

OPDAGELSESMETODE: INTERVIEW

Et interview er en samtale mellem to eller flere, hvor interviewerens primære rolle er at lytte. Formålet med interviewet er at få detaljeret viden om interviewpersonerne, deres verdensbilleder, oplevelser og tanker.

Et interview kan foregå individuelt eller i grupper.

Fordelen ved et individuelt interview er, at interviewpersonen kan føle sig mere tryk, og dermed tale om oplevelser, erfaringer eller viden, som personen måske er tilbøjelige til at holde for sig selv, hvis andre er til stede.

Fordelen ved et gruppeinterview er, at du kan få indblik i en fælles forståelse af en problematik på en arbejdsplads eller det kan vise forskelligheder og konflikter. Andres udsagn kan også få deltagerne til at komme i tanke om noget, de ellers ikke ville have forbundet med interviewet.

Fordele

Interview som opdagelsesmetode giver nuanceret viden om den person, der bliver interviewet. Det er muligt at spørge indtil nøjagtig dét, der har interesse i forhold til innovationsspørgsmålet, og den interviewede kan bidrage med overraskende og relevant viden.

Opmærksomhedspunkter

Et interview giver ikke indblik i faktiske handlinger, men bygger alene den interviewedes beskrivelser. Derfor kan interview med fordel suppleres med en af de andre opdagelsesmetoder, for eksempel observation eller fotosafari.

Tidsforbrug

Afhænger af interviewets emne og interviewpersonen. Et interview kan vare fra en halv time til 2-3 timer. Det tager typisk længere tid at lave et gruppeinterview. Aftal forinden, hvor lang tid interviewet skal vare.

Rekvisitter

Spørgeguide, papir og skriveredskab, gerne en lydoptager fx en smartphone.

SÅDAN UDFØRER DU ET INTERVIEW:

1. Vælg og lav aftaler med interviewpersonerne

Der findes overordnet tre typer af interviewpersoner – også kaldet kilder:

- **Ekspertkilder:** Velegnet når du mangler specifik viden eller faglige input, eksempelvis en professor, en konsulent, en leder eller kollega med særlig uddannelse eller erfaring.
- **Partskilder:** Velegnet når du har brug for at forstå holdninger hos organisationer, som på virker dit arbejde, eksempelvis en forældrebestyrelse, frivillige organisationer eller faglige organisationer.
- **Erfaringskilder:** Velegnet når du vil forstå borgerens oplevelse af de opgaver, din arbejdsplads løser.

Det er vigtigt at overveje, hvem der kan give dig viden om dit innovationsspørgsmål.

Kontakt de mennesker, du gerne vil interviewe, og aftal tid, sted og omfanget af interviewet. Brug de etiske retningslinjer til at lave en "kontrakt" om interviewet: Hvad det bliver brugt til, er interviewpersonerne anonyme eller ej, om de får resultatet til gennemsyn, så de kan rette fejlцитater og så videre.

2. Lav en spørgeguide

En spørgeguide kan sikre, at du når igennem de emner og spørgsmål, du vil afdække i interviewet. Det er en disposition, du kan bruge under interviewet.

En spørgeguide kan være mere eller mindre detaljeret. En detaljeret spørgeguide kan være gavnlige, hvis du har nogle bestemte spørgsmål, du vil stille. En mere løs spørgeguide giver dig større mulighed for at trække interviewet i den retning, som interviewpersonen finder interessant. Det kan give dig indsigt i forhold, du ellers ikke ville have fået belyst. Du kan se et eksempel på en spørgeguide nedenfor.

En spørgeguide til interviews kan bestå af følgende trin:

En brainstorm. Skriv dine tanker ned om emnet, du skal lære mere om, og spørg dig selv, hvad du har brug for at vide efter interviewet, som du ikke ved inden?

Valg af temaer. Beslut hvad du skal have ud af interviewet og de temaer, du vil undersøge. Hvis du skal finde ud af, hvordan borgere oplever deres første møde med jobcentret kunne det være temaer som "første brev", "første samtale" og "jobcentrets fysiske indretning".

Find på gode spørgsmål til hvert tema. Inspiration til gode spørgsmål finder du nedenfor.

3. Gennemfør interviewet

Vær undervejs i interviewet opmærksom på, hvilke svar der knytter sig til hvilke spørgsmål. Her er seks råd til, hvordan du får svar, du kan bruge til noget.

a) Stil gode spørgsmål

Journalisten John Sawatsky er ekspert i interviewteknik. Han tror på styrken ved simple spørgsmål og har oplistet 20 stærke spørgsmål, som kan bruges i alle sammenhænge. De virker, fordi de giver plads til kilden, emnet og deltagerne. Hans spørgsmål er:

1. Hvad skete der?

2. Hvad mener du?

3. Hvorfor det?

4. Hvad er valgmulighederne?

5. Hvordan vil du karakterisere det?

6. Hvad gjorde udslaget?

7. Hvad sagde han?

8. Hvordan går det til?

9. Hvad tænkte du på?

10. Hvad er et eksempel på det?

11. På hvilken måde?

12. Hvilken virkning får det?

13. Hvilke implikationer har det?

14. Hvordan det?

15. Hvad følte du/Hvordan havde du det?

16. Hvordan reagerede du?

17. Hvordan endte det?

18. Hvordan klarede/håndterede du det?

19. Hvad er beviserne på det?

20. Hvad fik dig til at sige det?

b) Stil specifikke spørgsmål

Specifikke spørgsmål virker meget bedre end generelle spørgsmål og giver ofte en dybere indsigt.

