

In deze rubriek gaat het om verhalen over en/of reflecties op de ervaring met methodische, praktische, politieke, morele en wie weet esthetische problemen waar onderzoekers in de praktijk mee te maken krijgen. Redacteurs voor deze rubriek zijn Rilke Mahieu: rilke.mahieu@uantwerpen.be, Esther van Loon: e.vanloon@saxion.nl en Rik Wehrens: wehrens@bmg.eur.nl.

Onderzoek vanuit klantenperspectief en de directe member check

*Lineke Verkooijen**

Aanleiding

‘Wat bedoel je nou eigenlijk met “onderzoek vanuit klantenperspectief”?’ Deze vraag werd mij, als lector klantenperspectief in ondersteuning en zorg, een paar jaar geleden gesteld. Hoewel ik destijds wat korzelig reageerde – ik was op dat moment met hele andere dingen bezig – is die vraag me tot op de dag van vandaag wel bijgebleven. Een vraag van het type dat blijft hangen en altijd ergens op de achtergrond aanwezig is. Kortgeleden, tijdens een expertmeeting over onderzoek vanuit klantenperspectief, kwam de vraag ook weer omhoog. Het lijkt tijd om eens echt dieper op deze vraag in te gaan.

Een eerste positionering

Met onderzoek vanuit klantenperspectief bedoel ik grofweg onderzoek waarbij ik als onderzoeker op zoek ga naar de betekenis die een cliënt of patiënt geeft aan de situatie waarin hij/zij zich als ‘klant’ van een organisatie en/of van een professional in de zorg- of welzijnssector bevindt. Ik gebruik de term ‘klant’ overigens om duidelijk te maken dat het om de rol van ‘afnemer van’ zorg of diensten in deze sectoren gaat, dus niet vanuit een consumentistische overtuiging, want die heb ik niet (Verkooijen, 2010), niet in de activistische opvatting (gericht op het recht om te consumeren) noch in de consumptieve opvatting (gericht op het consumeren als zodanig).

De discussie met de andere experts maakte mij duidelijk dat ik bij onderzoek vanuit klantenperspectief verder niet zozeer op zoek ben naar antwoorden op door mij als

* Dr. Lineke Verkooijen is gezondheidswetenschapper en werkt als lector bij het lectoraat klantenperspectief in ondersteuning en zorg van Windesheim Flevoland te Almere.
E-mail: hec.verkooijen@windesheimflevoland.nl.

onderzoeker geformuleerde vragen zoals: ‘Wat vindt u van onze nieuwe werkwijze?, Wat zou u graag willen? Waarom wilt u dat graag?, Hoe zou dat er dan uit moeten zien?’, maar naar ervaringen van klanten in relatie tot een bepaald thema om zicht te krijgen op de vraagstukken die er volgens hen spelen. Dat betekent veelal onderzoek waarin de verhalen van klanten centraal staan of narratief onderzoek.

Narratief onderzoek

Zonder volledig te willen zijn, ga ik eerst even wat dieper op dit type onderzoek in om van daaruit mijn positie te verduidelijken.

