

Indledning

Hvert år besøger flere millioner turister Danmark, hvilket er godt for den danske økonomi. Når turisterne bruger penge på en dansk vare, service eller oplevelse, bliver det sådan set eksporteret til udlandet – Og derfor bliver dette betragtet som en eksport vare. I alt står denne eksport type for 3,6% af den danske eksport. Turisterne har et forbrug på 87,2 mia. kr., de udenlandske turister bruger 35,7 mia. kr. altså godt 41%, mens den danske befolkning står for de resterende 59%. Udover at turismen hjælper det danske samfund økonomisk, skaber turismen ifølge VisitDenmark knap 122.500 fuldtidsjobs. [1]

Det ses gerne at turisterne kommer tilbage til Danmark igen. Dette sker naturligvis ved at turisterne nyder deres ophold og får den bedst mulige ferie. Som turist i en storby, kan det forekomme svært at finde rundt, og kan let fare vildt. Hvis en turist i Paris gerne vil se Eiffeltårnet, skal turisten blot kigge efter det store monument, og gå i den retning hvor attraktionen nu er. Dog kan det ske at turisten undervejs mister Eiffeltårnet af syne, og pludseligt ved turisten ikke i hvilken retning personen nu skal gå. Turisten kan vælge at bruge sin smartphone, hvis turisten da er i besiddelse af en, og kan eksempelvis gå på internetsiden GoogleMaps. Her kan turisten så finde en rutevejledning fra punkt A til B, dog vil der kunne opleves problematikker, hvis en flerpunkts rute ønskes. Dette behøver ikke kun at ske i storbyer så som Paris, dette kunne også ske i nogle af de større danske byer.

Turister vil generelt opdage, at planlægning på forhånd er en god ting, hvis turisterne vil nå så mange attraktioner som muligt på en ferie, da tiden kan være begrænset. Dog kan der samtidigt spørges, hvad der gør en rute god: Er det hvor hurtigt turisten kommer fra den ene valgte attraktion til den anden? Kan der findes en mere interessant rute, eventuelt med attraktioner der ikke er oplyst i rejsebureauets brochurer, måske en smutvej forbi havnen eller muligheden for en flerpunkts rute mellem attraktionerne? Der kan være mange parametre der spilder ind, når man skal vælge den foretrukne rute.

Hvis en rejse skulle gøres mere interessant for turister, kan der så udvikles et program, der hjælper turisten med at finde den foretrukne rute mellem attraktionerne? Hvad vil være den foretrukne rute: Den hurtigste, eller den mest interessante? Og i hvilket omfang vil dette program kunne hjælpe turisten?

At lave et program der gælder for hele verdens storbyer, ville kræve meget mere programmerings erfaring og tid. Derfor har gruppen i dette projekt valgt at afgrænse sig til at arbejde med ruteplanlægning for turister i Aalborg. Der kan også være forskellige opfattelser for hvad hver person ser som en attraktion. Gruppen har derfor valgt at give nogle eksempler på hvad gruppen mener er attraktioner i Aalborg. Det kunne bl.a. være kulinariske oplevelser på diverse restauranter. Kulturelle attraktioner som Tyren, museer, havnen, koncerter og andre arrangementer. Det kunne være oplevelser som en tur i Zoo eller Aalborgtårnet. Steder som city syd, gågaden og Jomfru Ane Gade mener gruppen også kan gå ind under attraktioner.

[1] - <http://www.visitdenmark.dk/da/denmark/fakta-og-tal-om-turismen-i-danmark> set 26-10-14

Søren Lyng 3/11/2014 17.39

Comment [1]: To do:
-Afgræns til Aalborg
-Definer attraktioner
-

Problem analyse

..

