, mits de respondent er geen schade van ondervindt)
- er aan de respondent een valse en/of onvolledige voorstelling van zaken wordt gegeven (niet aankruisen als dit niet anders kan, mits de respondent er geen schade van ondervindt)
- gegevens niet anoniem of vertrouwelijk worden verwerkt
- de uitkomsten voor de respondent nadelige effecten (kunnen) hebben
- het onderzoek op een niet-controleerbare, niet-verantwoorde en niet-eerlijke manier wordt uitgevoerd
- gegevens aan derden worden verstrekt als de opdrachtgever daar niet mee instemt
- de onderzoeker zich in de opzet en uitvoering van het onderzoek laat leiden door belangen van derden

Als je een of meer van bovenstaande punten hebt aangekruist, moet je je afvragen of jouw onderzoek wel ethisch verantwoord is en of je de onderzoeksopzet moet aanpassen of van het onderzoek moet afzien.

1.7 Is het onderzoek haalbaar

Nadat je je onderzoeksvraag globaal hebt vastgesteld en bent nagegaan of het onderzoek ethisch verantwoord is, moet je vaststellen of het onderzoek haalbaar is. Dat kun je doen aan de hand van vier punten; het is belangrijk om al aan het begin van het onderzoek uitvoerig bij deze vier punten stil te staan. Alle vier punten komen in deze paragraaf aan de orde. De belangrijkste factoren die de haalbaarheid van een onderzoek bepalen, zijn:

- tijd (subparagraaf 1.7.1)
- geld (subparagraaf 1.7.2)
- bereidheid en bereikbaarheid van respondenten of proefpersonen (subparagraaf 1.7.3)
- de risicoanalyse (subparagraaf 1.7.4)

1.7.1 Is er voldoende tijd

Kwalitatief onderzoek is lastig te plannen. Je weet immers van tevoren niet goed wat je kunt verwachten; dat is nu precies de reden voor het onderzoek. Bij kwalitatief onderzoek speelt het principe van de verzadiging, ook wel saturatie genoemd, een belangrijke rol. Verzadiging wil zeggen dat je doorgaat met het verzamelen en analyseren van je onderzoeksmateriaal totdat zich geen nieuwe informatie meer voordoet (zie ook paragraaf 7.1).

In het geval van de openingscasus kan het zijn dat je al na een maand een duidelijk beeld hebt doordat al je informanten je dezelfde informatie geven, bijvoorbeeld dat hier wel Russische criminelen zijn, maar dat zij hier geen 'zaken' doen. Zij zijn hier vooral vanwege het prettige leefklimaat in Nederland en de goede opleidingsmogelijkheden voor hun kinderen. Krijg je na een maand echter ook berichten dat hier wel degelijk sprake is van criminele activiteiten, zoals wapenhandel, dan zal je verder moeten zoeken totdat het beeld helder is.

Nauwkeurig plannen is lastig, maar je kunt wel alvast een globale tijdsplanning maken om de haalbaarheid te onderzoeken. Het doen van participerend onderzoek – zoals in het voorbeeld – kost bijvoorbeeld aanzienlijk

**Verzadiging
Saturatie**

meer tijd dan het voeren van een aantal focusgroepgesprekken. Het spreekt vanzelf dat de planning moet worden bijgesteld wanneer je een definitief onderzoeksplan hebt, maar ook tijdens het onderzoek zul je de planning voortdurend moeten bijstellen. Toch is een planning ook tijdens het onderzoeksproces een bruikbaar instrument, want je wordt dan op tijd gewaarschuwd dat je qua tijd dreigt vast te lopen en misschien je onderzoeksvraag moet versmallen of bepaalde onderzoeksactiviteiten moet schrappen.

Meestal heb je bij het begin al een globaal idee van het onderzoek in je hoofd, op grond waarvan je een voorlopige planning kunt maken. Twee tijdstippen zijn meestal al duidelijk: het moment waarop je begint en het moment dat je klaar wilt of moet zijn. Het is handig om bij dit laatste tijdstip te beginnen en van daaruit terug te rekenen. Als het verslag eind december klaar moet zijn, moet er half december een presentatie zijn en moet in de weken daaraan voorafgaand het verslag geschreven worden. Zo vul je de planning in, die tevens een tijdsbegroting is. Zorg ervoor dat je wat uitlooptijd hebt: projecten, en zeker onderzoeksprojecten, duren bijna altijd langer dan gepland.

Als je een tijdsplanning hebt gemaakt, moet bekeken worden of die haalbaar is. Dit is een belangrijke beslissing die kan voorkomen dat je in tijdsproblemen komt, waardoor het onderzoek niet afgemaakt kan worden en zowel de onderzoeker als de opdrachtgever ontevreden achterblijft.

