



Kwalitatieve Onderzoeksmethoden

2018

- / **Bsc. Bedrijfskunde**
- / www.temagroningen.nl
- / board@temagroningen.nl

/ www.temagroningen.nl / board@temagroningen.nl

DISCLAIMER

TeMa verleent je hierbij toegang tot samenvattingen en ander studiemateriaal. TeMa behoudt zich daarbij het recht voor op elk moment de inhoud aan te passen of onderdelen te verwijderen zonder daarover aan jou mededeling te hoeven doen.

Beperkte aansprakelijkheid

TeMa spant zich in om de inhoud van het studiemateriaal zo vaak mogelijk te actualiseren en/of aan te vullen. Ondanks deze zorg en aandacht is het mogelijk dat inhoud onvolledig en/of onjuist is. De op de website aangeboden documenten en informatie worden aangeboden zonder enige vorm van garantie of aanspraak op juistheid.

TeMa plaatst aangeleverde samenvattingen door studenten op de website. Deze samenvattingen zijn vooraf gecontroleerd, maar TeMa zal klachten, verbeteringen of opmerkingen over de samenvattingen serieus behandelen. Neem hiervoor contact met ons op via internalrelations@temagroningen.nl

Inhoudsopgave

H1. The Foundation of Qualitative Research	8
H2. The applications of Qualitative Methods to Social Research	10
H3. Design Issues	16
H4. Designing and selecting Samples	24
H5. Designing Fieldwork Strategies and materials	34
H6. In-depth interviews	42
H7. Focus Groups	46
H8. Focus on Observation	54
H9. Analysis: Practices, Principles and Processes	57
H10 Grounded Theory Research and Theory Building	62
H11. Carrying out Qualitative Analysis	67
H12. Generalizing from Qualitative Research	75
H13. Reporting and Presenting Qualitative Data	82

H1. The Foundation of Qualitative Research

De definitie van kwalitatief onderzoek is: ***De manier waarop mensen worden bestudeerd en het begrijpen en interpreteren van hun sociale realiteit is een van de centrale motieven van kwalitatief onderzoek.***

Belangrijke elementen van kwalitatief onderzoek zijn:

- / De doelen van kwalitatief onderzoek zijn gericht op het verstrekken van een diepgaand en geïnterpreteerd begrip van de sociale wereld van de deelnemers door te leren over hun sociale en materiële omstandigheden, ervaringen, perspectieven en geschiedenis.
- / Steekproeven zijn klein in omvang en geselecteerd op basis van opvallende criteria.
- / De methoden voor gegevensverzameling zijn meestal interactief, gericht op ontwikkelingen, er is meestal nauw contact tussen de onderzoeker en de deelnemers.
- / De gegevens zijn vaak erg gedetailleerd.
- / De analyses staan open voor opkomende concepten en ideeën die gedetailleerde beschrijvingen, typologieën, uitleg of patronen identificeren.
- / Output is gefocust op de interpretatie van een maatschappelijke betekenis door het indelen of representeren van de sociale wereld van de onderzoeksdeelnemers.

De ontwikkelingen van kwalitatief onderzoek zijn sterk beïnvloed door ideeën over het belang van het begrijpen van menselijk gedrag en door de noodzaak om te begrijpen welke betekenis mensen aan hun ervaringen hechten.

Key terms:

Ontology: houdt zich bezig met de natuur van de sociale wereld en wat er over te weten valt. Het onthologische debat betreft de vraag of er een gevangen sociale realiteit is. Er zijn drie verschillende posities wat betreft hoe deze realiteit is geconstrueerd:

- / **Realism:** claimt dat er een externe realiteit bestaat die onafhankelijk is van mensen hun overtuiging of begrip ervan.
- / **Materialism:** hier geldt dat er een echte wereld is, maar dat alleen de materiële kenmerken van die wereld de werkelijkheid vertonen.
- / **Idealism:** beweert dat de werkelijkheid alleen herkenbaar is door de menselijke geest en sociaal geconstrueerde betekenissen.

Epistemology: houdt zich bezig met kennis en hoe het kan worden verkregen. de belangrijkste epistemologische standpunten zijn (Interpretivism komt het meeste voor bij kwalitatief onderzoek):

- / **Positivism** : hierbij geldt dat de methoden van de natuurwetenschappen ook geschikt zijn voor maatschappelijk onderzoek, omdat menselijk gedrag wordt geregeld door de wet-achtige regelmatigheden. Hierdoor is het mogelijk om onafhankelijk, objectief en waarde vrij sociaal onderzoek te verrichten.
- / **Interpretivism:** dit is het tegenovergestelde en houdt in dat de natuurwetenschappelijke methoden niet geschikt zijn voor sociaal onderzoek, omdat de sociale wereld juist niet georganiseerd wordt door de regelgeving. Vandaar dat een sociale onderzoeker de sociale wereld moet verkennen en begrijpen m.b.v. de deelnemers en hun eigen perspectieven, en verklaringen kunnen alleen worden aangeboden op het niveau van betekenis in plaats van oorzaak.
- / **Induction** kijkt naar patronen en associaties afkomstig van observaties van de wereld. **Deduction** genereert voorstellen en hypothesen theoretisch door een logisch afgeleid proces. Zowel inductie als deductie komt voor in de verschillende stadia van kwalitatief onderzoek.

Kwalitatief onderzoek heeft veel ontwikkelingen meegemaakt in de twintigste eeuw en een verschillende scholen zijn ontstaan. De meest vormgevende zijn: ethnography, phenomenology en ethnomethodology, symbolic interactionism en grounded theory, constructivism and critical theory.

H2. The applications of Qualitative Methods to Social Research

2.1 Theoretical and applied research

Theoretisch onderzoek is gericht op het testen, verwerkend of verbreedt denken binnen een vakgebied.

Toegepast onderzoek is gericht op het gebruiken van kennis die is verworven door onderzoek, om bij te dragen aan het begrijpen of oplossen van een tijdelijk probleem.

De grenzen tussen theoretisch en toegepast onderzoek zijn nogal vervaagd in sociaal onderzoek. De term '**applied social research**' wordt vaak gebruikt om studies aan te duiden die doelstellingen hebben zoals: ontwikkeling, monitoring of evaluatie van het beleid.

2.3 The functions of qualitative research

Om de rol van kwalitatieve methoden te beschouwen in het verstrekken van de soort informatie die nodig is in sociaal onderzoek, is het handig om wat bredere functies van **social investigation** te beschouwen.

Deze functies zijn verdeeld op verschillende manieren, het hangt af van het doel van de classificatie.

De volgende 4 classificaties zijn gemaakt:

- / Contextual: het beschrijven van wat er is.
- / Explanatory: onderzoek naar de redenen voor of de associaties tussen wat er is.
- / Evaluative: schatten van de effectiviteit van wat er is.
- / Generative: ondersteunen van de ontwikkeling van theorieën, strategieën of acties.
- / Contextueel onderzoek(Contextual) is betrokken bij het identificeren van wat er is in de sociale wereld en de manier waarop het zichzelf manifesteert. Het essentiële doel is het verkennen en beschrijven van het begrip en interpretatie van de deelnemer over een sociaal fenomeen.

Een belangrijke tool van kwalitatieve methoden is het beschrijven van een fenomeen in de woorden van de bestudeerde populatie. Hierdoor kan het probleem 'uitgepakt' worden en kan je zien wat er binnen in zit.

Dit soort bewijs kan gebruikt worden om:

1. Het in kaart brengen van het bereik van elementen, dimensies, klassen of posities binnen een sociaal fenomeen.

vb. Hoe definiëren ouders goed gedrag van hun kinderen?; Hoe definiëren hun kinderen goed gedrag?

2. Het weergeven van de aard of kenmerken van een fenomeen.

vb. Hoe wordt sociale isolatie ervaren?

3. Het beschrijven van de betekenis die mensen hechten aan een ervaring, evenement, omstandigheid of fenomeen.

vb. Wat betekent het om een opa te zijn?

4. Het identificeren en definiëren van typologieën.

vb. Wat kenmerkt verschillende groepen onder mensen die sociale uitsluiting ervaren?

Verklarend onderzoek(Explanatory) is gericht op waarom fenomenen voorkomen en de krachten en invloeden die dit voorkomen veroorzaken. Kwalitatief onderzoek heeft een unieke tool voor het bestuderen wat ten grondslag ligt aan een beslissing, houding, gedrag of iets anders.

Hierdoor kan je identificeren:

1. The factoren en invloeden die ten grondslagen liggen aan een houding, geloof of idee.

vb. Wat zijn de onderliggende factoren die leiden tot racisme?

2. De motivatie die leidt tot beslissingen en acties.

vb. Waarom gokken mensen?

3. De oorsprong van vorming van evenementen en ervaringen.

vb. Waarom komt dakloosheid voor?

4. De context waarin fenomenen voorkomen.

vb. In welke omstandigheden komt een huisontruiming voor?

Evaluerend onderzoek(Evaluative) houdt zich bezig met vragen omliggend hoe goed iets werkt.

Om een evaluatie te geven heb je informatie nodig over het proces en de uitkomst. Door haar flexibele methode van onderzoek, kwalitatieve methoden zijn bedreven in het kijken naar hoe dingen werken, maar ze kunnen ook bijdragen aan het begrijpen van de uitkomsten door het identificeren van verschillende consequenties van een beleid.

Deze informatie kan worden gebruikt om:

1. Het identificeren van factoren die bijdragen aan het succes van een programma of service.
vb. Welke factoren leiden er toe dat jonge mensen worden uitgesloten van school?
2. Het identificeren van het effect van meedoen aan een programma of beleid.
vb. Hoe verandert behoud van het milieu regelingen het gedrag van mensen?
3. De aard van de vereisten van verschillende groepen binnen de doelpopulatie te onderzoeken
vb. Hoe reageren verschillende groepen oudere mensen op het initiatief voor binnenlandse veiligheid?
4. Verkennen van de aspecten van een organisatie omliggend aflevering van een service.
vb. Welke organisatiestructuur is nodig om sociaal werk interventies te ondersteunen?
5. Verkennen van de context waarin interventies zijn ontvangen en hun impact op effectiviteit.
vb. Hoe hebben persoonlijke omstandigheden van alleenstaande ouders effect op hun deelname in werk gerelateerde programma's?

Binnen evaluerend onderzoek kan je een verschil maken tussen **formative evaluations** en **summative evaluations**.

Vormende evaluaties zijn ontwikkelt om informatie te verschaffen die helpt om een programma of beleid te veranderen of te verbeteren.

Samenvattende evaluaties houden zich bezig met de impact van een interventie in termen van effectiviteit en de verschillende uitkomsten.

Generatief onderzoek (Generative) houdt zich bezig met het produceren van nieuwe ideeën als een bijdrage aan de ontwikkeling van sociale theorie of voor het verfijnen politieke oplossingen.

In kwalitatief onderzoek is er veel ruimte van flexibiliteit en creativiteit, hierdoor heeft het potentieel om:

1. Nieuwe concepten en inzichten over een sociaal fenomeen te ontwikkelen.
vb. de aard van 'sociale uitsluiting'
2. Het ontwikkelen van hypothesen over de aard van de sociale wereld en hoe het opereert.
vb. De aard van sociale structuren die leiden tot 'werkloze' huishoudens.
3. Genereren van nieuwe oplossingen voor sociale problemen.
vb. manieren om te ontsnappen aan een cyclus van disadvantages.
4. Het identificeren van strategieën om nieuwe problemen te overwinnen
vb. manieren om de vervallende plattelands economie te herstellen
5. Het bepalen van acties die nodig zijn om programma's, beleidsplannen etc. effectiever te maken.
vb. veranderingen die nodig zijn om wachtlijsten voor ziekenhuizen in te korten.

2.4 Qualitative research as an independent research strategy.

In de laatste sectie worden er verschillende omstandigheden omschrijven waarin er mogelijk een combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek wordt gebruikt bij de uitvoering van sociaal onderzoek. Maar er zijn vaak gebeurtenissen waarbij een kwalitatieve aanpak de enige benodigde is.

Er zijn verschillende factoren die daar invloed op hebben:

- / **Slecht gedefinieerd:** kwalitatief onderzoek wordt soms gebruikt wanneer het onderwerp betere gedefinieerd of begrepen moet worden, voordat het gemeten kan worden.
- / **Diep geworteld:** In sommige gevallen zit het bestudeerde fenomeen diep gesetteld in persoonlijke kennis of begrip over de deelnemers. Deze maken waarschijnlijk deel uit van al lang bestaande waarden.
- / **Complex:** Hetzelfde geldt voor situaties waar er behoefte is om complexe fenomenen die aangeboren, ingewikkeld of moeilijk te relateren zijn te begrijpen.
- / **Specialist:** 'A related point' die gericht is op het verzamelen van informatie van individuen of groepen die een unieke of hoog gespecialiseerde rol hebben in society.
- / **Zwak of ontastbaar:** Sommige objecten in sociaal onderzoek zijn moeilijk te bevangen, omdat ze zo breekbaar zijn in hun openbaring.

- / **Gevoelig:** Het is moeilijk om te voorspellen of het onderwerp een bedroevend or emotioneel effect op de deelnemer.

Alle bovenstaande factoren zijn belangrijke factoren waarin kwalitatief onderzoek als onafhankelijke onderzoek vorm wordt gebruikt. De cruciale factor in de keuze voor onderzoeksmethode is de aard van de informatie die het onderzoek nodig heeft.

2.5 The functions of different qualitative methods

Een ander probleem is het type kwalitatieve aanpak die gebruikt moet worden in een bepaalde situatie.

Manieren om kwalitatieve data te verzamelen kunnen ingedeeld worden in 2 grote categorieën; zij die focussen op **natuurlijk voorkomende**(naturally occurring) data en zij die data genereren door **acties van het onderzoek** (interventions of het research).

Natuurlijk voorkomende data

Veel methoden in kwalitatief onderzoek waren ontwikkeld om fenomenen te onderzoeken in hun natuurlijke setting. De data die gegenereerd wordt is een 'vaststelling' van sociaal gedrag in een eigen natuurlijk setting.

Deze methode wordt vooral gebruikt wanneer gedrag of interacties moeten worden begrepen in 'echte wereld' context. Ook is het nuttig wanneer het onderzochte gedrag elementen bevat die onderbewust of instinctief zijn. Er zijn verschillende manieren ontwikkeld om fenomenen in hun natuurlijke setting te bestuderen:

1. **Deelnemer observatie**= de onderzoeker treedt toe tot de onderzochte populatie of community om acties, interacties of andere gebeurtenissen op te nemen.
2. **Observatie**= brengt de mogelijkheid om gedrag en interacties op te nemen en te analyseren, maar niet als een lid van de populatie.
3. **Documentaire analyse**= bevat het bestuderen van bestaande documenten om hun materiële inhoud te begrijpen of om diepere betekenissen te belichten. Het gaat om openbare documenten zoals kranten of overheidspapieren.
4. **Redevoering analyse**= onderzoekt de constructie van tekst en verbale verslagen om 'systems of sociale meaning' te verkennen.
5. **Conversatie analyse**= een gedetailleerd onderzoek of 'talk in interaction' om te bepalen hoe een gesprek is opgebouwd en vastgesteld.

Gegenereerde data

Gegenereerde methoden is betrokken bij reconstructie. En vereist 're-processing' en 're-telling' van houdingen, geloof, gedrag en andere fenomenen.

Gegenereerde data geeft inzicht in mensen hun perspectief en interpretatie van hun gedrag en interacties, en meest belangrijk, het helpt te begrijpen hoe zij gehecht zijn aan hun gedragingen.

Er zijn verschillende manieren waarop gegenereerde data gegenereerd kan worden:

1. **Biografische methoden**= het gebruik van levensverhalen en vertelde biografieën om het fenomeen te begrijpen.
2. **Individuele interviews**
3. **Gepaarde interviews**= zijn diepte interviews, maar dan met meerdere mensen tegelijk
4. **Focus groep**= bevat verschillende respondenten om het onderwerp te discussiëren als een groep.

2.6 Combining qualitative and quantitative methods

Er is veel discussie over of kwalitatief en kwantitatief mag en kan worden gecombineerd. De een zegt dat het niet kan, omdat er teveel verschil hun filosofische en methodologische oorsprong. De ander zegt dat ondanks de verschillen er wel waarden zit in het combineren.

Er zijn suggesties over mogelijke opeenvolgende relaties, die bestaat tussen de gedragingen van kwalitatieve en kwantitatieve studies. Deze verbanden zijn:

1. **Voorafgaand statistisch onderzoek**(preceding statistical enquiry)
Eerst statistisch onderzoek en daarna kwantitatief onderzoek.
2. **Samen met statistisch onderzoek**(alongside statistical enquiry)
Kwalitatief en kwantitatief onderzoek worden tegelijk gebruikt.
3. **Als een vervolg op statistisch onderzoek**(as a follow up to statistical enquiry)
Eerst statistisch onderzoek en dan kwalitatief onderzoek.

Triangulatie: gericht op het gebruik van verschillende methoden en bronnen de integriteit te controleren of het uitbreiden van conclusies getrokken uit de data.

H3. Design Issues

Een goed kwalitatief onderzoek

- / heeft een heldere gedefinieerde bedoeling, waar er coherentie bestaat tussen de onderzoeksvragen en de methodes en aanpakken voorgesteld, en waarin data valide en betrouwbaar is
- / is realistisch, rekening houdend met praktische gebreken denk aan tijd en geld
- / is een continu proces waarin je constant beslissingen en aanpakken moet herzien

3.1 Defining the research questions

Onderzoeksvragen moet voldoen aan:

- / duidelijk, verstaanbaar en eenduidig
- / gefocust, maar niet te beperkt
- / moeten kunnen worden onderzocht door het verzamelen van data
- / relevant en bruikbaar
- / geïnformeerd door en verbonden met de huidige onderzoeken of theorie, maar met de potentie om iets nieuws toe te voegen of een gat op te vullen
- / moeten interessant zijn voor de onderzoeker

3 verkeerde aanpakken

- / simplistic inductivism = onderzoekers dompelen zichzelf onder in een onderzoek, en hopen dat ideeën tevoorschijn komen door *in-depth-exposure*
- / kitchen sinkers = waarbij de gedachten een warboel zijn met ongeordend en ongestructureerd ideeën
- / grand theorists = die moeten constant herinnert worden aan het belang van nieuwe data in het onderzoek

Goede aanpak = testen bestaande belangrijke theorieën en het verzamelen van nieuwe data

3.2 Building design around research settings and populations

Het selecteren van een onderzoeksomgeving en onderzoekspopulatie gebeurt op basis van identificeren wat de meeste relevante, veelomvattende en rijk aan informatie is, en de relatie met de onderzoeksvragen

3.2.1 Building comparison into qualitative research designs

- / Vergelijkingen worden gezien als iets dat de selectie van onderzoekslocaties en populaties helpt, bijdraagt aan het bouwen van een theorie en het versterken van de duurzaamheid van de bevindingen van het onderzoek
- / Belangrijk hierbij is de controlefactor waarbij men onderzoekt of er een effect is met betrekking tot een belangrijke variabele in een groep

Kritiek op vergelijkingen

- / (Bryman) moeilijker om contextueel inzicht vast te houden in vergelijkende studies
- / (Stake) focussen op vergelijkingen doet afbreuk aan de sterkte van een single case beschrijving en kan daarom leiden tot minder precisie

Het gebruiken van vergelijkingen helpt in het kwalitatief onderzoek bij:

- / identificeren van de af- of aanwezigheid van een bepaald verschijnsel binnen verschillende groepen
- / verkennen hoe de manifestaties van groepen verschillen
- / verkennen hoe de redenen of uitleg van verschijnselen of de verschillende impacts en consequenties verschillen binnen een groep
- / verkennen van de interactie tussen verschijnselen in verschillende settings
- / verkennen van meer brede verschillen binnen de context in welke verschijnselen zich voordoen of in welke het onderzoeksprobleem is ervaren

3.2.2 Building case studies and structural linkage into qualitative research design

Case study is soms een synoniem voor kwalitatief onderzoek

Verdere associaties zijn:

- / Het feit dat er maar een case is geselecteerd, hoewel dit er meer mogen zijn
- / Het feit dat de studie gedetailleerd en intensief is
- / Het feit dat het verschijnsel bestudeerd wordt in context
- / Het gebruik van meerdere data verzameling methodes

De primaire gedefinieerde features van een case study is het hebben van meerdere perspectieven ingeworteld in een specifieke context

Deze meerdere perspectieven kunnen komen door het gebruik van meerdere data verzameling methodes maar ook door het gebruik van één methode bij meerdere mensen die verschillende perspectieven hebben.

