



Delft University of Technology

Interviewen

Kleinhans, R.J.; Rooij, R.M.; van Dorst, M.J.

Publication date
2022

Document Version
Final published version

Published in
Inzicht

Citation (APA)

Kleinhans, R. J., Rooij, R. M., & van Dorst, M. J. (2022). Interviewen. In M. Hoekstra, L. Lousberg, R. Rooij, W. Wilms Floet, & S. Zijlstra (Eds.), *Inzicht: Academische vaardigheden voor bouwkundigen 2021-2022_Q4* (pp. 247-264). Delft University of Technology.

Important note

To cite this publication, please use the final published version (if applicable).
Please check the document version above.

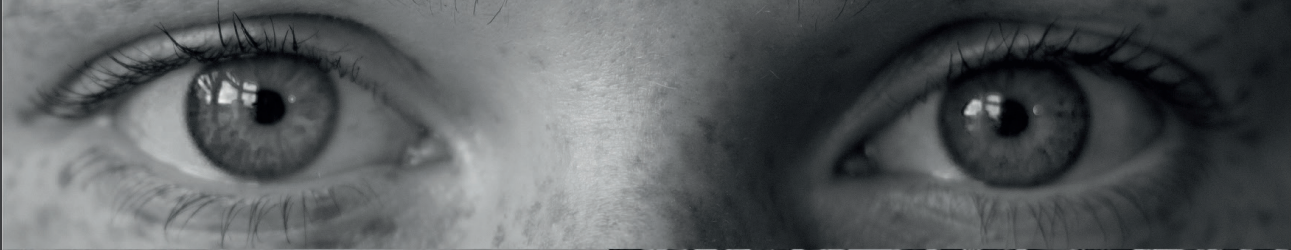
Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download, forward or distribute the text or part of it, without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license such as Creative Commons.

Takedown policy

Please contact us and provide details if you believe this document breaches copyrights.
We will remove access to the work immediately and investigate your claim.

INZICHT



Academische vaardigheden voor bouwkundigen

INZICHT - ACADEMISCHE
VAARDIGHEDEN VOOR
BOUWKUNDIGEN

MAARTENJAN HOEKSTRA; LOUIS LOUSBERG; REMON ROOIJ;
WILLEMIJN WILMS FLOET; EN SAKE ZIJLSTRA

Technische Universiteit Delft, Faculteit Bouwkunde

Delft



Inzicht - Academische vaardigheden voor bouwkundigen by MaartenJan Hoekstra; Louis Lousberg; Remon Rooij; Willemijn Wilms Floet; en Sake Zijlstra is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License, except where otherwise noted.

The above copyright license which TU Delft Open uses for their original content does not extend to or include any special permissions which were granted to us by the rights holders for our use of their content.

Conditions are **not** applicable to figures:

3.1.4 tot en met 3.1.7;

9.2, 9.2 en 9.5;

alle afbeeldingen uit hoofdstuk 10.1, behalve (lucht) foto 10.1.4, 10.1.7, 10.1.9 en 10.1.10; en 13.1.

Omslag ontwerp: Willemijn Wilms Floet. Foto's en beeld bewerking: Willemijn Wilms Floet. Bronnen: de gevel van de Opera te Parijs uit: Mead, C.C., 1991. Charles Garnier's Paris opéra; architectural empathy and the renaissance of French classicism, Cambridge, Mass: MIT Press. Het fragment stadsplattegrond Parijs uit: Google Aerodata International Surveys 2013.



Technische Universiteit Delft, Faculteit Bouwkunde

Dit boek is mede mogelijk gemaakt door de ondersteuning van het 4TU Centre for Engineering Education: <https://www.4tu.nl/cee/en/>.

Voor vragen over, of reacties op het boek, gelieve een bericht te sturen naar Sake Zijlstra: s.zijlstra@tudelft.nl.

4TU. CENTRE FOR
ENGINEERING EDUCATION

HOOFDSTUK 12.3: INTERVIEWEN

REINOUT KLEINHANS; REMON ROOIJ; EN MACHIEL VAN DORST

SAMENVATTING EN KERNBEGRIPPEN

Interviewen is een veelvoorkomende wetenschappelijke methode om informatie te verzamelen. Belangrijk is dat het interview inhoudelijk goed aansluit bij jouw ontwerp-opgave of onderzoek. Daarnaast helpt het enorm om te werken met een systematische aanpak bij het vastleggen, ordenen, analyseren en rapporteren van de informatie uit je interviews. En natuurlijk is een goede gespreksvoorbereiding belangrijk. De interviewmethode omvat drie fasen:

1. Voorbereiding en randvoorwaarden
2. Uitvoering, gespreksvoering en vastleggen data, en
3. Uitwerking, analyse en rapportage.

Interviews zijn zeer geschikt voor het in kaart brengen van percepties, ervaringen, opvattingen, verwachtingen, en het ophalen van kennis uit de praktijk. Om de complexiteit van datgene wat je onderzoekt te begrijpen, is het van belang dat je in het interview zelf flexibel kunt opereren. Gesprekken verlopen nog al eens anders dan tijdens de voorbereiding wordt verondersteld. Dit hoofdstuk biedt concrete handvaten voor alle onderdelen van het proces.

INTRODUCTIE

Interviewen is een veelvoorkomende wetenschappelijke methode om informatie te verzamelen over een bepaald onderwerp. Voor studenten Bouwkunde kan interviewen een belangrijke rol spelen in je onderzoek en het maken van ontwerpen, visies of strategieën, omdat interviews veel gedetailleerde informatie kunnen opleveren over bijvoorbeeld wensen, eisen, voorkeuren en gedragingen van (toekomstige) gebruikers, opdrachtgevers en andere doelgroepen.

Interviewen als onderzoeksmethode is niet hetzelfde als de interviews die je bijvoorbeeld in talkshows of actualiteitenrubrieken voorbij ziet komen. Maar er zijn ook overeenkomsten. Als interviewer hanteer je drie belangrijke spelregels:

1. Het interview heeft een duidelijke relatie met je ontwerpogave of de probleemstelling van je onderzoek waarvoor informatie wordt verzameld. Je bent dus gericht op zoek naar bepaalde informatie.
2. Alle data uit het interview worden systematisch vastgelegd, geordend, geanalyseerd en gerapporteerd.
3. Een goede voorbereiding draagt bij aan een plezierig verloop van het interview en het verkrijgen van de gewenste informatie. Een goed doordachte set interviewvragen helpt hierbij. Maar het is ook van belang dat je in het gesprek flexibel kunt opereren.

