



## PARTICIPATIEVE METHODEN

### Als instrument voor kwalitatief onderzoek

#### 1. Onderzoeken wat de cliënten willen

Deze tekst vertelt niet hoe het moet, maar wil de basis vormen voor een goed gesprek over de dubbele vraag:

**"Hoe wil ik te weten komen wat mijn cliënten willen en in welke mate wil ik hen er bij betrekken?"**

En de dubbele vraag:

**"Hoe wil ik als cliënt laten weten wat ik wil en in welke mate wil ik er bij betrokken worden?"**

Voor bedrijven, organisaties, overheden en politici is het belangrijk om hun doelstellingen en activiteiten af te stemmen op hun cliënten, hun stakeholders (wat ook 'cliënten' zijn) en op de personen die zij als cliënt wensen te winnen. Om goed te kunnen werken hebben ze nood aan informatie die een duidelijk beeld geeft van wat hun huidige en hun mogelijke cliënten willen. Vooral dienstverlenende bedrijven, hulpverlenende organisaties en organisaties die werken met de financiële bijdrage van hun leden zijn ethisch verplicht om voor hun aanpak rekening te houden met de mening van hun cliënten en stakeholders.

In algemene termen gesteld, er is bijgevolg onderzoek nodig naar wat personen die deel uitmaken van een bepaalde doelgroep kennen, kunnen, ervaren, denken, menen, wensen, verwachten, ... enz.

Er bestaat een grote verscheidenheid aan methoden om relevante gegevens te verzamelen. Meestal helpen onderzoekers de opdrachtgevers om een goede onderzoeksvraag te formuleren en stellen ze een gepaste methode voor. Geen enkele onderzoeksmethode is echter 'neutraal', steeds is een methode verbonden met de visie van de opdrachtgever op hoe hij de relaties vorm en inhoud wil geven, steeds is een methode verbonden met een reeks achterliggende gedachten over: wat is 'onderzoek'?, wat zijn 'feiten'?, wat is 'een goede relatie'?, waar is een instrument als 'een onderzoek' allemaal nuttig voor?, enz.

#### 2. Meetbare gegevens verzamelen

Heel veel opdrachtgevers wensen kwantitatieve gegevens, gegevens die meetbaar zijn en die rekenkundig kunnen verwerkt worden en omgezet in tabellen en grafieken. In die vorm kan de informatie van een onderzoek ook vergeleken worden met de resultaten van een andere groep (soms een controlegroep) of met de gegevens van dezelfde groep bij een vroeger opnamemoment.

Bekende methoden die hier voor worden gebruikt zijn: een vragenlijst, een telefonische enquête, een interview. Deze methoden werken met een gestandaardiseerde vragen- of ant-

woordenlijst of met gestandaardiseerde opdrachten (denk bv. aan bepaalde psychologische testen). Dit is noodzakelijk indien men kwantitatieve of alleszins kwantificeerbare gegevens op het oog heeft.

Dit onderzoek is een eenrichtingsverkeer: een opdrachtgever wil bepaalde informatie verzamelen over een specifieke doelgroep en verder alleen de zaak afhandelen. Zelden of nooit worden de ondervraagden rechtstreeks ingelicht over de verzamelde gegevens en wat ermee gebeurd is. Op basis van de verzamelde gegevens worden allerlei beslissingen genomen waarbij de beslissingsbevoegdheid uitsluitend bij de opdrachtgever ligt.

Deze aanpak is geschikt wanneer men kwantitatieve gegevens wil, men een zeer groot aantal personen wil ondervragen, de samenstelling van de doelgroep wil bepalen en het ganse proces wil controleren. Op deze methoden wordt snel (niet zelden té snel) het label 'wetenschappelijk' gekleefd.

#### 3. Van kwantiteit naar kwaliteit

Indien men niet alleen kwantitatieve gegevens wil maar ook kwalitatieve informatie dan staat men voor de uitdaging om regels op te stellen voor de 'subjectieve beoordeling'. Zowel van de kant van de onderzoekers, van de ondervraagden als van hen die de resultaten moeten beoordelen en op die basis beslissingen moeten nemen, is er sprake van 'subjectiviteit'. Onderzoek naar kwalitatieve gegevens is ondermeer nodig wanneer men wil weten hoe de cliënten een bepaald product of dienst (subjectief) inschatten, wat ze daarbij voelen en ervaren.

