

Boekbesprekingen

Aspers, P. (2011), **Markets**. Cambridge: Polity Press, 202 p.

Patrik Aspers' boek *Markets* is bedoeld als een kritische en diepgaande introductie van het fenomeen 'markt', gezien vanuit sociologisch oogpunt. De hoofdreden voor deze onderneming is dat er tot nu toe geen overzichtelijke sociologische analyse van markten is geweest. Aspers probeert ook vooral tegenwicht te geven aan het gebrekkige begrip van markten in de economische wetenschappen. 'De' markt bestaat niet, het is beter om te spreken over 'markten'. In het boek probeert Aspers aan te tonen wat markten zijn, hoe ze ontstaan en wat voor verschillende markten er bestaan. Hierbij steunt hij op zowel klassieke sociologie van Weber, Marx en Simmel alsook op nieuwere economische sociologie van Swedberg, Granovetter en vooral ook Harrison White.

Hoofdstukken 1 en 2 behandelen de basis van het boek. Aspers geeft als definitie van een markt "een markt is een sociale structuur voor de uitwisseling van rechten, waarin aanbiedingen geëvalueerd en geprijsd worden, en met elkaar concurreren". De markt als structuur geeft rekenschap aan het feit dat markten een tijdsdimensie hebben. Uit de definitie volgt dat er een verkoper en een koper moeten zijn, en dat er een vrijwillige en vreedzame uitwisseling moet zijn van (eigendoms)rechten. Aangezien er sprake is van evaluatie én competitie, moeten er ten minste drie actoren zijn, ofwel twee kopers en één verkoper, ofwel één verkoper en twee kopers. Een belangrijk element bij deze actoren is hun 'rol' – afhankelijk van het soort markt hebben zij een vaste rol of een wisselende rol. Aspers maakt duidelijk, middels heldere voorbeelden, dat er verschil is tussen handel en markten – het essentiële verschil is competitie. Hij onderscheidt drie voorwaarden voor 'ordelijke markten' – "waar gaat de markt over?" ofwel wat wordt er verkocht; "hoe worden zaken gedaan in de markt?" ofwel de normen en instituties van de markt ('cultuur') en als laatste "hoe wordt de waarde van de aanbieding bepaald?".

Hoofdstuk 2 behandelt het achterliggende probleem van economische orde dat ten grondslag ligt aan de definitie die Aspers presenteert, en dat in deze hoofd-

stukken ook reeds het onderscheid aanbrengt tussen sociologie en de aannames van de economische wetenschappen. Hij toont aan dat economische modellen onzekerheid zien als het centrale probleem, maar dit probleem, gesteld door Knight (1921), impliceert een zekere orde, die economen nooit verder expliceren of funderen. Aspers behandelt dan verschillende vormen van coördinatie om orde te creëren: hiërarchie, netwerken en markten. Deze vormen van coördinatie zijn methodes om problemen van productie, consumptie en distributie op te lossen. Het bekendste voorbeeld van een sociologische studie van netwerken in deze zin is Granovetter (1985), die aantoont hoe netwerken ‘ingebed’ zijn in de economie en op deze manier functioneren als distributiekanaalen. Hiërarchie is in de sociologie het meest bekend door Weber, maar ook Taylorisme is een vorm van hiërarchie, bedoeld om productieproblemen (als ordeprobleem) op te lossen. Aspers maakt verder duidelijk dat deze vormen van coördinatie elkaars omgeving vormen: een bedrijf (hiërarchie) is actief in de markt en vormt een netwerk met concurrenten en leveranciers. Hier komt ook het principe van de ‘markt in een markt’ ter sprake – een autofabrikant is tegelijkertijd actief als koper in de onderdelenmarkt, als werkgever in de arbeidsmarkt en als verkoper in de consumentenmarkt.