Het doel van dit hoofdstuk is het geven van een overzicht van alle facetten van interviewen als onderzoeksmethode, en het bieden van concrete handvaten voor de voorbereiding, uitvoering en uitwerking van interviews. Eerst gaan we dieper in op het interview als wetenschappelijke methode van onderzoek. Daarna belichten we verschillende typen interviews en typen kennis. Vervolgens introduceren we het 'driefasenmodel': 1) voorbereiding en randvoorwaarden; 2) uitvoering, gespreksvoering en vastleggen data, en 3) uitwerking, analyse en rapportage. Voor elke fase beschrijven we de noodzakelijke handelingen. We sluiten het hoofdstuk af met hulpbronnen om interviewen tot een succes te maken.

HET INTERVIEW ALS METHODE VAN WETENSCHAPPELIJK ONDERZOEK

In een project komt het interview niet uit de lucht vallen. Je hebt behoefte aan informatie, en die informatiebehoefte is ergens op gebaseerd. Je hebt altijd een vertrekpunt, een aanleiding, een motivatie bij een ontwerp- of onderzoeksproject (zie hoofdstuk 3 en hoofdstuk 4). Je hebt ook de wens om de grenzen van je eigen kennis te verleggen. En vergeet niet, er zijn meer manieren om aan informatie te komen, zoals observatietechnieken (hoofdstuk 12.2), literatuuronderzoek en archiefonderzoek (hoofdstuk 6.3 en hoofdstuk 9). Als je voor interviewen kiest, moet het een geschikte methode zijn om jouw specifieke informatiebehoefte te kunnen bevredigen. Geschikt betekent hier: deze methode levert de juiste soort kennis op, is niet beschikbaar via andere bronnen of methodes en het gebruik is praktisch haalbaar binnen de randvoorwaarden van je project. Denk hierbij vooral aan je tijd- en geldbudget.

Wetenschappelijk gezien gaat het om de verbinding tussen enerzijds je ontwerpogave, dan wel de probleemstelling van je onderzoek, en anderzijds het interview als methode om aan goede informatie te komen. Geen duidelijke opgave of probleemstelling betekent doorgaans ook geen verantwoord of bruikbaar interview. Geldigheid wil zeggen dat de antwoorden die je met behulp van het interview krijgt, daadwerkelijk te maken hebben met de probleemstelling of het onderwerp van het onderzoek.

SOORTEN INTERVIEWS EN SOORTEN KENNIS

Er zijn verschillende typen interviews die allemaal zo hun eigen toepassingen, voor- en nadelen hebben. Allemaal zoeken ze naar bepaalde soorten kennis die niet bij voorbaat heel duidelijk afgebakend of 'grijpbaar' is. Het gaat hierbij om kennis en informatie die door je respondenten 'vrijgegeven' kan worden als hen op een semi-gestructureerde en doordachte wijze bepaalde vragen worden gesteld. Een interview is meer dan een gesprek waarbij vragen worden gesteld en antwoorden worden gegeven, want de interviewer en de respondent reageren ook op elkaars opmerkingen, gedrag en non-verbale communicatie.

Door de interactie tussen interviewer en respondent zijn interviews vooral geschikt voor het in kaart brengen van percepties, ervaringen, opvattingen, verwachtingen, en het ophalen van kennis uit de praktijk. Het uiteindelijke doel van interviewen is dan ook om de complexiteit van het onderzochte fenomeen te ontrafelen en beter te begrijpen. Daarbij is het uitgangspunt dat situaties veelal uniek zijn, dat de sociaal-ruimtelijke context erg belangrijk is en dat de informatie niet representatief is voor een grotere populatie.

Die kennisbehoefte is heel anders dan bij andere wijzen van bevragen, zoals de enquête. Een enquête heeft tot doel om, op basis van een steekproef, een representatief beeld te krijgen van de antwoorden van een bepaalde populatie (Baarda et al., 2017; Saunders et al., 2019). Daarbij draait het om generaliseerbaarheid: de mate waarin bepaalde informatie meer algemeen geldig is. Een enquête bestaat uit meerkeuzevragen met gesloten antwoordcategorieën, al kunnen open vragen er ook deel van uitmaken. De bevraging kan schriftelijk (op papier of via Internet), telefonisch, of mondeling zijn; op straat, kantoor, of bij iemand thuis. De antwoorden vragen worden samengebracht in een databestand waarop statistische analyses kunnen worden toegepast. Bij interviews werkt dat heel anders, omdat de verzamelde data een veel opener, complexer en niet-kwantitatief karakter hebben. Verderop in dit hoofdstuk laten we zien hoe je interviews kan verwerken en analyseren.

Er zijn grofweg drie typen interviews: open/exploratief/informeel; semi-gestructureerd, en gesloten/volledig gestructureerd). In tabel 12.3.1 zetten we de belangrijkste verschillen uiteen in doelstelling, doelgroepen, setting, diepgang van de gegevens en de voorbereiding.

Tabel 12.3.1: Kenmerken van drie hoofdtypen interviews

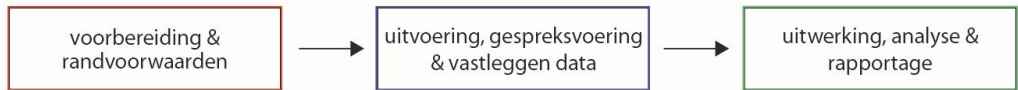
Typen interviews	Open / exploratief	Semi-gestructureerd	Gesloten / volledig gestructureerd
Doelstelling	Verkennen van de aard, reikwijdte en omvang van een probleem, kans of onderzoeksvraag; de interviewvragen zelf kunnen sterk verschillen per interview.	Begrijpen van de aard, omvang en complexiteit van een probleem, kans of onderzoeksvraag; de interviewvragen zelf zullen weinig verschillen per interview.	Kiezen tussen opties of scenario's, testen van ideeën en ontwerpen, in kaart brengen van voor-keuren; interviewvragen zijn identiek voor alle af te nemen interviews.
Doelgroepen/ respondenten	Passanten, gebruikers, bewoners, professionals/experts, bezoekers, kinderen, etc.	Gebruikers, bewoners, professionals/experts, opdrachtgevers, etc.	Gebruikers, bewoners, professionals/experts, opdrachtgevers, etc.
Setting	Publieke ruimtes zoals straten, pleinen, parken, winkels of vervoers-knooppunten, etc.	Online of op locatie in kantoren, werkruimtes, thuis, in horeca of andere zitgelegenheden.	Online of op locatie in kantoren, werkruimtes, thuis, in horeca of andere zitgelegenheden.
Diepgang gegevens	Oppervlakkig, weinig structuur (idee is om de respondent vooral te laten praten).	Diepgaande, deels onge-structureerde info over percepties, ervaringen, , samenwerking, etc.	(Semi-)kwantitatieve informatie, rangordes, frequenties en andere relatieve verdelingen.
Voor-bereiding	Beperkt; interview kan ook spontaan tot stand komen, b.v. tijdens het doen van observaties.	Uitgebreid; interview doorgaans op afspraak.	Zeer uitgebreid; interview doorgaans op afspraak.