De methoden die kunnen gebruikt worden zijn nog steeds gebaseerd op een gestandaardiseerde vragenlijst, doch ditmaal met open vragen (bv. de vraag "Hoe proeft deze wijn?") of op gestandaardiseerde opdrachten met ruimte voor eigen invulling (bv. de opdracht "Teken een boom", bij psychologisch onderzoek). Criteria om gestandaardiseerd om te gaan met 'subjectiviteit' moeten de argumenten tegen gaan dat deze methoden niet 'wetenschappelijk' zouden zijn.

Nog steeds is het eenrichtingsverkeer: een opdrachtgever wil meer weten over een bepaalde persoon of een doelgroep of een product. Het blijft eenrichtingsverkeer ook wanneer de resultaten worden voorgelegd aan de ondervraagde(n) in een nagesprek. De betrokkenen hebben geen inspraak in de wijze waarop hun antwoord wordt genoteerd of wat er met de gegevens zal gebeuren. Nog minder hebben ze invloed op de onderzoeksvraag of de gebruikte onderzoeksmethode.

Een voorbeeld: onderzoek naar 'het gevoel van (on)veiligheid bij burgers' kan niet louter op basis van gesloten vragen of 'objectieve' criteria gevoerd worden. Hier is immers duidelijk sprake van erg gevoelsmatige, zelfs irrationele reacties.

#### 4. Van eenrichtingsverkeer naar tweerichtingsverkeer

Tweerichtingsverkeer bij het onderzoek naar wat de cliënten willen, is mogelijk. Dit betekent dat de ondervraagde op de een of andere manier rechtstreeks invloed heeft op de vragen van de vraagsteller en op wat hij noteert als resultaat.

Een methode die hier gebruikt wordt is een persoonlijk gesprek, waarbij de 'ondervraagde' de kans krijgt om het resultaat van het gesprek te beïnvloeden. Hij kan zelfs het verloop van het gesprek in vraag stellen, d.w.z. hij kan zijn mening geven over de gebruikte methode en trachten daar verandering in te brengen.

Deze methode levert kwantitatieve en kwalitatieve gegevens op. Het werk is echter dermate intensief dat meerdere ondervragers nodig zijn wanneer grote groepen personen ondervraagd moeten worden. Dan is een groepsgesprek een van de mogelijke oplossingen. Men zet een groep cliënten bij elkaar en legt hen een (onderzoeks)vraag voor. De ondervrager is op dat ogenblik veeleer een (professioneel) gesprekleider.

Een voorbeeld van zo'n tweerichtings-onderzoek: wanneer in een bedrijf ieder personeelslid wordt uitgenodigd voor een functioneringsgesprek. De 'cliënt' kan op dat ogenblik mee het gesprek sturen en heeft de mogelijkheid om het oordeel van de 'ondervrager' te beïnvloeden. In dit voorbeeld is de ondervrager vaak tevens diegene die beslissingsbevoegdheid heeft. Een ander type gesprek vermijdt de moeilijkheid die uit deze situatie vloeit: het ontwikkelingsgesprek. De ondervrager is ditmaal iemand die deskundig is op het vlak van personeel of opleiding en die de betrokkene helpt om een beter zicht te krijgen op wat hij vandaag kent en kan en helpt te onderzoeken onder welke voorwaarden deze kennis en kunde zou kunnen vergroten.

Anderen methoden trachten het label "methode met inspraak" te krijgen maar slagen daar meestal zeer moeilijk in dit waar te maken: een rondetafel, een discussieforum, een debat. Het is vaak de vraag of hier wel sprake is van 'onderzoek'. In de meeste gevallen betekent het veeleer het zoeken naar bevestiging van wat men reeds heeft opgesteld. Een voorbeeld: een 'congres met inspraak' eindigt met de goedkeuring van resoluties die op voorhand geschreven zijn. Een ander voorbeeld: een studiedag waar sprake is van 'medewerking van de zaal' bleek dit laatste te bestaan uit het mogen zijn voor- of afkeur kenbaar maken door het opsteken van een groen of een rood kaartje terwijl vooraan drie 'personaliteiten' discussiëren.

