

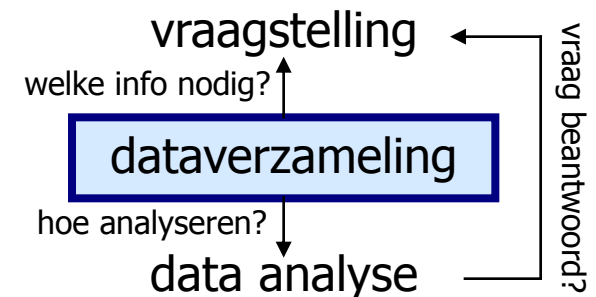
Agenda



- Dataverzameling
 - ▶ Methodekeuze en triangulatie
 - ▶ Steekproeven, de keuze van respondenten
 - ▶ Mensen als informatiebron
 - Het open interview
 - De gestructureerde vragenlijst
- Oefening strategie dataverzameling

Dataverzameling (algemeen)

- Positivistische en interpretatieve onderzoeksbenaderingen gebruiken vaak dezelfde methoden van dataverzameling, maar gebruiken deze 'anders' (gewenste precisie, aard van het gezochte verband tussen verschijnselen –causaal, betekenis–, doel onderzoek, e.d.).
 - ▶ Kwantitatief onderzoek is relatief 'goedkoop', maar moet rekening houden met meetfouten, bias en het gevaar van reductionisme (schijnobjectiviteit)
 - ▶ Kwalitatief onderzoek is relatief 'duur' en tijdrovend, maar geeft vaak 'reëlere' informatie, al wordt (rekenkundige) nauwkeurigheid vaak onderbenut.
- Dataverzameling is gericht op het verkrijgen van betrouwbare informatie ter beantwoording van een onderzoeksvraag
 - ▶ Informatie betreft (aspecten van) verschijnselen die in de empirie **verschillende waarden** aan kunnen nemen; kortom: het gaat om **variabelen**
 - ▶ Door steekproefvariatie (verschillende steekproeven uit dezelfde populatie leveren andere data en dus andere conclusies) is er altijd een **kans** dat mogelijk beslissende informatie in het veld **niet** gevonden wordt. Dat geldt ook in kwalitatief onderzoek (bijv. bij interviews).
- Informatiebehoefte wordt voornamelijk bepaald door:
 - ▶ Vraagstelling, i.e. het gehanteerde conceptueel model
 - ▶ Gewenste methode c.q. diepgang/nauwkeurigheid van analyse; ofwel, ontwerp van dataverzameling is niet mogelijk zonder plan van analyse



Methodekeuze

- Bronnen:

- ▶ Directe observatie (participatief/non-participatief)
- ▶ Documenten (primair, secundair) (bijv. CBS, bedrijfsdoc., gebruikte literatuur)
- ▶ Mensen bevragen (middels interviews, enquête, focusgroep etc.)

Hoe ook verzameld, de onderzoeker is altijd verantwoordelijk voor de (methodologische) kwaliteit van gebruikte informatie (bijv. de manier waarop verzuimcijfers zijn bepaald, ook als je ze van het CBS betreft).

Vuistregels:

- Doelmatigheid dataverzameling:

- ▶ Zoek betrouwbare informatie op het 'goedkoopste' niveau (bijv.: vraag drukbezette managers niet naar omzetcijfers als je die ook uit jaarverslagen kunt halen). Gebruik 'dure' bronnen voor de specifieke informatie die je alleen daar kunt krijgen. Bereid jezelf daar goed op voor.
- ▶ Feiten/meningen: mensen zijn twijfelachtige feitenrapporteurs (beperkte kennis); 'vermeende' feiten zijn niet per se 'waar'.