De focus kan liggen op een proces (zoals het legaal oplossen van een scheiding) of op een context (zoals een school).

3.3.1 The timing of research

Vind het onderzoek plaats voor het proces of event of daarna? Het kiezen van een juiste timing wordt gebaseerd op de onderzoeksdoelen en prioriteiten. Sommige onderzoeken moeten op verschillende tijdstippen data verzamelen.

3.3.2 The number of research episodes and the role of longitudinal research

Single research episodes

Veel onderzoeken hebben maar een episode of fieldwork. Bijvoorbeeld als men de huidige situatie van iets wilt onderzoeken.

Er zijn ook onderzoeken die een verandering of dynamiek willen onderzoeken, bijvoorbeeld het onderzoeken van verschillende fases van een ziekte. Elke fase van een patiënt wordt bekeken als de huidige situatie, zo is er maar een onderzoeksperiode maar kom je wat te weten over meerdere fases.

Retrospective questioning = vroegere fases kunnen ook worden onderzocht bijv. door dagboeken. Het gevaar bestaat dat deze bevindingen worden veranderd door post-event rationalisatie, herinneringen of vervorming.

Voor onderzoeken waarbij procesveranderingen belangrijk zijn is één onderzoeksperiode niet genoeg.

Longitudinal qualitative research studies

Hierbij worden in meerdere periodes data verzameld.

Panel studies = waarbij dezelfde mensen meerdere keren worden geïnterviewd. Individueel niveau. Doel is het vastleggen van een proces over een langere tijd of het vastleggen van impacts, consequenties en uitkomsten die langer zijn dan op korte termijn. De rol van kwalitatief onderzoek is hier niet om de verandering te meten, maar het beschrijven van verschillende types van veranderingen die voorkomen of het beschrijven van de verschillende uitkomsten die resulteren en uit te leggen hoe en waarom er verschillen zijn tussen sample leden.

Cross-sectional studies = waarin de nieuwe participanten van sub sequentiële samples worden geïnterviewd. Deze worden gebruikt om macro-level veranderingen te verkennen, waar de focus niet is op het individu maar op de bredere context waarin deze zijn gesitueerd. De rol van kwalitatief onderzoek is het identificeren van nieuwe factoren en ervaringen en uit te zoeken hoe deze zijn ontstaan en het uitleggen van de consequenties.

Vragen rondom de design stage van longitudinal qualitative research studies

- / Het aantal research episodes en de timing daarvan
- / Sample selectie, hoeveel deelnemers etc.
- / Fieldwork methodes, wat voor interview? Etc.
- / Selectie voor follow-up interviews
- / Analyse, zelfde methode gebruiken om gegevens te analyseren

3.4 Choosing a data collection method

Beïnvloedt door = research questions, context, structuur en de timing van het onderzoek

3.4.1 Choosing between naturally occurring and generated data

Naturally occurring data = observatie, documentatie analyse, gespreksanalyse en discourse analyse

Generated data = in-depth interviews en groepsdiscussies

Keuze op basis welke het onderzoeksonderwerp het beste verlicht en op basis van praktische consideraties, maar ook een onderzoeker zijn epistemologische en ontologische positie.

Als eerste moet je nagaan of de data al bestaat.

De onderzoeker moet de volgende dingen afwegen:

- / De belangrijkheid van context. Onderscheid tussen personal context en natural context.
- / Of het toetsen van een onderzoek verschijnsel genoeg gedetailleerd, accuraat of compleet is.
- / Wiens interpretatie doorslaggevend is

Ook moet men nagaan of de natuurlijke omgeving bestaat en of deze bereikbaar is. Is het mogelijk om een in-depth interview uit te voeren?

3.4.2 Choosing between in-depth interviews and focus groups

ZIE BOX 3.1 op blz. 62

Combining in-depth-interviews

Focus groepen kunnen als begin worden gebruikt om waar te nemen welke relevante problemen er op spelen, waar men over kan vragen in in-depth interviews. Focus groepen kunnen na in-depth interviews worden gebruikt om te discussiëren over de problemen op een strategisch niveau, bijv. over onderliggende oorzaken en mogelijk oplossingen.

Focus groepen kunnen na in-depth interviews een kans zijn om de uitkomsten te verifiëren en te valideren. (Compleetheid, reflectie op de interpretatie van de data door de onderzoekers)

3.4.3 Secondary data analysis

van bestaande kwalitatief onderzoek data.

- / nieuwe perspectieven
- / gebruiken van elementen die nog niet volledig geanalyseerd waren
- / basis voor vergelijking met nieuwe verzamelde data

Kritiek

- / Het kan zijn dat bepaalde onderwerp gebieden niet centraal waren voor de originele objectieven, en dat dit wordt gereflecteerd in de beschikbare data.

Dit limiteert de diepte waar de secundaire analyse kan worden uitgevoerd en kan leiden tot misleidende resultaten.

- / Het kan zijn dat de steekproef niet genoeg veelomvattend is voor de doelen van de secundaire analyse.

3.5 Negotiating research relationships

3.5.1 Negotiating access

De manier waarop men participanten benadert om mee te doen aan een onderzoek kan essentieel zijn voor succes van de studie. Dit kan op verschillende manieren

- / denken aan de hiërarchie van een organisatiestructuur, toestemming krijgen van senior people die 'gatekeepers' zijn
- / geven van duidelijke info over de objectieven en strekkingen van de studie en waarom deze setting is gekozen
- / open en consistent zijn over wat er nodig is, in termen van aantal bezoeken, de tijd, wie er worden geïnterviewd
- / duidelijk zijn over de bevindingen die worden gebruikt, plannen voor het rapporten en condities voor anonimiteit en vertrouwelijkheid
- / anticiperen en reageren op bezorgdheden en gevoeligheden
- / het gebruiken van één contactpersoon binnen de organisatie
- / flexibel zijn over het inrichten van de studie aanpak in reactie op de precieze setting en het accepteren van adviezen
- / over nadenken hoe bevindingen kan worden gedeeld en in welke fase

Samenwerking is het makkelijkst als het onderzoeksonderwerp gezien wordt als relevant en waardevol door de deelnemers

3.5.2 Developing research relationships

Making research studies accessible to researched groups

- / taal waarin je mensen benadert
- / anticiperen op de mogelijke hindernissen tot participatie
- / provisie om deze hindernissen te overwinnen

Een onderzoeker moet flexibel zijn en zich aanpassen aan hun aanpak, de verplichting om het perspectief van de deelnemer begrijpen, het beschikbaar maken van onderzoek studies voor verschillende groepen, om niet veroordelend te zijn en deelnemers behandelen met respect.

Reciprocity (wederkerigheid)

Wat geef je terug als onderzoeker in ruil voor medewerking aan het onderzoek? Dit helpt bij het motiveren van mensen om mee te doen. Het kan ook zijn dat een interviewer iets over zichzelf vertelt bij een interview.

Matching interviewer and participant characteristics

Het matchen op sociaal-demografisch niveau is nuttig bij de dynamiek van data verzameling.

- / geslacht
- / sociale klasse
- / etniciteit
- / ervaringen
- / taal

Helpt bij het bereiken van bepaalde settings of groepen of het motiveren van mensen om deel te nemen aan onderzoek.

Kan ook niet goed zijn

- / Onderzoeker gaat af eigen ervaringen, participanten geven niet alle info omdat deze er vanuit gaat dat de onderzoeker hetzelfde heeft meegemaakt
- / In studies over gevoelige onderwerpen willen mensen liever spreken met iemand buiten hun eigen gemeenschap of populatiegroep
- / etniciteit, geslacht en klasse kunnen alleen een deel zijn om iemand te definiëren maar niet de meest belangrijke aspecten van hun zelfdefinitie, dus heeft matchen hierop geen zin

Matching is geen substituuat voor het ontwikkelen van hoge kwaliteit fieldwork vaardigheden, het hebben van empathie en respect voor participanten, reflectief zijn over deelnemers sociale werelden en eigen wereld, en het kunnen luisteren en begrijpen.

3.5.3 Ethical considerations

Informed consent (toestemming)

Deelnemers moeten informatie over de strekking van een studie, de oprichter, wie het onderzoeksteam is, hoe de data wordt gebruikt en wat men van hen verwacht, hoeveel tijd er nodig is (etc.) krijgen. Men moet vrijwillig toestemming geven.

Deze toestemming is niet absoluut en zal moeten worden aangepast gedurende het verzamelen van data. In sommige gevallen moet men toestemming krijgen van een derde partij (ouders bij kinderen, advocaat bij rechtszaken etc.).

Anonymity and confidentiality

De condities rondom anonimiteit en vertrouwelijkheid moet duidelijk worden gemaakt aan de deelnemers.

Anonimiteit = de identiteit van degene die meedoet aan het onderzoek mag niet worden gekend buiten het onderzoeksteam

Vertrouwelijkheid = het vermijden in rapporten of presentaties van opmerkingen naar of over geïdentificeerde deelnemers. Beide 'direct attribution' (opmerkingen gelinkt aan naam of specifieke rol) en 'indirect attribution' (opmerkingen over karakteristieken die een individu of kleine groep identificeren).

Data opslag= tapes/transcripts mogen geen labels hebben die anonimiteit kunnen verraden. Informatie dat mensen kan identificeren moet worden opgeslagen apart van data.

Protecting participants from harm Deelnemers aan een onderzoek kunnen soms meer informatie vrijlaten dan hun lief is en hebben hier achteraf spijt van. Ook kunnen ze door het oprakelen van herinneringen over nare ervaringen in het verleden hun zelf weer pijn doen. Hier moeten onderzoekers alert op zijn.

Protecting researchers from harm Onderzoekers komen bij mensen thuis en kunnen daar gevaar lopen. Daarom is het goed dat men werkt in paren. Ook kan men in publieke omgeving gevaar lopen. Men moet goede manieren van transport vinden.

- / Background check
- / Inchecken bij supervisor

3.6 Resourcing and timetabling qualitative research studies

Teamwork

- / Meer kansen voor reflectie en herziening
- / Houden onderzoekers fris
- / Ruimte voor verschillende inzichten en perspectieven
- / Helpt tegen vooroordelen en het verlagen van standaarden

kost meer tijd en dus geld

Het is belangrijk om de timetable en het budget in de gaten te houden wanneer het werk is begonnen.

H4. Designing and selecting Samples

Steekproeven komen voor bij kwalitatieve en kwantitatieve studies.

4.1 Sampling strategies for qualitative research

4.1.1 Sampling methods

Probability sampling = elementen in een populatie worden random gekozen en hebben een bekende kans van selectie. (Niet toepasbaar voor kwalitatief onderzoek)

Non-probability sampling = elementen worden uitgezocht op basis van reflectie van bepaalde karakteristieken of groepen binnen de sampled population. De kansen dat iemand wordt uitgezocht is onbekend. Onderzoek op kleine schaal, of in-depth studies (Toepasbaar bij kwalitatief onderzoek).

Criterion based or purposive sampling

De selectie van deelnemers is op basis van bepaalde criteria of doelgericht. De sample units worden gekozen omdat deze bepaalde karakteristieken of features heeft die in staat stellen om gedetailleerd te onderzoeken en begrijpen van de centrale thema's die een onderzoeker wil onderzoeken.

Twee richtlijnen:

- / Het verzekeren dat alle belangrijke bevolkingsgroepen die relevant zijn voor het onderwerp mee worden genomen in het besluit.
- / Het verzekeren, dat binnen elke belangrijke criteria, ook diversiteit is zodat de impact van een karakteristiek kan worden onderzocht.

Verschillende types:

- / Homogeneous samples = worden gekozen om een gedetailleerd beeld te krijgen van een bepaald verschijnsel.
- / Heterogeneous samples (maximum variation sampling) = waarbij er met opzet een strategie wordt gehanteerd waarbij er verschijnsels worden onderzocht die van elkaar verschillen.
- / Extreme case or deviant sampling = worden gekozen omdat deze cases ongewoon en speciaal zijn. Logica is dat men afwijkingen en extreme onderzoekt.

- / Intensity sampling = cases die sterk het verschijnsel die men interesseert reflecteert, in plaats van ongewone cases. (ook gebaseerd op de logica van extreme case or deviant sampling)
- / Typical case sampling = cases die posities die normaal of gemiddeld zijn karakteriseren, worden geselecteerd voor gedetailleerde profiel te maken. Hiervoor moet je wel weten wat normaal een gemiddeld is, deelnemers worden bijvoorbeeld gekozen op basis van een vorige enquête.
- / Stratified purposive sampling = een gemengde aanpak in welke het doel is om groepen te selecteren die variatie in een bepaald verschijnsel laat zien, de subgroepen moeten homogeen zijn, zodat deze kunnen worden vergeleken.
- / Critical case sampling = cases worden gekozen op basis van het laten zien van een verschijnsel of positie essentieel zijn in de oplevering van een proces of handeling. Essentieel bij het begrijpen. Vooral van waarde in onderzoeken die evalueren.

Het criteria voor selectie dat wordt gebruikt in een onderzoek wordt gekozen in de early design stages van het onderzoek. Gebaseerd op de het principiële doel, de bestaande theorieën, de hypothesen of lege gaten in een theorie dat men wil onderzoeken. Mogen geen vooroordelen ontstaan. Een hypothese moet evenveel kansen krijgen om te kunnen testen dat deze juist of onjuist is.

Theoretical sampling

Bepaald type van purposive sampling dat waarin een onderzoeker sample gebeurtenissen, mensen of units kiest op basis van hun potentiële contributie voor het ontwikkelen en testen van een theoretisch model. Het proces is **iterative**. Wat inhoudt dat een onderzoeker een steekproef kiest, de data analyseert en dan opnieuw een steekproef kiest om uitgekomen theorieën te onderzoeken. Dit gaat door tot 'data saturation' waarbij er geen nieuwe inzichten meer komen door te steekproef uit te breiden. **'Theoretical saturation'**: er komen geen nieuwe analytische inzichten voort.

Non-interactive en interactive sampling

Interactive sampling = flexibel gekozen en **iteratief** = Beoordeeld op basis van de rijkheid aan data en de kwaliteit van de concepten en theorieën die het heeft opgeleverd.

Theory generation

- / Vergelijken van homogene groepen waarbij een onderzoeker gelijke data vindt maar ook subtiele verschillen

- / Vergelijken van heterogene groepen waarbij een onderzoeker diverse data verzamelt

Oppurtunistic sampling and convenience sampling

Oppurtunistic sampling = de onderzoeker gebruikt het voordeel van onvoorziene kansen wanneer deze opkomen tijdens de fieldwork, door het adopteren van een flexibele aanpak om de sample aan te passen rondom de context van het fieldwork.

Convenience sampling = geen duidelijke sampling strategie; de onderzoeker kiest de sample op basis de bereikbaarheid.

Statistische representatie of de schaal van het onderzoek heeft niets te maken met kwalitatief onderzoek omdat men niet op zoek is hoe het verschijnsel is een grote populatie. De precisie striktheid van een kwalitatief onderzoek wordt gedefinieerd door het vermogen om opvallende karakteristieken te representeren.

4.1.2 Key features of qualitative sampling

Bij **theoretical sampling** en **purposive sampling** worden beide gebruik gemaakt van voorgeschreven selectiecriteria, ook al worden deze in verschillende fases van het onderzoek voorgeschreven. Ook beide maken gebruik van kleine steekproeven, met de mogelijkheid om iets toe te voegen of te vervangen wanneer het onderzoek bezig is.

The use of prescribed selection criteria

Samples moeten voldoen aan:

- / inclusief relevante bevolkingsgroepen, events, processen etc. 'symbolic representation'
- / zo divers mogelijk binnen de grenzen van de gedefinieerde populatie
 - * optimaliseert de kansen om alle factoren te identificeren geassocieerd met een verschijnsel
 - * het staat onderzoeken toe tussen de relaties van de variabelen zodat de meer relevante loskomen van degene met minder invloed

Sample size

- / Wanneer data juist zijn geanalyseerd, komt er een punt dat nieuw bewijs van elke extra data
- / Stellingen over voorkomen en hoe vaak iets voorkomt op de 100 mensen zijn niet van belang bij kwalitatief onderzoek
- / De informatie die kwalitatief onderzoek voortbrengt is zeer gedetailleerd

- / Kwalitatief onderzoek zorgt voor intensief gebruik van onderzoeksmiddelen, dus een grote sample size is te veel werk

Er moet met meerdere dingen rekening worden gehouden:

- / De heterogeniteit van een populatie
- / Het aantal selectiecriteria
- / De graad waarin criteria relaties met elkaar moeten hebben
- / Groepen die speciale aandacht moeten hebben door intensief onderzoek
- / Meer steekproeven binnen een onderzoek
- / Type van dataverzameling
- / Budget en middelen beschikbaar

Duimregel = een steekproef moet onder de 50 liggen

Groepsdiscussies = 90-100 in 12-14 groepen

Additional and supplementary samples

Additionele data kan zeer betrouwbaar zijn als het op dezelfde manier verzameld is als de originele data.

Theoretical sampling of purposive sampling?

- / Doelen van het onderzoek. T = Verkennende studies in onbekende gebieden, omdat het moeilijk is van tevoren vast te stellen de groepen en karakteristieken vast te stellen die in de sample moeten zitten.
- / Factoren als de nature van de onderzoekspopulatie en complexiteit
- / Pragmatische factoren als tijd en beschikbare middelen. T = kost meer tijd omdat het een iteratief proces is en niet een sequentieel proces is. T= van tevoren minder goed in te schatten hoeveel tijd en geld het gaat kosten.

4.2 Study populations

1. Wie of wat wil je betrekken in de steekproef?

2. Wat is de benodigde informatiebron om een selectie criteria vast te stellen

Eerste stage van sample design: Wat wil je precies onderzoeken en een steekproef uit trekken?

Belangrijke vragen bij het definiëren van een onderzoekspopulatie:

- / Welke groep of subpopulatie staat centraal bij het onderwerp van een onderzoek?
- / Welke populatie levert de rijkste en relevante informatie.

- / Zijn er delen van de centrale populatie die buiten moeten worden gesloten? Soms is het ongepast of ongevoelig om dit deel erbij te betrekken of special gebeurtenissen of omstandigheden houden hun er buiten. Je vraagt geen kinderen die betrokken zijn bij een scheiding of patiënten die terminaal ziek zijn.
- / Zijn er extra groepen of subpopulaties die er moeten bij betrokken om hun meningen, ervaringen etc. die extra of aanvullende inzichten geven over het onderwerp?

Twee fases bij het definiëren van de onderzoekspopulatie

- / Eerst het specificeren van de collectieve eenheden die nodig zijn (school; basis of middelbare?)
- / Dan het specificeren van de individuele eenheden die nodig zijn (welke leraren etc.)

4.3 Sample frames

4.3.1 Requirements of sample frames

1. Geeft de steekproefkader genoeg details van informatie die nodig zijn is om de deelnemers te kiezen?
2. Levert de steekproefkader een grootschalige en inbegrepen basis van dimensies, bevolkingsgroepen en andere groepen die relevant zijn en van waar de onderzoek steekproef kan worden getrokken?
3. Zal de steekproefkader een genoeg aantal potentiële deelnemers die worden gekozen op basis van hoge kwaliteit selectieprocedures zonder dat er veel niet geschikt zijn of niet willen deelnemen aan het onderzoek?

Een steekproefkader moet 3 tot 4 keer zo groot zijn als de steekproefgrootte om ruimte voor selectie te hebben.

4. Praktische opmerkingen. Kan de informatie gemakkelijk worden gemanipuleerd of uitgezocht worden om uit te lichten op de criteria waarop de populatie is gedefinieerd en de selectie wordt bepaald.

Is er genoeg geografische clustering om fieldwork effectief uit te voeren? Levert de steekproefkader genoeg informatie om iedereen te contacteren? Is de tijd en kosten haalbaar?