Hoofdstuk 3 behandelt “de markt in het sociale leven”. Voor een deel is dit een historische verhandeling over het ontstaan van markten en met name ook de cultuur en instituties van markten in de historische context. Voor het algemene verhaal van markten is het tweede deel van dit hoofdstuk interessanter, het behandelt namelijk het fenomeen kapitalisme en wat daarbij hoort. Hier worden allereerst Weber en Durkheim summier behandeld. Later behandelt Aspers het ‘vermarkten’ (‘marketization’) en de ideologie van het kapitalisme, met een uiteenzetting van de verschillen tussen ‘economic man’ en ‘social man’. Dit is van belang in verband met ‘de cultuur van de markt’ uit Aspers’ voorwaarden. Aspers geeft middels een (wellicht te) bondig betoog aan dat beide concepten – respectievelijk uit de economische wetenschappen en de sociale wetenschappen – niet bijster geschikt zijn om duidelijkheid te krijgen over de positie van individuen in markten. Hij stelt daarvoor in de plaats het theoretisch kader van Harrison White gebaseerd op *Identity and Control* (2008). Dit is zeker interessant, maar gezien de complexiteit van White’s theorie had dit uitgebreider gemogen. Ook gaat Aspers misschien wat al te lichtvoetig voorbij aan het zogenaamde structure-agency probleem; het is in ieder geval niet geheel duidelijk in hoeverre White’s theorie daar een oplossing voor biedt. Over het geheel geeft dit hoofdstuk echter veel duidelijkheid over de vele zwakke plekken in het discours van markten binnen de economische wetenschappen, beginnende bij de ‘natuurlijkheid’ van markten en eindigend bij de aannames over menselijk gedrag.

Hoofdstuk 4 kan na de eerste inleidende hoofdstukken gezien worden als de kern van het boek. Hier maakt Aspers het onderscheid tussen standaardmarkten en statusmarkten, alsmede geeft hij meer substantie aan de verschillende rol-

len binnen een markt. Aspers' eigen bijdrage aan de economische sociologie is sterk gebaseerd op het werk van Harrison White, en dit hoofdstuk opent met een duidelijke uiteenzetting van diens theorie, inclusief tekortkomingen. Aspers onderscheidt, gebaseerd op verschillende bronnen, vier verschillende soorten markten. In twee daarvan hebben de deelnemers een vaste rol, met als voorbeelden de bloemenveiling en de markt voor kleding. Tussen deze twee bestaat wel het verschil dat de eerste een zgn. standaardmarkt is en de tweede een statusmarkt. De twee voorbeelden van markten waarin de rol van deelnemers continu verandert zijn de aandelenbeurs en de bazaar. Ook hier is de eerste een standaardmarkt en de tweede een statusmarkt. Het soort markt en de rol van de actoren vormen tezamen een beginpunt voor het analyseren van het ordeningsbeginsel van de markt in kwestie.

Aspers definieert een statusmarkt als een markt waarin de status van de actoren/aanbieders een belangrijker ordeningsprincipe is dan de prijs. Een goed voorbeeld is hier de markt voor auto's: een BMW, Audi of Mercedes heeft een hogere status dan een Mazda, Citroën of Hyundai. In een standaardmarkt daarentegen is de prijs wél een belangrijker ordeningsprincipe dan de status, bijvoorbeeld in het geval van de aandelenmarkt. Er wordt hier evenwel benadrukt dat dit ideaaltypen zijn – in werkelijkheid zijn beide ordeningsprincipes aanwezig maar één ervan is in de regel dominant.

Een belangrijk inzicht is het (h)erkennen van de grenzen van de markt. Deze grenzen zijn niet alleen als theoretisch concept van belang, maar ook bijvoorbeeld in de analyse van marktaandeelen en regulering van markten. Eén van de zwaktes van de economische wetenschappen is dat ze, volgens Aspers, uitgaan van een homogeen product, en dus impliciet van een standaardmarkt gebaseerd op (prijs)aanbiedingen. Dit betekent dus ook dat prijs- of productdifferentiatie impliciet marktdifferentiatie inhoudt – maar dit is niet consistent met het bestaan van concurrentiedruk tussen verschillende producten. Aan de andere kant kan een sociologische analyse van de markt veel beter dan een economische benadering statusmarkten uitleggen, dus markten waar de ordening is gebaseerd op iets anders dan prijs. Dit ligt met name aan het gebruik van analyse van (consumenten) netwerken, op deze manier kunnen de grenzen van dit soort markten beter worden vastgesteld. Ook kan economische sociologie bijdragen aan onderzoek hoe markten ontstaan, bijvoorbeeld door verandering in regulering. In het algemeen beschouwd kunnen we de grenzen van de markt pas bezien als alle voorwaarden voor een markt voldaan zijn en we weten wat voor een soort markt het is.

