

Betaling van respondenten

Soms tref je in een onderzoeksverslag of -voorstel een verwijzing aan naar Dillman's Total Design Method, met daarbij de plechtige verzekering dat deze benadering is gebaseerd op 'principes van de ruiltheorie'. Het gebruik van de ruiltheorie in de context van respondentenwerving komt er op neer dat respondenten beloond moeten worden voor hun medewerking. Dillman ziet deze beloning vooral in de immateriële sfeer; hij meent dat de bekende relatiegeschenken, zoals daar zijn een ballpoint of een goedkope reproductie van een oude prent, dan wel een Carmiggelt-boekje uit een ramsjpartij van De Slegte, van weinig nut zijn, althans bij de bestrijding van non-respons in schriftelijke enquêtes.

Het begint er echter op te lijken dat voor de Nederlandse respondent 'een fijn gevoel' alleen niet voldoende is. Meer en meer worden we geconfronteerd met onderzoek waarin mensen voor hun medewerking een financiële beloning wensen te ontvangen, en in die wens ook worden tegemoetgekomen. Bekend uit de sfeer van het universitaire laboratoriumonderzoek (gezocht: proefpersonen; beloning vijftien gulden per uur), overgenomen bij het onderzoek van randgroepen (kom eens langs en je krijgt vijftig piek toe) dringt het thans op grote schaal door. Vooral komt het voor bij onderzoek in organisaties, maar ook in het gewone publieke-opinieonderzoek wordt betaling reeds af en toe aan de orde gesteld. Diverse onderzoekbureaus hebben reeds op dreigende kostenverhoging geattendeerd.

Het is nuttig om een paar onderscheidingen te maken. In de eerste plaats tussen onderzoek in werktijd en onderzoek in de vrije tijd van respondenten.

Soms is het beslag dat op werknemers van organisaties, vooral in de sfeer van onderwijs en welzijn, wordt gelegd niet gering. Het bijhouden van een logboek, of zelfs het ondernemen van bepaalde activiteiten met cliënten of kinderen die buiten het normale werk vallen, vergt soms een omvangrijke inspanning. In een aantal gevallen is door de subsidieverlenende instantie als bekosti-

gingsvoorwaarde geformuleerd het verlenen van medewerking aan (evaluatie)onderzoek; in dergelijke gevallen is het 'verlenen van extra subsidie' niet aan de orde. Dat dit nu niet direct de ideale constructie is om medewerking te verkrijgen valt buiten het raam van dit betoog. Indien echter expliciet aantoonbaar is dat te verrichten werkzaamheden in het kader van het onderzoek buiten de normale taakopdracht vallen wordt nogal eens een beloning voor de respondenten gevraagd. Het is duidelijk dat een reële tegemoetkoming in de kosten van werktijd voor een projectbegroting al snel prohibitief is. Overreding in de zin van benadrukking van het wetenschappelijk belang moet altijd eerst geprobeerd worden. Daarbij speelt natuurlijk een rol of duidelijk gemaakt kan worden dat het onderzoek voor de cliënt van belang is; het is in dat geval gemakkelijker om een beloning, anders dan in de sfeer van een luisterend oor en de toezegging van (een uittreksel van) het rapport te vermijden. Maar wanneer het onderzoek voor de respondent van geen, of alleen zeer indirect belang is, wordt het moeilijker om iemand tot medewerking te bewegen, en komt een financiële tegemoetkoming aan de orde.

Bij onderzoek van de publieke opinie kan een financiële tegemoetkoming niet in de sfeer van een relevante beloning worden gezien: dit zou differentiatie naar inkomen moeten inhouden. Bij specifieke, beperkte respondentengroepen, die wat homogener geacht kunnen worden naar inkomen, kan een beloning soms wervend werken (à la de proefpersonenwerking bij studentenonderzoek). Een aantrekkelijke variant voor hoger betaalden kan zijn een symbolisch, laag, bedrag (bijvoorbeeld vijf of tien gulden) 'aan een goed doel te besteden'. Voor het overige valt te hopen dat beloning van respondenten niet tot de normale praktijk gaat behoren. Na de algemene invoering van de BTW-heffing op onderzoek zou dit een nieuwe verhoging van de budgetten inhouden, een verhoging waarmee de groei van de fonsden geenszins gelijke trend houdt.

P.G. Swanborn