

‘Als ik op Sociale Media zit...’

*Ontwikkeling en evaluatie van een vragenlijst naar activiteit op Social
Network Sites bij ouderen*

‘Als ik op Sociale Media zit...’

Ontwikkeling en evaluatie van een vragenlijst naar activiteit op Social Network Sites bij ouderen

Auteur: Simone Kokx

Studentnummer: 2202047

Opleiding: Toegepaste Psychologie

In opdracht van: Fontys Paramedische Hogeschool

Begeleidend docent: Jasper van der Windt

Eerste assessor: Tina ten Bruggencate

Begeleider namens FPH: Sil Aarts, Eveline Wouters & Tom van Hoof

Dit document is vrij toegankelijk.

Eindhoven, december 2016

Voorwoord

Graag wil ik in het bijzonder mijn dank uitspreken aan mijn begeleidend opdrachtgever Sil Aarts, die helaas door persoonlijke omstandigheden is uitgevallen tijdens de uitvoering van dit onderzoek. Haar enthousiasme over het onderwerp heeft mij doen besluiten om deze opdracht met open armen aan te nemen. Als gevolg hiervan wil ik ook Eveline Wouters en Tom van Hoof bedanken voor het overnemen van de rol van Sil Aarts in mijn onderzoek en de feedback die zij als 'surrogaat-opdrachtgevers' hebben gegeven.

Ook wil ik mijn procesbegeleider, Jasper van der Windt, bedanken voor zijn scherpe en kritische blik op zowel de inhoud van het onderzoek als het gehele proces eromheen. Tot slot wil ik Tina ten Bruggencate bedanken voor de tijd en moeite die zij heeft genomen om mijn stukken te beoordelen en te voorzien van feedback. Daarnaast wil ik haar ook bedanken voor de woorden die mij vaak uit de brand hebben geholpen bij het uitvoeren van dit onderzoek, namelijk: "Zolang je alles verantwoordt, is het goed".

Samenvatting

Uit een onderzoek naar de relatie tussen het gebruik van Social Network Sites (SNS) en eenzaamheid bij ouderen (65-plus), is noodzakelijk gebleken om dieper in te gaan op welke activiteiten kunnen worden verricht op SNS. Als activiteit op SNS in kaart kunnen worden gebracht, zou getoetst kunnen worden of bepaalde activiteiten een relationeel verband hebben met eenzaamheid. Vanwege het feit dat er nog geen meetinstrument beschikbaar was om activiteit op SNS te meten, heeft dit onderzoek zich gericht op het ontwikkelen en evalueren van een dergelijk meetinstrument. Dit onderzoek heeft zich dan ook bezig gehouden met de vraag: 'Hoe wordt de op basis van literatuur ontwikkelde vragenlijst over de activiteit op SNS van 65-plussers geëvalueerd door zowel kwalitatieve als kwantitatieve methoden?'. Op basis van het theoretisch kader is een vragenlijst naar activiteit op SNS ontwikkeld, waarin 'activiteit op SNS' door een negentien items in zes schalen worden gemeten. Ook worden in de vragenlijst algemene vragen over het gebruik van SNS gesteld. Vervolgens is deze vragenlijst zowel kwalitatief als kwantitatief geëvalueerd. Voor de kwalitatieve evaluatie zijn een vijftal respondenten geïnterviewd met de in-depth interview methode, waarbij de data wordt verkregen door zowel het interview als door observaties tijdens het interview. Zij hebben hardop denkend de vragenlijst ingevuld. Deze respondenten zijn geworven bij een winkelcentrum en door langs de deuren te gaan. De kwantitatieve data is verkregen door de vragenlijst online te verspreiden via Facebook. Hiervoor zijn Facebookgroepen benaderd die zich richten op ouderen, zoals ouderenorganisaties. Een totaal van 66 respondenten van 65 jaar en ouder hebben de vragenlijst online ingevuld. Op basis van de antwoorden van de respondenten ($N = 71$) is bij alle zes schalen een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. De zes schalen: 'Consumptie' ($\alpha = .602$), 'Zelfpresentatie' ($\alpha = .584$), 'Sent Communication' ($\alpha = .622$), 'Received Communication' ($\alpha = .766$), 'Netwerken' ($\alpha = .710$) en 'Zelfonthulling' ($\alpha = .758$) bleken redelijk tot voldoende betrouwbaar. De kwalitatieve data liet zien dat er een aantal termen en woorden worden gebruikt zijn in de vragenlijst, die meerduidelijk te interpreteren bleken te zijn door de respondenten. Dit kan van negatieve invloed zijn geweest op de betrouwbaarheid van de vragenlijst. Helaas kon vanwege beperkte mogelijkheden de validiteit van de vragenlijst niet worden bepaald. Uit dit onderzoek is gebleken dat de ontwikkelde vragenlijst redelijk betrouwbaar bleek te zijn. Wel kan de vragenlijst nog verbeterd kunnen worden, wat kan leiden tot hogere betrouwbaarheid van de schalen en daarmee een betrouwbaarder meetinstrument. Een beperking van dit onderzoek is dat vanwege de beperkte mogelijkheden noodgedwongen een selecte steekproef moest worden getrokken. Tot slot is het aan te bevelen om vervolgonderzoek uit te voeren naar de activiteit op SNS, met name naar de vele communicatieve mogelijkheden die worden aangeboden op deze websites.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting.....	4
Inhoudsopgave	5
1. Inleiding	7
2. Theoretisch Kader	10
2.1. Operationalisatie ‘Social Network Sites’	10
2.1.1. Definitie van SNS	11
2.1.2. Dimensies en sub-dimensies	11
2.1.3. Gedragsindicatoren	14
2.2. Vragenlijst ontwikkeling en evaluatie	15
2.2.1. Regels itemformulering	15
2.2.2. Digitale versus papieren vragenlijst.....	16
2.2.3. Kwalitatieve en kwantitatieve evaluatie	16
2.2.4. Overige verantwoordingen vragenlijst	18
3. Methode.....	20
3.1. Respondenten	20
3.2. Procedure.....	21
3.3. Meetinstrument.....	21
3.4. Analyse.....	22
4. Resultaten	24
4.1. Deelvraag twee	24
4.2. Deelvraag drie	30
4.2.1. Betrouwbaarheid	30
4.2.2. Validiteit	31

5. Conclusie	32
6. Discussie	34
Literatuurlijst	37
Bijlagen	41
Bijlage 1. Vuistregels itemformulering	41
Bijlage 2. In-depth interview	47
Bijlage 3. Vragenlijst Activiteit op SNS	56
Bijlage 4. Overzicht items	62
Bijlage 5. Wervingsformulier voor interviews	63
Bijlage 6. Analyseformulier: In-depth interview	64
Bijlage 7. Data	66
Bijlage 8. Analyseplan	67
Bijlage 9. Ethische verantwoording	68

1. Inleiding

In Nederland voelt Vier procent van de Nederlanders van 15 jaar en ouder zich eenzaam (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016). Kijkend naar de ouderen¹ in Nederland voelt bijna één derde zich eenzaam, 28% hiervan voelt zich matig eenzaam en 3% sterk eenzaam (Zantinge, van der Wilk, van Wieren, & Schoemaker, 2011). Bij het ouder worden zal het sociale netwerk steeds kleiner worden als gevolg van het overlijden van naasten, werk dat wegvalt en minder fysiek in staat zijn om te kunnen deelnemen aan activiteiten (Zantinge et al., 2011). Uit onderzoek van Zantinge et al. (2011) blijkt dat binnen de groep ouderen eenzaamheid toeneemt naarmate mensen ouder worden, gezien dat de helft van de 85-plussers zich matig of sterk eenzaam voelt. Daarnaast zal het aantal ouderen de komende jaren sterk toenemen, de 65-plussers lopen op van 2,6 miljoen in 2010 naar 4,5 miljoen in 2050 (Zantinge et al., 2011). Van deze groep zal het percentage 80-plussers ook toenemen naar 40% in 2050 ten opzichte van 25% in 2010 (Zantinge et al., 2011). In theorie zou dit dus kunnen betekenen dat er in de toekomst nog meer eenzame ouderen zullen zijn dan nu het geval is.

Eenzaamheid wordt volgens Perlman en Peplau (geciteerd in Aarts, Peek, & Wouters, 2014) gedefinieerd als een onplezierige subjectieve staat waarbij er een discrepantie wordt gevoeld tussen de gewenste hoeveelheid sociale omgang of emotionele steun en de beschikbaarheid daarvan in de omgeving van de persoon. Het geeft een gevoel van gemis en teleurstelling en heeft te maken met zowel de kwaliteit als de kwantiteit van sociale relaties (van Tilburg & de Jong-Gierveld, 2007). Uit onderzoek van Hawkey en Cacioppo (2010) blijkt dat eenzaamheid gepaard kan gaan met verschillende cardiovasculaire risico's zoals hoge bloeddruk en een hoog cholesterol gehalte en blijkt er een verband te zijn tussen eenzaamheid en depressiviteit. Tot slot is gebleken dat eenzaamheid een voorspeller is voor sterfte bij ouderen, waarbij er gecontroleerd is op leeftijd, sekse, chronische ziekten, alcohol gebruik, roken en functionele beperkingen (Hawkey & Cacioppo, 2010).

Vele onderzoekers richten zich tegenwoordig op het bestrijden van eenzaamheid bij ouderen door middel van informatie- en communicatietechnologie (ICT) (Blažun, Saranto, & Rissanen, 2012; Cotten, Anderson, & McCullough, 2013; Fokkema & Knipscheer, 2007; Khosravi, Rezvani, & Wiewiora, 2016). Een onderdeel van ICT waar steeds meer interesse voor is in onderzoek naar eenzaamheid bij ouderen zijn Social Network Sites (SNS; bekend als Social Media) (Aarts et al., 2014; Nef, Ganea, Müri, & Mosimann, 2013). SNS worden gedefinieerd als een op internet gebaseerde service waarbij personen (1) een openbaar of semi openbaar profiel kunnen aanmaken, (2) een lijst van gebruikers met wie zij een gedeelde connectie hebben kunnen oproepen, en (3) de mogelijkheid hebben om te kijken en zoeken naar zelfgemaakte connecties en de connecties die anderen hebben gemaakt (Aarts et al., 2014; Boyd & Ellison, 2008). Het aantrekkelijke aan SNS volgens Farkas (2010) is dat een individu informatie over een andere gebruiker kan verkrijgen zonder daadwerkelijk contact te leggen met

¹ De termen 'ouderen' en '65-plussers' worden in dit onderzoek afwisselend gebruikt.

diegene. Daarnaast stellen Burke, Marlow en Lento (2010) dat SNS het 'offline' sociale netwerk zouden complimenteren, doordat er actieve communicatie plaatsvindt tussen vrienden en passieve informatie van sociaal nieuws beschikbaar is.

Vanaf het moment dat SNS (e.g. Facebook, Twitter, Hyves, LinkedIn, YouTube) geïntroduceerd werden zijn er al miljoenen gebruikers die het hebben geïntegreerd in hun dagelijks leven (Boyd & Ellison, 2008). Volgens Boyd en Ellison (2008) zijn er honderden SNS die van elkaar variëren door specifieke interessegebieden en gebruiken; terwijl de basis kenmerken van de SNS redelijk gelijk zijn kunnen SNS wel verschillen qua uitgangspunten. Ten eerste zijn er sommige SNS die het onderhouden van al bestaande netwerken ondersteunen, andere SNS helpen onbekenden om in contact te komen met elkaar door gedeelde interesses, politieke standpunten of activiteiten te laten zien (Boyd & Ellison, 2008). Ten tweede zijn er volgens Boyd en Ellison (2008) SNS die zich richten op een bepaalde doelgroep, terwijl anderen zich richten op publiek met gemeenschappelijke identiteiten op het gebied van ras, sekse, geloof of nationaliteit. Tot slot kunnen SNS verschillen in de manier waarop nieuwe informatie wordt opgenomen en door middel van communicatiemiddelen zoals bloggen, foto's en/of video's delen en mobiele connectiviteit (Boyd & Ellison, 2008).

Het is daarom begrijpelijk dat meerdere studies zich hebben gericht op de combinatie van deze twee ontwikkelingen, namelijk of gebruik van SNS een relatie heeft met eenzaamheid (Aarts et al., 2014; Burke et al., 2010; Khosravi et al., 2016; Nef et al., 2013). Uit onderzoek van Aarts et al. (2014) bleek dat er geen relatie was tussen SNS gebruik in het algemeen en eenzaamheid bij zelfstandig wonend 65-plussers, waardoor de conclusie werd getrokken dat de link tussen algemeen SNS gebruik en eenzaamheid te simplistisch was. Kijkend naar de uitkomsten van het onderzoek van Lee, Noh en Koo (2013), blijkt dat het delen van persoonlijke informatie, gedachten en gevoelens door middel van berichten en foto's, en de reactie van vrienden of andere gebruikers daarop, essentieel is bij het verlagen van eenzaamheid bij jongvolwassenen.

Sil Aarts (hierna: opdrachtgever) wil nu graag een vervolgonderzoek doen naar of en in hoeverre bepaalde activiteiten binnen SNS een relatie hebben met eenzaamheid bij ouderen. Onderzoek hiernaar zou veel kunnen betekenen voor interventies om eenzaamheid bij ouderen te verminderen. Gezien het feit dat er nog geen meetinstrument is die de activiteiten op SNS van ouderen kan meten, kan de opdrachtgever niet starten met haar vervolgonderzoek naar de relatie tussen activiteit op SNS en eenzaamheid bij ouderen. De opdrachtgever is onderzoekster bij het lectoraat Health & Technology van Fontys Paramedische Hogeschool. Zij richt haar onderzoek op ethiek in de wetenschap en het raakvlak tussen mens en technologie.

De opdrachtgever wil dan ook graag advies over de inhoud van een vragenlijst die activiteiten op SNS meet bij ouderen en hoe deze vragenlijst wordt geëvalueerd door ouderen. Daarnaast is ervoor gekozen om naast de kwalitatieve evaluatie die gevraagd is vanuit de opdrachtgever, de vragenlijst ook kwantitatief te evalueren om zo grondig mogelijk de kwaliteit van de vragenlijst te kunnen bepalen. Dit

onderzoek zal zich dan ook bezig houden met wat een geschikte vragenlijst maakt, welke specifieke activiteiten je kunt verrichten op SNS, het ontwikkelen van de vragenlijst over SNS en het kwalitatief en kwantitatief evalueren van deze vragenlijst bij ouderen. Het uiteindelijke doel van dit onderzoek is om in een advies de kwaliteit van het ontwikkelde meetinstrument te beschrijven en daarnaast een vragenlijst aan te bieden aan de opdrachtgever die activiteiten van ouderen op SNS kan meten. Deze vragenlijst zal de verbeterde versie zijn van de oorspronkelijk ontwikkelde vragenlijst die kwalitatief en kwantitatief geëvalueerd is in de uitvoering van dit onderzoek. De onderzoeksvraag is hierbij als volgt: 'Hoe wordt de op basis van literatuur ontwikkelde vragenlijst over de activiteit op SNS van 65-plussers geëvalueerd door zowel kwalitatieve als kwantitatieve methoden?'. Daarbij zijn er drie deelvragen geformuleerd, waarbij deelvraag één zich richt op: 'Wat is op basis van de theorie over vragenlijsten en theorie over activiteit op Social Network Sites een geschikte vragenlijst om activiteiten op Social Network Sites in kaart te brengen?'. Deelvraag twee luidt: 'Hoe worden de items uit de ontwikkelde vragenlijst over activiteit op SNS geëvalueerd door 65-plussers?' en deelvraag 3 luidt: 'In hoeverre zijn de schalen van de ontwikkelde vragenlijst over activiteit op SNS betrouwbaar?'. Het antwoord op deelvraag één wordt beschreven in het theoretisch kader, hier zal dan ook in de conclusie niet meer diep op in worden gegaan. De vragenlijst wordt aan de hand van de uitkomsten van deelvraag één ontwikkeld en is vervolgens onderwerp van onderzoek bij deelvraag twee en drie. Tot slot is het van belang om te noemen dat voorafgaand aan dit onderzoek geen hypothesen zijn opgesteld.

Na deze inleiding zal eerst het theoretisch kader aan bod komen, waarin door middel van literatuur wordt onderbouwd wat een geschikte vragenlijst maakt en welke specifieke activiteiten een individu kan verrichten op SNS. Vervolgens wordt de vragenlijst ontwikkeld en zal deze door middel van het veldonderzoek kwalitatief en kwantitatief geëvalueerd worden. Na het theoretisch kader wordt in de methode beschreven hoe het onderzoek is uitgevoerd. Vervolgens worden de resultaten van deelvragen twee en drie weergegeven, de onderzoeksvraag in de conclusie beantwoord, en tot slot wordt er een kritische blik op het onderzoek geworpen in de discussie. Uiteindelijk zal er, zoals hiervoor beschreven, naar aanleiding van dit onderzoek een advies worden aangeboden aan de opdrachtgever.

2. Theoretisch Kader

In het theoretisch kader zal literatuur beschreven worden die dienen ter beantwoording van deelvraag één: 'Wat is op basis van de theorie over vragenlijsten en theorie over activiteit Social Network Sites een geschikte vragenlijst om activiteiten op Social Network Sites in kaart te brengen?'. Hierbij wordt theoretische onderbouwing en verantwoording gegeven die nodig zijn bij de ontwikkeling van de vragenlijst. Het theoretisch kader is opgedeeld in een tweetal belangrijke thema's, namelijk de operationalisatie van activiteit op 'Social Network Sites' en de belangrijkste regels bij het ontwikkelen en evalueren van een vragenlijst. In de lopende tekst worden ook verantwoordingen beschreven, die alvast weergeven welke keuzes zijn gemaakt met betrekking tot het ontwikkelen van de vragenlijst. Ook worden op de laatste bladzijde van dit theoretisch kader verantwoordingen beschreven die nog niet eerder aan bod zijn gekomen.

2.1. Operationalisatie 'Social Network Sites'

Om activiteit op SNS in kaart te kunnen brengen door middel van een vragenlijst, zal het begrip 'activiteit op SNS' meetbaar gemaakt moeten worden. Dit proces, namelijk het meetbaar maken van een abstract begrip als 'activiteit op SNS', wordt operationalisatie genoemd (Baarda, 2009). Bij de operationalisatie van een begrip moeten volgens Baarda (2009) een aantal stappen doorlopen worden, waardoor uiteindelijk een meetbare variabele overblijft. Dit begint met het goed definiëren van het begrip, vervolgens worden er verschillende dimensies en sub-dimensies van het begrip onderscheiden, en tot slot worden er concreet meetbare gedragsindicatoren aan verbonden (Baarda, 2009). Baarda (2009) geeft als voorbeeld het begrip 'agressie', met als dimensies 'verbale agressie' en 'fysieke agressie', als sub-dimensies 'indirecte verbale agressie' en 'directe verbale agressie', en als gedragsindicatoren 'roddelen' en 'schelden'. De gedragsindicatoren worden uiteindelijk gebruikt voor de invulling van de vragenlijst. De stappen van de operationalisatie worden gerealiseerd door het bestuderen van onderzoeken die aspecten van SNS hebben gebruikt in het onderzoek. In dit onderzoek wordt de term 'social network sites' gebruikt, maar termen als 'social networking sites' en 'friend networking sites' zijn ook te vinden in de literatuur (Boyd & Ellison, 2008; Lee et al., 2013; Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006; Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Daarnaast wordt bij onderzoek over SNS tegenwoordig ook vaak alleen Facebook gebruikt, omdat Facebook veruit de grootste en populairste SNS ter wereld is, met 1,71 miljard maandelijks actieve gebruikers (Boyd & Ellison, 2008; Facebook, 2016; Ledbetter et al., 2011; Skues, Williams, & Wise, 2012). Om deze reden zullen deze op Facebook gerichte onderzoeken ook meegenomen worden bij de operationalisatie. Ook richten vele van deze onderzoeken zich op jongeren, terwijl het huidige onderzoek zich richt op ouderen. Vanwege de gebrekkige literatuur over activiteit op SNS door ouderen, wordt wel gebruik gemaakt van deze op jongeren gerichte literatuur.