Volgens Anneke Sools (2012, p. 27) verwijst de term ‘narratief onderzoek’ in de eerste plaats naar een metatheoretische stroming of benadering in het doen van onderzoek. Zij lijkt in haar proefschrift narratief onderzoek te plaatsen naast kwantitatief en kwalitatief onderzoek (Sools, 2010, p. 56). Zelf ben ik geneigd om narratief onderzoek te plaatsen naast beschrijvend en verklarend onderzoek. Daarbij vat ik beschrijvend onderzoek arbitrair op als onderzoek waarbij de onderzoeker een fenomeen of situatie beschrijft, verbanden duidt en aangeeft wat belangrijk is, en vat ik verklarend onderzoek arbitrair op als onderzoek waarbij een plausibele en/of statistisch bewezen verklaring wordt gezocht voor het ontstaan van een bepaald fenomeen of een specifieke situatie. Wat ik hier vooral duidelijk wil maken is dat het in beide gevallen gaat om betekenisgeving door de onderzoeker. Weliswaar op basis van wetenschappelijk verantwoorde overwegingen, maar toch. Bij narratief onderzoek is er sprake van betekenisgeving door degene die het verhaal vertelt. Het is zijn/haar verhaal met zijn/haar betekenis. Want, wie ben ik als onderzoeker om daar op af te dingen of er een eigen betekenis aan te geven? Bij narratief onderzoek gaat het volgens mij dan ook niet om ‘beschrijven’ of ‘verklaren’, maar om ‘begrijpen’. De onderzoeker probeert te begrijpen wat de verteller bedoelt en dit zo te vertalen dat ook anderen dit (gaan) begrijpen. Wellicht is begrijpend onderzoek in deze opvatting een betere term dan narratief onderzoek.

Behalve deze meer overkoepelende betekenis kan het volgens Sools (2012) bij ‘narratief onderzoek’ ook gaan om de wijze waarop data worden verzameld of een manier van interpreteren van onderzoeksgegevens. Namelijk op narratieve wijze. Het woord ‘narratief’ betekent volgens Van Dale (1999) zoiets als ‘op de manier van een verhaal’, dus zoals een verhaal in elkaar zit, met een structuur die is samen te vatten tot een begin, een midden en een eind en een inhoud op basis van wie, wat, waar, wanneer, waarmee en waartoe (Bijl, Baars & Van der Schueren, 2002; Van Biene et al., 2008). Zo’n verhaal kan in de wetenschap overigens op heel verschillende manieren onder de noemer ‘narratief onderzoek’ worden gebruikt (Sools, 2012; Grol, 2014). Zo kan het bijvoorbeeld ook worden gebruikt voor emancipatoire doeleinden (Sools, 2012). Zoals via het laten vertellen van verhalen of via het overbrengen van verhalen als resultaat van onderzoek. Zodat er bewustwording optreedt. Bewustwording bij de groep die geëmancipeerd wil of moet worden of bij degenen die voorwaarden kunnen realiseren om tot emancipatie te komen.

Emancipatoir onderzoek

Kan onderzoek vanuit klantenperspectief emancipatoir onderzoek zijn? Met andere woorden, kan onderzoek vanuit klantenperspectief het emanciperen van de onderzoeksgroep, in dit geval dus de 'klanten' in de zorg- en welzijnssector, als doel hebben? Volgens mijn mede-experts wel, maar ik heb zo mijn twijfels.

Waar gaat het om bij emancipatoir onderzoek? Volgens Tijmstra en Boeije (2011) gaat het bij emancipatoir onderzoek niet alleen om empowerment, met een streven naar verhoging van de grip op eigen leven en omstandigheden voor de onderzochten, maar ook om wederkerige adequaatheid. Wederkerige adequaatheid komt neer op voortdurende reflectie van beide partijen door met elkaar te blijven communiceren gedurende het onderzoek. Onderzoeker en onderzochte leren samen en van elkaar. Met beide aspecten worstel ik als het gaat om onderzoek vanuit klantenperspectief.

Bij het empoweren of 'mondig maken' ga ik ervan uit dat er een soort (externe) noodzaak of (interne) behoefte toe is. Want waarom zou je het anders doen? Bij onderzoek vanuit klantenperspectief duidt het woordje 'vanuit' al op een soort vertrekpunt voor het onderzoek (Van Biene, 2007; Verkooijen, 2010). Het perspectief van de klant met betrekking tot een bepaald thema is het vertrekpunt van het onderzoek. In een narratief onderzoeksdesign ben ik bijvoorbeeld benieuwd naar hoe mensen met diabetes hun leven leven en wat de rol van de hulpverlening hier in is (Verkooijen, Moerman & Jurgens, 2014). In de verhalen die mensen mij vervolgens vertellen wordt mij duidelijk gemaakt welke vraagstukken zich daarbij opdringen. Dit zou een emancipatoir vraagstuk kunnen zijn, maar dat is dus niet het vertrekpunt. Ik ben er ook niet specifiek naar op zoek, noch probeer ik de ander uit te nodigen tot (mee)leren. Want zou mijn perspectief als op emancipatie gericht onderzoeker dan niet veel te veel de boventoon gaan voeren? Mocht er toch sprake zijn van een emancipatoir effect van mijn onderzoek of (mee)leren, dan noem ik dat 'bijvangst', maar geen doel van het onderzoek.