4.3.2 Options for sample frames

Existing sources

Administrative records = Nadeel: omdat deze niet zijn opgeslagen voor onderzoek redenen, zal het niet alle informatie bevatten nodig voor een kwalitatief onderzoek, daarom moet je eerst screenen.

Ook toegang tot deze rapporten moet worden verkregen.

Published lists= nuttig om een steekproef te genereren onder organisaties en professionals. Het is belangrijk om in deze lijsten de criteria te onderzoeken en nagaan of de lijst genoeg uitgebreid is. Screenen is nodig. Mits de lijst online verkrijgbaar is is het lastig om de gegevens zo te sorteren zodat men dit makkelijk kan analyseren.

Survey samples = Effectief wanneer de doelen en dekking van een enquête gelijk is aan het onderzoek. Het moet de eisen van uitgebreidheid, diversiteit en gebrek aan vooroordelen voldoen.

- / Nuttig wanneer de benodigde studiegroep klein of zeldzaam is of wanneer er gevoelige informatie moet worden verzameld
- / Kans om te ontdekken hoe variabelen zijn verdeeld onder de onderzoekspopulatie voordat er beslissingen gemaakt zijn met betrekking tot de steekproef
- / Geeft veel informatie om purposive sampling te ondersteunen

Generated sampling frames

Kost meer tijd dan het gebruiken van bestaande sampling frames .

A household screen = het benaderen van huishoudens in de onderzoeksgebieden en het afnemen van een kort interview. Het doel hiervan is het ontdekken van een individu die binnen de onderzoeksgroep hoort en te ontdekken of het relevant is om verdere informatie te verzamelen. Er wordt niet gekeken van tevoren naar de samenstelling van het huishouden, maar wel naar de karakteristieken van de buurt/straten. Handig bij visuele karakteristieken, zoals het hebben van jonge kinderen.

→ Kost veel tijd en is duur. Omdat de interviews kort zijn kun je niet naar gevoelige of complexe vragen stellen. Onderzoekers kunnen zelf niet alle interviews afnemen en daarvoor moeten er mensen worden opgeleid om dit te doen. Deze moeten de volgende dingen ontvangen:

- / Briefje met info over de studie en wat de potentiële deelnemers te vertellen.
- / Informatie over de beschikbaarheid van het onderzoeksteam als afspraken voor interviews moeten worden gemaakt.
- / Complete vragenlijsten gebruikt bij het screenen.

- / 'quota' lijstjes met het max. aantal mensen die moeten worden geselecteerd met bepaalde karakteristieken.
- / Twee versies van brieven die aan de benaderde mensen kunnen worden gegeven. Een voor degenen die mee gaan doen en een voor degenen die niet mee gaan doen.

Through an organisation = nuttig wanneer populaties te veel gespreid zijn of te klein om makkelijk te worden geïdentificeerd door household screens. Een moeilijkheid is om mensen erbij te betrekken die niet in contact zijn met organisaties. Een andere moeilijkheid is wanneer selectie criteria complexe of informatie bevat die individuen niet willen prijsgeven aan de organisatie. Ook kan de organisatie mensen uitzoeken die in het oog springen en dat men alleen de mensen benadert die hij/zij mag. Men moet het belang van diversiteit benadrukken.

Snowballing or chain sampling = Mensen die al zijn geïnterviewd vragen of zij nog meer mensen weten binnen de doelgroep. Handig wanneer de populatie verspreid of klein is of wanneer het betrekking heeft op karakteristieken die niet door iedereen wordt vertoond zoals seksuele oriëntatie.

- Gevaar voor de diversiteit.

- Kost veel tijd want men kan niet van tevoren alle deelnemers benaderen, maar hopen er op dat deelnemers voortkomen uit andere deelnemers.

Flow populations = Waarbij steekproeven worden genomen door mensen te benaderen binnen een bepaalde locatie of setting. Lastig om gedetailleerde informatie te vinden omdat mensen vaak ergens zijn voor zichzelf, waar ze niet over willen praten (huisarts). Ook is het een publieke locatie, waar mensen zich niet op z'n gemak voelen. Maak een afspraak en doe het interview thuis.

Choosing a sample frame

General population samples = household screens (behalve als de groepen zeldzaam zijn)

Groups that have an administrative significance = Administrative records (net gescheiden, voorwaardelijk vrij etc.)

Groups which are rare or hard to find = Survey sample, sample door organisaties en snowballing

Specific minority ethnic groups = household screen of focused enumeration (in de buurt vragen of ze mensen kennen binnen een paar huizen die voldoen aan de karakteristieken) in etnische buurten. Uitgebreid door snowballing.

Samples of organisations or professionals = Published list en verdere screening

Seeking consent at the sample frame

Wanneer er informatie is verzameld door een organisatie, administratieve bestanden of een enquête afgenomen door een andere organisatie of het onderzoeksteam moet er worden over nagedacht wat men afsprekt over het gebruiken van deze info.

'Opt in' = toestemming om de gegevens te gebruiken

'Opt out' = de kans geven om geen toestemming te geven om de gegevens te gebruiken

4.4.1 Identifying the population for study

Zie box 4.1 op blz. 99

4.4.2 The choice of purposive selection criteria

- / welke bevolkingsgroepen representeren
- / hoeveel diversiteit

Factoren:

- / review relevante literatuur of eerder onderzoek die al karakteristieken hebben gevonden die invloed hebben op het onderwerp
- / er zullen variabelen aanwezig moeten zijn om een evenwichtige steekproef te krijgen (zoals leeftijd, sociaal-economische groep).
- / er kunnen hypothesen zijn die men wil onderzoeken die bepaalde criteria vereisen
- / er kunnen subgroepen zijn waarvan je weinig weet , waarvan de meningen en omstandigheden moeten worden bekeken. Zie box 4.2 op blz. 100

4.4.3 Prioritising the selection criteria

Je zult 10 tot 20 variabelen vinden, je moet verschillende prioriteiten stellen aan deze. De ene wordt meer precies onderzocht dan de andere, anders zul je een veel

grotere steekproef nodig hebben waarbij je geen kwalitatief onderzoek meer op kunt toepassen.

Eerste stap = zoek de belangrijkste uit inclusief demografische variabelen, de key constituencies en genoeg divers. Maak een tabel primary, secondary en tertiary belangrijkheid.

Tweede stap = Moet er rekening worden gehouden met de relatie tussen variabelen (nesting, interlocking). Bijvoorbeeld als je de variabelen leeftijd en geslacht hebt, moet de leeftijd op dezelfde manier worden verspreid onder de verschillende geslachten.

Derde stap = Correlatie tussen variabelen. Als de ene stijgt, de andere ook. Dan is er één variabele niet nodig.

Tertiary variabelen worden niet specifiek opgenomen in de steekproef, maar zal wel worden bijgehouden wanneer de steekproef wordt getrokken. Zie box 4.3 op blz. 102

4.4.4 Deciding on the locations for the study

Locaties voegen meestal toe aan de sample design door hun specifieke karakteristieken. Ze worden gekozen op basis van hun bijdrage hebben aan het onderzoek. Zie box 4.4 op blz. 102

4.4.5 Designing a sample matrix

De beste manier om keuzes te maken over de overgebleven criteria die men wil betrekken in de sample design. Zie box 4.5 op blz. 103.

4.4.6 Setting quotas for selection

Quota's zijn het precieze nummer van mensen die nodig zijn om karakteristieken uit te zetten in de steekproef. Deze worden gebruikt om de laatste selectie te controleren van de deelnemers, zodat de onderzoek steekproef match met het sample design uitgezet in de sample matrix. Quota's kunnen getallen zijn maar zijn vaker een range.

1) De volgorde waarin de variabelen opgesomd zijn geeft weer hoe de data wordt verzameld bij het screenen.

2) De ranges van elke categorie zijn verschillen zodat ze samen wel op de juiste totale aantallen komen. Zie box 4.6 op blz. 105

4.4.7 Area allocations

Wanneer elk gebied dezelfde steekproef moet hebben, dan zijn de quota's voor elk gebied gelijk. Maar als dit niet het geval is, bijv. er zijn verschillen in etniciteit tussen gebieden, zullen de quota's verschillen.

4.4.8 Sample size

Als de steekproef te groot is. Te veel variabelen topprioriteit? Is het niveau van 'nesting' nodig? Hierna nog steeds een te grote steekproef. Nagaan of er genoeg middelen zijn om hoge kwaliteit info te verzamelen binnen deze schaal. Bij kwalitatief onderzoek is diepte onderzoek belangrijk dan info in de breedte.

4.4.9 Purposive sampling for group discussions

De sample size zal groter zijn, maar de stappen die we net gevolgd hebben zijn gelijk. Een extra beslissing over de compositie van de verschillende groepen. Hoe homogeen of divers? Er moeten quota's opgesteld voor elke groep. Zie box 4.7 op blz. 107

4.5 Implementing the sample design

4.5.1 Selection to meet quota requirements

Korte screening binnen de geselecteerde deelnemers.

4.5.2 Documenting outcomes

Het is belangrijk om bij te houden wie er uitvalt en waarom

- / **Ongeschikt of buiten bereik** = vallen buiten definitie onderzoek steekproef
- / **Non-contacts** = Contactgegevens zijn onjuist of niet kunnen bereiken door andere redenen
- / **Not meeting quota requirements** = Deel van de target study maar voldoen niet aan de quota's
- / **Refusals to participate** = Waarom? Aanpassen strategie om mogelijke deelnemers te benaderen
- / **Toestemming om deel te nemen** = Een interview of meedoen aan focusgroep is afgesproken

Belangrijk voor mogelijke afkeren of vooroordelen in de steekproef, of de manier om steekproef samen te stellen opnieuw te bekijken, of het over nadenken van de generaliseerbaarheid van de bevindingen.

H5. Designing Fieldwork Strategies and materials

In-depth interviews en **focus groups**, de onderwerpen van hoofdstuk 6 en hoofdstuk 7, worden soms gegroepeerd als vormen van ongestructureerde data verzameling. Door het flexibele en responsieve karakter is het begrijpelijk dat deze onderwerpen ongestructureerd worden genoemd. Maar het is ook misleidend. Want voor in-depth interview is wel degelijk een goede planning nodig. Daar gaat dit hoofdstuk over.

We beginnen met verschillende vormen van in-depth interviews en group discussions en hoe deze effectief kunnen worden gestructureerd. Speciaal wordt gekeken naar **topic guides** (=documenten met de belangrijkste problemen en subonderwerpen die worden onderzocht). Vervolgens wordt besproken hoe en waarom andere fieldwork materials kunnen worden gebruikt voor het verzamelen van data. Tenslotte wordt er gekeken hoe onderzoekers hun fieldwork moeten voorbereiden en hoe ze hun data verzameling strategieën moeten verfijnen.

5.1 Structuring data collection

5.1.1 Level of structure required

De mate van structuur van de kwalitatieve dataverzameling hangt af van het specifieke doel van het onderzoek. De mate van structuur heeft verband met in hoeverre de onderzoeker van te voren de onderzoeksonderwerpen kan specificeren, hoeveel interesse er is in de onderwerpen die ze niet hadden verwacht, en in hoeverre ze betrokken zijn bij de onderwerpen.

Volgende begrippen zijn Rubin and Rubin, 1995:

Cultural interviews = Een oriënterend onderzoek voor het begrijpen van onderliggende waardes, concepten en normen. (Weinig structuur)

Topical interviews= Meer sterk gericht op een bepaalde gebeurtenis of proces, en betrokken bij wat gebeurd en waarom. (Meer structuur)

Grofweg: Dataverzameling is meer gestructureerd in een evaluerende of onderzoekend onderzoek en minder gestructureerd in een oriënterend onderzoek.

In het algemeen: Focus group data verzameling is minder gestructureerd dan in-depth interviewing. Voor een gedeelte omdat het moeilijk is om structuur aan te brengen in een groepsdiscussie, maar vooral doordat een hoofdkenmerk van focus groups is dat data wordt verzameld voor interactie binnen een groep.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen twee soorten **kwalitatieve interviews**:

- / **Unstructured, non-standardised or in-depth interviews** = Hierbij verschilt de volgorde, formulering en manier waarop de onderwerpen worden besproken per interview.
- / **Semi-structured of semi-standardised interviews** = Interviewer vraagt de vragen elke interview op dezelfde manier. Ook doet hij enige probing voor verdere informatie, maar dit is gelimiteerd.

5.1.2 Ordering data collection

Het is ook belangrijk in welke volgorde de onderwerpen en thema's worden besproken gedurende het interview of de focus group. Een volgorde is handig voor verschillende redenen:

- / Interviews en group discussions zijn processen met hun eigen dynamiek, wat betekent dat verschillende onderwerpen het best kunnen worden aangepakt op verschillende fasen in het proces.
- / Iets weten van de persoonlijke context kan handig zijn om te begrijpen wat er later in het onderzoek wordt gezegd. Ook kan op deze manier effectief aan probing worden gedaan.
- / Het is makkelijker voor het onderzoeksteam om vertrouwd te raken met de topic guide als deze een logische volgorde heeft.

Handige algemene beginselen voor de volgorde van een interview (zie Box. 5.1 pagina 116)

- / De openingsonderwerpen moeten makkelijk en onbedreigend zijn.
- / De openingsonderwerpen zijn een kans om informatie te verzamelen die zeer belangrijk zijn voor verdere stadia in het interview.
- / Ga van algemene naar meer specifieke onderwerpen om een onbedreigende sfeer te creëren.
- / Vragen over ervaringen, omstandigheden en gedrag moeten voorafgaan aan vragen over motivatie of houding omdat mensen makkelijker praten over het eerste.

- / Introduceer discussies over definities in een beginfase om de oorspronkelijke reflecties van de deelnemers te horen, wanneer deze vragen aan het eind worden gesteld kunnen de definities van de deelnemer beïnvloed zijn door discussies.
- / Het interview moet een duidelijk en verwacht eind hebben en eindigen met een positieve opmerking
- / Naar het einde toe, kan het handig zijn om vragen te implementeren met samenvattende vragen van iemands houding en ervaringen.

Wanneer het onderwerp van het onderzoek een gebeurtenis of een proces is, is het handig om het interview of de focus group chronologisch te structureren.

5.2 Designing topic guides

Een goed ontworpen **topic guide** levert flexibele richting naar fieldwork proces en essentiële documentatie van een centraal aspect van het onderzoek.

5.2.1 The purpose and nature of a topic guide

Een topic guide biedt documentatie van onderwerpen die worden onderzocht dat dient als een interview agenda of gids.

5.2.2 Establishing subject coverage

Welk onderwerp wordt besproken is vaak duidelijk voor de onderzoeker door de doelen van het onderzoek en de bestaande literatuur op dit gebied. Gedurende het hele proces is het belangrijk om duidelijkheid te behouden over de centrale doelen van het onderzoek en niet teveel te focussen op specifieke onderwerpen.

5.2.3 An example topic guide

In Box 5.3 is een voorbeeld van een topic guide weergegeven. (Voor kenmerken, zie pagina 119).

5.2.4 The structure and length of the guide

De eerste fase is om vast te stellen welke onderwerpen kunnen worden gegroepeerd en wat de logische of natuurlijke volgorde van deze topics zal zijn.

In de kortste vorm, een topic guide bevat hoofdonderwerpen die moeten worden onderzocht. In de meest gedetailleerde vorm, een topic guide bevat een reeks van zorgvuldig geformuleerde vragen. Meer gedetailleerde topic guides bevatten informatie zoals:

- / Gesuggereerde formulering van opening en afsluiting

- / Specifieke onderwerpen die worden behandeld binnen breed onderwerp gebied
- / Suggesties voor aanwijzingen en richtingen voor probing
- / Gesuggereerde formulering van vragen voor het aanpakken van gevoelige onderwerpen

5.2.5 Language and terminology

Over het algemeen: topic guides werken beter wanneer items niet zijn geformuleerd als vragen, maar als woorden of zinnen om de onderwerpen aan te geven. De formulering van de vraag kan dan worden overgelaten aan de onderzoeker. Dit zorgt ook voor spontaniteit i.p.v. letterlijk oplezen van de vraag. Omdat de onderzoeker in dezelfde taal moet reageren als de deelnemers, moeten de items worden geformuleerd in een zo neutraal mogelijke taal. Meest belangrijke is dat deelnemers en interviewer taal en specifieke termen op dezelfde manier gebruiken zodat er geen misverstand ontstaat.

5.2.5 Specification of follow-up questions and probes

In toevoeging op de hoofd onderwerpen, topic guides bevatten ook een indicatie voor follow-up-questions and probing. Follow-up vragen zijn een belangrijk kenmerk van kwalitatieve dataverzameling. Meeste probes kunnen niet vooraf worden gespecificeerd omdat de formulering en gebruik van probes afhangt van wat de deelnemer zojuist heeft gezegd. De onderzoeker moet deze vragen dus op het moment zelf bedenken, maar het kan handig zijn om aantekening te hebben van mogelijke onderwerpen die kunnen worden gevraagd binnen elke subtopic.

5.2.6 Making the guide easy to use

Hier worden een aantal tips besproken hoe een guide kan worden gemaakt die makkelijk in gebruik is:

- / **Objectives:** Begin met een korte samenvatting van de doelen van het onderzoek.
- / **Introduction:** Het is handig om te beginnen met een herinnering aan de gebruikers van de gids (interviewers) wat moet worden gezegd aan het begin van het interview.
- / **Summary of topics:** Samenvatting van de onderwerpen
- / **Layout:** Belangrijk voor het gebruiksgemak
- / **Instructions:** Hoewel de manier hoe de topic guide gebruikt moet worden, wordt uitgelegd op informatiebijeenkomsten, is het soms handig om toch aanwijzingen te geven in de topic guide.

- / Ending: Het kan handig zijn om een herinnering aan het eind te plaatsen om geruststelling te geven over betrouwbaarheid en hoe de gegevens worden gebruikt, het geven van beloningen etc.
- / **More than one topic guide:** Verschillende topic guides kan handig zijn wanneer een onderzoek subgroepen bevat met andere omstandigheden. Het is wel belangrijk dat beide guides de gezamenlijke gebieden op dezelfde manier benaderen.

5.3 Incorporating other research instruments and materials

In een vroeg stadium bij het beoordelen van een topic guide structure, is het handig om na te denken of de gezochte informatie betekent dat er extra onderzoeksinstrumenten of materialen nodig zijn. Er zijn verschillende opties die in aanmerking kunnen komen:

1. *Collecting structured data:* Dit kan belangrijk zijn wanneer relatief complexe en gedetailleerde achtergrondinformatie nodig is om een duidelijk begrip te krijgen van een deelnemers situatie. Bovendien kan het gebruik van kalenders of agenda's kan de verzameling van data verhogen.

2. *Using case illustrations and examples:* Toevoegen van voorbeelden kan diepte en rijkheid toevoegen aan data verzameling.

3. *Enabling and projective techniques:*

- / *Vignettes:* Korte beschrijvingen van omstandigheden, personen of gebeurtenissen.
- / *Card-sorting*
- / *Giving information or showing written material*
- / *Mapping emergent issues*
- / *Projective techniques:* Vijf typen; association, completion, construction, expressive en choice-ordering
- / *Fieldnotes:* Field notes bieden een kans om op te nemen wat onderzoekers horen en zien buiten de directe omgeving van het interview.

5.4 Preparing for fieldwork and refining fieldwork strategies

5.4.1 Research team briefing

Doordat kwalitatieve data verzameling veel kritische discussies en keuzes overlaat aan de onderzoekers in het werkveld, is het belangrijk dat de onderzoeker is doordrenkt in de onderzoeksdoelen en duidelijk begrijpt wat elk onderdeel van de topic guide wil bereiken. Een onderzoeker werkt niet alleen, daarom is een goede voorlichting voor het hele onderzoeksteam een van de succesfactoren voor data verzameling. Een meeting kan hier een goede kans voor zijn.

5.4.2 Preparation for fieldwork

Na de voorlichting is het belangrijk om tijd te besteden aan het bestuderen van de guide. De onderzoekers moeten vertrouwd raken met de opbouw en details, en nadenken hoe verschillende onderwerpen moeten worden behandeld. Dit moet voordat de fieldworks beginnen.

