Hoofdstuk 1

Een onderzoeker onderscheidt zich door:

• Houding

• Onafhankelijkheid

• Openheid

• Verantwoordelijkheid

• Kennis

• Methodologisch

• Inhoudelijk

• Vaardigheid

• Ervaring

• Structuur

• Trucs

Uitganspunten 1

• Fundamenteel of praktijkgericht:

• Fundamenteel = toetsen van een (wetenschappelijke) theorie

• Praktijkgericht = oplossen van een praktijkprobleem

Beide uitgangspunten zijn gericht op het oplossen van kennisproblemen

Uigangspunten 2

• Kwantitatief

• Cijfermatige informatie

• Statistische analyses

• Onderzoeker neemt afstand

• Gericht op toetsing van hypothesen

• Kwalitatief

• Niet/nauweljks cijfermatig

• Belang dan de betekenis die de onderzochte aan de situatie geeft

• Onderzoek doen ‘in het veld’

Uitgangspunten3

• Combinatie van verschillende vormen van onderzoek: triangulatie

• Verhoogt de geldigheid van je resultaten

• Verhoogt de betrouwbaarheid van je resultaten

Stromingen in onderzoek 1

• Impirisch-analytisch

• Afstand tot onderzoekseenheden, ratonaliteit

• Herhalbaarheid en controleerbaarheid

• Bestuderen van de werkelijkheid, met ervaring als bron van kennis

• Fundamenteel onderzoek

• Voornamelijk kwantitatief

• Voorbeelden: survey en experiment

Stroming in onderzoek 2

• Interpretatief

• Ervaring van personen

• Betekenis die personen aan wekelijkheid geven

• Kwalitatief onderzoek

• Veldonderzoek, observatie

Stroming in onderzoek 3

• Kritisch-emancipatorisch

• Noch kwantitatief, nog kwalitatief

• Uitganspunt = betrokkenheid bij de samenleving

• Kritisch kijken naar:

• Maatschappij

• Eigen onderzoeksresultaten

• Toepasbaarheid op vele onderzoeksmethoden

Kwalitietscriteria

• Onafhankelijkheid van onderzoeker

• Toetsbaarheid van uitspraken: weerlegbaar, eenduidig en openbar

• Generaliseerbaarheid:

• Geldig verklaren voor grote groep -> domein zo groot mogelijk

• Hoog informatiegehalte en specifiek onderwerp

• Praktisch toepasbaar

• Efficientie

• Bruikbaarheid

Cyclus

Pto-schema in spiraalvorm

Pto = Probleem, theorie, onderzoek

Onderzoeksfasen

• Ontwerpen

• Verzamelen

• Analyseren

• Evalueren

Hoofdstuk 2

Keuze van het onderwerp

• Onderwerpsgebied binnen je studie

• (probleemgestuurd)

• Verzoek van opdrachtgever

• (praktijkgericht, vraaggericht)

• Theorie toetsend onderzoek

• (fundamenteel, Meer ‘aanbod)

Aanleiding tot onderzoek

Contacten met de oprachtgever 1

• Tips & trucs:

• Ken je opdrachtgever

• Wees assertief, maar ook beleefd

• Luister goed, vraag door

• Blijf een onafhankelijk en kritisch onderzoeker

• Maak goede afspraken, schrijf een voorstel

• Maak een goede planning

• Zorg voor haalbare doelen

Contacten met de opdrachtgever 2

• Een opdrachtgever wil vaak ‘van alles’weten en hij is niet gewend onderzoek te doen, jij bent de expert

• Baken het onderwerp goed af

• Wees duidelijk in je aanleiding, doel- en vraagstelling

• Geef mogelijkheden en beperkingen aan w.b.