In hoofdstukken 5 en 6 gaat Aspers dieper in op de verschillen tussen standaard- en statusmarkten. Ook hier is het belangrijkste weer te analyseren hoe in deze markt orde ontstaat. De belangrijke voorwaarden zijn hier “wat is de aanbidding” en “hoe komt de prijs tot stand”, en hoe deze twee voorwaarden zich tot elkaar verhouden. Een standaardmarkt gaat logischerwijs uit van een standaard. Dit betekent in de meeste gevallen een bepaalde standaard voor het bepalen van de prijs. Aspers geeft voorbeelden hoe dit moeilijk kan zijn, omdat kwaliteit niet

per se gecorreleerd is aan prijs – bijvoorbeeld bij gebruikte auto's. Ook in standaardmarkten is evaluatie van de aanbiedingen nooit perfect mogelijk, aangezien producten nooit exact identiek of homogeen zijn. Een ander voorbeeld is de aandelenmarkt, waar de standaard de definitie van één aandeel is (als contract). Hier zijn de producten die verhandeld worden wel perfect homogeen.

In de rest van het hoofdstuk gaat Aspers nog in op de arbeidsmarkt, die volgens hem toch een soort standaardmarkt is, al moet er meer onderzoek naar gedaan worden. Een interessant voorbeeld is verder het monopolie: Aspers stelt dat een monopolie geen markt is omdat er geen competitie is, althans niet tussen producenten. Tussen consumenten kan er alsnog competitie zijn als het product in kwestie schaars is (in de economische zin). Volgens Aspers heeft de theorie van de monopolistische concurrentie wel veel geholpen om markten te begrijpen, en met name Harrison White heeft hier dankbaar gebruikt van gemaakt.

In hoofdstuk 6 gaat het over statusmarkten, en het is tevens een exposé van de belangrijkste punten van Harrison White's theorie van de markt. White bekritiseert de neoklassieke interpretatie van de markt, omdat deze ten minste twee dingen over het hoofd ziet: hoe producenten markten veroveren en behouden, en dat het aantal producenten in een markt in de regel niet meer dan 'ongeveer een dozijn' is. Een belangrijk inzicht van White is de oriëntatie van producenten hetzij naar leveranciers, hetzij naar consumenten. Doordat producenten zich differentiëren ten opzichte van elkaar ontstaat volgens White de markt, en producenten proberen hun identiteit te beheersen en controleren, dit kan echter alleen in relatie tot hun concurrenten en de rest van hun omgeving. Consumenten op hun beurt reageren op de acties van producenten door het kunnen vergelijken van de kwaliteit van de producten, en daardoor is het mogelijk te weten 'waar de markt over gaat.'

Voortbordurend op White's werk introduceert Neil Fligstein elementen van Bourdieu, waardoor het mogelijk wordt de relatie tussen staat en markt te onderzoeken, en zijn grote bijdrage gaat over het ontstaan van markten (al dan niet met behulp van de staat).

Dit hoofdstuk gaat over statusmarkten, en hier is ook een ander aspect van White's theorie van belang, te weten hoe producten bijdragen aan de identiteit van consumenten. Ook Aspers' eigen werk op het gebied van mode en modefotografie alsmede het werk van Bourdieu en Olav Velthuis zijn van belang voor het onderzoek hoe de manier van evaluatie tot stand komt. Omdat Aspers al aangegeven heeft dat evaluatie in statusmarkten niet door prijs, maar door inbedding in de sociale context ontstaat, is het verder nog nuttig om te verwijzen naar consumentenonderzoek zoals bijvoorbeeld Bourdieu's *Distinction*, het gaat in een statusmarkt volgens Aspers niet om een homogene groep consumenten, maar om actoren die duidelijk van elkaar gescheiden moeten kunnen worden.