2.1.1. Definitie van SNS

De eerste stap in de operationalisatie van 'activiteit op SNS', is het goed definiëren van het begrip 'SNS'. Zoals al werd beschreven in de inleiding, worden SNS gedefinieerd als een op internet gebaseerde service waarbij personen (1) een openbaar of semi openbaar profiel kunnen aanmaken, (2) een lijst van gebruikers met wie zij een gedeelde connectie hebben kunnen oproepen, en (3) de mogelijkheid hebben om te kijken en zoeken naar eigen gemaakte connecties en de connecties die anderen hebben gemaakt (Aarts et al., 2014; Boyd & Ellison, 2008). Lee et al. (2013) voegen toe dat SNS niet alleen websites zijn die een lijst laten zien van iemand zijn sociale connecties, maar ook technologische functies aanbieden waardoor gebruikers zichzelf kunnen uiten, presenteren aan anderen en communiceren met anderen (voor geschiedenis over SNS, zie Boyd & Ellison, 2008).

SNS hebben tegenwoordig vele technische snufjes, maar vanuit de basis is het opgebouwd met openbare, persoonlijke profielen waarop een lijst van vrienden zichtbaar is, die ook weer gebruikers zijn van het systeem (Boyd & Ellison, 2008; P. Sendurur, E. Sendurur, & Yilmaz, 2015). Wanneer iemand zich aanmeldt op een SNS, wordt vaak gevraagd om een profiel foto te uploaden en worden er vragen gesteld over leeftijd, woonplaats, interesses, et cetera. Op deze manier wordt er persoonlijk invulling gegeven aan het eigen profiel. Daarnaast bieden vele sites volgens Boyd en Ellison (2008) ook andere mogelijkheden om het profiel te personaliseren, door bijvoorbeeld multimedia (zoals video's & foto's) toe te voegen en het uiterlijk van het profiel aan te passen.

Bij de volgende stap wordt er gevraagd een connectie te maken met mensen die ook op de site zitten. Boyd en Ellison (2008) stellen dat afhankelijk van welke SNS gebruikt wordt er verschillende categorieën aan relaties zijn. Bij sommige SNS moet bij het vaststellen van 'Vrienden' of 'Connecties' tweeledige toestemming worden gegeven, maar bij anderen is er de mogelijkheid om als 'Fan' of 'Volger' een eenzijdige connectie te maken (Boyd & Ellison, 2008). Wat SNS zo uniek maken is volgens Boyd en Ellison (2008) niet dat ze individuen met elkaar in contact brengen, maar dat gebruikers hun eigen sociale netwerk openbaar maken. Dit kan ertoe leiden dat er een connectie wordt gemaakt tussen mensen die elkaar 'offline' nog nooit hebben gezien, maar in de praktijk worden de SNS vooral gebruikt om te communiceren met mensen die al een deel zijn van iemand zijn sociale netwerk (Boyd & Ellison, 2008; Kalpidou, Costin, & Morris, 2011; Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009; Valkenburg et al., 2006).

2.1.2. Dimensies en sub-dimensies

De volgende stap in de operationalisatie van activiteit op SNS is het zoeken naar de dimensies en sub-dimensies. In de literatuur worden, afhankelijk van waar het onderzoek over gaat, steeds verschillende aspecten van SNS aangehaald. Het doel van deze paragraaf is dan ook het uiteenzetten van verschillende onderzoeken om vervolgens alle dimensies en sub-dimensies die worden gegeven te kunnen categoriseren in een conceptueel model.

De meest algemene dimensie die in de literatuur gevonden is, is het gebruik van SNS op een 'self-centered' of een 'other-focused' manier (Utz, 2012). Self-centered houdt in dat SNS vooral gebruikt wordt voor eigen belang, bijvoorbeeld door het doen aan zelfpresentatie. Other-focused gebruik van SNS is juist gericht op het leren kennen en communiceren met anderen (Utz, 2012).

Lee et al. (2013) hebben getoetst of eenzaamheid een directe of indirecte relatie heeft met welzijn, wanneer gecontroleerd op zelfonthulling en sociale steun op SNS. Zij beschrijven dat SNS worden gebruikt om nieuwe relaties aan te gaan, bestaande relaties te onderhouden, te kijken naar foto's en profielen van anderen, te reageren op berichten van anderen en voor zelfpresentatie en zelfonthulling. Zelfonthulling is niet alleen aangehaald in het onderzoek van Lee et al. (2013). Er zijn namelijk vele andere onderzoeken die zelfonthulling beschrijven als een belangrijk onderdeel van activiteit op SNS (Ledbetter et al., 2011; G. Lee, J. Lee, & Kwon, 2011; Pempek et al., 2009; Ross et al., 2009; Skues et al., 2012; Utz, 2012; Utz, Tanis, & Vermeulen, 2012). Zelfonthulling houdt in dat iemand zijn persoonlijke informatie, gedachten en gevoelens met anderen communiceert (Ledbetter et al., 2011; Lee et al., 2011; Utz et al., 2012).

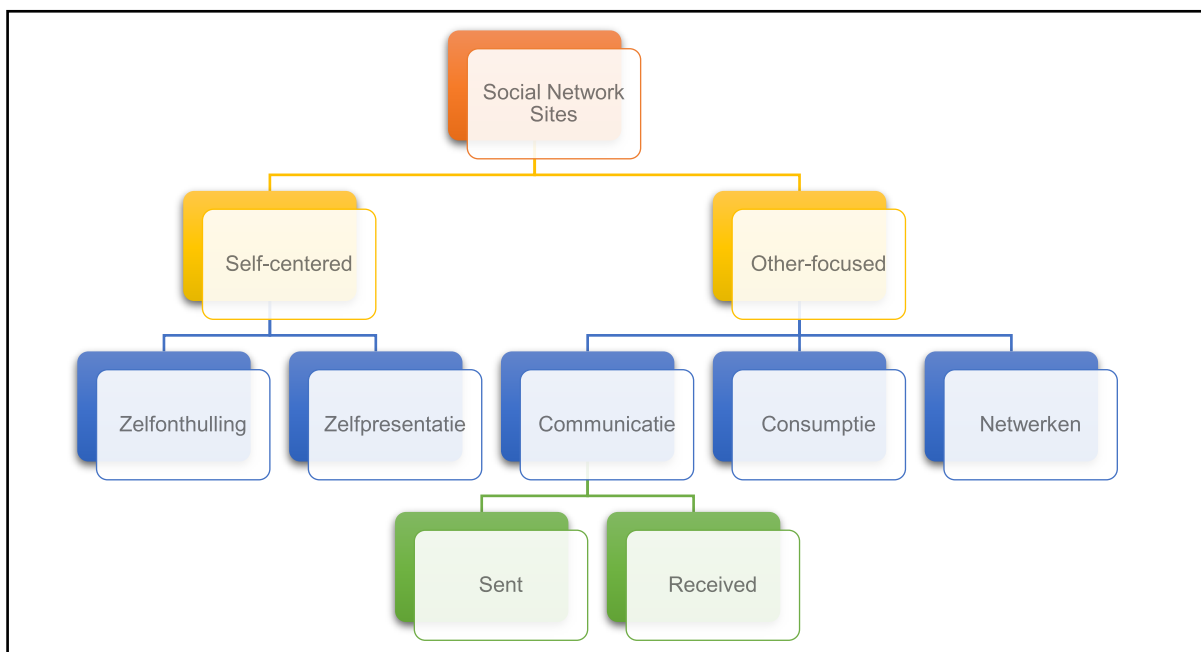
Een ander belangrijk onderdeel van activiteit op SNS die vaak voorkomt in de literatuur is zelfpresentatie (Kim & Lee, 2011; Lee et al., 2013; Skues et al., 2012; Utz, 2012; Utz et al., 2012). Zelfpresentatie verwijst naar hoe mensen zichzelf presenteren met als doel om het beeld wat anderen van hen hebben te bepalen. Dit doen zij door hun mening uit te drukken of gedrag te laten zien dat een bepaalde indruk schept. Kim & Lee (2011) en Lee et al. (2013) onderscheiden in hun onderzoek twee typen van zelfpresentatie op SNS, namelijk eerlijke zelfpresentatie en positieve zelfpresentatie. Gebleken is namelijk dat respondenten ofwel een eerlijk beeld van zichzelf presenteerden op SNS, ofwel selectief te werk gingen en alleen de positieve kant van zichzelf lieten zien (Kim & Lee, 2011; Lee et al., 2013).

Waarschijnlijk het meest belichte en fundamenteelste aspect van activiteit op SNS is communicatie (Burke, Marlow, & Lento, 2010; Kim & Lee, 2011; Ledbetter et al., 2011; G. Lee et al., 2011; K. T. Lee et al., 2013; Morahan-Martin & Schumacher, 2003; Pempek et al., 2009; Ross et al., 2009; Sendurur, et al., 2015; Utz et al., 2012;). Communicatie is een proces van tweerichtingsverkeer waarbij zender en ontvanger beiden actief kunnen zijn en van rol kunnen wisselen (Michels, 2013). Ook als er niet wordt gereageerd op de verstuurde boodschap door de ontvanger wordt er gesproken van communicatie. Vooral de mogelijkheid tot het bieden van sociale steun wordt door verschillende onderzoekers gezien als een essentieel onderdeel van communicatie op SNS (Kim & Lee, 2011; Lee et al., 2013). In een onderzoek van Utz et al. (2012) wordt communicatie op SNS ('grooming') beschreven als meerdere sociale gedragingen zoals berichten plaatsen en het lezen van profielen van vrienden. In tegenstelling tot het samennemen van alle sociale gedragingen op SNS, maken Burke et al. (2010), Sendurur et al. (2015), Pempek et al. (2009) en Ross et al. (2009) juist een onderscheid tussen communicatie tussen gebruikers en het lezen en bekijken van openbaar sociaal nieuws of profielen. Bij dit laatste is er dus geen sprake van actieve wederkerige communicatie, maar ligt de nadruk vooral op het verkrijgen van passieve sociale informatie (Pempek et al., 2009). De twee verschillen zijn uitgewerkt door Burke et al.

(2010), waar 'directed communication' (gerichte communicatie) wordt beschreven als interactie op SNS tussen twee gebruikers door bijvoorbeeld foto taggen², berichten op elkanders profiel plaatsen en een-op-een chats. Daarnaast wordt de rest van het netwerk bijgehouden door het lezen en bekijken van de 'nieuws feed', een stroom aan sociaal nieuws van alle connecties die niet specifiek gericht is aan één gebruiker of vriend, en persoonlijke profielen 'consumption' genoemd (Burke et al., 2010).

In een aantal onderzoeken bleek ook dat SNS werden gebruikt voor het netwerken, ofwel het leren kennen van nieuwe mensen, en bij het opnieuw in contact komen met oude bekenden (Kalpidou, Costin, & Morris, 2011; Ledbetter et al., 2011; Pempek et al., 2009; Raacke & Bonds-Raacke, 2008).

Aan de hand van de gevonden (sub-)dimensies is het volgende conceptueel model opgezet over de te verrichten activiteiten van SNS (zie figuur 1).



Figuur 1. Conceptueel model van activiteit op SNS

Zoals te zien in het model hierboven is er niet voor gekozen om de sub-dimensie 'zelfpresentatie' onder te verdelen in 'eerlijke zelfpresentatie' en 'positieve zelfpresentatie', terwijl dit wel vanuit de literatuur beschreven is. Ook 'sociale steun' bleek een belangrijk component van communicatie, maar is niet meegenomen in het model. Deze twee beslissingen hebben als onderbouwing dat het voor het doel van de vragenlijst niet relevant is, aangezien het puur en alleen om activiteit in kaart brengen gaat. Wel is er onderscheid gemaakt tussen sent (verstuurd) en received (ontvangen) communicatie omdat het twee soorten van activiteit aangeeft, namelijk eenzijdige communicatie en wederzijdse communicatie.

² Het toevoegen van iemands naam bij een foto

2.1.3. Gedragsindicatoren

De laatste stap bij de operationalisatie van het begrip 'activiteit op SNS' is het beschrijven van de gedragsindicatoren behorende bij de sub-dimensies, ook wel schalen genoemd. De gedragsindicatoren zijn opgesteld met behulp van de informatie uit de studies gebruikt in dit hoofdstuk. De meest relevante indicatoren per schaal zijn hier volgend beschreven:

Zelf-onthulling

- Gedachten uiten
- Gevoelens uiten
- Persoonlijke informatie delen

Consumptie

- Profielen lezen/bekijken
- Nieuws feed lezen/bekijken
- Foto's bekijken
- Openbare gesprekken lezen

Zelfpresentatie

- Mening geven
- Foto's plaatsen
- Profiel bijwerken
- Status-update schrijven

Netwerken

- Nieuwe mensen ontmoeten
- In contact komen met oude bekenden
- Netwerk uitbreiden

Communicatie

- Sent (verstuurd)
- Received (ontvangen)

Op basis van deze indicatoren, de opgedane kennis vanuit de literatuur, en de boeken van Drenth en Sijtsma (2006) en Bradburn, Sudman en Wansink (2004) zullen de items uit de vragenlijst worden vormgegeven. Daarnaast dragen de onderwerpen die nog aan bod komen in het theoretisch kader ook bij aan de ontwikkeling van de vragenlijst.

Tot slot viel bij het bestuderen van de literatuur op dat in vele onderzoeken vaak een paar algemene vragen werden gesteld over het persoonlijke SNS gebruik. Er werd gevraagd naar de favoriete SNS, het aantal vrienden op die site, vanaf wanneer SNS werd gebruikt en hoeveel tijd er werd gespendeerd op SNS (Kim & Lee, 2011; Lee et al., 2011; Sendurur et al., 2015; Utz et al., 2012). Deze algemene vragen zullen ook opgenomen worden als items in de vragenlijst.

2.2. Vragenlijst ontwikkeling en evaluatie

Aan het ontwikkelen en evalueren van een vragenlijst zijn een aantal belangrijke, fundamentele vuistregels gebonden. Allereerst zullen er een twaalfal regels beschreven worden die essentieel zijn bij het formuleren van items voor een vragenlijst en wordt er uitgelegd hoe de antwoordmogelijkheden geformuleerd zullen worden. Vervolgens de discussie tussen het afnemen van de vragenlijst op papier of via digitale wegen. Hierna wordt er ingegaan op hoe de vragenlijst geëvalueerd kan worden en tot slot worden er nog een aantal verantwoordingen met betrekking tot de ontwikkeling van de vragenlijst worden beschreven.

2.2.1. Regels itemformulering

Het correct formuleren van items is van groot belang voor de validiteit en de betrouwbaarheid van een meting (Drenth & Sijtsma, 2006). De validiteit en betrouwbaarheid zal verder in het theoretisch kader besproken worden. Toch stelt Snijkers (2002) dat het niet mogelijk is om de eerste keer alle items perfect te formuleren en benadrukt daarom het belang van pre-testen van de vragenlijst. De volgende twaalf vuistregels zijn opgesteld door Dr. M.A.L.M. van Assen van het Departement Methode en Technieken van Onderzoek, Faculteit der Sociale Wetenschappen van Tilburg University. Deze regels zijn beschreven en uitgelegd in een bijlage van de reader over Testtheorie, een vak gegeven op Tilburg University, en worden ook door de universiteit zelf gebruikt. De twaalf regels zijn als volgt (zie bijlage 1 voor toelichting en voorbeelden):

- | | |
|--|---|
| 1. Gebruik eenvoudige woorden | 8. Vermijd suggestieve vragen |
| 2. Zorg voor eenduidige interpretatie | 9. Veronderstel geen voorkennis |
| 3. Wees concreet | 10. Schrijf afkortingen voluit |
| 4. Vermijd vage woorden | 11. Maak indien mogelijk evenveel
indicatieve als contra-indicatieve
vragen |
| 5. Vermijd dubbele vragen | 12. Maak geen gebruik van het woord <i>niet</i>
om vragen contra-indicatief te maken |
| 6. Stel korte vragen | |
| 7. Vermijd ontkenningen en dubbele
ontkenningen | |

Naast de itemformulering is ook de formulering van de antwoordalternatieven belangrijk voor het waarborgen van de betrouwbaarheid en validiteit. De Likert-schaal wordt in het sociaalwetenschappelijk onderzoek veel gebruikt als antwoordschaal (Aarts et al., 2014; Bradburn et al., 2004; Shi, Luo, Yang, Liu, & Cai, 2014). Voor het huidige onderzoek beoogt de vragenlijst activiteit te meten op SNS, dus wordt gebruik gemaakt van een 6-puntsschaal die frequentie van activiteit meet. Er is gekozen voor een 6-puntsschaal omdat het bij een 7-puntsschaal lastig was om 'gemiddelde' activiteit in een woord uit te drukken. Hier volgt een voorbeeld van een item met antwoordschaal:

Als ik op Sociale Media zit...

Nooit

Zelden

Af en toe

Regelmatig

Vaak

Altijd

2.2.2. Digitale versus papieren vragenlijst

Belangrijk om rekening mee te houden is de vraag of de vragenlijst digitaal of papier zal worden afgenomen. Bradburn et al. (2004) beschrijft in zijn boek de belangrijkste voor- en nadelen van een papieren of een internet vragenlijst. Een papieren vragenlijst is gevoeliger voor objectiviteit door het handmatig invoeren van de data, kost meer tijd met afnemen en verwerken, en kost meer geld. Daarentegen is een digitale vragenlijst erg makkelijk, omdat alle responses automatisch worden verzameld en gesorteerd wanneer ze zijn ingevuld (Bradburn et al., 2004). Een aantal onderzoeken beschrijven het juist het nadeel van een digitale vragenlijst omdat er dan een bias kan ontstaan, gezien de mogelijkheid dat de meest actieve mensen op internet of SNS degene zijn die de vragenlijst invullen (Hargittai et al., 2007; Utz, 2012). Voor het huidige onderzoek is het voor de kwantitatieve evaluatie belangrijk om een zo groot mogelijke steekproef te bereiken, zodat de betrouwbaarheid van de vragenlijst beter kan worden getoetst. Daarnaast gaat dit onderzoek louter over de kwaliteit van de vragenlijst, waardoor de bias minder erg is dan wanneer de vragenlijst gebruikt zou worden om bijvoorbeeld een relationeel verband aan te tonen. Voor het kwalitatief evalueren is het belangrijk dat er een aantal personen geïnterviewd wordt tijdens het maken van de vragenlijst. Om deze redenen wordt er van beide gebruik gemaakt, zowel de digitale als papieren vragenlijst. De digitale vragenlijst wordt vooral ingezet voor het verkrijgen van de data nodig voor de kwantitatieve evaluatie en de papieren vragenlijst wordt gebruikt tijdens het verzamelen van de kwalitatieve data. In de volgende paragraaf meer over de manieren van kwantitatieve en kwalitatieve evaluatie.

