

Psykologiske feltundersøgelser kap. 28 **(Kilde: *Psykologiens veje* ibog, Systime Ole Schultz Larsen)**

Når du skal i gang med at lave en undersøgelse, er der mange ting at tage stilling til. Det er indlysende, at man selvfølgelig først skal have et bestemt fænomen eller en problemstilling, man er blevet interesseret i at undersøge nærmere, eller som man med læreren eller i klassen har besluttet at undersøge. Herunder følger et skema for, hvordan en undersøgelsesproces kan forløbe. Dermed ikke sagt, at alle faserne i skemaet altid gennemløbes og gør det i den foreslåede orden, men punkterne nedenfor slår ned på nogle væsentlige faser, man før eller senere vil komme igennem i de fleste undersøgelser.

1. Hvad er det for en problemstilling eller et fænomen, du vil undersøge?
2. Undersøg, hvad der allerede findes af teori og andre undersøgelser.
3. Præcisér, hvilke spørgsmål du vil undersøge nærmere. Hvis du eventuelt har en hypotese, så formulér den og præcisér, hvilke resultater du forventer af undersøgelsen.
4. Beslut dig for metoden/metoderne.
5. Design din undersøgelse.
6. Beslut dig for, hvem og hvor mange personer, der skal indgå i undersøgelsen.
7. Lav en pilot-test.
8. Overvej undersøgelsens validitet og reliabilitet.
9. Udfør undersøgelsen.
10. Behandl dine data.
11. Skriv en undersøgelsesrapport.



Mål og metode (1-4)

Når du har besluttet dig for at undersøge et bestemt fænomen, kan det være en god idé at se nærmere på, hvad der findes af teorier og andre undersøgelser, som har forsøgt at belyse fænomenet. Det kan hjælpe dig til mere præcist at finde ud af, hvilke spørgsmål du skal stille, hvad du ønsker at opnå med undersøgelsen, og hvordan det er muligt at foretage undersøgelsen. Det sidste indebærer en stillingtagen til, hvilke metoder du vil anvende.

Ofte vil selve det spørgsmål, man stiller, og det man ønsker at undersøge, i sig selv være bestemmende for, hvilken metode man kan benytte. Andre gange kan den tid og de praktiske begrænsninger, man er underlagt, være medbestemmende for metodevalget. For nogle metoder er langt mere tidkrævende og besværlige end andre. En afgørende ting at tage stilling til er, om der skal være tale om en kvalitativ eller kvantitativ metode. I skemaet nedenunder kan du se, hvad kvantitative og kvalitative metoder er, og hvordan de adskiller sig fra hinanden:

	Kvantitative metoder	Kvalitative metoder
Data	Data, der kan sættes på talform (f.eks. antal skilsmisser, antal stød, antal rigtige svar)	Data, der ikke kan sættes på talform (f.eks. samtaler, erindringer, kunst)
Undersøgelsesmetode	Eksperiment, observation, psykometrisk test, spørgeskemaundersøgelse	Interview, casestudie, observation
Behandling af data	Statistisk analyse af data (grafer, diagrammer m.m.)	Fortolkning af data (hermeneutisk)
Antal personer/deltagere	Flere personer (ofte repræsentativt sample)	Få personer
Ressourcer og tid	Mindre tidkrævende	Ofte meget tidkrævende
Fordele	Spørgeskemaer er gode til at skabe overblik, kortlægge større sammenhænge og opnå generaliserbare resultater Eksperimenter er gode til at teste hypoteser og undersøge kausale forbindelser	Casestudier og interview er gode til at skabe indblik, komme i dybden med et fænomen og få mange detaljer med

Design og sample (5-6)

Uanset hvilken metode du benytter, skal du tage stilling til forskellige måder at udforme eller designe undersøgelsen på.

- Hvis du har valgt en eksperimentel metode, hvilket eksperimentelt design vil du så vælge? Hvis det drejer sig om observationer, hvordan vil du så indsamle dine data?
- Vil du anvende skemaer, der kan afkrydses?
- Vil du anvende video?
- Hvis det drejer sig om et casestudie, hvad er det så for oplysninger, du vil indhente?
- Hvad er det du vil være opmærksom på?
- Hvis det er en spørgeskemaundersøgelse, hvordan sikrer du dig, at du får spurgt om de rigtige ting?
- Hvordan skal spørgeskemaet og de enkelte spørgsmål udformes?

