

van betrouwbaarheid. Tot zover gaan we mee in uw bevindingen dat het onderzoeksproces legitiem besproken wordt zonder in te gaan op de vraag in hoeverre het onderzoeksresultaat correspondeert met de oorspronkelijke ervaring.

Het zelfonderzoek van de respondent wordt echter niet verder uitgewerkt dan dat de oorspronkelijke ervaring nauwkeurig en over langere tijd uitgegraven wordt, waarbij steeds nieuwe aspecten van de ervaring 'ontdekt' worden. De respondent ontleent daarbij de rijkdom zowel aan de oorspronkelijke ervaring als aan een constructie van later toegevoegde en uitgewerkte elementen. Ook de opmerking dat de wetenschappelijk onderzoekers moeten proberen de te onderzoeken 'ervaringen mee te beleven opdat ze goede vragen kunnen stellen', laat zien dat de ervaring niet eenvoudigweg als een objectief gegeven onderzocht kan worden. De te onderzoeken ervaring wordt blijkbaar (mede) door de subjectieve beleving van zowel de respondent-onderzoeker als de wetenschappelijk onderzoeker *tot stand gebracht*. Daarmee is de 'rijkdom van ervaring' niet eenvoudigweg een kwestie van het in kaart brengen van de rijkdom van een objectief en onveranderlijk veronderstelde ervaring. Doordat de rijkdom van de ervaring toeneemt, *verandert de ervaring* tijdens het onderzoeksproces. Uit oogpunt van onderzoeksmethodologische consistentie dient een 'theorie en praktijk van empirisch-fenomenologisch onderzoek' inzicht te geven in de mate waarin het uiteindelijke onderzoeksresultaat (de rijkdom) nog correspondeert met de oorspronkelijke ervaring. Daarnaast is het niet ingaan op deze aspecten van betrouwbaarheid op zijn minst jammer, omdat daarmee de kracht van de methode onderbelicht blijft. De geïnteresseerde onderzoeker blijft daardoor achter met veel onbeantwoorde vragen over de wetenschappelijkheid van de methode.

Wanneer we het punt van de wetenschapstheoretische verdieping buiten beschouwing laten, blijft er een goed leesbaar en informatief boek over. Wij hebben veel plezier en nut gehad van de nauwkeurige en uitgebreide impressie die het boek geeft van de empirisch-fenomenologische onderzoeksmethode. We hopen dat het dat ook voor veel andere lezers zal zijn.

## Voer voor management

*Fred Wester*

Kaap, G. van der. *Toegepast communicatieonderzoek*. Amsterdam: Boom, 2006, 319 pagina's, ISBN 9-7890-8506-2172. € 27,50.

*Wanneer je onderzoek gaat doen, wil je het liefst zo snel mogelijk aan de slag: een vragenlijst maken en mensen interviewen. Hiermee ga je echter voorbij aan belangrijke stappen. Het is bijvoorbeeld maar de vraag of bij het probleem dat je gaat onderzoeken, wel een vragenlijst hoort. Deze tekst op de achterflap maakt al duidelijk dat Van der Kaap haar pappenheimers kent. In een kloek werk van ruim 300 pagina's (voor die prijs!) worden de keuzes bij het maken van een onderzoeksopzet aan de hand van allerlei praktijkvoorbeelden beschre-*

ven. Het boek is bedoeld voor studenten die tot communicatiekundige worden opgeleid. Onderzoek doen zij meestal niet zelf, maar zij moeten het kunnen uitbesteden en beoordelen en daarvoor moeten zij op de hoogte zijn van de keuzes die in opzet en uitvoering van een onderzoek een rol spelen. Ieder hoofdstuk behandelt een bepaalde competentie die de junior of senior communicatiekundige moet hebben, zoals het herkennen en analyseren van een communicatieprobleem, het definiëren van de onderzoeksvraag, het kiezen van een passend onderzoeksontwerp, het verzamelen van gegevens, het uitvoeren van de analyse, het rapporteren van het onderzoek en de resultaten gebruiken als input voor beleidsaanpassingen. In elk hoofdstuk wordt daarbij gebruikgemaakt van voorbeeldschetsen. Doordat de voorbeelden een quasireële vorm hebben (basisschool Roosje, dameszaak For You, het Ministerie van Algemene Zaken en thuiszorgorganisatie Weltevreden) en in verschillende hoofdstukken terugkeren, kan de abstracte informatie over onderzoek doen op vele manieren worden uitgelegd en van toelichting worden voorzien. In een bijlage zijn voor elk hoofdstuk vragen opgenomen, zodat de studenten gericht aan de slag kunnen.