• Tijd en geld

• Dataverzameling

• Vraagstelling

• Omstandigheden van het onderzoek

Informatie zoeken: Big6

6 regels voor het zoeken van informatie:

• Definieer de zoekopdracht -> zoekvraag

• Kies een zoekstrategie

• Bepaal waar je gaat zoeken

• Bestudeer de informatie en selecteer wat je nodig hebt

• Organiseer de informatie

• Evalueer het resultaat

Informatie zoeken: internet 1

Enkele zoekregels op internet:

• Maak de zoekopdracht specifiek

• Aanhalingstekens gebruiken

• Geavanceerde zoekmogelijkheden gebruiken

• ‘incomplete zin’

• Weet de naam niet precies? -> gebruik ‘illintitle’

• Welk document type zoek je? -> gebruik ‘filetype’

• Krijg je een foutmelding ‘404’? haal het ‘domein’weg en laat nog eens zoeken

• Treffers in verschillende talen gezocht? -> gebruik een asterisk, bv. Lond\*n.

Informatie zoeken: internet 2

• Zoekmachines en metacrawles:

• Enkele zoekmachines, e.g. google, yahoo, zoek, kennisnet, ilse, vinden etc.

• Metacrawlers zoeken in vele zoekmachines tegelijk:

• Soms moet je het zoekwoord in iedere machine herhalen

• Soms is één zoekwoord voldoende

Een logboek aanmaken

• Functie: informatie ordenen wat betreft:

• Inhoud van je onderzoek

• Proces

• Doel: bijhouden van de ontwikkelingen om later op gemaakte keuzes te kunnen terugblikken -> planning dus

• Format: van schrift tot blog!

Inhoud van een logboek

• Aantekeningen per dag/week (deel) over:

• Gemaakte keuzes, argumenten, ideeën, plannen

• Gesprekverslagen

• Tijdpad

• Methode

• Resultaten en interpretatie

• Vooruitlopen op aanbevelingen, terugkoppelen naar vraagstelling

Hoofdstuk 3

Ontwerpen van onderzoek

• Subfasen:

• Oriënteren

• Van idee naar onderwerp

• Omschrijven

• Het maken van een probleemomschrijving, een centrale vraag- en doelstelling

• Vaststellen

• Welke methode ga je gebruiken om je gegevens te verzamelen?

• Plannen

• Het schrijven van een onderzoeksplan, compleet met planning en budget

Probleem analyse

W6-formule

• Wat is het probleem

• Wie heeft het probleem

• Wanneer is het probleem ontstaan

• Waarom is het een probleem

• Waar doet het probleem zich voor

• Wat is de aanleiding?

Probleemomschrijving

• Bestaat uit:

• Probleemstelling: de centrale vraagstelling voor je onderzoek, dat wil zeggen de hoofdvraag.

• Doelstelling: wat wil je met de resultaten bereiken

• Een probleemstelling kan worden gespitst in:

• Deelvragen -> onderzoeksvraen

Voorwaarden aan een probleemstellng

• Samenhang van de doelstelling: wat wil je bereiken (paragraaf 3.3.3)

• Uitsplitsen in deelvragen: deze vragen betreffen een kleiner onderdeel van de probleemstelling

• Vervolgens is specificatie in onderzoeksvragen mogelijk: deze vragen worden getoetst met behulp van bv. Statistische tests

• Relatie met vewachtingen; uit je probleemstelling kun je verwachtingen formuleren omtrent de uitkomst

• Volledigheid: de vraag moet volledig met de verzamelde gegevens beantwoord kunnen worden

• Doelvrij: een probleemstelling is onafhankelijk

Hoe luidt een goede probleemstelling?

• Een probleemstelling is een vraag!

• Naar:

• Gedrag, motieven, feiten, meningen

• Beschrijving, diagnose, evaluatie of effect

• De vraag

• Is kwantitatief en/of kwalitatief

• Gaat over een bepaalde periode

• Bevat alle belangrijke begrippen

Vraagtypen

• Beschrijven

• Wat is

• Definiëren

• Welke kenmerken

• Verklaren

• Hoe komt het dat

• Voorspellen

• Welke ontwikkelingen

• Vergelijken

• Welke samenhang

• Evalueren

• In welke mate waarderen

• Voorschrijven

• Welke suggesties

• Ontwikkelingen volgen

• Welke trends

Deelvragen formuleren

• Doel: uitsplitsen van je hoofdvraag in afgebakende deelvragen

• Enkele aspecten van de hoofdvraag nader onderzoeken

• Tip bij het formuleren van deelvrage:

• Maak een boomdiagram:

