

STAPPENPLAN KWALITATIEF ONDERZOEK

Versie 1, 11 maart 2011

Harry Ganzeboom

Permanent 1: Schrijf **dagboek**. Dat bevat je fieldnotes, maar ook andere aantekeningen, met name over jezelf: je rollen en ervaringen. Zorg ervoor dat je (ook veel later) je notities kunt traceren in termen van wanneer en waar. Pseudonimiseer deze aantekeningen. Gebruik een tekstverwerker om je aantekeningen op te slaan (Tracy: binnen 36 uur). Tracy (p.147) geeft ook als tip: sluit elke dag af met een to-do lijstje (what to ask next time).

Stap 1: Kies een **locatie** (site) en een **thema** waarop je onderzoek betrekking zal hebben.

Stap 2: Verkenning. Maak je diepgaand vertrouwd met de locatie. Raadpleeg documenten (Gemeentearchief), populaire media (kranten, wijkkranten, sleutelinformanten). Engageer je (nog) niet. Loop rond.

Stap 3: Maak contacten, probeer met mensen kennis te maken, in eerste instantie nog niet in rol van onderzoeker. Verken je 'sampling frame' voordat je je informanten selecteert. Binnen kwalitatief onderzoek is snowball-sampling een zeer gebruikelijke manier om informanten te werven, in het bijzonder als het zeldzame ('marginale') verschijnselen gaat.

Stap 4: Ontwikkel een **topic-lijst** voor het houden van je open interviews. Deze wordt opgebouwd uit je verkennende contacten – maar voor de hand liggend ook uit je reflectie op de literatuur waarop je wilt voorbouwen.

How many interviews are enough? Tracy: Het klassieke ('post-positivist') criterium is saturation (verzadiging): tot je niks nieuws meer te horen krijgt.

Stap 5: Verander je rol in die van **expliciete onderzoeker**: maak je rol bekend en vraag informanten of ze op die manier met je willen praten. Dat wil zeggen: akkoord gaan (**informed consent**) met (letterlijke) verslaglegging.

Alternatief voor zelf te houden interviews zijn focusgroup interviews – hiervan wordt veel gebruik gemaakt in kwalitatief marketingonderzoek. Je voegt dan onderlinge interacties tussen informanten toe aan je gegevens. Dat geeft meer, maar ook andere gegevens.

Stap 6: Van al je interviews dien je **verslag** te maken. Dat kan door transcriptie (letterlijk verslag) of door parafrase (thematisch verslag). Welke vorm je kiest hangt natuurlijk erg ervan af van je bedoelingen je informanten sprekend op te voeren.

Stap 7: Analyseer je kwalitatieve gegevens. Dat kan met AtlasTI, maar traditioneel gaat het met kleurtjes (viltstiften), pen en papier. Volgens mij gaan de meest eenvoudige varianten (op weinig documenten) ook heel effectief met pen (viltstift) en papier (schaar en lijmpot). Bekijk de plaatjes in Tracy, p217 ev. Voor literatuuroverzicht en reconstructie van theoretische argumentaties heb ik zelf lange tijd gewerkt met kleine systeemkaarten. (Zie mijn eigen kandidaatsscriptie: Theoriebouw In de Sociologie, deel II: Toepassing.)

De kern van een kwalitatieve analyse is volgens mij:

- Analyseer je materiaal **diepgaand**, en dat betekent vooral: **iteratief**, waarbij je telkens weer je materiaal doorneemt, herschikt (hercodeert) en je niet gauw tevreden bent met de wat al hebt opgeschreven.

- Tracy geeft aan dat iteratie ook gaat over het **primair en secundair coderen**: in fase 1 ken je aan alles en nog wat en code toe, in fase 2 systematiseer je deze codes door samen te voegen (kan in familieverband), nader op te splitsen).

Stap 8: Archiveer je data. Stel het ter beschikking aan anderen (intersubjectiviteit) en de wereld / eeuwigheid. Onderzoeksgegevens zijn zo belangrijk dat ze NOOIT verloren mogen gaan.

Permanent 2: Ethisch onderzoeken

- Je rol als kwalitatieve onderzoeker is veel 'intiemer' dan die in kwantitatief onderzoek. Je hebt een veel **grotere verantwoordelijkheid** wat betreft schade die je teweeg zou kunnen brengen, privacy die je zou kunnen schenden en gevolgen die het onderzoek voor jezelf kan hebben. Ethiek is niet een kwestie van regels volgen, maar van oplossen van dilemma's. Dat doe je het beste in samenspraak met collega-onderzoekers.
- **Privacy** is een bijzonder heikel punt in kwalitatieve data. Pseudonimiseer aan de bron, dat wil zeggen als in je fieldwork notes en je interviewverslagen. Pseudonimiseren is net even iets anders dan anonimiseren waarbij de sleutel ook voor jezelf ontoegankelijk. Pseudonimiseren wordt anonimiseren op het moment dat de sleutel vernietigt.
- Kwalitatieve gegevens hebben echter **onthullingsrisico's** die verder gaan dan kwantitatieve data. Ook situatieschetsen en quotations kunnen iemand herkenbaar maken!

Literatuur

Tracy, Sarah. 2020. *Qualitative Research Methods. Second Edition*. Hoboken NJ: Wiley.