

Masteronderzoek: hoe doe je dat?

Valkuilen en hobbels in de praktijk

Joop Berding & Toby Witte

Het doen van praktijkgericht onderzoek wordt in het hoger beroepsonderwijs steeds belangrijker. Met name van studenten in de afstudeerfase van een masteropleiding wordt verwacht dat ze relatief zelfstandig een complex praktijkgericht onderzoek naar een reëel probleem kunnen doen. De auteurs, werkzaam bij de masteropleiding Pedagogiek van de Hogeschool Rotterdam, deden onderzoek naar inhoud en proces van dertig afgeronde afstudeerprojecten. Hieruit blijkt dat (praktijkgericht) onderzoek zelden volgens de 'nette' lijntjes van de methodologiehandleidingen verloopt. Er is eerder sprake van valkuilen en hobbels, dwaalwegen en doodlopende steegjes. Op basis van hun bevindingen ontwikkelden de auteurs een handreiking voor het doen van masteronderzoek waarin de reële praktijk wordt geschetst. Aan de hand van een aantal cruciale stappen in het onderzoeksproces – onderzoeksopdracht, onderzoeksplan, het daadwerkelijke onderzoek en het verslag - wordt stilgestaan bij zaken die mis kunnen gaan en worden tips gegeven hoe met problematische situaties om te gaan. Het ligt in de bedoeling deze handreiking tot een boekuitgave uit te werken.

Introductie

Het is een en al praktijkgericht onderzoek wat de klok slaat in het hoger beroepsonderwijs. Er gaat bijna geen week voorbij of er wordt wel een congres, seminar of workshop gewijd aan dit onderwerp. Het doen van praktijkgericht onderzoek is naast inhoudelijke kennis, vakmatige vaardigheden en de ontwikkeling van een professionele attitude de vierde pijler geworden van het huidige hbo. Deze ontwikkeling is snel gegaan en is nog allesbehalve uitgekristalliseerd in algemeen geaccepteerde criteria, standaarden en praktijken. Daarvoor verschillen de hbo-instellingen, de opleidingen die ze verzorgen en de specifieke prioriteiten die ze stellen (bijvoorbeeld een stedelijk of regionaal perspectief) te veel. Per opleidingsdomein of –instituut, per leerjaar en zelfs binnen docententeams kunnen opvattingen verschillen, mede in het licht van de uiteenlopende (onderzoeks)tradities binnen de desbetreffende disciplines.

Deze bijdrage richt zich op een specifiek deel van de hbo-opleidingen, namelijk de masteropleidingen binnen het sociale domein. Meer nog dan in de bacheloropleidingen neemt het doen van praktijkgericht onderzoek in de masteropleidingen een centrale plaats in het curriculum in en wordt van de (afstuderende) student verwacht dat hij zich in dit opzicht een 'meester' toont. De auteurs hebben als (voormalig) onderwijsmanager en docent van de masteropleiding Pedagogiek/Urban Education van de Hogeschool Rotterdam vanaf 2004 veel ervaring opgedaan met het acquireren, begeleiden en beoordelen van praktijkgericht masteronderzoek. Het viel daarbij op dat er op het gebied van de methodologie van praktijkgericht (master)onderzoek weliswaar vele handleidingen en 'how to do'-boekjes beschikbaar zijn maar dat de feitelijke praktijk

van het echt doen van onderzoek meestal een geheel ander, veel grilliger beeld laat zien. Anders dan de standaardmethodologie en de literatuur daarover ons willen doen geloven, verloopt onderzoek zelden op de lineaire, logisch-gestructureerde en 'gladde' wijze die hierin veelal wordt gesuggereerd. Onderzoek, zo concluderen wij op basis van onze ervaring, is veel meer een kwestie van vallen en opstaan, van valkuilen en tegenvallers, van vage opdrachten en dwarse opdrachtgevers, van dwaalwegen en doodlopende steegjes, van ongereflecteerde methodologische en ethische premissen. Deze intuïties zijn onderzocht aan de hand van dertig afstudeeronderzoeken die sinds 2004 door studenten van de masteropleiding Pedagogiek zijn uitgevoerd. Hier wordt gerapporteerd over wat wij na een grondige inventarisatie en diepte-interviews met een aantal betrokkenen tegenkwamen. De bevindingen werden omgezet in een interne publicatie (Witte & Berding, 2011) en het ligt in de bedoeling daarvan op korte termijn een volwaardige boekpublicatie te maken opdat anderen daarmee in hun opleidingen hun voordeel kunnen doen. Eerst wordt stilgestaan bij het type masteronderzoek dat aan de Hogeschool Rotterdam wordt uitgevoerd. Vervolgens worden de *ins and outs* van de verschillende onderdelen van het onderzoeksproces besproken. Om te beginnen de onderzoekopdracht, vervolgens het onderzoeksplan, de uitvoering van het onderzoek en ten slotte het onderzoeksverslag en de presentatie. Deze onderwerpen worden vooral vanuit het perspectief (de ervaringen) van de student in de rol van onderzoeker bekeken.