Alle disse overvejelser over design vil blive uddybet i forbindelse med præsentationen af de forskellige metoder.

Det er desuden afgørende at beslutte, hvem og hvor mange der skal indgå i undersøgelsen. Er der tale om et interview eller et casestudie, vil det ofte kun være muligt at undersøge ganske få, hvis ikke undersøgelsen skal blive for omfattende. Er der derimod tale om en spørgeskemaundersøgelse rettet mod en bestemt gruppe, er det vigtigt at

have udvalgt et tilstrækkelig stort og repræsentativt sample af gruppen, således at de resultater man får, ikke blot siger noget om dem, man har spurgt, men med en vis sikkerhed også siger noget om gruppen som helhed.

Endelig er det også vigtigt at overveje, om der er nogle etiske dilemmaer i undersøgelsen. Det er derfor vigtigt at være opmærksom på de etiske retningslinjer og sikre, at undersøgelsen ikke har negative effekter for deltagerne.

Lav et pilotstudie og overvej undersøgelsens validitet og reliabilitet (7-8)

En god forberedelse til en undersøgelse inkluderer en prøvefase, et pilotstudie, som det hedder, hvor man tester sit valg af undersøgelsesdesign og vurderer, om der er mangler eller fælder i den måde, man udfører undersøgelsen på, som man skal være opmærksom på. Især gælder det, at det er vigtigt at afprøve spørgsmålene i en spørgeskemaundersøgelse for at se, om de svar, man får, er relevante. Når først undersøgelsen er foretaget, er det for sent at opdage, at man burde have stillet nogle helt andre spørgsmål.

Endelig er det også vigtigt at stille sig to vigtige spørgsmål, når man skal vurdere, hvor god en undersøgelse er, og hvor meget den kan sige om de fænomener, man gerne vil undersøge.

- Har undersøgelsen validitet (gyldighed/relevans)?
- Har den reliabilitet (pålidelighed/troværdighed)?

Ser vi først på **validiteten** eller gyldigheden, så handler det ganske enkelt om, at undersøgelsen skal måle det, den rent faktisk siger, den vil måle. Er der en velbegrunder sammenhæng mellem den måde, et fænomen undersøges på, og de konklusioner, man på den baggrund drager. Det kan man kalde undersøgelsen interne validitet. Forsøger man f.eks. at sige noget om menneskers intelligens ud fra målinger af hovedets omfang, eller inddrager man matematiske opgaver, når man i en intelligenstest gerne vil undersøge menneskers sproglige evner, kan man tale om undersøgelser, der har en lav intern validitet. Sammenhængen mellem hovedstørrelse og intelligens er ikke særlig velbegrunder, og matematiske evner behøver ikke sige noget om et menneskes sproglige evner.

Udover den interne validitet skal undersøgelsen også være gyldig i forhold til det, den rent faktisk gerne vil sige noget om. Dens konklusioner og resultater skal kunne overføres fra selve den specifikke undersøgelsessituation til virkeligheden uden for. Det kaldes undersøgelsens eksterne validitet eller dens økologiske validitet. Den eksterne validitet er ofte højere, dér hvor undersøgelsen foretages i det miljø, hvor fænomenerne forekommer, frem for i laboratorier og undersøgelseslokaler. Den eksterne validitet kan man teste ved at sammenligne sine undersøgelsesresultater med resultaterne fra andre undersøgelser af fænomenet.

Reliabiliteten eller pålideligheden af en undersøgelse afhænger af, hvor nøjagtigt vi undersøger det, vi undersøger. Man kan godt have en lav validitet som i eksemplet med måling af intelligens ud fra hovedstørrelse, samtidig med at undersøgelsen har en høj reliabilitet, i den forstand at dens målinger er helt nøjagtige. Der kan være flere grunde til, at en undersøgelse ikke er særlig pålidelig og altså har en lav reliabilitet: Man kan som undersøger påvirke resultatet uden at vide det. Der kan være ukendte faktorer, der påvirker en eksperimentel undersøgelse. Dem man interviewer i en undersøgelse kan lyve. De deltagere (sample), man anvender i en spørgeskemaundersøgelse, er måske ikke repræsentative for gruppen som helhed. En vigtig måde, hvorpå man kan måle en undersøgelses reliabilitet, er ganske enkelt ved at gentage den eller lade andre gentage den og se på, om den giver de samme resultater igen. Man taler her om undersøgelsens reproducerbarhed.