Teknologi analyse

GPS

I 20200 km højde over jordens overflade, er der som minimum 24 satellitter i kredsløb hele tiden, der hver tager en tur rundt om jorden, to gange i løbet af et døgn. Disse satellitter udgør hvad der bliver kaldt "The GPS Constellation", eller på dansk, GPS stjernebilledet. GPS-systemet bruges til at bestemme positioner på jorden, og vedligeholdes af den amerikanske stat, der sørger for at nye satellitter bliver sendt op for at erstatte de gamle, og for at de satellitter der er i kredsløb nu, bliver vedligeholdt og holder deres kurs. I øjeblikket har den amerikanske stat, 31 satellitter i kredsløb, hvoraf de ældste er af typen IIA, der blev sendt op mellem 1990-1997. Hver generation af satellitter indeholder nyere teknologi, mere præcise ure og større præcision, for hele tiden at forbedre systemet, både til gavn for civile/private brugere af GPS systemet, men også til nytte for militæret, som systemet oprindeligt blev udviklet til.

I satellitten er der indbygget atomure, der med stor præcision bestemmer hvor lang tid der er gået siden d. 5/1-1980, den såkaldte GPS tid. Denne information sender satellitten, sammen med informationer om satellittens position, via radiobølger, der bevæger sig med lysets hastighed mod jorden. På jorden modtager GPS-modtagere disse radiobølger, og notere det præcise tidspunkt for modtagelsen af signalet. Baseret på denne information, kan modtageren bestemme distancen mellem den selv og satellitten, ved at multiplicere hastigheden af signalet (lysets hastighed i m/s), med den tid det tog signalet at bevæge sig fra satellitten, altså tidspunktet for modtagelse af signalet, minus den tid satellitten noterede at den sendte signalet. Når en GPS-modtager får signal fra 3 forskellige satellitter, kan den bestemme dens aktuelle position i to dimensioner, og med hjælp af en fjerde satellit, kan højden også bestemmes.

I de fleste moderne smartphones, sidder der i dag en lille GPS-modtager, så brugeren til enhver tid kan finde ud af hvor vedkommende er, og bruge det til at finde en rute fra et punkt til et andet. Problemet med GPS teknologien, er dog at det i gennemsnit tager mellem 30 og 40 sekunder at få en position, da den udelukkende er afhængig af at fange radiosignaler fra satellitterne, der bevæger sig rundt i en højde af cirka 20200 km. En ny teknologi kaldet A-GPS (Assisted GPS) er derfor blevet udviklet, og er nu blevet standard i mobiltelefoner. A-GPS teknologien, bygger på mobiltelefoners opkobling til telefonmaster, for hurtigere at finde positionen. Telefonmasterne har typisk selv en GPS-modtager indbygget, og modtager derfor hele tiden informationer fra GPS'er, og kan derved være med til at hjælpe modtageren i mobilen med at tyde signaler fra satellitterne, der ikke er fuldkomne. GPS-modtageren i en mobiltelefon kan også få serveret informationer om hvor satellitterne befinder sig i forhold til den selv, da masterne typisk kender mobilens omtrentlige position, og om ting i vejret eller atmosfæren der kan have en indflydelse på modtagelse af signaler fra satellitterne.

Tre telefonmaster kan fungere som et simpelt positionerings system, der basalt set fungerer ligesom satellitterne, og det er alt den ekstra information modtagerne får, der gør at A-GPS typisk er både hurtigere og mere præcis, end almindelig GPS.

<http://www.windowcentral.com/gps-vs-agps-quick-tutorial>

<http://www.gps.gov/>

<http://www.gps.gov/multimedia/poster/>

<http://www.gps.gov/systems/gps/space/>

Eksiterende løsninger

TripAdvisor Offline City Guides

TripAdvisor har lavet en offline app, som kan hjælpe med at guide turister rundt, i den by de er rejst til. Den har mange forskellige funktioner, den har f.eks. et kort indlagt i appen. Dette kort er rigtig effektivt hvis man har forberedt hjemmefra, fordi man kan downloade et kort over den by man skal til, så den kan fungere offline. Det er en stor hjælp for turister, da ingen gider bruge en masse mobildata og penge, når man kunne gøre det gratis.

