

PsykB

Temaer til psykologi på B-niveau

© Forfatteren og Frydenlund

1. udgave, 1. oplag, 2023

ISBN: 978-87-7216-535-6

ISBN (i-bog): 978-87-7216-536-3

Fagredaktion: Flemming B. Olsen

Forlagsredaktion: Ida Bjerring Winkler

Korrektur: Cecilie Birch Okkels

Grafisk tilrettelæggelse: Morten Thunø Hansen

Omslag: Cecilie Morgenstjerne Lindholdt

Grafisk produktion: Pozkal, Polen

s. 26 public domain, s. 34 Salvador Dalí 'Dream Caused by the Flight of a Bee around a Pomegranate a Second before Waking', 1944, Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Madrid, s. 36 Jiri Rezac, 2006, s. 52 public domain, s. 65 stillbillede fra 'Still Face Experiment: Dr. Edward Tronick', 2007, s. 84 public domain, s. 86 public domain, s. 127 © Brooke Palmer/Warner Bros. Entertainment Inc., 2016, s. 133 Morten Vassing Sr., Ritzau Scanpix, s. 134 BigFootball, IGB/Twitter, s. 139 public domain, s. 170 public domain, s. 199 Lars Krabbe, Jyllands-Posten/Ritzau Scanpix, s. 244 Miriam Dalsgaard, Politiken/Ritzau Scanpix, s. 248 public domain, s. 282 © Twentieth Century Fox, 1997, s. 311 public domain, s. 318 public domain, s. 326 Erik Pendzich, Shutterstock/Ritzau Scanpix, s. 344 Keld Navntoft, Ritzau Scanpix, s. 358 Rasmus Skaftved, Ritzau Scanpix, s. 411 public domain, s. 439 Collin Yung, Unsplash, s. 441 Elsa Tonkinwise, Unsplash, s. 460 Florian Olivo, Unsplash, s. 464 freestocks, Unsplash, s. 473 Lenny Kuhne, Unsplash, s. 474 The Creative Exchange, Unsplash, s. 476 Jordane Mathieu, Unsplash, s. 478 Joshua Earle, Unsplash, s. 480 Jeppe Wolff Ejlskov, s. 501 whereslugo, Unsplash. Resterende billeder er fra Shutterstock, Getty Images og Colourbox.

Kopiering fra denne bog eller dele deraf er kun tilladt i overensstemmelse med overenskomst mellem Undervisningsministeriet og Copydan. Enhver anden form for kopiering er uden forlagets skriftlige samtykke forbudt ifølge gældende dansk lov om ophavsret. Undtaget herfra er korte uddrag i anmeldelser.

Frydenlund

Alhambravej 6

DK-1826 Frederiksberg C

tlf.: 3393 2212

post@frydenlund.dk

frydenlund.dk

Tilmeld dig forlagets nyhedsmail på frydenlund.dk/nyhedsservice.

Kapitel 3

Sådan designer og udfører man feltarbejde

I dette kapitel vil du lære om:

- Hvordan man vælger videnskabelig metode i forhold til, hvad man gerne vil undersøge.
- Hvordan man kan finde deltagere til undersøgelsen.
- Hvilke ting man skal huske at have styr på, inden man udfører sin undersøgelse, og mens man udfører den.
- Hvordan man sørger for at overholde etiske retningslinjer for god forskning.
- Hvordan man laver en simpel databehandling af den empiri, man har indsamlet.
- Hvordan man kan opstille en rapport over ens feltarbejde.

Indledning

Det er sjovt og interessant selv at lave feltarbejde i psykologi, for det giver en et helt andet indblik i, hvordan psykologisk forskning foregår, end hvis man blot læser om andres forskning. Der er dog også rigtig mange aspekter af at lave en psykologisk undersøgelse, og det kræver, at man har et godt overblik og et skarpt blik på de fejkilder, som kan mudre ens resultater. I dette kapitel vil du blive klædt godt på til både at designe en psykologisk undersøgelse, at udføre den og at behandle de data, som undersøgelsen har beriget dig med. Vi vil gennem kapitlet bruge betegnelsen feltarbejde, men man kan selvfølgelig også udføre laboratorieeksperimenter i psykologi på B-niveau. I temakapitlerne i resten af bogen vil der blive givet forslag til konkrete feltarbejder, man kan lave i relation til de givne temaer.

Det kan ofte være tilfældet, at det ligger fast, hvilken videnskabelig metode man skal bruge, men i det følgende vil vi tage udgangspunkt i, at man selv vælger en metode, som passer til det fokus, ens undersøgelse har. Vi vil også tage udgangspunkt i, at feltarbejdet bliver designet og udført som et gruppearbejde – det kræver ofte flere hænder, øjne og hjerner at få lavet en god undersøgelse.

Valg af undersøgelsesmetode

Det er ikke ligegyldigt, hvilken metode man vælger i sin undersøgelse, for de forskellige metoder, som blev præsenteret i kapitel 2, bruges med forskellige *formål*. Det vil sige, at de forskellige metoder bruges til at give bestemte typer af svar på det, man gerne vil blive klogere på om verden. I nedenstående skema er det illustreret, hvilke svartyper metoderne hver især kan give.