Normaal gesproken interview je één persoon, of twee personen gezamenlijk. Als er sprake is van drie of meer respondenten, dan spreek je niet meer over een interview maar over een focusgroep. Anders dan het 'gewone' face-to-face interview vergt deze methode veel aandacht voor de groepsdynamiek en de wijze van gespreksvoering. Daarom laten we deze methode hier verder buiten beschouwing (zie 'Verder lezen' aan het eind van dit hoofdstuk). Afhankelijk van je onderzoeksvraag kun je verschillende typen interviews te combineren. Zo kan je starten met exploratieve interviews, gevolgd door semi-gestructureerde interviews. Je kan interviews ook prima combineren met observaties, statistische data-analyse of bouwkundige plananalyses. Zo'n combinatie noemen we een multi-method of mixed method approach.

HET DRIEFASENMODEL

Er zijn heel veel zaken waar je aan kan denken bij de voorbereiding, uitvoering en analyse van interviews. Om dit overzichtelijk te maken, introduceren we het zogenaamde 'driefasenmodel', waarin het proces rondom interviewen van begin tot eind in afzonderlijke fasen uiteengelegd wordt: 1) voorbereiding en randvoorwaarden; 2) uitvoering, gespreksvoering en vastleggen data, en 3) uitwerking, analyse en rapportage. Deze fasen worden uitgebreid besproken. Het is goed om te bedenken dat je, afhankelijk van het type interview, deze fasen verschillend doorloopt. Zo speelt een interviewprotocol een veel grotere rol in semi-

gestructureerde en gesloten interviews dan in open / exploratieve interviews. Ook het vastleggen van data, uitwerking en analyse zijn heel verschillend in dat opzicht. In de volgende paragraaf gaan we dieper in op fase 1, oftewel de voorbereiding en randvoorwaarden voor interviews.



driefasenmodel

FASE 1 – VOORBEREIDING EN RANDVOORWAARDEN

WAT, WIE EN WAAR?

Je onderzoeks- of ontwerp vragen zijn leidend voor wat je met interviews te weten wil komen. Het is slim om je onderzoeksvragen voorafgaand aan je interviews al goed op papier te hebben. Met het antwoord op de vraag ‘wat wil ik weten’ zal je doorgaans ook een beeld hebben van de tweede vraag, over het ‘wie’, oftewel de beoogde respondenten voor je interviews. Dat geeft ook aanknopingspunten voor de benadering van respondenten. Als je passanten of bewoners op straat wil interviewen, ga je anders te werk dan bij experts of professionals, met wie je eerst schriftelijk contact legt om te vragen om deelname.

De derde vraag betreft de locatie. Met de keuze voor respondenten liggen bepaalde locaties of settings meer of minder voor de hand, zoals op straat, op een plein of in een park, bij mensen thuis, of bij mensen op kantoor of andere werkplek. Verder is er altijd de optie om interviews online af te nemen, bijvoorbeeld via Zoom, MS Teams, Facetime of ander digitaal platform. Ten slotte kan je ook kiezen voor telefonische interviews. Die werkwijze heeft wel als nadeel dat je alle non-verbale communicatie mist die je met face-to-face of online interviews.

HOE NODIG JE RESPONDENTEN UIT?

De volgende stap is het werven van respondenten voor je interviews. Hoe je dit doet, is deels afhankelijk van het type interview. Bij open/exploratieve interviews probeer je vaak op locatie mensen te spreken te krijgen. Bij straatinterviews valt of staat dit met een korte, openingsvraag aan passanten, in de trant van ‘goedemiddag, zou ik u een paar korte vragen mogen stellen over....’. Soms spreken mensen jou spontaan aan, bijvoorbeeld als je aan het observeren bent en foto’s maakt van een bepaalde situatie. Daar kan je dan natuurlijk slim gebruik van maken!

Bij de meeste andere soorten interviews is er wat meer voorbereiding nodig, zeker als je de respondenten nog niet kent. Doorgaans is de eerste stap een email of telefoontje aan beoogde respondenten waarin je de volgende zaken kort uiteenzet:

- Wie je bent, wat je studeert, je onderwerp en waarom je interviews wil doen (b.v. in het kader van je afstuderen);
- Uitleg van je onderwerp / onderzoeksvraag en hoe je de informatie uit het interview daarvoor wil gebruiken. Benadruk daarbij hoe relevant de specifieke

kennis of expertise van je respondenten is, en hoe hun deelname jouw helpt (de zogenaamde gunfactor);

- Voorstellen voor mogelijke data, tijdstippen en locatie;
- Verwachte duur van het interview, zodat respondenten weten hoeveel tijd het kost;
- Afsluiting, waarin je de hoop uitspreekt dat de respondent wil deelnemen.

Deze informatie speelt een cruciale rol bij het 'verwachtingsmanagement'. Niet alleen creëer je hiermee een duidelijk beeld van jouw verwachtingen, de respondent weet dan ook wat hem of haar te wachten staat. Bij een negatief antwoord bedank je de respondent voor de reactie. Bij een positief antwoord kan je verdere afspraken maken en alvast meer informatie opsturen per email, waaronder de interviewvragen (waarover straks meer). Mocht een antwoord op je email uitblijven, dan loont het om de beoogde respondent te bellen.