Appen fungerer sådan, at man kan downloade den information, de har til at ligge omkring byen, ind på sin mobil, så det fungerer offline. Så når turisten er taget på ferie og mangler hjælp til, hvad byen har at tilbyde, kan de gå ind og tjekke appens ideer og forslag. Her er der kategorier som restauranter, hoteller, attraktioner, byliv og shopping. Inde for hver kategori kan man så vælge Best in "town", og så vil man komme ind på en top liste over f.eks. attraktioner i den by man befinder sig i.

Hvis man så klikker ind på en ting man finder interessant, kommer der forskellige funktioner og informationer. Her vil man bliver informeret om, hvordan stedet/oplevelsen har været af andre brugere af appen. Her kan de så give den point fra 1-5, og kunne skrive kommentarer til stedet. Hvis stedet så er noget for brugeren, er der en knap, der vil vise hvor i byen stedet ligger, på det kort man har downloadet. Men der er også en knap der vil vise en hen til stedet, så man får en præcis rute til stedet.

Denne app har rigtig mange gode funktioner, en af de rigtig gode er det offline kort. Det gør at man ikke behøver at slå data til, når man er på udlandsrejse, og at man så har et kort i hånden hele tiden. Ved siden af det, kan man få indblik i hvilke ting der er at se, i den by man nu besøger, med kommentarer og ratings fra andre brugere, der har besøgt disse steder.

Det appen kunne mangle var en mulighed for, at kunne vælge flere seværdigheder på deres liste, og give en rute mellem disse seværdigheder, så man kan få en fler-punktsrute. Så man f.eks. kunne gå ind på top listen over attraktioner, og krydse af i top 3, og så vil man få den hurtigste rute mellem disse 3 attraktioner.

FindTheBestRoute.com

Google Maps er begrænset til kun at kunne vise vejen fra et punkt til et andet. Det har FindTheBestRoute.com taget kampen op imod, og har derfor lavet en hjemmeside på www.findthebestroute.com, hvor den hurtigste rute mellem 10 forskellige punkter kan beregnes.

FindTheBestRoute.com, udnytter Google Maps JavaScript API v3, altså et grænseflade til Google Maps, der tillader andre programmer at benytte Google Maps, til fx at få vist et kort, eller beregne en rute. Selvom der på maps.google.dk ikke er mulighed for at indtaste forskellige destinationer, og få anvist den hurtigste rute imellem punkterne, så har Google Maps faktisk allerede funktionaliteten indbygget til at foretage denne beregning, baseret på "the Travelling Salesman Problem". For

findthebestroute.com, er det derfor simpelt at sende en anmodning til Google, der indeholder informationer om de forskellige destinationer der skal forbindes med en rute. Google foretager så beregningerne, og sender den bedste rute tilbage, til findthebestroute.com, hvor de så kan vise ruten til deres brugere.

<https://developers.google.com/maps/documentation/javascript/directions>

<http://findthebestroute.com/RouteFinder.html>

Appendix

Interessentanalyse

Storbysturister

Turisterne har er en interessant i projektet, da det er dem projektet retter sig imod, det er dem der skal anvende ruteplanlægningen, til at forbedre deres ferie og derfor vil de være interesseret i at det fungerer så godt som muligt.

Storbysturister er en væsentlig interessant i projektet, da en turist i en storby ofte vil se en masse ting. Hvis turisterne ikke planlægger hvad det er, de vil se, kan turisterne meget nemt glemme at få besøgt nogle af de seværdigheder, de ville se. Det kan skyldes, at turisterne vælger at gå en meget lang rute, og derved finder andre ting som de vælger at bruge deres tid på, eller at de simpelthen bare ikke kan finde vej til den attraktion de nu ønsker at se. Et ruteplanlægningsværktøj vil derfor være interessant for storbysturister, da det kan være med til at planlægge den helt rigtige ferie, hvor turisterne kommer til at besøge alle de attraktioner, de ønsker at besøge.