Het boek is niet zozeer bedoeld om iemand te leren hoe je onderzoek moet doen, maar is desondanks zeer geschikt om thuis te raken in wat er zoal gedaan wordt in elke onderzoeksfase. Daarbij moeten we bedenken dat de pretenties van het toegepaste onderzoek niet groot zijn. Dat wordt al duidelijk bij de bespreking van de doelstellingen en vraagstellingen van de onderzoeksvoorbeelden (wordt er op basisschool Roosje wel optimaal gebruikgemaakt van de ICT-mogelijkheden? Niet natuurlijk). Maar het wordt nog duidelijker als we voorbeelden van wat hier als kwalitatief veldonderzoek wordt aangeduid, beschouwen. *Twee duo's nemen gelijktijdig interviews af. Er zijn twee weken om de interviews af te nemen en uit te schrijven* (p. 116). Het blijkt om 112 interviews te gaan! Dat zijn er 5 à 6 per dag, met uitschrijven daarbij gerekend. Dat is flink doorwerken! Dat kan dus alleen maar betrekking hebben op informatie die eenvoudig kan worden verzameld, zoals de eekhoorns dat met nootjes doen. En dat is wellicht bij heel wat toegepast onderzoek het geval. De analyse van de kwalitatieve gegevens geschiedt dan ook door per interviewtopic (bijvoorbeeld: het gebruik van intranet) een overzichtskaart te maken (Excel-achtig) van de antwoorden van respondenten, met per kolom een verschillende categorie, zoals managers, vrouwen en mannen. Die antwoorden kunnen dan per respondentgroep worden samengevat (het management maakt *regelmatig tot dagelijks* gebruik van intranet). Een onderzoek kan op deze manier in 7 weken worden uitgevoerd (p. 235).

Het gaat dus om heel eenvoudig onderzoek, maar het voordeel daarvan is, dat je niet blijft steken bij conceptuele overwegingen en mitsen en maren. Daardoor kunnen heel veel praktische kanten van het onderzoek doen (bijlage 2: Hoe groot moet je steekproef zijn?) worden verduidelijkt. Zo wordt bijvoorbeeld precies uitgelegd hoe je in SPSS de representativiteit van je steekproef kan controleren (p. 219), hoe de verschillende soorten bronnen in de literatuurlijst worden weergegeven en hoe je het onderzoeksrapport indeelt.

En dat voor € 27,50. Elke student die met het scriptieonderzoek bezig is zou dit boek als geheugensteun en naslagwerk in de kast moeten hebben (bijlage 3: Voorbeeld gesloten vragenlijst)! Dat is nog wat anders dan het gemiddelde methodenboek waarin vooral de problemen van onderzoek doen centraal staan.

Zoals bekend heeft elk voordeel zijn nadeel en dat geldt ook voor de grote kracht van het boek, de toelichting en de bespreking van de praktische kanten van het praktijkonderzoek. Het gevaar bestaat dat voorbeelden en suggesties de boodschap overdragen dat het alleen maar om praktische keuzen en weetjes gaat. Niet dat dit in de tekst ergens wordt gesteld, het is meer de aard van een practicumboek, het verborgen curriculum. Omdat er steeds voorbeelden met illustraties (bijvoorbeeld hoe orden je de antwoorden van groepen respondenten) worden gegeven, kan het alleen om informatie gaan die op zich onproblematisch is (korte antwoorden). Dat het onzinnig is daarmee een kwalitatieve analyse te doen, weet de auteur ook wel; maar het ging hier even om de toelichting hoe je een overzichtskaart maakt. De aard van een practicumboek maakt dat de context waarin je het gebruikt niet geïmpliciteerd wordt.

Die context is toegepast communicatieonderzoek, wat zou dat zijn denkt u? Het boek blijkt over *corporate* communicatie te gaan: dat wil zeggen problemen van het managerscorps! Daar hoort dus eigenlijk een organisatiesociologische analyse aan ten grondslag te liggen, maar in de moderne tijd is die opgeslokt door het zwarte gat van de manager. De manager van basisschool Roosje heeft niks te doen, dus gaat hij communiceren. Zijn problemen zijn dan ook vanzelfsprekend communicatieproblemen, net als bij elk college van bestuur. Van de communicatiekundige wil hij informatie over dat probleem en dat wordt via dit soort onderzoek (hoofdstuk 3, er zijn vier typen: bureauonderzoek, survey, kwalitatief onderzoek of experimenten) handzaam aangeleverd. Beukennotities voor managers!

Het is misschien toch niet zo'n goed idee om het boek zomaar aan studenten uit te delen, want voor je het weet hebben ze hun onderzoek al gedaan. Toch zie ik nog wel een andere gebruiksmogelijkheid, waardoor dat gevaar verkleind kan worden. Wellicht moet het boek eerst van zijn latente lading ontdaan worden in een theoretisch practicum over de haken en ogen van de voorbeelden en suggesties. Dat zijn eigenlijk heel goede oefeningen: in het overzicht zie je wat de respondenten zoal antwoorden over internetgebruik. Wat zegt dat eigenlijk over het probleem van de directeur van basisschool Roosje? Dit soort oefeningen komen uiteindelijk uit op de vraag wat de grenzen van toegepast communicatieonderzoek zijn. Dat wil zeggen: hoe kunnen de doelstellingen van onderzoek zodanig omschreven worden dat een eenvoudig onderzoek kan worden uitgevoerd en dat het toch relevante bevindingen voor beleidssuggesties oplevert? Als het om communicatie gaat vrees ik het ergste. Communicatieproblemen hebben iets van de vogelgriep en konijnen, ze zijn uiterst besmettelijk en hebben de neiging zich razendsnel te vermenigvuldigen. Wellicht moet de directeur van basisschool Roosje helemaal geen communicatiedeskundige raadplegen en de ict gewoon zien als gedoe met computers, dat wil zeggen hulpmiddelen bij het werk, net als de postvakjes. Kan hij ook weer hoofdmeester worden. Want het is nog maar de vraag of bij het probleem dat je gaat onderzoeken een communicatievraag hoort.