Masteronderzoek

In het curriculum van de masteropleiding Pedagogiek/Urban Education van de Hogeschool Rotterdam neemt het doen van praktijkgericht onderzoek een belangrijke plaats in. In verschillende modules van deze tweejarige deeltijdopleiding wordt van de studenten gevraagd zich met vraagstukken in een praktijk bezig te houden en zich daar op methodische wijze toe te verhouden. Vaak gaat het om het aanpakken en/of oplossen van een praktijkprobleem waarvan er in een stad als Rotterdam volop voorhanden zijn. Deze benadering wordt aangestuurd door een van de leidende onderwijskundige principes, het zogenoemde '*Outside In Inside Out*'-principe: het streven naar stevige verbindingen met de in Rotterdam werkzame instellingen, professionals en hun doelgroepen, daar dienstbaar aan zijn en omgekeerd 'de stad' binnen het hoger beroepsonderwijs halen, onder andere in de vorm van seminars, gastlessen en gezamenlijke projecten. Het *pièce de resistance* van het praktijkgericht onderzoek in de masteropleiding is het afstudeeronderzoek dat studenten in het laatste kwart van hun opleiding veelal in duo's in opdracht van een instelling of organisatie in Rotterdam uitvoeren. Sinds 2004 zijn er circa dertig onderzoeken uitgevoerd, steeds begeleid door docenten van de opleiding en met een grote betrokkenheid van de lectoren van de Kenniskring Opgroeien in de Stad (nu het Kenniscentrum Talentontwikkeling). Deze inventarisatie toont aan dat het gaat om een grote diversiteit aan opdrachtgevers en opdrachten, c.q. onderzoeksvragen. Om er enkele te noemen: een deelgemeente die meer wil weten over de stimulering van sociale cohesie; twee basisscholen die in een proces van toegroeien naar een brede basisschool de opinie van ouders willen achterhalen; een langlopend onderzoek naar de effectiviteit van *rebound*-instellingen; succes- en faalfactoren bij bewonersparticipatie; de afstemming tussen verschillende actoren in en rond de school; Eigen-kracht conferenties bij Licht verstandelijk beperkten, in opdracht van de GGD. Steeds gaat het

om een praktijkprobleem waarbij zowel ‘de werkvloer’ als ‘het beleid’ van de opdrachtgever (de instelling) aan de orde komen. De studenten moeten zowel binnen ‘in’ de desbetreffende organisatie kijken alsook de relaties, het netwerk van die instelling met het omringende veld onderzoeken. Het sociale en pedagogische domein is, zeker in Rotterdam, voortdurend in beweging, steeds ontstaan nieuwe configuraties en de student moet zich – als onderzoeker en als toekomstig professional op masterniveau – hiervan rekenschap geven. Hierbij past tevens een kritische reflectie op praktijk en beleid en op de daarin gehanteerde theorieën of ideeën. Bij de eerste fase van het onderzoek wordt de student hiermee direct geconfronteerd. Het gaat dan primair om de omschrijving en definitie van de onderzoeksopdracht en daaruit voortvloeiend de onderzoeksvraag.