Hoofdstuk 7 gaat over het maken en beheersen van markten. Centraal staat onder meer het begrip 'performativity', zoals bekend gemaakt door Michel

Callon. Dit begrip houdt in dat economische theorie het script is voor de werking van markten, en dat 'echte' markten ontstaan door dit script te volgen. Anders dan de eerdere hoofdstukken volgt dit hoofdstuk ten dele economische theorieën. Er zijn hier dan twee primaire ideeën hoe markten ontstaan: wederzijdse aanpassing (of spontane orde) en georganiseerde marktcreatie. Spontane orde heeft een lange traditie in de economische wetenschappen, beginnende bij Adam Smith, maar via Hayek en evolutionaire economie heeft dit idee meer substantie gekregen, al gaan deze theorieën volgens Aspers nog steeds van foute premissen uit. Ook Harrison White presenteert in wezen een model van wederzijdse aanpassing maar uiteindelijk voegt het volgens Aspers niet wezenlijk toe aan het begrip van markten. Hij vervolgt met een schematische uiteenzetting van het ontstaan van markten, waarin oriëntatie, contractie en cohesie de drie fases zijn. Deze drie fases worden uitgelegd met behulp van het theoretisch kader uit het boek, en met nadrukkelijke verwijzing naar de mens als sociaal en communicerend wezen, van waaruit alle interactie ontstaat. In het deel waar het 'georganiseerde ontstaan van de markt' behandeld wordt, komen Fligstein en vooral Simmel aan bod, omdat deze bijvoorbeeld duidelijk maken dat instituties van markten in de regel geïmporteerd worden uit andere markten.

Hoewel het een begrip is dat centraal staat in het hoofdstuk, wordt 'performativity' eigenlijk maar summier ter sprake gebracht. Het idee van dit begrip is dat markten naar de theorie gemaakt worden, en niet andersom. Volgens Callon moet dus de economische professe onderzocht worden, omdat de theorieën van markten uit deze hoek komen. Dit wil dus zeggen dat de economische wetenschap eerder een activistische dan een analytische of observerende rol heeft en dat de rol van economen bij het functioneren en ontstaan van markten meegenomen moet worden in het onderzoek. Aspers merkt echter op dat er heel weinig van dit soort markten zijn, omdat de meeste markten producentenmarkten zijn (in de zin van White) of gemodelleerd zijn op andere markten.

Een kritische noot bij dit hoofdstuk is wel op zijn plaats, aangezien Aspers wel heel summier de verandering van/in markten behandelt. Hij stelt dat identiteit als een manier van reflexiviteit een geschikt concept is voor het analyseren van de positionering van actoren en hun interpretaties (zoals in de fase van oriëntatie) maar dit wordt verder niet uitgewerkt, hoewel dit een zodanig duidelijke theoretische stellingname is dat het terdege een verdere uitleg behoeft.

Het laatste hoofdstuk is interessant als samenvatting en onderzoeksprogramma; Aspers vat samen welke inzichten economische sociologie heeft opgeleverd en hoe deze in samenhang met zijn eigen theoretisch kader een soort analyse-schema opleveren voor het onderzoek van markten. Belangrijker dan deze praktische handreiking is echter 'hetgeen nog te doen valt'. Het hoofdpunt, volgens Aspers, is ontwikkeling van theorieën (en het testen hiervan). Daarnaast noemt hij zeven belangrijke punten van verdere studie, waaronder de arbeidsmarkt en de studie naar geld in relatie tot markten.

Dit boek is zonder meer een degelijke introductie van zowel economische sociologie als het onderzoek naar markten. Het is een vruchtbare synthese van allerlei stromingen uit de (economische) sociologie en als zodanig een belangrijk nieuw begin. Met name de praktische oriëntatie en de vele voorbeelden maken veel duidelijk, en inspireren tot een andere kijk op markten. Er zijn desondanks een aantal kritische punten te noemen, die wellicht deels te wijten zijn aan het bondige karakter van het boek.

Ten eerste gaat Aspers wel heel erg makkelijk over het 'structure-agent' probleem heen. Dit is een welhaast eeuwig theoretisch probleem in de sociologie en het is lang niet duidelijk dat de theorie van Harrison White over identiteiten en sociale relaties hier een afdoende antwoord op is, te meer deze zo summier gepresenteerd wordt.

