

Ik moet toegeven – en dit is zeer persoonlijk – dat ik bij het lezen over dit zevende moment al diep zuchtte. Kwalitatief onderzoek is lang niet *au sérieux* genomen en net nu daar verbetering in lijkt te komen, gaat één van degenen die de kar hebben getrokken, de esoterische toer op. Voor mij is kwalitatief onderzoek wetenschap, waar zeker ook subjectiviteit en ethische aspecten bij komen kijken, maar geen therapie en geen ‘hybride’ realiteit. Dit congres stond echter helemaal in het teken van dit zevende moment. Er waren verschillende sessies over auto-etnografie, over op kunst gebaseerd onderzoek of over onderzoekspoëzie. Ik vraag me nog steeds af waarom de paper die ik bracht samen met mijn collega’s Tom Decorte (Universiteit Gent) en Bart Cambré (K.U. Leuven en Universiteit van Tilburg) werd aanvaard. Ons kritische verhaal over terugkeren naar het veld als een wijze van valideren van bevindingen paste als een tang op een varken tussen twee papers waarin onderzoeksresultaten in de vorm van een gedicht werden voorgelezen, een filosofische uiteenzetting over ‘betekenis’ en een paper over *the issue of genre*.

Het onderzoek dat over het algemeen werd voorgesteld en de methoden die werden bepleit, zijn niet het onderzoek en de methoden die ik zelf voorsta. Tot daaraan toe. Ik heb de waarheid niet in pacht en misschien hebben ze wel gelijk. Wat me meer ergerde, was de slordigheid van het werk dat werd voorgesteld, de gemiddeld lage kwaliteit van de papers en vooral: het voortdurend schelden op de rest van de wetenschappelijke wereld omdat die verkeerd bezig zijn. Ik citeer even uit de eerste nieuwsbrief van de International Association of Qualitative Inquiry (IAQI), die op de laatste dag van het congres in het leven werd geroepen (<http://www.c4qi.org/iaqi/home.html>). *We are living in a time where political and ethical environments are becoming increasingly hostile to qualitative research in business, communication, education, social science, social welfare, and health care settings. IAQI represents scholars around the globe who seek to legitimate their qualitative research practices. Quod erat demonstrandum.* Er komt een tweede International Congress of Qualitative Inquiry, op dezelfde plaats begin mei 2006 (<http://www.qi2006.org/>). Wie zich geroepen voelt, spoede zich naar ginder. Ik zal er evenwel niet zijn.

Literatuur

Denzin, N.K. & Y.S. Lincoln (eds.) (2000). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage. Second edition.

De KWALON-najaarsconferentie 2005

Gerben Moerman

Kwalitatief onderzoek in de commerciële praktijk: fraaie wetenschap of vuige commercie? Deze prikkelende vraag was het thema van de najaarsconferentie van 16 december 2005. De middag werd geopend en voorgezeten door Edward Groenland. Zijn inleiding bestond uit een

introdactie op de voorgaande vraag. Dit deed hij aan de hand van de stelling dat wetenschappelijk kwalitatief onderzoek vooral door één theorie gestuurd is, terwijl niet-academisch, commercieel kwalitatief onderzoek meer theoretisch eclecticisch of juist theoriearmer van aard is. Verder betoogde hij dat kwalitatief en kwantitatief onderzoek onverenigbaar zijn, als gevolg van de verschillende logica's en doelstellingen van waaruit in de beide paradigma's wordt gewerkt.

Al in de eerste lezing van Ine Dinklo van Blauw Research getiteld 'Het generaliseren van commercieel kwalitatieve onderzoeksuitkomsten: fabels en feiten' en de daaropvolgende discussie werd duidelijk dat ook in het commerciële onderzoek kwalitatief onderzoek helemaal niet zo onverenigbaar is met kwantitatief onderzoek. Het ligt aan de doelstelling en de vraagstelling van de onderzoeker (en de opdrachtgever).

Aan de hand van drie fabels en feiten sprak de spreker over representativiteit in de praktijk van het commerciële onderzoek.

Ten eerste worden kwalitatief en kwantitatief onderzoek met verschillende doelstellingen begonnen en die doelstellingen zorgen voor andere vragen, met andere antwoorden. Ondanks dat opdrachtgevers vaak twee onderzoeken voor de prijs van één wensen. Dus generaliseerbaarheid naar de populatie heeft een meerprijs.