1.7.2 Is er voldoende geld

Als er een tijdsplanning is, moet ook globaal worden berekend wat de kosten zijn. De kosten van een onderzoek zijn meestal vooral arbeidskosten. Als je het onderzoek doet in het kader van een studie, spelen die arbeidskosten geen rol: je krijgt meestal niets of een kleine vaste stagevergoeding. Als je voor een onderzoeksbureau werkt, is het uiteraard wel belangrijk dat je een scherpe begroting maakt van de onderzoekskosten. Als je teveel rekent, krijg je mogelijk de opdracht niet; als je te weinig rekent, doe je jezelf tekort.

Het uurtarief varieert in het algemeen van 100 euro voor een junior tot 150 euro voor een senior onderzoeker. Dit zijn all-inkosten, dus inclusief de bureau-, reis en computerkosten van de onderzoeker. Het lijkt of een onderzoeker veel verdient, maar in zijn uurtarief zijn ook overheadkosten verrekend zoals de huur van het pand, de energiekosten en de kosten van het ondersteunend personeel. Bedenk verder dat niet alle uren van een onderzoeker gedeclareerd kunnen worden. Ook een onderzoeker kan ziek zijn, met vakantie gaan en trainingen en opleidingen volgen.

Bijzondere kosten, zoals kosten om respondenten te werven, dure reizen naar het buitenland of bijzondere reproductie- of ontwikkelkosten, worden apart in de begroting opgenomen. Verder laat je uiteraard niet al het werk door de senior onderzoeker doen, maar verdeel je de taken. Het uittypen van interviewteksten laat de senior onderzoeker bijvoorbeeld over aan een assistent of een secretaresse. Geef in het geval van een professioneel onderzoek dus in de begroting aan wie welke werkzaamheden tegen welk tarief verricht. Realiseer je verder dat je btw moet berekenen als het onderzoek niet in het algemeen belang is en de onderzoeksgegevens niet voor iedereen toegankelijk zijn.

Als student heb je niet te maken met de hierboven genoemde arbeidskosten, maar kun je wel tegen andere onverwachte kosten oplopen. In tabel 1.4

hebben we een opsomming gemaakt van mogelijke kosten. Ga na of die voor jouw onderzoek gelden en zo ja, hoe hoog die kosten zijn. Ga vervolgens na of die kosten op te brengen zijn en of er mogelijkheden zijn dat anderen je onderzoek (gedeeltelijk) financieren.

TABEL 1.4 Overzicht van mogelijke onderzoekskosten

Omschrijving	Bedrag
Verblijfskosten (lunch/diner/overnachting)	
Reproductiekosten (vragenlijsten/onderzoeksformulieren/rapportage)	
Telefoonkosten	
Portokosten	
Boeken en rapporten	
Kopieerkosten	
Computerkosten	
Wervingskosten respondenten (bijvoorbeeld voor presentjes)	
Reiskosten (denk aan reizen waarbij je geen gebruik kunt maken van je ov-kaart)	
...	
Totaal	

1.7.3 Is er voldoende bereidheid om aan het onderzoek mee te werken

Niet alleen tijd en geld kunnen belemmerende factoren zijn; een onderzoek staat of valt ook met de bereidheid van mensen om aan het onderzoek mee te doen. Die bereidheid hangt af van een aantal zaken:

- de instantie die het onderzoek uitvoert (is dat een commercieel bureau of wordt het onderzoek uitgevoerd door een hogeschool of universiteit?)
- de wijze waarop men benaderd wordt
- de tijd die het onderzoek kost
- de aantrekkelijkheid van het onderwerp en de betrokkenheid van de respondenten bij het onderwerp
- het nut van het onderzoek
- een blijk van (materiële) waardering

Ga aan de hand van de genoemde punten na hoe moeilijk het is om respondenten te werven. Je moet je afvragen of er voldoende mensen bereid zullen zijn om aan het onderzoek mee te doen. Als veel mensen weigeren, heeft het onderzoek niet veel zin, omdat je dan een heel selecte groep krijgt. In hoofdstuk 3 gaan we dieper in op het probleem van de non-respons. Je kunt trachten de bereidheid te vergroten door aandacht te besteden aan bovenstaande punten.

Bij het onderzoek onder de Russische immigranten was het een groot voordeel dat de onderzoekster een Russische achtergrond heeft. Dat heeft de bereidheid om aan het onderzoek mee te werken zeker vergroot. Verder verleende de onderzoekster allerlei wederdiensten: zij hielp bijvoorbeeld

sommige immigranten met het invullen van formulieren en vertaalde teksten voor hen. De onderzoekster heeft het onderwerp aantrekkelijker gemaakt door te suggereren dat ze een onderzoek deed naar Russische zakenlui.