Ten tweede is het idee van Granovetter over 'ingebedheid' weliswaar zeer zinnig, het levert ook problemen op die door Aspers niet voldoende genoemd of bekritiseerd worden. In het boek wordt beargumenteerd dat markten vaak in andere markten ingebed zijn, wat erg aannemelijk is. Maar er wordt niet heel duidelijk gemaakt wat de implicatie van de interactie tussen verschillende markten is. Aspers meldt in verband met de 'performativiteit'-these dat veel markten de structuur van andere markten overnemen, maar ook hier wordt niet echt duidelijk gemaakt hoe diverse markten op elkaar inwerken, bijvoorbeeld door prijs- of productiestructuren.

Een derde probleem, wat Aspers in het laatste hoofdstuk erkent, is de theorie en rol van geld. Het is niet duidelijk welke rol geld speelt, zelfs al is het een bepaalde standaard. Hier doel ik met name ook op de rol van financiële markten en het bestaan van fenomenen als de 'liquidity trap' waarin standaard monetair beleid niet werkt. Over deze markten, waar we het over geldhoeveelheden, rente en inflatie hebben, heeft Aspers weinig te zeggen en (Keynesiaanse) economische analyse lijkt hele degelijke antwoorden te hebben. Dit roept de vraag op of de rol van actoren altijd even belangrijk is als Aspers doet voorkomen – hoewel er in een geldmarkt handelaren zijn, zijn deze wellicht niet relevant voor de analyse van de betreffende markt. Deze kritiek geldt niet alleen voor dit betreffende boek, maar ook voor andere auteurs. Fligstein (2001) daarentegen gaat er vanuit dat prijs tot stand komt door vraag en aanbod. Maar ook hij, noch Harrison White, pogen op een sociologische manier uit te leggen wat inflatie is of hoe het tot stand komt. Misschien zijn er dus grenzen aan de markt voor economisch sociologisch onderzoek.

Binnen de subdiscipline economische sociologie is er geen meer heldere introductie van 'de markt' te vinden dan het boek van Aspers. Lovenswaardig is ook dat Aspers dit werk ziet als een beginpunt van een nieuwe sociologie van de markt, wat ook blijkt uit hetgeen er volgens hem nog moet worden onderzocht. Gerelateerd aan deze vervolgonderzoekingen is ook enige kritiek: Aspers' uiteenzetting is duidelijk en overtuigend, maar zonder enerzijds een diepgaandere en kritische beschouwing van de rol van geld aan de ene kant en de praktische con-

sequenties van ‘ingebedheid’ van markten in andere markten blijft dit conceptueel kader voorlopig nog beperkt van invloed op het onderzoeken en analyseren van fenomenen op macro-niveau zoals inflatie en rente. Dit is overigens niet alleen te wijten aan Aspers, die deze gebreken gedeeltelijk zelf aanvoert – ook Fligstein (2001) en Swedberg (2005) praten niet of zeer indirect over deze zaken. Voor het analyseren van specifieke markten, zoals Aspers heeft gedaan met de kledingindustrie (Aspers 2006) of Gereffi (2005) met de auto-industrie is zijn conceptuele kader daarentegen zeer geschikt. Ik raad het werk ten eerste aan voor een ieder die zich bezig houdt met economische sociologie of markten. Ook als korte introductie tot het werk van Harrison White is het wel geschikt.

Paul Jonker-Hoffrén

Department of Social Research, Sociology University of Turku, Finland

BIBLIOGRAFIE

- Aspers, P. (2006), *Markets in Vogue, A Phenomenological Approach*. London: Routledge.
- Fligstein, N. (2001), *The Architecture of Markets, An Economic Sociology for the Twenty-First Century Capitalist Societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Gereffi, G., Humphrey, J. en Sturgeon, T. (2005), The Governance of Global Value Chains, *Review of International Political Economy* 12(1), 78-104.
- Granovetter, M. (1985), Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology* 91(3), 481-510.
- Knight, F. (1921), *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Swedberg, R. (2003), *Principles of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press.
- White, H. (2002), *Markets form Networks, Socioeconomic Models of Production*. Princeton: Princeton University Press.
- White, H. (2008), *Identity and Control, How Social Formations Emerge*, 2nd edn. Princeton: Princeton University Press.

Mortelmans, D. (2007), **Handboek Kwalitatieve Onderzoeksmethoden**. Leuven: Acco.