De onderzoeksopdracht

Voor het acquireren van onderzoeksopdrachten werken de masteropleiding en het Kenniscentrum Talentontwikkeling nauw samen. Dat zorgt ervoor dat de onderzoeksopdrachten en de –resultaten zijn ingebed in meerjarige onderzoeksprogramma’s waarbij de lectoren van dit Kenniscentrum nauw zijn betrokken. Voorbeelden hiervan zijn onderzoeken naar de brede school, de *rebound*-instellingen en de bevordering van studiesucces in meerdere onderdelen van het onderwijsgebouw. Het werken met externe opdrachtgevers impliceert een dienstbaar willen zijn aan de verbetering van praktijken ‘in het veld’ maar roept ook een bepaalde spanning op. Opdrachtgevers zijn over het algemeen geïnteresseerd in praktische resultaten – vaak in de vorm van aanbevelingen of voorstellen voor praktische verbeteringen. Denk aan een nieuw of verbeterd protocol, een nulmeting of een hanteerbaar product zoals een handleiding. Dat is het belang van de opdrachtgever en de reden dat hij met onderzoekers in zee gaat. Voor de opleiding echter gelden vooral theoretische en methodologische overwegingen en criteria: vanuit welk theoretisch kader gaat het onderzoek worden verricht? Zal het onderzoek op een ‘nette’, methodologisch verantwoorde manier worden uitgevoerd en zijn de resultaten in dat licht navolgbaar en verdedigbaar? Het is lastig hier het etiket ‘wetenschappelijk’ op te plakken vanwege de connotatie die dit heeft met ‘academisch’ en ‘universitair’. Toch kan worden gesteld dat (ook) praktijkgericht onderzoek op het hbo langs de meetlat van algemeen geaccepteerde wetenschappelijke standaarden moet worden gelegd of dat de onderzoekers (studenten) zich in elk geval kritisch tot die standaarden verhouden. Zo is over het algemeen de representativiteit van praktijkgericht hbo-onderzoek beperkt en dat hoeft geen probleem te zijn als de onderzoekers hierop ingaan en beargumenteren wat de implicaties hiervan zijn voor hun resultaten. Hoe dan ook, de kans is groot dat er een (flinke) afstand bestaat tussen de meer pragmatische wensen van de opdrachtgever en de wat meer gedistantieerde aanpak van de onderzoekers. Daarbij speelt ook een rol in welke mate de opdrachtgever zelf helder is over wat hij wil: vaak is dat niet het geval en dienen de onderzoekers door middel van ‘doorvragen’ en herformuleren erachter te komen welke vraag de opdrachtgever nu eigenlijk beantwoord wenst te zien. De onderzoekers moeten zich daarbij rekenschap geven van de positie van de opdrachtgever, in diens organisatie: is hij de directeur of een beleidsmedewerker? Kan hij toegang verschaffen tot dossiers, data en mensen? Is hij beschikbaar en aanspreekbaar? In feite staat helemaal aan het begin van het onderzoek een proces van *onderhandeling* om tot een definitie te komen van de condities (inclusief beperkingen) waaronder het onderzoek zal plaatsvinden. In een van de onderzoeken

speelde het ter beschikking stellen van dossiers waarbij de opdrachtgever zelf het aantal bepaalde en welke de studenten mochten inzien. Daarachter lag een zekere vrees voor een te breed onderzoek met onvoorspelbare uitkomsten. De onderzoekers zijn hiermee akkoord gegaan maar hebben toch door middel van interviews aanvullende informatie vergaard. Bij het onderhandelen over de opdracht is 'definiëring' een centraal punt omdat dit het verloop van de rest van het onderzoek sterk kan beïnvloeden. Zo wilde een mbo-opleiding graag weten of de aangeboden workshops waarin deelnemers allerlei competenties konden vergaren, effectief waren. Het onderzoek werd uiteindelijk een 'invuloefening' waarbij niet werd gereflecteerd op cruciale begrippen als 'competentie'. De opdrachtgever heeft daarmee de onderzoekers als het ware een defnitorische fuik ingelokt en eenmaal aan het onderzoek begonnen, viel er voor hen weinig meer kritisch te reflecteren. Dit voorbeeld laat enerzijds zien dat een opdrachtgever zo zijn eigen motieven kan hebben om onderzoek te laten doen (bijvoorbeeld omdat het hem een rapport oplevert dat bruikbaar is voor de aanvraag van een nieuwe subsidie) maar anderzijds dat (ook) praktijkgericht onderzoek gebaat is bij een stevig theoretisch fundament en de kritische doordenking van kernbegrippen. Op basis van deze ervaringen kunnen de volgende tips worden gegeven. Investeer in deze eerste fase door enkele malen met de opdrachtgever om tafel te gaan zitten en tot een zo helder mogelijke opdracht te komen die (in de volgende fase) om te zetten is naar een onderzoeksvraag. Bestudeer de organisatie qua missie en visie, activiteiten, positie in het werkveld, enz. Bespreek de voorwaarden van het onderzoek (tijdsduur, beoogde opbrengsten, toegang, enz.). Ken de positie van de opdrachtgever binnen zijn organisatie. Regel indien gewenst een klankbordgroep. Leg zaken schriftelijk vast en beoordeel of het nodig is ook tot officiële ondertekening over te gaan (dit kan een *go or no go* moment zijn waarvoor de opleiding een procedure heeft afgesproken). Als dit soort zaken is uitgediscussieerd en –onderhandeld, dan kan de stap naar het onderzoeksplan worden gezet.

