



Whitepaper

Sociaal onderzoek als kunstvorm

Whitepaper Data ophalen met vragenlijsten

Inhoud

Inleiding	3
Drie doelen	3
In vier stappen tot een goede vragenlijst	3
Twee soorten vragen	7
Het formuleren van de vragen	8
Basisprincipes en essentiële richtlijnen	8
Algemene uitgangspunten	10
Antwoordopties	12
Sociale wenselijkheid ondervangen	14
Conclusie	15

Inleiding

In de dynamische wereld van sociaal onderzoek is het ontwerpen van effectieve vragenlijsten een kunst op zich. Deze cruciale instrumenten vormen de brug tussen onderzoekers en de diepgaande inzichten die ze zoeken. Bij Van Dam Datapartners werken we niet alleen met de data die er al zijn, maar helpen we onze opdrachtgevers ook met het verzamelen van nieuwe data om specifieke vragen te kunnen beantwoorden. Onze voorkeur gaat daarin uit naar een combinatie van kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethoden. Kwantitatieve benaderingen bieden meetbare data en statistische analyses, terwijl kwalitatieve benaderingen ons in staat stellen te duiken in de diepte van menselijke percepties.

Een veelvoorkomende vorm van kwantitatief onderzoek is het inzetten van vragenlijsten. Wellicht ontvang je die zelf regelmatig, bijvoorbeeld in de vorm van klanttevredenheidsenquêtes. Organisaties proberen via deze vragen inzicht te krijgen in jouw ervaring en mogelijke verbeterpunten. In het sociaal en maatschappelijk domein streven we naar inzichten van cliënten, deskundige hulpverleners en andere betrokkenen, omdat zij het kloppend hart van de zaak vertegenwoordigen en het beste kunnen aangeven wat ze werkelijk nodig hebben.

Een vragenlijst lijkt op het eerste gezicht een eenvoudig instrument om deze input te verzamelen, maar de ene vragenlijst is zeker de andere niet. Het opstellen ervan vergt meer dan je wellicht vermoedt. Als tien individuen dezelfde vragenlijst invullen, is het van essentieel belang dat zij de vragen op dezelfde wijze begrijpen en interpreteren. Is dat niet het geval, dan kunnen de antwoorden plotseling een geheel andere betekenis aannemen dan beoogd. Er zijn dus enkele belangrijke aandachtspunten bij het creëren van zo'n vragenlijst, en na het lezen van dit whitepaper ben je klaar om zelf aan de slag te gaan!

Drie doelen

Bij de ontwikkeling van vragenlijsten moeten drie doelen worden nagestreefd (Giesen, Meetens, Vis-Visschers & Beukenhorst, 2010):

1. De vragenlijst zorgt ervoor dat er gegevens worden verzameld waarmee de onderzoeksvragen kunnen worden beantwoord.
2. Net zo belangrijk is het dat het invullen van de vragenlijst voor de respondent zo prettig en gemakkelijk mogelijk te doen is.
3. Tot slot is het belangrijk dat het ontwikkelen, analyseren en het eventueel aanpassen van de vragenlijst efficiënt gebeurt.

In vier stappen tot een goede vragenlijst

Met die drie cruciale doelen voor ogen, duiken we nu dieper in het daadwerkelijke proces. Het proces van vragenlijstontwikkeling omvat diverse stappen die gezamenlijk zorgen voor een doeltreffend instrument voor gegevensverzameling. Beginnend bij de conceptualisering waarin de onderzoeksvragen worden verfijnd, en eindigend bij het uiteindelijke testen en herzien van de vragenlijst. Elke stap is van vitaal belang om te waarborgen dat de verzamelde data betrouwbaar, begrijpelijk en bruikbaar zijn.



1. Conceptualisering en onderzoeksontwerp:

Bij het ontwikkelen van een vragenlijst is de eerste stap cruciaal. Hier definiëren we duidelijk de onderzoeksvragen, werken we samen met experts voor meetbare begrippen, en stemmen we af op ervaringen van potentiële respondenten. Deze stap bestaat uit de volgende acties:

- Bepaal specifiek wat jij of de opdrachtgever wil weten.

Stel dat de opdrachtgever wil weten wat de kwaliteit van leven is van jongeren met een angststoornis, vraag dan door wat de opdrachtgever specifiek wil weten. Zijn er bijvoorbeeld specifieke aspecten van het dagelijks leven die significant worden beïnvloed door de angststoornis? Welke leeftijdsgroep wordt er bedoeld met 'jongeren' en wat valt er volgens de opdrachtgever onder een angststoornis?