Als docent kwalitatief onderzoek aan de Universiteit Gent, verbonden aan de Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen, kan ik vanuit een bevoorrechte positie het *Handboek Kwalitatieve Onderzoeksmethoden* (vanaf nu: ‘het/dit handboek’) evalueren. Ten eerste wordt er van mij immers verwacht dat ik, door mijn onderzoekslapbaan, een zekere ‘kennis ter zake’ heb opgebouwd en daardoor meer in staat ben om dit handboek te evalueren dan onderzoekers die minder ge-

bruik hebben gemaakt of maken van kwalitatieve methoden. Ten tweede gebruik ik dit handboek al ruim twee jaar bij het doceren van kwalitatief onderzoek aan bachelorstudenten uit de Communicatiewetenschappen, Politieke Wetenschappen en Sociologie, wat mij toelaat te reflecteren over de ervaren sterkten en zwakten van dit handboek als cursus voor studenten sociale wetenschappen.

Over het algemeen is dit naar mijn mening een heel goed handboek, dat ik graag warm aanbeveel aan lesgevers en studenten in het hoger onderwijs en/of meer algemeen mensen die een grondige inleiding willen in het opstellen en uitvoeren van kwalitatief onderzoek. Het boek heeft een logische structuur, is heel vlot geschreven (zonder in te boeten aan wetenschappelijke accuraatheid en diepte) en gericht op de praktijk van kwalitatief onderzoek (of hoe je kwalitatief onderzoek uitvoert), wat bijzonder nuttig is voor studenten die zelf een kwalitatief onderzoek willen opzetten en uitvoeren. Doorlopend worden meer abstracte stellingen geïllustreerd met sprekende voorbeelden en de auteur heeft oog voor alle verschillende aspecten van het kwalitatieve onderzoeksproces, van het nadenken over het centrale doel van het onderzoek, tot het uitschrijven van output op basis van kwalitatief onderzoek.

Het boek is als volgt opgebouwd: eerst is er een inleidend hoofdstuk waarin de betekenis van kwalitatief onderzoek wordt beschreven, gevolgd door een korte schets van de geschiedenis van kwalitatief onderzoek in de sociale wetenschappen. Een derde hoofdstuk staat stil bij drie verschillende, dominante wetenschapsfilosofische uitgangspunten die courant worden gehanteerd in en vorm geven aan verschillende soorten kwalitatief onderzoek (postpositivisme, constructivistische en kritische theorie). Hoofdstukken vier, vijf en zes richten zich op drie centrale vragen die elke onderzoeker moet beantwoorden alvorens data te beginnen verzamelen: 1) hoe formuleer ik een onderzoeksdoel in kwalitatief onderzoek en meer specifieke kwalitatieve onderzoeksvragen?; 2) hoe zet ik een goed kwalitatief onderzoek op (met speciale aandacht voor het trekken van een kwalitatieve steekproef)?; en 3) wat voor kwalitatieve databronnen wil ik verzamelen en analyseren? De volgende drie hoofdstukken focussen vervolgens op de drie meest courante vormen van dataverzameling in kwalitatief onderzoek: observeren (hoofdstuk 8), het afnemen van een kwalitatief face-to-face interview (hoofdstuk 7) en focusgroepen (hoofdstuk 9). Vervolgens richt hoofdstuk 10 zich volledig op de analyse van kwalitatieve data volgens een Grounded Theory benadering. Ten slotte gaat de auteur in de laatste twee hoofdstukken dieper in op de evaluatie van kwalitatief onderzoek (en wat voor criteria we daarvoor kunnen gebruiken) en het rapporteren van kwalitatief onderzoek in de sociale wetenschappen.

Als ik de auteur suggesties zou meegeven voor eventuele aanpassingen aan toekomstige, herwerkte uitgaven van dit handboek, zou ik het volgende willen opmerken:

Het **onderhandelen van toegang tot cases** (organisaties, groepen, individuen, documenten...) kan volgens mij meer aandacht krijgen en best worden besproken in het stuk over het 'opzetten van kwalitatief onderzoek' en niet enkel als een issue dat opduikt bij observatieonderzoek (zie: pp. 291-292). Alhoewel dit niet louter een probleem is voor kwalitatieve onderzoekers, is het een essentieel aspect van het kwalitatieve onderzoeksproces dat vaak wordt onderschat door onderzoekers, waardoor ze vaak in de problemen geraken. Het is ook vaak een meer prominent probleem voor kwalitatieve onderzoekers aangezien zij, meer dan kwantitatieve onderzoekers, toegang meer continu moeten onderhandelen.