Mensen zeggen niet altijd wat ze denken en wat ze denken klopt niet steeds

- Triangulatie:

- ▶ Van methoden: kies methoden op de kwaliteit en toegankelijkheid van gezochte informatie
- ▶ Controleer waar mogelijk belangrijke informatie in alternatieve bronnen (en check hoe deze bronnen de informatie gegenereerd hebben)

Sterkten/zwakten methoden

	enquête	(open) interview	observatie	document- analyse
Datarijksdom	klein	groot	variabel (afh. van doel)	klein
Kosten/tijd- beslag	laag	hoog (vooral in uitwerking!)	hoog	variabel
Validiteit	veelal laag	mogelijk zeer hoog	variabel (door bias)	variabel
Betrouwbaar- heid	hoog	laag	laag	hoog
Bias	onderzoeker selectiebias (non)responsbias	onderzochten responsbias	onderzoeker selectiebias	onderzoeker bron



Steekproeven

Steekproef/keuze respondenten

- Steekproef en populatie
 - ▶ **Populatie**: (relevante kenmerken van) alle entiteiten binnen domein van onderzoek
 - ▶ **Steekproef**: een deelverzameling uit de populatie
- Nota bene, de definities van populatie en steekproef betreffen *relevante deelverzamelingen* van kenmerken van entiteiten, niet de entiteiten zelf.
 - ▶ *Bijvoorbeeld*, de lengte van studenten, maar niet hun wiskundige kwaliteiten; de opkomstpercentages bij verkiezingen, maar niet de politieke inzet ervan
- Een steekproef moet *representatief* zijn voor een populatie
 - ▶ **Representativiteit** = de kenmerken van de steekproef komen overeen met de kenmerken van de populatie.
- **Probleem**:
 - ▶ **Kenmerken van de populatie zijn vaak niet bekend**, hetgeen gewoonlijk de reden is om onderzoek te doen, zodat representativiteit niet kan worden gecontroleerd
- **Oplossing**: verleg aandacht voor kwaliteit van steekproef (**representativiteit**) naar vermoede "eerlijkheid" van het steekproeftrekken (**steekproefontwerp**)
 - ▶ Steekproefontwerp is overigens even relevant bij keuze van respondenten voor interviews als bij enquêtes.

steekproefmethoden

- **Aselecte steekproef:** elk element in de populatie heeft een even grote kans om in steekproef terecht te komen (afhankelijk van kwaliteit steekproefkader: bv. dubbeltellingen of lacunes in ledenbestanden e.d.)

Naast het aselecte steekproefontwerp zijn er *verschillende* alternatieve *steekproefmethoden*:

- Gestratificeerde steekproef (*stratified sampling*)
 - ▶ *opzettelijke over- en ondervertegenwoordiging* van deelpopulaties (= *strata*)
 - ▶ voorbeeld productiestatistiek CBS: alle grote bedrijven ≥ 20 werknemers volledig waargenomen; kleine bedrijven < 20 steekproefsgewijs waargenomen
- Getrapte steekproef (*cluster sampling*)
 - ▶ populatie is georganiseerd in clusters (van bv. buslijnen, steden, *et cetera*)
 - ▶ de clusters worden aselect getrokken, waarna ofwel *alle elementen* worden gemeten (1-staps clustermethode), ofwel een *tweede aselecte trekking* van elementen binnen clusters plaatsvindt (2 of meerstaps clustermethode)
- Systematische steekproef (*systematic sampling*)
 - ▶ populatie is georganiseerd in reeks (*namen in registers, bomen langs een weg, soft nummers in de archieven sociale dienst*)
 - ▶ aselect wordt eerste element gekozen, de rest volgt op basis van vaste staplengte

Kenmerkend voor deze steekproefmethoden is dat ze op een of andere manier *informatie over de (structuur van de) populatie benutten*

Steekproeffouten

- Verschillende soorten steekproeffouten: **niet-systematische fouten** en **systematische fouten**
- **Niet-systematische fouten:**
 - ▶ **steekproefvariatie**: kenmerken van verschillende steekproeven (gemiddelde, spreiding) uit dezelfde populatie kunnen onbedoeld verschillen.
- **Systematische fouten :**
 - ▶ **respons bias**: formulering van vragen en meten van menselijk gedrag hebben invloed op de manier waarop mensen erop reageren (**reactiviteit** of **ontwikkend/sociaal gewenst antwoordgedrag**)
 - ▶ **non-responsbias**: bepaalde groepen in de populatie hebben disproportionele neiging om niet aan onderzoek mee te doen
 - ▶ **selectie bias**: steekproefontwerp kan bepaalde deelpopulaties systematisch over- of ondervertegenwoordigen.
 - Op grond van informatie over de populatie kun je daar overigens ook gericht gebruik van maken: **gestratificeerde steekproeftrekking**
 - Bijv.: selectie van respondenten naar leeftijd, geslacht, functieniveau of een andere relevante eigenschap in het onderzoek.

