Videosessie ‘Onderzoek eenvoudig gemaakt’

Onder begeleiding van Claudia de Graauw

Een onderzoek is nooit een doel op zich. Er zit altijd een doelstelling achter. Je wilt je project monitoren en evalueren zodat het de volgende keer nóg beter gaat. Of je wilt je verantwoorden tegenover subsidieverstrekkers. Goed onderzoek geeft inzicht in de acties die nodig zijn. Onderzoeker Claudia de Graauw gaf een workshop over onderzoek: hoe werkt het en wat kun je zelf al laagdrempelig doen?

Deze workshop op 1Sociaaldomein was onderdeel van de landelijke kennisdelingsdagen in het kader van het programma Cultuurparticipatie die het LKCA organiseerde op 12, 13 en 14 april 2022. Deelnemers werkten aan de hand van een casus aan verschillende opdrachten. In dit verslag delen we een aantal belangrijke leerpunten van de workshop.

**Twaalf nuttige tips van een ervaren onderzoeker**

1. Goed onderzoek is onder andere onafhankelijk, objectief, valide, betrouwbaar en representatief. Onafhankelijk betekent dat de onderzoeker geen belang heeft bij de uitkomsten. Kun je het onderzoek dan niet zelf doen? Jawel, maar let dan op de vraagstelling en meet op verschillende momenten hoe het gaat. Objectief onderzoek betekent dat de meningen van de betrokkenen en de onderzoekers buiten beschouwing worden gelaten en de resultaten dus niet kunnen beïnvloeden. Bij valide onderzoek stel je vragen die meten wat ze moeten weten. Bovendien zijn ze maar voor één uitleg vatbaar. Bij betrouwbaar onderzoek mag je de resultaten vertalen naar een groter geheel en representatief onderzoek betekent dat de resultaten een goed beeld geven van de hele groep. Allemaal zaken om te bewaken.
2. Een onderzoek bestaat uit vier fases. De eerste fase is die van het formuleren van het doel van het onderzoek en de onderzoeksvraag; de tweede fase bestaat uit het ontwerpen van de onderzoeksmethodiek; de derde fase is die van de dataverzameling en de vierde fase bestaat uit analyse en rapportage. Het is belangrijk dat de fases achtereenvolgens worden doorlopen.
3. Denk al bij de start van je project na over het doel van je onderzoek. Wil je je doelbereik verbeteren? Je project legitimeren voor subsidieverstrekkers? Je project beter afstemmen op de doelgroep? Meer deelnemers bereiken… Het kan van alles zijn, als het maar duidelijk is voor jezelf. De vraag die je jezelf stelt is: waarom heb ik informatie nodig?
4. Formuleer een hoofdvraag, maar ook deelvragen. De deelvragen samen geven antwoord op je hoofdvraag.
5. Bepaal de vorm van je eindresultaat en wat je wilt communiceren. Is dat een rapport, zijn het actiepunten, een tijdschrift, een infographic of… Er is van alles mogelijk.
6. Ontwerp je onderzoeksmethodiek. Hiervoor bepaal je hoe je aan informatie komt. Is dat via medewerkers, bezoekers, documenten, een systeem of… Er zijn veel mogelijkheden. Vervolgens ontwerp je je meetinstrument. Kies je voor kwalitatief of kwantitatief onderzoek?
7. Maak je gebruik van een vragenlijst, bedenk dan dat je steekproef representatief moet zijn, dat gestandaardiseerde antwoorden soms lastig te interpreteren zijn, dat mensen de neiging hebben om sociaal wenselijke antwoorden te geven en dat je vragenlijst niet te lang mag zijn. Mensen hebben geen zin in een vragenlijst waar ze een uur mee kwijt zijn.
8. Kies je voor interviews? Bedenk dan dat die veel tijd kosten, dat je geen cijfers hebt, maar wel verklaringen. Is dat voldoende?
9. Je kunt ook observeren. Dan ben je niet afhankelijk van respons en je belast je bezoekers niet, maar je hebt ook geen inzicht in de motivatie van je doelgroep.
10. Stel je een vraag? Let er dan op dat je taalgebruik is afgestemd op je doelgroep. Iedereen moet de vraag begrijpen en hetzelfde interpreteren. Stel korte vragen, één vraag per keer en formuleer geen dubbele ontkenningen; ‘weet u niet waarom er geen… ‘ is daar een voorbeeld van.
11. De fase van de dataverzameling bestaat uit drie stappen; voorbereiden, uitvoeren en registreren. Doorloop elke fase zorgvuldig.
12. De fase van analyse en rapportage bestaat ook uit drie stappen: analyse, rapportage en vervolgacties formuleren. Concentreer je hierbij op de onderzoeksvragen die je hebt gesteld. Dat heb je immers niet voor niets gedaan.

**Claudia de Graauw**

Claudia de Graauw heeft sinds 2010 een onderzoeksbureau. Samen met haar team meet ze effecten en evalueert ze programma’s voor uiteenlopende opdrachtgevers. Daarnaast geeft ze workshops. In haar onderzoeken combineert ze een praktische inslag met een wetenschappelijke achtergrond. Claudia weet hoe ze lastige materie begrijpelijk kan maken. Zie <https://www.claudiadegraauw.nl/>

Kon je niet aanwezig zijn bij de workshop en heb je alsnog belangstelling? Stuur dan een e-mail naar Angela van Dijk van het LKCA. Bij voldoende interesse komt er een reprise van deze workshop.