• De begrippen uit de hoofdvraag opsplitsen

• Aan elkaar gerelateerde begrippen bij elkaar plaatsen

• Stapsgewijs uitwerken aan de hand van vragen

• Zie pagina 75

Doelstelling

• Wat is je funtie van je onderzoek? Wat wil je ermee bereiken? -> doelstellingen:

• Formuleer de doelstelling algemeen

• Geef het onderzoek type aan (onderzoeksdoel)

• Geef de relevantie aan (praktijkdoel)

• Geef aan wat de opdrachtgever (indien relevant) met de resultaten wil bereiken

Begripsafbakening

• Van vraag naar vragenlijst:

• Stel het domein vast (waarover doe je uitspraken)

• Stel het beweerde vast ( welke uitspraken doe je)

• Definieer je begrippen (wat bedoel je)

• Stipulatieve betekenis = een definitie die voor een bepaald onderzoek wordt gegeven

• Baken de grenzen van je onderzoek af

Modellen en verwachtingen

• Formuleer verwachtingen over de uitkomst: hypothesen (toetsbare uitspraken):

• Nulhypothese: is er geen relatie tussen 2 kenmerken

• Alternative hypothese: er is een relatie tussen 2 kenmerken

• Geef deze verwachtingen modelmatig weer

Opbouw onderzoeksplan

• Aanleiding

• Probleem- en doelstelling

• Introductie, achtergrondinformatie, voorlopig model en verwachtingen

• Onderzoeksontwerp en verantwoording

• Tijdpad

• Begroting

• En: communicatieplan

Hoofdstuk 4

Welk onderzoekstype?

• Oftewel, welke dataverzamelingsmethode?

• Afhankelijk van de onderzoeksvraag:

• Wat, welke kenmerken

• Waarom, hoe komt het dat..

• Welke ontwikkelingen, verwachtingen…

• Wat is de samenhang, wat is het verschil..

• Hoe wordt.. beoordeeld

• Welke maatregelen..

• Welke ontwikkelinge

• Iedere vraag heeft een aantal bijbehorende onderzoekstypen -> het belangrijkste criterium

Survey-onderozek

• probleemstellingen: zowel beschrijvend als verklarend

• meten van houdingen, meningen, kennis

• grote groeen mensen

• liefst: aselecte steekproef -> representatief

• een moment in de tijd

• groot aantal (half) gestruktureerde vragen en antwoorden

• kwantitatieve analyse

• nadeel: context niet bekend

survey-typen

• schriftelijke (post) enquêtes

• teefonische enquêtes

• Face-to-face-enquêtes

• Internetenquêtes

• Panelenquêtes

Secundaire analyse

• Beschrijvende, vergelijkings- en definitievragen

• Tijdwinst

• Financiële voordelen: goedkoop

• Geschikbaarheid data: databanken

• Nadeel = bruikbaarheid: voldoet vaak niet precies aan de getelde eisen

• Heranalyse van groot aantal bestanden = meta-analyse

Experiment

• Vragen over oorzaak & gevolg:

• Causaal verband (x->y)

• X (onafhankelijk) Y (afhankelijk)

• Experimentele groep (gelijke samenstelling): blootgesteld aan experimentele conditie

• Gecontroleerde omstandigheden (zuiverheid)

• Aselecte toekenning van proefpersonen aan conditie en (eventueel) controle groep

Kwaliteitseisen experiment

• X gaat aan y vooraf, X en Y hangen samen, Geen 3e variabele in het spel

• Zuiverheid -> interne validiteit

• Wordt Y daadwerkelijk door X veroorzaakt

• Randomisatie

• In ieder geval experimentele en controle groep

• Alternatief: quasi-experiment

• Placebo: helpt het of werkt het?

Monitor

• Ontwikkelingsvragen: communicatie, beleid en evaluatie

• Longitudinaal onderzoek -> metingen op verschillende tijdstippen

• Zelfde meetinstrument op alle tijdstippen

Hoofdstuk 5

Welke onderzoekstype?

• Oftewel, welke dataverzamelingsmethode?