- Maak meetbare begrippen (indicatoren) in samenwerking met inhoudelijke deskundigen, denk binnen dit voorbeeld aan beleidsmedewerkers, ervaringsdeskundigen, psychologen en uitvoerders.

Zij hebben diepgaande kennis van het onderwerp en begrijpen de context van de begrippen binnen het vakgebied. Ze kunnen helpen bij het identificeren van nuances en subtiliteiten die anders over het hoofd zouden worden gezien. Zo borg je dat de begrippen nauwkeurig worden opgesteld en relevant zijn voor het specifieke domein. Hiermee voorkom je interpretatieproblemen.

In het geval van het voorbeeld, bepaal hoe de begrippen 'jongeren', 'ervaren kwaliteit van leven' en 'angststoornis' meetbaar kunnen worden gemaakt. Bijvoorbeeld, de ervaren kwaliteit van leven kan worden gemeten op basis van emotioneel welzijn, sociaal functioneren en fysieke gezondheid. De concreet meetbare begrippen die daaruit voortvloeien worden indicatoren genoemd. Voorbeelden van indicatoren kunnen zijn: frequentie van angstgerelateerde symptomen, mate van participatie in sociale activiteiten, effect op school- of werkprestaties, en de mate van zelfredzaamheid.

- De indicatoren moeten vervolgens worden vertaald naar enquêtevragen.

Dat wordt operationaliseren genoemd. Het is als vragenlijstontwikkelaar hierbij goed om literatuur, interne documenten en deskundigen te raadplegen. Later in het artikel geven we meer tips over waar op te letten bij de ontwikkeling van de vragen en informatie over de soort vragen en antwoordschalen die er zijn

Bijvoorbeeld:

- Hoe vaak ervaar je angstklachten in een gemiddelde week?
- In hoeverre heeft je angststoornis invloed op je vermogen om deel te nemen aan sociale activiteiten?
- Op een schaal van 1 tot 10, hoeveel invloed heeft je angststoornis op je school- of werkprestaties?

- Vervolgens is het van belang om onderzoek te doen onder potentiële respondenten. Dit kan worden gedaan door middel van focusgroepen of diepte-interviews.

Het doel hiervan is om te bepalen of de concepten die gemeten moeten worden, ook daadwerkelijk aansluiten bij de beleving van de respondenten. Een focusgroep is een gestructureerde groepsdiscussie waarbij deelnemers, onder begeleiding van een facilitator, hun ervaringen, meningen en percepties delen over een specifiek onderwerp om diepgaand inzicht te verkrijgen.

- Nu vastgesteld is wat er gemeten gaat worden, moet er bepaald worden bij wie dit gemeten gaat worden en hoe.

Daarbij kan er waar mogelijk gekeken worden naar eerder uitgevoerde enquêtes.



2. Vragenlijstontwerp:

De tekstversie van de vragenlijst wordt gemaakt en de vormgeving wordt uitgedacht. Idealiter doe je dit met een team van deskundigen op het gebied van: de inhoud van de vragenlijst, de vragenlijstontwikkeling en dataverzameling- en analyse.

- Je bepaalt als eerste een logische structuur voor de respondent met een volgorde van onderwerpen.
- Daarna maak je de vragen, die ontwikkeld zijn in de vorige stap, concreet.
- Denk na over de logische volgorde van de vragen. Begin met niet-bedreigende vragen om respondenten op hun gemak te stellen voordat je overgaat naar meer gevoelige of complexe onderwerpen.¹ Dijkstra, Ongena en Loosveldt (2014) doen daarnaast de volgende aanbevelingen over de volgorde van de vragen:

I. Begin de eerste helft van de vragenlijst met eenvoudigere vragen die makkelijk te beantwoorden zijn, en wissel alleen in enkele gevallen af met moeilijkere vragen. In de tweede helft van de vragenlijst kan je dan wat moeilijkere vragen plaatsen, omdat de respondent dan minder geneigd is alsnog te stoppen met het invullen.

II. De vragen aan het begin van de vragenlijst worden meestal het beste beantwoord. Stel belangrijke vragen daarom aan het begin van de vragenlijst. Verdeel vragen die belangrijk en moeilijk zijn over de hele vragenlijst.

III. Begin met vragen die duidelijk een link hebben met het doel van het onderzoek. Doe je dat niet, dan is het voor de respondent onduidelijk en heeft dat een negatieve invloed op de motivatie van de respondent.

IV. Meer persoonlijke of vertrouwelijke vragen kan je beter stellen richting het einde van de vragenlijst.

¹ Doel 2 van Giesen, Meetens, Vis-Visschers & Beukenhorst, 2010.