Een klassiek voorbeeld

In 1936, tijdens de presidentsverkiezingen in de VS tussen de democraat *Roosevelt* en de republikein Landon, hield het tijdschrift de *Literary Digest* een grootscheepse opiniepeiling onder 10 miljoen stemgerechtigden. Deze werden benaderd op basis van kentekenregistratie, telefoonnummer en lidmaatschap van het tijdschrift. Ongeveer 2.3 miljoen mensen reageerden, op basis waarvan de *Literary Digest* een klinkende overwinning voor de *republikein Landon* voorspelde ...

- Voorspelde uitslag:

	Landon	Roosevelt
Staten (48)	32	16
Kiesmannen (531)	370	161

- Verkiezingsuitslag
(4 dagen later):

	Landon	Roosevelt
Staten (48)	2	46
Kiesmannen (531)	8	523

- Wat ging er allemaal mis?

Steekproeffouten

'Improving the Methodology of Drinking Surveys', Paul Wilson

(...) A major problem with drinking surveys is that they typically appear to account for about half or even less of the total national consumption according to taxation figures. The reasons for this shortfall are considered to be non-response by heavy drinkers (or inadequate sampling frames for this group) and under-reporting of consumption by respondents (either deliberately or because of forgetting) (...)

Herinneringsproblemen

Men herinnert zich in onvoldoende mate hoe vaak en hoeveel men 'de afgelopen 7 dagen' (= type vraagstelling) heeft gedronken

Opzettelijke onderschatting

Het gerapporteerde drankgebruik is substantieel lager wanneer anderen bij het interview aanwezig zijn (getrouwde mannen hadden hier minder last van dan getrouwde vrouwen)

Non-respons bias

"It appears that most of the remaining discrepancy stems from *non-response* bias, primarily from the small group with serious drinking problems"

Selectie bias in EB



- We doen onderzoek naar arbeidssatisfactie bij een onderneming met een ploegendienst, maar interviewen niemand uit de nachtploeg
- We doen onderzoek naar efficiënt voorraadbeheer bij een magazijn, maar spreken alleen managers, niet de magazijnchef of toeleveranciers
- Je organiseert je interviews op vrijdag, waardoor je alle deeltijdwerkers mist die dan vrij hebben
- We selecteren respondenten op grond van bekendheid bij het teamlid EB die bij de organisatie werkt
- We laten de opdrachtgever een voorselectie van 'interessante' gesprekspartners maken
- Etc.



Mensen als informatiebron

Hoogwaardige (open) interviews

Inhoud van gesprek

- Informatiedoel
 - ▶ feiten, meningen, ervaringen, denkpatronen (discours), etc
- Soort vragen
 - ▶ open/gesloten, doorvragen (uitleg, verdieping, relevantie, alternatieven)
 - ▶ samenvattende vragen
- Gevoeligheid onderwerp
 - ▶ confrontatie, verdedigend gedrag

Proces van het gesprek

- Sfeer
 - ▶ zakelijk – warm menselijk
 - ▶ haast, afleiding – rust
- Non-verbale informatie (observatie)
 - ▶ lichaamstaal, aandacht
- Communicatieve kwaliteit
 - ▶ openheid voor het verhaal van de ander

Relatie gesprekspartners

- Rol-, machtsverhouding
 - ▶ gelijkwaardig – dominant
 - ▶ deskundigheid gesprekspartners
- Onderlinge gezindheid
 - ▶ conflict – gelijkgestemdheid

Bronnen van misverstand

- Gebrekkige voorbereiding!
- Referentiekader gesprekspartners
- Luistervaardigheid, concentratie
- Instelling gesprekspartners
 - ▶ visueel, auditief, affectief

Voorbij de pure inhoud (Rapley)

- Interviews zijn meer dan informatiebron (resource) over een wereld 'buiten' het interview
- Het zijn ook 'productiecontexten' voor verhalen waarin respondent en interviewer zichzelf naar elkaar toe presenteren en verantwoorden ('accounting work' doen) en daarmee (machts)posities/rollen innemen: "de open interviewer spelen", "de verantwoordelijke manager spelen", et cetera