Statsejede/privatejede attraktioner

Statsejede attraktioner er en interessant i projektet, da staten ønsker, at der skal flere penge ind i landet. Hvis der er turister i et land, vil staten være interesseret i at få turisterne til at se og prøve så mange attraktioner der er i landet som muligt. På den måde vil der være flere penge til landet.

De privatejede attraktioner vil ligeledes være en interessant i projektet, da private ejere ønsker at tjene så meget som muligt.

Her vil et ruteplanlægningsværktøj kunne hjælpe turister med at se nogle af de attraktioner der er i landet, hvis man fx havde en top 5 over de attraktionerne der er i landet, eller i den by man besøger.

Forretninger

Diverse forretninger er også en interessant i projektet, da kendte brands som fx Adidas, Louis Vuitton, McDonald's og lignende gerne vil tiltrække flere kunder. Ved at implementere disse adresser i et ruteplanlægningsværktøj, kan det tiltrække nysgerrige turrister, og derved øge forretningernes omsætning.

Dette kan dog komme til at gå udover de mindre forretninger i byerne, da der er en chance for, at de vil blive besøgt mindre, eftersom mange turister ikke nødvendigvis kender de mindre forretninger.

Offentlig transport

Transport er en interessant i projektet, da der i samarbejde med staten, vil være mulighed for at planlægge ruter der foregår i en anden by end den turisterne er i, ved hjælp af offentlig transport. Dette vil være med til at øge den statslige indkomst, og derfor er staten en interessant.

Turistkontoret

Turistkontoret er også en interessent i projektet, da deres job er at servicere turister og hjælpe dem med at finde vej til diverse attraktioner. Et ruteplanlægningsværktøj kan potentielt udgøre en risiko for at der bliver mindre at lave i et turistkontor og derfor medføre nogle fyrringer. På den anden side kan det også hjælpe turister med at få hjælp, når nu turistkontoret har lukket, eller hvis der er for lange køer.

Guide-bureauer/pakkerejser

De forskellige guide-bureauer der sælger pakkerejser med guide og lignende, er også en interessent i projektet. Disse bureauer vil være imod et ruteplanlægningsværktøj, da det kan fratage dem nogle potentielle kunder, og derved sænke guide-bureauernes indkomst.

Interessentanalysen - Prioriteringen

Gidsler

Gidslerne i projektet, altså de interessenter med en vigtig aktiv medvirken og lille indflydelse, er de stats-/privatejede attraktioner, de større butikker, storbyturisterne og den offentlige transport.

Disse interessenter er gidsler, da det uden deres interesse, vil være meget svært, at lave et ruteplanlægningsværktøj, der opfylder det turisterne har brug for. Grunden til at deres indflydelse på projektet ikke er stor, skyldes at adresserne ligger på nettet, så det er forholdsvis nemt at finde adresserne til attraktioner, butikker etc. uden deres hjælp. Grunden til at turisterne er gidsler, skyldes, at de ikke har meget indflydelse i projektet, de skal blot anvende ruteplanlægningsværktøjet.

Ressourcepersoner

Ressourcepersonerne i projektet, altså de interessenter med en vigtig aktiv medvirken og stor indflydelse, er turistkontoret.

Turistkontoret i dette projekt er ressourceperson, da de har rigtig mange informationer om turister, og hvad turisterne gerne vil se. Derudover kan de have idéer til hvad der skal indgå i gruppens program, for at det vil være mest optimalt for turisterne.

Ekstern

De eksterne i projektet, altså de interessenter med en mindre vigtig aktiv medvirken og lille indflydelse, er de små butikker og guide-bureauer.

Disse interessenter er på en måde "offerene" ved projektet. De har ikke særlig meget at skulle have sagt, og de har stort set ingen indflydelse på projektet, men projektet har en indflydelse på dem, og deres indkomst.

