

Interview-moeheid en (non)validiteit

door A. C. A van den Hout

Enkele opmerkingen n.a.v. H. 't Hart *Interview-moeheid en twijfels over het enquêteonderzoek* in: Soc. Gids 19 : 4, 1972 en J. Stapel, *De kostbare respondent* in: Soc. Gids 20 : 1, 1973.

Inleiding

Het is een genoegen te mogen constateren dat het probleem van de interview-moeheid en daaraan gekoppeld de validiteit van conclusies getrokken uit verkregen gegevens, bij meerderen redenen tot bezorgdheid geeft.

Ter uitdieping van het door mij gesignaleerde probleem wil ik daarom in het kort graag ingaan op de verschillende opmerkingen aan mijn adres gemaakt door H. 't Hart en J. Stapel.¹

Frequentie van benadering en enquête-druk

Het lijkt mij een onjuiste voorstelling van zaken als Stapel betwijfelt of er wel 900.000 interviews verricht zouden worden in de tijd van 1 jaar. 't Hart toont duidelijk aan op grond van het onderzoek van Brouwer², dat in 1968 het totale aantal vraaggesprekken de 1.000.000 al flink had overschreden. Deze cijfers hebben betrekking op onderzoeken die uitgingen van onderzoek-instellingen.

Wanneer Stapel dan zegt dat de kans per individu op gemiddeld 1 interview per 10 jaar neerkomt (in het geval er inderdaad slechts 900.000 vraaggesprekken zouden zijn per jaar!) dan vergeet hij:

a — de beperkingen waaraan de totaal-populatie onderhevig is, zodat gedeeltes daarvan zeer frequent (cfr. 't Hart p. 251: meer dan 850.000 alleenstaanden en huisvrouwen in 1963!) en andere groepen zeer weinig voor deelname in onderzoeken in aanmerking komen;

b — dat de procedure van het 'At random' samenstellen van steekproeven er in feite geenszins garant voor staat dat iedereen (ook al heeft ieder een statistisch gelijke kans) slechts 1 maal in de 10 jaar ondervraagd zou worden.

Conclusie: de enquêtedruk is als gevaar wel degelijk aanwezig en in ernstigere mate dan Stapel vermoedt.

Aspekten van de enquête-druk

De non-respons en de non-validiteit als gevolg van de enquêtedruk — 't Hart geeft een aantal quantitative gegevens ter ondersteuning van mijn vermoeden inzake de enquêtedruk als oorzaak van het optreden van de non-respons in de vorm van het weigeren van medewerking aan een onderzoek.

Ikzelf vraag me af of we niet verder moeten kijken dan deze cijfers. Het zijn immers totaal-cijfers die niets zeggen over de personen of groepen die weigeren. In deze cijfers komt alleen maar tot uiting het aantal personen die na 1 of 2 interviews met een eens-maar-nooit-meer-mentaliteit achterblijven

en als *quantitatieve* non-respons worden gesignaleerd in volgende onderzoeken.

Omdat ik vermoed dat het uithoudingsvermogen van respondenten inzake de enquêtedruk van persoon tot persoon varieert, zullen er evenwel anderen zijn die niet zo direkt of zo gemakkelijk interviewers de deur kunnen wijzen en daardoor onvolledige en zelfs onware gegevens verschaffen op welke het onderzoek zich zal gaan baseren.

Gedeeltelijk meewerken (manifest of sub rosa) wordt evenwel meestal niet eksplicit als non-respons aangemerkt maar als medewerking gesignaleerd. Antwoorden door deze respondenten verstrekt, worden dan ook als juiste antwoorden begrepen waardoor bv. de 'weet-niet'-categorie qua opvulling een totaal verschillende betekenis zou kunnen krijgen (= afwezigheid van kennis ofwel afwezigheid van welwillende medewerking).

Dit zou ik de *qualitatieve* non-respons willen noemen die meestal niet cijfermatig kan worden uitgedrukt.

Eens per 10 jaar de kans lopen in een onderzoek terecht komen (Stapel) is daarom minder relevant dan de subjektieve perceptie en evaluatie door de respondent op het moment dat hem om medewerking wordt verzocht of telkens wanneer van hem een antwoord wordt verlangd.

