

GUIDE

# Guide til interviews om at skabe værdi og forandring

Udskrevet: 2023



**CFSA**  
CENTER FOR FRIVILLIGT  
SOCIALT ARBEJDE

## Indhold

Guide til interviews om at skabe værdi og forandring .....	3
--	---

## Intro

I denne guide får I et godt overblik over interviews i vidensarbejdet. Guiden gennemgår trin for trin, hvordan I kan gennemføre interviews med jeres målgrupper om den forandring og værdi, som jeres aktiviteter skaber.

## Indhold

Denne guide er målrettet bestyrelser, ledere, konsulenter og andre medarbejdere i små og mellemstore frivillige sociale organisationer eller foreninger, som arbejder med at undersøge, dokumentere og evaluere de forandringer og resultater, som jeres arbejde skaber.

Guiden sætter fokus på, hvordan I som en del af jeres vidensarbejde kan gennemføre interviews med jeres brugere om den forandring og værdiskabelse, jeres aktivitet forhåbentlig skaber for dem.

Interviews kan udføres på mange måder. Guiden tager jer igennem fire konkrete trin til, hvordan I kan planlægge, udføre, analysere og fortælle om interviews.

***Denne guide er en del af et større vejledningsmateriale som i form af guider, værktøjer og bøger skal styrke vidensarbejdet i civilsamfundet. Guiden er udarbejdet af CFSA og [Social- og Boligstyrelsen](#) i samarbejde med aktører fra frivillige sociale foreninger og organisationer.***

## Hvad kan interviews i vidensarbejdet bruges til?

I kan bruge interviews til at undersøge:

- Brugernes fortællinger, hvor brugerne med egne ord fortæller om dem selv, deres hverdag og hvordan foreningens aktivitet indgår i den enkeltes fortælling.
- Hvordan brugerne oplever, at aktiviteten påvirker de ønskede resultater og virkninger, som I har beskrevet i jeres forandringsteori.
- Variation i brugernes oplevelser og fortællinger, idet I med interviews kan beskrive et udvalg af forskellige oplevelser.
- Nye aktiviteter, idet interview kan give indsigt i et område, som I endnu ikke ved så meget om.

Udover at I selv får viden om jeres målgruppe, kan de brugere, som I interviewer også få et udbytte af at medvirke. Fx kan interviewet give den enkelte en følelse af, at hans eller hendes oplevelse af aktiviteten er spændende og værdifuld for foreningen. Ved at invitere brugere til interviews, kan I også skabe engagement omkring en aktivitet, fordi brugerne kan få medindflydelse, fx på hvordan aktiviteten udføres.

Når I har fulgt guidens fire trin, får I en tekst, som systematisk sammenfatter udvalgte brugeres oplevelse af, hvilken værdi aktiviteten har skabt for dem.

Sammenfatningen fungerer bedst, hvis den indeholder en række citater. Citater er gode, fordi de viser hvilke ord, brugerne selv anvender om deres oplevelse med aktiviteten og eventuelt forandring. I boksen neden for, kan du se et eksempel på et udpluk af en sådan sammenfatning.

## Interviews: Eksempel på sammenfatning med citat

Brugerne af Foreningen Mad og Mødre oplevede at få ret forskelligt udbytte af at deltage. Dem, der var mest begejstrede for madklubben, beskrev, at de havde fået betydningsfulde nye relationer, og at det var et frirum for dem at deltage. En bruger fortalte:

***”Jeg har mødt Louise igennem Mad og Mødre. Vi har det bare helt utrolig godt sammen. Hun forstår bare lige præcis, hvordan jeg har det. Vi har mødtes nogle formiddage uden for madklubben. Det er svært at få snakket meget efter jeg fødte. Men det gør ikke så meget. Jeg føler mig bare ... mindre alene.”***

Andre brugere var også glade for at deltage, men oplevede ikke, at de havde skabt relationer, som var blivende uden for Mad og Mødre

## Forudsætninger for at gennemføre interviews

Før I går i gang med at gennemføre et interview, anbefaler vi, at I har:

- Udarbejdet en [forandringsteori](#) om jeres aktivitet
- Afsat tid til at interviewe brugerne, renskrive og bearbejde interviews, noter/referat og sammenskrive jeres fund
- Mulighed for at komme i kontakt med brugere af jeres aktiviteter
- Styr på datasikkerhed og ved hvordan I skal behandle persondata.