Grå eminence

Den grå eminence i projektet, altså de interessenter med en mindre vigtig aktiv medvirken og stor indflydelse, er Google Maps.

Google medvirker ikke i projektet aktivt, men Google har en meget stor indflydelse på projektet, idet ruteplanlægningsværktøjet skal køre gennem Google Maps.

Resultater

Karrar Al-Sami 4/11/2014 12.12

Comment [2]: Noget i den her stil?

Ud fra interessenterne fra interessentanalysen, har gruppen vurderet, at der er to væsentlige store interessenter, i forhold til de andre. Disse to interessenter, er, turisterne og turistkontoret.

Grunden til, at det er disse to, skyldes, at hvis gruppen senere hen skal udvikle et program, så mener gruppen, at det program skal rettes hen imod den ene eller den anden. Altså lave et ruteplanlægningsværktøj der har turisterne som fokus, hvor så det ville komme med forslag og idéer til hvad turisterne kan se i byen og lignende. Hvis det så derimod er turistkontoret, der er i fokus, kunne et program måske programmeres i forhold til turistkontorets ønsker, således, at turisterne vil komme tilbage til byen.

Gruppen har besluttet, at fokuset i projektet, vil være turisterne frem for turistkontoret, da gruppen mener, at det er vigtigst, at turisterne får det bedste ud af deres ferie som muligt.

Spørgeskema teori

Når et spørgeskema skal udføres er det vigtigt at have helt styr på formålet, altså hvad er succes kriterierne, hvilke problemstillinger skal der være svaret på efter spørgeskemaet er fuldført? Den anden ting som er vigtig at få afklaret, er hvem målgruppen for undersøgelsen er, hvem er det der skal svare på disse spørgsmål? Med disse to ting i baghovedet skal et spørgeskema så udføres, så formålet bliver opfyldt så godt som muligt uden at gøre spørgeskemaet for forvirrende for målgruppen.

Spørgsmålene

spørgeskemaets spørgsmål skal først og fremmest være dækkende. De skal altså kunne dække alle problemstillingerne som er blevet udformet. Derudover skal disse spørgsmål ikke gå ud over problemstillingerne. Et spørgsmål som ikke svarer på en del af problemstillingen, er ikke brugbar i den efterfølgende analyse. Spørgsmålene skal være lige til sagen, der er ingen grund til for mange omveje.

Som hovedregel er korte spørgsmål bedre end lange, da disse er mere direkte og overskuelige.

Formulering

Det er vigtigt i forbindelse med formuleringen af spørgsmålene til spørgeskemaet, at alle spørgsmålene vil blive forstået ens. Der må altså ikke være nogen tvivl hos respondenterne. Det er i denne forbindelse vigtigt ikke at bruge vage formuleringer, dobbeltspørgsmål, indforstået/faglig jargon og lange ord. Spørgsmålene kan give forskellige mening for forskellige folk hvis disse ikke bliver overholdt, og dermed kan svarene ikke bruges til ret meget analytisk.

Til sidst er ledende spørgsmål også farlige, da spørgeskemaundersøgelser som oftest har som mål at give objektive ikke forvrængede resultater.

Rækkefølge

Når rækkefølgen skal overvejes er der 4 ting man skal tage højde for:

Motivationen hos respondenterne

Respondenten vil efterhånden miste koncentrationen og motivationen til at besvare spørgeskemaet jo længere han eller hun kommer. Dette kan undgås ved først og fremmest kun at stille de nødvendige spørgsmål så spørgeskemaet bliver så kort som muligt. Derudover kan det være en fordel at stille de nemme spørgsmål i starten af spørgeskemaet så respondenterne får besvaret en masse spørgsmål i en fart, og derved kommer godt i gang. Det kan dog også være en god ide i nogle tilfælde at komme til sagen med det samme.

Konteksten spørgsmålet er indenfor

I nogle tilfælde kræves der information fra et tidligere spørgsmål, før der kan svares på et andet.