HET INTERVIEWPROTOCOL

De volgende stap is de voorbereiding op het interview zelf. Een belangrijk onderdeel daarvan zijn de vragen die je wil stellen. Maar er is meer nodig, bijvoorbeeld aandachtspunten voor het opstarten en afronden van het interview. Hierbij kan een interviewprotocol zeer behulpzaam zijn. Een interviewprotocol is een document dat alle aandachtspunten, opmerkingen en vragen bevat die je nodig hebt voor alle onderdelen van het gesprek. Bij semi-gestructureerde of volledig gestructureerde/gesloten interviews gaat het hierbij om de volgende zaken:

- Opening van het gesprek, met daarin dank voor de tijd die de respondent vrijmaakt;
- Vastleggen van de toestemming van de respondent voor het interview zelf, het gebruik van de gegevens, maken van een geluidsopname van het interview, en andere zaken. Hiervoor is een speciaal toestemmingsformulier nodig (waarover straks meer);
- De interviewvragen zelf (waarover straks meer);
- Afronding van het gesprek, met daarin bijvoorbeeld afspraken over het inzien van het gemaakte verslag of transcriptie en andere vormen van terugkoppeling naar de respondent. Ook kan het nuttig zijn om respondenten tips te laten geven over mogelijke andere respondenten die interessant kunnen zijn voor je onderzoek.

Bij open en spontane interviews, bijvoorbeeld op straat en/of tijdens observaties, loop je deze punten veel sneller door dan bij semi-gestructureerde interviews waarin je met een respondent om tafel zit. Bij hele korte straatinterviews is een toestemmingsformulier vaak ook niet nodig.

Als je eenmaal een protocol gemaakt hebt, kan je met medestudenten of vrienden testen of het goed werkt of dat je wellicht dingen bent vergeten of beter anders kunt formuleren. Dat maakt je voorbereiding nog beter!

INTERVIEWVRAGEN

De vragen die je wil stellen aan je respondent, zijn de ruggengraat van het interview. Het is belangrijk om hier van tevoren goed over na te denken, ook gelet op de beschikbare tijd. Voor de respondent is dit een intensieve wijze van gespreksvoering. Verwacht dus niet dat je een hele lange lijst met zeer gedetailleerde vragen kan afwerken. Een combinatie van algemenere en specifiekere vragen werkt vaak goed. Het onderstaande figuur (12.3.1) kan je helpen om een inhoudelijk vruchtbaar en tegelijkertijd flexibel gesprek mogelijk te maken. Je vertrekt vanuit je probleemstelling en/of je onderzoeksvragen. Thema's zijn de meest algemene omschrijvingen van de gewenste inhoud van het interview. De trefwoorden zijn begrippen die in de loop van het interview een belangrijke plaats innemen. Vragen zijn de concrete uitwerkingen van het onderwerp van het interview.

Je kunt je vragen laten volgen uit je probleemstelling, maar het bedenken van goede vragen kan je ook op gedachten zetten om je probleemstelling aan te passen. Waar het om draait, is de verbinding tussen je probleemstelling en je vragen stap voor stap kloppend(er) te krijgen, vóór het eigenlijke interview. Als een respondent al je interviewvragen beantwoordt, kan je normaal gesproken je probleemstelling of onderzoeksvragen volledig beantwoorden. Tijdens het interview kun je aan de hand van de trefwoorden controleren wat er al besproken is en waar je nog tijd voor wil nemen. Bovendien ligt er zo een voorlopig kader voor de rapportage klaar. Natuurlijk houd je rekening met je doelgroep. Aan experts kan je meer vakinhoudelijke vragen voorleggen dan aan passanten, bewoners of bezoekers.

Goede interviewvragen voldoen aan een aantal criteria, die we hieronder toelichten. Tabel 12.3.2 geeft daarbij goede en slechte voorbeelden van interviewvragen. De criteria zijn:

- Open formulering – de respondent kan niet volstaan met een ja of nee als antwoord;
- Geen suggestieve of sturende formulering. De vragen mogen dus géén richting geven aan het antwoord van de respondent;
- Ze laten ruimte open voor twijfel, onzekerheid en nuance;
- Ze diepen verschillende perspectieven, ervaringen en veranderingen in de tijd uit;
- ‘Behapbaar’ voor de respondent. Met andere woorden, een respondent mag niet in de war raken omdat de vraag eigenlijk drie subvragen bevat, onduidelijk is, of teveel informatie tegelijkertijd wil omvatten.
- Ze moedigen de respondent aan om zichzelf uit te drukken (zelfexpressie) en informatie te bieden waarvan niet op voorhand duidelijk is of deze relevant is.

Tabel 12.3.2 Voorbeelden van interviewvragen

Criterium	Slechte voorbeelden	Goede voorbeelden
Open formulering	Zijn verlichting, overzicht en groen belangrijk voor de veiligheid van dit plein?	Welke factoren spelen volgens u een rol bij de veiligheid van dit plein, zoals ervaren door xxx?
Geen sturing/suggestiviteit	Vindt u ook dat deze buurt slecht bekend staat?	Hoe staat volgens u deze buurt bekend?
Nuance	Gaat deze ontwikkeling in de richting van A of B?	Is er iets te zeggen over de richting en voorspelbaarheid van deze ontwikkeling?
Tijdsperspectief	Hoe denkt u daar nu over en hoe dacht u daar 1 jaar geleden over?	In hoeverre zijn uw opvattingen hierover in de afgelopen tijd veranderd?
Behapbaar	Kunt u uw tevredenheid aangeven m.b.t. de staat van het onderhoud, de automatische incasso en de maandelijkse huurprijs?	In hoeverre bent u tevreden of ontevreden over de staat van het onderhoud? Wat zijn de belangrijkste redenen voor dit oordeel? => Identieke vragensets voor incasso en huurprijs
Zelfexpressie	Wat is uw mening over deze gebeurtenis?	Als u terugkijkt op deze gebeurtenis, welke gedachten komen dan als eerste bij u op?

Het laatste onderdeel van het maken van interviewvragen is de prioritering. Het is van tevoren lastig inschatten hoe lang de beantwoording zal duren. Geef daarom voor jezelf duidelijk aan welke vragen een need-to-know zijn en welke je kan bestempelen als nice-to-know als er genoeg tijd (over) is.

PRIVACY, ANONIMITEIT EN TOESTEMMING

Ook bij interviews zijn privacy, anonimiteit en gegevensbescherming belangrijke zaken. Bedenk dat je naast persoonlijke gegevens van de respondenten zelf (naam, adres, huishoudenssituatie, etc.) mogelijk vraagt naar gevoelige inhoudelijke informatie waarvan de respondent niet wil dat die op straat komt te liggen. De wijze waarop je zulke gegevens verzamelt, bewaart, analyseert en publiceert, is onderhevig aan de regels uit de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), ook wel bekend onder de Engelse naam: General Data Protection Regulation (GDPR).

