

Grundlæggende færdighed - Kvalitativ og kvantitativ empiri:

Den kvantitative og kvalitative metode er metoder til at finde empiri af brugeren (Busch 2015, s. 83).

Kvantitativ metode:

Den kvantitativ metode er en objektiv måde at finde empiri omkring ens modtager på. Mere specifikt om hvor mange gør en ting/hvor ofte de gør en ting, altså målbare data (Busch 2015, s. 84). Den kvantitative metode er god til at få data man kan bruge til statistikker (Busch 2015, s. 85) og det tager noget kortere tid end kvalitative metoder, men den data man får kan være svær at lave en mere dybdegående analyse på (dagens.dk).

Den kvantitative metode laves som spørgeskema man så udsender til brugeren, fx via e-mail, ansigt til ansigt eller telefonisk (Busch 2015, s. 84).

Spørgeskema over nettet har den fordel at man har en bedre idé om hvem der besvarer den, men samtidig kan man ikke være sikker på brugerens seriøsitet (Busch 2015, s.87). Lige ved digitale spørgeskemaer skal man være ekstra opmærksom på hvordan spørgsmål og svarmuligheder er formuleret. Der er ingen interviewer til at uddybe dem og de kan misforstås. Hvis en bruger får en svarmulighed som "ved ikke", får man ingen brugbare data, man kan ikke analysere på noget da brugeren ikke har et svar (Busch 2015, s. 84). Man får samme problem hvis man bruger en skala hvor brugeren giver middel-svaret. Man har ingen chance for at vide om det er fordi de står inden for middel-svaret eller om det er fordi de ikke ved hvad de skal svare (Busch 2015, s. 85).

Spørgeskema ansigt til ansigt, også kaldet CAPI (Computer Assisted Personal Interview) har den fordel at man vil kunne tolke deltagerens kropssprog og kunne stille opfølgende spørgsmål man ikke ville have mulighed for over nettet fordi intervieweren er der i person, og derudover kan deltageren fokuserer helt på sine besvarelser uden at skulle tænke på formulering, da intervieweren skriver ned. Intervieweren skal dog passe på ikke at påvirke deltageren eller at fortolke de svar de får af deltageren i øjeblikket (Busch 2015, s. 87).

Telefoniske spørgeskema, også kendt som CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) har den fordel at det virker mere anonymt da man ikke skal forholde sig til en andens tilstedeværelse i rummet. Det gør så også at alt den information der er i kropssproget går tabt (Busch 2015, s. 86).

Inden man starter skal man have en klar idé om hvad man vil med spørgeskemaet (Busch 2015, s. 85), så man kan specificere både spørgsmål og svar der har bedst mulighed for at få de resultater man skal bruge. Find også ud af hvilke baggrundsspørgsmål der er relevante (Busch 2015, s. 86).

Man skal være opmærksom på hvordan man formulerer sine spørgsmål i spørgeskemaet, da hver bruger har deres måde at fortolke dem på ud fra deres verdensbillede, så man skal sørge for at gøre det så specifikt som muligt så det ikke er til at misforstå.

Konteksten spørgeskemaet besvares i og hvordan den præsenteres har også betydning både for kvalitet og oprigtighed i svarene. Man skal sørge for at holde det professionelt.

Sørg for at både spørgsmål og svar er så lukkede som muligt, også så der ikke kræves flere spørgsmål for at få noget specificeret (man kan dog også bruge et kommentarfelt hvis det ikke kan specificeres). Spørgsmålene kan deles op i objektive, faktuelle spørgsmål (om hændelser og adfærd) og subjektive, holdningsspørgsmål (meninger) (ibid.).

Som alt andet, skal man selvfølgelig teste spørgeskemaet inden det sendes ud for at finde eventuelle fejl og mangler (Busch 2015, s. 87).

Kvalitativ metode:

Den kvalitative metode er en subjektiv måde at finde empiri på omkring ens modtager. Man finder ud af hvorfor en person gør som de gør ved at bruge interviews, fokusgrupper og observationsstudier (Busch 2015, s. 88). Ved den kvalitative metode samler man først helt objektivt sine data, og derefter analyserer man dem. Man skal være opmærksom på ikke at analyserer mens man bruger metoden, da det kan påvirke resten af forsøget (Busch 2015, s. 93). Den kvalitative metoder til at få en mere dybdegående forståelse for brugeren (Busch 2015, s. 88) og man har mulighed at få alle nuancerne med (dagens.dk), men samtidig kan man, i denne mere personlige form for empiri undersøgelse, som interviewer komme til at påvirke deltagerne uden at man selv ved det, hvilket kan påvirke resultaterne (Busch 2015, s. 88) og der er også en del mere tidskrævende end den kvantitative metode (dagens.dk).

Observationsstudier er hvor man iagttager sine deltagerere og noterer hvad de gør (Busch 2015, s. 88). Man kan vælge kun at være observatør (kaldes total observatør) som kun observerer og ikke interagerer med deltagerne (ibid.). Man kan dog komme til at påvirke deltagerne med ens tilstedeværelse (Busch 2015, s. 89). Derimod kan man også selv deltage i forsøget (kaldes totaldeltager). Dermed kan man selv sætte sig ind i hvad deltagerne skal igennem. Dog vil man som totaldeltager ikke have nok tid til at kunne være naturlig i rollen, og ens forhåndsviden kan også gå ind og påvirke ens opfattelse af tingene (Busch 2015, s. 88).

Til sidst kan man vælge at gøre en blanding (kaldes deltagende observatør) hvor man skiftes mellem de to. Det har samme fordele og ulemper som både total og deltagende observatør (Busch 2015, s. 89).