Metode	Typer af svar	Konkret eksempel på svar
Observation	i) Kvantitative data om personers eller grupper ydre adfærd ii) Kvalitative data om personers eller grupper ydre adfærd iii) Korrelationer mellem to ydre fænomener	i) Manden tager i 80 % af tilfældene initiativ til at kontakte kvinden i natklub-arenaen. ii) De observerede mænd tillægger sig generelt et åbent og selvsikkert kropssprog, når de nærmer sig en kvinde på dansegulvet. iii) Der udbryder oftere slagsmål under musik, som har et hurtigt tempo og en tung basgang.
Eksperiment	i) Kausale forklaringer (etablering af årsag-virkningsforhold)	i) Placerer man mere end fem tilskuere i lokalet, mens en person skal udføre en fysisk øvelse, så øges personens performance med 20 % (dvs. personen når at udføre øvelsen 120 % på den afsatte tid ift. i kontrolsituationen, hvor vedkommende er alene).
Spørgeskema	i) Kvantitative data om (store grupper af) personers indre verden (holdninger, tanker, følelser m.v.) ii) Kvalitative data om (store grupper af) personers indre verden (holdninger, tanker, følelser m.v.) iii) Korrelationer mellem to indre fænomener eller et ydre og et indre	i) 51 % af respondenterne har den opfattelse, at de får en dårlig standpunktskarakter, hvis de siger noget forkert i timerne. ii) Respondenterne bruger følgende ord til at beskrive deres venskaber i gymnasiet: støtte, forståelse, fester, sammenhold, inspiration. iii) Respondenterne giver udtryk for, at eksamensperioden er den mest stressende periode på året.
Interview	i) Kvalitative data om (få) personers livsverden (holdninger, tanker, følelser, livsopfattelse m.v.)	i) Informanten A fortalte, hvordan succesoplevelsen fra psykologieksamen i 2. g blev en oplevelse, som hun bar med sig fremover, og som styrkede hendes følelse af at være god til skolen.
Analyse og fortolkning - Bemærk, at denne metode ofte bruges til at efter- eller viderebe- arbejde data indsamlet gennem de andre metoder.	i) Fortolkninger af mening og betydning ii) Fortolkninger af intentioner bag folks handlinger	i) Maleriet udtrykker malerens frustration over at være dømt for et mord, han ikke har begået. ii) Han dyrker base jumping som en flugt og frihed fra hele tiden at mærke det kropslige ubehag, som skyldes hans PTSD.

Skema 6. Oversigt over svartyper, som de videnskabelige metoder kan give.



OPGAVE:

Find dit fokus og din metode. Besvar følgende indledende spørgsmål:

- Hvilket overordnet emne skal vores undersøgelse handle om? (F.eks. parforhold, fordomme, stress, ekstremспорт el.lign.). Brug god tid på at finde et interessant emne, som I virkelig gerne vil lære noget om!
- Hvad er vi nærmere bestemt interesserede i at indsamle viden om? (F.eks. folks behov for nærvær i et parforhold, om en aldersgruppe i samfundet har flere fordomme end andre aldersgrupper, hvilke stressfaktorer gymnasieelever oplever, hvad man får ud af at dyrke ekstremспорт el.lign.).
- Hvordan kan man formulere det, vi vil have svar på, i et spørgsmål, dvs. en problemstilling/problemformulering?
- Hvilke teorier eller empiriske undersøgelser findes der om dette område? (Lav gerne lidt research, så I har en idé om, hvordan psykologiske forskere går til emnet.)
- Hvilken målgruppe eller hvilke målgrupper skal vi bruge som deltagere? (Vil vi fokusere på en smal målgruppe (f.eks. unge), en bredere, eller skal vi sammenligne to målgrupper?)
- Hvilken metode eller hvilke metoder egner sig bedst til den type af svar, vi søger (se boks ovenfor)? Reflektér gerne over muligheder og begrænsninger ved de forskellige metoder, som kan give jer svar. Afdækkes folks behov for nærvær i et parforhold f.eks. bedst gennem indsamling af kvantitativ eller kvalitativ empiri?

Bemærk, at metoden analyse og fortolkning ikke selv indsamler empiri (data), men kan bruges i efterbearbejdningen af data fra f.eks. observationer eller interviews.

Ting, man skal være opmærksom på, når man bruger bestemte metoder

Inden I lægger jer fast på en konkret metode til jeres undersøgelse, vil det være godt, at I tager et kig på nedenstående opmærksomhedspunkter ift. de forskellige metoder.

Vedrørende observationer

Som beskrevet i kapitel 2 under observationsmetoden udfører man typisk en observation enten skjult eller åbent, og man deltager enten i den adfærd, man observerer, eller observerer den på afstand. Ofte

kræver en optimal brug af observationsmetoden, at man kan holde sin observation skjult, så man ikke kommer til at påvirke de folk, man iagt-tager. Overvej, om det er realistisk, at I kan opretholde skjultheden, hvis det er krævet. Og kan I så stadig tage noter om det, I ser?

Hvis I vælger at deltage i den adfærd, som I observerer, skal I have drøftet, hvordan man gør det uden at komme til at præge f.eks. den observerede gruppes adfærd i en unaturlig retning. Skal man f.eks. passe på med ikke at over- eller underpræstere? I hvor høj grad må man stille spørgsmål til det, der foregår? Hvor mange observatører bør vi være?