5.4.3 Initial use and testing the topic guide

De interviews en focus groups zullen een belangrijke test zijn voor de reikwijdte van de topic guide. Het is belangrijk om te beoordelen in hoeverre de topic guide ervoor zorgt dat de deelnemers een volledig overzicht geven van het centrale onderwerp. Ook is het waardevol om de topic guide te beoordelen na een aantal interviews om zo de topic guide te veranderen en te verbeteren.

Key terms

Unstructured data collection verwijst naar de responsieve, flexibele en interactieve vragen technieken die worden gebruikt in in-dept data collection. Het wordt wel eens vergeleken met **semi-structured data collection**, maar daarbij zijn volgorde en vraagstelling meer vooraf gespecificeerd.

Topic guides, zijn ook wel bekend als interview schedules of interview guides. In een topic guide staan de belangrijkste thema's die moeten worden onderzocht, deze thema's zijn opgesplitst in onderwerpen en sub-onderwerpen.

Enabling and projective techniques zijn een reeks van benaderingen voor het bevorderen van data collection. Enabling techniques zijn onder andere het gebruik van **vignettes** (of korte hypothetische voorbeelden of 'stories'), **card-sorting** (waar voorbeelden zijn geordend of gesorteerd door deelnemers), het geven van informatie of het in kaart brengen op opkomende problemen voor verdere discussies.

Projective techniques

Fieldnotes zijn aantekeningen die gemaakt worden door onderzoekers 'in het veld' en meestal gebruikt in ethnographic research, waar zij vaak de belangrijkste gegeven zijn. Echter, in onderzoeken waar data verzameling gebeurt door audio-opname, fieldnotes kunnen de gevoelens over de dynamiek van het verzamelen van gegevens opnemen. Dit is informatie die verkregen is buiten de directe context van een interview of focus groep, of ideeën voor de analyse.

H6. In-depth interviews

Diepgaande of ongestructureerde interviews zijn een van de belangrijkste methoden om data te verzamelen in kwalitatief onderzoek.

6.1 The in-depth interview

6.1.1 Perspective on the interview

Er zijn twee verschillende posities in diepgaande interviews, 'mijnwerker (miner) metafoor' en 'reiziger (traveler) metafoor'. De mijnwerker metafoor valt binnen een modern sociaal wetenschappelijk model, die kennis ziet als 'gegeven (given)'. (Zie. Metafoor op blz. 141)

De reizigers metafoor valt binnen een opbouwend onderzoek model die gelooft dat kennis niet gegeven is, maar gecreëerd en onderhandeld. De interviewer wordt gezien als reiziger die met de geïnterviewde mee op reis gaat. De betekenissen van de verhalen van de geïnterviewde worden ontwikkeld door de manier waarop de interviewer ze interpreteert.

De invloed van postmodernisme, constructionisme en feminisme heeft geleid tot nieuwe perspectieven in diepgaande interviews.

Postmoderne benadering= nadrukken leggen op de manier waarop de realiteit is gemaakt in een interview en de relatie tussen onderzoeker en geïnterviewde.

Creatief interviewen: de onderzoeker houdt zich niet aan interviewgedrag met interviews die zich afspelen in iemands alledaags leven en er wordt nadruk gelegd op vrije uiting.

'Dialectical' interviewen: de onderzoeker richt zich op verschillen tussen de sociale en materiele wereld en voor de potentie voor actie en verandering.

Heuristische benadering= legt de nadruk op de persoonlijke ervaring van de onderzoeker en ziet het interview als een samenwerking tussen onderzoeker en geïnterviewde, delen, reflecteren en onderzoeken.

Feministische benadering= Meer reflecterend en interactief, gericht op het gebruiken van een niet-hiërarchische aanpak.

6.1.2 Key features of the in-depth interview

De verschillende perspectieven leiden tot verschillende vormen van diepgaand interviewen, maar er zijn altijd een paar kenmerken die hetzelfde blijven.

- / Het combineren van structuur met flexibiliteit
- / Het interview is interactief van aard
- / De onderzoeker gebruikt een aantal technieken om diepte antwoorden te krijgen
- / De onderzoeker is van mening dat kennis of een gedachte op een punt gecreëerd kan worden.

6.1.3 Requirements of a qualitative interviewer

Het succes van een interview hangt van een groot deel af van de persoonlijke en professionele kwaliteiten van de interviewer. Er worden een paar skills gevraagd van de interviewer:

1. Het vermogen om te luisteren
2. Een duidelijke en logische geest
3. Een goed geheugen
4. Nieuwsgierigheid

6.2 The staging of an interview

Er zijn een paar aspecten die overwogen moeten worden voor een effectief stage-management.

- / De onderzoeker moet zich bewust zijn van de verschillende fases van een interview.
- / De onderzoeker moet voorwaarden van het contract tussen onderzoeker en deelnemer begrijpen en weten hoe hij hier het meest uit kan halen.
- / De onderzoeker moet duidelijk aangeven wat de rol van de deelnemer is tijdens het interview.

Over het algemeen is het de onderzoekers taak om de geïnterviewde van alledaagse dingen te leiden naar een dieper niveau dmv de verschillende fases.

Fase 1: Aankomst

De eerste paar minuten zijn cruciaal voor het vaststellen van de relatie tussen onderzoeker en deelnemer.

Fase 2: Het introduceren van het onderzoek

Fase 3: Begin van het interview

Je kan beginnen met een neutraal onderwerp of achtergrondinformatie (zoals leeftijd, relatiestatus etc.)

Fase 4: Tijdens het interview

De onderzoeker leidt de deelnemer door de belangrijke thema's. In deze fase zit de geïnterviewde op een dieper niveau dan normaal.

Fase 5: Eind van het interview

Vlak voor het eind leidt de onderzoeker de geïnterviewde weer terug naar alledaagse onderwerpen.

Fase 6: Na het interview

6.3 Asking questions to achieve breadth and depth

Er kan onderscheidt gemaakt worden tussen 'content mapping' en 'content mining'

Content mapping vragen: zijn ontwikkeld om het onderzoeksveld te openen en de problemen die van toepassing zijn te definiëren.

Content mining vragen: zijn ontwikkeld om details te verkennen die in het probleem liggen en voor beter begrip voor het perspectief van de deelnemer.

Er zijn een aantal content mapping vragen:

1. Ground mapping questions
2. Dimension mapping questions
3. Perspective-widening questions

De content mining vragen kan je indelen in 4 categorieën:

- / **Amplificatory**
- / **Exploratory(verkennen)**
- / **Explanatory (verklarend)**
- / **Clarificatory(verduidelijkend)**

- / **verduidelijken van termen en taal**
- / **verduidelijken van details**
- / **verduidelijken door testen en uitgesproken standpunt**
- / **Het uitdagen van inconsistentie**

6.4 Question formulation

Vermijden van leidende vragen. (Je was vast boos?), Duidelijke vragen stellen

Andere technieken om diepte te bereiken:

- Luisteren en onthouden
- Onderhouden van relatie met de deelnemer
- 1. Uitdrukken van interesse en aandacht
- 2. Benadrukken dat er geen goede of foute antwoorden zijn
- 3. Goed letten op intonatie en lichaamstaal
- 4. Geef de deelnemer tijd om te antwoorden

Dingen die je niet moet doen:

- Nooit aannames maken
- Geen commentaar hebben op antwoord (Dat is interessant,)
- Niet het antwoord samenvatten
- Niet het antwoord van de deelnemer proberen af te maken.
- Vermijd overbodige opmerkingen (Oke, right, yes, I see)

Interviews zijn altijd onvoorspelbaar, dus er moet ook anders gereageerd worden in verschillende situaties.

H7. Focus Groups

Dit hoofdstuk begint met het uitleggen van de unieke kenmerken van focus groups en het beschrijven van verschillende typen. Vervolgens wordt ingegaan op de processen en de fasen. We kijken naar de technieken die betrokken zijn bij de behandeling van discussies. Ten slotte kijken we naar de context waarin de discussie plaatsvindt, in termen van groepsgrootte en samenstelling, de fysieke omgeving en de organisatie van focus groups.

7.1 Features and types of focus groups

7.1.1 Key features of the focus group

Bij focus groups wordt data verkregen door interactie tussen groepsdeelnemers. Focus groups zijn synergistic (Stewart and Shamdasi, 1990) de groep werkt namelijk samen: de groep interactie wordt nadrukkelijk gebruikt om data te verzamelen en inzichten te genereren.

Een ander kenmerk is de spontaniteit die opkomt door de sterkere sociale context. Doordat ze op elkaar reageren, onthullen de deelnemers meer van hun eigen mening over het onderwerp.

De focus groep presenteert een meer natuurlijke omgeving dan bij individuele interviews, omdat de deelnemers elkaar beïnvloeden, net als in het echte leven (Kreuger and Casey, 2000)

De sterkere sociale context geeft de kans om te zoek hoe ideeën te voorschijn komen in een meer natuurlijke setting dan bij in-depth interviews. Maar toch is het belangrijk dat focus groups worden gemanaged en begeleid door onderzoekers.

7.1.2 Types of focus groups

Focus groups bestaan uit 6 tot 8 mensen, die elkaar ontmoeten voor een periode van 1.5 uur/2 uur. In hoofdstuk 3 en 5 is al ingegaan op verschillende vormen.

Hier worden nu andere variaties van toepassing van group-based discussiemethodes en de vorm die groepen kunnen aannemen,

Hoewel focus groups normaal gesproken maar één keer samen komen, reconvened groups (reconvened=opnieuw bijeen) kunnen ook waardevol zijn wanneer de onderwerpen onbekend zijn voor de deelnemers.

Sommige groepsdiscussies nemen te vorm aan van een workshop

- Consultation

- Hoewel groepen normaal fysiek gesproken samen komen, is dit niet altijd het geval. Nominal groups worden soms ook gebruikt. Daarbij worden meningen worden verzameld van de groepsleden en vervolgens verspreid voor commentaar. De groepsleden komen vervolgens wel of niet samen. De Delphi techniek is een speciaal voorbeeld hiervan.

- Verbeterde technieken leiden ook tot groeiende interesse in virtuele groepen, waar deelnemers elkaar niet fysiek ontmoeten.

Groep gebaseerd onderzoek kan dus verschillende vormen aannemen. Dit hoofdstuk richt zich op meer typische vormen, waarbij een klein aantal deelnemers één keer samen komt.

7.2 Group processes and the stages of a focus group

7.2.1 The group process

Tuckman en Jenson hebben vijf fasen geïdentificeerd die groepen doormaken tijdens de groepsontwikkeling.

Forming
Storming
Norming
Performing
Adjourning

Forming: Individuen zijn voorzichtig, gespannen en angstig en maken zich zorgen over acceptatie.

Storming: Periode van spanning en beoordeling.

Norming: Samenwerking begint. Sociale normen zijn heel belangrijk in dit stadium.

Performing: Groep gaat samenwerken in open discussies; meest productieve fase.

Adjourning: Groep werkt naar het einde.

7.2.2 The stages of a focus group

STAGE ONE: Scene setting and ground rules

Managen van het begin van de sessie is erg belangrijk. De onderzoeker moet de deelnemers verwelkomen, vervolgens moet de onderzoeker een meer formele start maken van de sessie.

STAGE TWO: Individual introductions

In deze fase moeten de groepsleden zichzelf introduceren.

STAGE THREE: The opening topic

De algemene discussie wordt gestart door het introduceren van beginonderwerpen. Dit zijn meestal makkelijke dingen om over te praten.

STAGE FOUR: The discussion

De onderzoeker moet in deze fase goed luisteren en observeren.

STAGE FIVE: Ending the discussion

De onderzoeker eindigt de discussie en bedankt de groep.

7.3 Conducting the discussion

7.3.1 An overview of the researcher's role

De onderzoeker gebruikt het groepsproces voor het aanmoedigen van open en interactieve discussie, maar aan de andere kant moet de onderzoeker controle hebben op dat iedereen bijdrage levert en voorkomen van dominantie.

Het nodige niveau van onderzoeksbemiddeling verschilt tussen groepen en hangt af van dynamiek in een individuele groep en de aard van het onderzoeksonderwerp, vooral hoeveel interesse deelnemers hebben in het onderwerp.

De meeste vaardigheden die de onderzoeker nodig heeft, zijn gelijk aan de vereiste vaardigheden voor in-depth interviews (h6). Maar ook de volgende zijn belangrijk:

- / Aanpassingsvermogen
- / Zelfvertrouwen
- / Vermogen om zichzelf op positieve manier te projecteren en zo de groep aan te moedigen
- / Combinatie van zelfvertrouwen en 'tact'

7.3.2 Flexibility or structure: controlling the discussion

Hoeveel de onderzoeker moet ingrijpen om structuur aan te moedigen, hangt af van het type onderzoek. Het is nodig om enige structuur aan te brengen om te zorgen dat onderwerpen worden gedekt, maar de balans tussen structuur en flexibiliteit hangt af dus af van het type onderzoek.

Doel van de onderzoeker is om zoveel mogelijk informatie te verkrijgen en tegelijkertijd zorgen dat het doel van het onderzoek wordt bereikt.

7.3.3 Probing for fuller response

Onderzoekers moeten doorvragen (probing) om ervoor te zorgen dat onderwerpen aan de orde komen. (Voor manieren/vragen om discussie te openen, zie p 184)

7.3.4 Noting non-verbal language

Tijdens de discussie, moet de onderzoeker letten op lichaamstaal van de deelnemers.

Lichaamstaal is opmerkelijk vanuit twee standpunten:

1. Het voegt denkbeelden en nadruk op discussieonderwerpen.
2. Lichaamstaal is een indicator van de gevoelens van de deelnemer tegenover het groepsproces

7.3.5 Controlling the balance between individual contributions

Hoe de balans vinden tussen individuele bijdrage van individuen:

- / Voor iedereen ruimte creëren om bijdrage te leveren (rol van onderzoeker is dat iedereen een kans krijgt om deel te nemen aan de discussie)
- / Toespreken van dominante deelnemers, reduceren van de invloed van dominante deelnemers.
- / 'Drawing out' terughoudende deelnemers, probeer stille deelnemers actief deel te laten nemen (hiervoor zijn verschillende strategieën, zie boek)
- / Vermijd dialogen

7.3.6 Focusing on participants' personal views

Speciaal type gedrag wat meer voorkomt in groepsdiscussie dan bij in-dept interviews is het vermijden van uiting van persoonlijke inzichten, dit kan type zijn van verzet of 'storming' gedrag.

Onderzoeker kan dan deelnemers rechtstreeks vragen wat zij vinden.

7.4 Using the group process: some further strategies

Een goede focus group is meer dan een som van alle onderdelen. Onderzoekers proberen meer in-depth data te verkrijgen door interactie. Deze paragraaf gaat over andere manieren/strategieën hoe groeepproces kan worden gebruikt voor stimuleren van nieuwe discussies.

7.4.1 Encouraging in-depth exploration of emergent issues

De onderzoeker moet actief helpen om meer diepte te behalen. Om ervoor te zorgen om verder te bouwen op wat de groep heeft gezegd, kunnen we verschillende technieken toepassen:

- / Wanneer een potentieel interessant onderwerp opkomt bij een van de groepsleden, moet de onderzoeker de discussie verder laten gaan om te kijken wat anderen ervan oppikken.
- / Onderzoeker kan kiezen om aandacht meer direct te richten op één punt, vragen voor meer commentaar of specifieke vragen stellen.
- / Groep aanmoedigen om na te denken over de relatie tussen wat individuen hebben gezegd.
- / Als verschillende meningen worden uitgedrukt, kunnen de onderzoekers zich afvragen in hoeverre deze in conflict zijn met elkaar en in hoeverre ze overeenstemmen.
- / Ze moeten deelnemers aanmoedigen om zich te focussen op wat is voortgekomen uit individuele voorbeelden.

Voor een voorbeeld hiervan --> zie het boek pagina 188/189

7.4.2 Exploring diversity of view

De samenhang biedt een belangrijke kans voor het ontdekken van verschillen en diversiteit. In groepsdiscussies is het een kans om je te verdiepen in deze diversiteit. De diversiteit van meningen kan heel waarschijnlijk zijn, in dit geval kan de onderzoeker zich afvragen hoe dit komt en wat er achter zit.

Soms zijn de verschillen keer subtiel, de deelnemers zeggen dan dat ze het ergens mee eens zijn terwijl dit niet het geval is. Onderzoeker kan dan bijvoorbeeld vragen om bepaalde dingen te verduidelijken.

7.4.3 Challenging social norms and apparent consensus

Een kritiek op focus groups is dat de groep een druk uitoefent op de deelnemers om het eens te zijn met een sociaal geaccepteerde mening en daardoor niet praten over andere meningen of ervaringen. Als de discussie begint, kunnen de groepsdeelnemers zich focussen op hun gelijkheden of slechts één kant van het probleem voorleggen, hun bijdrage kan dan de heersende sociale normen weerspiegelen. Dit kunnen we linken aan de dynamica in een groep en is een karakteristiek van de 'norming' fase.

Hier volgen een aantal manieren hoe hiermee om kan worden gegaan:

- / Vragen wie hier een andere mening over heeft, of opzettelijk één persoon vragen waarvan de onderzoeker denkt dat degene een andere mening heeft.
- / Duidelijk maken dat meningsverschillen acceptabel zijn en juist worden gezocht.
- / Proberen om de grenzen van de sociale normen te vinden door te vragen in welke situaties of omstandigheden de groepsleden anders denken.
- / Unanimiteit uitdagen door een alternatieve mening te presenteren.

7.4.4 Enabling and projective techniques

Tenslotte kunnen 'enabling en projectie techniques' (beschreven in H5) effectief worden gebruikt in groepsdiscussies.

7.5 Group composition and size

De grootte en samenstelling van een groep is cruciaal om te zorgen voor groepsdynamiek. Kenmerken die hier relevant zijn, zijn de mate van heterogeniteit of homogeniteit binnen de groep, bestaande relaties tussen groepsleden en de grootte van de groep.

7.5.1 Heterogeneity versus homogeneity

Over het algemeen: enige diversiteit binnen de groep bevordert de discussie, maar te veel diversiteit kan het verhinderen. Wanneer een groep te verschillend is, kan het moeilijk zijn om diep in te gaan op onderwerpen.

Alsmede de gevoeligheid van het onderwerp, drie andere zaken moeten worden overwogen om de mate van diversiteit te bepalen.

Als eerste, het is belangrijk dat alle groepsleden dezelfde nabijheid (proximity) hebben ten aanzien van het onderzoeksonderwerp.

Ten tweede, de socio-demografische samenstelling van de groep kan invloed hebben op hoe openhartig en overdreven de discussie zal zijn, met name in relatie tot karakteristieken als leeftijd, sociale klassen, scholing, geslacht en afkomst. Mensen voelen zich vaak meer op hun gemak tussen mensen die ze zien als hetzelfde milieu.

Als derde, het kan een specifieke eis van het onderzoek zijn om te kijken naar de verschillen tussen subgroepen binnen de sample (zie H3).

7.5.2 Strangers, acquaintances and pre-existing groups

Focus groups worden meestal gehouden met vreemden, omdat dit zorgt voor open ondervraging en onthullingen.

Toch komt het ook voor dat groepen bestaan uit mensen die elkaar al kenden. Bijvoorbeeld als het onderzoek gaat over werkgerelateerde problemen tussen collega's.

7.5.3 Group size

Focus groups bestaan meestal uit zes tot acht deelnemers, maar de optimale groepsgrootte hangt af van de volgende zaken:

- / *De hoeveelheid dat groepsdeelnemers te zeggen hebben over het onderwerp.* Wanneer ze sterk betrokken zijn bij het onderwerp, is een kleinere groep wenselijk.
- / *De gevoeligheid of complexiteit van een onderwerp.* Gevoelige of complexe onderwerpen worden beter behandeld binnen een kleinere groep.
- / *Het feit of de onderzoeker breedte of diepte van data vereist.* Bij breedte zijn grotere groepen meer effectief. Bij diepte zijn kleinere groepen beter.
- / *De betrokken bevolkingsgroep.* Sommige mensen voelen zich meer comfortabel binnen kleinere groepen, zoals kinderen, ouderen of mensen met communicatie beperkingen.
- / *De structuur en taken bij de sessie.* Een workshop benadering, met specifieke taken en subgroepen, is meer effectief bij grote aantallen.