• Afhankelijk van welke onderzoeksvraag:

• Wat, welke kenmerken

• Waarom, hoe komt het dat

• Welke ontwikkelingen, verwachtingen…

• Wat is de samenhang, at is het verschil..

• Hoe wordt.. beoordeeld

• Welke maatregelen

• Welke ontwikkelingen

• Iedere vraag heeft een aantal bijbehorende onderzoekstypen -> het belangrijkste criterium

Observatie-onderzoek 1

• Kwalitatief (grotendeels)

• Definitie-, verklarings- en vergelijksvragen

• Bestaande groepen

• Bestudering van gedrag

• Betrouwbaar onderzoek doen:

• Streven naar intersubjectiviteit -> overeenstemming over de interpretatie van gedrag

• Herhaalbaarheid -> probleem

• Triangulatie: verschillende onderzoekstypen gebruiken voor het beantwoorden va je vraag

Observatie-onderzoek 2

Observatie-onderzoek 3

• Time-sampling:

• Observatie gedurende een bepaalde periode

• Iedere 15 a 30 seconden gaat een signaal

• Je noteert het gedrag van dat moment

• Event sampling

• Observatie gedurende een bepaalde periode

• Je telt hoe vaak een bepaalde gedragsvorm voorbij iemand komt

Interview 1

Wanneer?

• Vragen naar beleving, motieven, betekenisverlening, achtergronden van gedrag

• Kleine groepen personen (geïnterviewden)

• Complexe (en soms gevoelige) onderwerpen

• Nieuwe informatie verzamelen, begrippen afbakenen

• Praktische omstandigheden

Interview 2

Vormen:

• Ongestructureerd -> diepte-interview met één hoofdvraag of aantal onderwerpen

• Half gestruktureerd -> onderwerpslijst of vragenlijst is leidraad bij het gesprek

• Gestructureerd -> mondelinge afname van vragenlijst met open en gesloten vregan

• Groepsinterviews-> werkconferenties, workshops, focusgroepen waarbij één interviewer een groep personen tegelijk interviewt

Kwalitatieve secundaire analyse

• Hernieuwde analyse van tekstbestanden die reeds eerder verzameld zijn

• Nieuwe vraag wordt beantwoord

• Gefundeerde theoriebenadering kan worden toegepast

• Probleem: data zijn voor ander doel verzameld -> roeien met de riemen die je hebt

Literatuuronderozek

• Meestal ter introductie van je onderwerp

• Literatuurvormen

• Primaire literatuur -> voor het eerst behandeld

• Secundaire literatuur -> gen nieuw onderwerp

• Tertiaire literatuur -> zoeksleutels, citatie-index

• Grijze literatuur -> geen gangbare uitgaven

Inhoudsanalyse

• Bureau-onderzoek van kwalitatieve aard

• Tekst als analysegegeven

• Bijzonder: autobiografisch onderzoek -> tekstsociologie

Gevalstudie

• Engelse term = case study

• N=1 onderzoek

• Slechts één organisatie of groep word onderzocht

• Onderzoek in de ‘natuurlijke omgeving’

• Onderzoek = intensief = van buitenaf)

• Voorbeelden: veelal in interpretatieve stroming

Communicatie-onderzoek 1

• Alle onderzoek aangaande (in)formele communicatie bij organisaties

• Niet één onderzoekstype

• Toepassing:

• Taal

• Bestuur

• Sociale wetenschappen

Communicatie-onderzoek 2

• Toepassingen (direct of indirect)

• Communicatieplan maken

• Interne communicatie onderzoeken

• Imago-onderzoek

• Pr-onderzoek

• Pr-campagne bedenken en evalueren

• Communicatietechnieken gebruiken bij de onderzoeksopzet

Hoofdstuk 6

Voorbereiding van de dataverzameling

• Operationalisatie -> de begrippen uit je ontwerp omzetten in ‘meetbare instrumenten’, bijvoorbeeld vragen

• Populatie afbaken-> over werlke groep wil je uiteindelijk uitspraken doen?

• Steekproef trekken -> je benaert slechts een deel van je populatie. Hoe ga je dit doen?