'Wederkerige adequaatheid' veronderstelt een gelijkwaardige relatie tussen onderzoeker en onderzochten. In plaats van het subject-object-model wordt uitgegaan van een subject-subject-model. Onderzochten worden niet gezien als 'onderzoeksobjecten', maar als mede-onderzoekers. Ervaringsdeskundigheid en ervaringskennis zijn van even groot belang voor de interpretatie van de onderzoeksdata als de inbreng van de onderzoeker met zijn of haar deskundigheid en kennis. Er is sprake van 'overeenstemming door dialoog'. Volgens Tromp (2006) houdt wederkerige adequaatheid concreet de verplichting in dat de onderzoeker zijn/haar interpretaties van de interpretaties die de onderzochten er over de sociale werkelijkheid op nahouden, terugkoppelen naar de onderzochten. Gaat het bij onderzoek vanuit klantenperspectief om een interpretatie van de sociale werkelijkheid door klanten? Ik zou zeggen van niet, want dit blijft een onderzoekersperspectief. Iemand die 'klant' is, doet weliswaar de interpretatie, maar in de rol van (mede)onderzoeker, niet in de rol van 'klant'. Bovendien is er sprake van een gelijkwaardige plaats voor het perspectief van de andere onderzoeker(s). Waarmee wederkerige adequaatheid volgens mij niet een van de specifieke kenmerken van onderzoek vanuit klantenperspectief kan zijn.

Op de vraag ‘Kan onderzoek vanuit klantenperspectief emancipatoir onderzoek zijn?’ zou ik dan ook willen antwoorden met: nee, omdat emancipatie als doel niet op voorhand gesteld kan worden. Emancipatie kan wel bijvangst zijn. Bovendien kan wederkerige adequaatheid niet kenmerkend zijn voor onderzoek vanuit klantenperspectief.

Object-object-model?

Bij onderzoek vanuit klantenperspectief is wat mij betreft de ervaring van informanten in de rol van klant, het object van onderzoek. Deze ervaring kan in de vorm van een verhaal worden opgehaald, maar is in essentie iets anders dan een mening of een idee over de gedroomde werkelijkheid. Vragen als ‘Wat zou u graag willen?’ en ‘Hoe zou dat er dan uit moeten zien?’ hebben vooral betrekking op de gedroomde werkelijkheid en niet op de ervaring. Vragen als ‘Wat vindt u van onze nieuwe werkwijze?’ en ‘Waarom wilt u dat graag?’ hebben vooral betrekking op een mening. In beide gevallen wordt er een interpretatie gegeven aan de ervaring. Dit is bijgevolg onderzoek naar klanteninterpretatie, maar daarom nog geen onderzoek vanuit klantenperspectief.