- Dan is het tijd voor de vormgeving: Denk hierbij bijvoorbeeld aan interviewerinstructies, toelichtingen op vraagteksten, kopjes boven bij elkaar horende blokken van vragen en informatie over de routing. De vormgeving is essentieel en moet zo vroeg mogelijk aan bod komen. Bij een online vragenlijst is het ook een goede optie om een voortgangsbalk toe te voegen.

3. Testen:

Nu de vragenlijst af is, is het tijd om te testen. Hiermee evalueer je de begrijpelijkheid, relevantie en consistentie van de vragen. Daarnaast meet je de tijd die respondenten nodig hebben om de vragenlijst in te vullen en verzamel je feedback over eventuele onduidelijkheden. Deze testsessies helpen bij het identificeren en corrigeren van mogelijke valkuilen, zodat de uiteindelijke vragenlijst effectief en accuraat is.

Er zijn verschillende methoden mogelijk om de vragenlijst te testen:

- **Informeel test:** Deze is het makkelijkst uit te voeren. Als vragenlijstontwikkelaar vul je zelf de test serieus in. Deze manier van testen geeft een eerste inzicht in de leesbaarheid, begrijpelijkheid en beantwoordbaarheid van de vragen.
- **Expert raadplegen:** Je vraagt aan een (groep) deskundige(n) om de vragenlijst te beoordelen.
- **Kleinschalige kwalitatieve test:** Als je wil weten hoe respondent-vriendelijk de vragenlijst is, dan laat je de vragenlijst afnemen bij testrespondenten. Dit kan in de vorm van focusgroepen, interviews of door te observeren op het moment dat de vragenlijsten worden ingevuld.
- **Functioneel of technisch testen:** Als de vragenlijst niet schriftelijk maar via de computer wordt ingevuld, is het belangrijk om alle functionaliteiten goed te testen.

- **Kleinschalige operationele tests:** In een operationele test, ook wel pilot genoemd, wordt de complete dataverzamingsprocedure kleinschalig uitgetest. Hierbij wordt met name getest of de logistieke procedures goed werken in het veld.
- **Grootschalige pilots en experimenten:** Experimenten zijn zinvol wanneer er wordt getwijfeld tussen alternatieve vraagstellingen of alternatieve methoden en twee of meer vragenlijsten met elkaar vergeleken moeten worden.





4. Herziening, dataverzameling en evaluatie:

Na de test is het essentieel om de verzamelde feedback te analyseren en eventuele onduidelijkheden, inconsistenties of andere problemen aan te pakken. De vragenlijst wordt herzien op basis van deze bevindingen. Het doel is om een geoptimaliseerde versie te creëren die begrijpelijk en relevant is voor de respondenten. Met de herziene vragenlijst gereed, begint de daadwerkelijke dataverzameling. Dit kan op verschillende manieren gebeuren, afhankelijk van de aard van het onderzoek. Na de dataverzameling is een laatste belangrijke stap het reflecteren op het gehele proces. Wat ging goed en wat kan er verbeterd worden?

Twee soorten vragen

Nu we het proces hebben doorgenomen duiken we nog wat dieper in het ontwikkelen van de vragen. Kwantitatieve gegevens verzamelt je aan de hand van gesloten vragen, kwalitatieve gegevens aan de hand van open vragen. We zullen deze twee vragen eerst kort toelichten.

Gesloten vragen

Gesloten vragen in een vragenlijst zijn gestructureerde vragen waarbij de respondent wordt gevraagd een keuze te maken uit een vooraf bepaalde set van antwoordopties. Deze vragen zijn nuttig om kwantitatieve gegevens te verzamelen en vergemakkelijken de analyse van de antwoorden. Er zijn verschillende soorten gesloten vragen. De keuze voor het type gesloten vraag hangt af van het doel van de vraag en het soort informatie dat je wilt verzamelen. Het is vaak nuttig om verschillende typen gesloten vragen te combineren in een vragenlijst om een uitgebreid beeld te krijgen van het onderwerp.

Open vragen

Open vragen zijn vragen waarbij respondenten de vrijheid hebben om hun antwoord in hun eigen woorden te formuleren, zonder te worden beperkt door vooraf gedefinieerde antwoordopties. Dit type vraag geeft meer diepgaande inzichten in de gedachten, meningen en ervaringen van respondenten. De verwerking en analyse van open vragen is ingewikkelder en kost meer tijd.

Dit zijn de meest gebruikte soorten open vragen:

1. **Beschrijvende vragen:** Vragen die respondenten verzoeken om uitgebreid te vertellen over hun ervaringen, observaties of meningen. Ze moedigen gedetailleerde en vrije beschrijvingen aan.