• Wat kun je nu al zeggen over de bruikbaarheid van de resultaten

Operationaliseren 1

• Van theorie naar praktijk

• Van begrip naar meetintrument

• Goede operationalisatie = de juiste afbakening

• Wat valt er wel onder, maar ook wat valt er niet onder

Operationaliseren 2 een voorbeeld

• Operationalisatie ‘werktevredenheid’

• Afbakening: wat betekent het begrip (en wat niet)

• Welke definitie gebruik je voor je onderzoek

• Welke deelaspecten vormen samen ‘werktevredenheid’

• Maak voor ieder deelaspect een aparte vraag -> item

• Maar voor alle antwoorden dezelfde oplopende schaal -> likert-schaal

• Meerpuntsschaal, zie voorbeeld pagina 146

Een goede surveyvraag

• Is:

• Bruikbaar

• Helder en leesbaar

• Eenduidig en enkelvoudig

• Compleet

• Zuiver

• Neutraal, objectief onafhankelijk

• Niet te lang

• Het bevat geen dubbele ontkenning

Een goede vragenlijst:

• Heeft (een) gelijke:

• Struktuur

• Formulering

• Antwoordmogelijkheden

• En:

• Is niet te lang

• Heeft niet teveel open vragen

• Heeft een logische volgerde

• Heeft blokken met vragen over hetzelfde onderwerp

• Heeft een inleiding voor ieder blok

Goede antwoordcategorieën

• Zijn:

• Herkenbaar

• In een logische volgorde geplaatst

• Uitputtend

• Uitsluitend

• Meetbaar

Voorbereiding kwantitatieve analyse

• Een codeboek maken is SPSS:

• De vragen worden ‘variabelen’ -> kenmerken met een korte naam die je gebruikt in je analyse

• De antwoorden worden ‘categorieën’ -> je geeft ‘nummers’aan de mogelijke antwoorden

• Je geeft aan wat er wordt ingvuld als het antwoord ontbreekt -> 99 of 999 (herkenbaar gemaakt in SPSS)

• Dummy’s voor de meervoudige antwoorden:

• ‘1’ als er een antwoord is aangkruist

• ‘0’ als dat niet zo is

Kwalitatieve intervies

• Onderwerpslijst = topiclijst

• Uitganspunt is centrale onderzoeksvraag

• Vraagstelling is a.d.h.v. onderwerpen -> ruimte voor interpretatie door de geïnterviewde

• Belang van volgende van de vragen

• Belang van proefinterview

Antwoordmogelijkheden

• Enkelvoudig: slechts een antwoord mogelijk

• Schaal (meerpunts): zoals bij de items van ‘werktevredenheid’

• Lijst: één antwoord uit een lijst kiezen

• Open antwoord: de mogelijkheid ‘overig’

• Meervoudige antwoorden: meerdere antwoorden mogelijk

Meerpuntsschaal

• Bekend gewornden door likert

• Serie oplopende antwoorden voor ieder item

• Meestal oneven 3, 5 of 7

• Van helemaal oneens tot helemaal eens

• Soms even 4 of 6 mogelijkheden -> meetfouten voorkomen van mensen die neutraal als weet niet interpreteren

Diepte interviews

• Topiclijst (onderwerpslijst)

• Uitgangspunt is centrale vraagstelling

• Belang van de betekenis die geïnterviewde aan onderwerpen geeft

• Belang van de volgende waarin de vragen worden gesteld -> bepaalt verloop van het gesprek

• Raadzaam: proefinterview -> probeer je vragen (en de volgorde) uit!

Populatie en steekproef

• Populatie: het geheel van ‘eenheden’waarover je een uitspraak wilt doen -> domein

• Bv. Middelbareschoolleerlingen in nederland

• Operationele populatie: afgebakend deel van je populatie

• Bv. Havo/vwo-leerlingen in de tweede fase

• Steekproef: dat (aselecte) deel van je populatie waarover je gegevens verzamelt

• Steekroefkader: lijst waaruit de steekproef getrokken wordt

Vuistregels steekproef

• Representativiteit: op aantal kenmerken is je steekproef gelijk aan de populatie

• Bv. Geslacht, leeftijdscategorie, burgelijke staat

• Willekeurig: je steekproef wordt bij voorkeur aselect getrokken

• Elke ‘eenheid’ (persoon) heeft een berekenbare kans om in je steekproef terecht te komen

• Omvang: je steekproef moet voldoende groot zijn, afhankelijk van de gewenste nauwkeurigheid.