Syntaxis

- Regels van correcte zinsbouw (grammaticale welgevormdheid)

Semantiek

- Lexicale woordbetekenis (gangbaar woordgebruik)

Pragmatiek

- Betekenis zoals deze in de context van concreet spraakgebruik wordt gegenereerd
- Taal **als** sociaal gedrag (theorie van taalhandelingen)

Taal en betekenis worden zo in hun sociale context geplaatst

Theorie van taalhandelingen (Austin, Searle)

- 'How to do things with words' (Austin, 1952)
- Het positivisme is teveel op beweringen (waar/onwaar) gericht
- Met taal kun je heel veel dingen **doen** (overtuigen, adviseren, vragen, opdracht geven, beloven, insinueren, verleiden, etc.) die voor begrip van sociale verschijnselen wezenlijk zijn
- Grammaticale vorm en pragmatische betekenis hoeven niet met elkaar te matchen ("Het is vier uur" kan een bevel zijn)
- Sociale regels (bijv. conversatieregels) bepalen de strekking en betekenis van taaluitingen; betekenis is een product van de intentie van de zender en het beoogde effect op de ontvanger

Denk eens terug aan jullie intake-gesprek:

- ▶ In welke rolverhoudingen vond de intake plaats (opdrachtgever-student, onderzoeker-onderzochten, "managers onder elkaar")?
- ▶ Hoe kwam dit tot uiting in het intakegesprek?
- ▶ Hoe hebben jullie zo met je gesprekspartner(s) het onderzoeksprobleem 'geproduceerd'?

Pragmatische analysevormen:

- Conversatieanalyse (algemene invloed van het communicatieproces op "werkelijkheidsconstructie")
- Discoursanalyse (kritische analyse van denk- en legitimatiepatronen in bepaalde sociale praktijken)
- Narratieve analyse (verhaalstructuren –genre, plot, e.d.– en hun invloed op identificatieprocessen)

Weergave van interviewdata

Vormen van verslaglegging open interviews:

- Indirecte samenvatting (relatief 'goedkoop')
- Verbatim transcriptie (relatief tot zeer tijdrovend)
 - ▶ Zonder non-verbale signalen
 - ▶ Met non-verbale signalen

Nauwkeurigheid van verslaglegging bepaalt de validiteit van interviews als methode

Het belang van non-verbale signalen:

- Merendeel van communicatie is non-verbaal
- Verschil tussen wat iemand 'zegt' (uiting) en 'bedoelt' (strekking); humor, sarcasme, e.d., maar ook verspreking. Je kan iemand volkomen misverstaan als je hem letterlijk neemt.
- Betekenis komt tot stand in sociale context (= pragmatiek van communicatie: taalgebruik *is zelf* een soort sociaal gedrag)
- Inzicht in interactie tussen interviewer en geïnterviewde (machtsverhouding e.d.)

NB: interviews zijn het gemeenschappelijk product van interviewer en respondent

Notatieconventies voor non-verbale informatie:

- Pauzes:
 - ▶ (0.4) in tienden van seconden
 - ▶ (.) minder dan 2/10e seconde
- Intonatie:
 - ▶ w. dalende intonatie
 - ▶ w, licht stijgende intonatie
 - ▶ w? stijgende intonatie
 - ▶ ↑w snel stijgende intonatie
- Volume:
 - ▶ °zs° verlaagd volume
 - ▶ ZS stemverheffing
 - ▶ zs nadruk
- Snelheid:
 - ▶ >zs< versnelling spreektempo
 - ▶ <zs> vertraging spreektempo
 - ▶ w=w aaneenrijging van woorden
 - ▶ k:: rekken van klanken
- Overige:
 - ▶ [zs1]
[zs2] overlappende spraak
 - ▶ (.k.) niet-lexicale uitingen (bv. kuchjes, grommen, lach)
 - ▶ {...} toelichtingen (bv. over gedrag van spreker)