2.2.3. Kwalitatieve en kwantitatieve evaluatie

Bij het bepalen van de kwaliteit van een vragenlijst staan twee testeigenschappen centraal, namelijk de betrouwbaarheid en de validiteit (Baarda, 2009). De betrouwbaarheid van een meetinstrument is de mate waarin een meting onafhankelijk is van toeval. De meting is betrouwbaar wanneer iemand dezelfde score behaalt bij herhaling van de meting. Wanneer dit niet het geval is, is het meetinstrument niet betrouwbaar en speelt toeval een grote rol (Baarda, 2009). Toeval kan ontstaan door het gebruikte meetinstrument. Een vragenlijst zou mogelijk onduidelijke vragen of items kunnen bevatten, die een respondent de ene keer anders interpreteert dan een volgende keer, waardoor er een wisselend antwoord komt (Baarda, 2009). Vooral begrippen die op verschillende manieren te interpreteren zijn, zoals bijvoorbeeld 'dynamisch', kunnen bijdragen aan een mindere betrouwbaarheid (zie H.2.2.1). Om dit te onderzoeken heeft Snijkers (2002) in zijn proefschrift een kwalitatieve methode geïllustreerd waarmee beide onderdelen van kwalitatief onderzoeken gebruikt worden, namelijk interviewen en het gedrag observeren. Snijkers (2002) noemt dit 'in-depth interviews', ook wel 'think-aloud interviews', waarbij het proces van vraag en antwoord wordt onderzocht met als doel om informatie te verkrijgen over moeilijkheden in de vragenlijst, zodat het verbeterd kan worden. De respondent wordt gevraagd om hardop denkend de vragenlijst te maken en daarmee te vertellen wat diegene van de items vindt. Daarnaast kan er ook gekozen worden om gerichte vragen te stellen naar bijvoorbeeld interpretaties

van begrippen of begrijpelijkheid van de antwoordmogelijkheden, om zo inzicht te krijgen in mogelijke moeilijkheden in de vragenlijst die de betrouwbaarheid negatief kunnen beïnvloeden. Meestal wordt deze methode gebruikt in een cognitief laboratorium met één interviewer en één observeerder. Het is bewezen effectief om moeilijkheden (d.w.z. meerduidige interpretaties, onduidelijkheden, etc.) in een vragenlijst te identificeren (Snijders, 2002). Zie bijlage 2 voor de uitgebreide beschrijving en het analyseformulier van het in-depth interview.

Ook kan het zijn dat de verschillende items of vragen van een begrip na operationalisatie niet allemaal hetzelfde meten, waardoor de test niet homogeen is. Homogeniteit van een test of vragenlijst is de mate waarin de vragen hetzelfde meten (Baarda, 2009). Het begrip interne consistentie wordt ook gebruikt in de literatuur (Drenth & Sijtsma, 2006). Deze wordt meestal berekend met de Cronbach's Alpha (alfacoëfficiënt), die varieert van .00 (niet homogeen) tot 1.00 (perfect homogeen) (Baarda, 2009). Waarden van .80 of hoger wijzen op een hoge betrouwbaarheid of hoge interne consistentie, waar waarden van .50 of minder wijzen op onvoldoende betrouwbaarheid (Tilburg University, 2016). Over het algemeen beschouwt men een waarde van .70 of hoger als voldoende betrouwbaar (Tilburg University, 2016). De Cronbach's Alpha kan handmatig of met het statistische programma SPSS berekend worden (Baarda, 2009; Drenth & Sijtsma, 2006). Alfa is een eenvoudige formule waar als resultaat een goede schatting van de betrouwbaarheid komt, waardoor het niet nodig is om ingewikkelde procedures uit te voeren zoals het ontwikkelen en uitvoeren van een parallelle test (Drenth & Sijtsma, 2006). Om deze redenen is de Cronbach's Alpha de meest populaire methode om de betrouwbaarheid van een test te schatten. Niet alleen de interne consistentie, maar ook de test-hertestbetrouwbaarheid is van belang bij het vaststellen van de betrouwbaarheid. Om de test-hertestbetrouwbaarheid te berekenen moet de vragenlijst voor een tweede keer worden afgenomen, waarna het met een statistische formule wordt berekend, namelijk de Kappa (Drenth & Sijtsma, 2006). Helaas is er in dit onderzoek niet de mogelijkheid tot het opnieuw uitvoeren van de test, waardoor de test-hertestbetrouwbaarheid niet kan worden berekend.

Validiteit verwijst naar dat het meetinstrument meet wat hij moet meten. De betrouwbaarheid is een voorwaarde voor de validiteit, maar ook als een meetinstrument betrouwbaar is hoeft die niet per se valide te zijn (Drenth & Sijtsma, 2006). Drenth & Sijtsma (2006) onderscheiden vier belangrijke soorten validiteit, namelijk predictive validity, concurrent validity, content validity en construct validity (Drenth & Sijtsma, 2006). Predictive validity staat voor in welke mate de voorspellingen die worden gedaan op basis van de testprestatie, worden bevestigd door gegevens van een later tijdstip (Drenth & Sijtsma, 2006). Concurrent validity wordt beoordeeld door de testresultaten te vergelijken met gelijktijdig beschikbare criteriumgegevens, ofwel gelijktijdige prestatiebeoordelingen (Drenth & Sijtsma, 2006). De content validity wil zeggen hoezeer de inhoud van een test een geheel van situaties, kennisinhouden of vaardigheden representeert, dus in hoeverre de items uit de test representatief zijn voor alle mogelijke items (Drenth & Sijtsma, 2006). Tot slot de term construct validity, die geëvalueerd wordt door te onderzoeken welke psychologische eigenschappen door de test worden gemeten (Drenth & Sijtsma, 2006). Vanwege de mogelijkheden van dit onderzoek is het erg lastig om de validiteit te kunnen bepalen.

Echter is er wel voor gekozen om dit te benoemen, omdat het een belangrijke eigenschap is van de kwaliteit van een meetinstrument. In de methode, resultaten en de conclusie zal de validiteit van de vragenlijst dan ook zo goed als mogelijk worden beschreven.

Bij het kwalitatief evalueren van de vragenlijst zal de methode (zie bijlage 2) van Snijkers (2002) die voorafgaand beschreven is gebruikt worden. Hier is voor gekozen gezien het zowel observatie als interviewen gebruikt met als doel om moeilijkheden uit de vragenlijst te halen. Voor de kwantitatieve evaluatie wordt per schaal de Cronbach's Alpha berekend en worden de soorten validiteit zoveel mogelijk bepaald.

2.2.4. Overige verantwoordingen vragenlijst

In deze paragraaf zullen nog een aantal verantwoordingen worden beschreven die hier voorgaand in het theoretisch kader nog niet aan bod zijn gekomen. Deze verantwoordingen hebben betrekking op keuzes die gemaakt zijn bij de ontwikkeling van de vragenlijst. Op deze manier wordt gewaarborgd dat de hele inhoud van de vragenlijst verantwoord is vanuit het theoretisch kader. Voor een overzicht van de items en de nummering van de items, zie bijlage 4.

In de vragenlijst is als eerst gevraagd naar het geslacht van de respondenten (Q1). Hier is voor gekozen omdat dit wellicht belangrijk zou kunnen zijn voor analyses die worden uitgevoerd wanneer dit meetinstrument in de toekomst wordt gebruikt voor onderzoek. Hierna is gevraagd naar de leeftijd van de respondenten (Q2) om erachter te komen of de respondent voldoet aan de leeftijdsgrens voor het huidige onderzoek. Ook is dit mogelijk van belang voor toekomstig onderzoek als moet worden voldaan aan een leeftijdsgrens en/of voor het uitvoeren van analyses. Het derde item uit het vragenlijst vraagt naar de woonsituatie van respondenten (Q3). Hiervoor is gekozen omdat vanuit het onderzoek van de opdrachtgever, waar het huidige onderzoek een vervolgonderzoek van is, uitgaat van 'community-dwelling elderly', ofwel zelfstandig wonende ouderen (zie Aarts et al., 2014). Om deze reden is het dus belangrijk voor het vervolgonderzoek wat de opdrachtgever gaat uitvoeren met deze vragenlijst, om te weten wat de woonsituatie is van de respondenten. Voor de antwoordmogelijkheden is gekozen voor 'zelfstandig wonend', 'zelfstandig wonend met zorgondersteuning', 'verzorgings- of verpleeghuis' en 'anders, namelijk...'. Deze antwoordmogelijkheden zijn verkregen vanuit de woonmogelijkheden die worden beschreven in een rapport van het Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (2010). Daarnaast is de 'anders, namelijk...' toegevoegd om eventuele andere mogelijkheden, bijvoorbeeld inwonend bij familie, in te dekken.

Vanuit het veel gebruikte item 'favoriete SNS' in de literatuur (zie H.2.1.3.) is het onderscheid gemaakt tussen alle SNS die een respondent gebruikt (Q4) en de website die het meest wordt gebruikt (Q5). Hiervoor is gekozen omdat dit een betere context schetst van het gebruik van SNS bij respondenten. Dit kan van belang zijn voor toekomstige analyses die worden gedaan met de data verkregen door dit meetinstrument. De antwoordmogelijkheden van beide items, 'Facebook', 'Twitter', 'Instagram' en 'anders, namelijk...' zijn bepaald vanuit de meest beschreven SNS in de literatuur dat is geraadpleegd

voor dit onderzoek. De mogelijkheid 'anders, namelijk...' is toegevoegd om de andere SNS in te kunnen dekken. Het item Q6 is ook een item dat vaak gebruikt wordt door de literatuur (zie H.2.1.3.). Bij dit item kan het aantal vrienden worden ingevuld, of kan worden gekozen voor 'weet ik niet'. Hier is voor gekozen omdat er vanuit wordt gegaan dat niet iedereen precies weet hoeveel vrienden / volgers diegene heeft. Ook het item Q7 is een item dat vaak gebruikt wordt in de literatuur (zie H.2.1.3.). Bij dit item is gekozen voor de antwoordmogelijkheden 'meer dan één jaar', '6 maanden tot één jaar', '3 tot 6 maanden' en 'minder dan 3 maanden'. Dit kan wellicht van toegevoegde waarde zijn bij toekomstige analyses die worden uitgevoerd op basis van data verkregen door het meetinstrument. Vervolgens wordt gevraagd naar hoe vaak de respondenten de laatste twee maanden gebruik hebben gemaakt van SNS (Q8). Deze vraag en antwoordmogelijkheden zijn letterlijk overgenomen vanuit het onderzoek van de opdrachtgever (Sil et al., 2014). Gezien deze vraag in het onderzoek van de opdrachtgever is gebruikt, is deze ook toegevoegd aan de vragenlijst.

In de vragenlijst is niet gebruik gemaakt van nummering van de items. Dit is gedaan om de vragenlijst zo simpel mogelijk te houden en was gezien de lay-out van de vragenlijst ook eenvoudiger. Ook is er, ondanks één van de regels van itemformulering (zie H.2.2.1.), alleen gebruik gemaakt van indicatieve stellingen. Zowel contra-indicatieve stellingen als indicatieve stellingen had de layout van de vragenlijst, met name betreffende de antwoordmogelijkheden, lastiger gemaakt. Aan het eind van de vragenlijst is gevraagd, indien respondenten opmerkingen ter verbetering hadden van de vragenlijst, een email te sturen naar het mailadres van de onderzoeker. Dit is gedaan om respondenten de mogelijkheid te geven om moeilijkheden aan te geven van de vragenlijst. Tot slot is de mogelijkheid geboden om een emailadres achter te laten, indien de respondent graag het onderzoek toegestuurd zou willen hebben. Hierbij is benadrukt dat het emailadres niet wordt verbonden met de antwoorden of gebruikt wordt voor andere doeleinden.

3. Methode

In het Methode worden verschillende onderwerpen besproken die beschrijven hoe het onderzoek is uitgevoerd. Belangrijk om wederom te benoemen is de onderzoeksvraag, deze luidt: 'Hoe wordt de op basis van literatuur ontwikkelde vragenlijst over de activiteit op SNS van 65-plussers geëvalueerd door zowel kwalitatieve als kwantitatieve methoden?' Hierbij is het doel van dit onderzoek om een advies uit te brengen aan de opdrachtgever betreffende de kwaliteit van de ontwikkelde vragenlijst en het aanbieden van een verbeterde vragenlijst op basis van de uitkomsten van dit onderzoek. In de toekomst zal met behulp van de vragenlijst onderzoek gedaan worden naar de relatie tussen activiteit op SNS en eenzaamheid bij zelfstandig wonende 65-plussers.

3.1. Respondenten

Uit de gehele populatie van 65-plussers werd een selecte steekproef getrokken, gezien het qua tijd en mogelijkheden niet haalbaar was om een aselechte steekproef te trekken. Het aantal respondenten dat de vragenlijst online heeft ingevuld is 71, waarvan de gemiddelde leeftijd 69.73 (SE = 6.02) bleek. Hiervan was 53.5 procent vrouw en 46.5 procent man. Er is niet gekeken naar de woonsituatie van de respondenten, omdat het voor dit onderzoek niet relevant is. Het aantal respondenten waarmee een interview is gehouden is vijf, waarvan drie vrouwen en twee mannen. De leeftijd van deze respondenten varieerden van 65 tot 80. Een voorwaarde voor het maken van de vragenlijst was dat de respondent (een vorm van) SNS gebruikt, omdat er anders geen activiteit kon worden gemeten. Verder werd er qua woonsituatie of sekse geen voorwaarde gesteld. Wel is er qua leeftijd een voorwaarde gesteld, namelijk voor de online vragenlijst werd de minimum leeftijd 55 gesteld, om zoveel mogelijk respondenten te krijgen. Echter is er uiteindelijk voor gekozen om alleen de data van de 65-plussers mee te nemen in het onderzoek. Bij de interviews werd al een minimum leeftijd van 65 aangehouden. Deze laatste leeftijd is gebaseerd op de leeftijdsgrens die is gebruikt bij het onderzoek van Aarts et al. (2014), en overgenomen is in dit onderzoek.

Er werd op twee verschillende manieren respondenten geworven. Voor de kwantitatieve data werd er gezocht naar Facebook groepen bedoeld voor ouderen, toestemming gevraagd aan de beheerder van de groep en vervolgens is een bericht geplaatst met link naar de online vragenlijst. In deze berichten is gevraagd of mensen van 55 jaar en ouder wilden helpen bij een onderzoek naar een vragenlijst over activiteit op 'Sociale Media' van ouderen. Ook werd gevraagd om het bericht te delen met andere geïnteresseerde en werd de anonimiteit benadrukt. Voor de kwalitatieve data zijn er flyers (zie bijlage 5) in de brievenbus gedaan bij een flat met zelfstandige woningen voor 55-plussers. Op deze flyers stond de algemene informatie over het onderzoek, een verzoek voor deelname aan het onderzoek (indien degene gebruik maakt van SNS) door middel van een interview, en indien geïnteresseerd de contactinformatie van de onderzoeker. Ook werd gevraagd of, indien de bewoners niet geïnterviewd wouden worden, zij de online vragenlijst in wouden vullen. Tot slot werd de anonimiteit benadrukt. Hier

waren geen respondenten uit voortgekomen. Vervolgens is er één respondent geworven door langs de deuren te gaan bij een woonvoorziening voor 55-plussers en de andere vier respondenten zijn geworven bij een winkelcentrum. Hierbij werd het doel van het onderzoek verteld, de procedure beschreven en de anonimiteit benadrukt. De respondenten voor de kwalitatieve data zijn allemaal geworven in de wijk Tilburg West.

3.2. Procedure

Bij het verkrijgen van de kwantitatieve data is gebruik gemaakt van een online vragenlijst. Deze is verspreid via Facebook op groepen gericht op ouderen, nadat hier toestemming voor is gevraagd. De Facebook groepen waar toestemming is gevraagd zijn: 'Ouderenfonds', 'Ouderentijd', 'KBO-Brabant', 'KBO', 'HOBZ', 'Ouderen vereniging Vlijmen-dorp', '50-plus', verschillende regionale groepen van 'Chun Pah', 'Stichting NeoSenior', 'Ouderenthuis', 'Tijd voor ouderen' en 'ANBO'. Degene die toestemming gaven en waarop de vragenlijst is geplaatst zijn: 'Ouderentijd', 'KBO', 'ANBO'. De overige groepen gaven of geen reactie op het verzoek, of gaven geen toestemming. De vragenlijst is dus door de respondenten ingevuld op hun eigen locatie, mogelijk op een computer, tablet of telefoon. De interviews werden afgenomen op een locatie en tijd in overleg met de respondent. De mogelijkheden die vanuit de onderzoeker werden gegeven waren onder andere bij de respondent thuis of een afgehuurde locatie op Tilburg University. Uiteindelijk kozen alle vijf respondenten voor het houden van het interview bij hen thuis. De interviews zijn allemaal opgenomen om de data later te kunnen analyseren. Voor het in-depth interview begon, werd gevraagd aan de respondent voor toestemming om het interview op te nemen. Alle respondenten stemden hiermee in. Vervolgens is het tijdens het begin van het interview opnieuw gevraagd, zodat het ook op het beeldmateriaal te zien is. Bij alle respondenten is aangegeven dat zij op elk moment konden stoppen met het interview indien zij dat wilden. Ook werd bij het begin en het eind van het interview de anonimiteit en vertrouwelijkheid van de data en het beeldmateriaal benadrukt. Bij het in-depth analyseformulier is ook een uitgebreide handleiding geschreven, zowel voor de voorbereiding, het interview zelf als voor de analyse ervan (zie bijlage 2). Om de procedure van dataverzameling zo betrouwbaar, valide en transparant te houden, is de beschrijving en handleiding van het in-depth interview zo precies mogelijk gevolgd waar mogelijk in het kader van dit onderzoek. Echter kon niet worden voldaan aan het uitvoeren van het interview met zowel één interviewer als één observeerder. De onderzoeker heeft dus als beide gefungeerd.

3.3. Meetinstrument

Voor het huidige onderzoek is er gebruik gemaakt van twee meetinstrumenten: de ontwikkelde vragenlijst (zie bijlage 3) en het in-depth analyseformulier (zie bijlage 6). Voor de betrouwbaarheid van de schalen van de vragenlijst: zie H.4.2.1. Aan de validiteit is zoveel mogelijk voldaan door de operationalisatie van het begrip 'activiteit op SNS' en de theoretische onderbouwing vanuit het theoretisch kader. De vragenlijst is zowel op papier als digitaal gebruikt. De digitale vragenlijst is ontwikkeld en verspreid met behulp van het programma 'Qualtrics' (<https://www.qualtrics.com/>). De vragenlijst vraagt eerst algemene informatie over de respondent, namelijk de sekse, leeftijd en

woonsituatie. Ook werd gevraagd naar algemene data over SNS, namelijk de SNS die worden gebruikt, de meest gebruikte website, het aantal vrienden op SNS, vanaf wanneer SNS werd gebruikt en hoeveel tijd er werd gespendeerd op SNS. In totaal worden er dus acht 'algemene' vragen gesteld. Er is in heel de vragenlijst gebruik gemaakt van het begrip 'Sociale Media' in plaats van 'Social Networking Sites' omdat er in de volksmond voornamelijk wordt gesproken over 'Sociale Media'. Vervolgens volgen een negentiental stellingen over activiteit op SNS, waardoor het totale itemaantal uitkomt op 27. De stellingen zijn onder te verdelen in zes schalen (zie bijlage 4 voor een overzicht van de items). Hiervan behoren items 9, 16, 21 en 27 bij de schaal 'Consumptie', items 10, 15 en 22 bij de schaal 'Zelfpresentatie', items 11, 17 en 25 bij de schaal 'Sent Communication', items 12, 18 en 26 bij de schaal 'Received Communication', items 13, 20 en 23 bij de schaal 'Netwerken', en items 14, 19 en 24 bij de schaal 'Zelfonthulling'. Alle vragen of stellingen in de vragenlijst zijn gebaseerd op literatuur of verantwoordingen vanuit het theoretisch kader. De stellingen zijn zo vormgegeven dat elke stelling begint met: 'Als ik op Sociale Media zit...'. Een voorbeeld van een stelling is: 'Zet ik foto's op mijn profiel', met antwoordmogelijkheden: 1. Nooit, 2. Zelden, 3. Af en toe, 4. Regelmatig, 5. Vaak, 6. Altijd. Alle stellingen zijn indicatief, dat wil zeggen een hoge score betekent een hoge frequentie activiteit op SNS. Er zijn dus geen contra-indicatieve stellingen. Het andere meetinstrument is het in-depth analyseformulier. Dit kwalitatieve meetinstrument is zoveel mogelijk gestructureerd gemaakt zodat de kwalitatieve data eenvoudiger gecodeerd en gecategoriseerd kan worden. Het is redelijk tijdrovend, levert soms te veel informatie op en heeft een kleine sample size waardoor resultaten niet representatief zijn. Toch biedt deze methode een manier om uitgebreid het vraag-antwoord proces te analyseren en geeft het ideeën om de vragen te verbeteren en is gezien de onderzoeksvraag van groot belang om de vragenlijst qua kwaliteit te optimaliseren. Zie bijlage 2 voor een uitgebreide beschrijving van deze methode.