Voorbeeld: Beschrijf uw ervaringen met het gebruik van ons product.

2. **Opinie vragen:** Vragen die respondenten verzoeken om hun persoonlijke mening, overtuigingen of standpunten te delen over een bepaald onderwerp.

Voorbeeld: Wat is uw mening over [een specifiek onderwerp]?

3. **Verkennde vragen:** Vragen die respondenten uitnodigen om dieper in te gaan op hun gedachten, gevoelens of percepties met betrekking tot een bepaald concept.

Voorbeeld: Vertel ons over uw perceptie van [een specifiek concept].

4. **Scenario vragen:** Vragen die respondenten verzoeken om zich voor te stellen hoe ze zouden reageren in een hypothetische situatie. Ze helpen bij het begrijpen van mogelijke gedragingen of attitudes.

Voorbeeld: Stel dat [scenario]. Hoe zou u reageren of handelen?

5. **Probleem- of behoeftestelling:** Vragen die respondenten verzoeken om eventuele problemen, uitdagingen of behoeften die ze ervaren te benoemen.

Voorbeeld: Welke uitdagingen ervaart u momenteel met betrekking tot [specifiek onderwerp]?

Het formuleren van de vragen

Basisprincipes en essentiële richtlijnen

Tijd voor het echte werk, het formuleren van de vragen. De basisregel daarvoor is simpel: zorg ervoor dat de respondent begrijpt wat je vraagt, hier een antwoord op kan geven en ook bereid is dat te doen. Er is echter één belangrijke randvoorwaarde: de vragenlijst moet betrouwbaar (in hoeverre je bij herhaalde metingen hetzelfde resultaat krijgt) en valide zijn (meet wat het daadwerkelijk zou moeten meten). Om betrouwbare en valide metingen te kunnen doen moeten enquêtevragen dus aan twee voorwaarden voldoen

1) iedere respondent moet de vraag op dezelfde wijze opvatten

2) iedere respondent moet de vraag zo begrijpen als de onderzoeker deze bedoeld heeft. Een betrouwbare en valide vragenlijst krijg je o.a. door de vragenlijst te standaardiseren. Dit betekent dat de vragenlijst altijd op dezelfde manier moet worden afgenomen, met altijd dezelfde uitleg bij vragen. Vragenlijst en eventuele interviewer vormen namelijk samen het meetinstrument. Opleiding en instructie van de interviewer is daarom erg belangrijk.





Volgens Dijkstra, Ongena en Loosveldt (2014) kun je de validiteit van een vragenlijst vergroten door vier regels te handhaven:

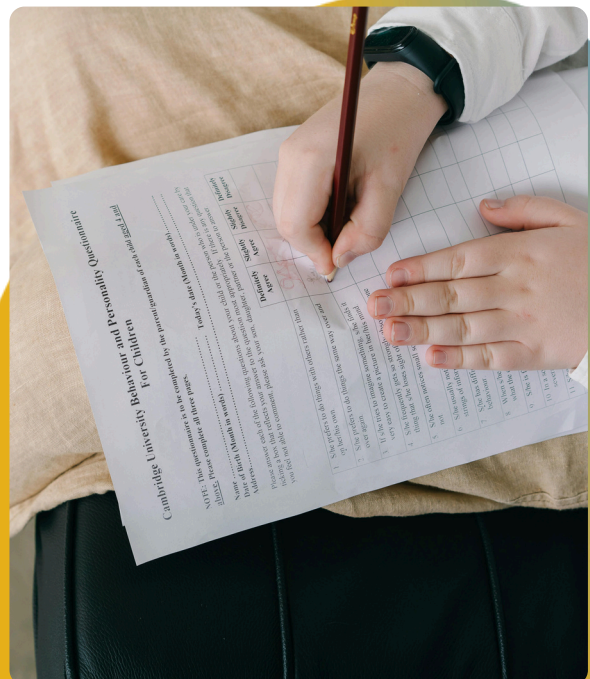
1. Gebruik **geen ontkenningen**. Vooral in combinatie met vragen die met ja/nee of eens/oneens moeten worden beantwoord kan dit veel verwarring opleveren. Bijvoorbeeld de vraag: ik heb niet dagelijks last van mijn angststoornis. Wat betekent het als iemand hier oneens beantwoord?
2. Gebruik **geen vage telwoorden**, zoals soms, af en toe, vaak etc. Als de vraag bijvoorbeeld is 'heb je soms paniekaanvallen?' en de respondent hier 'nee' op antwoord, kan het betekenen dat de respondent juist vaker dan soms of juist minder dan soms last heeft. Beter is het om te vragen 'heb je meer dan 1 x per maand een paniekaanval?'
3. Gebruik **nooit motiveringen voor een antwoord**. Neem bijvoorbeeld de vraag: 'Ik ben blij met de hulp die ik krijg voor mijn angststoornis omdat ik nu weer beter op school presteer'. De respondent kan blij zijn met de hulp, maar met een andere reden. Als je wilt weten of de respondent beter op school presteert en daardoor blij is met de hulp, kun je beter vragen: o Zijn je schoolprestaties verbeterd nu je hulp krijgt voor je angstklachten? o Ben je daar blij mee?
4. **Stel geen twee vragen tegelijk**, ook wel een cocktailvraag genoemd. Bijvoorbeeld als je vraagt: 'heb je tijdens een paniekaanval last van oorsuizen en hartkloppingen?' Het kan zijn dat de respondent wel last heeft van oorsuizen maar niet van hartkloppingen. De respondent kan deze vraag dan nooit goed beantwoorden. Het is dan beter om hier twee aparte vragen van te maken.