Derfor er det vigtigt at sørge for at rækkefølgen er således at respondenterne har fået stillet de krævede spørgsmål før det spørgsmål hvor respondenterne skal bruge informationen.

Den emnemæssige sammenhæng

I rækkefølgen på spørgeskemaet skal der undgås alt for store emnemæssige brud, der skal være et naturligt flow mellem spørgsmålene.

Tragtmodellen

Det er til stor fordel at stille de generelle spørgsmål før de specifikke, så der opstår en form for tragtmodel ned gennem spørgeskemaet.

Spørgeskema undersøgelse

Vi har i forbindelse med vores projekt udarbejdet et spørgeskema. Følgende afsnit vil redegøre for processen og dens resultater

Udformning

Først udformede vi en række problemstillinger vi ville have svar på i vores undersøgelse:

- Hvilke slags attraktioner tager turister til Aalborg for at se?
- Hvordan planlægger turister deres ferie til Aalborg?
- Hvordan finder turister rundt?
- Har turister problemer med at finde rundt?
- Fortrækker turister den hurtigste eller den mest interessante rute?
- Er den løsning vi har i tankerne noget respondenterne ville bruge?

Derefter kiggede vi på, hvem vi skulle spørge. Da vi havde afgrænset os til Aalborg, kom vi i problemer da der stort set ingen turister er i Aalborg om vinteren. Derefter tænkte vi at vi kunne spørge vores venner på Facebook, men ved nærmere eftertanke var der ikke mange af dem, som har været decideret turister i Aalborg. Derfor kom vi frem til at vi ville lave spørgeskemaundersøgelsen for vores Facebook venner, men hvor der ikke blev afgrænset til Aalborg men til storbyer generelt. Dette ville give os nogle resultater for storbyturisme generelt, som vi så kunne overføre til Aalborg, da det også er en storby. Dog giver dette nogle begrænsninger: Vi spreder spørgeskemaet på Facebook og vil derfor kun ramme de personer som vi er venner med på sitet. Det vil sige at vi hovedsageligt vil ramme unge mennesker mellem 19 og 23 år. Derudover har vi valgt at lave spørgeskemaet på dansk og vil derfor ikke ramme folk som ikke forstår dansk. Det er simpelthen gjort fordi spørgsmålene skulle være så nemme at forstå som muligt, og da vi ikke har ret mange venner på Facebook som ikke kan dansk, mister vi ikke ret mange respondenter ved at gøre dette.

Med disse kriterier og spørgeskemateorien i baghovedet udformede vi følgende spørgeskema:

Antal respondenter: 60

Hvad er vigtigt for dig på din storbyferie?

Sæt gerne flere krydser

Svarvalg	Besvarelser
Opleve kulturen	68.33% - 41
Se byens seværdigheder	90.00% - 54
Shopping	50.00% - 30
Fest/Bytur	26.67% - 16
Museumsbesøg	11.67% - 7
Maden	63.33% - 38
Teater/Musik	18.33% - 11

Kommentarer:

Sportsbegivenheder

I hvilken grad bliver din storbyferie planlagt?

Svarvalg	Besvarelser
Alt er planlagt til punkt og prikke inden ferien	0.00% - 0
Nogle ting er planlagt inden ferien	70.00% - 42
Planlægger dag for dag på ferien	28.33% - 17
Planlægger ikke	1.67% - 1

Hvilke hjælpemidler bruger du til at planlægge din storbyferie?