3.4. Analyse

Voor het beoordelen van de kwaliteit van de vragenlijst zijn zowel kwalitatieve als kwantitatieve evaluatiemethoden gebruikt. Hierbij is geprobeerd om een uitspraak te doen over de betrouwbaarheid en de validiteit. Het bepalen van de betrouwbaarheid van de schalen is gedaan door het berekenen van de Cronbach's Alpha. Dit is uitgevoerd door middel van het statistische programma SPSS. De kwantitatieve data is verzameld door het programma 'Qualtrics', waarna het kon worden omgezet in een dataset voor SPSS. De ingevulde vragenlijsten verkregen door de kwalitatieve dataverzameling zijn handmatig aan de dataset toegevoegd. Voorafgaand aan het berekenen van de Cronbach's Alpha is eerst de dataset gecontroleerd op missing values en uitbijters. Deze kwamen beiden niet in de data voor. Naast het berekenen van de Cronbach's Alpha, is voor het schrijven van de resultaten ook gekeken naar de Cronbach's Alpha if item deleted. De validiteit is zoveel mogelijk gewaarborgd door de ontwikkeling van de vragenlijst op basis van de literatuur. Helaas bleek het verder onmogelijk om de validiteit verder te analyseren in dit onderzoek. De kwalitatieve data is verkregen door middel van het in-depth analyseformulier. Per respondent is elk item uit de vragenlijst geanalyseerd door het kijken naar het beeldmateriaal en de notities die zijn gemaakt tijdens het interview. Op deze manier zijn er dus een totaal van 135 analyseformulieren ingevuld. Deze analyseformulieren zijn per item gebundeld en

konden vervolgens gerapporteerd worden in de resultaten. Per item is dan ook in de resultaten beschreven hoe de respondenten het item beoordeelden. Daarnaast worden er ook algemene opmerkingen van de respondenten over de vragenlijst weergegeven. De uitkomst van de kwalitatieve en kwantitatieve evaluatiemethoden worden beschreven in de resultaten en conclusie. Voor een overzicht van de locatie van alle data gebruikt in het onderzoek, zie bijlage 7. Voor het analyseplan, zie bijlage 8.

4. Resultaten

In de komende pagina's zullen de resultaten van het onderzoek worden beschreven. Er zal eerst antwoord worden gegeven op de tweede deelvraag: 'Hoe worden de items uit de ontwikkelde vragenlijst over activiteit op SNS geëvalueerd door 65-plussers?'. Vervolgens wordt er antwoord gegeven op de derde deelvraag: 'In hoeverre zijn de schalen van de ontwikkelde vragenlijst over activiteit op SNS betrouwbaar?' Omdat in dit onderzoek zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeksmethoden zijn gebruikt, zijn de resultaten verschillend beschreven per deelvraag. De data van de tweede deelvraag zijn verkregen door kwalitatieve methoden, waardoor er bij de beschrijving van de resultaten al geanalyseerd en geïnterpreteerd zal worden. Dit integendeel tot de derde deelvraag, welke is onderzocht door kwantitatieve methoden te gebruiken. Daar wordt de interpretatie van de resultaten pas later beschreven in de conclusie van dit onderzoek.

4.1. Deelvraag twee

De resultaten van de in-depth interviews zullen hier per item worden weergegeven. Per item worden eerst de algemene bevindingen beschreven uit de interviews, waarna het geïnterpreteerd wordt in de context van het item. Woorden en termen die met enkele haakjes en in cursief worden geschreven ('voorbeeld'), komen letterlijk vanuit het item. Dit kan dus zowel uit de vraag zijn als uit de antwoordmogelijkheden. Ook wordt bij elk item beschreven hoeveel respondenten meteen een antwoord ingevuld hebben na het lezen van de vraag, omdat deze observatie een indicatie kan zijn voor de begripbaarheid van de vraag. Eerst zullen de items worden weergegeven waarbij er geen sprake was van opmerkingen vanuit de respondenten en waarbij de respondenten meteen de vraag hebben beantwoord na het lezen van de vraag. Deze worden op deze manier bij elkaar gebundeld om daarna overzichtelijk de focus te kunnen leggen op items waar wel opmerkingen of relevante observaties bij voorkwamen.

Q1. Geslacht / Q2. Leeftijd / Q7. Hoe lang gebruikt u Sociale Media? / Q13. Ontmoet ik nieuwe mensen / Q18. ... en krijg ik hier reactie op / Q20. Breid ik mijn netwerk uit / Q21. Lees ik openbare gesprekken van anderen / Q22. Presenteer ik mezelf / Q23. Kom ik in contact met oude bekenden / Q26. ... en krijg ik hier reactie op

Alle vijf respondenten hebben meteen een antwoord ingevuld na het lezen van de vraag. Ook hadden zij geen opmerkingen over het item en zijn er verder geen relevante observaties geregistreerd. Hieruit blijkt dat er geen moeilijkheden zijn gevonden bij deze items.

Q3. Uw huidige woonsituatie:

Alle vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Nadat er aan twee respondenten werd gevraagd naar de attitude over het item door de interviewer, gaven beide aan dat de antwoordmogelijkheden duidelijk en ook volledig dekkend waren vanwege de optie '*Anders, namelijk*'. Aangezien alle respondenten meteen de vraag hebben beantwoord en er geen opmerkingen vanuit de respondenten waren, zijn er in dit item geen moeilijkheden gevonden.

Q4. Welke Sociale Media websites gebruikt u?

Vier van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Bij respondent 1 bracht de partner van de respondent het onderwerp 'Whatsapp' naar boven. Hierop werd door Respondent 1 als volgende gereageerd: "Dat is geen website. ... Een website is echt Facebook, Twitter, Instagram en.. Dat zijn echte websites". Vervolgens werd door de interviewer gevraagd of het item duidelijk verwoord dat 'Whatsapp' er niet bij hoort, waarop de respondent dit bevestigde. Door respondent 3 werd 'Adobe' ingevuld bij antwoordmogelijkheid D. Zowel respondent 4 als respondent 5 gaf aan dat 'Whatsapp' niet tussen de antwoordmogelijkheden stond. Daarbij werd ook geobserveerd dat respondent 5 verward werd door het woord 'gebruikt' in het item, waardoor de vraag anders werd geïnterpreteerd dan hoe het bedoeld was door de onderzoeker. Dit had als gevolg dat de respondent alleen de antwoordmogelijkheden omcirkelde die het meest werden gebruikt en de antwoordmogelijkheden die minder werden gebruikt niet omcirkelde. Hierdoor ontstond bij item Q4 en Q5 hetzelfde antwoord voor deze respondent. Kijkend naar de reacties van de respondenten zitten er een aantal moeilijkheden in dit item. Ten eerste is het voor sommige respondenten onduidelijk wat precies wordt bedoeld met '*Sociale Media websites*', gezien het feit dat 'Adobe' en 'Whatsapp' werden genoemd, terwijl beiden niet vallen onder de definitie van SNS. Daarnaast zorgde het woord 'gebruikt' voor verwarring bij de interpretatie van de vraag.

Q5. Meest gebruikte Sociale Media website:

Vier van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Respondent 3 gaf aan dat het "eigenlijk dezelfde vraag" was als item Q4. Respondent 4 viel een aantal keer stil tijdens het beantwoorden van de vraag, vanwege twijfel over het verschil met item Q4. Respondent 5 omcirkelde twee antwoorden in plaats van één antwoord en gaf aan dat beide antwoorden het meest werden gebruikt. Eén van deze antwoorden was 'Whatsapp'. Dit item lijkt volgens de respondenten op item Q4, het verschil tussen beide vragen is dus niet duidelijk genoeg. Dit blijkt ook uit het feit dat respondent 5 op beide vragen dezelfde twee antwoorden heeft gegeven, terwijl dit volgens de vragenlijst niet zou mogen kunnen gezien er maar één antwoord gegeven mag worden bij item Q5. Ook werd hier, net als bij item Q4, 'Whatsapp' genoemd terwijl dit geen SNS is. De woorden '*Sociale Media websites*' blijken dus niet duidelijk voor respondenten.

Q6. Aantal vrienden / volgers op de meest gebruikte Sociale Media website:

Drie van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Aan respondenten 3 en 4 werd gevraagd wat hun interpretatie is van het item. Respondent 3 interpreteerde de vraag als “met hoeveel man je eigenlijk in contact bent via Facebook”. Respondent 4 zei het volgende:

“Ja.. Dat is gewoon diegene waar ik wel eens naar kijk. En bij de vrienden zit natuurlijk de familie bij, mijn kinderen, kleinkinderen. En de volgers, die zijn dan weer vaak kennissen van mijn dochter, vriendinnen van mijn dochter die er dan bij mij ook op staan...”

Respondent 5 bleef even stil na het lezen van de vraag en vroeg vervolgens om verduidelijking van het item. Hierop werd gevraagd wat de respondent zelf dacht wat er mee bedoeld werd. Uiteindelijk werd een aantal keer doorgevraagd door de interviewer waarna het volgende werd samengevat:

Interviewer: “Dus u heeft uw vrienden en uhm.. het aantal vrienden wat u zeg maar hebt op Facebook, en daarvan pakt u nou alleen de mensen die u goed kent. En die schrijft u op toch? Het aantal.”

Respondent 5: “Ja, ja. Een aantal, waar ik echt iets mee heb.”

De reacties van de respondenten laten zien dat dit item op verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden. Dit komt doordat aan de termen ‘vrienden / volgers’ meerdere invullingen kunnen worden gegeven.

Q8. Hoe vaak heeft u de laatste twee maanden gebruik gemaakt van Sociale Media?

Vier van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Na gevraagd te zijn naar de attitude over het item gaven respondent 1 en 5 beide aan dat de eerste antwoordmogelijkheid ‘*Nooit*’ overbodig is, gezien mensen dan de vragenlijst überhaupt niet zouden invullen. Ook werd door deze twee respondenten de laatste antwoordmogelijkheid ‘*Meerdere keren per dag*’ als overbodig gezien, omdat “als je het elke dag gebruikt, dan kun je het ook al meerdere keren per dag gebruiken” (respondent 5). Beide vinden dat de antwoordmogelijkheid ‘*Elke dag*’ dit al dekt. Bij respondent 4 hebben de woorden ‘*gebruik gemaakt van*’ voor enige verwarring gezorgd bij de interpretatie van het item. De respondent gaf aan dat het onduidelijk was of kijken op SNS ook telt als ‘gebruik maken van’. Hieruit blijkt dat er wellicht overbodige antwoordmogelijkheden worden gegeven bij dit item. Ook kan de bewoording ‘*gebruik gemaakt van*’ tot verwarring leiden bij respondenten.

Q9. Welke Sociale Media websites gebruikt u?

Alle vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Vier van hen hadden geen opmerkingen over het item. Eén respondent las de antwoordmogelijkheden voor en zei dat die heel duidelijk waren. Er zijn bij dit item dan ook geen moeilijkheden gevonden.

Q10. Geef ik mijn mening

Twee van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Respondent 2 was even stil na het lezen van de vraag, waarna er werd aangegeven dat het woord '*mening*' onduidelijk was en dat het daardoor voor de respondent niet duidelijk was waar het item over ging. De interviewer achterhaalde door middel van doorvragen wat de interpretatie van de respondent was betreffende het woord in de context van SNS. Hierbij werd duidelijk dat "dat duimpje" ('liken') en "goedkeuring geven, succes wensen" in de vorm van korte berichtjes voor de respondent als mening geven werd beschouwd. Ook werd duidelijk dat de respondent dit alleen bij familie doet. Aan respondent 3 werd gevraagd wat er werd verstaan onder '*geef ik mijn mening*'. Vervolgens gaf de respondent een voorbeeld, waaruit bleek dat de mening werd gegeven door een geschreven stukje tekst. Respondent 4 beschreef eerst hoe het item werd geïnterpreteerd voordat er een antwoord werd omcirkeld. De respondent gaf aan een mening te geven "met van die hartjes.. of met uh.. krijg je zo'n randje, met een duim omhoog.". Hierbij werd 'liken' en het geven van andere 'emoticons' beschouwd als mening geven. Respondent 5 beschreef tijdens het omcirkelen van het antwoord hoe het item werd geïnterpreteerd, namelijk dat er korte berichtjes werden geschreven wanneer de respondent een mening wilde uiten. De reacties van de respondenten laten duidelijk zien dat dit een item is die op veel verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden. Het woord '*mening*' is hier de oorzaak van.

Q11. Stuur ik persoonlijke berichten naar anderen...

Alle vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Aan drie respondenten werd gevraagd om uit te leggen wat '*persoonlijke berichten*' voor hen inhield. Respondent 2 gaf aan persoonlijke berichten op iemands profiel te schrijven, respondent 4 gaf aan dit te doen via de privé-berichten' functie op Facebook die niet openbaar is en respondent 1 gaf aan dat 'liken' of een tekstje schrijven (onder bijv. een foto of een openbaar) als persoonlijke berichten werd gezien. Ook gaf respondent 1 aan dat dit alleen werd gedaan bij heel bekenden, maar verder niet. Respondent 5 beschreef tijdens het omcirkelen van het antwoord dat persoonlijke berichten alleen werden verstuurd door de privé-berichten functie van Facebook. Ook bij dit item wordt door de reacties van de respondenten duidelijk dat '*persoonlijke berichten*' op verschillende manieren wordt ingevuld. Verder zijn er geen moeilijkheden gevonden.

Q12. ... en krijg ik hier reactie op

Alle vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Respondent 5 begon na het antwoorden te twijfelen over wat er met het item werd bedoeld. Nadat hierover door de interviewer is doorgevraagd, bleek dat het voor de respondent niet duidelijk was of het item alleen gold voor persoonlijke berichten of ook andere reacties op de respondent in het algemeen. Hieruit blijkt dat de vormgeving van dit item in relatie tot item Q11 tot verwarring kan zorgen.

Q14. Uit ik mijn gevoelens

Vier van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Respondent 5 bleef lang stil na het lezen van de vraag en vertelde vervolgens dat het item op twee manieren geïnterpreteerd kan worden, namelijk gevoelens uiten in het openbaar of gevoelens uiten bij persoonlijk contact. Vervolgens heeft de respondent antwoord gegeven op basis van de interpretatie 'gevoelens uiten in het openbaar'. De andere respondenten hadden geen opmerkingen over het item. Zoals respondent 5 had aangegeven, kan dit item op twee verschillende aspecten van communicatie op SNS betrekking hebben, namelijk bij openbare berichten of bij één op één contact. Hierdoor kan het ook op meerdere manieren geïnterpreteerd worden.

Q15. Zet ik foto's op mijn profiel

Vier van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Respondent 5 bleef even stil na het lezen van de vraag en benoemde dat er zelf niet veel foto's werden opgezet, maar dat anderen wel vaak foto's plaatsen waar de respondent op staat. Wel vond deze respondent het duidelijk waar in het item precies naar gevraagd werd. De andere respondenten hadden geen opmerkingen over het item. Gezien alle respondenten dezelfde interpretatie hadden bij dit item en er geen moeilijkheden naar voren zijn gekomen, was dit item blijkbaar duidelijk voor de respondenten.

Q16. Lees/bekijk ik de nieuws feed

Twee van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. De interviewer zag dat respondent 2 niet begreep wat '*nieuws feed*' betekende en heeft het uitgelegd aan de respondent, waarna er antwoord kon worden gegeven. De respondenten 1 en 3 begrepen wat er bedoeld werd met '*nieuws feed*'. Respondent 4 was lang stil na het lezen van de vraag en vroeg voor verduidelijking van '*nieuws feed*' aan de interviewer. De interviewer gaf de vraag terug, waardoor de respondent de term uiteindelijk zelf wist en daardoor antwoord kon geven. Respondent 5 vond dat '*nieuws feed*' al gevraagd was in eerdere items, namelijk item Q9, item Q10 en item Q11. Door de observaties en reacties van respondenten is duidelijk geworden dat '*nieuws feed*' een term is die leidt tot zowel verwarring als verschillende interpretaties. Hierdoor blijkt het item onduidelijk.

Q17. Schrijf ik berichten op iemands profiel...

Alle vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Respondent 1 merkt op dat er een onderscheid kan worden gemaakt tussen het schrijven op de profielen van goede bekenden of het schrijven op profielen van anderen. De andere respondenten hadden geen opmerkingen over het item. Het item blijkt duidelijk voor de respondenten. De opmerking van respondent 1 laat zien dat dit item betrekking kan hebben op twee 'groepen', namelijk bekenden en anderen. Hierdoor kan het door respondenten op twee manieren geïnterpreteerd en beantwoord worden.

Q19. Deel ik persoonlijke informatie

Alle vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Ook gaven vier van de vijf respondenten de opmerking dat er onderscheid kan worden gemaakt tussen het delen van persoonlijke informatie één op één (meestal met familie en bekenden) en het delen van persoonlijke informatie openbaar. Het item lijkt duidelijk voor de respondenten. De opmerkingen van de respondenten laten zien dat dit item ook op twee verschillende aspecten (één op één of openbaar) van communicatie op SNS betrekking kan hebben en dus ook op twee manieren geïnterpreteerd en beantwoord kan worden.

Q24. Uit ik mijn gedachten

Vier van de vijf respondenten hebben een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Respondent 1 gaf aan vóór het beantwoorden van de vraag, dat 'liken' ook beschouwd werd als een uiting van gedachten. Respondent 5 gaf aan dat er een verschil in antwoord ontstaat wanneer onderscheid wordt gemaakt tussen het uiten van gedachten één op één of openbaar op Facebook. Bij dit item kan 'liken' ook worden beschouwd als een uiting van gedachten. Dit laat zien dat er dus meerdere interpretaties mogelijk zijn. Ook kunnen gedachten volgens de respondenten op twee manieren worden geuit, bij één op één contact of openbaar.