Op grond van de AVG ben je als interviewer verplicht om de respondent om toestemming te vragen en zeer zorgvuldig met de informatie om te gaan. De AVG geeft respondenten ook het recht om op elk gewenst moment zijn of haar deelname aan het interview te stoppen, en inzage te krijgen in de verzamelde gegevens.

Voor het vastleggen van deze afspraken wordt doorgaans een toestemmingsformulier gebruikt, ook wel informed consent form genoemd. Op dit formulier kan de respondent door middel van het aankruisen van hokjes aangeven of hij of zij wel of niet akkoord is met deelname aan het interview, het maken van een geluidsopname, het anoniem citeren van de respondent in het uiteindelijke verslag of rapport, en nog een aantal andere zaken. Dit formulier wordt door zowel de respondent als de interviewer gezamenlijk ingevuld en ondertekend voorafgaand aan het interview zelf. Een voorbeeld van de vragen op een toestemmingsformulier vind je in de kadertekst. Het is verstandig om ingevulde en ondertekende formulieren (in gescande vorm) zorgvuldig te bewaren, liefst in dezelfde beveiligde bestandenmap waarin je ook je transcripties of verslagen bewaart. Daarmee voldoe je aan AVG/GDPR-vereisten, want (in theorie) kunnen allerlei mensen met een ‘redelijk belang’ je om inzage vragen in deze formulieren en geanonimiseerde transcripties. Dat geldt in ieder geval voor je respondenten.

Toestemmingsformulier – Kruis de juiste optie aan

Deelname aan interview

Studenten hebben de reden van het interview uitgelegd. Ik kon vragen stellen en deze zijn beantwoord. Ik had genoeg tijd om te beslissen over deelname.

Ja ☐ Nee ☐

Ik weet dat meedoen vrijwillig is en dat ik op elk moment mijn toestemming kan intrekken. Daarvoor hoef ik geen reden te geven aan de studenten.

Ja ☐ Nee ☐

Ik geef toestemming voor het opnemen van het interview d.m.v. een mobiele telefoon o.i.d. en uitschrijven van de opname voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag in dit onderzoek.

Ja ☐ Nee ☐

Gebruik van de informatie in de studie

Ik begrijp dat de informatie die ik geef, gebruikt zal worden in een studieopdracht van de studenten, die zal uitmonden in een rapport.

Ja ☐ Nee ☐

Ik weet dat persoonlijke informatie, zoals mijn naam en contactgegevens, niet gevraagd worden, tenzij ik die verstrekt hebt om een afspraak voor het interview te maken. Deze informatie wordt verder met niemand gedeeld.

Ja ☐ Nee ☐

Ik geef toestemming voor het anoniem citeren van mijn informatie in de rapportage die de studenten zullen maken voor hun onderwijsopdracht.

Ja ☐ Nee ☐

Handtekening

HOVEEL INTERVIEWS MOET IK DOEN?

Interviewen is best een tijdrovende klus. In de meeste gevallen wordt het aantal interviews dat je kan doen, vooral beperkt door de beschikbare tijd en aantallen beschikbare respondenten. Als zulke beperkingen geen grote rol spelen, is de vraag eerder hoeveel interviews je moet doen om een 'volledig' beeld te krijgen. Anders dan bij een schriftelijke enquête is er geen sprake van een representatieve steekproef. Het antwoord op de vraag 'hoeveel' verschilt sterk per situatie en onderwerp. Wel zijn er in algemene zin twee aanknopingspunten. Ten eerste, als je een flink aantal interviews kan doen met een bepaald type respondenten (bijvoorbeeld buurtbewoners), merk je op een bepaald moment dat je steeds minder nieuwe informatie hoort en dat elke volgende respondent steeds vaker dingen zegt die je al eerder gehoord hebt. Het punt waarop een nieuw interview nauwelijks nieuwe informatie oplevert, wordt ook wel 'verzadiging' genoemd. In de praktijk wordt dit punt overigens vaak niet bereikt.

Een tweede aanknopingspunt is dat je inzet op het verzamelen van verschillende perspectieven op hetzelfde thema. Neem bijvoorbeeld het thema 'veiligheid van buurt x'. Op dit thema kun je naast bewoners verschillende 'specialisten' interviewen, zoals

een wijkagent, jongerenwerker, buurtvader, wijkmanager, slachtofferhulp, etc. Vanuit hun expertise en hun professionele inzet hebben zij mogelijk verschillende perspectieven (wat niet uitsluit dat zij vergelijkbare dingen waarnemen). Het aantal interviews wordt in zo'n situatie bepaald door het aantal mogelijke perspectieven dat van tevoren onderscheiden kan worden.

FASE 2 - UITVOERING, GESPREKSVOERING EN VASTLEGGEN VAN DE DATA

En dan is het moment aangebroken dat je echt met de respondent ergens aan tafel zit om het interview af te nemen. Ook met een gedegen voorbereiding zijn er talrijke aandachtspunten.

Jij zult het gesprek moeten leiden en tot een goed einde moeten brengen. Het is daarbij van belang dat je de geïnterviewde respecteert en serieus behandelt, en dat hij/zij niet het gevoel krijgt dat je zijn/haar tijd zit te verdoen.

OPSTARTEN EN AFRONDEN VAN HET INTERVIEW

Na binnenkomst op de plek van handeling start je het gesprek samen met de respondent op. In het reeds besproken interviewprotocol heb je al vastgelegd dat je aan het begin de respondent bedankt voor de vrijgemaakte tijd en dat je samen het toestemmingsformulier invult en ondertekent, zodat de toestemming voor het interview zelf, het gebruik van de gegevens, het maken van een geluidsopname van het interview (waarover zo meer), en de wijze van citeren in de rapportering vastgelegd zijn. Bewaar dit ondertekende formulier goed! Ook kun je afspreken om het conceptverslag of transcriptie van het interview ter controle en aanvulling op te sturen aan de respondent. Voordat je daadwerkelijk aan je eerste vraag begint, is het verstandig om de respondent te vragen zichzelf nog eens voor te stellen en de eigen positie/functie/rol te laten beschrijven, als een soort opwarmer.

VASTLEGGEN VAN DATA

Tijdens het interview gaat de respondent een heleboel vertellen. Als je dat allemaal op wil schrijven en ook een oogje op de vragenlijst moet houden, heb je wel erg veel tegelijk te doen.