De ethische kant van het vraaggeltek — Zowel Stapel als 't Hart merken op dat reeds lang via respondenten gegevens verzameld worden door politici, journalisten, businessmen, medici, e.a.

Hun kritiek maakt mij duidelijk dat mijn tekst op dit punt onduidelijk was (Positief gevolg: een historische opbouw van een facet van dit discussiepunt). Kijkend even naar de reclamesektor, is de aan deze gegevens ontleende overtuigingskracht m.i. evenwel pas gedurende een aantal decennia, versterkt door de opkomst van de reclame op radio en televisie, aangevend ter bevordering van verkoopcijfers en tot manipulerende meningsvorming met een dwangmatig karakter, waarbij via deze uitspraken een soort conformisme in opinies en produktieverbruik wordt bewerkstelligd ten behoeve van artikelen, opinies of beleidsvoering die 'verkoct' moeten worden. Het valt mij wel eens op hoe de reclameboodschappen op radio en televisie angstvallig verzwijgen hoeveel van de 'op straat' benaderde mensen een negatief antwoord of oordeel gaven bij de presentatie van een konsumptieartikel. Misschien zijn ze er inderdaad niet, maar tegelijkertijd wordt wel de indruk gewekt alsof de gedane positieve uitspraak geldig is voor het grote (intelligente) deel van de Nederlandse bevolking.

Ik ben benieuwd of hier ook in de geschiedenis een traditie voor aanwijsbaar is. Misschien beschikt de Raad voor Orde en Tucht voor het Advertentiewezen (ROTA) of de Code Commissie voor het Reclamewezen over

gegevens in de vorm van klachten, die hier meer zicht op kunnen verschaffen.³

De respondent, zijn medewerking en zijn bescherming —

1) *Respondent en bedoeling van het onderzoek.* De respondent wordt bij de introductie van ieder vraagsprek gewezen op de belangrijkheid van zijn medewerking. Om deze te verkrijgen wordt hem daarnaast een aantal vage beloften gedaan, zoals het toezenden van rapporten, uitslagen e.d. Deze worden niet nagekomen of nagekomen op een voor de respondent onbevredigende wijze (een onleesbaar verslag bv.).

(Dat hem dit niet interesseren zou zoals Stapel beweert, waag ik te betwijfelen; de aard en de presentatie van het onderzoek zal met deze interesse wel te maken hebben (Zuckerman⁴).

Bovendien stellen meerdere personen zich voor als interviewers voor een belangrijk wetenschappelijk onderzoek, terwijl ze het in feite niet zijn,⁵ of opereren zonder enige verantwoorde opleiding in deze.

De respondent heeft evenwel geen enkele maatstaf tot zijn beschikking om de kwaliteit van de interviewers of de beweerde belangrijkheid van zijn medewerking aan het onderzoek, af te meten.

Hij kent de interviewers niet, hij kent de preciese doelstelling van het onderzoek niet, noch de konsekwenties van zijn antwoorden.

Kon hij over deze gegevens beschikken dan zou met reden wel of geen medewerking kunnen worden toegezegd. Die onzekerheid nu, die hierdoor bij hem kan bestaan, wordt met vage beloften en het creëren van verwachtingen weggenomen. Hij kan, als dit hem niet overtuigd, voor 100% zijn medewerking weigeren (quantitatieve non-respons). Hij kan, als dit hem overtuigd, voor 100 % meewerken (quantitatieve respons) of zijn medewerking gedeeltelijk toezeggen (qualitatieve non-respons, begrepen als quantitatieve respons). Worden in het laatste geval beloftes niet nagekomen of verwachtingen niet vervuld, dan zal men bij deze respondenten voor een volgend onderzoek moeten rekenen op een weigering.

Hij zal zich, omdat hem wederom de mogelijkheid niet geboden wordt zich te indentificeren met de doelstelling van het onderzoek, afwijzend opstellen. In die zin ben ik het met 't Hart eens dat het onderzoek beschikbaar moet blijven voor de respondent. (cfr. Dohrenwend en Dohrenwend⁶ (1968 en Sidney Hollander⁷, geciteerd bij 't Hart p. 251).