Algemene uitgangspunten

Er zijn nog andere belangrijk criteria bij het vormen van een goede vragenlijst. Die criteria nemen we met je door aan de hand van algemene uitgangspunten. Als je de volgende uitgangspunten naleeft in het ontwikkelen van de vragenlijst, zorg je ervoor dat je de drie doelen van vragenlijstontwikkeling behaalt: je verzamelt gegevens om de onderzoeksvraag te beantwoorden, het invullen van de vragenlijst is prettig voor de respondent en het ontwikkelen en analyseren van de vragenlijst gebeurt efficiënt.

- **Relevantie en belang:** zorg ervoor dat elke vraag relevant is voor je onderzoek. Overweeg of de informatie die je zoekt echt nodig is en bijdraagt aan het begrip van het fenomeen dat je bestudeert.
- **Demografische vragen:** voeg enkele demografische vragen toe om informatie te verzamelen over de kenmerken van de respondenten, zoals leeftijd, geslacht, opleiding en inkomen. Deze gegevens kunnen helpen bij het analyseren van de resultaten in verschillende subgroepen. Let er hierbij wel op dat de anonimiteit gewaarborgd wordt; voeg geen vragen toe die ertoe leiden dat de identiteit van de respondent achterhaald kan worden.
- **Vermijd dubbelzinnigheid:** formuleer vragen zo dat er geen ruimte is voor meerdere interpretaties. Vermijd dubbelzinnige termen of vage formuleringen.
- **Gesloten en open vragen:** combineer gesloten vragen (met vooraf bepaalde antwoordopties) en open vragen (waar respondenten hun eigen antwoord formuleren of hun antwoord kunnen toelichten) om kwantitatieve en kwalitatieve gegevens te verzamelen. Zo verzamel je niet alleen cijfers, maar ook de benodigde context bij de cijfers.
- **Ethiek en privacy:** respecteer ethische overwegingen en privacy van de respondenten. Zorg ervoor dat de vragen niet te intrusief zijn en dat de privacy van deelnemers wordt beschermd.
- **Vraag alleen naar wat de respondent weet:** stem de vragen af op de kennis en ervaring van de respondenten. Vermijd vragen naar informatie waar ze mogelijk niet bekend mee zijn.
- **Gebruik geen verkeerde aannames in de vraagstelling:** respondenten zijn geneigd altijd antwoord te geven, ook als ze ergens geen kennis over hebben. Dit kan worden opgelost door over het ontwerp eerst toelichting te geven of door de antwoord optie 'weet niet/geen mening' toe te voegen.
- **Wees duidelijk over de eenheid en periode:** zorg ervoor dat duidelijk is over welke eenheid en periode de respondent de vraag moet beantwoorden.
- **Stel één vraag per vraag:** als er meer dan één vraag tegelijk wordt gesteld is niet duidelijk op welke vraag het antwoord betrekking heeft.