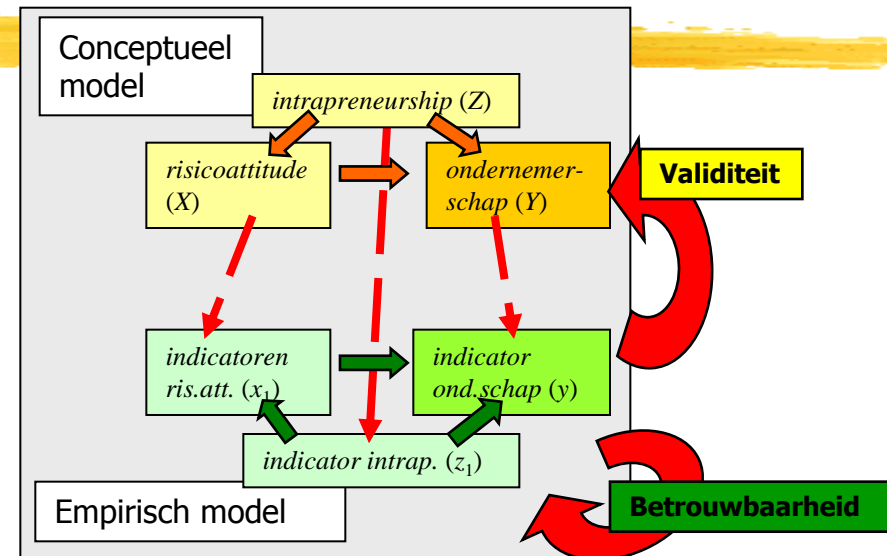
w = woord, zs = zinsnede, k = klank

Goede enquêtevragen (meten)

- Veronderstelde (theoretische) concepten in gedragswetenschappen zijn vaak *niet onmiddellijk waarneembaar*. Bijvoorbeeld: risicoattitude, innovativiteit, plichtsbesef, etc.
- Het is van belang dat deze concepten worden voorzien van (meet-/waarneembare) empirische tegenhangers om te voorkomen dat theorieën *speculatief* blijven (geen empirisch inhoud hebben)
- **Meetprobleem**: hoe kunnen we ooit weten of we geschikte empirische indicatoren voor theoretische concepten hebben als we die concepten niet onmiddellijk kunnen waarnemen?
- **Spanningsveld**: wetenschappelijke versus natuurlijke taal

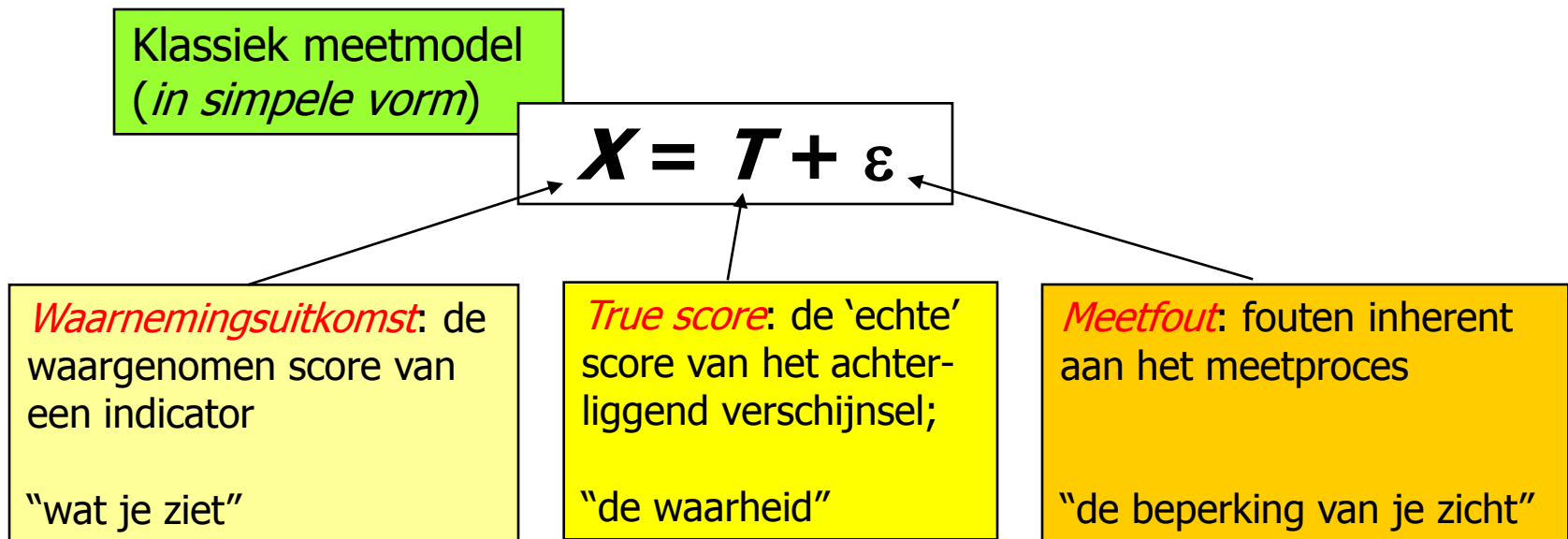
"You should define key terms [...] on the first occasion you use them. You should use a definition from an authoritative academic source, which should of course be referenced."

