

TIPS & TOOLS

Deze rubriek richt zich op (niet alleen jonge) onderzoekers. Simpel en kort: hoe was het ook weer? Over principes of procedures in kwalitatief onderzoek.

Het bouwen van een steekproef voor kwalitatief empirisch onderzoek

Edward Groenland*

Stap 1: vooraf

Oké, je wilt een kwalitatief onderzoek opzetten. Dat betekent dat je een proces (er gebeurt iets in de empirische wereld, en wel in stappen) wilt onderzoeken bij een bepaalde groep. Dat proces wordt vaak vormgegeven in een conceptueel model. Dit model geeft, van links naar rechts, de stappen van het te onderzoeken proces in de empirische wereld weer. En het is een bepaalde groep die dit proces doorloopt. Voorbeelden van dergelijke groepen zijn: een individu, een consument, een burger, of een werknemer. Maar je kunt ook denken aan huishoudens, bedrijven of afdelingen binnen bedrijven of CEO's. Algemeen gezegd: het gaat om entiteiten (elementen) die je kiest voor het onderzoek. Daarbij moet je er natuurlijk op letten dat de concepten in het conceptueel model betekenis hebben voor een dergelijke entiteit. Een voorbeeld. Het begrip 'bedrijfscultuur' is een (sociologisch) begrip dat is gedefinieerd voor het bedrijf als geheel, dus op bedrijfsniveau. Als jouw entiteit in de steekproef een individuele werknemer is dan moet je de definitie aanpassen. Je zou hier kunnen zeggen dat het hier gaat om de *individuele perceptie* van de heersende bedrijfscultuur.

Het doel van een onderzoek zoals in het bovenstaande beschreven, is om te bepalen of het conceptueel model de werkelijkheid correct weergeeft. Je wilt dus weten of de data (de verzamelde gegevens) de inhoud en de structuur van de concepten ondersteunen. Ook wil je dan weten of de causale verbanden (op theoretisch niveau onderbouwd op basis van wetenschappelijke literatuur) bevestiging krijgen door middel van de analyse-uitkomsten. Ondersteunen de uitkomsten het conceptueel model?

* Prof. dr. Edward Groenland is als hoogleraar Business Research Methodology verbonden aan Nyenrode Business Universiteit te Breukelen. E-mail: e.groenland@nyenrode.nl.

Stap 2: populatiedefinitie

Het bouwen van de steekproef begint met de definitie van de populatie. Dat is het geheel van alle entiteiten waarover je iets wilt weten. Het is de groep waarover je uitspraken wilt doen op basis van de onderzoeksuitkomsten. Laten we als voorbeeld nemen de entiteit 'de Nederlanders'. De populatiedefinitie moet nu alle Nederlanders omvatten. Let op: dit is minder gemakkelijk dan het lijkt. Moeten bijvoorbeeld baby's en kleine kinderen worden opgenomen in deze definitie? En hoe zit het met Nederlanders in het buitenland, in gevangenissen en inrichtingen? Of Nederlanders die functioneren in de bovenwereld versus de onderwereld? De regel is dat de definitie zodanig sluitend is dat je voor elke persoon eenduidig kunt zeggen of deze wel of niet deel uitmaakt van de populatiedefinitie.

Stap 3: subgroepen

De volgende stap heeft te maken met de vraag of de elementen (entiteiten) van de populatie gezamenlijk een homogene groep vormen. Je hebt immers een conceptueel model gemaakt dat geldig moet zijn voor al deze elementen. De vraag is nu: zijn er subgroepen (subpopulaties) te onderkennen in de populatie, en zo ja: welke? Vaak voorkomende selectievariabelen zijn onder meer: geslacht, leeftijd, opleiding, inkomen of lifestyle. In veel gevallen worden combinaties van deze selectievariabelen gebruikt om een subgroep te definiëren. En let op: niet alle combinaties moeten per se worden onderzocht! Maar dat hangt helemaal af van het proces (zoals beschreven in het conceptueel model) dat je wilt onderzoeken.