• TIP: houd bij het trekken van je steekproef rekening met de verwachte respons

Aselecte steekproeven

• Enkelvoudig aselect

• Iedere eenheid in het steekproefkader heeft een berekenbare kans om in de steekproef te koen

• Systematisch me aselect begin

• Iedere 10e en 15e eenheid komt in de steekproef; de eerste wordt aselect getrokken

• Cluster

• Een gehle, bestaande groep (bv. Klas) zit in de steekproef. De groepen worden in z’n geheel aselect getrokken

• Gestratificeerd

• Aselecte steekproef uit bv. Geografische strata ( deelpopulaties)

• Woonwijken

• Gestrapt

• Verschillende steekproeflagen, bv. Een cluster dan enkelvoudig aselect

Selecte steekproeven

• Quota

• Van een bepaald kenmerk een maximaal aantal eenheden selecteren bv. Geslacht (50 mannen, 50 vrouwen)

• Zelfselectie

• Proefpersonen kunnen zich aameleden indoen ze aan bepaalde voorwaarden voldoen

• Doelgericht

• Personen selechteren op bepaalde kenmerken

• Praktisch bruikbaar

• Iedere ‘voorbijganger’ wordt gevraagd

• Sneeuwbal

• Dataverzameling begint met één persoon uit de populatie (bv. Eigen netwerk). Vervolgens vraag je hem/haar naar personen die mogelijk mee kunnen doen aan het onderzoek

Kwaliteit = betroubaarheid

• Mate waarin ‘toevallige’ fouten worden gemaakt

• Verhogen betrouwbaarheid door:

• Steekproefomvang

• Interbeoordelaarbetrouwbaarheid

• Triangulatie

• Test-hertest

• Proefintervieuw

• Peer examination

• Rappotage en verantwoording

Kwaliteit = validiteit

• Mate waarin ‘systematische’ fouten gemaakt worden

• Interne validiteit: zijn we in staat om de juiste conclusies te trekken?

• Externe validiteit ( populatievaliditeit): zijn we in staat om onze conclusies te generaliseren naar de populatie

• Begripsvaliditeit: meten wat we willen meten?

Kwaliteit = bruikbaarhied

• Is onderzoek niet altijd betrouwbaar of valide? Is het dan in ieder geval ‘bruikbaar’voor de opdrachtgever?

• Zie bv. Hawthorne-effect

• Opdrachtgevers nauw bij onderzoek betrekken

• De juiste vragen maken

• Het juiste jargon gebruiken

• Vaste contactpersoon bij de opdrachtgever

• Goede communicatie

Hoofdstuk 7

Praktische aspecten van schriftelijke surveys

• Tijd -> veel

• Geld -> variabel

• Aantal vragen -> veel

• Aard vragen -> gesloten

• Plaatjes -> Ja

• Verwachte respons -> niet erg hoog

• Risico sociale wenselijkhied -> niet erg groot

• Aandacht voor de relatie -> nee

Praktische aspecten van telefonische surveys

• Tijd -> weinig

• Geld -> duur

• Aantal vragen -> weinig

• Aard vragen -> meestal gesloten

• Plaatjes -> nee

• Verwachte respons -> vrij hoog

• Risico sociale wenselijkheid -> niet erg groot

• Aandacht voor relatie -> niet veel

Praktische aspecten van online onderzoek

• Tijd -> Variabel

• Geld -> niet erg duur

• Aantal vragen -> veel

• Aard vragen -> gesloten (beperkt open)

• Plaatjes -> ja

• Verwacht respons -> vrij hoog

• Risico sociale wenselijkheid -> niet erg groot

• Aandacht voor de relatie -> nee

• Nieuwe variant = gsm onderzoek

Proefdraaien bij enquêtes

• Fouten eruit halen

• Verhoging betrouwbaarheid

• Slecht lopende zinnen veranderen

• Structuur/volgorde aanpassen

• Oefenen bij face-to-face-intervieuws

Respondenten uitnodigen

• Pakkende uitnodiging

• Herhalingen sturen

• Aan de telefoon

• Niet drammen

• Onderzoeks doel duidelijkmaken

• Incentives:

