

2. Forskningsdesign og sentrale begreper

MEVIT 2800 8. september 2008

Tanja Storsul

I dag

- Forskningsdesign
- Enheter, variabler, verdier
- Reliabilitet og validitet
- Univers, utvalg og generalisering
- Kvalitative og kvantitative opplegg

Forskningsdesign: Valg i forskningsprosessen

- Velge tema og formulere problemstilling
 -
- Velge metode for datainnsamling
 -
- Velge materiale/data (avgrensning i tid og rom)
 -
- Velge teknikker for analyse
 -
- Velge presentasjonsform
 -

Østbye m.fl (2007):19

Tenkt eksempel 1 kvantitativt forskningsdesign

- Velge tema og formulere problemstilling
 - Har UiO-studentene mest tillit til hhv Dagsrevyen eller TV2-nyhetene?
- Velge metode for datainnsamling
 - Spørreundersøkelse/survey.
- Velge materiale/data (avgrensning i tid og rom)
 - 800 studenter tilfeldig trukket fra studentregistret. Gjennomføres andre uka i oktober 2008.
- Velge teknikker for analyse
 - Statistisk analyse.
- Velge presentasjonsform
 - Powerpointpresentasjon m tabeller. Vekt på generelle sammenhenger.

Tenkt eksempel 2 kvalitativt forskningsdesign

- Velge tema og formulere problemstilling
 - Hva påvirker UiO-studenters tillit til Dagsrevyen og TV2-nyhetene?
- Velge metode for datainnsamling
 - Kvalitative intervjuer (dybdeintervjuer).
- Velge materiale/data (avgrensning i tid og rom)
 - 15 studenter med ulik bakgrunn velges ut. Intervjues i løpet av oktober 2008.
- Velge teknikker for analyse
 - Fortolkning av intervjuene.
- Velge presentasjonsform
 - Foredrag med illustrerende sitater. Vekt på å forstå sammensatte sammenhenger.

Oppgave - forskningsdesign

- Velge tema og formulere problemstilling
 -
- Velge metode for datainnsamling
 -
- Velge materiale/data (avgrensning i tid og rom)
 -
- Velge teknikker for analyse
 -
- Velge presentasjonsform
 -

Typer kilder

- **Aktører**
 - Deltakende observasjon
 - Strukturert observasjon
- **Respondenter**
 - Semi/ustrukturerte intervjuer
 - Strukturert utspørring
- **Dokumenter (tekster)**
 - Kvalitativ innholdsanalyse
 - Kvantitativ innholdsanalyse

Grønmo 2004:125

Data

- Data er informasjon som er bearbeidet, systematisert og registrert i en bestemt form og med sikte på bestemte analyser.



Grunnleggende begreper

- **Enheter**
 - Undersøkellesobjekter
 - Kan være aktører, handlinger, meninger, hendelser
- **Variabler**
 - Egenskaper ved enhetene
- **Verdier**
 - Variasjon i egenskapene

Hva er hva her?
"I Norge bruker unge Internett til demokratisk deltakelse i større grad enn eldre."

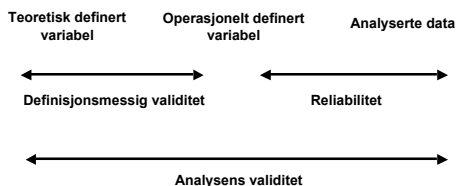
Operasjonalisering

- **Teoretisk definisjon**
 - Angir språklige relasjoner til begreper en regner med har et mer presist meningsinnhold.
 - Ex: *demokratisk deltakelse* er ytringer direkte til lokale folkevalgte eller indirekte via organisasjoner/aksjoner.
- **Operasjonell definisjon**
 - Angir hvilke operasjoner som må utføres for å ta stilling til om et empirisk fenomen faller inn under begrepet
 - Ex: representativ spørreundersøkelse om innbyggere har brukt Internett (operasjonaliseres) til politikere eller organisasjoner/aksjoner (operasjonaliseres).
 - Spørsmål i undersøkelsen presiseres.
- **Operasjonalisering**
 - Prosessen fra teoretisk til operasjonell definisjon.

En undersøkelses kvalitet

- **Reliabilitet**
 - Pålitelighet
 - Sikter til nøyaktighet i undersøkelsesforløpet (innsamling, bearbeiding og analyse)
- **Validitet**
 - Sikter til datas relevans for problemstillingen - måler vi det vi sier vi måler?
- **Definisjonsmessig validitet**
 - Er det overensstemmelse mellom teoretisk og operasjonell definisjon?
 - Er *demokratisk deltakelse* operasjonalisert fornuftig?

Analysens validitet



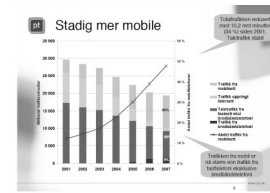
Grønmo 2004:25

Univers og utvalg

- **Univers (populasjon)**
 - Alle de enhetene som studiens problemstilling dreier seg om.
- **Utvalg**
 - De enhetene som faktisk undersøkes.
- **Statistisk generalisering**
 - Å trekke slutninger fra utvalget til universet.

Typer utvalg

- **Populasjonsstudier**
 - Alle enheter i universet.
- **Pragmatiske utvalg**
 - Skjønnsmessig.
- **Sannsynlighetsutvalg**
 - Alle enheter har en kjent sannsynlighet større enn null for å bli trukket ut.
- **Strategiske utvalg**
 - Utvelging ut fra teoretiske hensyn.



Statistisk generalisering

- **Generalisering forutsetter sannsynlighetsutvalg:**
 - Enkel tilfeldig utvelging
 - Systematisk utvelging
 - Stratifisert utvelging
 - Klyngeutvelging

KAMPANJE

- BRAND
- MARKETING
- REKLAME
- TV
- ANBEFALING
- OPPLAG
- REKVISITT
- WHISTLEBLOWER
- KALENDER
- SHOWROOM
- MARKEDSRETT

Tror ikke på tv-en

Her er trøstige tv-serier stoler ikke på det tv-kanskene forteller dem. Titteltittelen kommer eller flere avdelinger som trykke.

Teoretisk generalisering

- Strategisk utvelging
 - Kvoteutvelging
 - Slumpmessig utvelging
 - Utvelging ved selvseleksjon
 - Snøballutvelging

Kvalitative og kvantitative opplegg

Aspekt ved undersøkelsen	Datatype	
	Kvalitative data	Kvantitative data
Problemstillinger	Analytisk beskrivelse	Statistisk generalisering
Metodiske opplegg	Fleksibilitet	Strukturering
Forholdet til kildene	Nærhet og sensitivitet	Avstand og selektivitet
Tolkningsmuligheter	Relevans	Presisjon

Grønmo 2004:129

Triangulering

Kombinasjon av ulike typer data, kilder og metoder

Kvalitative intervju + dokumentanalyse + sekundærdata