Het onderzoeksplan

Om tot een onderzoeksplan te komen, moeten de onderzoekers een aantal taken uitvoeren: brainstormen, informatie verzamelen, discussiëren met elkaar en met anderen, kortom: zich een zo helder mogelijk beeld vormen van het wat (de onderzoeksvraag) en het hoe (de onderzoeksmethode). Daarbij gaat het zoals het voorgaande wel duidelijk heeft gemaakt altijd om de onderzoeksvraag-in-context, het opdelen van de vraag in deelvragen en om theoretische en methodologische overwegingen. Bij de keuze van het onderzoeksontwerp en –instrumenten dienen de onderzoekers zich er rekenschap van te geven (en te kunnen verantwoorden) waarom juist dit ontwerp en deze instrumenten. Vervolgens is de planning van het onderzoek van belang, rekening houdend met de eigen inzet en beschikbaarheid maar ook met die van relevante anderen, zoals respondenten. Een tip is om hier bufferweken in te bouwen maar dat neemt niet weg dat de opdrachtgevende instelling/organisatie een eigen dynamiek heeft. Zo gebeurde het dat een opdrachtgever die in de voor de onderzoekers cruciale fase zelf ineens op studiereis ging, mét een aantal andere voor het onderzoek belangrijke actoren. Daar ging de planning. Ten slotte is een uiterst belangrijk maar vaak genegeerd onderwerp in het onderzoeksplan de dataverwerking. Uit de gehouden interviews bleek dat de onderzoekers soms weinig idee hadden over de wijze waarop ze de (grote) hoeveelheid gegevens die

ze via vragenlijsten en/of interviews in handen zouden krijgen, zouden gaan 'behandelen'. En dit terwijl dit de crux van het onderzoek is: het ordenen, analyseren en interpreteren van gegevens. De studenten meldden letterlijk dat zij 'al werkende weg' de labelingmethode in de vingers moesten krijgen¹. Het onderzoeksplan is als 'ruggengraat' van het onderzoek een belangrijk document waarin allerlei keuzes worden verantwoord en waarop gedurende de loop van het onderzoek wordt teruggegrepen. Er zullen ongetwijfeld momenten zijn waarop het daadwerkelijke onderzoek anders blijkt te verlopen dan gepland, maar dat is niet zo verwonderlijk. Onderzoek doen is immers een interventie plegen die de werkelijkheid verandert. Hóe, dat laat zich moeilijk tot in de details voorspellen. Onderzoek doen kent dus zijn onzekerheden en open einden en dat maakt het tot een spannende aangelegenheid (Vgl. Berding & Witte, 2011). Zo goed mogelijk structureren en verder met open blik erin gaan, is het parool. Aspecten van die structuur zijn: hoofdvraag en –deelvragen, tijdsduur, onderzoekseenheden, variabelen, respondenten, begripsdefinities, methodes van gegevensverzameling en -verwerking en het incalculeren van risico's, bijvoorbeeld geringe respons. Met het onderzoeksplan als leidraad kan nu het daadwerkelijke onderzoek beginnen.