#### 5. Participatieve methoden

Bij het gebruik van participatieve methoden komen niet de meningen van de individuele cliënten aan bod en worden niet de uitspraken op naam genoteerd. Bij deze methoden kunnen de cliënten elkaar beïnvloeden, worden - op diverse manieren - meningen bij elkaar gelegd, bijgestuurd en verrijnd alvorens die definitief worden vastgelegd.

Participatieve methoden zijn ondermeer: AIC Appreciation-Influence-Control, Charette, Citizens' Juries, Consensus Conference, Delphi Method, Future Search, Open Space, PAME Participatory Assessment Monitoring and Evaluation Techniques, Planning Cells, Scenario Analysis, SCC Systematic Client Consultation, TeamUp, World Café, ZOPP Objectives Oriented Planning.

Bij deze methoden worden diverse technieken gebruikt om ideeën en meningen op te roepen, de gegevens op mekaar te laten inwerken, informatie zichtbaar en hanteerbaar te maken, 'feitelijke' gegevens om te zetten naar actiegerichte ideeën, ideeën om te zetten in plannen of scenario's en opvolgingsprogramma te verbinden aan besluiten.

Verscheidene van deze methoden trachten nog zoveel steeds de samenstelling van de doelgroep en het verloop te controleren. Zij werken bijvoorbeeld met een 'experts-groep' of met een 'beïnvloeders-groep'. Een aantal methoden zijn erg creatief en laten veel meer open ruimte voor samenstelling van de deelnemersgroep en de inbreng van de deelnemers.

Alle methoden kunnen creatief aangepakt worden en de creativiteit bij de deelnemers aanspreken. Dat zulks ook werkelijk gebeurt hangt voor een zeer groot deel af van de professionaliteit en de creativiteit van de begeleiding. De meest open methode is Open Space. Die vraagt dan ook zeer veel creativiteit en zelfstandigheid van de deelnemers.

#### 6. Nog stappen verder zetten

Men kan de participatie van de cliënten nog vergroten en hen betrekken bij meerdere aspecten van het onderzoeksproces of zelfs bij het hele gebeuren: het formuleren van de onderzoeksvraag, de keuze van de methode, de toepassing van de methode, de begeleiding van de aanpak, de keuze van een techniek om de resultaten te verwerken, de beoordeling van de resultaten, de verspreiding van de resultaten, het toezien op de gevolgen van de genomen beslissingen.

Een korte beschrijving van deze technieken vindt je in "Participatory Methods Toolkit - A practitioner's manual", uitgegeven in december 2003 door de Koning BoudewijnStichting in België in samenwerking met het Vlaams Instituut voor Wetenschap en Techniek en de United Nations University. Kijk op [www.kbs-frb.be](http://www.kbs-frb.be) of [www.viWTA.be](http://www.viWTA.be)

De Engelse benamingen wijzen op de internationale context waarin ze zijn ontwikkeld en gebruikt worden.

## 7. De winst van participatieve methoden als onderzoeksinstrument

Participatieve methoden laten toe om zowel kwantitatieve als kwalitatieve gegevens te verzamelen. Belangrijk is echter dat door deze methoden de betrokkenen in staat zijn om hun mening uit te breiden of te verdiepen, exacter, duidelijker of scherper te verwoorden, ... enz. 'Primaire reacties' krijgen de kans om te ontwikkelen naar 'secundaire reacties'. Meninge krijgen meer fundament of worden verfijnd door de dialoog met andere visies en uitspraken. Participatieve methoden laten op deze manier een "interne correctie" toe - intern voor de doelgroep - van de definitief geformuleerde mening. Visies en meningen zijn contextueel gebonden. Alle methoden dienen daar rekening mee te houden, ook de niet-participatieve methoden (het resultaat van een vragenlijst wordt ondermeer beïnvloed door het geslacht en de huidkleur van de interviewer, door het tijdstip waarop en de plaats waar men ondervraagd wordt, door gebeurtenissen in de private en in de sociale omgeving op het ogenblik dat men ondervraagd wordt, enz.)