Vær opmærksom på, at observationsmetoden i sig selv kun giver en adgang til folks ydre adfærd (handlinger, kropssprog, kommunikation, mimik m.v.). Man skal derfor være varsom med at konkludere for meget om folks bevæggrunde for at handle, som de gør – medmindre de selv siger det eksplicit. Man kan dog sagtens ved hjælp af teori efterfølgende analysere og fortolke på sine observationsdata. Husk også, at man altid vil have bestemte forforståelser (og evt. fordomme) om det, man observerer. Vær opmærksom på, at denne forudindtagelse ikke gør jer blinde for at observere situationen så neutralt som muligt.

Man kan foretage såkaldt åbne observationer, hvor man ikke har nogen plan for, hvad man nærmere bestemt vil observere i en bestemt situation. Til et feltarbejde i psykologi vil det dog give mere mening at foretage en mere lukket observation, hvor man holder fokus på nogle konkrete former for adfærd – så længe man er åben for, at der kan ske noget, som man ikke havde ventet!



Hvad kunne være interessant at observere på i en børnehaveklasse? Hvilken forforståelse har I om børns adfærd? I hvor høj grad kan man indtage en distanceret observerposition i en børnehaveklasse?

Vedrørende eksperimenter

For at lykkes med udførelsen af et eksperiment kræver det, at man har en klart formuleret hypotese, som man kan teste. En hypotese er en slags konstatering eller påstand ift. den problemstilling, man er interesseret i at undersøge. Hypotesen kan være fremsat i forlængelse af en bestemt teori, men behøver ikke at være det. Ofte vil hypotesen have en meget konkret form, fordi den hænger sammen med, hvad der faktisk er muligt at teste i enten laboratoriet eller i felten. Det vil sige, i formuleringen af hypotesen angiver man, hvilken konkret adfærd man har tænkt sig at fokusere på som udtryk for den mere overordnede tanke, der ligger i problemstillingen.

Problemstilling	Hypotese
Performer folk bedre, når de har tilskuere?	→ En person vil udføre den fysiske aktivitet X et højere antal gange i minuttet, når vedkommende udfører aktiviteten med tilskuere. (Alternativt: En person vil udføre den fysiske aktivitet X enten et højere eller lavere antal gange i minuttet, når vedkommende udfører aktiviteten med tilskuere).

Efter at have fastsat hypotesen skal man have lagt sig fast på en meget specifik *uafhængig variabel* (UV), som deltagerne skal påvirkes med, og en meget klar og målbar (dvs. operationaliseret) *afhængig variabel* (AV). I eksemplet i boksen ovenfor vil den uafhængige variabel være kombinationen af den fysiske aktivitet og tilskuerne (modsat kontrolsituationen, hvor der ikke er tilskuere), og her bliver man nødt til at have valgt en specifik fysisk aktivitet (f.eks. armbøjninger eller englehop) og fastsætte antallet af tilskuere, der skal være til stede (og hvordan de skal opføre sig). Den afhængige variabel vil så være antallet af udførelser af den fysiske aktivitet.

Hvis man skal kunne fastslå, om den uafhængige variabel faktisk har gjort en forskel (forårsaget en effekt), skal man have en kontrolgruppe, som *ikke* bliver udsat for denne variabel, eller som bliver udsat for en forholdsvis neutral påvirkning. I skal derfor tænke over, om kontrolgruppen skal udsættes for en neutral variabel, og hvordan man sikrer sig, at denne påvirkning ikke kommer til at påvirke denne deltagergruppe for meget. Hvis man f.eks. vil undersøge, om gymnasieelever scorer bedre i en test, hvis de hører techno imens i høretelefoner, skal man overveje, om kontrolgruppen skal: a) høre noget andet musik,

b) sidde med høretelefoner uden lyd i eller c) ikke have høretelefoner på – med den risiko, at de bliver generet af lyde i rummet.

I eksperimenter arbejder man enten med et såkaldt *uafhængigt design* eller *gentaget design*. Som nævnt i kapitel 2 har gentaget design den fordel, at man placerer alle deltagere i både eksperiment- og kontrolgruppen, så resultatet ikke bliver fordrejet af store forskelle mellem individers adfærd. Dette design kan dog ikke bruges i eksperimenter, hvor deltagerne ikke må vide, hvad forsøget går ud på, så her må man bruge et uafhængigt design.

Vedrørende spørgeskemaer

Når man laver en spørgeskemaundersøgelse, skal man selvfølgelig tænke utrolig meget over, hvordan man formulerer sine spørgsmål: Er de åbne nok? Er der nok svarmuligheder? Er de tvetydige? Er de præget af vores fordomme? Er der nok spørgsmål? Hvis man bruger svarmuligheder i form af en Likert-skala (f.eks. fra 'meget uenig' til 'meget enig'), skal der så være fire eller fem punkter på skalaen, dvs. så man eventuelt ikke kan vælge den lette "udvej" og sætte kryds i midten?

Det kan være en god idé at vise sine spørgsmål til andre, inden man sender dem ud i offentligheden, så man kan få andres meninger om dem. Overvej også, hvordan I bedst "sælger" jeres undersøgelse til mulige respondenter: Nogle opfatter måske spørgeskemaer som tidskrævende og kedelige, så hvordan kan I sørge for, at det ikke kun er ultrahjælpssomme folk, der kommer til at deltage i jeres undersøgelse?