For at sikre en høj reliabilitet kan man gøre det, at man benytter sig af flere metoder samtidig. Man kan f.eks. kombinere (kvalitative) individuelle interviews med en (kvantitativ) spørgeskemaundersøgelse eller med deltagerobservation. Det kaldes triangulering. Jo større overensstemmelse, der er mellem resultaterne af de forskellige metodiske tilgange, jo større er reliabiliteten.

Udførelse og databehandling (9-10)

Selve udførelsen af undersøgelsen vil altid være forbundet med en række praktiske problemer, som skal overvindes. Det kan være en langt mere tidkrævende proces, end man regner med. Der kan falde deltagere fra i undersøgelsen, som forringer dens troværdighed.

Men det er ikke muligt at give nogle generelle anvisninger for denne fase i undersøgelsen. Din behandling af de data, undersøgelsen giver, afhænger helt af, om du har valgt en kvantitativ eller kvalitativ metode. Hvis du har valgt en kvantitativ metode, får du resultater, der kan tælles, måles og sammenlignes, og der kan f.eks. findes gennemsnit, variationsbredde og statistiske sammenhænge (korrelationer) af forskellig art. Du kan anvende grafer og diagrammer til at vise dine resultater.

Anvender du derimod en kvalitativ metode, står du ofte med en mængde skrevne notater, som du skal have systematiseret og fortolket ved hjælp af forskellige kategorier og inddelinger. Det kan være kategorier, du selv har valgt, eller også afslører stoffet selv nogle oplagte måder at kategorisere og inddele de oplysninger, du har fået. I forbindelse med interview og casestudier er det særligt vigtigt ikke at fortolke de enkelte udsagn alt for isoleret, men netop hele tiden være opmærksom på, at se dem i lyset af den helhed (hele interviewet/studiet/situationen), de indgår i.

Rapportering (11)

Selve den rapport, du skal lave om undersøgelsen, har det helt grundlæggende formål så præcist som muligt at fortælle andre om, hvordan du har lavet undersøgelsen, og hvad du er nået frem, således at de i princippet kan gentage undersøgelsen. Her følger et forslag til, hvordan du kan inddele din rapport.

Titel: En kort og informativ overskrift, der præsenterer undersøgelsen og den/de metode(r), du har brugt.

Introduktion: Introduktionen bør indeholde en redegørelse om baggrunden for undersøgelsen, hvilke mål du har haft med den, hvilke hypoteser du eventuelt havde på forhånd, og hvorfor du netop har valgt den aktuelle metode.

Undersøgelsens design: En beskrivelse af undersøgelsens design – dvs. hvordan du har tilrettelagt forsøget. Herunder en redegørelse for, hvem der har deltaget i undersøgelsen, hvor mange der har været tale om, og hvordan de er blevet udvalgt. Her kan også redegøres for de materialer, du har anvendt, og hvordan du eventuelt har forberedt deltagerne.

Udførelse: Redegørelse for hvordan undersøgelsen rent faktisk forløb. Redegørelsen bør være tilstrækkelig detaljeret til at andre vil kunne gentage undersøgelsen.

Resultater/analyse: Kort opsummering af undersøgelsens resultater. Er undersøgelsens mål blevet nået? Er dine hypoteser blevet bekræftet? Hvis der er tale om en kvantitativ undersøgelse kan resultaterne underbygges af grafer og diagrammer. Hvis der derimod er tale om en kvalitativ undersøgelse kan resultatet suppleres med f.eks. centrale interview-citater.

Desuden er det vigtigt at gøre rede for, hvordan du har behandlet dine data og er nået frem til de resultater, du har fået. Hvilke beregningsmetoder har du brugt i den kvantitative undersøgelse og hvilke kategorier og inddelinger har du brugt i den kvalitative undersøgelse?

Diskussion og selvkritik: Resultaterne diskuteres i lyset af de mål, du har haft for undersøgelsen. Er målene indfriet? Er hypoteserne blevet bekræftet eller tværtimod afkræftet? Svarer resultaterne eventuelt til resultater fra andre undersøgelser? Har der været problemer i undersøgelsen? Har undersøgelsen haft den fornødne validitet og reliabilitet? Hvordan kan en forbedret udgave af undersøgelsen se ud? Hvilke nye ideer har du fået?

Litteraturliste: Hvis litteratur og andre undersøgelser er blevet brugt, noteres det her.

Bilag: Her placeres undersøgelsens rå-data og notater (samtale-udskrifter, observationsskemaer m.m.).