Participatieve methoden bieden een andere context waardoor gedachten, ideeën en meningen de ruimte krijgen om zich te (her)vormen vanuit een breder denk- en belevingskader, niet uitsluitend vanuit de persoonlijke beleving op één ogenblik. Dit is het resultaat van de relaties die de deelnemers met elkaar aangaan.

Wanneer we de uiteindelijk geformuleerde uitspraken beschouwen, kijken we naar het inhoudelijk aspect van het onderzoek. Een belangrijk resultaat van het gebruik van participatieve methoden is het relationele aspect. Tijdens het onderzoek leggen deelnemers nieuwe contacten, met personen die ze reeds kennen en met personen die ze voor het eerst ontmoeten. De deelnemers engageren zich niet alleen voor 'een dialoog ter plekke' maar blijken ook na het onderzoek meer betrokken met elkaar om te gaan. Het onderzoek krijgt op deze manier een actieve maatschappelijke dimensie. Door gebruik te maken van een participatieve methode is men tegelijk bezig met 'gemeenschapsvorming' (community building).

De deelnemers aan een participatief onderzoek voelen zich (meer) mede-verantwoordelijk voor het resultaat. Daardoor vergroot niet alleen de geldigheid van de uitspraken maar neemt ook de nauwkeurigheid van de gegevens toe.

Deelnemers kunnen zich dermate betrokken gaan voelen bij het onderzoek - door hen te betrekken bij nog meer aspecten - dat dit 'eigendom' wordt van de groep. Zij zijn het onder-

zoek! De relatie onderzoeker-onderzochte krijgt een andere dimensie. Dat kan zover gaan dat de 'onderzochten' tevens de 'onderzoekers' worden. Dan wordt tenvolle duidelijk dat er bij onderzoek geen onderzoeker kan zijn die geen invloed heeft op de resultaten en dus dat er in feite geen 'objectief' onderzoek bestaat. Men kan niet niet beïnvloeden. (In de fysica is men reeds lang tot die vaststelling gekomen.)

## 8. Participatieve methoden en maatschappelijke verankering

Hoe men het begrip ook definieert 'maatschappelijke verankering' is een proces, het is een af te leggen weg, een zaak van volgehouden inspanningen met een zicht op lange termijn, niet een eenmalig gebeuren. Zo'n proces heeft meer nood aan een goede voortdurende dialoog dan aan een vluchtig of tijdelijk onderzoek naar reacties die sterk contextueel gebonden zijn.

Wanneer men participatief werkt is er overeenstemming (congruentie) tussen wat men wil doen en hoe men dat doet, tussen visie, uitgangspunten, goede voornemens, doelstellingen en aanpak. Enkel wanneer men "doet wat men zegt" werkt men effectief aan maatschappelijke verankering. Het huidige wantrouwen tegenover politici is een voorbeeld hoe de burgers aanvoelen dat wat er gezegd wordt niet overeenkomt met wat er op het terrein gebeurt en hoe ze er op reageren. De situatie leert ons dat individuele reacties, zelfs indien die niet expliciet georganiseerd of verzameld worden, kunnen uitgroeien tot een stemming die een groepsgevoel geeft. Participatieve methoden geven burgers niet alleen het gevoel dat er een vorm van inspraak is, maar laten de mogelijkheden en de grenzen van die inspraak ook beleven en maken ze op die manier duidelijk.

## 9. Besluiten

Het kiezen van een gepaste onderzoeksmethode is een onderdeel van een 'wetenschappelijke' en professionele aanpak. Het volstaat niet om een lijstje van methoden te overlopen en streepjes te zetten bij die aanpak die men verkiest. Het kiezen van een methode is onderdeel van het onderzoek! Het is nodig om het proces van oordeelsvorming dat aan de basis ligt van een keuze expliciet te maken. Dan kan het helder meegedeeld worden aan hen die bij een onderzoek (zullen) betrokken worden en kunnen zij zich bewuster inschrijven (of niet) in het proces.