Interviews kun je makkelijk opnemen met je mobiele telefoon (uiteraard alleen na toestemming van de geïnterviewde). Bij online interviews kan je naast geluid uiteraard ook beeld opnemen.

Geluidsopnamen maken het mogelijk om je volledig op het gesprek te concentreren en de opname van het interview later uit te schrijven tot een transcriptie. Een transcriptie maakt systematische analyse van de gegevens mogelijk (zie fase 3). Maak wel notities tijdens het interview, ook als je het vraaggesprek mag opnemen van de respondent. Notities kunnen je helpen om snel belangrijke onderdelen of uitspraken op te sporen in de opname, en ze helpen bij het beter onthouden van de kernpunten in het interview. Je kunt eventueel ook een collega meenemen voor het maken van

aantekeningen. Belangrijk is om het interview zo snel mogelijk uit te werken in een verslag of transcriptie, omdat het gesprek en de antwoorden dan nog vers in je geheugen liggen.

EEN GOED GESPREK, MAAR GEEN KEURSLIJF

Als het interview eenmaal gestart is, is het zaak om het gesprek plezierig te laten verlopen. Dit is minstens zo belangrijk als het verzamelen van de informatie. De ervaring leert dat de meeste interviews niet-lineair door de vragen heengaan. Dat vergt van jou dat je het interviewprotocol flexibel hanteert en met je vervolgvragen aanhaakt op wat de respondent net gezegd heeft. Als je de lijst vragen te strak hanteert, kan dat de voortgang van het interview belemmeren omdat je de flow in de conversatie onderbreekt. Het kan voorkomen, dat een bepaalde vraag deels of geheel is beantwoord voordat je hem gesteld hebt, doorgaans bij de beantwoording van een eerdere vraag. Jij kan op zo'n situatie flexibel inspelen.

Tegelijkertijd wil je overzicht houden over de mate waarin vragen al beantwoord zijn of dat je bepaalde zaken nog wil behandelen. Time management is hier belangrijk. Bewaak zelf de afgesproken interviewtijd en selecteer desnoods in de nog openstaande vragen. Als een respondent langer de tijd wil nemen dan afgesproken, zie dit dan als een gunst.

GESPREKSTECHNIEKEN EN NON-VERBALE COMMUNICATIE

Voor jou als interviewer is het de uitdaging om een goede balans te vinden tussen een plezierig gesprek en het vervullen van je informatiebehoefte. Hierbij kan je diverse gesprekstechnieken gebruiken, afhankelijk van de wijze waarop de geïnterviewde opereert. Hij/zij kan bijvoorbeeld:

- enthousiast zijn en meedenken, of juist weinig tijd hebben en/of terughoudend zijn;
- het heerlijk vinden om te vertellen, of juist lijden aan 'interviewmoeheid';
- een eigen betooglijn voeren, of juist de reacties laten afhangen van jou, de interviewer.

Bij enthousiaste en wellicht 'breedsprakerige' respondenten kan het handig zijn om op gezette momenten de antwoorden samen te vatten en een brug te slaan naar een volgende vraag. Bij respondenten die kort van stof zijn of bij wie je denkt dat ze niet alle informatie 'prijsgave', loont het de moeite om door te vragen op gegeven antwoorden. Dat is best lastig, omdat je ter plekke een handige formulering moet verzinnen die de respondent aanspoort om meer te vertellen, zonder dat hij/zij het gevoel krijgt onder druk gezet te worden.

Soms zal een respondent even nadenken over het antwoord op een vraag, bijvoorbeeld als dat een hele complexe vraag is of meerdere vragen in één. Dan kan er even een stilte vallen in het gesprek. Wees daar niet bang voor. Als je te snel door wil praten, geef je de respondent te weinig ruimte om na te denken of even op adem te komen. Je kan korte stiltes ook laten vallen als je wil dat de respondent nog even verder gaat met de beantwoording van je vraag.

Een zeer belangrijk onderdeel van een gesprek is de non-verbale communicatie, zowel van jou als van de respondent. Uit de communicatieleer weten we dat een groot deel van de interactie tussen mensen niet bestaat uit de tekst die ze uitspreken, maar uit lichamelijke en andere non-verbale signalen. Deze signalen kunnen heel verschillende zaken uitdrukken, zoals bijvoorbeeld de gemoedstoestand van de respondent, een reactie op een vraag van jou, het gevoel dat een respondent bij een bepaalde kwestie of onderwerp heeft, en (on)tevredenheid over het verloop van het gesprek. Het interpreteren van zulke signalen kan best lastig zijn, temeer daar de bron van zulke signalen niet altijd uit het interview zelf hoeft te komen. Een respondent die vaak op zijn/haar horloge of telefoon kijkt, heeft haast, denkt misschien al aan de volgende afspraak, of wacht bijvoorbeeld op een belangrijk telefoontje of bericht. Aan de andere kant zijn zichtbare ontspanning, humor en (glim)lachen goede signalen dat het interview prettig verloopt.

FASE 3 - UITWERKING, ANALYSE, CONCLUSIES TREKKEN EN RAPPORTAGE

De derde fase is tijdrovend – de benodigde tijd voor uitwerking en analyse van interviewdata wordt vaak onderschat. Deze fase start met het uitwerken van je aantekeningen en eventuele geluidsopname tot een verslag of transcriptie, die desgewenst nog even aan de respondenten voorgelegd moet worden voor feedback en ‘ratificatie’ door de respondent (zie ook fase 2, bij ‘interviewprotocol’). Doe die uitwerking zo snel mogelijk, omdat het gesprek en de antwoorden dan nog vers in je geheugen liggen. Dat geldt zeker voor aantekeningen op basis van exploratief en spontaan tot stand gekomen interviews, waar je wellicht niet altijd helemaal op voorbereid was. De definitieve en volledige versies van verslagen of transcripties kun je in een bijlage bij je rapport of onderzoeksverslag opnemen. Geef daarin alleen de naam van je respondenten weer als ze daar uitdrukkelijk toestemming voor hebben gegeven.

ORDENEN EN CODEREN VAN DE DATA

Je interviewgegevens zijn je onderzoeksdata. Het is verstandig om die goed vast te leggen zodat ze controleerbaar zijn. De verwerking van het interview is een belangrijk onderdeel van het zorgvuldig gebruiken van interviews als wetenschappelijke onderzoeksmethode. De eerste stap in dit proces is het ordenen van alle data. Dat betekent dat je van alle afgenomen interviews verslagen of transcripties (of in het minimale geval, samenvattingen) hebt, met daarin datum, tijd en naam van de respondent alsmede eventuele bijzonderheden.