- Tripadvisor
- Google
- Internettet
- Guide
- Google maps
- Yelp
- Turen går til..
- Venner/familie som har været på stedet
- Rejsebureauer
- Bøger
- Lonely planet
- fdm-travel.dk
- booking.com
- hotels.com
- Momondo
- Ansrejser
- Expedia
- Hertz biludlejning
- Scout
- Lokale
- Kort
- Politikens de røde
- top 10 vigtigste ting at se

Hvilke redskaber bruger du til at finde rundt når du er på storbyferie?**Vælg gerne flere**

Svarvalg	Besvarelser
De lokale	46.67% - 28
Diverse kort/brochure	81.67% - 49
GPS/Elektronisk kort	55.00% - 33
Taxa	10.00% - 6
Guider	18.33% - 11

Har du nogensinde haft problemer med at finde vej på din storbyferie?

Svarvalg	Besvarelser
Ja	68.33% - 41
Nej	31.67% - 19

Når du skal fra en aktivitet til en anden på din storbyferie, vil du helst tage den hurtigste rute eller en langsommere men mere interessant rute?

Svarvalg	Besvarelser
Den hurtigste rute	20.00% - 12
Den interessante rute	80.00% - 48

Et program/applikation, som hjælper mig med at finde den hurtigste og/eller mest interessante vej igennem byen, via mene valgte "must see" destinationer, ville være noget jeg kunne bruge?

Stærkt uenig	Uenig	Enig	Meget enig
1.67% - 1	6.67% - 4	45.00% - 27	46.67% - 28

Det er vigtigt at være opmærksom på at dette er en relativ lille respondentgruppe, men resultaterne giver stadig nogle klare tendenser, som gruppen godt mener vi kan tillade os at konkludere på.

Spørgeteknikker & metoder

Når der snakkes om videnskabelige spørgeteknikker er det vigtigt at kende forskellene på dette og dagligdagsproget, som normalt bliver snakket. Der er de standardiserede spørgeteknikker, hvilket er hvor spørgsmålene og rækkefølgen på disse, omhyggeligt er blevet arbejdet med, og deres rækkefølge, er valgt på forhånd for interviewet. Denne metode er nyttig at tage i brug, hvis en interviewer kender problemstillingen. Her får intervieweren svar på sine spørgsmål med så lidt spildt information som muligt. Dette udføres typisk med spørgeskemaer. Nogle forskere mener, at et standardiseret interview også har det element, at forholdene og endda tiden for interviewet er ens for alle respondenter. Alle andre former for interview er indenfor kategorien ikke-standardiseret interview.

Derudover er der de strukturerede interviews. Dette forgår lidt på samme måde, som de standardiserede interviews. Den væsentligste forskel herpå, er at spørgsmålene ikke er fastlagte, så det kun er spørgeguiden, der er fastsat. Dette skaber større mulighed for en kvalitativ interviewform, hvor intervieweren kan følge op på emner der kommer, som intervieweren ikke havde regnet med. Som et modsvar på denne form for interview, findes det ikke-strukturerede interview. Denne metode har hverken fastlagte spørgsmål, eller en fastlagt spørgeguide/rækkefølge på spørgsmål. Ved brug af denne metode kan intervieweren frit følge et givent emne ud fra respondentens svar, derfor kaldenavnet "det fleksible interview".

Lukkede & åbne spørgsmål

Lukkede spørgsmål bruges typisk ved kvantitative spørgeteknikker såsom et spørgeskema. Altså teknikker som gør at responsen let kan sammenlignes og analyseres. Denne metode af spørgsmål falder altså ind under kategorien standardiseret spørgsmål, da respondenterne hverken kan ændre på rækkefølgen af spørgsmålene eller gå ind og uddybe sine svar.

Til hvert et træk, er der et modtræk. De åbne spørgsmål, som bliver benyttet i de kvalitative aspekter indenfor spørgeskemaer, altså den mulighed at respondenterne kan uddybe nogle svar, hvis interviewereren føler det er nødvendigt og stille sådan en plads til rådighed i spørgeskemaet.

Psykologiske teknikker:

Interviewerens situationsfornemmelse er kritisk ved at ansigt-til-ansigt interview, altså at interviewereren kan fornemme atmosfæren, hvilke ting interviewereren kan spørge om og hvilke interviewereren ikke kan. At interviewereren kan læse respondentens kropssprog, når spørgsmålene bliver stillet, kan bruges til fordel for interviewet. Hvis dette bliver ignoreret, kan det ende med et mislykket interview.