Als voor een bepaalde subgroep geldt dat een ander conceptueel model het te onderzoeken proces beter beschrijft, dan worden het aparte onderzoeken, met aparte conceptuele modellen. Maar als je subgroepen kunt onderscheiden waarvoor geldt dat de structuur (de blokken en de pijlen) wel geldig is maar de invulling ervan op onderdelen kan verschillen, dan bouw je een steekproef op met subgroepen. Het zal duidelijk zijn dat je vooraf moet kunnen aangeven waar in het model naar verwachting de verschillen kunnen optreden. Een selectievariabele als 'schoenmaat' zal dan wel niet snel voorkomen.

Heb je veel selectievariabelen bedacht dan kun je die rangordenen. Het criterium hiervoor is onder andere gerelateerd aan het beoogde gebruik van de onderzoeksuitkomsten. Wil je een hiaat in de relevante wetenschappelijke kennis dichten? En bij praktijkonderzoek: welke groepenindeling levert het meeste nut op voor de opdrachtgever? Na de rangordening pak je gewoon de eerste twee, drie of vier subgroepen. Dit aantal is gebaseerd op de gedachte dat enerzijds de genoemde subgroepen bestaansrecht hebben (ze zijn verschillend in relatie tot onderdelen van het conceptueel model). En anderzijds op de gedachte dat als je bij wijze van spreken zeven subgroepen kiest de analyse onevenredig omvangrijk en bewerkelijk zou worden. Want uiteraard worden later alle onderscheiden subgroepen apart geanalyseerd, waarna de uitkomsten van deze subgroepen met elkaar worden vergeleken.

Stap 4: aantal elementen per subgroep

Het aantal elementen dat je nodig hebt, hangt eigenlijk af van de homogeniteit binnen de subgroepen. Bij relatief heterogene subgroepen heb je meer elementen nodig dan bij relatief homogene groepen. Het principe is dat de subgroep-omvang zodanig is dat als je willekeurig een element aan een subgroep zou toevoegen of verwijderen de uitkomsten, in termen van volledigheid en detaillering, dezelfde zouden zijn.

Er zijn nu twee mogelijkheden: ofwel je gebruikt het principe van 'saturatie', ofwel je kiest op voorhand een bepaald aantal elementen per subgroep.

Saturatie betekent dat je – binnen een bepaalde subgroep – doorgaat met interviews totdat je bij nieuwe interviews geen nieuwe dingen meer hoort. Je hebt dan kennelijk alle informatie te pakken.

Bij de tweede aanpak kies je vooraf per subgroep vijf tot zeven elementen, personen die je interviewt. Het zojuist genoemde aantal is een voorbeeld van een vuistregel, gebaseerd op vele jaren onderzoekservaring. Maar in dit verband wordt ook wel een aantal van tien of twaalf elementen genoemd. Zoals gezegd moet het gekozen aantal elementen verband houden met je inschatting van de homogeniteit binnen de subgroepen.

Stap 5: steekproefelementen selecteren

Nu moet de steekproef nog daadwerkelijk worden gevormd. Hiertoe bekijk je per subgroep de definitie ervan. Je kunt nu elk element kiezen dat je wilt, als dit maar valt binnen de subgroep-definitie. Dus als je bij een personensteekproef een subgroep-definitie hebt gekozen van mannen boven 20 jaar die geen eigen inkomsten hebben en zelfstandig wonen dan kun je je, bij wijze van spreken, beperken tot studenten die aan de definitie voldoen. Nu zijn er ook andere personen (niet-studenten) die aan de definitie voldoen, maar kennelijk is dit onderscheid niet van belang. Want anders zou dat in je subgroep-definitie wel zijn opgenomen.

Tot slot

Je kunt de onderzoeksuitkomsten *kwalitatief* generaliseren naar de onderzoekspopulatie. Dat wil zeggen: je gebruikt hierbij geen getallen, maar je kunt wel zeggen welke houdingen, attitudes, oordelen, gedragingen (dit is afhankelijk van je conceptueel model) voorkomen in je onderzoekspopulatie. Als jij (of je opdrachtgever) vervolgens wilt weten om hoeveel personen het hierbij gaat (percentages) moet je een kwantitatief vervolgonderzoek uitvoeren, met een daadwerkelijk ander soort steekproefopzet.

Succes met je onderzoek!