Als je relatief weinig respondenten hebt of de verslagen van je interviews redelijk kort zijn, kan je voor de ordening van gegevens een datamatrix gebruiken (zie Figuur 12.3.2). In de rijen zet je de vragen (en eventuele subvragen) uit het interview, in de kolommen de respondenten. De cellen van de datamatrix vul je met de antwoorden op de vragen, ontleend aan de transcriptie, die kernachtig worden gecomprimeerd om de matrix overzichtelijk te maken.

Figuur 12.3.2: Voorbeeld van een datamatrix

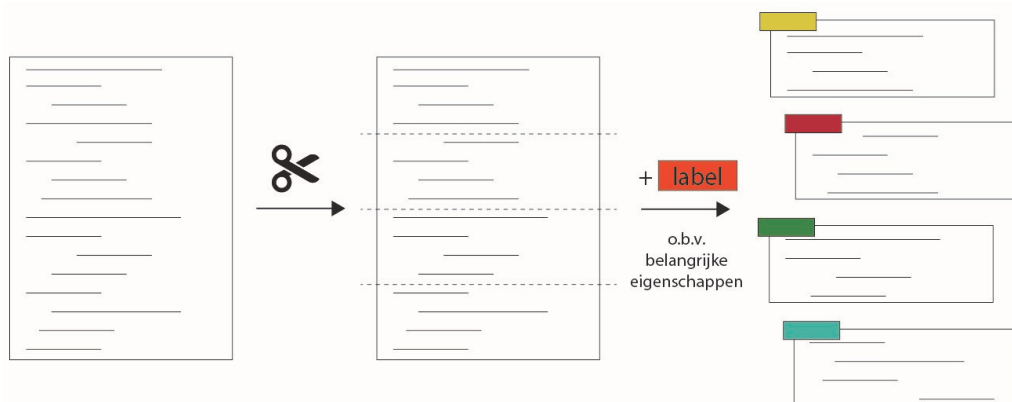
interviewvragen	respondent 1	respondent 2	respondent 3
(sub)vraag	(kernachtig) antwoord op vraag uit transcriptie	"	"
(sub)vraag	"	"	"
(sub)vraag	"	"	"

Als je wat langere transcripties hebt en meer respondenten, dan ga je over tot stap twee: het coderen van data. ‘Coderen’ betekent dat je door alle data heen gaat en beschrijvende labels (codes) toekent aan stukjes tekst in de transcripties. Op basis van de gecodeerde teksten kun je later de analyse van je onderzoeksvragen doen.

Bij het coderen kun je globaal twee benaderingswijzen hanteren: inductief en deductief. Bij inductief coderen ga je op zoek naar vaker voorkomende antwoorden en patronen, die dezelfde codes krijgen. Een voorbeeld. Als je interview gaat over (on)veiligheid in de buurt, kan het zijn dat je respondenten allerlei uitingvormen van onveiligheid en criminaliteit noemen, zoals vandalisme, inbraak, diefstal of bedreiging. De hiervoor genoemde termen kan je als codelabels hanteren. Het label kan je vervolgens gebruiken voor antwoorden die melding maken van vernieling van bushokjes, graffiti, of ingegooide ruiten.

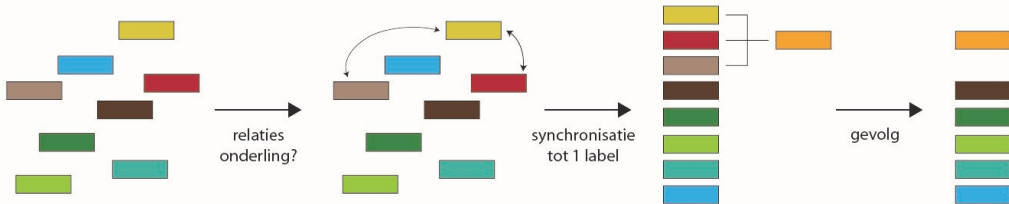
Bij deductief coderen vertrek je, op basis van een literatuurverkenning, vanuit een theoretisch raamwerk of conceptueel model, dat in grote lijnen ‘voorschrijft’ welke codes je hanteert en wat hun betekenis of uitleg is. Voor beide benaderingen geldt dat je de codes niet ‘vanaf nul’ hoeft te verzinnen. Als je bij de formulering van je interviewvragen een gestructureerde aanpak hebt gebruikt zoals afgebeeld in Figuur 12.3.1, dan vormen je thema’s en vooral de trefwoorden (een aanzet tot) codes.

Bij inductief coderen kunnen twee opeenvolgende fasen onderscheiden worden: open coderen en axiaal coderen. Doorgaans start het proces met open coderen, waarbij je antwoorden van respondenten ‘opbreekt’ in kleinere stukjes tekst (Figuur 12.3.2). Die stukjes tekst interpreteer je en ken je een beschrijvend label toe op basis van de belangrijkste eigenschappen/kenmerken van het stukje. Tekstfragmenten die hetzelfde onderwerp of dezelfde betekenis hebben, krijgen ook identieke codes.



12.3.3 open coderen (eigen werk)

Hierna volgt stap twee: axiaal coderen (Figuur 12.3.4). Hierbij kijk je naar de relaties tussen de codelabels die je gemaakt hebt. Soms zal blijken dat je voor hetzelfde fenomeen verschillende labels gemaakt hebt, terwijl de achterliggende tekstfragmenten allemaal naar precies hetzelfde verwijzen. Die codelabels kan je vervolgens synchroniseren tot één label. Het kan ook zijn dat verschillende codes verwijzen naar op zichzelf staande, maar verwante zaken. In die gevallen is er vaak sprake van een overkoepelende categorie. Zo kunnen codes als , en gezien worden als specificaties van de categorie .



12.3.4. axiaal coderen (eigen werk)

Als je deze stap doorlopen hebt voor alle data, dan houd je een aantal thema's/ categorieën over die ondersteund worden door een opgeschoonde set van codelabels. Vervolgens kan je voor elke categorie of thema een datamatrix maken met de onderliggende codes in de rijen, en de respondenten in de kolommen (zie ook Figuur 12.3.2).