Ten tweede is er toch een beperkte generaliseerbaarheid van kwalitatief onderzoek naar een populatie mogelijk, mits er met een goed steekproefkader wordt gewerkt. Ideale steekproefkaders moeten echter regelmatig worden aangepast om het onderzoek financieel en qua planning haalbaar te maken. Aan de hand van een duidelijk voorbeeld liet de spreker zien hoe bij haar organisatie het steekproefkader ook als basis dient voor de analyse.

Het bij voorbaat laten samenvallen van steekproefkader en conceptueel model kan volgens mij leiden tot een tunnelvisie bij de analyse, waarbij de vooraf gedefinieerde typologieën ook de typologieën zijn die uit de analyse naar voren komen.

Ten slotte argumenteerde Ine Dinklo dat ook in kwalitatief onderzoek best getallen kunnen worden gebruikt om patronen te vinden. Met hetzelfde voorbeeld liet zij zien hoe typologieën best op basis van turven kunnen worden geconstrueerd en vervolgens kwalitatief kunnen worden beschreven.

De presentatie was zeer helder van structuur en gaf een mooie kijk in de praktijk van commercieel kwalitatief onderzoek, waarin de afweging tussen tijd, geld en kwaliteit constant dient te worden gemaakt.

In de tweede lezing werd een andere stelling van Edward Groenland tegengesproken. Joost Stalpers van Janssen-Cilag liet zien hoe in de commerciële praktijk wel degelijk theorie wordt gebruikt om tot een zinnige inzet van elicitatietechnieken te komen.

Mijn vooroordeel vóór de lezing was dat elicitatietechnieken vooral worden gebruikt voor de verkoop. De technieken leveren namelijk boeiende, leuke en goed verkopende informatie op, die op een originelere manier aan de opdrachtgever kan worden gepresenteerd. Op overtuigende wijze liet Joost Stalpers echter zien hoe binnen zijn organisatie de keuze voor een bepaalde elicitatietechniek op hele andere gronden wordt gedaan.

Op basis van de doelstelling en vraagstelling van een onderzoek wordt bepaald of de gezochte informatie affectief, cognitief of conatief is. Binnen deze indeling heeft hij weer andere indelingscriteria geformuleerd die dimensies opleveren voor respectievelijk de mate van elaboratie en de vorm van expressie, het type taak en het abstractieniveau en het perspectief en de *setting* van het onderzoek. En deze dimensies leveren weer kwadranten op, waarbinnen verschillende technieken passen.

Hoewel ik niet helemaal overtuigd ben van de achterliggende theoretische gedachte, vind ik de voorgestelde indeling in kwadranten van de verschillende technieken een verhelderende indeling. Daarnaast kan op basis van deze indeling een veel meer beredeneerde keuze voor de gebruikte technieken worden genomen. Tenzij, zoals in de discussie nog naar voren kwam, een opdrachtgever het niet erg zinnig en nogal saai vindt om naar collages makende respondenten te kijken.

De laatste lezing van Sjaak Bloem, eveneens van Janssen-Cilag, ging in op 'de analyse van commercieel-kwalitatieve onderzoeksgegevens: heuristieken en uitvoeringspraktijk'. Ook deze spreker liet zien hoe de doelstelling en de vraagstelling leidend zijn voor het onderzoek. Wederom dus een pragmatische invalshoek. Daarnaast werd nog een belangrijke leidraad voor commercieel-kwalitatief onderzoek genoemd, namelijk het beoogde gebruik van de uitkomsten uit het onderzoek. Een conceptueel model en de analyse worden dus gebaseerd op de doelstelling en vraagstelling en het beoogde gebruik.

Na het veldwerk worden binnen zijn organisatie de data gecategoriseerd aan de hand van het conceptuele model, maar ook geleid door voortschrijdend inzicht, dus meer inductief. Deze categorisering wordt verwerkt in een kwalitatieve matrix. De rijen bestaan uit doelgroepen zoals die reeds in het steekproefkader zijn aangegeven en onderverdeeld naar de respondenten. In de kolommen staan de bevroegde onderwerpen uit de checklist of vragenlijst, aangevuld met inductief verkregen categorieën.

Vervolgens worden de gegevens op basis van het beoogde gebruik van het onderzoek geïnterpreteerd en worden de betekenisvolle patronen 'gevonden'. Daarnaast argumenteerde Sjaak Bloem ook voor het vinden van een rode draad, een overkoepelende verklaring voor de patronen, of de naar voren gekomen gegevens in het onderzoek. Deze overkoepelende verklaring kan uit de data, literatuur of elders vandaan komen.