Het is duidelijk dat je vaak iets moet doen om mensen te motiveren om mee te doen aan jouw onderzoek. Hoe ver je daarin moet gaan, is moeilijk aan te geven. Soms krijgen mensen bijvoorbeeld een vijfde staatslot wanneer ze aan het onderzoek meedoen. Dit wordt een *incentive* genoemd. Zie voor meer informatie over het stimuleren van mensen om mee te doen aan onderzoek hoofdstuk 3.

Niet alleen de bereidheid kan een probleem vormen, ook de bereikbaarheid kan dat zijn. Van veel doelgroepen is geen bestand waaruit je een steekproef kunt trekken. Waar vind je bijvoorbeeld artsen die fouten hebben gemaakt, hypotheekadviseurs die klanten niet juist hebben voorgelicht, of geestelijken die kinderen hebben misbruikt? En als je ze vindt, hoe motiveer je ze om mee te werken aan een onderzoek waarbij je voor hen geen prettige onderwerpen aansnijdt. Onderzoekers onderschatten vaak de tijd die het vraagt om dit soort mensen te vinden en ze te overtuigen om mee te doen. Wanneer je een doelgroep hebt waarvan geen bestand van namen en adressen bestaat en die moeilijk bereikbaar is, moet je eerst nagaan hoe veel moeite en tijd het je gaat kosten om voldoende mensen in je steekproef te krijgen. Veel onderzoeksbureaus hebben panels waaruit zij steekproeven kunnen trekken. Daar zijn uiteraard wel kosten aan verbonden.

Ook wanneer je gebruikmaakt van bestaand materiaal, bijvoorbeeld medische dossiers of verslagen van vergaderingen, moet je van tevoren goed uitzoeken of je over die gegevens kunt beschikken. Vooral bedrijven, maar ook veel overheidsinstellingen zijn nogal huiverig om materiaal beschikbaar te stellen.

1.7.4 Welke risico's zijn er

Het is verstandig om ter toetsing van de haalbaarheid voor je onderzoek een risicoanalyse te maken. Als je van tevoren vaststelt wat mogelijke knelpunten in je onderzoeksproject zijn, kun je misschien al nadenken over mogelijke oplossingen. Mogelijke knelpunten zijn:

- a onvoorziene activiteiten
- b onvoldoende tijd
- c onverwachte kosten
- d niet beschikbaar zijn van middelen
- e onvoldoende respondenten
- f onvoldoende steun
- g problemen tussen onderzoekers

Ad a Onvoorziene activiteiten

Bij het plannen worden nogal eens activiteiten over het hoofd gezien. Studenten vergeten soms dat hun thesis ook nog beoordeeld moet worden en soms op basis van die beoordeling moet worden bijgesteld. Hiervoor moet zeker een maand worden uitgetrokken.

Ad b Onvoldoende tijd

De ervaring leert dat de tijdsplanning vaak niet reëel en meestal te krap is. Een onderdeel als het werven van respondenten kost vaak meer tijd dan gepland, bijvoorbeeld doordat je toestemming nodig hebt. Het verkrijgen

Risicoanalyse

van toestemming is vaak een ingewikkelde en tijdrovende procedure. Soms moet je meer mensen interviewen dan gepland, of langer observeren. Bouw in je tijdsplanning duidelijke evaluatiemomenten in, zodat je er tijdig achterkomt of het project dreigt uit te lopen en desnoods maatregelen kunt nemen.

Ad c Onverwachte kosten

Ga goed na of er geen onverwachte kosten zijn, zoals reis- en printkosten, of kosten voor incentives voor respondenten. Denk ook aan horecakosten, bijvoorbeeld als je interviews houdt in horecagelegenheden.

Ad d Niet beschikbaar zijn van middelen

Bij thesis- en scriptieonderzoek heb je soms specifieke apparatuur nodig die tijdig gereserveerd moet worden, zoals een videocamera. Zorg ervoor dat je niet geconfronteerd wordt met het feit dat alle videocamera's zijn uitgeleend op het moment dat jij ze nodig hebt.

Ad e Onvoldoende respondenten

Zoals eerder aangegeven is het vaak een kunst om voldoende mensen voor je onderzoek te werven. Weet je zeker dat je genoeg respondenten enthousiast kan maken om mee te doen aan jouw onderzoek?

Ad f Onvoldoende steun

Het is belangrijk dat je begeleider en je opdrachtgever je steunen. Als je begeleider 'geloofd' in jouw project, zal hij eerder geneigd zijn om je te steunen. Zorg er dus voor dat je je begeleider goed op de hoogte houdt van de voortgang, vooral wanneer je veranderingen aanbrengt. Hij moet niet voor ongewenste verrassingen komen te staan.

