

Tilfældigt udvalgt stikprøve

Udvælgelse, hvor et computerprogram vælger, hvem der skal være med i undersøgelsen ved fx at trække lod blandt cpr-numre i populationen.

2.3 Kvalitativ metode

Vi bruger kvalitativ metode til at afdække nye fænomener og problematikker og/eller opnå en større forståelse af det emne eller de personer, vi undersøger.

Målet med at bruge den kvalitative metode er at opnå en dybere forståelse for eller ny viden om de personer, vi undersøger i forhold til, hvad de tænker og mener, og hvorfor de handler, som de gør, via de svar vi har fået gennem observationer eller interviews.

Kvalitativ metode er, når vi går i dialog med folk eller observerer dem. Vi bruger metoden, når vi ønsker at være mere sikre på, at det er de rigtige forklaringer, vi har fat i og ikke er helt sikre på, vi kender svarene.

Når vi skal lave en undersøgelse og ønsker at bruge den kvalitative metode, kan vi altså vælge at observere eller lave interviews og derigennem få nogle fyldigere svar afhængigt af, hvad vi undersøger.

	Fordele	Ulemper
Den kvalitative metode	<ul style="list-style-type: none">• Fyldige svar• Dybere forståelse for de personer eller den målgruppe der undersøges• Mulighed for ny viden og større indsigt• Osv.	<ul style="list-style-type: none">• Tidskrævende og dyr• Ikke generaliserbar• Afhængig af undersøgerens færdigheder og forforståelse• Ikke repræsentativ• Osv.

Tabel 2.4
Den kvalitative metode.

I et interview kan vi ændre vores spørgsmål undervejs og få viden, som vi ikke havde overvejet, inden vi gik i gang. Det kan vi ikke med spørgeskemaer.

Vi kan også bruge observation. Det kender vi fra modebladenes trendspotting, hvor bladene får unge til at holde øje med andre unges opførsel og påklædning: Hvad har folk på? Hvad

drikker de? Osv. På den måde kan modebladene følge med i trenden indenfor forskellige grupper.

Derudover kan vi observere folk ved fx at sidde på en bænk i gågaden og se efter særlige kendetegn ved forskellige grupper af forbipasserende. Vi kan eksempelvis undersøge, om folk går alene, i par eller i grupper. Det er muligt at se, hvad folk faktisk gør, har på osv. De undersøgte kan derfor ikke lyve om deres valg.

Det er vigtigt, at vi ved præcist, hvad vi vil observere på, inden vi går i gang. Det kan vi gøre ved at lave nogle kategorier, der er opstillet i et skema. Det er ligeså vigtigt, at der er rigeligt med tomme felter, så vi kan sætte nye kategorier ind i skemaet, hvis ikke de, der kommer forbi, passer på de kategorier, vi har.

Vi kan også lave eksperimenter, når vi vil undersøge nye sammenhænge eller efterprøve en videnskabelig teori eller hypotese. Definitionen på et eksperiment er, at forskeren har kontrol over både de variabler, der undersøges og over omgivelserne.

I et sociologisk eksperiment holder vi så mange faktorer som muligt konstante og ændrer så vidt muligt kun på én faktor. Det kan være, at vi vil lave et eksperiment om folks opførsel overfor autoriteter. Vi kan fx se, om det gør en forskel, om folk har uniform på eller ej.

Sociologiske eksperimenter har den fordel, at vi ser direkte effekter af en isoleret faktor, men de kan være etisk problematiske. Man kan fx nævne et eksperiment fra 1961, hvor forskeren Stanley Millgram kunne påvise, at en forsøgsleder (autoriteten) kunne presse de fleste forsøgspersoner til at torturere andre mennesker, når forsøgspersonerne fik at vide, at torturen var nødvendigt for forsøget. I virkeligheden foregik der ikke tortur, men det vidste forsøgspersonerne ikke. Det uetiske i forsøget var, at forsøgspersonerne blev udstillede som mulige torturbøddler.

Eksperimenter kan også bruges til kvantitative undersøgelser, fx når en forsker vil analysere mediernes påvirkning. Forskeren kan fx bede nogle grupper besvare et spørgeskema om ned-sættelse af kontanthjælp før og efter, at grupperne i forsøget har læst artikler, der behandler problemstillingen forskelligt.