Het onderzoek

Aan de basis van onderzoek ligt nieuwsgierigheid, 'willen weten' en geen genoegen nemen met de antwoorden die 'iedereen' al geeft. De kunst is om tijdens het onderzoek wanneer de onderzoekers als het ware worden ondergedompeld, die open, nieuwsgierige blik te behouden. Anders is het een invuloefening of dreigt het instrument, het middel - bijvoorbeeld het afnemen van een interview - doel op zichzelf te worden. Van belang is ook dat de onderzoekers zich realiseren dat het doen van onderzoek, bijvoorbeeld het stellen van een vraag, een *interventie* is. De respons is per definitie onvoorspelbaar (anders was onderzoek niet nodig) en bovendien altijd multi-interpretabel: het zijn juist de onderzoekers die er met behulp van hun (theoretische) instrumentarium betekenis aan gaan verlenen. Maar eerst moeten de onderzoekers ervoor zorgen dat ze respons krijgen. Dat vraagt veelal de inzet van meerdere instrumenten. Hierbij valt te denken aan vaak gebruikte middelen als het interview en de vragenlijst en – meestal daaraan voorafgaand – dossier-, archief- en/of documentenonderzoek. In de praktijk is het vaak een heen en weer werken tussen de verschillende instrumenten en de gegevens die ze opleveren. Een tip is de eigen voorkennis over het onderwerp zo veel mogelijk te activeren als startpunt voor het zoekproces. Daarnaast bevelen we aan ook middelen als de Delphi-methode of een expertmeeting in te zetten. Deze zijn met name geëigend om mensen en daarmee opvattingen bij elkaar te brengen c.q. met elkaar te confronteren. Het gebruik van elk van deze instrumenten vraagt specifieke vaardigheden. Bij een interview bijvoorbeeld is het de kunst om in korte tijd zo veel mogelijk informatie aan de geïnterviewde te ontlokken. De onderzoekers moeten daarom tevoren niet alleen een goede vragenlijst hebben maar zich ook afvragen hoe gestructureerd c.q. gesloten deze dient te zijn. Daarnaast kan de *plaats* en het *tijdstip* van het interview

¹ Hierbij kan de kanttekening worden geplaatst dat studenten deze aanpak reeds in de bachelorfase onder de knie hadden moeten krijgen. Dat is helaas in veel gevallen een té optimistisch uitgangspunt. Wel heeft onze bevinding ertoe genoopt in het eerste jaar van de masteropleiding veel meer aandacht te schenken aan deze vaardigheid.

belangrijk zijn. In een van de masteronderzoeken vonden de interviews 's avonds laat in de MacD plaats, daar hield 'de doelgroep' zich namelijk op.

In de (landelijke) discussies over praktijkgericht onderzoek in het hbo komen twee vragen regelmatig naar voren, namelijk of er sprake is van kwalitatief dan wel van kwantitatief onderzoek en voorts wat nu het specifiek 'praktische' is aan 'praktijk'-gericht onderzoek. Er is voor ons geen absolute tegenstelling tussen kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Het gaat meer om een praktisch dan om een principieel onderscheid. Elke kwaliteit (= 'hoedanigheid') heeft immers ook een kwantiteit, al is het maar $n=1$. En elke kwantiteit (= 'hoeveelheid') heeft ook een vorm en daarmee een hoedanigheid. Vorm en inhoud, aantal en hoedanigheid zijn twee onontkoombare facetten van één, ondeelbare werkelijkheid. In het sociale en pedagogische domein zijn we vaak op zoek naar ervaringen, belevingen en betekenissen die mensen aan een bepaalde situatie geven en daarbij past een 'zachte' methodologie: de mate van veralgemenisering zal beperkt zijn, uitspraken zullen vooral een lokaal en ook in de tijd begrensd karakter hebben. Daarmee valt goed te leven als inhoud en methode congruent zijn. Dan de betekenis van 'praktijk' in praktijkgericht onderzoek. Daarover is veel verwarring waarbij vaak 'praktijk' en 'beleid' tegenover elkaar worden geplaatst, waarbij het eerste dan zou staan voor 'de werkvloer' of 'het primaire proces' en het tweede meer voor de beleidsmatige en ook politieke context of voorwaarden. Echter, elke praktijk kent zijn beleid, denk bijvoorbeeld aan het beleid van een school, van een zorginstelling of van een afdeling van de gemeente en omgekeerd heeft ook beleid zijn praktijk. Er is een beleidspraktijk, een managementpraktijk en een politieke praktijk en zelfs een wetenschappelijke praktijk. Het verschil tussen al deze domeinen is niet principieel maar meer sociologisch van aard. Daarom is het belangrijk bij een schijnbaar zeer 'praktisch' probleem ook de beleids- en bestuursmatige aspecten mee in beschouwing te nemen.