Vedrørende interviews

Interviewet er en kvalitativ metode, og det er vigtigt at gøre sig klart, at formålet med kvalitative undersøgelser ofte er et andet end ved de kvantitative, hvor man er interesseret i at etablere lovmæssigheder eller at kunne generalisere sine fund til en større gruppe af mennesker. I kvalitativ forskning er man interesseret i det specifikke, det særegne, det unikke (det gælder også kvalitative observationer) – og i at give *forklaringer* på f.eks. folks bevæggrunde.

Den kvalitative undersøgelsesform er ofte meget dybdeborende, og det betyder, at man bruger lang tid med hver enkelt deltager. I et ordentligt interview bliver man nødt til at snakke med informanten i måske en halv eller en hel time (eller mere!) for virkelig at få afdækket vedkommendes livsverden. Det kræver derfor også meget af *deltageren* at være med i jeres interviewundersøgelse.

Ligesom ved spørgeskemametoden er det vigtigt at få lavet rigtig gode spørgsmål, som er åbne, og som virkelig inviterer informanten til at fortælle. En måde at stille spørgsmål på er f.eks. at opstille et scenarie, som informanten skal kommentere på: "Lad os forestille os, at vi er fem år ude i fremtiden: Hvordan ville du have det, hvis ...?" Brug god tid på at tænke over, hvordan man får folk til at åbne sig og dele ofte meget personlige ting. Man kan også bruge ret lukkede spørgsmål i interviews, hvis man har brug for at kunne sammenligne udsagn fra flere informanter om det samme emne.

Det vil ofte være mest givtigt at lave semistrukturerede interviews, så ikke alle spørgsmål er formuleret på forhånd, og man derfor kan spørge ind til interessante ting, som dukker op undervejs i interviewet. Lav en grundig interviewguide med spørgsmål og underspørgsmål, som er placeret i en logisk rækkefølge, så I er velforberedte og har foregrebet, hvad informanten kunne komme ind på.

I kvalitativ forskning anerkender man, at forskeren ikke kan opretholde en distanceret (objektiv) position ift. informanten – både fordi det ikke er muligt, og fordi det ikke er gavnligt, når man i interviewet netop søger at have en *samtale* og sammen tale sig frem til de ting, som er vigtige for informanten. At få opbygget et tillidsfuldt bånd mellem interviewer og informant – den såkaldte *rapport* – er den vigtigste forudsætning for at lave et godt interview.

Læg gerne en plan for, hvordan I vil opbygge et frugtbart samtalerum mellem jer og informanten. Hvilke *icebreakere* vil I bruge for at starte samtalen? Hvad kan man gøre, hvis man oplever, at informanten er utryk eller lukket? Hvordan udtrykker man empati? Hvordan bruger man sin krop under et interview? Hvordan kan I være til stede som *personer* (og ikke distancerede forskere) og eventuelt involvere jer selv i samtalen (uden at I tager ordet fra informanten)? Tænk også over, hvilke fordele og ulemper der er ved, at I bruger nære venner eller familiemedlemmer som informanter.

Om teknikker til at finde deltagere til en undersøgelse

I nedenstående skema er der beskrevet forskellige teknikker til at finde deltagere (eng. *sampling techniques*). I skemaet er det også angivet, hvilke fordele og ulemper der er ved de forskellige teknikker. Der er udvalgt teknikker, som det er realistisk at kunne bruge, når man udfør-

rer en empirisk undersøgelse i psykologi B, hvor man sjældent vil have adgang til store og brede populationer.

Teknik	Fordele og ulemper
Bekvemmelighedssample	Her vælger man, hvem man kan få fat i. Det vil ofte være folk, man kender (familie-medlemmer, Facebook-kontakter m.v.). Fordelen er, at det er nemt og hurtigt. Ulempen er, at man kan have svært ved at finde folk, som svarer til den målgruppe, man vil undersøge noget om – og hvis man bruger denne teknik, kommer den ofte til at diktere, hvilken målgruppe undersøgelsen har.
Sneboldssample	Her rekrutterer forskerne en håndfuld deltagere, som så skal stå for at finde flere deltagere – som en snebold, der triller sig større ned ad en bakke. Fordelen er, at man får andre til at hjælpe med at finde deltagere. Ulempen er, at man ikke har særlig meget styr på, hvem der bliver fundet, og om der er en stor nok diversitet (forskellighed) i den gruppe, man ender med.
Selvudvælgelse	Her laver man en annonce (f.eks. i en avis eller på en hjemmeside) eller udsender en besked på en skoleplatform (f.eks. Lectio eller Fronter), hvor man beder folk om at melde sig til ens undersøgelse. Dvs. det er deltagerne, der melder sig selv. Fordelen er, at det er let, og man kan nå ud til rigtig mange mennesker. Ulempen er, at det måske er bestemte typer af folk, som svarer på denne henvendelse, og ens sample kan derfor blive skævt. Det kan f.eks. være mere udadvendte folk, som melder sig.

Skema 7. Oversigt over sampling-teknikker.



OPGAVE: VÆLG SAMPLING-TEKNIK OG DELTAGERGRUPPE

Afklar, hvilken teknik I vil bruge til at finde jeres deltagere. Tal om, hvor stort jeres netværk er, og hvordan I kan trække på det. Beslut, hvor mange deltagere I skal bruge. Til interviews vil det være fint med nogle få stykker, men til eksperimenter skal man helst over 20-30 deltagere.