Q25. Reageer ik op iemands foto

Alle vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Respondent 5 maakte de opmerking dat het woord 'foto' wellicht niet alle afbeeldingen dekt, omdat er ook zogenoemde "spreuken" op Facebook staan. Respondent 1 benoemt dat 'liken' ook een reactie is op een foto. Zoals Respondent 5 aangeeft, kan het zijn dat niet alle afbeeldingen op SNS worden gezien als foto's. Ook kan het woord 'reactie' in het item op verschillende manieren worden ingevuld, bijvoorbeeld door te 'liken' of een bericht te schrijven.

Q27. Lees/bekijk ik de profielen van anderen

Vier van de vijf respondenten hebben meteen een antwoord omcirkeld na het lezen van de vraag. Drie respondenten maakten dezelfde opmerking over het item, namelijk dat er een verschil in antwoord is als het gaat over het bekijken van de profielen van familie, vrienden of bekenden of het bekijken van de profielen van mensen buiten die kringen. Ook hier wordt duidelijk dat er, net als bij item Q17, een onderscheid kan worden gemaakt tussen naasten en vreemden. Afhankelijk van hoe dit geïnterpreteerd wordt door een respondent, kan het verschillen in antwoorden veroorzaken.

Algemene evaluatie vragenlijst

Bij de evaluatie van de vragenlijst aan het eind van het interview, werd gevraagd aan de respondent wat diegene vond van de vragenlijst. Alle vijf respondenten vonden dat de vragenlijst precies lang genoeg was. Hierbij gaf respondent 1 aan: "Een vragenlijst moet niet te lang worden, dan wordt het een sleur en krijg je veel herhaling". Ook respondent 3 gaf aan dat als de vragenlijst langer zou zijn, het saai zou gaan worden. Verder gaven alle respondenten aan dat het duidelijke en simpele vragen waren die begrijpelijk zijn voor iedereen. Het enige verbeterpunt dat is gegeven, kwam van respondent 2. De respondent gaf aan dat de letters te klein waren om te lezen. Verder waren er geen andere opmerkingen of verbeterpunten.

4.2. Deelvraag drie

Om de betrouwbaarheid van de schalen te meten is voor alle zes schalen een Cronbach's Alpha (α) berekend. Een totaal van 126 mensen hebben de vragenlijst ingevuld, alleen voldeden niet alle respondenten aan de leeftijdsgrens van 65-plus. De Cronbach's Alpha wordt per schaal berekend aan de hand van de data van 65-plussers ($N = 71$). Voordat de Cronbach's Alpha's worden gegeven, worden de steekproeven kort beschreven. Tot slot worden ook de items benoemd waarbij de 'Cronbach's Alpha if item deleted' hoger is dan de Cronbach's Alpha die is berekend bij de schaal. Na de betrouwbaarheid wordt de validiteit van het meetinstrument zoveel mogelijk bepaald.

4.2.1. Betrouwbaarheid

De leeftijd van de respondenten van 65-plus ($N = 71$) was gemiddeld 69.73 ($SE = 6.02$). Van deze groep was 53.5 procent vrouw en 46.5 procent man. De Cronbach's Alpha van de schalen 'Consumptie' ($\alpha = .602$), 'Zelfpresentatie' ($\alpha = .584$) en 'Sent Communication' ($\alpha = .622$) vallen tussen de .584 en .622. De schalen 'Received Communication' ($\alpha = .766$), 'Netwerken' ($\alpha = .710$) en 'Zelfonthulling' ($\alpha = .758$) hebben een Cronbach's Alpha van tussen de .710 en .766. Bij de schaal 'Consumptie' kan verwijdering van het item Q9 resulteren in een hogere betrouwbaarheid ($\alpha = .647$). Ook bij de schaal 'Zelfpresentatie' is dit het geval met item Q10 ($\alpha = .623$) en bij de schaal 'Sent Communication' is dit het geval met item Q11 ($\alpha = .638$). Tot slot kunnen verwijdering van het item Q23 bij de schaal 'Netwerken' ($\alpha = .741$) en item 19 bij de schaal 'Zelfonthulling' ($\alpha = .768$) zorgen voor een hogere betrouwbaarheid.

4.2.2. Validiteit

De validiteit van de vragenlijst wordt hier volgend zoveel mogelijk bepaald en beschreven. Over de predictive validity kan geen uitspraak worden gedaan omdat geen gegevens van een later tijdstip beschikbaar zijn. Dit geldt hetzelfde voor de concurrent validity, gezien het feit dat er geen criteriumgegevens beschikbaar zijn om de testresultaten mee te vergelijken. Om een hoge content validity te krijgen is bij de operationalisatie van SNS gebruik gemaakt van zoveel mogelijk literatuur die activiteiten op SNS beschreven. Door de informatie uit de literatuur samen te bundelen is geprobeerd een geheel van mogelijke situaties te schetsen. Wel is tijdens de operationalisatie gebleken dat er erg veel verschillende acties te verrichten zijn op SNS, aanzienlijk meer dan er in de vragenlijst gebruikt zijn. Bij de bepaling van de construct validity heeft de operationalisatie ook een rol gespeeld. Door het categoriseren van alle informatie uit de geraadpleegde literatuur is geprobeerd het begrip SNS zo volledig mogelijk in te dekken.

5. Conclusie

In dit onderzoek is op basis van literatuur een vragenlijst ontwikkeld en is gekeken naar hoe deze vragenlijst werd geëvalueerd door zowel kwalitatieve als kwantitatieve methoden. In dit hoofdstuk zal eerst antwoord worden gegeven op de deelvragen, waarna deze worden gekoppeld aan elkaar en daarmee de onderzoeksvraag wordt beantwoord. Deelvraag één is zoals eerder beschreven al beantwoord in het theoretisch kader. Op basis hiervan is de vragenlijst ontwikkeld (zie bijlage 3). De uitkomst van het onderzoek naar de kwaliteit van deze vragenlijst is in de andere twee deelvragen beschreven.

Uit de kwalitatieve resultaten (deelvraag twee) is gebleken dat er een viertal 'moeilijkheidspunten' in de vragenlijst aanwezig waren, die de betrouwbaarheid en validiteit negatief kunnen beïnvloeden. Als eerste punt worden moeilijkheden met betrekking tot interpretatie beschreven. Er kwam duidelijk naar voren dat er een aantal begrippen, termen of woorden in zaten die door verschillende respondenten anders geïnterpreteerd werden. De belangrijkste zijn hier als volgt beschreven. Met name het begrip 'SNS' en wat mensen eronder verstaan bleek erg wisselvallig geïnterpreteerd te kunnen worden. Het is voor de respondenten dus niet duidelijk wat er in de vragenlijst precies bedoeld wordt met SNS. Dit had als gevolg dat de berichtenapp 'Whatsapp' vaak werd genoemd, terwijl dit niet valt onder SNS. Ook andere begrippen vanuit SNS, zoals 'vrienden/volgers' en 'nieuws feed' werden verschillend geïnterpreteerd of überhaupt niet begrepen. Daarnaast bleek ook dat algemene woorden zoals 'mening' en 'persoonlijke berichten' in de context van SNS op meerdere manieren kon worden ingevuld door respondenten, vanwege de vele communicatie mogelijkheden die SNS bieden. Eén van de regels van itemformulering (zie H.2.2.1.), namelijk 'zorg voor eenduidige interpretatie' is hiermee dus voor een aantal items niet behaald. Dit heeft hoogstwaarschijnlijk een negatieve invloed gehad op de betrouwbaarheid en validiteit van de vragenlijst. Het tweede punt wat vanuit de interviews naar voren is gekomen, is het onderscheid tussen openbaar en privé contact op SNS. Dit kwam uitsluitend ter sprake bij drie items (Q14, Q19 & Q24) van de schaal 'Zelfonthulling'. Gebleken is dat er dus tweedelig antwoord gegeven kan worden op deze items, namelijk onthulling in het openbaar op SNS of onthulling in privé contact op SNS. Precies zo'n zelfde onderscheid is naar voren gekomen bij item Q17 en Q27, waarbij gebruik is gemaakt van de woorden 'iemand' en 'anderen'. Uit de interviews kan naar voren dat deze woorden betrekking kunnen hebben op naasten of mensen die daarbuiten vallen. Hierdoor kan er ook bij deze vragen tweedelig antwoord worden gegeven, wat een negatieve invloed kan hebben op de betrouwbaarheid. Beide onderwerpen laten zien dat de communicatieve aspecten van SNS veel dieper gaan dan in het conceptueel model over SNS weergegeven in het theoretisch kader. Het laatste onderwerp betreft het door de respondenten veel genoemde 'liken' ofwel: 'duim omhoog' bij meerdere items (Q10, Q11, Q24 & Q25). Gebleken is dat bij dit specifieke kenmerk van Facebook verschillend invulling wordt gegeven. Gezien de verschillende interpretaties van het 'liken' van de respondenten, blijft onduidelijk waar het 'liken' precies betrekking op heeft. Dit kan van negatieve invloed zijn op de betrouwbaarheid en ook de validiteit. Naast deze vier onderwerpen, is gebleken dat de rest van de items

kleine of geen moeilijkheden bevatten, waardoor deze waarschijnlijk op een positieve manier hebben bijgedragen aan de betrouwbaarheid.

Met behulp van de data van de steekproef zijn de Cronbach's Alpha's van de schalen berekend. De schalen 'Consumptie', 'Zelfpresentatie' en 'Sent Communication' zijn redelijk betrouwbaar gebleken. Opvallend is dat deze schalen, welke de laagste interne consistentie hebben van alle schalen, ook de schalen zijn waarbij er vanuit de kwalitatieve data problemen met de items naar voren kwamen. Vooral de voorbeelden uit het eerste punt en het tweede punt van kwalitatieve evaluatie komen in deze schalen veelvuldig voor. De schaal 'Consumptie' bevatte namelijk het moeilijk gebleken woord 'nieuws feed' (Q16) en het tweeledig te beantwoorden item Q27. In de schaal 'Zelfpresentatie' werd het woord 'mening' gegeven (Q10), die ook meerduidelijk geïnterpreteerd bleek te worden. Daarnaast kwam in de schaal 'Sent Communication' zowel het woord 'persoonlijke berichten' (Q11) als 'iemand' (Q17) voor. Beide woorden bleken op verschillende manieren ingevuld te kunnen worden. Daarnaast bleek ook dat het verwijderen van item Q10 bij 'Zelfpresentatie' en item Q11 bij 'Sent Communication' leidt tot een hogere betrouwbaarheid van de schalen. Dit wordt dus vanuit de kwalitatieve resultaten ook onderbouwd. Het verbinden van deze kwantitatieve en kwalitatieve resultaten kan wellicht verklaren waarom de Cronbach's Alpha's van deze schalen niet erg hoog zijn. Verbetering van deze items kan dus resulteren in een hogere interne consistentie van de schalen. De resterende schalen 'Received Communication', 'Netwerken' en 'Zelfonthulling' zijn voldoende betrouwbaar gebleken. Ondanks dit is het verstandig om ook bij deze schalen kritisch te blijven kijken en waar mogelijk de items te verbeteren met als doel een hogere interne consistentie in de schaal te bereiken.

Zoals al is beschreven in de methode, is het lastig om een uitspraak te doen over de validiteit van de vragenlijst. Om deze reden kunnen er op basis hiervan dus geen conclusies worden getrokken met betrekking tot de kwaliteit van de vragenlijst. Wel kan worden gesteld dat, gezien de betrouwbaarheid een voorwaarde is voor de validiteit, het optimaliseren van de betrouwbaarheid waarschijnlijk een positieve invloed heeft op de validiteit. Om de werkelijke validiteit van de vragenlijst te kunnen bepalen zal er uitgebreid vervolgonderzoek gedaan moeten worden.

Samenvattend is er gebleken dat er een aantal punten in de vragenlijst bevinden die de betrouwbaarheid en validiteit van de ontwikkelde vragenlijst waarschijnlijk negatief hebben beïnvloed. Dit inzicht is vooral te danken aan het gebruik van de in-depth interviews. Echter is ook de koppeling van de kwalitatieve en de kwantitatieve resultaten van grote waarde geweest voor de interpretatie van alle data nodig voor het grondig evalueren van het meetinstrument. Hierdoor is namelijk ook gebleken dat, ondanks de moeilijkheden die zijn gevonden, er vanuit de theorie een redelijk betrouwbaar meetinstrument is weten te ontwikkelen. Er kan dus geconcludeerd worden dat de ontwikkelde vragenlijst redelijk betrouwbaar is gebleken. Toch is er ook zeker nog ruimte voor verbetering waardoor de kwaliteit van de vragenlijst kan toenemen.

6. Discussie

In de discussie worden beperkingen van het onderzoek besproken en worden er aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek. Uit dit onderzoek is gebleken dat het ontwikkelde meetinstrument naar SNS gebruik van ouderen al redelijk betrouwbaar is geëvalueerd, maar nog wel onderhevig is aan verbeteringen zodat de betrouwbaarheid en validiteit kunnen worden verhoogd.

Er zijn een aantal beperkingen van dit onderzoek. Ten eerste is de steekproef niet aselekt getrokken, omdat hier niet de mogelijkheid toe was. Bij het werven van de respondenten voor de kwantitatieve data zijn zoveel mogelijk nationale organisaties voor ouderen en regionale organisaties uit verschillende plaatsen in het land benaderd om de representativiteit te waarborgen, kanttekening is dat dit wel alleen op Facebook gedaan gezien de onderzoeker zelf over geen andere SNS beschikte. Dit heeft als gevolg gehad dat de vragenlijst dus alleen is verspreid via Facebook en daardoor kunnen de responses van de respondenten onderhevig kan zijn aan bias. Hoewel het voor de evaluatie van de vragenlijst geen zichtbare negatieve gevolgen gehad, kan dit ook niet worden uitgesloten. Daarnaast is bij het werven van de respondenten voor de interviews (langs de deuren, flyer en het aanspreken van mensen in een winkelcentrum) allemaal gedaan in de wijk Tilburg West. Deze selecte werving kan ook een invloed hebben gehad op de resultaten van de kwalitatieve evaluatie.

Ten tweede is er in dit onderzoek veel gewisseld met de leeftijd van de doelgroep. In eerste instantie is gekozen om voor de kwalitatieve steekproef een leeftijdsgrens van 65-plus aan te houden en voor de kwantitatieve steekproef een leeftijdsgrens van 55-plus. Dit is gedaan om voor de kwantitatieve data zoveel mogelijk respondenten aan te trekken, gezien het van belang is voor het evalueren van deze data dat de steekproef zo groot mogelijk is. De leeftijdsgrens van 65-plus is overgenomen vanuit het onderzoek van Aarts et al. (2014), alleen is de leeftijdsgrens van 55-plus niet onderbouwd en daarmee is dit een flinke beperking in het onderzoek. Op advies van de opdrachtgever is toen voorgesteld om de grens te leggen bij de huidige leeftijdsgrens van de Algemene Ouderdomswet (AOW), die stelt dat de AOW leeftijd op dit moment 67 en drie maanden is (Rijksoverheid, 2016), voor zowel de kwalitatieve als de kwantitatieve doelgroep. Op dit moment was echter de dataverzameling al grotendeels uitgevoerd waardoor de leeftijdsgrens dus niet meer aangepast kon worden. Vanwege het niet onderbouwen van de leeftijdsgrens van 55-plus en het willen bereiken van een eenduidige leeftijdsgrens in heel het onderzoek, is er uiteindelijk voor gekozen om alleen de data te gebruiken van de respondenten van 65 jaar en ouder. De rest van de data is dus niet meegenomen in de analyses.

Ten derde is er zowel in de online vragenlijst als in de papieren vragenlijst aan het einde gevraagd aan de respondenten of, wanneer zij verbeterpunten of opmerkingen hadden, zij een email wilde sturen naar het emailadres van de onderzoeker. Uiteindelijk heeft geen één respondent dit gedaan. De opdrachtgever gaf als advies om deze vraag op te nemen in de vragenlijst zelf, echter was op dit punt ook bijna alle dataverzameling al uitgevoerd. Wanneer deze vraag was opgenomen in de vragenlijst in

plaats van dat de respondenten zelf een email moesten sturen, waren er wellicht meer moeilijkheden uit de vragenlijst naar voren gekomen.

Als vierde beperking is het aantal respondenten, zowel voor de kwalitatieve als de kwantitatieve data. Gezien dit onderzoek zowel kwalitatieve als kwantitatieve methoden heeft gebruikt, is het aantal interviews met respondenten vastgezet op het minimum (5) vanwege de beperkingen in tijd. Daarnaast moesten bij de kwantitatieve responses (N = 126) vele reacties worden geschrapt doordat deze respondenten niet voldeden aan de steekproefeigenschappen, namelijk de gestelde leeftijdsgrens van 65-plus. Hierdoor bleven er een stuk minder responses over (N = 71). Wanneer er bij beide methoden meer respondenten waren geworven, waren de resultaten van dit onderzoek wellicht grondiger, uitgebreider en beter onderbouwd geweest. Daarnaast kan het zijn dat door het geringe aantal items in de schalen, de betrouwbaarheid lager is uitgevallen. Wel moet hier met voorzichtigheid mee worden omgegaan, aangezien de respondenten aangaven de vragenlijst lang genoeg te vinden.

De laatste beperking van dit onderzoek benadrukt wat in de inleiding en het theoretisch kader al werd beschreven, namelijk de uiteenlopende soorten SNS en de vele mogelijke activiteiten die hierop verricht kunnen worden. Gezien het feit dat er dus geen model of compleet overzicht bestond over de activiteiten die verricht kunnen worden op SNS, werd vanuit dit onderzoek gewerkt naar de (eerste) ontwikkeling hiervan. Vanwege de vele onderzoeken die worden gedaan over of met behulp van SNS, bleek het erg lastig om deze allemaal te bundelen en analyseren in dienst van de operationalisatie. Daarnaast is bij het raadplegen van de theorie over (activiteit op) SNS niet gekeken naar welke SNS het meest gebruikt worden in Nederland. Een duidelijk overzicht van welke SNS onder andere vallen onder het begrip, mist dan ook in dit onderzoek. Wanneer dit wel was onderzocht, had er bij de vragenlijst een overzicht kunnen worden gegeven, waardoor de verwarring van de respondenten over het begrip 'SNS' wellicht voorkomen had kunnen worden en de betrouwbaarheid hoger had kunnen uitvallen.

Deze laatste beperking vormt de overgang naar de aanbevelingen voor vervolgonderzoek ter verbetering van de vragenlijst. Het verder onderzoeken van het begrip 'activiteit op SNS', met name de vele communicatieve mogelijkheden die worden geboden op deze websites, zou van groot belang kunnen zijn. Door bijvoorbeeld het uitvoeren van onderzoek naar het 'liken', naar het verschil in activiteit op SNS bij één op één contact ten opzichte van openbaar, en naar het verschil in activiteit op SNS in de context van naasten of 'anderen' op SNS, zou het begrip 'activiteit op SNS' in de toekomst beter kunnen worden begrepen. Niet alleen kan dit waardevol zijn voor het inzetten van SNS ter preventie of interventie van eenzaamheid bij ouderen, maar ook zeker voor andere toepassingen binnen de psychologie, pedagogie of geriatrie.

Op basis van de bevindingen uit dit onderzoek zal de vragenlijst aangepast worden, waarna het kan worden gepresenteerd aan de opdrachtgever. Het is wenselijk dat de aangepaste vragenlijst in een vervolgonderzoek opnieuw geëvalueerd wordt, bij voorkeur door middel van het uitvoeren van een factor analyse. Hierdoor kan de vragenlijst nog beter geëvalueerd worden dan dat in dit onderzoek is gedaan.