	Fordele	Ulemper
Interviews	<ul style="list-style-type: none"> • Mulighed for at få ny viden og ny indsigt • Mulighed for at ændre spørgsmålene undervejs 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidskrævende og dyr • Intervieweffekter
Observationer	<ul style="list-style-type: none"> • Det er muligt at se, hvad folk faktisk gør, siger, har på osv. De undersøgte kan ikke lyve om deres valg 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidskrævende og dyr • Påvirket af observatøren
Eksperimenter	<ul style="list-style-type: none"> • Mulighed for at få ny viden og ny indsigt • Mulighed for at ændre på eksperimentet undervejs • Mulighed for at påvirke forsøgspersonerne i eksperimentets tjeneste 	<ul style="list-style-type: none"> • De kan være uetiske • Reelt vanskeligt at have kontrol over både de undersøgte variabler og omgivelserne

Tabel 2.5
Fordele og ulemper om interviews, observationer og eksperimenter.



Ups!

- Man har ikke tid til at inddrage et stort antal svarpersoner.
- De informationer man får er ikke sammenlignelige.
- Man er ikke opmærksom på at sammenholde sin forforståelse og sin fortolkning af svarene med empirien.
- Osv.

Vigtige begreber til Kvalitativ metode

Kvalitativ metode

Videnskabelig undersøgelse som er vanskelig at måle. Her kan man fx lytte eller observere for at forstå.

Observation

En iagttagelse eller undersøgelse af noget eller nogen.

Sociologisk eksperiment

Et eksperiment, hvor forskeren/sociologen har kontrol over både de variabler, der undersøges og over omgivelserne.



En ung kvinde bliver interviewet.

iStockphoto.com/-ilkeryuksel-

2.3.1 Interview

Interviews er samtaler – men de er styrede, og den ene deltager interviewer den anden eller de andre. Der er forskel på at snakke sammen og så at lave et interview. Et godt interview har et klart fokus, og derfor skal et interview planlægges. Planlægningen laves med en interviewguide.

Interviewguiden er reelt en operationalisering af de teoretiske spørgsmål og antagelser, der ligger til grund for undersøgelsen. Når man forbereder et interview, skal man altså omformulerer sine teoretiske spørgsmål til konkrete spørgsmål i interviewguiden: Man omformulerer de teoretiske spørgsmål til praktiske spørgsmål, som kan indgå i en samtale.

Formålet med en interviewguide er at opstille en oversigt over de relevante spørgsmål. Det skal være klart, hvilke emner, som vi ønsker interviewpersonens syn og erfaringer på. Rækkefølgen er også vigtig.

Vi skal ikke stille følsomme eller vanskelige spørgsmål tidligt i interviewet. Det handler om at få den, vi skal interviewe til at føle sig tryk og godt tilpas. Ofte er det en god idé at bløde op på den rækkefølge, vi har planlagt, hvis interviewpersonen af sig selv springer til et emne længere nede på listen.

Hvis vi skal undersøge, hvilke medier unge mellem 16-18 år bruger, kan vi fx bruge en interviewguide som herunder.

	Eksempler
Faktuelle spørgsmål for at skabe tillid og få samtalen i gang	<ul style="list-style-type: none"> • Fortæl kort om dig selv, hvor bor du, og hvor gammel er du? • ?
Personens egne overvejelser om medieforbruget	<ul style="list-style-type: none"> • Hvordan vil du selv beskrive dit medieforbrug? • Hvordan vil du beskrive folk, der ikke eller næsten ikke bruger medier i deres dagligdag? • Bruger du flere medier end andre, du kender? • ?
Baggrunden for personens valg af medier	<ul style="list-style-type: none"> • Hvordan bestemmer du dig til, hvilke medier du vil bruge? • Hvilke medier bruger du mest? • Bruger du mest medier, når du er alene eller sammen med andre? • Hvordan påvirker dine venner dit medieforbrug? • Bruger dine venner de samme medier? • ?
Motivationen for medieforbruget	<ul style="list-style-type: none"> • Hvilke overvejelser har du gjort dig om, hvad du udtrykker med dit medieforbrug? • Hvilke medier kan du bedst lide at bruge? • Hvad betyder prisen på medier for, om du bruger dem eller ej? • Køber du ind via medier? • Hvilke medier regner du med at bruge i den nærmeste fremtid? • Hvilke medier tror du, at du og dine venner bruger om et år fra nu? • ?