Den avisannonce, som Stanley Milgram satte i avisen *New Haven Register* den 18. juni 1961 for at rekruttere deltagere til sit berømte forsøg om lydighed over for autoriteter.

Public Announcement

WE WILL PAY YOU \$4.00 FOR ONE HOUR OF YOUR TIME

Persons Needed for a Study of Memory

*We will pay five hundred New Haven men to help us complete a scientific study of memory and learning. The study is being done at Yale University.
*Each person who participates will be paid \$4.00 (plus 50¢ carfare) for approximately 1 hour's time. We need you for only one hour; there are no further obligations. You may choose the time you would like to come (evenings, weekdays, or weekends).

*No special training, education, or experience is needed. We want:

Factory workers	Businessmen	Construction workers
City employees	Clerks	Salespeople
Laborers	Professional people	White-collar workers
Barbers	Telephone workers	Others

All persons must be between the ages of 20 and 50. High school and college students cannot be used.

*If you meet these qualifications, fill out the coupon below and mail it now to Professor Stanley Milgram, Department of Psychology, Yale University, New Haven. You will be notified later of the specific time and place of the study. We reserve the right to decline any application.

*You will be paid \$4.00 (plus 50¢ carfare) as soon as you arrive at the laboratory.

TO: PROF. STANLEY MILGRAM, DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY, YALE UNIVERSITY, NEW HAVEN, CONN. I want to take part in this study of memory and learning. I am between the ages of 20 and 50. I will be paid \$4.00 (plus 50¢ carfare) if I participate.

NAME (Please Print)

ADDRESS

TELEPHONE NO. Best time to call you

AGE OCCUPATION SEX

CAN YOU COME:

WEEKDAYS EVENINGS WEEKENDS

Huskeliste til forarbejdet

Her følger en huskeliste over de ting, som I skal have klar, inden I møder jeres deltagere og udfører selve undersøgelsen.

- Lav en plan for, hvad der skal ske og i hvilken rækkefølge på selve dagen for undersøgelsen. Tildel hinanden bestemte roller, så I hver især ved, hvad I skal lave: Hvem er forsøgsleder? Hvem tager sig af deltagerne og følger dem fra rum til rum? Hvem holder styr på materialerne? Hvem tager noter og skriver data ned (det gælder både ift. observationer, eksperimenter og interviews)? *Hvad skal der tages noter om? Skal der under eksperimenter f.eks. også tages noter om deltagernes adfærd, som ikke lige handler om den afhængige variabel?*
- Fremstil de materialer, som I skal bruge. Husk at printe i ordentlig kvalitet, hvis I viser deltagerne billeder el.lign. Husk også papirer til at tage noter på – det er ofte mere nærværende end at sidde med computer (specielt under interviews). *Det er vigtigt, at I også medbringer samtykkeerklæringer til deltagerne* (se figur 3 nedenfor). Forsøgslederen skal ofte også have et manuskript, som instruerer deltagerne; det er meget vigtigt, at de alle bliver instrueret på den samme måde. *Husk også, at deltagerne ikke skal have så meget at vide om undersøgelsen (hypotese m.v.), at der kan opstå en deltagereffekt* (se kapitel 2).
- Hav styr på de rekvisitter og hjælpemidler, I skal bruge i undersøgelsen (f.eks. stopur, muligheder for afspilning af musik/video el.lign.). Hvis I laver interviews, vil det være en stor hjælp ift. data-behandlingen, at I har kunnet optage interviewet (bare lyden). Her kan I bruge en diktafon-app i en smartphone – men husk at spørge informanten om lov til at optage først!
- Sørg for at finde rum, hvor undersøgelsen skal foregå, som er rolige og uforstyrrede.

Samtykkeerklæring

Jeg erklærer hermed, at jeg har givet mit samtykke til at deltage i undersøgelsen om [indsæt jeres fokus for undersøgelsen her – eller det, som deltagerne i første omgang skal vide, hvis de ikke må kende det sande formål med undersøgelsen].

Jeg er informeret om og indforstået med:

- Undersøgelsens formål.
- At jeg til enhver tid kan trække mit samtykke tilbage og dermed trække mig fra undersøgelsen – og at mine data vil blive slettet, hvis jeg benytter mig af denne ret.
- At min anonymitet bliver opretholdt, dvs. at det kun er forskerne, som kender min sande identitet.
- At jeg efter undersøgelsen kan kontakte forskerne for at høre yderligere om undersøgelsens resultater m.v.

Dato: _____

Underskrift: _____

Figur 3. Eksempel på samtykkeerklæring. Alle deltagere skal underskrive en samtykkeerklæring, inden de begynder deres deltagelse i undersøgelsen. Det gælder dog ikke skjulte observationer eller spørgeskemaer (men i spørgeskemaundersøgelser vil man på første side informere respondenter om undersøgelsens formål og vedkommendes rettigheder).

Huskeliste til selve udførelsen af undersøgelsen

Her følger en huskeliste over de ting, som I skal holde styr på, mens jeres undersøgelse bliver udført. Husk at hjælpe hinanden med at have fokus på de nedenstående ting – der kan være mange ting at holde styr på!