Tot slot is het belangrijk om te onthouden dat, zoals Snijkers (2002) beschrijft, het niet mogelijk is om de eerste keer alle items perfect te formuleren en het daarom van belang is om een vragenlijst zoveel mogelijk te pre-testen. In het kader van vervolgonderzoek naar deze vragenlijst is het dus van essentieel belang om het meetinstrument te blijven testen, voordat het uiteindelijk voor zijn doel gebruikt wordt.

Literatuurlijst

- Aarts, S., Peek, S. T. M., & Wouters, E. J. M. (2014). The relation between social network site usage and loneliness and mental health in community-dwelling older adults. *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 30, 942-949. doi:10.1002/gps.4241
- Baarda, B. (2009). *Dit is onderzoek! Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen, Nederland: Noordhoff.
- Blažun, H., Saranto, K., & Rissanen, S. (2012). Impact of computer training courses on reduction of loneliness of older people in Finland and Slovenia. *Computers in Human Behavior*, 28, 1202-1212. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.02.004>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Bradburn, N. M., Sudman, S., & Wansink, B. (2004). *Asking questions: The definitive guide to questionnaire design – for market research, political polls, and social and health questionnaires*. San Francisco, CA: Jossey-Bass
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Proceedings of ACM CHI 2010 Conference on Human Factors in Computing Systems*. <http://doi.acm.org/10.1145/1753326.1753613>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016). *Eenzaamheid in Nederland*. Geraadpleegd op: https://www.cbs.nl/-/media/_pdf/2016/38/eenzaamheid-in-nederland.pdf
- Cotten, S. R., Anderson, W. A., & McCullough, B. M. (2013). Impact of internet use on loneliness and contact with others among older adults: Cross-sectional analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 15, 39-51. doi:10.2196/jmir.2306
- Drenth, P. J. D., & Sijtsma, K. (2006). *Testtheorie: Inleiding in de theorie van de psychologische test en zijn toepassingen* (4de ed.). Houten, Nederland: Bohn Stafleu van Loghum
- Facebook. (2016). *Statistics*. Geraadpleegd op <http://newsroom.fb.com/company-info/>
- Farkas, P. A. (2010). Senior Social Platform – An application aimed to reduce the social and digital isolation of seniors. *Proceedings of REAL CORP*. Geraadpleegd op http://www.corp.at/archive/CORP2010_223.pdf

- Fokkema, T., & Knipscheer, K. (2007). Escape loneliness by going digital: A quantitative and qualitative evaluation of a Dutch experiment in using ECT to overcome loneliness among older adults. *Aging & Mental Health*, 11, 496-504. doi:10.1080/13607860701366129
- Fokkema, T., & Steyaert, J. (2005). Achter de geraniums of achter het computerscherm? ICT als middel ter bestrijding van eenzaamheid bij ouderen. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 14(2), 19–29. <http://doi.org/10.18352/jsi.4>
- Hawkley, L. C., & Cacioppo, J. T. (2010). Loneliness matters: A theoretical and empirical review of consequences and mechanisms. *Annals of Behavioral Medicine*, 40, 218-227. doi:10.1007/s12160-010-9210-8
- Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 183-189. doi:10.1089/cyber.2010.0061
- Khosravi, P., Rezvani, A., & Wiewiora, A. (2016). The impact of technology on older adults' social isolation. *Computers in Human Behavior*, 63, _____594-603. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.092>
- Kim, J., & Lee, J. R. (2011). The facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14, 359-364. doi:10.1089/cyber.2010.0374
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? *Proceedings of the international conference on World Wide Web*, 19, 591-600. doi: 10.1145/1772690.1772751
- Ledbetter, A. M., Mazer, J. P., DeGroot, J. M., Meyer, K. R., Mao, Y., & Swafford, B. (2011). Attitudes toward online social connection and self-disclosure as predictors of Facebook communication and relational closeness. *Communication Research*, 38, 27-53. doi:10.1177/0093650210365537
- Lee, G., Lee, J., & Kwon, S. (2011). Use of Social-Networking Sites and subjective well-being: A study in South Korea. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14, 151-155. DOI: 10.1089/cyber.2009.0382

- Lee, K. T., Noh, M. J., & Koo, D. M. (2013) Lonely people are no longer lonely on social networking sites: The mediating role of self-disclosure and social support. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 413-418. doi:10.1089/cyber.2012.0553
- Michels, W. (2013). *Communicatie Handboek*. Geraadpleegd op <http://cb-catalogus.rdcgroup.nl/images/fragments/9789001855628.pdf>
- Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer. (2010). *Senioren op de woningmarkt*. Geraadpleegd op: <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2010/03/01/senioren-op-de-woningmarkt/w1336.pdf>
- Morahan-Martin, J. & Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 19, 659-671. doi:10.1016/S0747-5632(03)00040-2
- Nef, T., Ganea, R. L., Müri, R. M., & Mosimann, U. P. (2013). Social networking sites and older users – a systematic review. *International Psychogeriatrics*, 25, 1041-1053. doi:10.1017/S1041610213000355
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College student's social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 227-239. doi:10.1016/j.appdev.2008.12.010
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to exploring friend-networking sites. *CyberPsychology & Behavior*, 11, 169-174. doi:10.1089/cpb.2007.0056
- Rijksoverheid. (2016). Algemene Ouderdomswet. Geraadpleegd op: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-ouderdomswet-aow/inhoud/aow-leeftijd-berekenen>
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578-586. doi:10.1016/j.chb.2008.12.024
- Sendurur, P., Sendurur, E., & Yilmaz, R. (2015). Examination of the social network sites usage patterns of pre-service teachers. *Computers in Human Behavior*, 51, 188-194. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.052>

- Shi, Y., Luo, Y. L. L., Yang, Z., Liu, Y., & Cai, H. (2014). The development and validation of the Social Network Sites (SNSs) usage questionnaire. In G. Meiselwitz (Red.), *Social Computing and Social Media: 6th International Conference on Social Computing and Social Media* (pp. 113-124). doi:10.1007/978-3-319-07632-4
- Skues, J., Williams, B., & Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, 28, 2414-2419. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.012>
- Snijkers, G. (2002). *Cognitive laboratory experiences: On pre-testing computerised questionnaires and data quality* (Proefschrift). Geraadpleegd op <http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/13401/index.htm;jsessionid=AAB1CE6D6FFBDE44446076D347DAE746?sequence=14>
- Terry, M., Sweeny, K., & Shepperd, J. A. (2007). Self-Presentation. In R. F. Baumeister & K. D. Vohs (Red.), *Encyclopedia of Social Psychology* (pp. 836-838). <http://dx.doi.org/10.4135/9781412956253.n494>
- Thornton, R., & Light, L. L. (2006). Language comprehension and production in normal aging. In J. E. Birren & K. W. Schaie (Red.), *Handbook of the Psychology of Aging* (pp. 261-287). Geraadpleegd op <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B978012101264950015X>
- Tilburg University. (2016). *Interne consistentie - Cronbach's alpha*. Geraadpleegd op <https://www.tilburguniversity.edu/nl/studenten/studie/colleges/spsshelpdesk/eddesk/cronbach.htm>
- Utz, S. (2012). Social network site use among Dutch students: Effects of time and platform. In F. Comunello (Red.), *Networked sociability and individualism: Technology for personal and professional relationship* (pp. 103-125). <http://dx.doi.org/10.1108/14684521311311702>
- Utz, S., Tanis, M., & Vermeulen, I. (2012). It is all about being popular: The effects of need for popularity on social network site use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 37-42. doi:10.1089/cyber.2010.0651
- Van Tilburg, T.G., & de Jong-Gierveld, J. (2007). *Zicht op eenzaamheid: Achtergronden, oorzaken en aanpak*. Assen, Nederland: Van Gorcum.
- Zantinge, E. M., van der Wilk, E. A., van Wieren, S., & Schoemaker, C. G. (2011). *Gezond ouder worden in Nederland* (Nr. 270462001). Geraadpleegd op Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu website: <http://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/270462001.pdf>

Bijlagen

Bijlage 1. Vuistregels itemformulering

Bijlage A

Vuistregels voor het formuleren van vragen

M. A. L. M. van Assen & L. A. van der Ark

Let op: Vuistregels zijn praktische tips. In sommige gevallen kan het beter zijn om van deze vuistregels af te wijken. Mogelijk zijn er betere voorbeelden te bedenken dan de weergegeven voorbeelden.

- **Gebruik eenvoudige woorden.** Gebruik alleen woorden die voor iedereen te begrijpen zijn. Dit betekent ondermeer dat je geen vaktermen of jargon in de vragen mag gebruiken. Vaktermen of jargon mogen alleen worden gebruikt wanneer zogenaamde specialisten de vragenlijst invullen. Niet zo:

Als een employee slecht presteert hoeft diens bezoldiging geen monotoon stijgende functie te zijn van de anciënniteit.

Maar zo:

Werknemers die slecht presteren mogen salarisvermindering krijgen.

- **Zorg voor eenduidige interpretatie.** Zorg ervoor dat de vragen en woorden slechts voor één interpretatie vatbaar zijn. Niet zo:

Markeer het best passende antwoord.
Ons team heeft een doel waarin de visie, de opdracht en de waarden van het team duidelijk zichtbaar zijn.
Helemaal ○ ○ ○ ○ Helemaal niet

Bron: Werken aan team kwaliteit vragenlijst
<http://www2.vlaanderen.be/personeelsbeleid/feedback2001/bijlagen/TEKWA-vragenlijst.doc>

Maar zo: Tja, moeilijk geval: waarschijnlijk zijn meerdere vragen beter, afhankelijk van de doelstelling; bijvoorbeeld:

Markeer het best passende antwoord.

Als teamlid weet ik altijd wat mijn opdrachten zijn.

Helemaal ☐ ☐ ☐ ☐ Helemaal niet

Ik weet wat de andere teamleden op dit moment aan het doen zijn.

Helemaal ☐ ☐ ☐ ☐ Helemaal niet

Opdrachtgevers zijn tevreden over de oplossing die ons team levert.

Helemaal ☐ ☐ ☐ ☐ Helemaal niet

- **Wees concreet.** Vraag precies wat je wilt weten. Dit houdt in dat je in de vraag bij voorkeur verwijst naar een specifieke plaats en tijd. Ook houdt het in dat je, indien mogelijk, vraagt naar aantallen, tijdstippen of data van bijvoorbeeld gedragingen.

Niet zo:

Omcirkel het juiste antwoord.

Houd je van fruit?

Ja Nee

Bron: H.C.M. Vorst, Amsterdam

Maar zo:

Omcirkel het juiste antwoord.

Heb je gisteren een appel gegeten?

Ja Nee

Bron: H.C.M. Vorst, Amsterdam

- **Vermijd vage woorden.** Vermijd woorden als *vaak*, *regelmatig*, en *soms*. Dit zijn woorden die door verschillende personen op verschillende manieren kunnen worden geïnterpreteerd. Deze vuistregel kan niet altijd worden vermeden zonder onnatuurlijke vragen te creëren.

Niet zo:

Maak het rondje zwart dat het best bij uw situatie past.

Ik ben vaak bereid zeer lang aan één project te werken.

Niet op mij van toepassing

Op mij van toepassing

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Bron: Nederlandstalige PRF, Item meet 'volharding'

Maar zo:

Maak het rondje zwart dat het best bij uw situatie past.

Ik ben bereid om een maand lang dagelijks voor een tentamen te leren.

Niet op mij van toepassing

Op mij van toepassing



Let op: De vraag is nu erg specifiek geworden en is buiten de studentenpopulatie wellicht niet meer goed toepasbaar.

- **Vermijd dubbele vragen.** Het is strikt 'verboden' een vraag te stellen die eigenlijk twee vragen bevat. Deze regel kan ook worden vertaald als: stel geen 'en' of 'of' vragen. De 'en' en de 'of' geven aan dat je vraag twee condities in plaats van één conditie bevat.

Niet zo:

In hoeverre past de volgende stelling bij u?

De zaak en de klanten staan voorop. Toch geef ik de medewerkers de nodige persoonlijke aandacht.

Past goed Past deels Past niet

Bron: Leiderschapsvragenlijst

<http://www.goc.nl/epm-8.5-leidinggeven-vragenlijst.asp>

Maar zo:

In hoeverre past de volgende stelling bij u?

Ik geef mijn medewerkers de nodige persoonlijke aandacht.

Past goed Past deels Past niet

- **Stel korte vragen.** Overschat de persoon die de vragenlijst moet invullen niet. Een vraag die bestaat uit één niet te lange zin is al moeilijk genoeg. Het is natuurlijk ook veel beter twee korte vragen te stellen in plaats van één lange dubbele vraag (zie ook item hierboven). Als het moeilijk lijkt een korte vraag te stellen, probeer dan een verhelderende inleiding te geven voordat je de vraag stelt. De inleiding stelt je dan in staat een korte vraag te stellen.

Niet zo:

Markeer het antwoord dat het meest op u van toepassing is.

Indien u op school beschikt over een eigen of gedeelde pc en deze zelden of nooit gebruikt, wat is daarvan dan de reden?

- ☐ Geen tijd
- ☐ Geen belangstelling
- ☐ Geen/onvoldoende vaardigheid
- ☐ Falende apparatuur
- ☐ Anders

Bron: Enquête gebruik computer/internet/e-mail in het landbouwonderwijs

<http://www.groenonderwijs.nl/projecten/enquete/enquete.doc>

Maar zo:

Beantwoord de volgende vraag alleen als u op school wel over een eigen of gedeelde pc beschikt maar deze zelden of nooit gebruikt. Als u niet de beschikking heeft over een pc op school kunt u deze vraag overslaan. Als u wel een beschikbare pc op school heeft en deze regelmatig gebruikt dan kunt u deze vraag eveneens overslaan.

Markeer het antwoord dat het meest op u van toepassing is.

Waarom gebruikt u de pc op school zelden of nooit?

- ☐ Geen tijd
- ☐ Geen belangstelling
- ☐ Geen/onvoldoende vaardigheid
- ☐ Falende apparatuur
- ☐ Anders

- **Vermijd ontkenningen en dubbele ontkenningen.** Gebruik geen ontkenningen in de vraag. Dus formuleer de vraag zodanig dat de woorden *niet*, *geen*, *niemand*, *niets*, *nee*, *nooit* enzovoort niet in de vraag voorkomen.

Niet zo:

Omcirkel het best passende antwoord.

Of je een jongen of een meisje bent maakt op onze school niet uit.

Ja Soms Nee

Bron: Yeti's Vreselijke Vragenlijst

<http://www.klasse.be/archieven/archieven.taf?actie=detail&nr=9862>

Maar zo:

Omcirkel het best passende antwoord.

Jongens en meisjes worden op onze school op dezelfde manier behandeld.

Ja Soms Nee

- **Vermijd suggestieve vragen.** Maak geen (impliciete of expliciete) veronderstelling over het juiste gedrag van de respondent.

Niet zo:

Omcirkel het antwoord dat het meest op u van toepassing is.

Heeft u 's avonds ook dat bekende mensa-honger-gevoel?

Ja Nee

Bron: Enquete over de Amsterdamse mensa uit de jaren 60

Maar zo:

Omcirkel het antwoord dat het meest op u van toepassing is.

Ik vind de porties die de mensa serveert te klein.

Ja Nee

- **Veronderstel geen voorkennis.** Ga er niet zonder meer van uit dat de respondent veel weet over het onderwerp waarnaar of waarover je vraagt.

Niet zo:

Markeer het antwoord dat het meest op u van toepassing is.

Deze cursus zat inhoudelijk goed in elkaar.

Helemaal mee oneens ☐ ☐ ☐ ☐ Helemaal mee eens

Bron: Vraag uit de studenten-cursusevaluatie UvT

Deze vraag wordt studenten na afloop bij de cursus-evaluatie gesteld. De meeste studenten zien de materie voor het eerst en kunnen niet als een expert beoordelen of bepaalde onderdelen wel of niet tot de cursus zouden moeten behoren. Bovenstaande vraag zou in deze situatie helemaal niet gesteld moeten worden.

- **Schrijf afkortingen voluit.** Veronderstel niet dat alle respondenten de betekenis van de meeste afkortingen kennen. Gebruik daarom geen afkortingen. Als er een afkorting is die heel vaak voorkomt in je vragenlijst dan mag je eventueel wel de afkorting gebruiken, maar zorg er dan voor dat op elke pagina in ieder geval één keer de afkorting voluit wordt geschreven.

Niet zo:

Worden oude besturingssystemen c.q. programma's bewaard (t.b.v. het raadplegen van oude bestanden)?

Ja Nee

Bron: Vragenlijst huisvesting en bescherming van bibliotheekmaterialen

<http://www.let.uu.nl/okbn/activiteiten/werkgroepen/calamiteitenplanning/vragenlijst.htm>

Maar zo:

Bewaart u oude besturingssystemen en programma's ten behoeve van het raadplegen van oude bestanden?

Ja Nee

De afkorting 'c.q.' is ook voluit geschreven voor veel mensen een onbekende term. Ook de vragenstellers hebben de afkorting verkeerd gebruikt. 'Casu quo' betekent letterlijk 'in welk geval' maar wordt gebruikt om te zeggen 'als dat geval zich voordoet'. In sommige gevallen kan het informatiever zijn (maar dat heeft niets met afkortingen te maken) om gewoon te vragen naar de bewaarde programma's:

Noem alle oude besturingssystemen en programma's die u heeft bewaard om oude bestanden te raadplegen.

- **Maak indien mogelijk evenveel indicatieve als contra-indicatieve vragen.** Bij indicatieve vragen is de verwachting dat een hogere item score indicatief is voor een hogere score op het te meten construct. Bij contra-indicatieve vragen is een hogere item score indicatief voor een lagere score op het te meten construct. Bij de volgende scoringsregel: "mee oneens = 0; mee eens = 1" is het item

Ik zeg meestal het eerste wat mij te binnen schiet.

Mee oneens ○ ○ Mee eens

Bron: Nederlandstalige PRF. Schaal meet 'impulsiviteit'

indicatief voor de persoonlijkheidstrekk 'impulsiviteit' en is het item

Ik handel meestal met overleg.

Mee oneens ○ ○ Mee eens

Bron: Nederlandstalige PRF. Schaal meet 'impulsiviteit'

contra-indicatief voor de persoonlijkheidstrekk 'impulsiviteit'. De reden om zowel indicatieve als contra-indicatieve items in een schaal op te nemen dat respondenten verschillen in de mate waarin ze over het algemeen instemmen met vragen (ja-zeggers en nee-zeggers).

- **Maak geen gebruik van het woord *niet* om vragen contra-indicatief te maken.** Uit onderzoek blijkt dat vragen die contra-indicatief zijn gemaakt door het woordje 'niet' minder van kwaliteit zijn dan vragen die zonder 'niet' contra-indicatief zijn gemaakt.
Niet zo:

Omcirkel het antwoord dat het meest op u van toepassing is.

Ik ga niet diep op zaken in.

++ + +- - --

Bron: Nederlandstalige test voor inzicht en plezier

<http://www.123test.nl/index.php?c=t/mt/>

Maar zo:

Omcirkel het antwoord dat het meest op u van toepassing is.

Ik behandel zaken oppervlakkig.

++ + +- - --

Let op: het woord *zaken* is vaag (Dit is ongerelateerd aan het gebruik van het woordje *niet*). Het is beter om naar concrete onderwerpen te vragen.

