

Kvantitativ og kvalitativ empiri

Ifølge Den Danske Ordbog (www.ordnet.dk) betyder empiri *erfaringer og iagttagelser anvendt som grundlag for (videnskabelig) erkendelse*. Med andre ord: Man bruger erfaring med et emne og iagttagelser omkring det til at danne sig en viden om det pågældende emne. De to typer af empiri *kvantitativ* og *kvalitativ* bruges til at kortlægge, hvorfor mennesker gør, som de gør, i bestemte situationer (*Anne Mette Busch: kommunikation i multimediedesign, side 83*). Denne information kan bruges til at justere et fysisk eller ikke-fysisk produkt, så brugen heraf bliver optimeret.

Kendetegn ved kvantitative metoder

Som navnet antyder, er kvantitativ empiri kendetegnet ved et stort *kvantum* af informationer, som bearbejdes til en erkendelse. Det praktiseres ved en spørgeskemaundersøgelse, hvor mange menneskers besvarelser samles til en statistik over, *hvor mange* der har en bestemt reaktion i en given situation.

Det er vigtigt, at alle spørgsmål er præcise i formuleringen, korte, lette at forstå og entydige, da svarpersonen ikke har mulighed for at spørge ind til meningen med spørgsmålet. Typisk svares på spørgsmålene ved at afkrydse et af flere svarmuligheder.

Spørgeskemaundersøgelsen kan gennemføres via internettet (ved at sende spørgeskemaet som e-mail til udvalgte svarpersoner eller ved at svarpersonen præsenteres for det i forbindelse med besøg på en bestemt hjemmeside). Fordelen ved denne metode er at man uden meget arbejde fra interviewerens side kan få svar fra mange personer uden at skulle planlægge og afvikle fysiske møder eller telefonmøder med svarpersonerne.

Spørgeskemaet kan også udfyldes ved at en interviewer over telefonen stiller spørgsmålene til svarpersonen. Fordelen ved denne metode er at svarpersonen, i modsætning til den efterfølgende metode med fysisk møde, ikke konfronteres fysisk med intervieweren og dermed har lettere ved at svare ærligt på spørgsmål, som måske er lidt grænseoverskridende at svare på.

Endelig kan spørgeskemaet udfyldes ved at intervieweren er fysisk sammen med svarpersonen og her stiller spørgsmålene (*ibid*). Fordelen ved denne metode er, at intervieweren har mulighed for at afpasse svaret ud fra svarpersonens analoge kommunikation (kropssprog og andet som ikke siges direkte).

Generelt for alle tre kvantitative metoder er at de er lette at gennemføre for et stort antal svarpersoner i forhold til de kvalitative metoder, som beskrives i det følgende afsnit. Omvendt får man herved ikke svar på de dybereliggende tanker hos svarpersonerne forbundet med det emne, som der spørges ind til i undersøgelsen.

Kendetegn ved kvalitative metoder

Ved kvalitative metoder undersøges *hvorfor* svarpersonerne gør, som de gør, i givne situationer (*Anne Mette Busch: kommunikation i multimediedesign, side 88*). Det kan foregå ved interviews af enkeltpersoner, observation eller interview af en fokusgruppe.

Ved interview af enkeltpersoner har interviewerens planlagt et antal spørgsmål, som afklarer svarpersonens beæggrunde for at reagere, som vedkommende gør, i en given situation. Fordelen ved denne metode er at interviewerens får indblik i svarpersonens *indre* og dermed *hvorfor* personen gør som han/hun gør.

Observation er en metode, hvor interviewerens observerer svarpersonen mens vedkommende bruger det, som ligger til grund for undersøgelsen (f.eks. en bestemt hjemmeside). For at gøre situationen mere naturlig og for at svarpersonen ikke så meget føler sig observeret, kan interviewerens være aktivt med i øvelsen.

Ved interview af en fokusgruppe, samler man som interviewer en gruppe personer, som har et tilstrækkeligt kendskab til at bruge produktet, som skal undersøges. Man stiller så disse personer en række spørgsmål, som man registrerer svarere på. Fordelen ved denne metode er, at fokusgruppen reagerer på hinandens indbyrdes svar og måske afdækker noget (godt eller dårligt) om produktet som undersøges. Det er vigtigt at interviewerens følger op på kommentarer, som evt. kan uddybes ved opfølgende spørgsmål.

En fælles ulempe ved kvalitative metoder er at det er meget omstændigt efterfølgende at bearbejde den store mængde af information i form af lydoptagelser, video (måske ligefrem fra flere vinkler) og interviewerens kommentarer.

Kombination af kvantitative og kvalitative metoder

De to metoder har, som beskrevet ovenfor, hver deres fordele, men i nogle situationer kan man faktisk opnå flere fordele ved at kombinere de to. F.eks. kan man bruge en spørgeskemaundersøgelse (kvantitativ metode) til at indkredse hvilke personer, der bruger en bestemt hjemmeside tilstrækkelig meget til at kunne give en mere kvalificeret vurdering af den. Disse personer kan så efterfølgende via et interview (kvalitativ metode) give en mere nuanceret beskrivelse af deres oplevelser med hjemmesiden.

Transskribering af interview

Et interview nedskrives, så alle talte ord er nedskrevet. Derefter sammenholdes de talte ord med testpersonens analoge kommunikation, f.eks. kropssprog og stemmeføring. Dette gør det muligt at få et langt større udbytte af interviewet, men er meget tidskrævende. Generelt siges at det tager otte timer at transskribere en times interview (*Anne Mette Busch: kommunikation i multimediedesign, side 92*).

Meningskondensering

At meningskondensere et interview vil sige at man ved gennemgang af interviewet (det nedskrevne/lydoptagelser) udtrækker en kortfattet beskrivelse af testpersonens mening om det testede produkt (*Anne Mette Busch: kommunikation i multimediedesign, side 92*).

Bjarne Skov Petersen, den 27. september 2020