Tabel 2.6
Interviewguide.

I interviewet gælder det om at komme om bag det umiddelbare svar og finde de forklaringer, der kan give en dybere forståelse for unges medieforbrug. For at finde de forklaringer, som personen ofte ikke selv er klar over, kan vi spørge om, hvad hun tror, at andre tænker, eller hvad hun forventer. På den måde får vi et billede af hendes (måske ubevidste) tanker om sig selv og andre.

Interviews kan også laves i fokusgrupper. Her laves interviewet i en gruppe, hvor emnerne diskuteres. I kan samle en lille gruppe og bede dem præsentere sig og komme med en fælles mening om forskellige spørgsmål. Fokusgrupper bruges mange steder i politik og erhvervsliv. Vi bruger fokusgrupper, fordi vi gennem diskussioner i gruppen og kan finde informationer, som ikke kan findes ved at tale med en enkelt ad gangen.

Ved at overvære diskussionen i fokusgruppen kan vi finde ud af, hvorfor forskellige personer fx stemmer som de gør, og vi kan høre på deres egne forklaringer og argumenter og derved få en dybere indsigt i den logik, der ligger bag eksempelvis et politisk ståsted.

Fejlkilder

I interviewundersøgelser kan der opstå fejl, selvom svarpersonen er lige overfor dig, og du kan rette eventuelle misforståelser i samtalens løb. Her er en oversigt over de mulige fejlkilder i et interview og et råd til, hvordan du kan håndtere dem.

Fejlkilder	Håndtering
Den, der bliver interviewet, virker usikker	Forklar kort og klart, hvad interviewet går ud på, og hvor lang tid det vil tage. Du skal sørge for at virke professionel. Vis under alle omstændigheder respekt over for den, der bliver interviewet.
I misforstår hinanden	Du kan spørge igen på en lidt anden måde for at sikre dig, at I har forstået hinanden rigtigt.
Den interviewede forstår ikke spørgsmålene	Du finder straks på en nemmere måde at spørge på.
Den interviewede giver meget korte svar	Du spørger uddybende. Beder om flere informationer eller konkrete erfaringer.
Den interviewede nægter at svare	Du spørger til årsagen og tilbyder at afbryde interviewet og evt. komme tilbage en anden gang. Alle skal deltage frivilligt!
Den interviewede svarer, hvad hun føler, hun bør svare frem for, hvad hun gør	Det er en risiko, du har som interviewer. Hvis du har mistanke til, at den interviewede ikke svarer helt sandfærdigt, kan du vende tilbage til samme emne senere i interviewet og spørge lidt anderledes.
Intervieweren og interviewersituationen påvirker den interviewede på andre måder	Dette kaldes generelt "intervieweffekten". Det sted eller den situation I befinder jer i under interviewet skal helst være så neutral for interviewpersonen som muligt. Dog kan man også lave gruppeinterviews, hvor netop samtalen skal 'provokere' til ærlighed og mere udførlige svar og begrundelser.

Tabel 2.7
Håndtering af fejlkilder.

Alle interviews skal optages, eller der skal tages noter undervejs. Det kan være en god idé, hvis I er flere, der interviewer og noterer, så kan I sammenligne notater bagefter. Hvis interviewet optages, skal I huske at fortælle det og spørge personen, om det er ok.

! Ups!

- Man holder en meget fast og styret struktur, så svarpersonen ikke får mulighed for at uddybe sine svar. Interviewet kan på den måde blive til, at man udspørger i stedet for, man har en samtale.
- Intervieweren påvirker svarpersonen.
- Man har ikke overvejet, hvordan interviewet skal efterbehandles.
- Svarpersonen påvirker intervieweren.
- Man har ikke beregnet tid nok til at foretage så mange interviews, som der er behov for.

Vigtige begreber til Interview

Fokusgruppe

En gruppe der bliver interviewet samlet om et givent emne.

Interview

En styret samtale.

Intervieweffekten

Når intervieweren og interviewsituationen påvirker den interviewede.

Interviewguide

En oversigt over spørgsmål til et interview.

2.4 Ko

Vi brug
der ved

Målet me
te forhold
anvender
være und

Når vi væ
eller kvar

Kompara

Tabel 2.8
Komparat