• Kosten vergoeden

• Respondentnummer is lot

• Klein cadeautje

• Kortingskaart

• Bijdrage aan ‘goed doel’

(non-)respons

• Non-respons:

• De vragenlijkst komt niet terug

• De vregenlijst komt leeg terug

• Oorzaken

• Mensen zijn niet thuis = toevallig

• Mensen kunnen niet meedoen = toevallig

• Mensen willen niet meedoen = systematisch

Item-non-respons

• Mensen vullen één of meerdere vragen niet in

• Men vergeet de vraag

• Men weet het antwoord niet

• Men begrijpt de vraag niet

• Men heeft geen zin om antwoord te geven

Interviews werken aan de relatie 1

• Begin van het interview:

• De geïnterviewde op zijn gemak stellen

• Relationeel element

• Praktische informatie tijdens de introductie:

• Voorstellen

• Gespreksdoel

• Verwachte duur en opbouw

• Waardering voor en belang van deelname

• Wat gebeurt er met de informatie

• Inhoudelijk element

Interviews werken aan de relatie 2

• Midden van het interview:

• Gebruik een onderwerpslijst

• Neem zo nodig het gesprek op (altijd met toestemming!)

• Dit is de kern van het interview

• De eigenlijke dataverzameling

• In onderdelen wordt het hoofdonderwerp aan de orde gesteld

• Leid ieder onderwerp even in!

• Wees een goede luisteraar

• Gebruik indien nodig interviewtechnieken

Interviewtechnieken

• Gesprekstechnieken als hulpmiddel:

• Houding + belangstellend, iets voorover, niet priemend!

• Oogcontacht = meelevend, maar niet confronteren

• Knikken hummen = stimulerend

• Omgaan met stiltes -> 4-seconde regel werkt vaak stimulerend

• Herhalingen:

• Parafraseren

• Samenvatten

• Papegaaien

Interviews werken aan de relatie 3

• Einde van het interview:

• Goed afbouwen:

• Ben je nog iets vergeten?

• Heeft de geïnterviewde nog vragen of opmerkingen?

• Verliep het interview goed? Indien nog emoties bespreekbaar maken

Valkuilen

• Wees niet te invoelend, anders word je persoonlijk betrokken bij het gesprek

• Gesloten vraag = houvast, maar je krijgt weinig informatie, dus-> stel open vragen

• Doorvragen mag niet drammerig lijken

• Hummen is goed, maar overdrijf het niet

• Mening vragen is gou te sturend, blijf objectief

Interviewtips

• Word geen deelnemer aan het gesprek

• Houd de leiding over het gesprek

• Blijf onafhankelijk en objectief

• Laat je niet verrassen

• Geen waardeoordelen en sturende vragen

• Geen adviezen en ongevraagde meningen

• Geen voorbarige conclussies

• Blijf jezelf

Hoofdstuk 10

Conclussie trekken

• Terugblikken naar je introductie

• Je centrale vraag herhalen

• Antwoord geven op de hoofdvragen uit het onderzoek

• Conclusies trekken op basis van de resultaten

• Zonder de resultaten in cijfers te herhalen

• De resultaten interpreteren

• Bevertigen de resultaten eerdere onderzoeken?

Wat kan er in de discussie komen?

• Je conclusies in breder perspectief:

• Start een discussie naar aanleiding van de conclussie

• Geef je eigen mening, haal nieuwe literatuur aan

• Evaluatie van het roces -> methodologische verantwoording:

• Zijn e leermoment?

• Waar kan je onderzoek beter of anders?

• Hoe is het gesteld met de validiteit en de betrouwbaarheid?

• Wat is de bruikbaarheid van de resultaten

• Heb je aanbevelingen

• Voor toekomstig onderzoek

• Voor beleid

Waneer is onderzoek bruikbaar?