De essentie van onderzoek doen is voor mij ‘de zoektocht naar het weten’, met nadruk op de zoektocht en niet op het ‘weten’. Bij narratief onderzoek vanuit klantenperspectief gaat het om de zoektocht naar het begrijpen van het weten van de ander in de rol van klant van zorg- en/of welzijnsactiviteiten. Het gaat niet om mijn weten, maar om het weten van de ander. Met het weten van de ander bedoel ik in dit geval de kennis en ervaring van de ander en de betekenis die deze hieraan geeft. Ik kan het weten van de ander hooguit begrijpen en vertalen, maar zal zijn weten zelf nooit echt weten. In die zin is de onderzoeker misschien wel meer een object van dit type onderzoek dan een subject, hij/zij is een doorgeefluik. Wat ik begrijp vertaal ik naar nieuwe kennis, gericht op het handelen van professionals en organisaties in zorg en welzijn. Op deze wijze heeft het perspectief van de klant invloed op de zorg- en welzijnssector, wat voor mij het doel is van onderzoek vanuit klantenperspectief. Door te begrijpen probeer ik het klantenperspectief te vertalen in een professioneel perspectief en/of organisatie-perspectief.

De directe member check

Doel

Om zo dicht mogelijk bij dit weten van de ander te komen heb ik in mijn proefschriftperiode de ‘directe member check’ ontwikkeld. Hoewel deze methode ook op een meer instrumenteel technische wijze benaderd en beschreven kan worden wil ik die in deze bijdrage niet los zien van onderzoek vanuit klantenperspectief, zoals hiervoor beschreven. Voor een uitgebreide beschrijving van en het onderzoek naar de methode als zodanig verwijs ik graag naar het hierover verschenen artikel (Verkooijen & Elderhuis, 2004) en het proefschrift (Verkooijen, 2006).

Ik worstelde destijds ook met het interpretatievraagstuk dat zich bij onderzoek vanuit klantenperspectief aan de onderzoeker opdringt. Bij narratieve onderzoeksmethoden werd en wordt doorgaans gebruikgemaakt van een bandopname om het weten van de ander en de betekenis die deze hieraan geeft zo authentiek mogelijk te verzamelen. Op een later tijdstip wordt de volledige opname getranscribeerd, waarna de transcriptie door de onderzoekers wordt geanalyseerd. Op zeker moment tijdens de analyse is er sprake van reductie of selectie van het verzamelde materiaal of dataselectie. Bij de methode van de bandopname bepalen de onderzoekers wat relevante, niet relevante of minder relevante informatie is. Vervolgens wordt door een zogeheten member check de herkenbaarheid van de door de onderzoeker(s) gereconstrueerde werkelijkheid achteraf bij de informant getoetst (Wester, 2000). Wester (2000) plaatst hierbij tevens de kanttekening dat de reacties van de informant door meerdere omstandigheden kunnen worden beïnvloed, waaronder het indirecte karakter van de member check zelf, waardoor verlies van weten kan gaan optreden en/of een meer sociaal wenselijke invulling aan het weten wordt gegeven. Daarom heb ik destijds in de literatuur gezocht naar een directere methode voor een member check. Deze heb ik echter niet kunnen vinden en dat was de aanleiding om zelf een methode te ontwikkelen en te toetsen.

Werkwijze

Bij de directe member check worden in open interviews de verbale reacties van de informant tijdens het interview zelf zo letterlijk mogelijk uitgetypt op een laptop en met behulp van een beamer geprojecteerd. De informant wordt uitgenodigd mee te lezen en te reageren op de tekst. Daarbij wordt aan de informant gevraagd of de betreffende tekst zijn/haar bedoeling goed weergeeft. De informant heeft daarmee direct invloed op de tekst die uiteindelijk wordt geanalyseerd. De methode is destijds getoetst in drie verschillende onderzoeken met in totaal 76 informanten in gesprekken waarbij steeds twee onderzoekers betrokken waren. Bij drie deelnemers is de methode niet toegepast. Bij twee vanwege slechtziendheid of blindheid en bij de derde persoon omdat het interview telefonisch is afgenomen. Dit betreft overigens tevens de belangrijkste beperking van de methode: de informant moet wel (mee) kunnen lezen.

Omdat het eigenlijk een tweede onderzoek binnen één interview betrof, is aan de informanten slechts één vraag over de directe member check gesteld, namelijk aan het eind van het interview: 'Wat vindt u van deze manier van interviewen, zo met de beamer en computer?' Hier is dus nadrukkelijk naar een mening gevraagd. Dit tweede onderzoek betrof, in tegenstelling tot het hoofdonderzoek, geen onderzoek vanuit klantenperspectief.