Bijlage 2. In-depth interview

As for analysing the information, the observation notes are used. On the basis of these notes, the observer and the moderator categorise the information per topic. Preferably, this is done immediately after each focus group. The discussions are audio or video taped as well, as backup for the observer, but also for a more detailed analysis. To analyse the tapes, a matrix is used: the rows represent the topics and the columns the participants. In the cells the comments are transcribed. Also, the tapes may be fully transcribed. However, since this kind of analysis is very laborious and time consuming, reports mostly are based on the observer's notes only. A drawback of only using these notes is that the report may be somewhat subjective.

Focus groups, conducted and analysed in this way, may be used in a more exploratory way in step 1, to gather background information on the survey, but also in a more evaluative way in steps 2 to 5. For instance in pre-testing a questionnaire (in step 2), firstly respondents are invited to complete a self-administered or an interviewer-administered questionnaire, and then have the questionnaire discussed in a focus group. In case of an interviewer-administered questionnaire, a parallel focus group with interviewers could be conducted. (In this situation, information on the question-and-answer process may also be gathered by observations/behavioural coding during the questionnaire administration; see subsection 4.2.4.) In steps 3 to 5, this method may also be applied for respondent and interviewer debriefing (Campanelli, Martin & Rothgeb, 1991; DeMaio & Rothgeb, 1996).

Focus groups are a useful method to quickly get a wide variety of information on issues to be investigated and get new ideas, suggestions, and recommendations. Within a short period of time a lot of respondents are heard. Also, reactions between different groups (in the target population) may be compared. However, it is not possible to research the question-and-answer process in detail. For a detailed evaluation of questions (discussing individual attitudes, issues, wording), in-depth interviews (see the next subsection) are more useful. Therefore, we feel that focus groups used in combination with in-depth interviews increase the value of both methods. Sudman et al. (1996) and Campanelli (1997), in accordance with Fowler & Roman (1992), come to the same conclusion: focus groups and cognitive interviews are complementary, with focus groups being more efficient at identifying definitional problems and in-depth interviews being better at evaluating specific question wording.

4.2.3. *In-depth interviews*

In the literature a lot of terms are used for in-depth interviews: cognitive interviews (Presser & Blair, 1994; Fowler & Roman, 1992; Campanelli, 1997), concurrent and retrospective protocols (Groves, 1996), expanded interviews (Forsyth & Lessler, 1991), in-depth interviews (Gower, 1991), intensive individual interviews (Belson, 1981; Fowler, 1992, 1995), intensive one-on-one interview (Campanelli, Martin & Rothgeb, 1991), think-aloud interviews (Forsyth & Lessler, 1991; DeMaio & Rothgeb, 1996), think alouds (Sudman et al., 1996). Here we refer to an in-depth

interview as an open interview in which a (self- or interviewer-administered) questionnaire is tested in a laboratory setting with one respondent and an interviewer, in which several techniques are used to provide an in-depth investigation of the question-and-answer process. One of these techniques is thinking aloud in combination with follow-up probes; other techniques that will be discussed here are meaning-oriented probing, paraphrasing, targeted test questions and vignettes.

Like all methods discussed in this chapter, the purpose of in-depth interviews is to get information on difficulties in the questionnaire, in order to improve it. At the Questionnaire Laboratory of Statistics Netherlands in-depth interviews have been used to identify difficulties in question comprehension, perceptions of response tasks, memory recall strategies, interpretations of question reference periods, difficulties in selecting a response, and reactions to sensitive questions (see also table 4.6). This method is generally used in cognitive laboratories and has proven to be useful in identifying these difficulties, as is also concluded by Campanelli (1997) in her review.

To get started with in-depth interviews about the same preparations have to be taken as with focus groups (see subsection 4.2.2):

- *Interviewing room.* An interviewing room has to be organised with a table, making a 90° arrangement possible. The respondent and the interviewer should not sit opposite to each other, to make it possible for the respondent to look away while thinking. The room should have a one-way mirror or a video system for making observations possible, e.g. by an observer, other researchers or customers, but without potential distraction.
- *Number of interviews and recruiting respondents.* The number of interviews (5 to 50) has to be chosen, depending on the wishes of the customer and time constraints. Then, volunteering respondents with background characteristics that resemble the target population have to be recruited. Recruitment of respondents can be done in several ways: by asking colleagues and respondents who had been invited before, whether they know relatives, friends, neighbours, etc., who will be willing to participate in interviews; by making a call in the internal newspaper and in regional home-to-home papers for voluntary respondents; by addressing clubs; etc. These respondents are registered in a data base, with their name, address, etc. including information on availability, and times of participation. To make sure that they will not become 'professional respondents', they are invited three times at the most, but preferably not more than twice. Also some background variables, like gender, date of birth, education level, occupation, are included in the data base, in order to select respondents with specific characteristics. Respondents to participate in in-depth interviews (or focus groups), then, are selected from this data base. After selection, they have to be invited, saying where and when they will be expected. To thank respondents for their willingness to participate, an incentive is offered to them.
- *Interviewing protocol.* A team of researchers design the (pre-)test protocol on the basis of step 1 (table 4.1), or the monitoring of standardised interviews in other steps, in which potential problems with questions have been formulated. For each question that has to be tested, the protocol describes how the question-and-answer process will be investigated. The questionnaire

and the laboratory techniques are integrated into one (pre-) test protocol (Snijkers, 1997; chapter 5). Usually, the questionnaire is too long to (pre-)test all questions, so a selection of 30 to 60 questions has to be made, with in-depth interviews lasting 1½ hours at the most. The number of questions that can be tested depends on the techniques that are being used. E.g., thinking aloud is a very time consuming technique. So, when a lot of thinking aloud is done, the maximum number of questions is limited to say 30. After the protocol has been designed, it has to be tested. The protocol is tested within the team (being both interviewers and respondents) and other colleagues as respondents, to find out whether the protocol works as intended and to train the interviewers in getting to know and using the protocol. During this testing stage the protocol may be improved.

- *Interviewer and observer.* A team of researchers from the Questionnaire Laboratory takes care of all preparations. They also conduct and observe the in-depth interviews. The observer is not present in the interviewing room, but makes notes of the interview from behind a one-way mirror or on a video screen. The interviews are recorded on audio tape and sometimes on video tape.

After the preparations have been completed, the in-depth interviews can be conducted (Campanelli, 1993; SCPR, 1995; Snijkers, 1999; Molen et al., 1995):

1. *Arrival.* After the respondent has arrived, introduce yourself, as the interviewer, and have the respondent seated where you would like him to sit. Make the respondent feel at ease; show interest and respect. The respondent is eager to know what it is all about and what is going to happen. Show the respondent where to sit.
2. *Introduction.* Then, the interviewer starts the actual interview with an introduction:
 - Introduce yourself once again as interviewer and tell what your role is.
 - Introduce the study, say who it is for and why it is being done.
 - Stress confidentiality and explain how information is used.
 - Say that the interview is tape (or video) recorded, for reasons of analyses afterwards. Do this quickly and efficiently. Agreement to record must be obtained, but don't make a whole discussion out of it. Usually, people forget the microphone after the interview has started.
 - Say what is expected of the respondent and give instructions on what he has to do. This depends on the technique that is applied during the in-depth interview. It's not a test of the respondent but of the questionnaire.
3. *Starting the interview.* After all formalities have been taken care of, the actual interview is about to start:
 - Start the interview by asking a few example questions that are not used for analysis. In this way the interview is started in a non-threatening way.
 - Interviewer and respondent roles are established through conduct of these questions. These questions are used for a natural warm-up.
 - Do not pursue complicated or sensitive issues too early in the interview.

4. *During the interview.* One could say that at this point, like in focus groups, the performing stage has been reached. During this stage the interviewer plays an essential role (see table 4.8 for interviewing skills):

- Stimulate the respondent:
 - Probe the answers until you are sure that the respondent has replied to the question as fully as possible. Probe long and deeply enough to the information you want. Use neutral, non-directive, follow-up probes (see table 4.7).
 - But, give the respondent time to reply. Do not try to fill in a silence with another question.
 - At the same time, pace the interview in the interest of both the respondent and the interviewer.
- Make sure that all issues are covered:
 - Use the pre-test protocol (Snijkers, 1997; chapter 5).
 - Make a (mental) note of answers or issues that you will need to return to.
 - Watch the time.
- Do not come to the front as an interviewer: step aside as a person. It is important that all information comes from the respondent: It is not your opinion as an interviewer that is of interest, but the opinion of the respondent. See table 4.8 for a list of the interviewing skills.

5. *Ending the interview:*

- Try to end the interview on a positive and completed note. Do not leave issues open:
 - Evaluate: "What do you think of this interview?"
 - "What should we do next?"
 - "Do you have any suggestions?"
 - "Is anything left unmentioned?"
- Do not end the interview abruptly:
 - Give the respondent time to 'come out' of the interview before leaving.
 - Explain again how the information will be used and re-affirm confidentiality.
 - At the end of the interview thank the respondent for his contribution to the research and offer the incentive.

As for analysing the interviews, the audio tapes are used. When time is short however, the notes of the observers are used, with the tapes as backup. Preferably, immediately after each interview, the interviewer and observer discuss the notes and come to conclusions on the interview. When there is more time, or the client wants a detailed report, the tapes are analysed using the codes in table 4.6 or the form in figure 4.1 (Snijkers et al., 1994). The tapes are not transcribed as a whole, because that would take too much time. Sometimes the interviews are also videotape recorded. This is done to make a compilation of respondent reactions to be shown to the customer, in addition to a report.

The form in figure 4.1 combines several techniques for analysing the tapes: transcripts, expert appraisal (see table 4.5), and observations/behavioural coding (see subsection 4.2.4, table 4.11).

Figure 4.1. Analysis form for in-depth interviews

Respondent number : <number>		Analysis scheme QLAB: <survey>
Interviewer : <name>		
Coder : <name>		
Qlab technique : o thinking aloud	o test question	o <other technique>
<Question text>		
REMARKS FROM RESPONDENT		
Answer: o R expresses doubts between categories o answer doesn't fit in list of categories o R changes answer o R doesn't know / never thought about / refuses		
o calculated o estimated o guessed		Remarks from respondent on confidence in own answer: ...
Task: o easy o so - so / not too difficult o difficult		
Respondent evaluation of question: o R says to have no problem with Q o R requests for repetition of Q o R requests spontaneously for clarification of Q => o R interrupts question reading =>		
Respondent has problems with		
Comprehension of question: o Difficult wording => o Unclear wording => o Difficult syntax => o Long question, list of items o Double-barrelled questions o Double-negative questions o Question/answer mismatch o Reference set change => o Response task => o ...	Information processing o Retrieval task => o Long period of recall o Much information needed to answer question o Proxy reporting o Judgement task => o Difficult task (complex calculation, estimation) => o Social desirability o ...	Reporting o Difficult wording in answering categories => o Unclear wording => o Boundary problems => o Overlapping categories => o Missing categories => o ...
CODER INTERPRETATION OF RESPONSE		
o immediate answer o (long) silence after question reading o breaks of silence while answering o doubt between categories o doesn't know / never thought about / refusal o ...		

For every interview and for every question a form is filled out by at least 2 researchers/interviewers from the team. The interviews are analysed by more than 1 researcher in order to get intersubjective interpretations of the question-and-answer process. Typically, an interviewer analyses his own interviews. The appropriate codes are ticked and relevant comments of the

respondent are transcribed. Also, the researcher may give his interpretation of what is going on. Then, after all questions in all interviews have been analysed, the results are summarised and combined into an overall form for every question. If necessary, e.g. in case of discrepancies in interpretations, the researchers discuss what is going on and come to a final interpretation. Those summary forms are the basis for a report.

As mentioned before, several techniques can be used within in-depth interviews. A technique that is generally applied is *thinking aloud*. With this technique the respondent is asked to report his thoughts while answering a survey question (Snijkers, 1997; chapter 5). This may be done concurrently or retrospectively. Concurrently thinking aloud (Forsyth & Lessler, 1991; DeMaio & Rothgeb, 1996) means that the respondent is prompted to think aloud while answering a question. At the beginning of the interview respondents are instructed to think aloud (using a few warm-up questions), and are stimulated by the interviewer during the interview to keep talking by the use of neutral, non-directive, *follow-up probes* (see table 4.7; Snijkers, 1997; chapter 5). Mostly, respondents need to be prompted, but sometimes respondents keep talking by themselves. With retrospective think alouds (as used by Belson, 1981; and described by Forsyth and Lessler, 1991) a standardised interview is conducted, followed by an in-depth interview in which the respondent is asked to tell his thoughts while the question had been answered. To help the respondent recall his thoughts, a video tape of the interview may be reviewed during the think-aloud session.

Sudman et al. (1996) describe another way of applying retrospective think alouds. They have respondents first answer a question and then immediately afterwards probe into the question-and-answer process. According to them "it is unrealistic to assume that respondents can remember how they retrieved information for one question after proceeding with additional questions." (p. 35) This is a major drawback of the retrospective method as used by Belson (1981). As for concurrent think alouds, Sudman et al. state that respondents firstly should report their thoughts and then answer the question. However, the distinction between concurrent and retrospective think alouds as proposed by Sudman et al. is quite theoretical. In practice, we see that the ordering of answering a question and thinking aloud differs among respondents. As Sudman et al. (1996) put it (p. 34): "Some respondents, usually those with higher levels of education and greater verbal facility, find concurrently thinking aloud an easy and interesting process and give rich protocols. Others, however, need prompting, turning what is intended to be a concurrent think aloud into a retrospective think aloud. That is, some respondents answer the question very quickly but do not report their thought process. (...) It should be noted that some respondents who provide unprompted verbal protocols do so after answering the question, thus muddying the distinction between concurrent and retrospective think alouds."

At Statistics Netherlands we have chosen to apply concurrent think alouds (Snijkers et al., 1994), following the guidelines for organising and conducting in-depth interviews as described above. According to us, this technique allows the respondent to react spontaneously, making the interview appear like an ordinary conversation. By most respondents this method is easily

understood, although for less-educated respondents reporting of their thoughts might be a tough job. Furthermore, concurrently thinking aloud does not lean heavily on the memory of the respondent and is easier to organise (no extra equipment like video screens are needed and the respondent is less long occupied), as is the case with retrospective think alouds. A drawback of concurrent think alouds is that it breaks up the flow of the standardised interview: the pace of the interview slows down and the question-and-answer process may be disturbed. This means that the respondent might react differently to a question in a standardised interview than in a concurrent think-aloud session.

Thinking aloud is a general technique in which all aspects of the question-and-answer process may be addressed. This technique is not directed on specific aspects of the process, and results in a lot of information. This technique is time-consuming, and may not be very efficient. When the respondent is talking, information may be gathered that is not of direct interest to the researcher. Particular aspects of the question or the question-and-answer process may be focused on by targeted techniques.

One of these techniques is *meaning-oriented probing* (see table 4.7; Gerber & Wellens, 1997; Snijkers, 1995a, 1995b, 1997; chapters 5, 6 and 7). This probe is used to investigate how the respondent interprets a word or a term in a question, e.g. by asking: "What do you understand by 'net income' in this question?" This technique focuses on question comprehension. It is very frequently used, without or within thinking aloud, and results in very useful information. In combination with thinking aloud, it may happen that the respondent already has given his view on a term, which makes this probe unnecessary to be asked.

Another targeted technique that is directed on question comprehension is *paraphrasing* (Lessler & Forsyth, 1991; DeMaio & Rothgeb, 1996). In paraphrasing, the respondent is requested to repeat the question in his own words. This technique is used to determine whether respondents understand a question as intended, as with meaning-oriented probing, but also whether the response task is interpreted correctly. Paraphrasing could be used to find out how respondents memorise the question, what words are difficult to them (e.g. jargon) and which are not, and to get suggestions for rewording the question in the words of the respondent. However, this task appeared to be very difficult for respondents (Snijkers et al., 1994). First of all, it is not easy to make clear to respondents what their task is, i.e. what they have to do. When the respondent was asked how he would state the question to his mother or neighbour, the task became clear. However, they still did not understand why they had to do this. Secondly, once the task was clear, respondents had difficulties in finding other words on the spot. They replied that they would not state the question differently. This makes this technique not very informative. As a result this technique has not been used very frequently.

A technique for investigating particular aspects of a question is the *targeted test question*, *evaluation question*, or *elaboration probe*. In the questionnaire focused questions are embedded in

order to investigate how e.g. a specific question is interpreted or how an answer is obtained. Also, a question may be rephrased at the end of a questionnaire, to get additional information on the original question. For instance, when one wants to probe into the number of rooms in a house, an elaboration probe: "Did you include the kitchen, the bathroom and/or the cellar in the number of rooms?" could be asked (Snijkers, 1995a; Snijkers et al., 1999; chapters 6 and 8). In combination with *follow-up probes*, this technique results in additional and detailed information on the issues of interest. However, this technique can only be applied to a few questions without unduly lengthening the interview. Furthermore, like with think alouds, the use of targeted test questions and follow-up probes within the interview may slow down the interview and influence responses to subsequent questions. Targeted questions at the end of the questionnaire do not have the latter disadvantage. Apart from its use in in-depth interviews, this technique may also be used in field interviews (in steps 3 to 5, table 4.1), using closed questions to monitor the quality of survey questions.

The last targeted technique to be used within an in-depth interview described here, is classification of *vignettes* (Forsyth & Lessler, 1991; DeMaio & Rothgeb, 1996). Vignettes are short descriptions of situations. Respondents are asked to select category labels that best describe that situation according to their interpretation of the concept. For example, a respondent may be given a vignette on vocational training ('Robert is studying for aircraft constructor. He went to Fokker last year for a 6-months apprenticeship.'; Snijkers, 1995b; chapter 7), and is expected to tell whether that situation should be categorised as vocational training, training or something else. Preferably, this technique is applied at the end of an interview, not to interfere with the survey questions. The goal of this technique is to determine how respondents interpret the topics of interest, i.e. to investigate where respondent's definitions differ from not-given, official definitions. With this technique the concepts of interest are defined from the viewpoint of the respondents. Thus, like with 'vocational training', vignettes indicate what activities may be underreported. This technique may also be used in field interviews or in re-interviews (in steps 3 and 4, table 4.1; Campanelli, Martin & Rothgeb, 1991; DeMaio & Rothgeb, 1996), after a categorical system of interpretations has been developed in step 2. We feel however, that this technique is not very informative on the question-and-answer process. The information gathered is quantitative in nature. With vignettes we know that respondents interpret situations differently, but we don't know why. Vignettes in combination with meaning-oriented and follow-up probes are a better way to get information on comprehension.

As said before, in-depth interviews are used very frequently in cognitive laboratories to pre-test questionnaires (in step 2). Our experience, in accordance with Groves (1996) and Campanelli (1997), is that this method offers a way to investigate all aspects of the question-and-answer process in detail, resulting in a lot of information, depending on the technique(s) used. Not only problems with questions are detected, but also ideas about how to improve the questions are obtained. Within one pre-test program, the questions may be changed accordingly, in order to test the rephrased questions in the next in-depth interviews. However, this method is laborious and time

consuming. And sometimes even too much information is gathered, information that is not of direct interest. This holds especially for thinking aloud in combination with follow-up probing. Less laborious and time consuming are in-depth interviews using only meaning-oriented probes. When information has to be gathered quickly, the focus group may be the better method.

Another limitation of this method, as well as the focus group method, is that the sample size is quite small, therefore resulting in unrepresentative conclusions (Fowler & Cannell, 1996). Also, the fact that these methods are conducted in laboratory conditions may be seen as a drawback. Thus, the resulting information of in-depth interviews is qualitative in nature. This makes it hard to convince customers (statisticians) of the usefulness of these methods. Our experience however, is that showing video tapes of respondents trying to answer a difficult question to customers is quite convincing. A quantitative method for monitoring questionnaires, that may be used in combination with focus groups and in-depth interviews, is behavioural coding.