Verbonden aan de problematiek rond 'access' is de vraag welke **ethische regels** centraal staan in het uitvoeren van kwalitatief onderzoek en moeten/kunnen worden nageleefd door de onderzoeker. Ook dit deel kan volgens mij meer uitgebreid worden besproken (zie: pp. 443-449) en worden gerelateerd aan het onderhandelen van toegang en het opzetten van kwalitatief onderzoek meer algemeen. In mijn les, bijvoorbeeld, geef ik studenten een fictieve brief gericht aan een groep of organisatie, met de bedoeling toegang te onderhandelen tot die groep of organisatie en meteen ook aandacht te geven aan een aantal ethische issues. Studenten worden vervolgens gevraagd om de brief te evalueren naar a) de strategieën die worden gebruikt om toegang te onderhandelen en b) de ethische issues die wel/niet aan bod komen. Op die manier zien studenten dat het onderhandelen van toegang en ethische issues met elkaar verbonden zijn en dat de onderzoeker van meet af aan bewust moet zijn van de ethische implicaties, dilemma's en keuzes die moeten worden gemaakt in het kwalitatief onderzoeksproces.

Het hoofdstuk '**kwalitatieve databronnen**' oogt wat verloren, aangezien verschillende aspecten daaruit al eerder werden en verder in het boek worden aangehaald. Ik vraag mij af of dit hoofdstuk niet geïntegreerd kan worden in het deel 'opzetten van kwalitatief onderzoek'. Het inleidend hoofdstuk over het opzetten van kwalitatief onderzoek kan dan bestaan uit vier gerelateerde topics: steekproeftrekking, toegang, ethische issues en keuze van dataverzamelingstechnieken en verzamelde databronnen.

Met betrekking tot de **wetenschapsfilosofische uitgangspunten** geeft de auteur heel mooi de essentiële verschillen en gelijkenissen weer tussen drie strekkingen die courant worden toegepast in kwalitatief onderzoek. Mijn ervaring als lesgever leert mij echter dat deze meer abstracte materie niet altijd even makkelijk wordt verteerd door studenten. Alhoewel de auteur doorlopend toepassingen van verschillende paradigma's illustreert met verschillende mooie voorbeelden, lijkt het mij pedagogisch misschien beter om de vraag te stellen hoe één bepaalde onderzoeksvraag zou kunnen worden onderzocht door kwalitatieve onderzoekers die vertrekken vanuit verschillende filosofische standpunten. Wat voor soort specifieke onderzoeksvragen zou een postpositivist, een constructivist en een kritische onderzoeker toepassen in onderzoek naar 'racisme in de klas'?

Verder denk ik dat de (vaak impliciete) implicaties van dergelijke wetenschapsfilosofische keuzes voor het kwalitatieve onderzoeksproces doorlopend veel meer aandacht verdienen. Zo kan de auteur de vraag stellen hoe de keuze voor een bepaald paradigma een invloed uitoefent op alle centrale aspecten van het kwalitatieve onderzoeksproces, zoals de keuze van de onderzoeksdoelen en vragen, kwalitatieve databronnen, steekproeftrekking, kwalitatieve data-analyse, rapporteren van kwalitatief onderzoek en evaluatie van kwalitatief onderzoek. De verschillende filosofische standpunten en hun implicaties voor de keuze van specifieke onderzoeksdoelen, onderzoeksvragen, dataverzamelingstechnieken en steekproeftrekking kunnen dan eventueel worden besproken na het hoofdstuk over 'opzetten van kwalitatief onderzoek'. Na het bespreken van verschillende vormen van data-analyse in kwalitatief onderzoek zou de auteur opnieuw kunnen stilstaan bij die verschillende filosofische overtuigingen en zich afvragen hoe bepaalde paradigma's vaak gerelateerd zijn aan bepaalde vormen van kwalitatieve data-analyse (zoals bijvoorbeeld Grounded Theory versus Discours Analyse). Hetzelfde geldt voor de hoofdstukken over 'Rapporteren van kwalitatief onderzoek' en het 'Evalueren van kwalitatief onderzoek', waar de auteur opnieuw kan terugblikken op de manier waarop rapporteren en de evaluatie van kwalitatief onderzoek vaak afhangen van de (vaak impliciete) filosofische veronderstellingen die kwalitatieve onderzoekers maken.