Hvis du spørger: ”Læser du avis?”, vil personen, du interviewer, sikkert svare noget i stil med: ”ind i mellem”, og det svar bliver du ikke meget klogere af. Hvis du i stedet spørger: ”læser du avis i weekenden?”, har du større chance for et specifikt svar: Ja eller nej. Et spørgsmål kan altid blive mere specifikt, eksempelvis ved at spørge: ”Lørdag eller søndag – morgen eller aften?”.

Vurdér hvad der passer, men de specifikke spørgsmål gør svarene mere præcise, og du får flere detaljer frem. Det kan betyde, at I opdager noget, der overrasker jer, noget I ikke vidste før.

c) Stil åbne spørgsmål

Det er også vigtigt at stille åbne spørgsmål, der ikke er ledende. Hvis du siger: ”Det må være svært at henvende sig på jobcentret første gang” stiller du et ledende spørgsmål, der fanger den interviewede i din forståelse af en situation, og du finder ikke ud af, hvordan interviewpersonen selv opfatter situationen. Spørg i stedet: ”Hvordan oplevede du at henvende dig på jobcenteret første gang?”.

d) Lyt

Formålet er at forstå, hvad de personer du interviewer har oplevet eller ved. Derfor må du hele tiden fokusere på, hvad de siger og afvige fra din spørgeguide, hvis det viser sig, at helt andre temaer optager dem. Måske kan du så ikke bruge deres udsagn bagefter. Men det kan også være, at du må indse, at den innovation du gerne vil lave, skal tage en helt anden drejning end planlagt.

e) Spørg ind

Guldet ligger ofte i detaljen. Hjælp kilden til at fylde detaljer på deres oplevelser. Hvad skete der så? Hvad tænkte du om det? Hvordan reagerede du på det? Hvad gjorde de andre så? Sawatzky's spørgsmål er gode til det.

Tip: Spørg borgere, hvad de tænkte eller gjorde, snarere end hvordan de følte. Ofte vil svarene være af typen: ”Det føltes ikke så rart” eller ”Det blev jeg glad for”, og de udsagn fortæller ikke særlig meget om, hvad der rent faktisk foregik, eller hvad problemet eller den gode oplevelse egentlig gik ud på.

f) Vær ikke bange for tavshed

Guldgruberne kommer tit i forbindelse med tavshed, fordi interviewpersonen – ligesom dig – vil længes mod at bryde tavsheden. Den interviewede får samtidig en pause til at formulere svar, der er mere nuancerede end umiddelbare reaktioner og tanker.

4. Reflektér over det, du har hørt

Efter interviewet er det en god idé at afsætte tid samme dag, til at få tænkt over hvad du har hørt.



Følgende spørgsmål kan igangsætte din refleksion:

- Hvad har jeg lært i dag?
- Hvad kan jeg ikke forstå?
- Hvad gik jeg glip af?
- Hvad ved jeg i dag, som jeg ikke vidste for fem dage siden?
- Hvad er anderledes, end jeg troede?

Skriv dine refleksioner ned sammen med de noter, du har taget mens du interviewede, eller bidder af det du har optaget. De bliver nyttige i næste fase.

EKSEMPEL PÅ EN SPØRGEGUIDE

Her et eksempel til inspiration, når du skal lave din egen spørgeguide. Denne guide er brugt i en privat virksomhed med det formål at undersøge, hvordan medarbejdere i en organisation deler viden.

Spørgeguide:

Spørgsmål om kunderne

- Hvad er kendetegnende for en god kunderelation?
- Hvilken viden vinder en opgave?
- Hvad får kunden til at komme igen?
- Er kunden en faglig sparringspartner?
- Hvad ville ske, hvis du forlod firmaet? (Ville kunderne følge med?)

Spørgsmål til det fysiske rum

- Hvad betyder det at arbejde sammen med nogen, der sidder fysisk på afstand af én selv?
- Hvad betyder det for vidensdelingen at arbejde i projekter?
- Hvad synes du om indretningen af rummet?
- Hvordan ser det ideelle kontor ud i dine øjne?

Spørgsmål om at søge information

- Når en kunde efterefterspørger en viden, som du ikke selv har, hvad gør du så?
- Hvordan finder man ud af, hvem der ved hvad?
- Hvilke kontakter benytter du dig af i det daglige arbejde
 - o Indenfor organisationen?
 - o Udenfor organisationen?
- Hvordan bruger du ellers organisationens faciliteter: Bibliotek, rapporter og tidsskrifter på gangene osv.
- Hvordan finder man informationer når man er ny?
- Hvordan finder man ud af ”hvordan man gør her?”



Spørgsmål om intranettet

- Hvad bruger du intranettet til?
 - o Hvor meget?
- Hvad synes du om måden intranettet er opbygget på? (Struktur, layout osv.)
- Bidrager du til intranettets indhold?
 - o Med hvad?
- Hvordan skulle intranettet se ud efter din mening?
- Hvordan kunne intranettet støtte videndeling?

Spørgsmål om at give information

- Hvad gør du, når du får en god idé?
- Hvad taler du om med dine kolleger?
- Hvilke erfaringer udveksler I?
 - o Faglige
 - o Sociale (om kunden)
 - o De dårlige erfaringer
- Hvordan deler du viden, du har erhvervet om/hos kunden?

Spørgsmål til motivationen for vidensdeling

- Hvad får dig til at videndele i dag?
- Hvilke formelle ”rammer” synes du er en støtte?
- Hvornår – i hvilke sammenhænge – videndeler du?
- Hvornår har du oplevet at det var værdifuldt at dele viden med andre?
- Hvad hindrer at du deler din viden med andre?
 - o I afdelingen?
 - o I organisationen?