## Datasikkerhed

Når I gemmer personoplysninger, skal I udarbejde et internt notat om, hvad I indsamler, og hvordan I opbevarer oplysningerne.

Vi anbefaler, at I både udarbejder jeres interne notat om opbevaring af data og evt. udarbejder samtykkeerklæringer, når I er færdige med trin 2 i denne guide og dermed ved, hvad jeres interviews kommer til at handle om.

Hvis I forventer at brugerne, i forbindelse med interviews, kommer til at fortælle personfølsomme\* ting, skal I sandsynligvis indhente et samtykke fra dem. Det er en overkommelig opgave at indhente samtykke. Se skabelon til samtykkeerklæring [[LINK](#)] som inspiration, og læs mere om samtykke i [CFSA's guide om regler for persondata i foreninger](#).

Under alle omstændigheder skal I have et sikkert sted, med lås eller adgangskode, hvor I kan gemme data samt fysiske og digitale oplysninger i forbindelse med jeres interviews - det er fx noter/referat, transskription fra interviewene, lydfiler og kontaktoplysninger.

## Før I går i gang med tringuiden

Før I går i gang med at gennemføre guidens fire trin, skal I dels beslutte, hvad I vil have viden om og dels formulere et undersøgelsesspørgsmål.

Læs, hvordan I formulerer undersøgelsesspørgsmål i afsnittet 'Princip 2: Stil det brugbare undersøgelsesspørgsmål' i guiden [5 principper, der styrker foreningens vidensarbejde](#).

I denne guide tager vi udgangspunkt i et eksempel, hvor (den fiktive) Foreningen Mad og Mødre ønsker at undersøge den forandring og værdi, som foreningen har haft for brugerne af madklubben.

Det gennemgående eksempel i tringuiden besvarer undersøgelsesspørgsmålet:

***"Hvordan oplever brugerne af Foreningen Mad og Mødre, at rådgivningen har påvirket deres dagligdag før og efter fødslen?"***

Vær opmærksom på, at guiden fokuserer på, hvordan I kan interviewe jeres brugere om den værdiskabelse og forandring, de oplever. I kan også bruge tringuiden til at blive inspireret til, hvordan I planlægger og gennemfører interviews med andre, fx jeres frivillige.

## Trin 1: Sådan udvælger og inviterer I personer til interviews

Det er ikke altid, hverken muligt eller hensigtsmæssigt at interviewe alle de brugere, I gerne vil sige noget om (fx alle brugerne af Foreningen Mad og Mødre). I skal vælge de brugere, I synes er mest relevante.

I oversigten neden for er der tips til, hvordan I kan vælge brugere til interviews.

### Oversigt over valg af brugere til interviews

Tilgange til at udvælge brugere	Fordele	Opmærksomhedspunkter
De brugere, som ser ud til at have fået mest ud af at deltage	Med denne tilgang, kan I sige noget om, hvordan aktiviteten fungerer, når den fungerer bedst. Det kan være inspirerende og illustrativt.	Det skal fremgå i den sammenfattende tekst, at I har talt med de mest positive brugere. Man kan godt lære af de brugere, som har klaret sig bedst, men man kan ikke generalisere deres oplevelser til alle brugere
De brugere som har overskud til at tale med	Denne løsning er ikke optimal, men den kan nemt udføres ved fx at spørge alle deltagere, om nogen har lyst til at blive interviewet og bruge dem, der	Ofte vil de brugere, der har overskud til at deltage, være dem, som klarer sig "bedst". I kan derfor komme til at mangle perspektiver fra dem, der har allermost brug for hjælp.