7.6 Practicalities in organising the group

De organisatorische aspecten van de focus group moeten worden uitgezocht in de planningsfase van het onderzoek en voordat potentiële deelnemers worden benaderd, omdat dit misschien beïnvloed of zij wel of niet meedoen. In box 7.1 is een checklist voor de organisatorische aspecten van een focus group.

De volgende paragrafen gaan over praktische regelingen die ook belangrijk zijn voor het succes van een focus group:

7.6.1 Time and place

7.6.2 Provision at the discussion venue

7.6.3 Recording

H8. Focus on Observation

8.1 A definition of observation

Een observatie is een handeling van het opmerken van een fenomeen, vaak met behulp van instrumenten, en dit vast te leggen voor een wetenschappelijk doel.

8.2 Types of observational research

Een onderzoeker kan vier verschillende rollen hebben tijdens het observeren:

- / **Complete observer:** De onderzoeker is zoveel mogelijk gescheiden van de setting die bestudeerd wordt. Dit houdt in dat de onderzoeker niet wordt gezien of opgemerkt.
- / **Observer-as-participant:** De onderzoekervoert waarnemingen uitvoorkorte periodes, om bijvoorbeeld de context voor interviews of andere vormen van onderzoek in te stellen. Daarnaast staat voor 'the subjects' alleen bekend als onderzoeker.
- / **Participant-as-observer:** De onderzoeker is meer geïntegreerd in het leven van de groep die wordt bestudeerd en is meer betrokken bij de mensen. De onderzoeker is zowel een vriend als een neutrale onderzoeker.
- / **Complete participant:** De onderzoeker verdwijnt volledig in de setting en is volledig betrokken bij de mensen en hun activiteiten. Soms zover dat nooit bekend wordt dat hij of zij een onderzoeker is.

Binnen de rol van Complete participant zijn twee vormen te onderscheiden, 'going native' en 'indigenous fieldwork'. Naar aanleiding van deze vormen discussiëren analisten ook over rollen in termen van membership. Het aannemen van een van deze rollen wordt ook wel *participant observation* genoemd.

- / Onderzoekers die **peripheral**(rand-) lidmaatschap aannemen, observeren en communiceren nauw samen met de mensen in het onderzoek. Hierbij ontwikkelen ze een identiteit als insider, maar ze participeren niet in activiteiten die de kern vormen voor groeps lidmaatschap.
- / Onderzoekers die wel een **actief** lidmaatschap aannemen, participeren wel in die kernactiviteiten, maar proberen ze zich wel te onthouden van het binden met de waarden, doelen en houdingen van de groep
- / Onderzoekers die **compleet** lidmaatschap aannemen, zijn een actief en betrokken lid en pleiten ook voor de standpunten van de groep.

8.3 Task of observational research

Observatie technieken zijn bruikbaar voor onderzoek dat te maken heeft met:

- / Specifieke settings
- / Evenementen (die langer duren en complexer zijn dan een enkele actie, plaatsvinden in een specifieke locatie, betrekking heeft op meerdere personen enz.)
- / Demografische factoren (bijv. indicatoren van sociaaleconomische verschillen als het verschil in bouwmaterialen enz.)

Om als een observator te kunnen functioneren heb je de volgende kwaliteiten nodig:

- / Talenkennis

- / Expliciet bewustzijn (Details opmerken die de meeste mensen weglaten uit routine)
- / Goed geheugen
- / Gecultiveerde naïviteit (niet bang zijn om naar het bekende of vanzelfsprekende te vragen)
- / Schrijfvaardigheden

8.4 The process of observational research

Een observatie bestaat uit de volgende stappen:

1. Locatie kiezen.
2. Toegang krijgen tot de gemeenschap.
3. Beginnen met observeren en indien nodig het trainen van medewerkers of lokale participanten. Hoe exotischer de locatie hoe hoger de kans dat de medewerkers last krijgen van een cultuurshock.
4. Het noteren van de observaties. (Gestructureerd, verhalend)
5. Observaties vallen geleidelijk in patronen, wat suggereert dat verdere vragen gesteld moeten worden door aanvullende waarnemingen of ander onderzoek.
6. Gaat door tot *theoretical saturation* is bereikt. Dit houdt in dat nieuwe waarnemingen oude kopiëren.

8.5 The question of validity

Betrouwbaarheid is de mate waarin een observatie consistent is met een algemeen patroon en niet het resultaat van een toevallige kans.

Validiteit: is de mate waarin een observatie daadwerkelijk demonstreert wat het demonstreert.

Vaak gebruikte manieren om de validiteit te genereren zijn:

- / Meerdere observatoren of teams, als ze verschillende standpunten presenteren kan er door middel van een kruiscontrole onregelmatigheden ontdekt worden.
- / Analytische inductie, bevindingen die patronen beschrijven in observaties worden getest op zoek naar negatieve gevallen. Het doel is om beweringen te vinden die als universeel kunnen worden beschouwd.
- / Verisimilitude, dit is een manier van schrijven dat de lezer in de wereld trekt die bestudeerd is om een stemming van herkenning op te wekken door het gebruik van beschrijvende taal.

8.6 Observer bias

Er zijn drie manieren om observer bias te minimaliseren, onderzoek d.m.v. observatie is dan:

- / **Naturalness:** de onderzoeker vraagt geen ongewone dingen van de mensen waardoor de onderzoeker in de loop van de tijd niet meer opgemerkt wordt en de mensen hun gang gaan.
- / **Emergent:** het onderzoek heeft potentie voor creativiteit. De onderzoeker kan tijdens het onderzoek afwijken van de vooraf opgesteld categorieën en dit kan nieuwe inzichten geven.
- / **Combineren met andere technieken.**

8.7 Observations in public spaces

Observaties in publieke ruimtes is onderworpen aan strenge ethische toezicht vanwege de kans op misbruik van het recht van de patiënten op privacy.

- / Het is onethisch voor een onderzoeker om opzettelijk een verkeerde identiteit aan te nemen met als doel een privé gebied te betreden waar de onderzoeker anders niet bevoegd voor is.
- / Het is onethisch voor een onderzoeker om opzettelijk het karakter van het onderzoek verkeerd te beschrijven.

H9. Analysis: Practices, Principles and Processes

Analyse is een uitdagende fase van het proces van kwalitatief onderzoek. Het vereist een mix van creativiteit en het systematisch zoeken, een mix van inspiratie en ijverig opsporing. Tot het laatste deel van de twintigste eeuw was de analyse van kwalitatieve gegevens een relatief verwaarloosd onderwerp, zowel in de literatuur als in de 'verslagen' van de methoden van onderzoekers. Dit is nu veranderd en er is betere documentatie over de verschillende benaderingen die zijn ontwikkeld om kwalitatieve analyses uit te voeren.

9.1 Traditions and approaches within qualitative analysis

In tegenstelling tot kwantitatieve analyse zijn er geen duidelijk overeengekomen regels of procedures om kwalitatieve gegevens te analyseren. Ze verschillen ook in verschillende tradities op het gebied van de belangrijkste focus en doelstellingen van de analytische proces. Deze omvatten:

- / Ethnographic accounts: grotendeels beschrijvend en die detail geven aan de manier van leven van bepaalde personen, groepen of organisaties.
- / Life history: kan worden geanalyseerd als een 'single narrative', collecties van verhalen rond gemeenschappelijke thema's, of wordt gebruikt als fundament voor een argument op basis van vergelijking tussen verschillende accounts.
- / Narrative analysis: geeft het basisverhaal dat wordt verteld, gericht op de manier waarop een verhaal is opgebouwd, de bedoeling van de verteller en de aard van het publiek.
- / Content analysis: de inhoud en de context worden geanalyseerd.
- / Conversation analysis: gericht op de structuur van een conversatie
- / Discourse analysis: houdt zich bezig met de manier waarop kennis wordt geproduceerd binnen een bepaald gesprek door middel van onderscheidende taal of via de goedkeuring van impliciete theorieën om een gevoel van sociale actie voort te brengen.
- / Analytic induction: heeft het doel om deterministische wetten en het essentiële karakter van verschijnselen te identificeren.
- / Grounded theory: omvat de generatie van analytische categorieën en hun dimensies, en de identificatie van relaties daartussen.
- / Policy and evaluation analysis: analyses hebben het doel antwoorden te geven over de context van sociaal beleid & programma's en de effectiviteit van hun levering en impact.

Kvale (1996) identificeert 3 verschillende contexten van interpretatie in kwalitatieve analyses:

1. Self-understanding: de onderzoeker probeert in het kort te formuleren wat de deelnemers betekenen en begrijpen.
2. Critical common sense understanding: de onderzoeker gebruikt algemene informatie uit de context van verklaringen om ze in een breder beeld te plaatsen.
3. Theoretical understanding: de interpretatie wordt in een breder theoretisch perspectief geplaatst.

9.1.1 Key features of different approaches

Benaderingen van kwalitatieve analyses worden vergeleken hoe ze een aantal verschillende kwesties aanpakken:

- / de status van de gegevens: gegevens worden gerefereerd aan verschijnselen zoals gevoelens, percepties en evenementen, die apart bestaan van de setting waarin de data is verzameld. -

- / De primaire focus van analyses: Analyses focussen zich op verschillende dingen. Discourse analysis, conversation analysis en narrative analysis richten zich op de taal en de constructie en structuur van gesprekken, teksten en interacties. Content analysis, grounded theory en policy analysis richten zich op het interpreteren van gewone gevoelens (ofwel gezond verstand) en de inhoudelijke betekenis van data.
- / De manier waarop data wordt verminderd: bijvoorbeeld thematische samenvattingen, collectieve analytische categorisering (categoriseren van data), identificatie van de algehele structuur in gegevens of afbeeldingen in vorm van samengestelde gegevens.
- / The kinds of concepts generated: identificatie van belangrijke thema's, concepten of categorieën. De aard van deze concepten en de manier waarop ze tot stand komen varieert per benadering.
- / The way concepts are applied to the data: 2 belangrijke manieren: cross-sectional 'code and retrieve' methods en non-cross-sectional analysis. De eerste betekent het uitwerken standaard systemen in categorieën en het toe te passen op data. De tweede betekent kijken naar verschillende delen van data (los van elkaar) en het conceptualiseren van categorieën op deze verschillende delen.
- / The extent to which data are retained in context: De manier waarop benaderingen de context behandelen en het linken aan de originele data.
- / The way 'analysed' data are accessed and displayed: Onderzoekers gebruiken verschillende manieren om hun geanalyseerde data weer te geven (toegang). VB. Code and retrieve methods geven hun data weer in textual chunks (stukken tekst), gesorteerd op categorie.
- / The explicit level of abstraction: de manier waarop de onderzoeker de data en patronen beschrijft.
- / De status of categories and the logic of explanation: de manier waarop de categorieën zijn uitgelegd. (Sommige gebruiken kwantitatieve data zoals een relatie tussen X en Y, anderen vinden dat dit niet mogelijk is met kwantitatieve data). The place of the researcher in the analytical account: de manier waarop de onderzoeker wordt beschouwd in de analyse. Sommige benaderingen zien de onderzoeker niet als een deel dat invloed heeft op het bewijs, terwijl anderen de onderzoeker als belangrijk deel van interpretatie zien.

9.2 Computer-assisted qualitative methodes

Miles (1995) categoriseert 5 verschillende typen computer ondersteunende kwalitatieve data analyse software (computer-assisted qualitative data analysis software / CAQDAS):

1. Text retrievers: zoekt grote hoeveelheden data voor woorden of zinnen.
2. Text base managers: geven een structuur aan data en zijn doorzoekbaar zoals text retrievers.

3. Code and retrieve programs: Maakt het mogelijk passages te labelen of taggen om ze makkelijker te vinden.
4. Code based theory builders: koppelingen maken tussen verschillende aspecten van de data.
5. Conceptual network builders: Vergemakkelijkt de grafische weergave van een dataset van concepten.

Er is niet een computerprogramma het best. De onderzoeker moet kiezen welk programma het best bij zijn behoeften past. Wel zorgt het gebruik van CAQDAS voor meer snelheid, consistentie en het makkelijker maken van het koppelen van data. Een nadeel is dat deze programma's de stukken tekst uit hun context haalt en de onderzoeker aanmoedigt.

9.3 The key requirements of analytic tools

Onderzoekers moeten hulpmiddelen bepalen voor het uitvoeren van hun analyses. Deze instrumenten maken het managen van het bewijs op een juiste manier gemakkelijker voor de onderzoekers. Het is belangrijk om een hulpmiddel of 'analytische ondersteuning' te kiezen dat het volledige potentieel van een kwalitatieve analyse maximaliseert. Daarom zijn er bepaalde cruciale kenmerken voor tools per methode voor het onderzoeken van kwalitatieve data:

- / Remains grounded in the data: concepten moeten geïmplementeerd worden in de gegevens, in plaats van gewoon worden opgelegd op de gegevens. Daarom moet er een structuur zijn in elke methode waarmee concepten of patronen naar voren komen uit de gegevens. De hulpprogramma's mogen dus patronen weergeven in plaats van dat een onderzoeker patronen zelf ontwerpt.
- / Permits captured synthesis: Het verminderen van 'ruwe' data om te gebruiken in concepten, moet voorzichtig gebeuren, zodat de originele weergave van de deelnemers blijft. De synthese moet ook worden vastgelegd, zodat de oorspronkelijke gegevens altijd gecontroleerd kunnen worden.
- / Facilitates and displays ordering: Bewijs moet op zo'n manier worden geordend dat het op elk moment tijdens de studie kan worden gebruikt. De onderzoeker moet ook in staat zijn makkelijk door de data te zoeken om relaties te vinden. Dit vereist instrumenten voor drie verschillende zoekmanieren: 1) thematic categories and patterns across different cases. 2) associations between phenomena within one case. 3) associations in phenomena between group of cases.
- / Allows systematic and comprehensive coverage of the data set: de analyse moet systematisch worden toegepast op alle gevallen. Dit betekent dat alle gevallen op dezelfde manier worden geanalyseerd.

- / Permits flexibility: de methode moet het mogelijk maken dat het model toegankelijk is als er nieuwe ideeën ontstaan.
- / Allows transparency to others: de inhoud moet toegankelijk zijn voor anderen om een follow-up studie uit te voeren. Anderen moeten kunnen bekijken hoe de gegevens zijn geanalyseerd.

9.4 The analytic hierarchy

Om een onderzoeker een dataset makkelijker te managen is er een analytische hiërarchie ontwikkeld (zie plaatje blz. 228). Het bestaat uit verschillende delen die betrekking hebben op verschillende analytische taken. Dit maakt het makkelijker voor de onderzoeker om een overzicht te krijgen van de data. Hij kan verplaatsen tussen de verschillende fasen om een beter resultaat te verkrijgen. Er zijn drie hoofdfasen: data management, beschrijvende accounts en uitleggende accounts.

9.4.1 Data management

Het begint met data management, waar de data wordt gesorteerd. Het betreft het maken van concepten waarin data gesorteerd en gelabeld zijn. Dit kan handmatig worden gedaan of met behulp van CAQDAS methoden.

9.4.2 Descriptive accounts

Vervolgens maakt de onderzoeker gebruik van deze geordende data om belangrijke dimensies te identificeren. Twee functies zijn essentieel bij deze analyse, namelijk welke taal de deelnemers gebruiken en de materiële inhoud van de accounts van mensen (hoe belangrijk is de inhoud van elke case). Na de data te hebben gecategoriseerd, kunnen typologieën worden ontwikkeld. Er zijn specifieke vormen van classificatie en ze kunnen worden gesplitst in twee vormen: inheems (indigenous) en analytische opbouw. De eerste is geclassificeerd door de deelnemers zelf en de tweede is gecreëerd tijdens het proces en laat patronen zien van de data.

9.4.3 Explanatory accounts

Uiteindelijk worden de uitleggende accounts ontwikkeld. De analist moet patronen van data die met elkaar te maken hebben vinden. Dit betekent dat, na het vinden van de belangrijkste concepten beschreven in de gegevens, de onderzoeker de patronen en relaties tussen concepten zal onderzoeken en proberen uit te leggen waarom deze patronen optreden. Sommige onderzoekers vinden dat kwalitatieve analyses niet gebruikt kunnen worden om causale relaties

te vinden. Het is echter een belangrijke onderzoeksmethode om de aard van de verschillende factoren en het onderlinge verband tussen concepten te verduidelijken.

H10 Grounded Theory Research and Theory Building

De grounded theory gaat er vanuit dat het verzamelen van data, analyseren en de theorie een wederzijdse relatie met elkaar hebben. De focus van de grounded theory is er voor te zorgen dat er een passende theorie ontwikkelt wordt bij een bepaalde situatie en biedt ook mogelijkheden tot het generaliseren van de bevindingen.

10.1 What is the Grounded Theory

Glaser & Strauss definiëren de grounded theory als: de ontwikkeling van een theorie uit data (gegevens). Om een theorie te bepalen door te kijken naar/analyseren van data wordt het volgende gedaan:

- 1) Categorieën gemaakt
- 2) Gelijkvormigheden (woorden/zinsdelen met zelfde betekenis) vastleggen
- 3) Identificeren van de eigenschappen van de data

Bij traditionele onderzoeksmethoden is er sprake van een plan, data collectie, analyse, en verslaggeving. Het maken van een grounded theory is daarentegen geen lineair proces.

10.2 The process of Grounded Theory research

De theorie die ontwikkeld wordt:

- / Focust op hoe individuen interacteren met (reageren op) het fenomeen van de studie (de gegeven data)
- / Theorie schetst een relatie tussen verschillende concepten
- / De theorie is ontwikkeld op basis van de data van; veldonderzoek/ interviews/ observaties/ documenten
- / Data analyseren begint met “open coderen” (categorieën, en dimensies maken) daarna “axiaal coderen” (onderzoeken van voorwaarden, strategieën en gevolgen) en dan “selectief coderen” naar de verhaallijn toe (wat is belangrijk voor de theorie).

Stappenplan:

1. Opzetten van het onderzoek: Selecteren van een geschikt onderzoeksgebied (fenomeen/ locatie of context). De onderzoeker moet gefocust zijn op de “theoretische gevoeligheid” dit betekent dat de literatuur over het gekozen onderzoeksgebied eerst buiten beschouwing wordt gelaten, dit komt later in de studie aan bod. Eerst moeten categorieën worden bepaald en worden vergeleken.
2. Data selectie: Allerlei data is mogelijk zowel kwalitatieve als kwantitatieve data. Denk aan: observaties/documenten/interviews/gesprekken/chats etc.
3. Inwijding en data collectie: Concepten worden meer specifiek (selecteren van belangrijke data) , en de methode wordt meer gestructureerd.
4. Data analyse: 1. Coderen van de eerste dataset 2.voortdurend toepassen van de codes op de potentiële veranderingen van locaties of respondenten. 3.vergelijken en aanpassen van codes. 4. Controleren op voorkomende categorieën 5.sets van categorieën vormen. 6. Toepassen en wijzigen van categorieën. 7.eventuele uitwerking van categorieën. 8.ontwikkelde concepten verduidelijken. 9. Beschrijven en verduidelijken van de analyse van het onderzoeksproces. —De concreetheid van categorieën kan verschillen, het is wel meer dan een naam van bij elkaar gevoegde data, namelijk: onderdeel van een conceptueel model.

5. Conclusie van het onderzoek: Onderzoek is afgerond als er een theorie is ontstaan uit de waargenomen data. (=Een beschrijving van de relatie (vergelijking) tussen centrale categorieën en andere categorieën). Hiervan kan een conceptueel model gemaakt worden en vervolgens geoperationaliseerd.

10.3 Evalueren van de Grounded Theory

Struass en Corbin hebben 4 stappen ontwikkeld voor het evalueren van de theorie:

1. Oordeel over de validiteit, betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van de data
2. Oordeel over de theorie zelf
3. Beslissingen over de adequaatheid van het onderzoeksproces waarin de theorie is gemaakt/uitgewerkt/getest.
4. Conclusies over de empirische grondslag van het onderzoek
5. De theorie is adequaat als acties begrepen en aangestuurd kunnen worden. Volgens Dey is het ook belangrijk om de theorie te vergelijken met andere theorieën en potentiële errors en uitleg te bekijken.