I et kvalitativt interview går man i dybden med sine deltageres meninger og holdninger (ibid.). Man går igennem forskellige trin for gennemførelse og planlægning af interviews:

- Tematisering: hvor man finder formålet med interviewet (ibid.).
- Design: hvor man bestemmer hvordan interviewet skal sættes op og over hvilket medie. Man laver også en interviewguide, som for det meste er semi-struktureret (man har en generel idé om hvad man vil sige hvornår, men man lader mere deltagerne styre interviewets retning så det bliver mere naturligt). Interviews er normalt planlagt, men man skal også kunne håndtere drejninger for at få en god rytme i interviewet (Busch 2015, s. 90).

Man kigger og udvælger hvilke spørgsmålstyper der vil være bedst for at få den information man skal bruge ud af interviewet (ibid.).

- Interview: selve interviewet. Her skal man huske at have fokus på deltageren, så de både føler sig tilpas og afslappet i interviewet. Man skal informere dem om hvordan interviewet skal forløbe (Busch 2015, s. 91), og virke aktiv i forhold til lytning (ibid.), men også i forhold til den dialog man har med deltageren (ibid.). Efter interviewet skal man huske at skabe efterkontakt (at deltageren kan kontakte en efter interviewet) (ibid.).
- Transskribering: hvor man noterer interviewsvarene, og hvordan man gør det (Busch 2015, s. 91). Her kan man vælge at kigge på hvad der præcist blev sagt, kropssprog og stemmeføring, eller en blanding (ibid.). Jo længere tid det tager at transskriberer, jo mere og bedre information får man (ibid.). Hvis man kun skal bruge nogle få, relevante oplysninger kan man meningskondensere (at man finder den samlede essens af deltagerens udtalelser i stedet for at bruge alle udtalelser) empirien (ibid.).
- Analyse: hvor man fortolker den indsamlede empiri, og finder svar på formålet med interviewet (Busch 2015, s. 92). Man skal som sagt huske ikke at fortolke mens man interviewer, men gøre det i analysen i stedet (Busch 2015, s. 93).
- Verificering: hvor man evaluerer ens arbejde, og om man har fået det ud af interviewet man ville (ibid.).
- Rapportering: hvor man strukturerer og videregiver resultaterne på undersøgelsen (ibid.).

Interviewet foregår selvfølgelig i en kontekst, som man også skal tage højde for.

Økonomiprofessor Mats Alvesson mente at man skulle tage højde for ting som konteksten (ibid.), meningen og identiteten der opstår for deltageren under interviewet, den kultur og politik deltageren befinder sig i forud for interviewet, sproget og verdensbilledet deltageren tager udgangspunkt i, og hvilket indtryk deltageren vil prøve at give interviewer.

Nogle af de punkter kan man selv kontrollere for via formulering af sine spørgsmål, men ikke med alt. Et interview er en engangsoplevelse: man kan ikke lave et interview flere gange og få det præcist samme resultat. Man er nødt til at tage højde for de tilfældigheder der kan opstå og tage det med i fortolkningen (Busch 2015, s. 94).

Fokusgrupper foregår ved at man udvælger en gruppe på mellem 3-8 deltagere (som helst skal kunne spille godt sammen) der skal debattere ens udvalgte emne. Dette kan tage op til flere timer, så man skal sørge for at gruppen føler sig velkommen og godt tilpas.

Fokusgruppeinterviews er gode til at få bringe emner på banen som interviewer måske ikke selv havde tænkt over. Man skal dog passe på at det ikke udvikler sig til en diskussion eller at deltagerne ikke kører ud af en sidevej og ikke snakker om det de skal (Busch 2015, s. 95).

Det kan blive lidt svært at fastholde interviewet, fokusgruppeinterviews kan hurtigt blive kaotiske at skulle notere ned. Man kan være flere personer om det der noterer forskellige ting ned, eller man kan bare notere de vigtigste konklusioner og argumenter ned.

Lydoptagelse af deltagerne er også en mulighed. Man skal bare være sikker på at mikrofonen står sådan at alle kan blive hørt. Stemmer kan være svære at adskille, så man kan eventuelt optage deltagerne på billede så man kan se hvem der snakker hvornår. Hvis man filmer deltagerne, kan der være en god idé at bruge flere kamera, sådan man ikke kommer til

at skulle klippe i sin film (og dermed sætter mere fokus på nogle af deltagerne og fortolker situationen) og man kan se alle deltagerne hele tiden. Man skal selvfølgelig ved lyd- og billedoptagelse have lavet en aftale med sine deltagere om at man må optage dem.

Ens billede- og lydoptagelser kan risikerer at gå i stykker, så tag altid noter så man har noget fra interviewet (Busch 2015, s. 96).

Hvilken metode man vælger afhænger selvfølgelig af hvad man vil have svar på: hvis man for eksempel skal vide hvorfor nogle bruger en hjemmeside frem for en anden, ville man bruge kvalitativ for at spørge om folks holdning til hjemmesiden så man ville kunne finde en eventuel løsning. Men hvis man ville vide hvor mange der bruge en hjemmeside i forhold til en anden, ville man bruge kvantitativ. Man vil også kunne kombinere brugen af dem for at få en bredere analyse (Busch 2015, s. 83).

Bibliografi:

Anon., 2019. *dagens.dk*. [Online]

Available at: <https://www.dagens.dk/kvalitativ-og-kvantitativ>

[Senest hentet eller vist den 26 September 2020].

Busch, A. M., 2015. Kvantitativ og kvalitativ empiri. I: H. Persson & K. L. Jensen, red.

Kommunikation i multimediedesign. s.l.:Hans Reitzels Forlag, pp. 83-96.