- a) Vær bevidst om, hvad jeres rolle i undersøgelsen kræver af jer. Bliv i den tildelte rolle, men vær klar til at hjælpe en anden i gruppen, hvis vedkommende har glemt, hvad han eller hun skal. Hvis I udfører et eksperiment, skal I være opmærksomme på, at I udfører det på præcis samme måde med hver deltager. Vær forsigtige med ikke at få præget deltagerne med en forsøgsledereffekt (se kapitel 2), fordi I måske er meget interesserede i at få bekræftet jeres hypotese.

- b) Få noteret undervejs, hvis en deltager af den ene eller anden grund ikke kan bruges i datapuljen alligevel (pga. f.eks. en abnorm adfærd eller noget uforudset).
- c) Husk at *debriefe* deltageren til sidst i undersøgelsen, dvs. fortælle vedkommende, hvad undersøgelsen i virkeligheden handlede om og jeres hypoteser (dette gælder for eksperimenter og observationer). Spørg også gerne deltagerne om, hvordan det var at deltage i undersøgelsen. Tak deltagerne for deres deltagelse i jeres undersøgelse.
- d) Husk at overholde de etiske retningslinjer for psykologisk forskning (se nedenfor).
- e) Vedrørende interviewsituationen: I kvalitativ forskning arbejder man på at forstå den person, man sidder over for. For at sikre, at ens forståelse og fortolkning af informantens ord stemmer overens med vedkommendes egen opfattelse (dvs. at der er en høj grad af troværdighed i ens fortolkning), kan det være en god idé (flere gange) undervejs i interviewet at stoppe op og dele ens forståelse med informanten. Man kan f.eks. spørge: "Når du fortæller om dette, så opfatter jeg det sådan, at det er noget, som virkelig går dig på og gør dig rigtig ked af det. Er det rigtigt forstået?" Dette "tjek" kan også gøres efter analysen af den indsamlede interviewempiri, hvor man så viser informanten ens fortolkning af det, som han eller hun har fortalt, så vedkommende kan kommentere på det.

Etiske retningslinjer for god psykologisk forskning

Når man udfører psykologiske undersøgelser, skal man overholde de etiske retningslinjer, som American Psychological Association (APA) har udstukket. Etik handler helt generelt om, hvordan man skal opføre sig over for andre mennesker, dyr eller ting. Hvis man ikke overholder disse retningslinjer, betyder det ikke, at validiteten eller reliabiliteten af ens forskning forringes – men så har man som forsker ikke opført sig etisk korrekt. Og etisk forsvarlighed er vigtig, fordi man i psykologien bruger mennesker som undersøgelsesdeltagere.

De etiske retningslinjer, som I bør overholde i jeres feltundersøgelser, er:

- At deltagerne har givet et informeret samtykke med underskrift (se samtykkeerklæring ovenfor). Hvis deltageren er under 18 år, skal en forælder eller værge skrive under.
- At deltagerne efter undersøgelsen debriefes, dvs. oplyses om undersøgelsens egentlige formål og hypoteser – specielt hvis de har været udsat for et bedrag om dette formål. Som udgangspunkt skal deltagere helst ikke føres bag lyset, men det kan være en nødvendig forudsætning ift. bestemte undersøgelsesområder.
- At deltagerne til enhver tid har lov til at trække sig fra undersøgelsen og få sine data slettet – og at de er blevet informeret om dette.
- At deltagerne beskyttes mod både psykisk og fysisk overlast.
- At deltagernes anonymitet sikres, og at deres data behandles fortroligt.

Om databehandling af undersøgelsens empiri

Efter I har indsamlet en mængde data gennem jeres metodiske arbejde, er det nødvendigt at lave en behandling af disse data for at få en idé om, hvad de rent faktisk kan fortælle. I det følgende vil vi kigge på nogle af de måder, man kan bearbejde rådata ift. de forskellige metoder. Nogle af de statistiske beregninger kræver viden fra matematik på B- eller A-niveau, så her vil det kun blive angivet, hvilke matematiske værktøjer man kan tage fat i.

Databehandling efter eksperimenter

I jeres eksperiment har I undersøgt, om påvirkningen med den uafhængige variabel har haft en effekt på den afhængige variabel. I skal derfor lave beregninger, som viser, om det har været tilfældet. Grundlæggende skelner man mellem to former for statistik, som I kan bruge til dette:

- Deskriptiv (beskrivende) statistik: Her beskriver og opsummerer man sine data. Det kan f.eks. ske gennem en beregning af gennemsnit for både kontrolgruppen og eksperimentgruppen og en opstilling af forskellene i et søjlediagram.
- Inferential (forklarende/analyserende) statistik: Her vil man f.eks. finde ud af, hvor stor sandsynlighed der er for, at forskellen mellem eksperimentgruppens adfærd og kontrolgruppens adfærd *ikke* skyldes den uafhængige variabel, men blot en tilfældighed.

I skal som udgangspunkt altid lave deskriptiv statistik, så I kan præsentere jeres resultater som f.eks. en procentfordeling (f.eks. lagkagediagram) eller gennemsnit (middelværdi) i et søjlediagram alt efter, hvordan jeres afhængige variabel er operationaliseret. Det giver et overblik over, om jeres hypotese ift. forsøget har noget for sig eller må forkastes.