Ad g Problemen tussen onderzoekers

Je maakt zelf deel uit van de categorie onderzoekers. Als je met een aantal mensen aan het onderzoek werkt, kan een gebrek aan inzet tot irritatie leiden. Het is daarom goed om tijdens het project momenten in te bouwen waarop je elkaars gevoelens evalueert. Wat gaat er goed en wat niet, en in welke mate zie je het project nog zitten? Wat zou er beter kunnen? Ook een gebrek aan competentie kan tot irritatie leiden. Denk bij het begin van het onderzoek goed na of ieder groepslid de benodigde vaardigheden heeft om de hem of haar toevertrouwde onderzoeksactiviteiten uit te voeren. Is X in staat om de analyses op een verantwoorde manier uit te voeren? Wat is de kracht van ieder groepslid en wat de zwakte, en hoe kun je die kracht benutten en die zwakte opheffen? Misschien is het handig als iemand in het kader van het opheffen van zwaktes een training volgt, zich verder verdiept in het onderwerp of een adviseur inschakelt. Ook dit zijn activiteiten die je moet plannen.

OPDRACHT 1.8

Maak een eenvoudige risicoanalyse van jouw onderzoek door het invullen van onderstaande tabel (ontleend aan *Onderzoek als project*, Baarda en Godding, 2011).

Risico	Omschrijving	Kans op mislukken (klein/midden/groot)	Impact (klein/midden/groot)	Oplossing
Onverwachte activiteiten:				
Tijd (onderdelen die mogelijk gaan uitlopen):				
Geld: ...				
Middelen: ...				
Mensen • Respondenten: ... • Opdrachtgever/begeleider: ... • Onderzoekers: ...				

Geraadpleegde bronnen

Boeken en artikelen

- Baarda, B., & Godding J.W. (2011). *Onderzoek als project*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Boddé, M. (2010). *Pil. Hoe een cabaretier zijn depressie overwon*. Amsterdam: Nijgh & Van Ditmar.
- Bouman, M., & Jurg, M. (2010). *Chatsessie met jongeren over uitgaan en harde muziek*. www.boomlemmatijdschriften.nl
- Bovenkerk, F. (2009). *Etniciteit, criminaliteit en het strafrecht*. Utrecht: universitaire afscheidsrede. <http://igitur-archive.library.uu.nl>
- Groenland, E. (2009). *ANNABEL Toolbox Probleemanalyse*. Breukelen: Nijenrode.
- Michalko, M. (2006). *Thinkertoys*. Berkeley: Ten Speed Press.
- Siegel, D. (2004). *Russische maffia in Nederland?* www.boomlemmatijdschriften.nl
- Rosner, L.S. (1995). *Russian Organized Crime*. Boston: Round table at American Society of Criminology.

Websites

- www.nova.edu.ssss
- www.nos.nl
- www.sum.nl
- groups.yahoo.com
- www.kwalon.nl
- en.wikipedia.org
- www.narcis.nl
- www.theses.org
- www.cochrane.org
- www.campbellcollaboration.org
- www.alphadictionary.com
- picarta.pica.nl
- sites.google.com
- www.apa.org
- www.hbo-raad.nl

Verdieping

Boeken en artikelen

Robson gaat uitgebreid in op de probleemanalyse en het formuleren van onderzoeksvragen bij toegepast onderzoek: Robson, C. (2011, third edition). *Real world research*. Malden: Blackwell.

Ook veel informatie over de probleemanalyse en het formuleren van een onderzoeksvraag, maar dan toegespitst op marktonderzoek vind je in: Malhotra, N. K., & Birks, D. (2006). *Marketing Research: An Applied Approach*. Essex: Pearson.

Websites

Voorbeelden van procesevaluatietechnieken: <http://daretodifferentiate.wikispaces.com/file/view/03+-+Formative+Assessment+Strategies.pdf>

Een handig hulpmiddel om problemen te analyseren is de Phoenix Checklist. Deze lijst met vragen is oorspronkelijk ontwikkeld door de CIA en bedoeld om aard en omvang van een probleem te achterhalen: <http://hamelinterests.com/blog/best-practices-for-problem-solving-the-phoenix-checklist/>

Op het web is veel materiaal te vinden over ethiek, onder andere de 'Research ethics checklist'. Op de volgende site kunnen checken hoe ethisch je zelf bent: <http://ori.hhs.gov/TheLab/>

Kijk voor de regels met betrekking tot de ethiek op <http://www.slideshare.net/Rambitious/4-research-ethics>

Video

De 'Tools for Creativity'-video toont een aantal hulpmiddelen om tot nieuwe oorspronkelijke ideeën te komen en problemen te analyseren: <http://www.youtube.com/watch?v=HioB5eE0VJs>

De video 'Does Smoking Reduce your Risk of Alzheimer's?' illustreert het ethische probleem van onderzoekers die niet onafhankelijk zijn: <http://www.youtube.com/watch?v=taYjdWdcnTE>

Op YouTube vind je veel filmpjes over het Milgramexperiment, bijvoorbeeld: <http://www.youtube.com/watch?v=0L-hKsjGP1M>