Een cruciaal onderdeel van het onderzoek, we wezen er al eerder op, is de verwerking van de onderzoeksgegevens. Hierbij dient steeds te worden teruggegrepen op de onderzoeksvraag. Een casus die we tegenkwamen is een onderzoek naar verwachtingen van ouders over een nieuw op te richten brede basisschool. De interviews werden uitgeschreven en met stiften van verschillende kleuren werden opvallende uitspraken gemarkeerd. Na analyse kon een top drie van verwachtingen worden geformuleerd. Voor de opdrachtgever (directie basisschool) bood dit snel inzicht en antwoord op hun vraag: wat vinden de ouders er eigenlijk van? Nog twee fenomenen zijn het waard om bij stil te staan. Het eerste zouden we de 'bijvangst' willen noemen: opmerkingen in interviews of waarnemingen tijdens een observatiesessie die niet direct relevant zijn voor de onderzoeksvraag maar die wel een ander licht werpen op een breder probleem of context. De onderzoekers noteren dit materiaal als een 'terzijde' waarvan ze eventueel later nog gebruik kunnen maken, bijvoorbeeld bij het schrijven van een artikel of het houden van een presentatie. Het tweede fenomeen betreft het al dan niet anoniem zijn van respondenten. Een voorbeeld is dat van opbouwwerkers die alleen anoniem wilden worden geïnterviewd. De onderzoekers kwamen daar pas ter plekke achter. Voor hen ging het om cruciale respondenten; het onderzoek stond of viel met hun input. Dan is het moeilijk de (ethische) afweging te maken of men wel of niet op deze eis ingaat. (In dit geval wel.) Tegelijk kan hier een signaal aan de orde zijn dat er iets niet helemaal goed zit in de organisatie, hetgeen voor de opdrachtgever relevant is om te weten. De

onderzoeker kan hier in een lastige positie komen, ‘tussen’ zijn opdrachtgever en de respondenten. Transparantie is daarom vanaf het begin een essentiële voorwaarde. Al in het onderzoeksplan dienen dit soort zaken overwogen en afgesproken te worden. Als tip geven nog we mee dat de onderzoekers tijdens het onderzoek alert moeten zijn op contra-indicaties van hun vooronderstellingen. Onderzoek kan de neiging hebben in de fuik van vooronderstellingen terecht te komen en bevestigt dan slechts wat de onderzoekers (en de opdrachtgever!) ‘al dachten’. Het bewust opzoeken van tegengeluiden en -argumenten maakt de uiteindelijke conclusies en aanbevelingen alleen maar geloofwaardiger. Maar voor het zover is, ligt er nog de belangrijke hobbel: het onderzoeksverslag.