Det vil dog også være interessant at beregne en *p-værdi* ved hjælp af inferential statistik. I beregningen af en *p-værdi* tester man den såkaldte *nulhypotese*, dvs. en omvendt formulering af ens forskningshypotese. Hvis man kan afkræfte nulhypotesen, så betyder det, at der nok er hold i hypotesen. Bemærk, at man i denne type forskning prøver at skyde sin egen hypotese ned – ikke at bekræfte den; man kan sjældent decideret *bevise* rigtigheden af en hypotese, men man kan i stedet vise, at den ikke kan afskrives.

P-værdien er altså et mål for, hvor sandsynligt det er, at data passer med nulhypotesen. I psykologisk forskning har man et ønske om, at *p-værdien* skal være mindre end 5 % (så det er dette signifikansniveau, man sætter for sin test). En *p-værdi* på under 5 % vil angive, at der er mindre end 5 % sandsynlighed for, at nulhypotesen passer med data, og at forskellen mellem kontrolgruppen og eksperimentgruppen derfor skyldes en tilfældighed. Så får man en *p-værdi* under 5 %, kan man forkaste nulhypotesen, og hvis den er over 5 %, accepterer man nulhypotesen.

P-værdier kan man udregne ved først at bruge en *f-test* for at beregne, om de to grupper i eksperimentet har den samme varians (spredning opløftet i anden). Hvis de har det, kan man bruge en *t-test* ift. gruppernes middelværdi. Et matematisk værktøjsprogram som Excel eller TI-Nspire kan også hjælpe med at udregne en *p-værdi*. I skal være opmærksomme på, om jeres hypotese skal testes med *dobbelsidet test* (for at se, om middelværdien for eksperimentgruppen er forskellig fra kontrolgruppens) eller *enkelsidet test* (for at se, om middelværdien er højere eller lavere end kontrolgruppens).

Databehandling efter observationer

Hvis man har lavet en kvantitativ observation, giver det mening at bruge deskriptiv statistik til at danne et overblik over data. Man kan i forhold til de observerede deltagers adfærd f.eks. beregne normalfordelingen, frekvensen eller typetallet – alt efter hvilken konkret adfærd man har observeret på.

Hvis man derimod har lavet en kvalitativ observation, kan man prøve at opdele den adfærd, man har observeret, i forskellige kategorier, dvs. få et overblik over de typer af adfærd, man har set, og give en kvalitativ beskrivelse af hver af disse kategorier. Hvis man f.eks. har observeret scoringsadfærd på en natklub, kan man måske se, at denne adfærd optræder i forskellige former (kategorier), f.eks. en selvsikker, en tøvende/underspillet og en jokende – hver med deres karakteristiske kropssprog og verbale udtryk.

Databehandling efter spørgeskemaer

Det er oplagt at lave procentfordelinger af respondenternes svar, hvis man har brugt Likert-skalaer som svarmuligheder i sit spørgeskema. Så kan man se, hvad flertallet f.eks. mener eller har af opfattelser af forskellige ting.

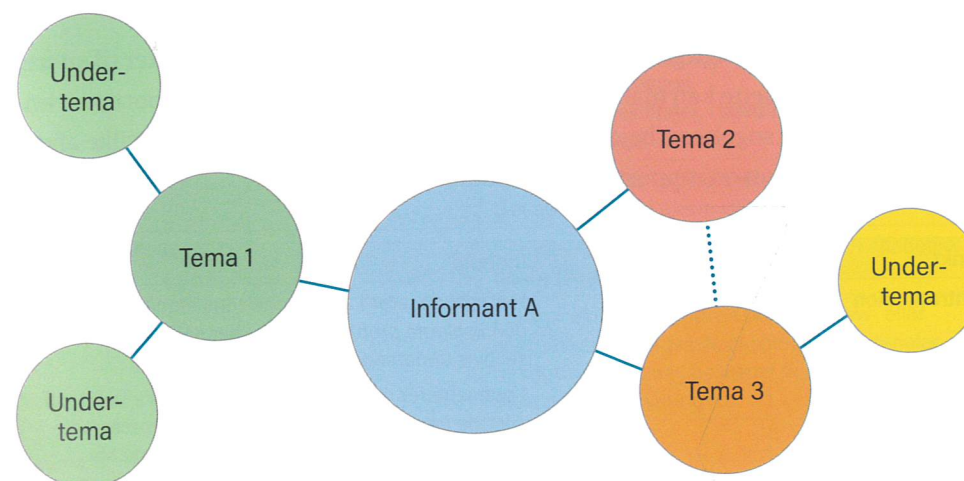
Man kan også prøve at beregne, om nogle af de faktorer, man har fået afdækket hos respondenterne, er korreleret med hinanden, dvs. følges ad uden nødvendigvis at være forårsaget af hinanden (se kapitel 2 om korrelation). Det kunne være faktorer som køn, bopælskommune, alder, politisk ståsted, interesser osv. Her kan man bruge en chi i anden-uafhængighedstest.

Databehandling efter interviews

Når man har foretaget interviews, sidder man ofte med en meget stor mængde data i form af alle de ord, som informanterne har sagt. Optimalt set har I optaget interviewet, så I kan lytte til det igen og igen.