• Conceptuele bruikbaarheid

• De discussie over een bepaald onderwerp wordt aangezwengeld

• Indicatief gebruik van resultaten

• Generaliseerbaarheid is niet goed, maar de resultaten geven een indicatie over de richting van de veranderingen

• Instrumenteel gebruik

• Voor die specifieke opdrachtgever zijn de resultaten bruikbaar, bv. Bij een case-study

Aanbevelingen

• Voor de organisatie:

• Suggesties voor veranderingen / verbetering / aanpassen

• Suggesties zijn altijd af te leiden uit de resultaten

• Voor toekomstig onderozek

• Nieuwe vragen ontstaan uit je resultaten

• In de opzet zaten fouten (systematisch of toevallig) en je doet aanbevelingen voor verbetering

H11

Opbouw van een onderzoeksverslag

**• Voorblad**

**• Samenvatting**

**• Inleiding**

**• Methode**

**• Resultaten**

**• Conclusie en discussie**

**• Literatuurlijst**

**• Bijlagen**

wat komt er op het titelblad?

• Een titel die de lading dekt

• Ondertitel met specifiekere informatie

• Naam

• Datum plaats

• Naam van je begeleider

• Instituut of school

Samenvatting

• Een goede samenvatting heeft:

• Max 250 woorden

• Informatie over onderwerp, onderzoeksopzet en de belangrijkste resultaten

• Nagenoeg iedereen leest de samenvatting, dus in een notendop moet alles er in staan.

• Managementsamenvatting: iets uitgebreider (vaak een paar pagina’s ) met de belangrijkste bevindingen en aanbevelingen. Dit deel wordt het meest gelezen!

• Voorwoord: persoonlijke noot met bedankje. Dit komt voor de samenvatting

Inleiding

• Het eerste deel van je rapport bevat:

• Aanleiding tot onderzoek

• Achtergrond

• Inleiding met probleem- en doelstelling

• Eventuele theoretische modellen en verwachtingen

• Begripsafbakening in theorie (stipulatief)

Methode

• Betrouwbaarhiedseisen vragen om een goede methode -> het onderzoek wordt ‘herhaalbaar’

• Onderzoeksgroep (populatie) en steekproef

• Onderzoeksontwerp (dataverzameling)

• Meetinstrumenten (operationalisatie)

• Analysemethode (procedure)

Resultaten

• Verloop dataverzameling en respons

• Beschrijvende analyses

• Toetsende analyses en uitkomsten

• Cijfermatige interpretatie: is het gevonden verband significant of niet?

• Je beperkt je tot het rapporteren van cijfers. Interpretatie volgt later

Conclusie en discussie

• Je herhaalt de centrale vraag

• Je beantwoordt de centrale vraag naar aanleiding van de resultaten, maar nu in woorden en niet meer in cijfers

• Je interpreteert je resultaten en verklaart ze, gebruik hiervoor eventueel aanvullende literatuur

• Je geeft aan in hoeverre de doelstelling is gehaald en je bediscussieert de resultaten

• Wat moet er nu gebeuren? Een aanal aanbevelingen

• Je geeft aan wat de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek is

Literatuurlijst en bijlagen

• Als je een externe bron gebruikt, vermeld je dat in de tekst en aan het eind, m.b.v. een alfabetische literatuurlijst.

• Daarachter zitten alle bijlagen

• Informatie die niet direct nodig is bij het lezen van het rapport

• Achtergrondinformatie zoals

• Voorbeeldvragenlijst

• Introductiebrieven

• Grote tabellen

APA- richtlijnen

• Een van de meest gebruikte richtijnen

• Voor het opmaken van een rapport ( de structuur)

• Voor de literatuurlijkst (volgorde, weergave, opmaak)

• Voor de verwijzingen in de tekst

Schrijftips

• Maak van tevoren een uitgebreide inhoudsopgave voor je rapport, vul het later in

• Maak een goede haalbare planning

• Manage je versies

• Vraag een expert/collega/medestudent om mee te lezen

Rapporten beoordelen

• Pas je rapportage aan aan de doelgroep, maar zodanig dat de inoud verantwoord blijft. Welke doelgroep?

• Onderzoekers

• Studenten

• Beleidsmakers

• Uitvoerenden

• Breed publiek