Voordelen/nadelen

- + Toe te passen op veel verschillende data
- + Mogelijkheden voor uitvoerders om samen te werken met theorie makende experts
- + Theorieën kunnen goed gebruikt worden in de praktijk (ook voor HRM vraagstukken)
- Grounded Theory wordt soms verward met andere kwantitatieve onderzoeksmethoden
- Soms wordt de data (facts van een andere theorie of framework) niet goed begrepen door de onderzoeker waardoor de uitkomsten niet kloppen

EXTRA: GROUNDED THEORY IN SLIDES

Analyse gebaseerd op de Grounded Theory (= de gefundeerde theoriebenadering) met als ontwikkeling (en provisorische verificatie) van hypothesen en theorieën uit empirische data.

De Grounded Theory (Glaser & Strauss)

- Diverse manieren coderen van tekstfragmenten,

- Spelen en vergelijken van de codering met nieuwe data
- Continue interactie heeft tot doel om concepten als het ware tevoorschijn laten komen (emergence)
- Gericht op het ontwikkelen van in toenemende mate abstracte en complexe conceptuele structuur
- Het inleven en begrijpen van de materie om van daaruit conclusies te trekken, met als doel ontwikkeling van hypothesen en theorieën uit empirische data.

Analysestep 1: Het labelen = open coderen

- Toekennen van namen, steekwoorden, omschrijvingen aan tekstfragmenten/delen van een tekst.
- Het moet een zinvolle reductie zijn; waarbij iets wordt gezegd over individu, situatie, groep of proces
- Ermee stoppen als er zich geen nieuwe labels meer aandienen

Analysestep 2: Labels/codes ruimtelijk ordenen en er verbanden tussen vinden

- Startpunt: een verzameling codes/labels/concepten
- Werkwijze: zoeken naar verschillen en overeenkomsten, qua inhoud en abstractiegraad
- Ordening wordt sterk bepaald door:
 - ï Wat wil je weten?
 - ï Waarom wil je het weten?
 - ï Vanuit welk perspectief verricht je het onderzoek?

Analysestep 3: Het interpreteren en benoemen van de labelstructuur = axiaal

Coderen

- Startpunt: geordende concepten/labels
- Werkwijze: zoeken naar (inhoudelijke) verwantschap en terugbrengen tot categorieën
- Ontstane patronen herkennen als: Beschrijvende analyses, Causale procesanalyses

Analysestep 4: De geldigheid van de labeling vaststellen

- Startpunt: min of meer een 'definitieve' labeling structuur

- Werkwijze: nieuwe informatie beoordelen met bestaande labeling (=constant comparison)
- Labeling voldoende/grotendeels dekkend? Zo niet, dan labeling aanpassen „Zo ja, dan mogelijkheid om te generaliseren

Analysestep 5: Het definiëren van de kernthema's = "selectief coderen"

- Startpunt: een verzameling (sub)categorieën
- Werkwijze: definiëren/precies omschrijven van de kernthema's, zodat anderen ermee kunnen werken
- Ondubbelzinnig te definiëren? Zo niet, dan kernlabel samenvoegen of opsplitsen,, Zo ja, dan niveau bereikt van begrip of thema

Analysestep 6: Het vaststellen van de intersubjectiviteit

- Startpunt: de eind- en tussenresultaten
- Werkwijze: checken/controleren op betrouwbaarheid/ intersubjectiviteit door de teksten door een andere onderzoeker te laten analyseren
- Levert analyse dezelfde resultaten op? Zo niet, dan indeling en labeling ter discussie stellen,, Zo ja, dan sprake van intersubjectiviteit

Analysestep 7: Het beantwoorden van de vraagstelling = "theoretical coding"

- Startpunt: soort vraagstelling
- Werkwijze: verschillende benadering per vraagstelling
- Onderlinge verbanden te ontdekken en visueel weer te geven? Zo niet, dan terug naar de oorspronkelijke data „Zo ja, dan een begin van een theorie te formuleren

Richting een conceptueel model

- Conceptueel model: visuele weergave van een theorie (variabelen/concepten & relaties)
- Theorie: raamwerk voor het organiseren van kennis
- Niet weergegeven waarom en wanneer: moet in de tekst verklaard worden.

H11. Carrying out Qualitative Analysis

Analyse kent twee stages: data management en descriptive of explanatory accounts. Dit hoofdstuk gaat op deze twee stages in.

11.1 Data management

Het managen van data met georganiseerde stappen is belangrijk omdat kwalitatieve 'rauwe' data vaak erg omvangrijk en gedetailleerd is. Om verder in onderzoek te kunnen moet je orde scheppen in de data.

11.1.1 Identifying initial themes or concepts

Data management begint bij het beslissen van de thema's of concepten waaronder de data wordt gelabeld, gesorteerd en vergeleken. De analist moet echter eerst een overzicht hebben van de data en vertrouwd (familiar) met de data zijn.

Familiarisation is het fundament van de analyse. Het is niet nodig om vertrouwd te zijn met alle data, maar de onderzoeker moet een selectie maken van de belangrijke data. De onderzoeker moet kijken naar de doelen van het onderzoek en de steekproefstrategie. Het familiarisation proces moet doorgaan totdat men denkt dat de diversiteit van omstandigheden en kenmerken van de data begrepen zijn.

Vervolgens moet men terugkerende thema's en ideeën identificeren. Deze moeten worden verwerkt in een conceptueel/thematisch framework ofwel index.

De thema's worden gesorteerd en gegroepeerd onder een kleiner nummer van bredere main thema's. Het framework kent dus main thema's met daaronder subthema's (voorbeeld zie box 9.2, blz. 258)

Belangrijk is nog dat er altijd een 'anders'-categorie bestaat en dat bij het kiezen van de thema's de woorden die gebruikt worden zoveel mogelijk overeenkomen met de woordkeuzes uit de dataset.

11.1.2 Labelling or tagging the data

De volgende stap is om het conceptuele framework toe te passen op de rauwe data. Hiervoor bestaan twee termen, die vaak door elkaar gebruikt worden: indexing en coding. Het boek prefereert indexing in dit proces. Indexing laat zien welk thema of concept wordt genoemd of naar wordt gerefereerd in een bepaald deel van de data. Met coding wordt het proces bedoeld van het opvangen van dimensies of inhoud die al preciezer zijn gedefinieerd en gelabeld. Dit niveau van precisie is onbedoeld of ongepast zo vroeg in het proces.

Met tekstuele data moet je bij het indexing elke frase, zin en paragraaf gedetailleerd lezen en bepalen waar de woorden over gaan. Dit kan handmatig of met speciale software. Een voorbeeld van handmatige indexing, zie box 9.3 blz. 261.

Drie dingen vallen hierbij op

1. In kleine stukken kunnen heel veel verschillende thema's voorkomen, terwijl in grote stukken soms maar een paar thema's voorkomen. Over het algemeen geldt: als de inhoud complex, emotioneel of erg belangrijk is, staan er vaak veel verschillende thema's in korte stukken tekst genoemd.
2. Onderwerpen/thema's lopen vaak door elkaar. Dit is vaak een teken van interconnection tussen de genoemde thema's of onderwerpen, die belangrijk kunnen zijn latere analyse.
3. The analist moet erg alert zijn op korte referenties naar onderwerpen die begraven liggen in een discussie over andere onderwerpen.

Tijdens of na deze stap kan het wenselijk zijn om de thematische framework aan te passen: thema's samenvoegen, splitten, toevoegen of verwijderen. Soms kan het ook wenselijk zijn deze stap over te slaan, bijvoorbeeld door tijdgebrek of doordat de data al erg ordelijk is gestructureerd. Vergeet echter niet dat het uitvoeren van deze stap juist verdere stappen in het proces kan versnellen.

11.1.3 Sorting the data by theme or concept

De volgende stap is het sorteren of ordenen van de data op zo'n manier dat materiaal met dezelfde inhoud of eigenschappen bij elkaar zijn gelegen. Het doel hiervan is om het de analist mogelijk te maken om zich in detail te focussen op

een onderwerp tegelijk. Hoewel de ordening kan veranderen later in het proces, is dit een erg belangrijke stap. Er zijn meerdere manieren om data te sorteren (er wordt verwezen naar hoofdstuk 8). Door het gebruik van de index categorieën, zullen sommigen materiaal bij elkaar brengen in thematische sets. Anderen zullen een thematische structuur ontwikkelen waarin data kan worden gelokaliseerd en kan worden verkend. (dit wordt uitgelegd in the boxen 9.4 t/m 9.6 vanaf blz. 265. Ik zou de tekst hierin even scannen en vooral naar het voorbeeld 9.6 kijken) Welke methode ook wordt gebruikt, het is cruciaal dat secties van materialen niet onherstelbaar worden verplaatst uit hun context. Later in de analyse kan het nodig zijn de teksten terug in de originele setting te plaatsen. Knip-en-plak methoden hebben dan ook het gevaar in zich de context of locatie van het materiaal te verliezen.

Er moet ook mogelijkheid zijn om materiaal naar meerdere locaties toe te wijzen, om twee redenen. **1.** Omdat het kan zijn dat een enkele passage relevantie heeft op twee conceptueel verschillende onderwerpen en het opsplitsen kan de betekenis en cohesie vernietigen. **2.** Het naast elkaar plaatsen van twee op het eerste oog ongerelateerde onderwerpen kan clues opleveren voor later inzicht of uitleg.

11.1.4 Summarizing or synthesizing the data

De laatste stap van data management is het samenvatten of het samenvoegen (synthesizing) van de originele data. Hierdoor wordt de data verminderd naar een meer fatsoenlijk level en helpt al de essentie van de data te destilleren. Het zorgt er ook voor dat de analist elk woord van de originele data heeft bestudeerd op betekenis en relevantie.

Opnieuw zijn er verschillende manieren om dit te doen, maar er zijn drie essentiële eisen:

1. Termen, frases of expressies moeten zoveel mogelijk in de woorden van de participanten worden beschreven.
2. Er moet zo min mogelijk geïnterpreteerd worden in deze stage van analyse.
3. Materiaal moet niet bestempeld worden als irrelevant wanneer het niet meteen duidelijk is. Later in de analyse kan deze data alsnog vitale informatie bevatten

De data moet systematisch worden doorgewerkt om ervan verzekerd te zijn dat alle inhoud is bestudeerd. Ook dit kan worden verwezenlijkt door alle data van een specifiek thema samen te brengen. Maar de data moet dan wel samenhang hebben zodat de essentie kan worden begrepen zonder naar het originele materiaal te hoeven kijken.

11.1.5 Some general features of data management

De genoemde stappen van datamanagement kunnen in verschillende volgorden voorkomen, afhankelijk van de analytische tool dat is gebruikt. Het is belangrijk om te erkennen dat gedurende alle stappen van data management er 'betekenis' wordt gegeven aan de originele data. Alle stappen behoeven een zekere mate van interpretatie van wat er is gezegd of geobserveerd. Hierdoor is het belangrijk om alles nauwkeurig te documenteren. Ook is het belangrijk dat er altijd weer toegang is tot de originele data, in het geval eerdere interpretaties later in de analyse in twijfel worden getrokken.

Data management is erg tijdrovend en soms vervelend, maar werkt wel familiarisation in de hand. Dit geeft de analist een volledig en gedetailleerd plaatje van de data. Het geeft vitale inzichten in, of levert vragen op over, de data dat zal leiden tot de latere interpretatieve stages van de analyse.

11.2 Descriptive accounts

11.2.1 Defining elements and dimensions, refining categories and classifying data

De eerste stage in **descriptive** (=beschrijvende) analyse is het uitpakken van de inhoud en aard van een bepaald verschijnsel of thema. De belangrijkste taak is het weergeven van data op een manier die conceptueel zuiver is, die betekenisvolle onderscheidingen maakt en inhoud verschaft die verhelderend is.

Er zijn drie stappen belangrijk:

1. Detection: de wezenlijke inhoud en dimensie van een verschijnsel worden geïdentificeerd
2. Categorisation: categorieën worden verfijnd en beschrijvende data worden naar die categorieën toegewezen
3. Classification: groepen van categorieën worden toegewezen aan klassen die vaak abstracter zijn.

Bij detection kijk je binnen een thema naar alle cases in de studie en stel je de reeks van waarnemingen, blikken, ervaringen of gedragingen vast die zijn gelabeld als deel van dat thema. Vervolgens sorteert en destilleert de analist de sleutel dimensies en identificeert bredere en meer verfijnde categorieën (categorisation). Vervolgens wordt de data er naar toegewezen.

Een voorbeeld van het proces van het verschuiven van de originele tekst naar beschrijvende categorieën wordt uitgewerkt in box 9.7 en 9.8 (9.7 weer scannen en vooral naar voorbeeld 9.8 kijken). Uit box 9.8 blijkt oa:

Bij de eerste stage van abstractie (kolom B) blijven de beschrijvingen (descriptions) dichtbij de originele data.

In de meer abstracte categorisatie van kolom C gebeuren drie dingen:

1. De analist is begonnen met het toewijzen van labels aan de data die verder gaan dan de originele tekst en is dus begonnen met het interpreteren van de data op een conceptuele manier
2. In de gebruikte categorisatie zijn er onderwerpen die verschijnen in verschillende cases en verschillend zijn beschreven in dezelfde categorie geplaatst
3. Er verschijnen andere categorieën die erg lijken op elkaar qua concept en welke in latere stappen samen kunnen worden gevoegd onder een iets bredere term.

Nu er verschillende categorieën zijn geïdentificeerd, wordt er gekeken of ze met elkaar linken of erg veel op elkaar lijken. Er zal meer abstractie plaatsvinden, maar het verband met de originele data en de classificatie die plaatsvindt moet altijd zichtbaar blijven, zodat er altijd aangepast kan worden. Het niveau van detail hangt af van de doelen van de studie en de beschreven verschijnselen hiervan. Belangrijk is dat de categorisatie uitgebreid is: alle cases en alle relevante elementen moeten worden meegenomen. Beschrijvende en classificerende analyses zijn zo cruciaal dat ze nodig zijn in elke studie.

11.2.2 Establishing typologies

Een typologie is een onderverdeling van een groep personen, beschrijvingen of objecten op basis van een aantal kenmerken. Een typologie heeft twee belangrijke kenmerken:

1. Typologieën combineren twee of meer verschillende dimensies zodat een meer verfijnde of complexe portrettering van een positie of eigenschap kan worden geïdentificeerd.
2. Ze verschaffen een classificatie waarin categorieën discreet en onafhankelijk zijn van elkaar.

Eerst moeten de relevante dimensies van een typologie worden geïdentificeerd. Hiervoor is het belangrijk dat de analist vertrouwd is met de data. Door onderzoeken moet het mogelijk zijn om dimensies die onderscheid maken te identificeren en om andere dimensies uit te sluiten. Als deze eerste constructie is ontwikkeld moet de analist er zeker van zijn dat alle cases kunnen worden

toegewezen aan elke dimensie die wordt gebruikt. Vervolgens moeten categorieën binnen de dimensies worden gemaakt, op die manier dat alle cases maar in een categorie binnen een dimensie kunnen vallen. De kracht van een typologie ligt in haar vermogen om alle cases te plaatsen in een serie van gerelateerde maar onafhankelijke categorieën. (Om dit onderdeel te begrijpen zou ik vooral box 9.9 blz. 281 goed lezen. Daar geven ze er een voorbeeld bij. Ook het stuk onder box 9.9 op blz 282 geeft een verduidelijking wat de uitkomst van een typologie kan zijn)

Een typologie moet niet een doel op zich zijn en ook niet elke kwalitatieve studie leent zich ervoor.

11.3 Explanatory accounts

11.3.1 Detecting patterns; associative analyses and identification of clustering

Associatieve analyse is erg belangrijk om een beter begrip van de onderwerpen die onderzocht worden te krijgen. Hierbij ga je verbindingen of verbanden tussen twee of meer verschijnselen zoeken.

Verbindingen die herhaaldelijk voorkomen tussen sets van verschijnselen worden **matched set linkage** genoemd. Soms is er een duidelijk en uitlegbaar verband tussen twee sets van verschijnselen, maar vaak is het waargenomen verband lastig uit te leggen. Matched set linkages kunnen niet geverifieerd worden totdat de hele data set is bekeken, hoewel het vermoeden van het bestaan ervan al eerder kan ontstaan.

Het is vaak belangrijk in kwalitatieve studies om te onderzoeken of er patronen voorkomen in de data binnen specifieke subgroepen van de studiebevolking. Typologieën en andere groepclassificaties zijn erg handig om associaties in kwalitatieve data te laten zien door te tonen hoe specifieke meningen of ervaringen horen bij specifieke groepen of sectoren van de populatie.

Nadat je verbanden en associaties hebt gevonden moet je nog uitzoeken waarom ze bestaan. In kwalitatieve onderzoeken heb je vaak maar een kleine, vaak selectieve, steekproef, dus zijn de gevonden relaties zelf niet verifieerbaar, tenzij een uitleg voor het bestaan ervan wordt gevonden. Een eerste stap hierin is om exact na te gaan hoe de relaties tussen verschijnselen zijn verdeeld over de data set. Hier gebruik je dus **numerieke distributies** (statistiek) voor. Wanneer de relatie significant blijkt moet je nagaan waarom deze bestaat door de patronen te onderzoeken.

Belangrijk is dat ook cases die niet passen binnen een uitleg worden meegenomen: outliers mogen niet worden genegeerd. Kwalitatieve analyse is niet klaar totdat alle cases en scenario's zijn gevonden en bestudeerd. Uiteindelijk zorgt dit voor een verdere verfijning in de uitleg of het laat sommige cases achter als onopgeloste puzzels.

(lees voor deze paragraaf box 9.10 blz 285 over associatieve analyse goed door)

11.3.2 Developing explanations

Het beschrijven van het proces van het zoeken naar verklaringen is lastig, omdat er geen logische stappen zijn. Onderzoekers moeten van voor naar achter en andersom door de data en de verklaringen blijven veranderen totdat de puzzelstukjes helemaal in elkaar vallen. Echter, verklaringen staan zelden in de data maar worden meestal actief in elkaar gezet door onderzoekers.

Er zijn meerdere manieren om een verklaring te bouwen. Hierbij moet onderscheid gemaakt worden tussen verklaringen gebaseerd op expliciete redeneringen die zijn gegeven door de studie-deelnemers, of op impliciete redeneringen die zijn afgeleid door de onderzoeker. Binnen deze twee benaderingen kunnen de verklaringen **dispositional** of **situational** zijn. Dispositional wil zeggen dat verklaringen komen van het gedrag en intenties van individuen. Situational wil zeggen dat verklaringen komen door factoren binnen een context of structuur.

Expliciete redeneringen komen rechtstreeks uit de data, bij impliciete redeneringen moet de onderzoeker verder gaan. Hiervoor zijn een aantal methoden:

Een onderliggende logica gebruiken: zaken die niet duidelijk elkaar verklaren maar de onderzoeker wil toch factoren identificeren. Hiervoor zijn drie benaderingen:

1. De onderzoeker kan een verklaring vinden door het bij elkaar voorkomen of het verweven zijn van twee niet gerelateerd lijkende thema's.
2. Een verklaring kan gevonden worden door het herhaaldelijk voorkomen van twee sets van verschijnselen ondanks deze niet perse bij elkaar in de buurt voorkomen in de data
3. Ook kan een verklaring worden gevonden door de afwezigheid van een factor bij een deel van de groep, die wel aanwezig is bij een ander deel van de groep.

Gebruik maken van logisch verstand: de onderzoeker volgt logische assumpties om patronen in data te verklaren. Deze assumpties moeten wel kloppen met alle data, anders werkt de verklaring niet.

Ontwikkelen van verklarende concepten: soms kan een sterke analytisch concept, die gedurende de studie in ontwikkeld, zelf een verschijnsel verklaren.

Kijken naar andere empirische studies: ideeën en ingevingen over mogelijke verklaringen kunnen ook komen door eigen studies te vergelijken met eerdere vergelijkbare studies.

Gebruiken van theoretische frameworks: onderzoekers willen mogelijk hun vindingen relateren aan een gekozen of theoretisch of analytisch framework. Onderzoekers kunnen beoordelen dat hun studie deel is van een breder fenomeen en theoretische verklaringen gebruiken voor hun vindingen. Deze verklaringen moeten wel nauwkeurig worden gecontroleerd of de data inderdaad overeenkomt eerdere theorieën.