Deze matrixmethode lijkt mijns inziens zeer sterk op de matrices van Miles en Huberman (1994) of op een minder uitgewerkte variant van de Framework-methode van Ritchie & Lewis (2003). Verbazingwekkend vonden meerdere aanwezigen dat men geen kwalitatieve analysesoftware gebruikt, terwijl daarmee een vergelijkbare analyse efficiënter, veel flexibeler en meer controleerbaar valt uit te voeren.

In de discussie die volgde, kwam ook de terechte kritiek naar voren dat de gepresenteerde analysemethode maar één manier van kwalitatieve analyse is en dat er ook andere bruikbare methodes zijn. Dus ook tijdens deze laatste lezing werd een stelling van Edward Groenland aangevochten, namelijk dat het onderzoek in de commerciële sector meer eclectisch is. Met andere woorden, de middagvoorzitter had voor prikkelende stellingen gezorgd.

De te korte einddiscussie was vooral gericht op het dilemma van enerzijds kwaliteit, diepgang en professionele ethiek van het onderzoek en anderzijds tijdgebrek en winsttoegmerk. Goed

kwalitatief onderzoek in een commerciële setting blijkt van goede kwaliteit te zijn wanneer het de doelstelling haalt, de vraagstelling beantwoordt en het beoogde gebruik meeneemt. Het was een fraaie stimulerende middag, het enige vuige dat ik heb gezien was het weer.

Literatuur

Miles, M.B. & M.A. Huberman (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. London: Sage.

Ritchie J. & J. Lewis (eds.) (2003). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. London: Sage.

De NOSMO-methodologendag 2005

Jeanine Evers

Ook dit jaar verzorgde de NOSMO weer een methodologendag, dit keer in Nijmegen op vrijdag 25 november. Helaas werd die dag een sneeuwstorm voorspeld, wat wellicht voor een aantal beoogde deelnemers reden was om toch maar niet te gaan. In elk geval was de opkomst bij de door KWALON verzorgde sessies gering. En de sneeuwstormwaarschuwing bleek terecht; een aantal van ons is die avond in Nijmegen gestrand.

KWALON had twee sessies georganiseerd: één rond *mixed methods* en één rond de Nijmeegse inspanningen op het gebied van kwalitatieve inhoudsanalyse. De sheets van deze sessies zijn op onze website te verkrijgen (www.kwalon.nl).

In de sessie over *mixed methods* ging Fijgje de Boer in op de voorwaarden die er te stellen zijn aan het ontwerpen van *mixed methods*-onderzoek. Na een globale definitie en een schets rond de opkomst van dit type onderzoek sinds de negentiger jaren, hetgeen zij typeert als een acceptatie van kwalitatief onderzoek als volwaardige partner van kwantificerend onderzoek, gaf ze aan drie typen te onderscheiden (sequentieel, concurrent/parallel en transformatief/*nested*). Bij het ontwerpen van *mixed methods*-onderzoek moet het doel voldoende helder zijn, de volgorde van uitvoering worden bepaald en een theoretisch raamwerk worden geformuleerd. In die zin lijkt het ontwerp niet aan andere criteria onderhevig dan onderzoek dat op een methode is gebaseerd. In de discussie die volgde, bleek men van mening te verschillen over de vraag of onderzoek dat sequentieel wordt uitgevoerd, wel *mixed methods* mag worden genoemd of dat dit gewoon twee afzonderlijke onderzoeken zijn. Die vraag werd eigenlijk niet opgelost.

Gerben Moerman vroeg zich af of zijn proefschriftonderzoek nou als *mixed method* moet worden gezien of niet. Wat hij in ieder geval wil doen, is op een systematische (kwantificeerbare) manier analyseren wat drie interviewstrategieën in kwalitatieve interviews (gereserveerd, meegaand en prikkelend) opleveren. Daartoe heeft hij op uitvoeringsniveau gekeken naar lengte, aantal turns, aantal karakters, enzovoort. De gevonden verschillen per stijl wil hij vervolgens via een conversatieanalyse van interviewfragmenten inhoudelijk trachten te verklaren. Tot dusver is zijn bevinding dat alleen kwantificerende *indices* als verklaring te weinig opleveren omdat zij vooral de technische kant 'vangen'. De houdingskant van een