Op de gestelde vraag reageerden 62 van de 73 informanten uitgesproken positief. Twee voorbeelden van positieve reacties zijn:

- 'Ik vond het prettig dat ik mee kon lezen. Er schieten je dan allerlei dingen in je hoofd. Voor ons zijn sommige dingen vanzelfsprekend, maar als je dat terugleest, word je je er weer even bewust van. Net als van vakantiefoto's of zo, als je die weer terugziet, schieten er allerlei herinneringen in je hoofd.' (moeder van een kind met een verstandelijke beperking, 52 jaar)

- ‘Dit geeft me een gevoel dat ik niet besodemieterd word. Meestal schrijven ze wat op en dan weet ik niet goed wat ik gezegd heb of wat ze opschrijven.’ (oudere man, 71 jaar)

11 van de 73 informanten reageerden neutraal of gematigd kritisch. Een van de gematigd kritische informanten merkte op:

- ‘Het is wel confronterend. Je zegt meer dan je denkt.’ (moeder van een kind met een verstandelijke beperking, 32 jaar)

De overige gematigd kritische reacties betroffen vooral de praktische toepassing. Bijvoorbeeld:

- ‘Alleen die letters moesten wat zwarter zijn, dan lezen ze beter.’ (oudere man, 85 jaar)

Niemand van de 73 onderzochten heeft negatieve feedback gegeven op deze methode.

Voorwaarden

De belangrijkste voorwaarde voor het toepassen van de methode van de directe member check is dat degene die de tekst uittipt dit zo letterlijk mogelijk doet en liefst zo veel mogelijk in aansluiting op het tempo van de verteller.

Destijds deden we de gesprekken altijd met twee personen. Een typist-onderzoeker en een interviewer-onderzoeker. Later heb ik het vaak alleen gedaan. Naarmate je meer bedreven wordt in de directe member check blijkt dit uitstekend te kunnen.

Aan het begin van het gesprek vertelt de onderzoeker de informant wat de bedoeling is, namelijk dat de informant kan zien wat er wordt opgeschreven en dat deze ter plekke de tekst kan wijzigen als hij niet voldoende duidelijk weergeeft wat er bedoeld wordt. Tijdens het gesprek vraagt de onderzoeker de informant daarom ook regelmatig of de geprojecteerde tekst overeenkomt met wat gezegd is en bedoeld wordt. Er wordt ook gevraagd naar de bedoeling, omdat gebleken is dat zelfs een (bijna) woordelijk uitgetypte tekst niet altijd overeenkomt met wat de informant heeft willen benadrukken. Dit leidt bij gebruik van de methode dan ook regelmatig tot een aanvulling of wijziging en soms ook tot verwijdering.

- ‘Ik vind het vooral goed dat ik aanvullingen kan doen en dat ik kan corrigeren. Je weet precies wat er opgeschreven wordt.’ (moeder van een kind met een verstandelijke beperking, 63 jaar)
- ‘Dat ik kan meelesen en zeggen dat iets moet veranderen is natuurlijk heel belangrijk. Jullie hebben nu niet de mogelijkheid om hier en daar iets te veranderen. Dit is door mij gezegd en dat blijft.’ (oudere man, 85 jaar)

Een praktisch punt is dat je als typist-onderzoeker wel goed en snel moet kunnen typen. Als de typist het gesprek niet kan bijhouden, dan blijkt het voor de informant vaak moeilijk te zijn om het verhaal in vergelijkbare bewoordingen te herha-

len en kan er kostbare informatie verloren gaan. Daarom kan het handig zijn om er toch nog een bandopname naast te laten lopen om het verhaal samen met de informant weer op te kunnen pakken. Overigens is het niet de bedoeling om die bandopname later te gebruiken. De informant bepaalt in het gesprek welk verhaal de onderzoeker meeneemt.