Mange interviewforskere vælger at foretage en såkaldt *tematisk indholdsanalyse* af informanternes udsagn. En sådan analyse minder om den litterære analyse, man laver af f.eks. en novelle i dansk- eller engelskfaget: Informantens udsagn/novellen lyttes til/læses flere gange igennem, og man lægger mærke til de elementer, som er bemærkelsesværdige eller lader til at være vigtige for informanten/selve historien eller meningen i novellen. Disse elementer sætter man så som interviewets/tekstens temaer, og man kan grafisk stille det op i et mindmap (se nedenfor). Hvert tema har måske undertemaer, og der kan måske trækkes forbindelseslinjer mellem temaer, fordi de spiller en rolle i hinanden. Herefter kan man gå dybere ned i interviewet og kigge på, *hvordan* informanten fortæller om de forskellige temaer. Her kan det være relevant at inddrage psykologiske teorier og begreber til at kommentere på det, som informanten udtrykker. Det svarer til, at

man i den sprogfaglige analyse af en novelle bruger fagbegreber om f.eks. personkarakteristik og sprogbrug til at åbne teksten og forstå "mekanikken" i den.



Figur 4. Mindmapopstilling af temaer fremkommet i en tematisk indholdsanalyse af interviewdata.

Som "konklusion" på jeres tematiske indholdsanalyse skal I tolke jer frem til nogle overordnede pointer om informantens livsverden og forhold til det emne, som jeres undersøgelse handler om.

Bemærk, at da målet med kvalitativ interviewarbejde som udgangspunkt ikke handler om at kunne generalisere informanternes udsagn til en bredere population, så kan man godt sammenligne sine informanternes temaer og finde ligheder og forskelle. Men det gælder ikke om at skære alle informanter over én kam og finde noget, som de *alle* har til fælles. Man anerkender deres unikhed.

Netop fordi databehandlingen af interviews foregår gennem analyse og fortolkning, ligger der her et subjektivt element. Dette er ikke en svaghed ved kvalitativ forskning, men en omstændighed, som man anerkender. Ofte vil man som kvalitativ forsker også redegøre for sin egen position i forhold til informanten og det, som interviewet handler om. Har man f.eks. et bestemt perspektiv på sagen, som muligvis præger ens evne til at forstå informantens livsverden? Hvilken stemning var man som forsker i, da man holdt interviewet?

Reliabilitet, som spiller en rolle i kvantitativ forskning, giver ikke meget mening i forhold til interviews: En anden interviewer kan ikke bare gen-

tage de samme spørgsmål og få de samme svar, for der vil være tale om et nyt møde mellem to andre mennesker.

Præsentation af det empiriske arbejde - rapportskrivning

Det er vigtigt at kunne formidle sit arbejde og sine resultater til andre, og dette kan man passende træne ved at lave en enkel rapport over undersøgelsesarbejdet. Nedenfor kan I se en skabelon over, hvilke afsnit sådan en rapport kan indeholde.

Punkt	Underpunkter	Indhold
1. Introduktion		Her introducerer I undersøgelsens emne, formål og <i>den konkrete problemstilling</i> , I har sat – samt hypotese, hvis undersøgelsen er et eksperiment. I præsenterer også eventuelt – kortfattet – den teori eller de empiriske undersøgelser, som er relevante ift. jeres egen undersøgelse (enten fordi de har inspireret jer, eller fordi I måske direkte gentager en tidligere undersøgelse).
2. Metode		
	2.1 Design	Her forklarer I, hvilken metode I har brugt, og hvordan I har brugt den. F.eks. laboratorieeksperiment med uafhængigt design.
	2.2 Deltagerudvælgelsesteknik og deltagergruppe	Her nævner I jeres sampling-teknik og de <i>relevante</i> informationer om deltagerne, f.eks. aldersspredning, kønsfordeling o.l.
	2.3 Materialer (hvis der er tale om et eksperiment)	Her oplister I de materialer, I har brugt.
	2.4 Procedure (hvis der er tale om et eksperiment)	Her præsenterer I i "opskriftform", hvordan I udførte jeres undersøgelse: 1. Deltagerne blev en ad gangen placeret ved hver deres bord. 2. Deltagerne blev bedt om at tage høretelefoner på og starte musikken (kun eksperimentgruppen). Herefter skulle de gå i gang med testen foran dem. 3. ...
3. Resultater		Her præsenterer I jeres <i>bearbejdede</i> data. Resultaterne skal både præsenteres i skrevet tekst (prosaform) og grafisk (grafer, diagrammer, mindmaps af interviewtemaer m.v.). Ved eksperimenter og spørgeskemaundersøgelser kan I også præsentere resultaterne af inferentialstatistiske tests.

4. Diskussion		I dette afsnit diskuterer I jeres resultater. Det kan være i forhold til den teori, der foreligger om emnet, og I kan reflektere over mulige fejlkilder ift. jeres eget arbejde (se kapitel 2 for en gennemgang af <i>forstyrrende variable</i>). Ift. interviews kan I diskutere, hvordan I som personer kan have påvirket interviewsituationen og informantens udsagn. Fik I ikke de resultater, I havde regnet med – og hvad kan det skyldes?
5. Konklusion		Her konkluderer I på hele jeres arbejde, dvs. om I har fået svar på det, I gerne ville have svar på.
6. Litteraturliste		Her nævnes de kilder, som I har brugt, i alfabetisk rækkefølge.
7. Bilag		I bilagssektionen lægges f.eks. interview- eller spørgeskemaspørgsmål, eksperimentmaterialer, forsøgsinstruktioner, beskeder til deltagere, rådata (hvis det giver mening) o.l.

Skema 8. Skabelon over rapportskrivning.