"[In interviews and surveys] keep your questions as simple as possible. Do not use jargon or specialist language that respondents do not understand."



Klassiek meetmodel

- Bij meten worden altijd fouten gemaakt (al of niet systematisch)
- Het *klassieke meetmodel* specificeert een (zeer algemene) relatie tussen de waargenomen en theoretische uitkomst van een indicator
- Het is nodig als theoretisch kader voor het beantwoorden van vragen zoals *hoe en hoe goed* indicatoren zijn gerelateerd aan de concepten die ze meten (validiteit)



Ook hierover later meer. Maar meetfouten kunnen bij voorbaat al aardig ingedamd worden door weloverwogen formulering van vragen (items) en schaalconstructie.

Likert-schalen

Instructie, nodig voor het interpreteren van de vragen

Voor het meten van diffuse begrippen, zoals risicoattitude, wordt vaak gebruik gemaakt van **multi-item** of **Likert**-schalen.

De vraag is: wat zijn dat voor dingen? Wat zit er achter? Waarom zou op deze manier een diffuus begrip wel gemeten kunnen worden?

Instructie. Onderstaande beweringen beschrijven uw houding tegenover financiële risico's. Geef bij elk van de items aan of u het er mee eens bent of niet. De antwoorden variëren van 'geheel oneens' tot en met 'geheel eens'.

Als ik geld zou investeren in aandelen, dan in veilige aandelen van bekende bedrijven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik probeer situaties te vermijden met onzekere financiële gevolgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Als de mogelijke beloning hoog kan zijn, dan aarzel ik niet om mijn geld in een nieuw bedrijf te steken zelf als dat zou kunnen falen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik neem zelden risico's als er andere opties zijn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik zal waarschijnlijk geen geld lenen voor een zakelijke transactie ook al kan het winst opleveren	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik hou ervan risico's te nemen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ook al zou het me veel (geld) kunnen opleveren, ik heb er moeite mee risico's te nemen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Items of stellingen

'Rating scales' of 'respons categorieën'

Multi-item schalen: verwerking

'Kruisjes' op een enquêteformulier zijn ongeschikt voor verdere verwerking. Ze worden vervangen door cijfers, scores of 'schaalwaarden'. Deze schaalwaarden hebben een ordinaal meetniveau. Scores op negatief gestelde items worden omgenummerd (gemarkeerd met 'R' reversed)

- Als ik geld zou investeren in aandelen, dan in veilige aandelen van bekende bedrijven - *risk01*
- Mensen hebben mij gezegd dat ik het leuk lijkt te vinden om een gokje te wagen – *risk02*
- Ik probeer situaties te vermijden met onzekere financiële gevolgen - *risk03*
- Als de beloning hoog is, dan aarzel ik niet om mijn geld in een nieuw bedrijf te steken zelf als dat zou kunnen falen - *risk05*
- Ik neem zelden risico's als er andere opties zijn - *risk06*
- Ik zal waarschijnlijk geen geld lenen voor een zakelijke transactie ook al kan het winst opleveren - *risk07*
- Ik hou ervan risico's te nemen - *risk08*
- Ook al zou het me veel (geld) kunnen opleveren, ik heb er moeite mee risico's te nemen - *risk09*