Aanbeveling

De methode is destijds getoetst in een evaluatieonderzoek (Swanborn, 1999). In het onderzoek is behalve naar voorwaarden en beperkingen gekeken naar wat de methode oplevert naast de onderzoeksdata en om welk type onderzoeksdata het gaat.

Behalve tot onderzoeksdata leidt de directe member check tot: (1) een ontspannen sfeer tijdens het interview, (2) een extra verdieping in het gesprek, (3) een hulpmiddel bij het bewaken van de rode draad in het verhaal van de informant, (4) vertrouwen bij de informant in de onderzoeker(s) en (5) dataselectie door informanten.

Het type onderzoeksdata betreft inderdaad het weten van de ander. En omdat het gaat om de kennis en ervaring van de ander en de betekenis die deze hieraan geeft, is het niet erg waarschijnlijk dat er sprake is van sociaal wenselijke antwoorden. De methode is niet ontwikkeld voor het vastleggen van een mening of een gedroomde werkelijkheid. Ik kan me echter voorstellen dat als de directe member check zou worden gebruikt in onderzoek waarin dit wel het geval is, de kans op sociaal wenselijke reacties redelijk groot is. Vandaar dat ik de directe member check ook alleen wil en kan aanbevelen voor narratief onderzoek vanuit klantenperspectief. Of de methode tevens voor andere doeleinden te gebruiken is, is een vraag voor vervolgonderzoek.

Literatuur

- Biene, M.A.W. van. (2007). *Lokale dienstverlening vanuit klantperspectief*. Lectorale rede. Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.
- Biene, M.A.W. van, et al. (2008). *De standaardvraag voorbij: Narratief onderzoek naar vraagpatronen*. Nijmegen: HAN lectoraat Lokale dienstverlening vanuit Klantperspectief.
- Bijl, J., Baars, P. & Schueren, A. van der. (2002). *Vertellen werkt: mogelijkheden van storytelling in organisaties*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Grol, C. (2014). Verhalend onderzoek: Recht doen aan complexiteit van verhalen uit de praktijk. *KWALON* 55, 19(1), 25-31.
- Sools, A.M. (2010). *De ontwikkeling van narratieve competentie: bijdrage aan een onderzoeksmethodologie voor de bestudering van gezond leven*. Proefschrift Universiteit voor Humanistiek.
- Sools, A. (2012). Narratief onderzoek. *KWALON* 49, 17(1), 27-35.
- Swanborn, P.G. (1999). *Evalueren*. Amsterdam: Boom.
- Tijmstra, J. & Boeije, H.R. (2011) *Wetenschapsfilosofie in de context van de sociale wetenschappen*. Amsterdam: Boom Lemma Uitgevers.
- Tromp, C. (2006). Action Research als relevante vorm van interventieonderzoek. *Sociale interventie*, 4, 33-41.

- Verkooijen, H.E.C. (2006). *Ondersteuning eigen regievoering & vraaggestuurde zorg*. Proefschrift Universiteit voor Humanistiek.
- Verkooijen, H.E.C. & Elderhuis, R.M. (2004). De directe member-check, een methode voor informantgestuurde dataselectie. *Vlaams wetenschappelijk tijdschrift voor verpleegkunde*, 19(1), 43-50.
- Verkooijen, L. (2010). *Van inspraak naar invloed*. Lectorale rede. Health School/Windesheim Flevoland, Almere.
- Verkooijen L., Moerman, C. & Jurgens, K. (2014). *Van niet naar anders: Een project naar het klantenperspectief in diabeteszorg*. Almere: Windesheim Flevoland.
- Wester, F. (2000). Methodische aspecten van kwalitatief onderzoek. In F. Wester, A. Smaling & L. Mulder (Red.), *Praktijkgericht kwalitatief onderzoek* (pp. 15-40). Bussum: Coutinho.