jer	melder sig frivilligt.	
De brugere, som ser ud til at have fået mindst ud af at deltage	Det kan give information om, hvad der kan forbedres eller måske udelades, fx hvad I skal forandre, hvis I vil undgå at brugere falder fra.	Fokus på udfordringer kan være 'tungt' for både brugere og interviewer, og derfor skal I i interviews og formidlingen heraf være løsningsorienterede og have fokus på, hvordan aktiviteten så kan forbedres.
Vælge efter bestemte karakteristika (fx lige mange unge eller gamle)	Denne tilgang kan være god, hvis I er nysgerrige på en bestemt del af jeres målgruppe, fx personer i et bestemt geografisk område eller aldersgruppe. Hvis I interviewer forskellige grupper (fx unge og ældre hver for sig) kan I bedre beskrive forskellene og vurdere, om I skal tilpasse aktiviteter til bestemte under-målgrupper.	Det kan være svært at finde brugere, der har tid og lyst, og som passer til de bruger-karakteristika, I ønsker, at få viden om.

I kan gennemføre interviews med de fleste mennesker. Men nogle mennesker kan være sværere at interviewe end andre. Husk, at det er okay at udvælge brugere, som gør interviewarbejdet til en overkommelig og realistisk opgave for jer at gennemføre.

## Skal I gennemføre individuelle eller gruppeinterviews?

I kan beslutte at interviewe én bruger ad gangen. Det kaldes et **individuel interview**\*. I kan også invitere en gruppe af brugere, som kan besvare jeres spørgsmål ved at diskutere dem i fællesskab. Det kaldes for et **fokusgruppeinterview**\*.

Denne guide tager udgangspunkt i individuelle interviews, men de fleste af trinene og de tilhørende råd kan også bruges, hvis I vil gennemføre fokusgruppeinterview. I oversigten neden for kan I se fordele og ulemper ved de to former for interview.

Oversigt over fordele og ulemper ved individuelle og fokusgruppeinterviews

### Individuelle interviews

### Fokusgruppeinterviews

#### Fordele

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mere tid til den enkeltes brugers oplevelser</li> <li>• Hvis temaerne for interviewene er sårbare for brugeren, kan det være rart kun at tale med én og ikke skulle fortælle andre om sine oplevelser</li> <li>• Mulighed for at komme dybere ned i den enkelte brugers oplevelser.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brugeren sidder ikke alene og kan læne sig op af hele gruppen.</li> <li>• Giver en fornemmelse af gruppedynamikker, som fx de sociale relationer mellem brugerne af foreningen 'Mad og Mødres madklub'</li> <li>• Kan være tidsbesparende for</li> </ul> |
|---|---|

intervieweren.

### Ulemper

- Det kan være ubehageligt eller grænseoverskridende for den enkelte bruger at være alene. Det afhænger af den enkelte bruger.
- Den enkelte brugers oplevelse kan blive overskygget af en andens eller gruppens
- Kan være krævende at facilitere en samtale med flere mennesker, og det kan være svært at samtalen holder sig inden for de ønskede temaer
- Kan være sværere at sikre, at alle brugere føler sig trygge i gruppen og at alle brugere bliver hørt.

## Inviter brugerne til interview

Når I skal invitere brugere til interview, er det afgørende, hvordan I inviterer dem. Det kan være, at de er mest trygge, hvis invitationen kommer gennem en person i foreningen, som de allerede kender - fx en frivillig. Find ud af, hvem der er nøgleperson i forhold til at invitere. Bliv enige med vedkommende om, hvad han eller hun skal lægge vægt på, når brugerne bliver inviteret til at deltage i interview.

Læs også artiklen: [Sæt brugerne i centrum for udviklings- og evalueringsarbejdet](#)

## Trin 2: Forbered interviewene

### Stil gode spørgsmål ved at udarbejde en interviewguide

#### Tips til at stille de gode spørgsmål

**Stil åbne spørgsmål:** I interviews skal man helst ikke stille lukkede spørgsmål. Et lukket spørgsmål er et spørgsmål, der kan besvares med ja eller nej. Prøv at stille åbne spørgsmål. Åbne spørgsmål starter tit med et 'hv-ord'.