2) *Onderzoek en verantwoord onderzoek.* Als door mij gepleit wordt voor een reservering van de respondent voor het wetenschappelijk onderzoek, dan zijn daar impliciet meerdere zaken mee bedoeld:

a — er wordt gepleit voor een wetenschappelijk verantwoorde aanpak bij iedere benadering van de respondent; hier is vragen stellen naast maat-

schappelijk bezig-zijn ook wetenschappelijk bezig-zijn;

b — er wordt gepleit voor het reserveren van de respondenten voor onderzoek en niet voor trainingsaspecten in het kader van het onderwijs;

c — er wordt gepleit voor een prioriteitenlijst voor het benaderen van respondenten, waarbij de verantwoorde doelstelling (hetgeen door de respondenten zelf moet kunnen worden gesignaleerd) op de eerste plaats komt en de onverantwoorde, ofwel de benadering ter realisering van een onjuiste doelstelling (met als gevolg misbruik, gesignaleerd ook door de respondent zelf) niet meer mogelijk is.

Stapel ridiculiseert mijn voorstel over het aanleggen van een mogelijke prioriteitenverdeling, welke dan ook.

Dat het wetenschappelijk onderzoek altijd voorrang moet hebben wordt zeker door de uitleg die 't Hart daaraan geeft, diskutabel. Of ze dat blijft na mijn voorafgaande verduidelijking, betwijfel ik.

De erkenning van deze discussiabiliteit is echter iets anders dan de weigering te willen praten over een mogelijke verantwoorde verdeling van prioriteiten als zodanig.

Slotconclusie

De kritiek van de heren 't Hart en Stapel komen misschien voort uit een aantal tekstonduidelijkheden in mijn Vrije Notitie.

De reactie van de heer J. Stapel is misschien ook verklaarbaar vanuit de functie die het NIPO inneemt en die er alleen maar baat bij zou hebben als het probleem inderdaad maar een bagatel zou zijn.

Toch wil ik het probleem nog eens kort en bondig stellen als verheldering.

- De toenemende frequentie van onderzoeken (marktonderzoek, reclameonderzoek, etc.) en onderwijsactiviteiten (bv. het trainen van interviewers) waarbij een beroep wordt gedaan op de medewerking van respondenten, kan leiden tot een mogelijke toename van non-respons en/of aantasting van de validiteit van toch nog verkregen gegevens).
- Het is ethisch niet te verantwoorden:
 - 1 voor alle mogelijke doeleinden respondenten te claimen,
 - 2 respondenten te claimen zonder dat deze zich met de doeleinden van het onderzoek kunnen indentificeren.
- Om de medewerking van respondenten te verkrijgen is het onverantwoord beloften te doen of verwachtingen te wekken die niet nagekomen of vervuld worden.
- Daarom wil ik pleiten voor het op een meer verantwoorde wijze beroep doen op respondenten ten behoeve van 'sociaal' onderzoek.
- Er moet meer gelet worden op de informatie van reeds verworven gegevens.

Mijn *eindconclusie* is dat het probleem waard blijft gesignaleerd te worden als dreiging voor het toekomstige onderzoek, waarbij respondenten een rol spelen en dat zich baseert op gegevens van respondenten verkregen bij het geven van beleidsadviezen.

Literatuur

- 1 't Hart, H. Interview-moeheid en twijfels over het enquêteonderzoek in: *Soc. Gids* 19 : 4 1972, blz. 247-257.
- Stapel, J. De kostbare respondent in *Soc. Gids* 20 : 1, 1973.
- 2 Brouwer, M. The production of sample surveys in continental Europe, *Social Sciences Information*, 4 : 3. 1965, blz. 26-64.
- 3 Hoyng, W. A. Misleidende reclame in: *Intermediair* 8 : 39 1972, blz. 27-31.
- 4 Zuckerman, H. Interviewing an Ultra-elite in: *Public Opinion Quarterly*, Summer 1972, blz. 159-175.
- 5 Schwartz, A. Interviewing and the public in: *Public Opinion Quarterly* 28 : 1. 1969 blz. 135-142.
- 6 Dohrenwend, B. S. & Dohrenwend, P. S. Sources of refusals in surveys, *Public Opinion Quarterly*, 32 : 1, 1968, blz. 74-83.
- 7 Sidney Hollander in: Hartmann, E. L., Isaacson, H. L. en Jurgell, C. M. Public reaction to public opinion surveying, *Public Opinion Quarterly* 32 : 2, 1968, blz. 295-298.