Het onderzoeksverslag

Schrijven is het logisch ordenen van wat de onderzoekers hebben gedaan en vergaard; het is de verantwoording van het onderzoeksproces naar inhoud en vorm (methode). Uit de (vaak grote) hoeveelheid verzamelde gegevens, waaronder vakliteratuur en andere documenten, moeten nu scherpe keuzes worden gemaakt. De hoofdvraag en de deelvragen van het onderzoek zijn hierbij de leidraad, ingebed in een theoretische context en in de context van de organisatie waarbij het onderzoek is gedaan. Een handig hulpmiddel is een schrijfschema, gebaseerd op het onderzoeksplan. Na de inleiding volgt de verantwoording van het onderzoek en daarna het betoog: een uiteenzetting, verwickelingen en de ontknoping, als in een detectiveverhaal. Een onderzoek zit meestal vol verwickelingen, ingewikkelde interacties tussen uiteenlopende actoren en het is de kunst deze helder voor het voetlicht te brengen en daaruit overtuigende conclusies te trekken. In de conclusies beantwoorden de onderzoekers niet alleen de onderzoeksvraag maar plaatsen ze deze ook in een bredere context. Een voorbeeld is een onderzoek naar het toekomstperspectief van een organisatie voor kinderopvang waarbij het interne perspectief werd gecombineerd met een analyse van de context van de organisatie en de strategische keuzes die daaruit (kunnen) voortvloeien. Zoals gezegd is het externe perspectief (de context) erg belangrijk. Indien dit afwezig is, neemt de waarde en de bruikbaarheid van het onderzoek navenant af. Voor wat betreft de aanbevelingen waarmee de onderzoekers hun verslag afronden, is het belangrijk deze zo concreet en ‘gebruiksklaar’ mogelijk te formuleren. “Stem interne processen op elkaar af”, is vaag. “Nodig de kwaliteitsmedewerker elke 14 dagen uit bij het teamoverleg”, is al veel concreter en makkelijker te implementeren. Ten slotte is het de moeite waard stil te staan bij de reactie van de opdrachtgever op het (concept)onderzoeksverslag en de -resultaten. (Waarbij goed in het oog moet worden gehouden dat de opdrachtgever zelf verantwoordelijk is voor zijn reactie.) Stel dat uit het onderzoek komt dat een bepaalde maatregel niet effectief is; dan is dat wellicht een onwelkome boodschap. Toch ‘staan’ de onderzoekers voor deze conclusie. De opdrachtgever kan dan de neiging hebben de methode ter discussie te stellen. Of hij kan het onderzoek naar de prullenbak verwijzen. Of, minder vervelend, om aanpassing vragen. Over het algemeen is aan te bevelen daarop in te gaan en gevoelige passages te ‘verzachten’, zonder de waarheid geweld aan te doen. Er kan ook een verschil zijn tussen de waardering van de opdrachtgever voor het onderzoek en de beoordeling door de opleiding. Dit heeft te maken met het in het begin opgemerkte verschil in perspectief: bruikbaarheid versus theoretische en methodologische fundering en verantwoording. Dit verschil behoeft niet op de spits te worden

gedreven maar het is wel reëel. De opdrachtgever kan het onderzoek heel bruikbaar vinden, terwijl het volgens de opleiding onvoldoende is. In zekere zin kan een opdrachtgever ook 'te' tevreden zijn: dan is het onderzoek waarschijnlijk een invuloefening geweest. Goed onderzoek echter prikkelt een opdrachtgever en kan zelfs deels onwelgevallig zijn omdat de onderzoekers een nieuw, onverwacht perspectief hebben ingebracht dat de opdrachtgever van zijn zekerheden 'berooft'.

Het laatste hier genoemde onderdeel is de presentatie van het onderzoek. Vaak vindt die meerdere malen plaats: voor de opdrachtgever en bij het afstuderen, als onderdeel van het examen. De 'grote' tip is dan de presentatie geen samenvatting van het onderzoek te laten worden, want als het goed is heeft iedereen minimaal de schriftelijke samenvatting al gelezen. De kunst is iets sprankelends neer te zetten dat op een voor het publiek toegankelijke wijze de kern van het onderzoek en de resultaten duidelijk maakt. Een prima voorbeeld wat dat betreft waren twee studenten die als 'typetjes' twee verschillende cliënten van een zorginstelling opvoerden waardoor heel levendig de sores van deze mensen navoelbaar werden gemaakt. Overigens kan de presentatie voor de opdrachtgever verschillen van die voor de opleiding: bij de eerste zal meer de nadruk liggen op de praktische en bruikbare resultaten, bij de opleiding zal het accent meer liggen op de theorie en de gekozen onderzoeksmethodes en het verbreden van het perspectief in de conclusies. Een goede presentatie houdt rekening met de toehoorders, zet aan tot het stellen van goede vragen en kan daarmee een aanzet geven tot een eventueel vervolgonderzoek. Immers: 'More research needs to be done ...', ook in het masteronderzoek.

Literatuur

Berding, J., & Witte, T. (red.) (2011). *Opgroeien in Rotterdam. Tegendraads onderzoek in een grote stad*. Antwerpen/Apeldoorn: Garant.

Witte, T., & Berding, J. (2011). *'Masterlijk' onderzoek: hoe doe je dat? Ervaringen en aanwijzingen. Met didactische aanwijzingen voor onderzoeksbegeleiders*. Rotterdam: Hogeschool Rotterdam/masteropleiding Pedagogiek/Kenniscentrum Talentontwikkeling (interne publicatie).