- **Formuleer vragen gebalanceerd:** respondenten zijn vaak geneigd om instemmend te antwoorden ('acquiescence' genoemd in de literatuur). Door vragen zo gebalanceerd mogelijk te stellen wordt deze vorm van vertekening gereduceerd. Vraag dus niet 'Bent u het eens met het verhogen van de pensioengerechtigde leeftijd van 65 naar 67 jaar?', maar vraag 'Bent u het eens of oneens met ...'.
- **Kies eenduidige woorden:** gebruik woorden die niet op meerdere manieren geïnterpreteerd kunnen worden. Of leg de definitie zoals je het bedoelt uit.
- **Duidelijke en begrijpelijke taal:** formuleer vragen in eenvoudige, duidelijke en begrijpelijke taal. Vermijd vakjargon en complexe zinsconstructies om ervoor te zorgen dat respondenten de vragen correct begrijpen. Een paar tips hiervoor zijn:
 - Maak korte vragen en zinnen
 - Gebruik veelvoorkomende en concrete woorden
 - Vermijd teksten met een dubbele ontkenning, deze zijn vaak moeilijk te begrijpen
- Formuleer vraagteksten en instructies positief. Positief geformuleerde teksten ('gebruik een pen') zijn makkelijker te begrijpen dan negatief geformuleerde teksten ('gebruik geen potlood'). Pas op met het gebruik van woorden als 'niet' of 'exclusief' - deze worden vaak gemist door respondenten.
- **Maak duidelijk wat het gewenste antwoordformat is.** Zeg dus niet: 'Wanneer bent u hier gaan wonen?' In deze vraag is het onduidelijk of je een jaartal moet benoemen of ook een maand bijvoorbeeld. Het is duidelijker om te zeggen: 'In welk jaar bent u hier gaan wonen?'.

Antwoordopties

Je weet nu waar je allemaal op moet letten bij het ontwikkelen van de vragen, maar ook bij het opstellen van de antwoordopties zijn er een paar essentiële regels die het verschil kunnen maken tussen een valide en betrouwbare vragenlijst en een vragenlijst die dat niet is.

1. De antwoordopties moeten aansluiten bij het kenmerk van de vraag. Als je bijvoorbeeld vraagt 'hoe moeilijk is het voor je om op te staan 's ochtends?' en de antwoordopties zijn 'geen enkel probleem', 'Kost een beetje inspanning' en 'Kost veel inspanning', dan sluiten deze niet aan bij de vraagstelling. Deze opties zijn passender: 'Helemaal niet moeilijk', 'Een beetje moeilijk', 'Moeilijk' en 'Heel moeilijk'.
2. De antwoordopties moeten duidelijk van elkaar te onderscheiden zijn. Bijvoorbeeld als je vraagt 'hoe vaak heb je last van paniekaanvallen' en de antwoordopties zijn 'nooit' 'zeer zelden', 'heel erg weinig', 'bijna nooit', enzovoort, dan zijn deze moeilijk van elkaar te onderscheiden. Een beperkter aantal antwoordopties is dan beter.

2.

3. De antwoordopties moeten goed gebalanceerd zijn. De antwoordopties moeten volledig zijn maar ook goed verdeeld met betrekking tot negatieve en positieve antwoordopties. Als je dat niet doet, kan je de antwoorden zonder dat je dat wilt een bepaalde richting op beïnvloeden.
4. Als gebalanceerde antwoordopties niet mogelijk of niet wenselijk zijn, vraag dan gericht zonder antwoordopties te geven. Uit onderzoek blijkt dat mensen de antwoordopties vaak als referent gebruiken voor wat normaal of gemiddeld is op dat onderwerp en zich daaraan meten (Schwarz et.al., 1985, aangehaald door Dijkstra, Ongena en Loosveldt, 2014). Daarmee beïnvloed je zonder dat je dat wilt de antwoorden.

Een laatste stap is de keuze uit de verschillende soorten antwoordopties die er zijn en de beste antwoordschaalopties.

1. Binair (ja/nee-vragen): Respondenten geven een eenduidig antwoord op basis van twee mogelijke opties: ja of nee.

Bijvoorbeeld: Heeft de angststoornis invloed op je school- of werkprestaties? Ja/Nee.

2. Meerkeuzevragen: Respondenten kiezen een antwoordoptie of meerdere antwoordopties uit een vooraf bepaalde lijst. Dit type vraag is handig wanneer er duidelijke, onderscheidbare keuzes zijn.

Bijvoorbeeld: Op welke deel van jouw leven heeft je angststoornis het meest een negatieve invloed?

- a. Schoolprestaties
- b. Sociale leven
- c. Fysieke gezondheid
- d. Vrije tijd en hobby's
- e. Emotionele gezondheid (hoe je je voelt/je stemming)



Bij meerkeuzevragen is belangrijk dat:

- Alle mogelijke antwoorden die een respondent zou kunnen geven, zijn opgenomen in de lijst van antwoordopties.
- De antwoordopties elkaar niet overlappen.
- Je duidelijk maakt of ze één of meer antwoorden mogen geven.