4.2.4. Observations of interviewer and respondent behaviour

The last method that will be described here is behavioural or reaction coding. With this method observers code the behaviour or reactions of the interviewer and the respondent during a standardised survey interview, i.e. code the question-and-answer process. Coders (interviewers, experts, and researchers) observe the interview from behind a one-way mirror or watch a video screen, and systematically code the behaviour of the interviewer and the respondent. Apart from these systematic observations that will be described in this subsection, we have already mentioned unstructured observations with focus groups and in-depth interviews, in which an observer notes all aspects of respondent behaviour that may be of interest in the study.

This method may be used to analyse interviews that precede focus groups or in-depth interviews, but also to monitor standardised field interviews, like telephone or recorded face-to-face interviews. Oksenberg, Cannell and Kalton (1991) described this method in detail. According to them, this method is used in the final stage of the development process. They state (p. 349): "No matter how extensive the development work in questionnaire construction is, however, there remains the need to test the resulting questionnaire under field conditions before it is finally adopted for the actual survey. It is this pre-test stage that is the subject of the research reported here." The stage Oksenberg and his colleagues refer to are steps 3 and 4 in the 5-step (pre-)test model (table 4.1).

According to Oksenberg et al. (1991, pp. 349-350) the method is directed at identifying questions that are troublesome to interviewers and respondents: Interviewers may have difficulties reading the questions (because of complex sentence structure or words that are difficult to pronounce), and respondents may face difficulties with regard to comprehending the question (difficult vocabulary, complex sentence, difficult task), a lack of common understanding (terms and

Vragenlijst

Activiteit op Sociale Media

Voor mijn studie Toegepaste Psychologie ben ik, Simone Kokx, bezig met mijn afstudeeronderzoek. Hierbij heb ik een vragenlijst ontwikkeld die in kaart brengt wat mensen doen op Sociale Media (zoals Facebook en Twitter). De vragenlijst zal ik de toekomst gebruikt worden om onderzoek te doen naar Sociale Media en eenzaamheid bij ouderen.

Om de kwaliteit van de vragenlijst te kunnen beoordelen is het van belang dat zoveel mogelijk 65-plussers de vragenlijst invullen. Bent u 65 jaar of ouder? Graag wil ik u dan vragen om deze vragenlijst in te vullen. Dit duurt ongeveer 10-15 minuten en de antwoorden worden volledig anoniem verwerkt.

Bij voorbaat dank!

Vragenlijst

Activiteit op Sociale Media

Deze vragenlijst gaat over verschillende activiteiten die u op Social Networking Sites (Sociale Media zoals: Facebook, Twitter, Instagram, etc.) kunt verrichten. Gebruikt u geen Sociale Media? Dan wil ik u hartelijk danken voor uw interesse, maar dan kunt u de vragenlijst niet invullen. De vragenlijst zal ongeveer 10-15 minuten duren. De gegevens worden volledig anoniem verwerkt, u hoeft dus niet uw naam in te vullen.

Alvast bedankt voor het invullen van de vragenlijst en het bijdragen aan mijn onderzoek!

Omcirkel het antwoord dat het best bij uw situatie past.

Geslacht:

- a. Man
- b. Vrouw

Leeftijd: _____

Uw huidige woonsituatie:

- ☐ Zelfstandig wonend
- ☐ Zelfstandig wonend met zorgondersteuning
- ☐ Verzorgings- of verpleeghuis
- ☐ Anders, namelijk _____

Welke Sociale Media websites gebruikt u?

U kunt meerdere antwoorden kiezen.

- a. Facebook
- b. Twitter
- c. Instagram
- d. Anders, namelijk: _____

Meest gebruikte Sociale Media website:

- a. Facebook
- b. Twitter
- c. Instagram
- d. Anders, namelijk _____

Aantal vrienden / volgers op de meest gebruikte Sociale Media website:

- a. Aantal vrienden / volgers: _____
- b. Weet ik niet

Hoe lang gebruikt u Sociale Media?

- a. Meer dan één jaar
- b. 6 maanden tot één jaar
- c. 3 tot 6 maanden
- d. Minder dan 3 maanden

Hoe vaak heeft u de laatste twee maanden gebruik gemaakt van Sociale Media?

- a. Nooit
- b. Minder dan eens per maand
- c. 1-3 keer per maand
- d. Eén keer per week
- e. Meerdere keren per week
- f. Elke dag
- g. Meerdere keren per dag

De volgende 19 stellingen gaan over de activiteiten die u verricht wanneer u zich bevindt op Sociale Media. Omcirkel het antwoord dat het best bij uw situatie past.

Als ik op Sociale Media zit...	<i>Nooit</i>	<i>Zelden</i>	<i>Af en toe</i>	<i>Regelmatig</i>	<i>Vaak</i>	<i>Altijd</i>
Kijk ik naar foto's van anderen	1	2	3	4	5	6
Geef ik mijn mening	1	2	3	4	5	6
Stuur ik persoonlijke berichten naar anderen...	1	2	3	4	5	6
... en krijg ik hier reactie op	1	2	3	4	5	6
Ontmoet ik nieuwe mensen	1	2	3	4	5	6

Als ik op Sociale Media zit...	<i>Nooit</i>	<i>Zelden</i>	<i>Af en toe</i>	<i>Regelmatig</i>	<i>Vaak</i>	<i>Altijd</i>
Uit ik mijn gevoelens	1	2	3	4	5	6
Zet ik foto's op mijn profiel	1	2	3	4	5	6
Lees/bekijk ik de nieuws feed*	1	2	3	4	5	6
Schrijf ik berichten op iemands profiel...	1	2	3	4	5	6
... en krijg ik hier reactie op	1	2	3	4	5	6

**Nieuws feed = lijst van nieuwsberichten van alle vrienden, dat niet specifiek gericht is op één gebruiker*

Als ik op Sociale Media zit...	<i>Nooit</i>	<i>Zelden</i>	<i>Af en toe</i>	<i>Regelmatig</i>	<i>Vaak</i>	<i>Altijd</i>
Deel ik persoonlijke informatie	1	2	3	4	5	6
Breid ik mijn netwerk uit	1	2	3	4	5	6
Lees ik openbare gesprekken van anderen	1	2	3	4	5	6
Presenteer ik mezelf	1	2	3	4	5	6
Kom ik in contact met oude bekenden	1	2	3	4	5	6

Als ik op Sociale Media zit...	<i>Nooit</i>	<i>Zelden</i>	<i>Af en toe</i>	<i>Regelmatig</i>	<i>Vaak</i>	<i>Altijd</i>
Uit ik mijn gedachten	1	2	3	4	5	6
Reageer ik op iemands foto...	1	2	3	4	5	6
... en krijg ik hier reactie op	1	2	3	4	5	6
Lees/bekijk ik de profielen van anderen	1	2	3	4	5	6

Hartelijk dank voor het invullen van de vragenlijst en het daarmee bijdragen aan mijn afstudeeronderzoek!

Indien u opmerkingen heeft ter verbetering van de vragenlijst, hoor ik graag van u!
Ik ben bereikbaar op het emailadres: simone.kokx@student.fontys.nl

Wilt u graag het volledige onderzoek toegestuurd krijgen als het klaar is? Zo ja, dan kunt u hieronder uw emailadres invullen. Uw emailadres zal alleen worden gebruikt om u de resultaten van het onderzoek toe te sturen. Het wordt niet verbonden met uw antwoorden of gebruikt voor andere doeleinden.

Emailadres: _____

Bijlage 4. Overzicht items

Q1. Geslacht:

Q2. Leeftijd:

Q3. Uw huidige woonsituatie:

Q4. Welke Sociale Media websites gebruikt u?

Q5. Meest gebruikte Sociale Media website:

Q6. Aantal vrienden / volgers op meest gebruikte Sociale Media website:

Q7. Hoe lang gebruikt u Sociale Media?

Q8. Hoe vaak heeft u de laatste twee maanden gebruik gemaakt van Sociale Media?

Als ik op Sociale Media zit...

Q9. Kijk ik naar foto's van anderen	(Consumptie)
Q10. Geef ik mijn mening	(Zelfpresentatie)
Q11. Stuur ik persoonlijke berichten naar anderen...	(Sent Communication)
Q12. ... en krijg ik hier reactie op	(Received Communication)
Q13. Ontmoet ik nieuwe mensen	(Netwerken)
Q14. Uit ik mijn gevoelens	(Zelfonthulling)
Q15. Zet ik foto's op mijn profiel	(Zelfpresentatie)
Q16. Lees/bekijk ik de nieuws feed	(Consumptie)
Q17. Schrijf ik berichten op iemands profiel...	(Sent Communication)
Q18. ... en krijg ik hier reactie op	(Received Communication)
Q19. Deel ik persoonlijke informatie	(Zelfonthulling)
Q20. Breid ik mijn netwerk uit	(Netwerken)
Q21. Lees ik openbare gesprekken van anderen	(Consumptie)
Q22. Presenteer ik mezelf	(Zelfpresentatie)
Q23. Kom ik in contact met oude bekenden	(Netwerken)
Q24. Uit ik mijn gedachten	(Zelfonthulling)
Q25. Reageer ik op iemands foto...	(Sent Communication)
Q26. ... en krijg ik hier reactie op	(Received Communication)
Q27. Lees/bekijk ik de profielen van anderen	(Consumptie)

Bijlage 5. Wervingsformulier voor interviews

Geachte bewoner,

Ik ben Simone Kokx, 22 jaar, student Toegepaste Psychologie op Fontys Hogescholen. Ik ben momenteel bezig met mijn afstudeeronderzoek, waarbij ik een vragenlijst ontwikkel die activiteit op Sociale Media (zoals Facebook en Twitter) in kaart brengt. De vragenlijst wordt in de toekomst gebruikt voor onderzoek naar Sociale Media en eenzaamheid bij ouderen.



Om de vragenlijst te testen ben ik opzoek naar 65-plussers (eventueel 55+) die gebruik maken van Sociale Media en die geïnteresseerd zijn om mij te helpen bij mijn afstudeeronderzoek door middel van een interview. De bedoeling van het interview is dat u uw mening geeft over elke afzonderlijke vraag uit de vragenlijst. Op deze manier krijg ik inzicht in waar de vragenlijst te verbeteren is. Het interview zal ongeveer één tot anderhalf uur duren en wordt volledig anoniem verwerkt.

In overleg kunnen we een tijd en plaats afspreken die u het beste uitkomt. Als blijk van waardering krijgt u bij deelname een kleinigheidje!

Wilt u mij helpen met mijn afstudeeronderzoek?

U kunt mij bereiken door middel van telefoon of email (zie hieronder).

Bij voorbaat dank!

Met vriendelijke groet,

Simone Kokx

Telefoon: 06-27617543

Email: simone.kokx@student.fontys.nl

*Wilt u niet geïnterviewd worden maar wel de vragenlijst online invullen?
Heel graag! Mail mij voor de link, of typ zelf deze link in uw
internetbrowser:*

https://tilburgss.co1.qualtrics.com/SE/?SID=SV_9QxKYhccfMsdtkx

Bijlage 6. Analyseformulier: In-depth interview

ANALYSIS FORM: IN DEPTH INTERVIEW

Respondent number : Analysis scheme QLAB: Activiteit op SNS
Interviewer : Simone Kokx
Coder : Simone Kokx
Qlab technique : thinking aloud & meaning-oriented probing

<Question tekst>

----- REMARKS FROM RESPONDENT -----

Answer:

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">☐ R expresses doubts between categories☐ answer doesn't fit in list of categories☐ R changes answer☐ R doesn't know / never thought about / refuses | <ul style="list-style-type: none">☐ calculated☐ estimated☐ guessed | Remarks from respondent on confidence in own answer: |
|--|---|--|

Task:

- ☐ easy
- ☐ so – so / not too difficult
- ☐ difficult

Respondent evaluation of question:

- ☐ R says to have no problem with Q
- ☐ R requests for repetition of Q
- ☐ R requests spontaneously for clarification of Q =>
- ☐ R interrupts question reading =>

Respondent has problems with

Comprehension of question:

- ☐ Difficult wording =>
- ☐ Unclear wording =>
- ☐ Difficult syntax =>
- ☐ Long question, list of items
- ☐ Double-barrelled questions
- ☐ Double-negative questions
- ☐ Question/answer mismatch
- ☐ Reference set change =>
- ☐ Response task =>
- ☐ ...

Information processing

- ☐ Retrieval task =>
- ☐ Long period of recall
- ☐ Much information needed to answer question
- ☐ Proxy reporting
- ☐ Judgement task =>
- ☐ Difficult task (complex calculation, estimation) =>
- ☐ Social desirability
- ☐ ...

Reporting

- ☐ Difficult wording in answer categories =>
- ☐ Unclear wording =>
- ☐ Boundary problems =>
- ☐ Overlapping categories =>
- ☐ Missing categories =>
- ☐ ...

----- CODER INTERPRETATION OF RESPONSE -----

- o immediate answer
- o (long) silence after question reading
- o breaks of silence while answering
- o doubt between categories
- o doesn't know / never thought about / refusal
- o

----- RELEVANT COMMENTS FROM RESPONDENT -----

Bijlage 7. Data

Alle data gebruikt in dit onderzoek wordt door de onderzoeker bewaard op een Cloud. Indien gewenst kan deze data worden opgevraagd. Neem hiervoor contact op met de onderzoeker. De data omvat onder andere:

- De 135 in-depth analysis forms
- Vijf interviews op beeldmateriaal
- SPSS Dataset 'Activiteit op SNS'
- Outputs SPSS (Cronbach's Alpha, Descriptive Statistics)

Bijlage 8. Analyseplan

De variabele 'Activiteit op SNS' wordt gemeten door zes schalen, die in totaal negentien items bevatten (Q9 t/m Q27). Deze items hebben allemaal als antwoordmogelijkheid een 6-punts Likertschaal. Als gevolg hiervan is het meetniveau van de variabele interval. Op elk van de zes schalen is door middel van SPSS een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. Een totaal van 71 respondenten van 65 jaar en ouder heeft de vragenlijst ingevuld. Van deze respondenten hebben 66 respondenten de vragenlijst online ingevuld en 5 respondenten hebben de vragenlijst ingevuld op papier. Hieruit is de dataset van 71 respondenten opgesteld. De dataset is gecontroleerd op missing values en uitbijters. Deze kwamen beiden niet voor in de dataset. Vervolgens zijn items per schaal samengenomen en is er per schaal een Cronbach's Alpha berekend. Bij de Cronbach's Alpha hoeft niet aan assumpties worden voldaan, zoals bijvoorbeeld wel het geval is bij een ANOVA. Voor een beschrijving van de Cronbach's Alpha, zie H.2.2.3.

Voor het analyseren van de kwalitatieve data is het in-depth interview analyseformulier gebruikt. Deze analyseformulieren zijn per vraag, per respondent ingevuld op basis van het beeldmateriaal en de notities gemaakt tijdens het interview. Hierdoor zijn er een totaal van 135 analyseformulieren ingevuld. De uitkomsten van deze analyseformulieren zijn gerapporteerd in de resultaten.

Bijlage 9. Ethische verantwoording

De ethische verantwoording van dit onderzoek wordt onderbouwd aan de hand van de gedragscode praktijkgericht onderzoek voor het Hoger Beroepsonderwijs (HBO). Deze gedragscode bestaat uit vijf regels. Dit zijn regels voor verantwoord gedrag van onderzoekers tijdens het doen van praktijkgericht onderzoek in het HBO. Wanneer aan deze regels wordt voldaan, kan ervanuit worden gegaan dat het onderzoek op een verantwoorde manier is uitgevoerd. Hieronder wordt per regel aangegeven hoe de onderzoeker hieraan heeft voldaan.

Onderzoekers aan het hbo dienen het professionele en maatschappelijke belang

Met behulp van dit onderzoek zijn deuren geopend naar vervolgonderzoek over het actuele thema Social Network Sites. Wanneer hier verder onderzoek naar wordt gedaan, kan het mogelijk worden ingezet bij interventies die eenzaamheid bij ouderen kunnen verminderen. Ook zou het mogelijk relevant kunnen zijn voor andere doelgroepen, bijvoorbeeld bij mensen met een sociale achterstand. Er is dan ook geprobeerd om zoveel mogelijk kennis en theorie over het begrip SNS te bundelen, zodat het voor anderen overzichtelijker en makkelijker te vinden is. Vooral het conceptueel model dat is ontwikkeld, heeft als doel gehad om dit te bereiken.

Onderzoekers aan het hbo zijn respectvol

Er is in dit onderzoek met zoveel mogelijk respect omgaan met de respondenten, de data en de literatuur. Hier is onder andere aan voldaan doordat respondenten zelf de keuze hadden voor deelname aan het onderzoek en hen de mogelijkheid te bieden om op elk moment te stoppen met het onderzoek. Ook is aan de respondenten gevraagd voor toestemming voor opnemen van het beeldmateriaal. Daarnaast is uit respect voor de mensen in de groepen op Facebook eerst aan de beheerder van de groep toestemming gevraagd voor het plaatsen van een bericht. Het onderzoek heeft geen zichtbaar risico gehad op de respondenten. Ook is de privacy van de respondenten volledig gewaarborgd bij de rapportage van het interview. Tot slot wordt alle data vanuit het onderzoek veilig bewaard en is er de mogelijkheid voor anderen om dit op te vragen, in het kader van transparantie.

Onderzoekers aan het hbo zijn zorgvuldig

Dit onderzoek is zo objectief mogelijk uitgevoerd. Met behulp van de kennis vanuit de praktijk en vanuit het doen van onderzoek, is er op een verantwoordelijke wijze omgegaan met alle data. Daarnaast zijn de mogelijkheden met betrekking tot het bepalen van de onderzoeksmethoden ook zorgvuldig afgewogen en daarna gekozen. Tot slot is er geprobeerd om zo nauwkeurig en compleet alles te rapporteren, van begin tot eind. Dit is bijvoorbeeld te zien aan de zorgvuldig gestelde conclusie, waarbij geen harde uitspraken worden gedaan.

Onderzoekers aan het hbo zijn integer

Er is op een integere manier omgegaan met uitspraken die worden gedaan en er is zo volledig mogelijk geprobeerd om subjectiviteit in alle delen in het onderzoek uit te sluiten. Er is op een open manier omgegaan met de respondenten en er is in de interviews ook gevraagd naar wat de respondenten vonden van het gebruikte interview. Hierdoor kregen zij de mogelijkheid om eventuele opmerkingen over de gebruikte methode of over de interviewer te benoemen. De onderzoeker is te allen tijde onpartijdig gebleven in de uitvoering van dit onderzoek.

Onderzoekers aan het hbo verantwoorden hun keuzes en gedrag

Deze regel verwoordt gelijk een van de sterkste kanten van dit onderzoek, in de opinie van de onderzoeker. Namelijk het verantwoorden van keuzes en gedrag die als gevolg van het onderzoek zijn uitgevoerd. Met vrijwel complete zekerheid kan gezegd worden dat alle keuzen die zijn gemaakt in dit onderzoek, van de inleiding tot de discussie, worden verantwoord. Een voorbeeld hiervan is de verantwoording van de vragenlijst, waarbij elk item uitvoerig is besproken in het theoretisch kader. Ook het gedrag van de onderzoeker is vanuit de gebruikte methoden zoveel mogelijk verantwoord.