

De kostbare respondent

door J. Stapel

Er zijn circa 9 miljoen Nederlanders van 18 jaar en ouder en alleen al het NIPO interviewt er ca duizend elke week voor als regel in dag- en weekbladen te publiceren opinie-onderzoek. Ruim 50.000 per jaar dus. Daar komen nog honderdduizenden vraagg gesprekken per jaar bij voor andere doeleinden door dit instituut en andere onderzoekinstellingen.

Prof. Van Tulder, zelf ook verbonden aan een onderneming die markt-onderzoek middels interviews verricht, heeft in zijn oratie (1964) inderdaad al gewezen op de gevaren van 'overbevissing'. Al vergete men niet dat het respondentenvisje onmiddellijk na de vangst in het water terug keert, als regel zonder enigerlei beschadiging. Zelfs als er per jaar in totaal 900.000 interviews verricht zouden worden — en dat lijkt ons een overschatting — zou de kans per individu op gemiddeld één interview per 10 jaar neerkomen.

Overdrijft A. C. A. van den Hout dan ook niet enigszins¹, . . . behalve misschien voor de onmiddellijke omgeving van de Nijmeegse Universiteit?

Het ontbreken van enigerlei empirische fundering — hij wijst daar zelf terecht op — behoeft niet kwalijk genomen te worden. Maar feitelijke onjuistheden en bestrijdbare uitgangspunten in de ontwikkeling van zijn ongeteste hypothesen mag men misschien wel signaleren.

A. C. A. van den Hout merkt onder het hoofd 'Historische ontwikkeling . . . (enz.)' op dat bewijskracht door middel van ondervraging *de laatste jaren* (cursivering van ons) ook ontdekt zou zijn door 'niet-wetenschappers'. Nu afgezien van wat die laatste precies zijn; meerdere onafhankelijke onderzoeksbureaus begonnen hun werkzaamheden op dit terrein tientallen jaren geleden, enkele meer dan een kwarteeuw terug, één zelfs in de dertiger jaren. Dat deden zij naar beste weten, zo 'wetenschappelijk' mogelijk, hoewel zonder bijdragen van Nederlandse sociologen, want die waren er toen nauwelijks.

Het nut, de bewijskracht enz. van goed interview-onderzoek is eerder ontdekt door het bedrijfsleven, ook door de pers in Nederland, dan Van den Hout impliceert. Mede omdat het bedrijfsleven, maar sinds korter tijd ook de overheid (woningmarktonderzoek bv.) belangrijke beslissingen op interview-onderzoek pleegt te baseren, loopt het met het houden aan 'de regels, gesteld aan het wetenschappelijk onderzoek' dan ook aardig los.

Beleidsbeslissingen bleken er zelfs zodanig bij gebaat te zijn dat het 'lastig vallen door ondervragingen, interviews, opiniepeilingen etc.' inderdaad (sinds 1945) van jaar tot jaar is toegenomen. Van den Hout ziet er euvele gevolgen van opdoemen. Met vrij ruime ervaring over enige decennia als achtergrond plaatsen wij graag enkele kanttekeningen bij de door hem genoemde oorzaken en remedies.

Ad 'oorzaken'

(1) Bestaat er groeiend wantrouwen met betrekking tot correcte behandeling van verstrekte gegevens? (Het 'privacy'-motief dus, dat — dit tussen haakjes — zich met 'openheid' zo slecht verdraagt). In de normale praktijk van het onderzoek zijn er bitter weinig aanwijzingen voor. Aan het NIPO gaf 14 procent op dat zij de volkstellingformulieren niet dachten te gaan invullen. (NOS-uitzending 21 februari 1971) Hoewel van deze respondenten slechts enkelen dat voornemen uitvoerden, waren zij blijkbaar niet bevreesd dat het NIPO hun identiteit zou doorgeven. Terecht, geen 'onafhankelijk onderzoeksbureau' zal dat ooit doen en er bestaan sinds jaar en dag gecodificeerde leefregels over.²

(2) Inderdaad de respondent hoort zelden of nooit iets van het onderzoek waaraan hij of zij meewerkte. Als regel, meermalen desgevraagd, blijkt het ze ook niet te interesseren. Onbekwame interviewers zijn soms nog aan het werk en dat is niet zo fijn. Maar nooit lang. Commerciële onderzoeksbureaus letten scherp op kwaliteit en kosten.

(3) 'De sterk uiteenlopende kwaliteit van de onderzoeken'. In Nederland is de gemiddelde onderzoek-kwaliteit vrij hoog. Maar zou de respondent er ooit iets van merken?

(4) De frekwentie van benadering. Eens in de 10 jaar gemiddeld, waarschijnlijk minder. ('Overbeviste' straten of wijken natuurlijk uitgezonderd. Dat is ook fout: men spreide zijn interviews).

Onder suggesties voor mogelijke oplossingen pleit Van den Hout¹ voor reservering van respondenten voor wetenschappelijk onderzoek. Bedoelt hij separate wildparken (Nijmegen te pachten door A. C. A. van den Hout) of een soort visacte? Door wie af te geven? Aan wie?

En wie definieert 'misbruik' van respondenten?

'Parochieraden tot en met actiecomité's peilen maar opinies'. Mogen zij even: is aanbellen en proberen iets te vragen geen doodnormaal maatschappelijk verkeer? Althans in een vrije maatschappij.

Indien (2) zelfs ook de wetenschappelijke instituten zich zouden moeten beperken in hun beroep op informatie-verstrekken zou schrijver dezes ernstige verschraling vrezen juist bij de onderwijs- en studie-instellingen waar opdoen van praktijk-ervaring toch niet altijd het sterkste punt is.

Resumerend: het loopt gelukkig nogal los. Dubbel gelukkig want beperkende oplossingen zijn zowel onpraktisch als ongewenst.

¹ A. C. A. van den Hout, Interview-moeheid en de validiteit van gegevens bij het wetenschappelijk onderzoek, Signalering van een dreigend probleem. Blz. 59 *Sociologische Gids*, januari-februari 1972.

² European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR): Code of standards and ethical practice.