3. **Antwoordschalen:** worden vaak gebruikt als naar een mening of overtuiging gevraagd wordt. Meestal worden 4-7 schaalpunten gebruikt. Hoe meer schaalpunten, hoe minder het invulgemak. Het CBS adviseert om vanaf 7 schaalpunten elk schaalpunt te labelen. Daarnaast is het goed om een neutrale optie in het midden op te nemen. Er zijn verschillende soorten antwoordschalen, we noemen er hier een aantal die vaak gebruikt worden:

- **Likertschaal:** Respondenten geven hun mening of overtuiging weer op een schaal, meestal van sterk mee oneens tot sterk mee eens. Likertschalen meten de mate van overeenstemming of onenigheid. Dit is de meest populaire antwoordschaal.

Bijvoorbeeld: Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stelling 'de angststoornis heeft een negatieve invloed op mijn schoolprestaties'

1. Zeer mee oneens
2. Mee oneens
3. Neutraal
4. Mee eens
5. Zeer mee eens



- **Semantisch differentiaal:** Het oordeel van de respondent wordt gevraagd over een onderwerp door gebruik te maken van twee aan elkaar tegengestelde kenmerken, zoals goed/slecht, mooi/lelijk, enzovoort. De respondent moet dan een positie kiezen tussen deze twee kenmerken.

Bijvoorbeeld: Geef aan hoe je je de afgelopen week hebt gevoeld door een kruisje te plaatsen in het rondje tussen de twee uiterste opties. Plaats het kruisje dicht bij het woord dat het beste jouw gevoelens weergeeft. Bijvoorbeeld, als je je meer ontspannen dan angstig voelde, plaats dan het kruisje dicht bij 'Ontspannen'.

Angstig	0 0 0 0 0	Ontspannen
Somber	0 0 0 0 0	Vrolijk
Moe	0 0 0 0 0	Energiek

- **Numerieke schaal:** Respondenten geven een getal als antwoord, bijvoorbeeld een cijfer op een schaal van 1 tot 10. Dit type schaal wordt vaak gebruikt om waarderingen, tevredenheid of frequentie van gebeurtenissen te meten.

Bijvoorbeeld: Hoe tevreden ben je met de behandeling voor je angst klachten? Geef een rapportcijfer tussen 1 en 10.

- **Ordinale schaalvragen:** Respondenten geven hun voorkeur of mening weer op basis van een rangorde. De volgorde is belangrijk, maar de afstand tussen de posities is niet uniform.

Bijvoorbeeld: 'Rangschik de volgende aspecten van het dagelijks leven die volgens jou het meest worden beïnvloed door de angststoornis, waarbij 1 de meest beïnvloede is en 5 de minst beïnvloede:'

- Schoolprestaties
- Sociale leven
- Fysieke gezondheid
- Vrije tijd en hobby's
- Emotionele gezondheid (hoe je je voelt/je stemming)

Sociale wenselijkheid ondervangen

Een veelvoorkomend probleem in onderzoek middels vragenlijsten is sociale wenselijkheid. Sociaal wenselijke antwoorden zijn antwoorden die respondenten geven om een positieve indruk achter te laten, in plaats van hun ware mening of gedrag weer te geven. Gelukkig zijn er verschillende tactieken om dit zoveel mogelijk te tackelen:

1. **Gebruik van gevoeligheidsverklaringen:** Voeg een inleidende verklaring toe waarin wordt uitgelegd dat het doel van het onderzoek is om eerlijke en oprechte antwoorden te verzamelen, en dat er geen goede of foute antwoorden zijn. Dit kan respondenten aanmoedigen om hun ware mening te delen.
2. **Anonimiteit waarborgen:** Benadruk dat de antwoorden volledig anoniem zijn. Als respondenten zich geen zorgen hoeven te maken over mogelijke negatieve consequenties van hun antwoorden, zijn ze wellicht eerder geneigd om eerlijk te zijn. Stel niet te veel vragen die de anonimiteit in gevaar brengen, of waardoor de invuller het gevoel krijgt dat zijn identiteit alsnog is te achterhalen.
3. **Gebruik indirecte vragen:** Formuleer vragen zodanig dat respondenten niet direct worden gevraagd naar gevoelige of sociaal wenselijke onderwerpen. Gebruik bijvoorbeeld scenario's, casestudies of indirecte formuleringen om een meer objectieve respons te verkrijgen.

Bijvoorbeeld:

Directe vraag: Hoe vaak oefent u per week?

Indirecte vraag: Stel, u wilt uw gezondheid verbeteren. Wat voor soort fysieke activiteiten zou u overwegen in uw wekelijkse routine op te nemen?