11.3.3 Seeking wider applications

Uiteindelijk moet een onderzoeker bedenken of het bewijs van zijn studie een bredere toepassing heeft. Mogelijk draagt zijn onderzoek bij aan de theorie, een debat of geeft bijvoorbeeld aanbevelingen. Bredere toepassingen van onderzoeksbevindingen is een deel van de analytische output van een studie, dus moet het sterk ondersteund worden met bewijs.

11.4 Analysing group data

De volgende paragrafen gaan over groepsdata: data die voortkomt uit groep discussies in plaats van individuele interviews.

11.4.1 The nature of group data

Belangrijke zaken omtrent groepsdata:

Groep dynamics: groep dynamics hebben invloed op welke manier een onderwerp wordt besproken. Non-verbale communicatie is hierbij belangrijk om op te letten

Interactions: interacties tussen de groepsleden zijn interessante bron van informatie.

Ongelijke dekking: de tijd dat iedereen spreekt over verschillende onderwerpen zal variëren.

Minder uitgebreide dekking: omdat de tijd verdeeld moet worden zullen de groepsleden minder in de diepte kunnen gaan

De invloed van andere meningen: die kunnen de meningen van andere groepsgenoten veranderen

11.4.2 Approaches to group analysis

Er zijn twee methodes hoe groepdata kan worden geanalyseerd:

1. **Whole group analyses:** hierbij wordt de data van de groep als geheel bestudeerd. Er wordt niet gekeken naar de individuele deelnemers
2. **Participant based group analysis:** de bijdragen van de individuele deelnemers van de groep worden apart geanalyseerd binnen de context van de discussie.

Deze methoden worden verder toegelicht in box 9.12 blz. 294. Deze zou ik even snel scannen.

De keuze voor welke methode hangt af van de (geld)middelen en doelen van de onderzoeker. Whole Group analysis duurt langer en kan de context waarin bijdragen zijn gegeven verplaatsen. Voordeel is echter dat deze methode kan zorgen voor meer gedetailleerd bewijs over overeenkomsten en verschillen tussen de groepsleden

H12. Generalizing from Qualitative Research

Met generalisatie wordt bedoeld dat uitkomsten van een studie die gebaseerd is op een steekproef relevantie hebben die verder gaan dan de steekproef en de context van het onderzoek. Er is veel diversiteit over de betekenis van generalisatie tussen onderzoekers met betrekking tot kwalitatief onderzoek. Sommigen vinden het erg belangrijk, anderen negeren het zelfs compleet.

12.1 Definitions of generalization

Vaak wordt gesproken van twee soorten generalisatie: empirical en theoretical.

Empirische generalisatie gaat over het toepassen van de uitkomsten van kwalitatieve onderzoeksstudies op populaties of settings die verder gaan dan de steekproef.

Andere onderzoekers noemen dit wel **transferability of externe validiteit**.

Met **theoretische generalisatie** bedoelt men dat de theoretische concepten of stellingen van een studie breder toepasbaar zijn.

Een moeilijkheid in dit onderscheid is dat deze niet universeel of constant wordt gebruikt. Daarnaast kan weer onderscheid gemaakt worden in empirische

generalisatie, namelijk in representational generalisatie en inferential generalisatie. Voortaan gebruiken we drie soorten generalisatie:

1. **Representational generalisatie:** kan wat gevonden wordt in een onderzoekssteekproef gegeneraliseerd worden naar de uitgangspopulatie van de steekproef?
2. **Inferential generalisatie:** kunnen de uitkomsten gegeneraliseerd worden naar andere settings of contexten?
3. **Theoretical generalisatie:** kunnen de getrokken theoretische stellingen, principes of statements van een studie gebruikt worden voor een bredere toepassing?

Representational generalisatie wordt, volgens boek onterecht, veel minder gebruikt in kwalitatieve onderzoeksliteratuur dan de andere twee vormen van generalisatie. Verder spelen er bij representational generalisatie twee zaken: **1)** komen de verschijnselen uit de steekproef ook voor bij de hele populatie? **2)** zullen andere verschijnselen voorkomen in de populatie die niet is waargenomen in de steekproef?

Hoewel generalisatie een belangrijke criteria is voor onderzoek, kunnen studies voorkomen die erg waardevol zijn zonder dat ze te generaliseren zijn.

12.2 Approaches to generalization

12.2.1 Theoretical generalization

Theoretische generalisatie moet echt universeel zijn en niet vatbaar voor tijd en ruimte. Het moet formuleren wat altijd en overal het geval is, op voorwaarde dat de benodigde condities aanwezig zijn.

Onderzoekers zijn het oneens over het nut van kwalitatieve onderzoeksmethoden in sociale studies. De schrijvers van het boek hebben de mening dat kwalitatief onderzoek kan bijdragen aan sociale theorieën omdat dit ons wat kan vertellen over onderliggende sociale processen en structuren die deel zijn van de context en verklaring van individuele gedragingen en meningen.

De mate waarin data van een studie bestaande theorieën ondersteunen kan worden vastgesteld door te vergelijken hoe goed de verschillende cases passen in een bestaande theorie en in hoeverre het gedrag kan worden uitgelegd van individuele cases. Die theorieën kunnen dan verder ontwikkeld en verfijnd worden, zodat ze worden aangepast aan nieuw gevonden variaties in gedrag of omstandigheden. Een theorie is dus niet iets vast maar verandert door de tijd.

12.2.2 Inferential generalization

Veel onderzoekers zijn het eens met de stelling dat er altijd factoren zullen zijn die een specifieke setting uniek maken, maar dat beoordelingen over het verschuiven naar andere settings gemaakt kunnen worden. Generalisaties moeten gezien worden als hypothesen of extrapolaties in plaats van conclusies. **Extrapolaties** zijn bescheiden speculaties over de mogelijke toepasbaarheid van de uitkomsten van een onderzoek naar andere situaties met lijkende, maar niet identieke, condities. Extrapolaties zijn logisch, bedachtzaam en probleem georiënteerd, in plaats van statistisch.

Transferability (overdraagbaarheid) van de uitkomsten hangt af van de mate van overeenstemming tussen de sending context – de context van het onderzoek – en de receiving context – de context waar het op toepassing heeft. De onderzoeker moet een **'thick description'** (dichte beschrijving) leveren, wat wil zeggen dat de onderzoeker genoeg details moet geven van de originele data en de omstandigheden waarin deze zijn verkregen. Zo kan de lezer peilen en vaststellen wat de betekenis ervan is. De mate van overeenstemming tussen de sending en receiving context wordt dan dus bepaald door anderen.

Inferential generalisatie in sociaal onderzoek is een kwestie van oordelen en de onderzoeker moet een thick description leveren

12.2.3 Representational generalization

Deze term wordt door het boek gebruikt als de mate waarin uitkomsten van een onderzoek kan worden gegeneraliseerd tot de uitgangspopulatie van de steekproef. Andere onderzoekers verwijzen ook wel een naar deze term als de mate waarin de uitkomsten kunnen worden gegeneraliseerd tot andere of bredere populatie, maar dit gebruikt het boek niet.

Veel onderzoekers menen dat bij kwalitatief onderzoek nooit toepassing is van **representational generaliseerbaarheid** omdat de steekproeven erg klein zijn en er gebruikt wordt gemaakt van interviews waarop verschillend gereageerd kan worden en die niet gestandaardiseerd zijn. Anderen zien het bestaan van bevestigend bewijs uit ander onderzoek met dezelfde uitgangspopulatie als noodzakelijk om uitkomsten van een studie te generaliseren.

De basis voor representational generalisatie voor kwalitatief onderzoek is echter helemaal anders dan die van kwantitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek kan niet worden gegeneraliseerd op basis van statistiek. Het is de inhoud of kaart van de reeks van meningen, ervaringen, uitkomsten of andere verschijnselen die

bestudeerd zijn en de factoren en omstandigheden die ze vormen of beïnvloeden, die kunnen worden gegeneraliseerd tot de onderzochte populatie.

Belangrijk is **1**) de accuraatheid van bestuderen en interpreteren van de verschijnselen en **2**) de mate waarin de steekproef representatief is voor de uitgangspopulatie. Ofwel de representational generaliseerbaarheid hangt af van de **betrouwbaarheid** (reliability) en **validiteit** (validity).

12.3 Reliability and validity

De concepten van reliability en validity zijn ontwikkeld in de natuurwetenschappen. Daarom zijn testen of maatstaven die daarin gebruikt worden om deze begrippen te meten ongepast voor kwalitatief onderzoek. Maar in de breedste zin betekent reliability duurzaam en validity gegrond, en deze begrippen zijn ook van toepassing op kwalitatief onderzoek aangezien ze helpen om de sterkte van de data te bepalen.

12.3.1 Reliability

Met **reliability** wordt in het algemeen verwezen naar de repliceerbaarheid van de uitkomsten van onderzoek en of deze uitkomsten ook zullen ontstaan bij een ander vergelijkbaar onderzoek met gelijke methodes. Veel onderzoekers vinden echter dat kwalitatief onderzoek nooit te repliceren is omdat dit soort onderzoek dynamisch is en afhankelijk van zeer veel factoren. Hierdoor wordt reliability in kwalitatief onderzoek vaak genegeerd. Het boek vindt dat reliability wel toepasbaar is op kwalitatief onderzoek.

Een eerste vereiste is het hebben van een duidelijk inzicht in welke functies van de kwalitatieve data consistent, afhankelijk of repliceerbaar zijn. Er moet een zekere mate van zekerheid zijn dat interne elementen, dimensies, factoren etc. die zijn gevonden in de originele data ook zullen gebeuren buiten de studiepopulatie. Ten tweede moet de onderzoeker consistent en strikt zijn met zijn interpretaties van de data.

Er is een verschil in interne (ook wel inter-rater) reliability en externe reliability.

Interne reliability gaat over de mate van replicatie die kan worden verwacht als vergelijkbare studies worden uitgevoerd.

Externe reliability refereert naar de mate waarin schattingen, beoordelingen, ratings etc. zijn goedgekeurd of herhaald door andere onderzoekers.

Over het algemeen wordt meer waarde gehecht aan de interne reliability.

Als er geen zekere mate van geloof is dat een uitkomst zal terugkomen in vergelijkbare studies, dan moet men de significantie van de geïdentificeerde verschijnselen in twijfel trekken.

Om de reliability te verhogen moet de onderzoeker **1)** de lezer verzekeren dat het onderzoek robuust is door interne checks op de kwaliteit en interpretatie van de data, **2)** de onderzoeker moet genoeg informatie verschaffen over het onderzoeksproces. Hierdoor moet de onderzoeker tijdens het onderzoek zich telkens afvragen of de design en verloop van het onderzoek gepast is. Voorbeelden van vragen:

- / is de steekproef selectie zonder vooringenomenheid?
- / is het veldwerk consistent uitgevoerd?
- / is de analyse systematisch en uitgebreid uitgevoerd?
- / is de interpretatie ondersteund met voldoende bewijs?

Reliability criteria van kwantitatief onderzoek past niet bij kwalitatief onderzoek en andersom geldt hetzelfde.

12.3.2 Validity

Met de **validiteit** van uitkomsten of data wordt bedoeld dat deze correct en precies zijn. Er zijn twee verschillende dimensies hierin:

1. Interne validiteit wat wil zeggen dat je echt onderzoekt wat je wilt onderzoeken
2. Externe validiteit wat wil zeggen dat de abstracte constructen of hypothesen die zijn gegenereerd, verfijnd of getest, toepasbaar zijn op andere groepen binnen de populatie of andere settings. Dit laatste lijkt erg op de term generaliseerbaarheid en zorgt vaak voor verwarring.

De validiteit van de metingen is zowel belangrijk voor kwantitatief als kwalitatief onderzoek. Maar bij kwalitatief onderzoek hebben de bijbehorende vragen meer betrekking op de validiteit van representatie, begrip en interpretatie. Een verslag is valide als het die functies van verschijnselen accuraat representeert die zijn bedoeld om te beschrijven of uit te leggen.

Er is veel discussie over de manier waarop de validiteit kan worden vastgesteld, aangezien het lastig is om accuraatheid of waarheid van sociale interviews te verifiëren.

De belangrijkste vraag moet luiden: ben ik accuraat de verschijnselen die ik bestudeer aan het reflecteren zoals ze worden waargenomen door de studiepopulatie?

Daarnaast moet de onderzoeker zich telkens afvragen:

- / Kende de steekproef een bekende vooringenomenheid?
- / Was de omgeving, kwaliteit van ondervragen voldoende effectief voor deelnemers om hun meningen te delen?
- / Zijn de verschijnselen zo geïdentificeerd, gecategoriseerd en vernoemd als dat werd bedoeld door de deelnemers?

12.3.3 Validation

Er zijn een aantal manieren gesuggereerd om kwalitatieve data te bekrachtigen (validate) en te verifiëren. Hierin wordt onderscheid gemaakt in internal en external validation.

Voorbeelden van **internal validation**:

- / *Constant comparative method/ checking accuracy of fit*: afleiden van hypothesen van een deel van de data en het vervolgens testen op een ander deel van de data door constant te checken en te vergelijken tussen verschillende plaatsen, tijden, cases en individuen
- / *Deviant case analysis*: ervan verzekerd zijn dat outliers/deviant cases niet worden genegeerd maar juist belangrijke bijdragen hebben aan de theorie.

Voorbeelden van **external validation**:

Triangulation :gebruik van verschillende bronnen voor informatie zal de duidelijkheid, precisie van een onderzoeksuitkomst bevestigen en verbeteren.

- / *Methods triangulation*: vergelijken van data verkregen door verschillende methoden (kwalitatief vs kwantitatief)
- / *Triangulation of sources*: vergelijken van data van verschillende kwalitatieve methoden (observaties, interviews ed.)
- / *Triangulation through multiple analysis*: gebruiken van verschillende observer, interviewers, analisten ed.
- / *Theory triangulation*: kijken naar data vanuit verschillende theoretische perspectieven

Member or respondent validation: verslagen laten lezen aan participanten om te kijken of de bedoeling en interpretaties juist zijn.

12.3.4 Documentation

Men is het erover eens dat de gebruikte onderzoeksmethoden en de uitkomsten nauwkeurig moeten worden gedocumenteerd. Deze transparantie of thick

description zorgt ervoor dat de lezer zelf de validiteit en generaliseerbaarheid kan beoordelen.

12.4 Generalizing from qualitative data

Wat betreft het generaliseren: er zijn strikte limieten op wat gegeneraliseerd kan worden.

12.4.1 Some key principles

Er zijn een aantal belangrijke principes waar rekening mee gehouden moet worden wanneer je gaat generaliseren. Hierbij spelen 4 zaken die weer onderverdeeld zijn.

FULL AND APPROPRIATE USE OF EVIDENTIAL BASE

- / Generalisatie zal sterker worden wanneer er volledig gebruik gemaakt wordt van originele data
- / Omvat diversiteit: identificeer en toon de diversiteit onder deelnemers
- / De conclusies die kunnen worden getrokken van kwalitatieve data hebben betrekking op de aard van de bestudeerde verschijnselen, en hebben niet betrekking op statistiek.

DISPLAY OF ANALYTIC ROUTES AND INTERPRETATION

- / De level van classificatie die is toegewezen aan een verschijnsel heft invloed op de mate waarin generalisatie kan voorkomen. Hoe minder specifiek de classificaties, hoe beter te generaliseren.
- / Toon opvattingen en interpretaties van de onderzoeker gedurende het hele proces

RESEARCH DESIGN AND CONDUCT

- / Check op onderzoeksdesign en verloop
- / Geef volledig weer hoe de design en verloop gedurende het onderzoek eruit zag.
- / Vermeld alle tekortkomingen die je als onderzoeker zelf al hebt gevonden.

VALIDATION

- / Als zaken generaliseerbaar lijken, zoek dan bewijs of bevestiging van andere bronnen

Al deze zaken hebben betrekking op alle vormen van generaliseerbaarheid. De belangrijkste conditie blijft echter dat de sending en receiving context (bijna) gelijk moeten zijn. De context van het onderzoek moet dan ook nauwkeurig worden gedocumenteerd.

12.4.2 Examples of generalizing from qualitative data

In deze paragraaf worden twee voorbeelden gegeven hoe je de in deze hoofdstuk genoemde termen kan toepassen. Dit is zeker wel de moeite waard om te bekijken. Let op de schuin gedrukte woorden tussen haakjes die her en der in de voorbeelden staan. Deze slaan namelijk op de principes van de vorige subparagraaf.

H13. Reporting and Presenting Qualitative Data

Het rapporteren van de bevindingen is de laatste stap in het qualitative research process. Het hoofddoel van qualitative research process is het ontdekken, ontwarren en uitleggen van de complexiteit van verschillende social worlds. Het rapporteren is het belangrijkste voor succes. Het rapporteren is niet alleen het uitwerken van de uitkomsten, maar ook een actieve constructie en representatie van de verschijnselen die zijn ontdekt. Het zorgt voor een mogelijkheid om verder na te denken, nadat de gegevens zijn verwerkt tot een samenhangende structuur. Het is een belangrijke manier om je data na te gaan en analytische ideeën te ontwikkelen.

13.1 Challenges facing the qualitative reporter

Het hoofddoel van een report is het presenteren van bevindingen op een toegankelijke manier, zodat het voldoet aan de onderzoeksdoelstellingen en dat mensen het snappen. De uitkomsten verschillen van statistische rapporten, waardoor het een uitdaging is om de verschillende vormen van beschrijvende en verkennende analyses weer te geven.

Dit geeft de volgende uitdagingen:

1. **Explaining the boundaries of qualitative research** (het weergeven van de grenzen)

Het uitleggen wat QR kan en wat niet aan de lezers, die niet bekend zijn hiermee.

2. **Documentation of methods** (documentatie van de methodes)

Naast het beschrijven van de uitvoering van het onderzoek, ook aangegeven waarom bepaalde methodes zijn gebruikt in dit onderzoek.

3. **Displaying the integrity of findings** (weergeven integriteit van resultaten)

Integriteit in reporting vereist dat de uitleg en conclusies zijn gegenereerd/gebaseerd op de data.

Het bewijs moet beschrijvend, verklarend en interpretatief zijn. Daarnaast ook transparantie over het proces van uitvoering.

4. **Being coherent** (samenhang)

Het presenteren van de rijke en gedetailleerde data, op een manier dat het de lezer leidt langs de hoofdlijnen.

5. **Displaying diversity** (weergeven van diversiteit)

Het focussen op alleen de dominante berichtgeving kan misleidend werken, omdat het slechts een deel weergeeft van de resultaten. Alle resultaten moet dus worden belicht.

6. **Judicious use of verbatim passages**

Maak alleen gebruik van originele citaten. Let hier bij op, dat een report lastig/moeilijk te lezen is met oneindig veel citaten.

13.2 Forms of research output

Het is gebruikelijk de resultaten te tonen aan het publiek. Dit wordt niet altijd gedaan in de vorm van een report. De onderzoekers kunnen er ook voor kiezen om de resultaten via een mondelinge presentatie, tussentijds verslag of paper, conferentie papers, artikelen, boeken, media debatten of programma's, of besprekingen kenbaar te maken. De data kan dus op verschillende vormen gepresenteerd worden. Daarnaast kan de verbale data ondersteund worden door foto's, video's, observatie aantekeningen of ander materiaal wat gebruikt is tijdens het onderzoek. De gekozen output vorm moet wel in overeenstemming zijn met de vorm die de data heeft.

Er zijn 4 types van research output (tabel 11.1)

1. Comprehensive

Deze resultaten geven een uitgebreide en gedetailleerde weergave van de onderzoeksresultaten, onderzoeksmethoden en implicaties. Wordt weergegeven via verslagen/reports

2. Summary

Bevat samengevatte resultaten van het onderzoek. Meestal geuit via mondelinge of geschreven mediums. Ze bevatten de hoofd informatie van de resultaten, maar niet de gedetailleerde informatie. Het doel is om de lezer snel de hoofddoelen te laten inzien. In geschreven vorm wordt dit meestal weergegeven in 'executive summaries'. Lezers hoeven dan niet het hele onderzoek te lezen voor de resultaten.