Het feit dat die assumpties zo sterk het kwalitatieve onderzoeksproces richting geven, en ook aan de basis liggen van belangrijke discussies tussen onderzoekers over kwalitatief onderzoek lijkt mij een goede motivatie om doorlopend meer aandacht te geven aan de implicaties van de verschillende wetenschapsfilosofische overtuigingen.

In het deel over de **analyse van kwalitatieve data** gaat de auteur heel gedetailleerd in op de manier waarop studenten via Grounded Theory data kunnen analyseren. De stapsgewijze uiteenzetting en het gebruik van vele, sprekende en heel nuttige voorbeelden verdienen lof en vormen, mijns inziens, een heel goede basis voor mensen die via Grounded Theory kwalitatieve data willen analyseren. Het is dit hoofdstuk in het bijzonder, samen met de voorgaande hoofdstukken over het afnemen van interviews, focusgroepen en observaties (vooral de delen over het stellen van goede vragen in interviews en focusgroepen) die volgens mij het sterkst zijn uitgewerkt.

Maar de keuze om enkel te focussen op Grounded Theory – en daaraan verbonden, een meer postpositivistische visie van kwalitatief onderzoek – is meteen ook een van de meest in het oog springende beperkingen van dit boek, aangezien andere technieken, zoals Narratieve Analyse, (Kritische) Discours Analyse en Conversatieanalyse niet worden behandeld. Vooral de afwezigheid van een hoofdstuk over (Kritische) Discours Analyse kan als een gebrek worden ervaren, aangezien het een courante vorm van data-analyse is in de sociale wetenschappen (vooral in de communicatiewetenschappen), die wat betreft de onderliggende epistemologisch uitgangspunten danig verschilt van Grounded Theory, en

als dusdanig een belangrijke aanvulling vormt op een Grounded Theory benadering.

Ten slotte zou de auteur het handboek ook kunnen versterken door gebruik te maken van **concrete audiovisuele voorbeelden**. De lezer zou, bijvoorbeeld, via weblinks toegang kunnen krijgen tot verschillende voorbeelden van 'goede' en 'minder goede' kwalitatieve interviews en focusgroepen die zijn opgenomen door middel van audiovisuele opnameapparatuur (eventueel in scene gezet door de auteur en enkele van zijn medewerkers). Aan de hand van dergelijke voorbeelden kan de auteur een aantal sterke en zwakke interviews illustreren en als oefening verschillende interviews aanbieden waarbij de lezer en/of onderzoeker wordt gevraagd om zelf de sterke en zwakke aspecten van het interview (stellen van vragen, organisatie van interviewruimte, steekproeftrekking, interviewtechnische issues...) te onderzoeken en te evalueren.

Hoewel ik in deze boekbespreking verschillende suggesties heb meegegeven ter verbetering van dit handboek, ben ik ervan overtuigd dat het in zijn huidige vorm een heel goede handleiding is in het uitvoeren van kwalitatief onderzoek, vooral voor mensen die meer geïnteresseerd zijn in een postpositivistische (Grounded Theory) benadering van kwalitatief onderzoek. Verder ben ik er mij uiteraard van bewust dat de meeste suggesties een verdere uitbreiding van dit handboek inhouden, wat misschien niet opportuun is aangezien het boek nu al meer dan 500 pagina's telt. Maar volgens mij moet het mogelijk zijn om het boek doorlopend in te korten door bepaalde delen met elkaar te integreren en minder en/of kortere voorbeelden te geven, en het boek ietwat uit te breiden in lijn met de hier besproken opmerkingen. Dergelijke aanpassingen kunnen volgens mij dit boek, dat nu al terecht een standaardwerk is in kwalitatief onderzoek, doen uitgroeien tot een ware klassieker binnen dit domein in de Nederlandse taal.

Peter A. J. Stevens

Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen, CuDOS, UGent