

# Cursus Narratieve analyse

samengesteld door dr. F.M.R.C. Basten

[campus]OrléoN

2010



- Module 1. Narratieve theorie
- Module 2. Maken van een onderzoeksdesign
- Module 3. Narratieve data
- Module 4. Analyse van het wat
- Module 5. Analyse van het wie
- Module 6. Analyse van het hoe
- Module 7. Rapporteren van narratief onderzoek
- Module 8. Didactiek van narratieve analyse

Niets van deze uitgave mag worden veelevoudigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

Voor contact: [campus@orleon.nl](mailto:campus@orleon.nl).

# Onderzoeksdesign

Inhoudsopgave	2
Voorwoord	3
1. Waarom narratief onderzoek?	4
1.1. Positieve keuzes	5
1.1.1. <i>Narratief onderzoek ontsluit nieuwe vraagstukken</i>	6
1.1.2. <i>Narratief onderzoek geeft inzicht in ervaringen</i>	7
1.2. Negatieve keuzes	9
1.2.1. <i>Ander onderzoek verklaart geen acties</i>	9
1.2.2. <i>Ander onderzoek bereikt de populatie niet</i>	11
2. Wat ben ik voor een onderzoeker?	17
2.1. Optimisme en pessimisme in sociale wetenschappen	17
2.2. Vier kwadranten en narratief onderzoek	20
2.2.1. <i>Ontologie, epistemologie, methodologie en fenomenologie</i>	22
2.2.2. <i>De branding</i>	26
2.2.3. <i>De rots</i>	30
2.2.4. <i>De Olympus-kenner</i>	37
2.2.5. <i>De mineraloog</i>	40
2.2.6. <i>Paradigmatische stellingname</i>	46
3. Waar moet ik verder aan denken?	49
3.1. Ethiek en politiek	49
3.1.1. <i>Ethische aspecten</i>	49
3.1.2. <i>Politieke aspecten</i>	56
3.1.3. <i>Code of conduct van van de European Science Foundation</i>	59
3.2. Praktische aspecten	63
3.2.1. <i>Toegang tot de data</i>	63
3.2.2. <i>Geld</i>	64
3.2.3. <i>Tijd</i>	69
4. Hoe ziet mijn ontwerp eruit?	72
4.1. Probleemstelling en deelvragen	72
4.2. Checklist voor het maken van een ontwerp	79
5. Oefeningen	87
Literatuurlijst	88

# Voorwoord

De aandacht voor verhalen bij professionals in de sociale vakken is sinds enkele tientallen jaren groeiende. We zien het tijdens de uitoefening van het vak terug in de zogenaamde narratieve bejegening, waarbij de relatie tussen cliënt en professional mee gevormd wordt door de levensverhalen die de cliënt vertelt en het luisterend oor dat de professional biedt. De gedachte dat het verwoorden van ervaringen therapeutisch kan werken ligt aan de basis van professioneel handelen in bijvoorbeeld de verslavingszorg, de opvang van dak- en thuislozen, de jeugdzorg, ouderenzorg en traumaverwerking. Desondanks ervaren professionals vaak een spanning tussen de aandacht die ze voor een cliënt willen hebben en de tijd die daarvoor beschikbaar is. Deels komt dat omdat de effecten van de narratieve bejegening niet altijd direct evident of meetbaar zijn. Wat schieten cliënt er precies mee op als zij hun verhalen vertellen? Knappen ze sneller op zodat ze eerder de steeds duurder wordende zorg kunnen verlaten? Neemt de kwaliteit van hun leven toe? Kunnen professionals hun aanbod beter afstemmen op de wensen en behoeften? Ontwikkelen zij een bepaalde sensitiviteit voor de vragen die hun cliënten niet stellen maar wel hebben? Door de groeiende aandacht voor de narratieve bejegening stijgt de vraag naar onderzoeksinstrumenten die de effecten van het vertellen van verhalen kunnen vastleggen. Dat er effecten zijn, lijkt evident. In wijkontwikkeling schieten de projecten die bewoners uitnodigen om over hun leven te vertellen of te schrijven als paddenstoelen uit de grond. Vaak echter blijft het dan bij het verzamelen van de verhalen. De aanname is dat het vertellen van verhalen en het lezen van de verhalen van een ander op zichzelf al een effect hebben op de sociale cohesie in een wijk. Zelden is het analyseren van deze verhalen aan de orde. Als ze al aanleiding geven voor een nieuw aanbod door maatschappelijke dienstverleners, dan is het eerder omdat er expliciete wensen in worden verwoord waar een dienstverlener op kan reageren dan dat er een bepaalde logica wordt blootgelegd waarop wordt aangesloten.

Het is mijn eigen ervaring dat het niet zo eenvoudig is om taal centraal te stellen in een onderzoek. Opdrachtgevers (commercieel of subsidiërend) nemen vaak aan dat je met verhalen kunt achterhalen wat mensen willen, maar dat kun je met zo veel instrumenten en die zijn vaak nog goedkoper ook. Dat het razend interessant kan zijn om te onderzoeken hoe mensen hun wensen en mogelijkheden verpakken in de verhalen die ze vertellen, is niet meteen voor een opdrachtgever inzichtelijk. Deze reader heeft daarom twee doelen. Het eerste doel is om je de munitie te geven om de scepsis van opdrachtgevers mee te bestoken. Ja, een gesloten vragenlijst kan ook, maar bereik je daar alle mensen mee en weet je daarna wat zij willen, of weet je dan welke mogelijkheden zij kiezen uit wat je zelf vooraf bedacht hebt? Kun je echt al die mogelijkheden zelf vooraf bedenken, of liggen er ook nog een paar buiten je onderzoekersperspectief, in de ervaringen van de mensen die je vragen gaat stellen? Weet je daarna echt wat mensen beweegt? Wat ze belangrijk vinden? Ambieën? Geinig vinden of vies? Waarom ze iets doen wat ze eigenlijk niet willen? Een besluit nemen dat zich tegen hen keert? Leer je er dus echte mensen mee kennen? Het tweede doel is daarmee om je de ingrediënten te geven voor een overtuigend onderzoeksvorstel. Het is weinigen van ons gegeven om met ons eigen geld onderzoek te doen. Je hebt dus in negen van de tien gevallen te maken met iemand die over het geld gaat. Een goed onderzoeksvorstel kan je succesvoller maken in het werven van geld. Dat betekent meer narratief onderzoek en dat is ook goed voor professionals en cliënten.

dr. F.M.R.C. Basten