

Positive vibe

In mijn vorige column had ik het over het belang van de omgeving. Onderzoek volgens de gouden standaard is één ding, onderzoek dat past in de context van de opdrachtgever is de uitdaging.

Deze keer bekijk ik van nog meer afstand waar we nu staan. Wat zien we? Het zijn geen saaie tijden waar we ons in bevinden. Opgekropte woede – denk aan de gele hesjes -, schurende normen en waarden over wat kan en mag, en wie we in ons land willen hebben en wie niet. Er is ook een positieve vibe te zien. Vele coöperatieve verenigingen, burgerinitiatieven, start-ups en niet onbelangrijk: jongeren die zich ineens laten horen. Er is heel veel in beweging. Het is alleen lastig nu al te zien waar al die energie naartoe gaat. Op dit moment lijkt het vormloos.

Eén ding is zeker. De samenleving is aan het veranderen en aan het bewegen. De contouren van de richting waar het naartoe gaat, zijn al waar te nemen. De tijd dat we vooral bezig waren met ‘werken aan onszelf’ – op een heel mindful manier -, lijkt over zijn hoogtepunt heen te zijn.

We zien een verandering die meer wijst naar samen leven en – om een ouderwets woord te gebruiken – naar omzien naar de ander. Mensen willen nu ‘het verschil’ maken. Deels komt dat omdat we door de digitalisering meer moeite moeten doen voor offline contact, maar tegelijkertijd zie je bij veel mensen een oprechte wens om impact te maken. Om iets bij te dragen aan de maatschappij in plaats van dat je je op jezelf richt. Ook in de jaarlijkse trendrede staat de behoefte aan impact maken centraal. Het kunnen relatief kleine en lokale dingen zijn, zoals het organiseren van buurt-AED of een

kopje koffie drinken en boodschappen doen voor de bejaarde buurvrouw. Ook in het groot zien we initiatieven met impact: een landelijk netwerk van Repair Cafés, Johnny de Mol die vluchtelingen helpt in Griekenland, de Plastic Soup Foundation, om er maar een paar te noemen.

Dan komt de vraag: hoe kunnen wij als onderzoekers impact maken, op welke wijze kunnen we een bijdrage leveren aan de maatschappij of aan individuen? Als kwalitatief onderzoekers kunnen we dat nu direct al doen door eens met een andere blik naar de respondent te kijken. Hem of haar niet alleen zien als respondent, maar ook als mens. Na het interview zorgen we dat de respondent zo snel mogelijk vertrekt. Sommige respondenten hebben echter behoefte aan aandacht, een praatje, een beetje tijd. Als we nu beginnen met respondenten een klein beetje aandacht te geven na afloop, dan maken we direct al impact.

Grotere stappen kunnen we als onderzoekers zetten door onze opdrachtgevers mee te nemen in het verhaal van deze tijd. Het verhaal dat het niet alleen gaat om het maken van winst maar het toevoegen van waarde. Belangrijk voor ons als onderzoekers is dus om goed te kijken naar de wereld om je heen. <<



LIDWIEN VAN DE VEN IS MARKTONDERZOEKCONSULTANT HEALTHCARE

ONLANGS VERSCHIEEN AVATAR DOKTERS! RADICALE VERANDERINGEN IN DE ZORG TOT HET JAAR 2050, UITGEGEVEN DOOR ELICIT. DAARIN WERKEN PANACEA HEALTHCARE, BUREAU NIJMAN EN VAN HAASTER EN BUREAU LIDWIEN VAN DE VEN SAMEN AAN HET INZICHTELIJK MAKEN VAN DE VERANDERINGEN IN DE GEZONDHEIDZORG. MEER INFORMATIE OP WWW.ELICITTHEFUTURE.NL



Meer samenwerken, zoals in het Repair Café.