

# Onderzoeken zijn onbetrouwbaar

We zijn gek op onderzoeken. Dagelijks komen er berichten binnen over hoe gelukkig Nederlanders zijn, welk bedrijf het beste scoort op tevredenheid onder medewerkers of wat voor persoonlijkheidstype wij zijn.

De gedachte achter deze vragenlijsten en onderzoekjes is dat ze een goede manier zijn om greep te krijgen op de realiteit. Bedrijven willen weten of hun medewerkers gemotiveerd of gefrustreerd zijn en medewerkers willen ook eindelijk eens begrijpen hoe zij en anderen in elkaar zitten.

Zo zijn er de teamrollen van Belbin, kernkwadranten, het enneagram, de Myers-Briggs Type Indicator (MBTI), de leerstijlen van Kolb en nog vele andere manieren om menselijk gedrag te analyseren en te categoriseren. Oh, je bent een plant (individualistisch type met orthodexe ideeën) of een romanticus

(gevoel voor schoonheid en onrealistisch) — dat verklaart waarom je bijvoorbeeld niet kunt samenwerken.

Er is een groot probleem bij veel populaire onderzoeken en tests in het bedrijfsleven. Voor het enneagram is bijvoorbeeld nooit overtuigend wetenschappelijk bewijs geleverd dat het werkt. Menselijk gedrag blijkt lastig te voorspellen en is vaak vooral afhankelijk van de situatie waarin iemand zich bevindt. Ook andere uiterst populaire theorieën zoals Meyers-Briggs, het Neurolinguïstisch Programmeren (NLP) en het werken met typologieën worden door onderzoekers als Patrick Vermeren resoluut naar de prullenmand verwezen.

Kenmerkend voor veel boeken over populaire persoonlijkheidstesten is het wollige taalgebruik dat voor meerdere interpretaties vatbaar is. Daardoor herkennen

mensen altijd wel iets van zichzelf terug in de omschrijvingen. Dat wordt in de psychologische wetenschap ook wel het barnum-effect genoemd, naar de grootste circusman aller tijden P.T. Barnum, een meesterlijke psychologische manipulator. Een van de valkuilen in ons denken is dat een test juist en waardevol is omdat wij er iets van onszelf in herkennen.

Het meest storende aan de onderzoeken zijn de vragen zelf. U wordt vaak gedwongen om te kiezen uit een, twee of drie alternatieven. Bij het enneagram moet u bijvoorbeeld kiezen uit twee opties. Bent u eerder oppor-

**Voor het enneagram is nooit overtuigend wetenschappelijk bewijs geleverd dat het werkt**

tunistisch of heeft u behoefte aan informatie? Als geen van beide op u van toepassing is of wellicht allebei, moet u toch een keuze maken. Ook bij de MBTI bent u of extravert of introvert.

Elke nuance gaat hierbij verloren. De extreme scores zijn meestal niet representatief, omdat het merendeel van de bevolking in het midden van de schalen zit en daarmee een beetje van allebei is en niet het een of het ander.

Veel vragenlijsten zijn bovendien onvoldoende betrouwbaar of valide, wat betekent dat hetzelfde onderzoek op een ander tijdstip andere resultaten laat zien of het onderzoek niet meet wat het beoogt te meten.

Dan is er het probleem van het formuleren van juiste onderzoeksvragen. Suggestieve vragen als 'vindt u ook niet dat er weinig leiderschap wordt getoond in uw bedrijf' leveren bijvoorbeeld

geen objectieve resultaten op. Ook heeft het weinig nut om bijvoorbeeld hetzelfde tevredenheidsonderzoek in een bedrijf een jaar later nog een keer te doen, als men geen rekening houdt met alle tientallen zo niet honderden factoren die de scores tussentijds kunnen beïnvloeden. Dat medewerkers een 7 in plaats van een 6 op tevredenheid scoren zegt dus weinig tot niets.

Voordat iets als wetenschappelijk wordt gezien is het nodig dat anderen het onderzoek kunnen herhalen en tot vergelijkbare resultaten komen. Daar kunnen wij in het bedrijfsleven dus nog veel van leren.

.....  
**Blik naar binnen is een wekelijkse rubriek over psychologie op de werkvloer. Dominique Haijtema is journalist en psycholoog. Voor eerdere afleveringen: [www.fd.nl/carriere](http://www.fd.nl/carriere). e-mail: [schrijf@haijtema.com](mailto:schrijf@haijtema.com)**