1	2	3	4	5	R
1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	R
1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	R
1	2	3	4	5	R
1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	R

Schaalitems (en schaalmodel)

- Het *doel van de items* is om verschillende aspecten van het te meten verschijnsel weer te geven (*validiteit*)
- Het *aantal items* van een *Likert-* of *summated rating*-schaal varieert tussen 10-20 bij het begin, tot 3-10 items na een *item-analyse* (*interne consistentie, betrouwbaarheid*)
- Het gebruik van *verschillende items* (in plaats van slechts 1) heeft te maken met: *complexiteit* (*diffuusheid*) van het te meten concept; gewenste *precisie* van de indicator; gewenste *betrouwbaarheid* van de schaal; en statistische *eigenschappen*
- De formulering van de items moet *begrijpelijk* zijn voor de beoogde populatie
- De *formulering* van de items moet een *duidelijke richting* (positief of negatief) hebben om ambigue antwoorden te voorkomen
- *Positief en negatief* geformuleerde items staan door elkaar om *response set* te voorkomen. Bij analyse van de gegevens moeten de antwoorden op de negatief gestelde items worden gehercodeerd

Responscategorieën

- De *responscategorieën* zijn naar hun aard *ordinaal*. Ze geven een ruwe indicatie van de positie van de respondent ten opzichte van het item op het continuüm
- Eventuele *getallen* die aan de antwoordcategorieën zijn toegekend, zijn vooral suggestief. Er is *theorie* nodig om die kwantificering te rechtvaardigen en te bepalen wat je op grond daarvan wel en niet kunt afleiden/concluderen
- *Respondenten* worden verondersteld de betekenis van de antwoordcategorieën te *begrijpen* (hetgeen het belang benadrukt van zorgvuldige schaalconstructie)
- Het *aantal responscategorieën* varieert doorgaans van 3 tot 7, maar ook 2 of 10 categorieën worden gebruikt. (Het optimale aantal is een compromis tussen gewenste precisie en het onderscheidend vermogen van respondenten)
- Het *aantal* categorieën is *even* of *oneven* (afhankelijk van smaak en type schaal)
- *Interpretatie ratingscales* verschilt: eens/oneens, frequentie (nooit/vaak), en vele andere

Respons categorieën

- De aard van de antwoordschalen kan verschillen. Bekende voorbeelden van antwoordschalen zijn die welke **instemming** (eens/oneens), **beoordeling** (goed/slecht) of **frequentie** (nooit/altijd) worden gemeten
- Let op dat de keuze van type schaal en de formulering van items op elkaar aansluiten (vooral ten behoeve van de kwaliteit van de antwoorden);

Agreement scale: eens/oneens dimensie; symmetrisch; bipolair	<div> <div>helemaal eens</div> <div>helemaal oneens</div> </div> <p>Ook al zou het me veel (geld) kunnen opleveren, ik heb er moeite mee risico's te nemen</p> <div> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> </div>
Evaluative scale: goed/slecht dimensie; symmetrisch; bi- polair; even aant. categorieën	<div> <div>goed</div> <div>slecht</div> </div> <p>Hoe beoordeelt u de kwaliteit van een investering, als deze slechts een kleine kans op een hoog rendement in het vooruitzicht stelt?</p> <div> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> </div>
Frequency scale: tijd dimensie; (meestal) unipolair	<div> <div>nooit</div> <div>zelden</div> <div>soms</div> <div>matig vaak</div> <div>regel</div> </div> <p>Ik probeer situaties te vermijden met onzekere financiële gevolgen</p> <div> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> </div>

Vuistregels vragen (items)

In het kort: items moeten duidelijk en compact zijn

Voorbeelden van hoe het niet moet ...

Items moeten één gedachte weergeven

Het kopen *van huizen* of *aandelen* is erg risicovol

Vermijd ontkenningen en zeker dubbele ontkenningen

Het bevalt me *niet slecht* om af en toe een gokje te wagen

Vermijd interpreteerbare, tendentieuze formuleringen

Zoals met alle kansspelen, is het kopen van aandelen erg risicovol

Likert-items moeten een duidelijke richting hebben

Het kopen van aandelen zou risicovol kunnen zijn