Passive teknikker:

Denne teknik går ud på at stille et spørgsmål, lade respondenten svare, hvorefter interviewereren kommer ind med nogle spørgende kommentar. Ved brug af denne teknik, mindskes interviewerens bestemmelse i retningen af interviewet, og respondenten kan komme med mere information, om et givent emne, og endda indbringe egne meninger og holdninger, hvis dette er vigtigt ift. emnet.

Tive teknik:

Hvis respondenten ikke er specielt snakkesalig kan interviewereren give ham/hende følelsen af at den viden de har, er interessant og vigtig, ved fx at spørge, "Jeg synes dine iagttagelser er interessante" o. lign.

Aktiv spørgeteknik:

Hvis interviewereren kommer ud for, at respondenten er meget sky og tilbageholden med information, kan interviewereren manipulere ham/hende til at tro at den information de kommer ud med, er en lille del af en manglende kæde. Fx kan interviewereren nævne en given situation, hvorefter interviewereren spørger ind til det manglende led, altså den information interviewereren mangler. På denne måde ligner respondentens svar "bare" et lille manglende led i noget interviewereren allerede ved.

Interview teori

Der er mange former for interviews og disse kan udføres på forskellige måder, men typisk når der snakkes om interviews, bliver de delt ind i tre forskellige former, enkeltinterview, spørgeskemaer og telefoniske interviews.

Enkeltinterview:

Det enkelte interview forgår på følgende måde: Både interviewereren og respondenten mødes ansigt til ansigt. Fordelene herpå er tydelige, at give respondenten mulighed for at besvare private og intime spørgsmål, som en almen respondent ikke er tryk ved at tale om foran andre. Dette mindsker også chancen for at spørgsmålene bliver misforstået, samtidig med at svarene kan diskuteres på et højere plan, end ved et interview over telefonen eller ved et spørgeskema, da snakkes med mere end bare ord, nemlig kropssprog. Hvis interviewereren har en god situationsfornemmelse kan et vellykket interview, forventes.

En udvidelse af enkeltinterviewet kan der snakke om gruppeinterview. Metoden bruges hvis der er pres på tid og ressourcer. Metoden er den samme udover den forskel at der er flere respondenter. Der opfordres ikke til dialog mellem respondenterne. Et modsvar til denne metode er fokusgrupper. Denne metode opfordrer netop til dialog mellem respondenterne, men emnet her er temmelig afgrænset. Denne metode bliver brugt til at sammenligne skabelsen af holdninger i sociale miljøer og hvilke argumenter der bliver taget i brug.

Spørgeskemaer:

Denne form for interview bliver udført over internettet og på papirform. Fordelene ved denne form er den større anonymitet som respondenterne for. (Regner med at henvise til Frederiks del om spørgeskemaer her?)

Telefoninterview:

Det telefoniske interview er lidt en sammenblanding af de to ovennævnte interview former. Telefoninterviewet foregår ved at en eller flere interviewere sidder bag røret og stiller en række spørgsmål, som på forhånd er fastlagte. Den væsentlige forskel på telefoninterviewet som er et kvalitativt interview og spørgeskemaet som er et kvantitativ interview, er at interviewerne kan uddybe deres spørgsmål på et højere plan, end et spørgeskema vil kunne. Måden hvorpå denne form for interview foregår er ved at scanne spørgeguiden ind i et program, hvorefter dette vil blive sendt til respondenterne og unødvendige spørgsmål undgås. Her har respondenterne så mulighed for at skrive sine egne svar ind, hvilket mindsker fejl ved fx transskription. Til sidst har intervieweren mulighed for at gå i detaljer med hvert spørgsmål sammen med respondenterne.

Bilag 1

Her kommer transkribering af interview.