3. Developmental

Deze zijn ontworpen om een discussie te genereren en te debatteren over de opkomende kwesties die voortvloeien uit het onderzoek. Ze worden meestal gegeven in de analytische fase van het onderzoek, om inzicht te geven in de onderzoeksvraag. Kunnen mondeling of ingeschreven vorm gedeeld worden dmv. Mondelinge presentaties, geschreven reports of artikelen.

4. Selective

De focus van geselecteerde onderwerpen/secties van onderzoeksresultaten voor een specifiek publiek. Dit zijn meestal mensen met speciale interesse voor het onderzoek zoals, professionals, gebruikers, investeerders, academici etc. Kunnen mondeling of ingeschreven vorm worden gedeeld in vorm van paper voor een geselecteerd publiek, een artikel of media artikel/report.

Er zijn 4 factoren die de vorm van output beïnvloeden.

1. Revisiting the origins of the research

De oorsprong van het onderzoek en de doelen zijn belangrijk voor de het informeren van de basis van de rapportage strategie. Zo moet een onderzoek voor een verandering in sociaal beleid anders gebracht worden dan gewoon een theoretisch onderzoek.

2. Meeting contractual obligations

Ook kunnen er contractuele verplichtingen zijn, die een geschreven rapport/verslag en een mondelinge presentatie moeten hebben. Dit omdat zijn bijvoorbeeld financieel hebben bijgedragen aan het onderzoek.

3. Identifying target audience

Het is ook belangrijk om te kijken wie je publiek is. Deze verschilt per onderzoek en de ene methode sluit beter aan dan de andere.

4. The resources available

De resources die beschikbaar zijn, kunnen de output van de resultaten beperken. Voor sommige methodes is meer geld nodig dan voor andere. Dit kan een rol spelen in de keuze ervan.

13.3 Writing a qualitative research report

Het schrijven van een QR report is een van de meest uitdagende stappen in het onderzoek. Er zijn verschillende stappen om te helpen bij het schrijven ervan.

13.3.1 Some early features of reporting

Getting organised

Voor het beginnen van het schrijven van het report is het van belang dat je voorbereid in mentale en fysieke zin.

Als eerste is het van belang dat je mentaal tot rust komt voor het schrijven van een report. Het kan zijn dat de onderzoeker zo druk is van de resultaten/hypotheses, dit werkt niet bij het schrijven. Dit kan gedaan worden door even te gaan zitten en wat ideeën op te schrijven.

Daarnaast is het van belang dat je georganiseerd te werk gaat. Hiermee begin je door alle materialen te verzamelen die je nodig hebt voor het schrijven. (aantekeningen, artikelen enz.)

Als laatste is het van belang dat er tijd wordt vrij gemaakt om te schrijven. Als je tussen de bedrijven door steeds stukjes schrijft gaat dit ten kosten van de kwaliteit van je report. Je moet je aandacht er goed bij hebben en niet ondertussen druk bezig zijn met andere activiteiten.

Getting started

Het is waarschijnlijk het moeilijkste om te beginnen met schrijven. Het wordt aangeraden om zo vroeg mogelijk te beginnen met schrijven. Voor dat je begint moet je een duidelijk idee hebben wat je op papier wil hebben, hieronder valt ook deels de structuur en stijl van het report.

Deciding on shape and style

De structuur en manier van schrijven heeft impact op hoe de schrijver zijn verhaal verteld/weergeeft. Dit kan weer van invloed zijn op de doelgroep, onderzoeksdoelen en eisen van de opdrachtgever.

13.3.2 Structure and content

Er zijn enkele componenten die een report moet bevatten. Box 11.1 laat deze hoofdpunten zien. Dit zijn een titelblad, bedankt betuigingen, korte samenvatting,

inhoudsopgave, introductie, literatuurlijst, onderzoeksresultaten en bewijs, conclusie en bijlagen.

Het hoofddeel van het report is opgesteld uit de bevindingen en onderzoeksresultaten. Het is belangrijk om na te gaan in welke volgorde de onderzoeksresultaten worden weergegeven.

1. Puzzle: lezer vindt de bewijzen zelf in het verhaal van de onderzoeker
2. Samenvatting van hoofd bevindingen, conclusie, gevolgd door het bewijs wat ze onderbouwd
3. Analytic presentation: organiseren van bevindingen volgens onderwerpen van bestaande theorie.

13.3.3 Telling the story

Dit houdt in hoe het verhaal wordt verteld, zodat alles klopt, duidelijk is en samenhangt met elkaar. Er zijn verschillende manieren om hierin beslissingen te maken; Als de onderzoeker een sterke typologie heeft ontwikkeld, zou dit gelijk uitgelegd moeten worden in het begin. Dit zorgt voor duidelijkheid van de opzet van het verslag, maar ook voor discussiepunten later.

Een andere punt is de dekking van de verschillende populaties, dit zou ook uitgelegd moeten worden. In QR worden meestal verschillende groepen geïnterviewd/geobserveerd. Hierbij moeten de verschillen per groep aangegeven worden en de uitkomsten van de groepen.

Daarnaast is het bij langdurige onderzoeken over een lange tijdsduur van belang om goed de bewijzen van verschillende periodes aan te geven.

Er moeten dus per onderzoek met verschillende dingen rekening gehouden worden. Onderzoekers moeten goed/duidelijk de bevindingen op papier krijgen voor hun specifieke doelgroep.

13.3.4 Reporting style and language

De stijl en taal van het verslag wordt mede bepaald door de individuele stijl, de eisen van de opdrachtgever en de doelgroep. Er moeten keuzes gemaakt worden of het verslag in eerste of derde persoon wordt geschreven, actief of passief en present of past. Jargon moet hierbij vermeden worden.

13.3.5 Describing the research context

Elk onderzoeksrapport moet informatie geven over de achtergrond van de studie. Hierin staan de volgende punten:

- / de oorsprong van het onderzoek;
- / het doel;
- / de theoretische of politieke context van de studie;
- / het ontwerp en de uitvoering van de studie en aard van de verzamelde bewijzen;
- / mogelijk de onderzoeker zijn persoonlijke perspectief op het onderwerp van het onderzoek.

Er moet hierbij goed gekeken worden hoe gedetailleerd het beschreven moet worden. In de meeste onderzoeken heeft de lezer genoeg aan de grote lijnen, maar wel genoeg zodat de lezer kan oordelen over de geloofwaardigheid van het onderzoek. Een 'audit trail' laat de lezer zien welke verschillende stappen zijn uitgevoerd in het onderzoek. Naast het ontwerp en de methodes die zijn uitgevoerd in het onderzoek, is het voor de lezer ook van belang de volgende punten te weten:

- / van welk sample design er gebruik is gemaakt;
- / welke methode van selectie;
- / de behaalde sample composition;
- / de beperkingen;
- / de (hulp)middelen er zijn gebruikt;
- / welke benaderingen er zijn toegepast in de analyse.

Daarnaast is het ook van belang om de **epistemological orientation** van het onderzoeksteam te begrijpen. De informatie over deze punten zorgen ervoor dat er een goede beschrijving van het onderzoek.

De beschrijving van de research practices kan ondersteunt worden door voorbeelden van relevante onderzoeken tijdens het onderzoek zelf. Voorbeelden zijn: topic guide; recruitment documenten; het analytische kader van het onderzoek; kopie van de thematische index om de data te labelen.

Als laatste is het van belang om iets te weten over de mensen die mee doen aan het onderzoek. Zo kan de lezer een goed beeld scheppen en belangrijkste is, dat het niet geldt voor iedereen maar voor slechts een selectie.

13.3.6 Length

Er wordt vaak te veel opgeschreven, ipv een selectie te maken van de belangrijkste gegevens/data. Beslissingen over de lengte van een report hangen af van de verschillende gebieden/thema's die worden belicht in het onderzoek. Gouden tip: als er wordt getwijfeld aan de 'toegevoegde waarde' van bepaalde gegevens, dan kan het meestal weggelaten worden.

13.4 Integrating qualitative and quantitative findings

Het is lastig als er een onderzoek wordt gedaan met kwalitatieve en kwantitatieve resultaten om deze samen te voegen tot een conclusie. Hier volgen een aantal belangrijke punten.

- / De bewijzen van kwalitatieve en kwantitatieve resultaten verschillen in het standpunt wat ze aannemen mbt het onderzoek/de wereld. Ze kunnen niet gewoon samen gevoegd worden. Een goede doordachte aanpak is hierbij vereist.
- / Er moet een keuze gemaakt worden, welke methode wordt als leidend gebruikt voor het plaatsen van het onderzoek in een perspectief. Hierin moet vroegtijdig in het verslag een keuze ingemaakt worden. Welke methode is leidend en welke ondersteunend. Een optie is ook om beide methode als leidend te gebruiken, maar dit werkt erg verwarrend voor de lezer.
- / De kwalitatieve data moet volledige benut worden als de keuze bij het vorige punt naar kwantitatief is gegaan. Deze moet niet alleen gebruikt worden voor het ondersteunen/illustreren van quote of case studies.
- / Door de twee verschillende methoden, zorgt dit vaak ook voor twee verschillende manieren van lezen. Dit moet de schrijver goed weergeven, zodat de lezer zelf niet hoeft te puzzelen tijdens het lezen, door de twee verschillende benaderingen.
- / Het is handig om in het verslag aan te geven welke bewijzen voortkomen uit welke soort data. Zo kan de lezer de bewijzen beter in perspectief plaatsen.

Summaries

Het is gebruikelijk om een korte samenvatting ('executive summaries') te geven van de resultaten en hoofdlijnen van het onderzoek. Het beste is om hier ook in te beschrijven welke methodes zijn gebruikt. Het kan ook zijn dat dit los wordt gepubliceerd in een apart document van het verslag zelf. Het is van belang dat er

een gebalanceerde en nauwkeurige weergave wordt gegeven van het onderzoek. Het is voor kwalitatieve data moeilijker om dit duidelijk en kort weer te geven dan voor kwantitatieve data.

13.5 Displaying qualitative evidence

De grootste uitdaging is het weergeven van de hoofdlijnen van het onderzoek op een duidelijke en overtuigende manier. Het is hierbij van belang dat de subtiliteit, details en rijkdom van de originele data wordt weergegeven. Daarnaast moet worden weergegeven welke interpretaties en conclusies er zijn gemaakt.

Hieronder wordt voor de verschillende types van analytic output beschreven hoe dit bereikt kan worden.

13.5.1 Discriptive accounts

1. Definiëren van elementen, categorieën en classificaties

Er zijn verschillende manieren waarop beschrijvende (descriptive) en classificatory accounts de resultaten van een onderzoek kunnen weergeven. Hierbij worden de aard van allerlei verschijnselen, die houdingen, geloven, gedrag, factoren, eigenschappen, gebeurtenissen, procedures en processen weergegeven. Om dit aan de lezer weer te geven is het van belang om:

- / voorbeelden te geven van het originele materiaal waarop de beschrijving en classificatie is gebaseerd
- / de omvang en de diversiteit van de verschillende elementen, concepten en constructen die zijn gevonden
- / een uitgebreid overzicht van alle categorieën die zijn gevonden
- / de basis van de volgorde van classificatie en hoe de verschillende elementen en categorieën zijn toegewezen

Er zijn verschillende manieren om dit te presenteren, voorbeelden staan in box 11.3 en 11.4. Er is geen goede of foute manier. Het ligt er aan wat het beste bij jou data past. Het niveau van complexiteit en verschillende categorieën en classificaties van de data.

2. Typologies

Typologieën bieden beschrijvingen van de verschillende sectoren of segmenten in de studie populatie of van de verschillende manifestaties van verschijnselen. Deze kunnen betrekking hebben op bepaalde delen van het onderzoek of gebruikt worden in het hele verslag. Goed typologieën bieden belangrijke bewijzen maar

helpen ook bij het beschrijven en uitleggen van data. Hierbij is het van belang om de functies weer te geven die tot de constructen van de typologie hebben geleid. Dit helpt bij het interpreteren van bewijzen en zorgt voor belangrijke inzichten in de populatie van het onderzoek. (Box 11.5 vb beschrijving typologieën)

Om een goed beeld te krijgen, kan het nuttig zijn om van de typologieën een case illustratie te maken van de verschillende groepen. Dit zorgt bij de lezer voor herkenning van de verschillende groepen.

Soms refereren typologieën naar een sectoren binnen de populatie. Hierbij is het van belang dat er wordt aangegeven hoe de typologieën verdeeld zijn in de steekproef. Belangrijk is wel om hierbij aan te geven bij de lezer dat deze niet significant zijn. Het geeft alleen een beter beeld van de compositie van de typologieën.

13.5.2 Explanatory accounts

Associations and linkages

Zoals aangegeven in C. 9, zorgen patronen binnen de data voor belangrijke inzichten tijdens de analyse. Het is belangrijk om aan in de reporting stage aan te geven aan de lezer waarom bepaalde data wordt gelinkt aan verschillende verschijnselen binnen het onderzoek.

- / Belangrijkste hierbij zijn de bewijzen die de de verbanden ondersteunen. De uitleg impliciet of expliciet weergegeven zijn in de originele tekst, naar voren komen in verdere analyses of in een uitgelegde hypothese.
- / Het beschrijven van de situaties waarin de connectie kan veranderen of gewijzigd kan worden. Voorbeeld, er zijn in een onderzoek verschillen aangetoond per huishouden, maar binnen het huishouden zijn er weer verschillen tussen geslacht. Aan de hand hiervan kan het worden aangepast naar geslacht en/of leeftijd.
- / De uitzonderingen die zijn gevonden in het onderzoek, kunnen weer helpen om de verbanden/patronen aan te tonen.

Displaying the explanatory base of evidence

Het weergeven van de verklaring voor de resultaten is een van de moeilijkste dingen. Dit kan komen doordat de bron moeilijk is vast te stellen. Om dit te proces te vergemakkelijken, verschillende manieren om verklaringen te beschrijven (C. 9).

Explicit reasons and accounts– Dit is de makkelijkste manier om verklaringen aan te tonen. Het geven van alle redenen die zijn gegeven door deelnemers voor een

specifiek verschijnsel, bijgestaan door illustratieve accounts (als dit toevoeging heeft). Box 11.6.

Presenting underlying logic or 'common sense'– Het weergeven van impliciete relaties tussen data. Hierbij moet duidelijk gemaakt worden dat de onderzoeker, niet de participant, het onderzoek heeft opgezet. Het is soms ook zinvol om de lezer de gedachten van de onderzoeker te laten zien, voor een duidelijker beeld van de conclusie. Box 11.7

Relaying explanatory concepts– Het ontwikkelen van een concept die helpt bij het uitleggen van de oorsprong van verschillende verschijnselen of reeksen verschijnselen. Daarbij legt het convergente en divergente bewijzen uit. Box 11.8

Drawing on other theoretical or empirical evidence–Onderzoekers gebruiken de ideeën en/of concepten van andere onderzoeken om hun eigen bevindingen te onderbouwen. Hiervoor is ook achtergrond informatie nodig over de concepten van de andere onderzoeken. Box 11.9

Wider applications– De conclusie die uit het onderzoek komt, kan verder onderzoek bevatten. Dit kan verschillende vormen aannemen (besproken Ch. 10).

13.6 Displaying and explaining recurrence

De grote waarin frequente of dominante verschijning wordt weergeven in een verslag, is aan de onderzoeker. Er wordt per onderzoek gekeken naar de grootte van de steekproef. Het is daarom niet de bedoeling om je conclusie dan te baseren op een grotere groep dan dat er in het onderzoek mee gewerkt is. QR legt patronen uit ipv alleen aan te geven dat ze bestaan. Het is niet de bedoeling dat er wordt gezegd 3 mensen hebben gezegd dat.. Dit is vervelend om als lezer constant te lezen en daarnaast moeilijk na te gaan of dat getal nu veel is of niet. Er zijn manieren om dit te ontwijken. Als eerst is het mogelijk om niet te praten over mensen maar het algemeen te houden. Zo wordt er wel hetzelfde gezegd, maar niet gepraat over mensen. Een andere manier is om het in een ander perspectief te zetten. Voorbeeld, ; 'Problemen die mensen tegen kwamen waren zoal..'

Wanneer er verschillende meningen uit verschillende groepen zijn, is het beste om er voor te kiezen deze groepen te laten staan. (vb: ouders en kinderen). En dan per groep uitleggen, dit zorgt voor duidelijkheid.

Het kan voorkomen dat een bepaalde reactie blijft voortkomen, deze kan het beste beschreven worden als dominant of consistent.

13.7 The use of illustrative material

Het komt voor dat interviews of discussies worden gebruikt als bewijs van bepaalde resultaten in kwalitatief onderzoek (in de vorm van citaten). Het gebruik ervan is echter meer illustratief dan demonstratief. De rol die wordt vervuld is dus gelimiteerd, desondanks spelen ze een cruciale rol in kwalitatieve verslagen.

Citaten kunnen effectief gebruikt worden op de volgende manieren:

- / demonstratie van het soort taal, termen van concepten die mensen gebruiken om een thema te discussiëren;
- / om de betekenissen te illustreren die mensen hechten aan sociale verschijningen;
- / het illustreren van de gevoelens van mensen over de inzichten en gedachte die ze hebben over bepaalde onderwerpen en de verschillende factoren die hierop van invloed kunnen zijn;
- / het illustreren van verschillende posities in relatie tot een model, proces of typologie;
- / het demonstreren van manieren van presenteren over verschijningen als kracht, aarzeling, tegenstrijdigheid, dubbelzinnigheid en verwarrende inzichten;
- / het versterken van de manier waarop complexe verschijningen zijn beschreven en begrepen;
- / het portretteren van de algemene rijkdom van individuen of groepen

Bij het gebruiken van citaten moet gekeken worden of het ook echt iets aanvult en niet gewoon herhaalt wat er al staat. Daarnaast moeten ze niet gebruikt worden interpretatieve toelichting. Ook moet er vanuit verschillende standpunten gekeken worden, zodat er niet slechts een deel van de bevindingen wordt toegelicht. Als laatste moet niet de vertrouwelijkheid en anonimiteit van de deelnemers geschaad worden.

13.7.1 The use of diagrammatic and visual representations

Het kan helpen om gebruik te maken van schematische of visuele weergaven van de resultaten van een onderzoek. Ze kunnen op verschillende manieren helpen:

- / het weergeven van de diversiteit van verschijningen of typologieën;
- / weergeven van relaties en associaties tussen verschillende factoren. Dit kan in tekst vorm veel pagina's kosten en juist visueel snel weergegeven worden;
- / uitleggen van complexe processen van de verschillende niveaus en betrokken dimensies en de interactie onderling;

- / bieden van effectieve middelen voor het samenvatten van data wanneer er verschillende elementen, verschijningen en groepen zijn beschreven;
- / het helpen om de tekst te doorbreken en de bevindingen op een andere manier weer te geven.

Het gebruiken hiervan ligt aan de persoonlijke voorkeur van de onderzoeker en of de resultaten geschikt zijn voor een visuele weergave.

13.8 Oral presentations

Het geven van een presentatie heeft een paar verschillen t.o.v. schrijven.

Content of an oral presentation

Een groot verschil tussen schrijven en mondeling is de diepte die kan bereikt worden. Mondeling kun je de hoofdlijnen/resultaten weergeven van een onderzoek. Ook hier ligt het weer aan per onderzoek wat het beste is. Het doel van een presentatie is om een balans te vinden tussen het weergeven van de volledige resultaten, maar op een oppervlakkige manier.

De lengte van een presentatie of mondelinge paper hangt af van verschillende factoren. Een belangrijke is het limiet aan informatie wat een publiek tot zich kan nemen (actief luisteren). Een uur is waarschijnlijk het langste wat een persoon aan informatie tot zich kan nemen, beste tijd is een half uur tot drie kwartier. Daarnaast de kwaliteiten en technieken die de presentator gebruikt om de aandacht van de luisteraar te houden. Het effectiefste is om kern van de resultaten te laten zien ipv heel veel details. Daarnaast moet keken worden naar het soort publiek, wat is voor hen belangrijk/interessant om te weten?

Structuring an oral presentation

Voor de structuur moet gekeken worden naar een balans tussen wat wil het publiek en zorgen dat het onderzoek op een goede manier wordt overgebracht.

Assembling a presentation

Hiervoor zijn een aantal tips. Zie box 11.11