Het feitelijke coderen kan je zowel handmatig doen als met behulp van specialistische software. In het eerste geval gebruik je bijvoorbeeld kleuren of tekstballonnen om tekstfragmenten in de transcripties te coderen. In het tweede geval kan je software als Nvivo of Atlas.ti gebruiken. Dit vergt wat meer voorkennis, maar kan handig zijn als je heel veel data en codes hebt. Met deze programma's kan je beter overzicht houden en wordt de analyse ook wat makkelijker omdat je bijvoorbeeld eenvoudig uitdraaien kan maken van tekstfragmenten die onder één bepaalde categorie of code vallen.

ANALYSE

Na afronding van het coderen is de analyse aan de beurt. In dit onderdeel van fase 3 draait het om de vraag: welk beeld rijst er op uit de gecodeerde tekstfragmenten? Wat kan je constateren met betrekking tot je onderzoeksvragen? Het gaat hier niet om hoe vaak bepaalde antwoorden gegeven worden. Het is juist van belang om te kijken naar de grootste gemene deler, mogelijke verbanden of betekenisvolle uitzonderingen, of zaken die opvallend weinig genoemd worden. Dat betekent dat je informatie gaat interpreteren en abstraheren, want het is niet mogelijk en zinvol om alle gecodeerde tekstfragmenten apart te noemen in je analyse.

Voor je analyse zijn onderzoeksvragen je richtsnoer. Als je bij het maken van je interviewvragen een gestructureerde aanpak hebt gebruikt zoals in Figuur 12.3.1, kan je per onderzoeksvraag de juiste selectie van thema's, trefwoorden en/of codes erbij pakken. Vervolgens lees je deze geordende informatie een keer goed door en ga je het verhaal opbouwen.

RAPPORTAGE EN CONCLUSIES

Dan komt het moment waar het om draait; het vastleggen van je analyse en conclusies in je rapport, onderzoeksverslag of ontwerp. De wijze waarop je dat doet is afhankelijk van een aantal factoren, zoals beschikbare tijd, ruimte in het rapport, het soort kennis dat je wil laten zien (zie de paragraaf 'soorten interviews en soorten kennis' aan het begin van dit hoofdstuk), en het type conclusies dat je wil trekken. Mogelijk analyseer je niet alleen interviews, maar ook data die je met andere methoden verzameld hebt, zoals observaties en literatuuronderzoek of wil je statistische data-analyses of bouwkundige plananalyses uitvoeren.

Belangrijk is dat je een structuur hebt voor het opschrijven van je analyse. Deze structuur kan gevormd worden door onderzoeksvragen, thema's, verschillende case studies of een ander soort indeling. De analyse bestaat primair uit jouw interpretatie van geordende en gecodeerde interviewdata. Dat betekent dat je een logische verhaallijn gaat opbouwen binnen de gekozen structuur. Daarbij kun je quotes gebruiken, oftewel tekstfragmenten van je respondenten, waarin zij bepaalde zaken heel duidelijk of sprekend voor het voetlicht brengen. De quotes vormen niet jouw analyse, maar dienen vooral ter illustratie en onderbouwing daarvan.

Bij het rapporteren van de analyse zijn drie zaken van belang. Ten eerste leid je het hoofdstuk of paragraaf waarin de analyse besproken wordt, goed in. Met wie heb je gesproken, waarover (in algemene zin), wanneer en waar?

Een tweede aandachtspunt is de verhouding tussen jouw eigen tekst met de analyse, en de hoeveelheid quotes. Het gevaar is dat je tekst vooral gaat bestaan uit veel 'leuke' quotes en weinig interpretatie. Idealiter is die verhouding andersom. Je eigen beschrijvende tekst met de analyse is de hoofdmoot, en daarbij neem je quotes als illustratie op. Dat zal in de praktijk betekenen dat je selecteert uit leuke, sprekende quotes. Het is een belangrijke academische vaardigheid om de essentie uit je analyse te halen.

Een derde aandachtspunt is het trekken van conclusies aan het eind van de paragraaf, het hoofdstuk of rapport. Wat heb je aan de interviews gehad? Welke lessen heb je geleerd uit het relaas van je respondenten, uitgaande van je onderzoeksvragen? Welke inzichten levert dit op in de richting van planvorming, opgaveformulering, ontwerpideën, programma van eisen, of andere specifieke producten waarin je deze lessen en conclusies wil vertalen?

Ten slotte: we hebben in dit hoofdstuk laten hoe interviewen ingezet kan worden als een wetenschappelijke methode om informatie te verzamelen voor je onderzoek of ontwerp. We hebben voor alle onderdelen van het interviewproces handvaten geboden die je helpen om gestructureerd te werk te gaan. Dat betekent niet dat interviews voorspelbaar zijn. Integendeel, ze bieden je een sprong in het onbekende, de kans om interessante kwesties en opgaven uit te diepen, en je te laten verrassen door de kennis van anderen. Het is daarmee ook een leuke manier om je te verdiepen in je onderwerp. Heel veel succes!

HULPBRONNEN

Voor zowel studenten als hun docenten/mentoren zijn er TU-richtlijnen omtrent onderzoek dat met zogenaamde 'human subjects' werkt. Interviewonderzoek valt onder deze categorie. Deze richtlijnen kan je hier vinden: <https://www.tudelft.nl/over-tu-delft/strategie/integriteitsbeleid/human-research-ethics/application>

Als er interviews plaatsvinden in reguliere vakken gaat, zijn docenten verantwoordelijk voor het correct doorlopen van de procedure zoals uitgelegd op: https://d2k0ddhflgrk1i.cloudfront.net/TU_Delft/Over_TU_Delft/Strategie/Integriteitsbeleid/Research%20ethics/Checklist_HREC_Education_april2019.docx

Een nuttige handleiding voor focusgroepen (groepsinterviews met meer dan drie personen): https://www.boomhogeronderwijs.nl/media/6/9789059316980_inkijkexemplaar.pdf.

BRONNEN

Baarda, B., Bakker, E., Julsing, M., Fischer, T., & Van Vianen, R. (2017). *Basisboek Methoden en Technieken. Kwantitatief praktijkgericht onderzoek op wetenschappelijke basis* (6th ed.). Noordhoff Uitgevers.

Evers, J. (2015). *Kwalitatief interviewen: een kunst én kunde* (2nd ed.). Boom Lemma uitgevers Amsterdam.

Oomkes, F, Garner, A., Oomkes, R. (2021). *Communiceren*. Boom Uitgevers.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Methoden en technieken van onderzoek*. Uitgeverij Pearson.