In het eerste voorbeeld kan de respondent geneigd zijn om een sociaal wenselijk antwoord te geven, zoals 'drie keer per week', zelfs als dit niet overeenkomt met hun werkelijke oefenpatroon. De indirecte benadering in het tweede voorbeeld maakt het gemakkelijker voor de respondent om over hun ideeën en overwegingen te praten zonder zich bezwaard te voelen over het onthullen van hun daadwerkelijke gedrag. Het biedt een meer open manier voor de respondent om hun mening te delen zonder zich direct vast te leggen op een specifieke frequentie.

4. **Normaliseer menselijk gedrag:** Vermijd het creëren van een impliciete norm waarbij een bepaald antwoord als sociaal wenselijk wordt beschouwd. Door variaties in menselijk gedrag te normaliseren, kunnen respondenten zich comfortabeler voelen om hun eigen ervaringen en meningen te delen. Het helpt respondenten begrijpen dat er geen strikte norm is en dat variatie normaal is, waardoor ze meer openstaan voor het delen van hun ware mening of gedrag.

Bijvoorbeeld:

Directe vraag: Vindt u het belangrijk om altijd op tijd te zijn voor afspraken?

Normaliserende benadering: Het is heel gebruikelijk dat mensen verschillende benaderingen hebben ten opzichte van tijd. Sommigen geven er de voorkeur aan altijd op tijd te zijn, terwijl anderen meer flexibiliteit hebben. Wat is uw persoonlijke kijk op punctualiteit en hoe past dit in uw dagelijks leven?

Door het normaliseren van menselijk gedrag in de tweede benadering, geef je de respondent de ruimte om hun eigen opvattingen over punctualiteit te delen zonder zich beoordeeld te voelen. Dit moedigt eerlijkere en genuanceerdere antwoorden aan dan een directe vraag die impliceert dat er een 'juist' antwoord is.

5. **Gebruik mixed-methods benaderingen:** Combineer gesloten vragen (met vooraf bepaalde antwoordopties) en open vragen (waar respondenten hun eigen antwoord formuleren). Dit kan een meer genuanceerd beeld geven en respondenten de mogelijkheid geven om hun gedachten uitgebreider te delen.

6. **Creëer een positieve sfeer:** Begin de vragenlijst met meer algemene vragen om een positieve sfeer te creëren. Dit kan respondenten helpen zich op hun gemak te voelen en openlijker te antwoorden.

7. **Validatie met behulp van triangulatie:** Wanneer alleen gebruik wordt gemaakt van een enquête, is het lastig om het onderzoek valide te maken. Maak gebruik van verschillende onderzoeksmethoden en bronnen om de betrouwbaarheid van de gegevens te vergroten (triangulatie genoemd). Als de resultaten consistent zijn over meerdere verschillende methoden, is de kans kleiner dat ze worden beïnvloed door sociaal wenselijke antwoorden.

Conclusie

Samenvattend is het ontwerpen van een effectieve vragenlijst een kunst die zorgvuldigheid en aandacht vereist. Het begint met een grondige conceptuele fase waarin onderzoeksvragen worden verfijnd en meetbare begrippen worden vastgesteld in samenwerking met experts. Het vragenlijstontwerp omvat het creëren van een logische structuur, het formuleren van duidelijke vragen en het kiezen van geschikte antwoordopties en antwoordschalen. Testen en herziening zijn cruciale stappen om ervoor te zorgen dat de vragenlijst begrijpelijk, relevant en betrouwbaar is voor de respondenten. Het eindresultaat is een instrument dat onderzoekers helpt de diepgaande inzichten te verkrijgen die ze zoeken in het complexe landschap van sociaal onderzoek.





Verder met Van Dam Datapartners

Bij Van Dam Datapartners geloven we in de kracht van nauwkeurige gegevensverzameling en analytische precisie. Onze benadering combineert kwantitatieve en kwalitatieve methoden, waarbij we de subtiliteiten van menselijk gedrag onthullen. Als partner in sociaal onderzoek streven we ernaar om samen met onze klanten vragenlijsten te ontwikkelen die niet alleen informatie verzamelen, maar ook een diepgaand begrip bieden van de sociale dynamiek en individuele ervaringen. Samen zetten we stappen in de richting van een beter begrip van de wereld om ons heen.

Wil je meer weten over onderzoek met vragenlijsten of onderzoek in het algemeen?

Wij staan je graag te woord! Neem contact op met onze adviseur

leonie.lubbersen@vandamdatapartners.nl 



VAN DAM
DATAPARTNERS