**Stil spørgsmål om konkrete oplevelser og erfaringer:** Gode interviewspørgsmål handler om konkrete oplevelser og erfaringer. Fx "Hvad kan du bedst lide ved Foreningen Mad og Mødre?" eller "Vil du fortælle om en gang, hvor du gik hjem fra Mad og Mødre og var særligt glad bagefter?"

**Undgå abstrakte spørgsmål:** Abstrakte spørgsmål virker fremmedgørende. Hvis I fx bruger ordet 'relationer' fremfor 'venner'. Abstrakte spørgsmål risikerer at give ubrugelige svar, fordi den der bliver interviewet skal gætte sig til, hvad I ønsker at få svar på. Spørg i stedet "Har du lært nogen at kende?" eller "Har du fået nye venner?".

Når I forbereder et interview handler det primært om at formulere gode spørgsmål, som I har klar til interviewet. Listen med spørgsmål kaldes en interviewguide\*. Det er en god idé, at I skriver ned, hvordan I har tænkt jer at begynde og afrunde interviewet.

Når I udarbejder en interviewguide, kan I følge disse trin:

1. Start med at skrive jeres undersøgelses-spørgsmål i en tabel (se eksempel på en tabel nedenfor).
2. Skriv "temaer" i tabellen. Det kan fx være overskriften for hver af de ønskede resultater eller virkninger, I har beskrevet i jeres forandringsteori.
3. Undersøgelsesspørgsmålene er sikkert ikke spørgsmål, som I kan stille direkte til brugerne. Derfor skal de omsættes til konkrete interviewspørgsmål, som brugerne har mulighed for at svare på.
4. Lav evt. et felt til noter, hvor I enten kan skrive, hvad brugerne fortæller eller de opfølgende spørgsmål, I gerne vil stille.

Download redskabet [Skabelon til interviewguide](#)

## Eksempel på en interviewguide

Tema	Undersøgelsesspørgsmål	Interviewspørgsmål	Noter
			<b>Huskenoter om, hvordan interviewet skal begynde:</b> Kort introduktion til, hvorfor I interviewer, hvad I skal bruge interviewet til og evt. praktisk info.
"Opvarmnings-spørgsmål"		<b>Hvornår startede du i Mad og Mødre? Hvad kan du bedst lide ved Mad og Mødre? Er der noget ved Mad og Mødre, du er mindre glad for?</b>	
<b>Tema 1:</b> Netværk og relationer	Udvider brugerne deres netværk ved at deltage i Mad og Mødre?	<b>Har du lært nogen at kende gennem Mad og Mødre? Har du fået nye venner gennem Mad og Mødre? Kan du fortælle lidt om</b>	



## **jeres venskab?**

<b>Tema 2:</b>	Oplever brugerne at kunne spejle sig i de andre	<b>Føler du, at de andre i</b>
<b>Rollemodeller</b>	deltagere og finde inspiration og håb i forhold til at håndtere hverdagen på en ny måde?	<b>Mad og Mødre ligner dig?</b>
		<b>Kan du relatere til de ting, de fortæller om til Mad og Mødre?</b>
		<b>Får du nogle gange et nyt perspektiv på din hverdag i Mad og Mødre?</b>

### **Huskenoter til afrunding:**

- Mind brugeren om, hvad interviewet skal anvendes til
- Fortæl, hvis og evt. hvornår brugeren hører fra jer
- Spørg om brugeren har nogen spørgsmål

Hvis I har konkrete materialer, fx en pjece, et spil eller et billede fra den aktivitet, som interviewet handler om, kan interviewspørgsmålene tage udgangspunkt i, at I sidder med materialet foran jer under interviewet.

### **Hvem skal interviewe brugerne og hvor skal interviewet foregå?**

Overvej grundigt hvem, der vil være bedst til at udføre interviewene? Er det muligt at få en interviewer, brugerne ikke allerede kender fra aktiviteten? Sørg for, at brugerne føler sig sikre på, at de ikke bliver upopulære eller efterfølgende bliver behandlet anderledes, hvis de er kritiske under et interview. Omvendt skal brugerne også føle sig trygge under selve interviewet. Overvej derfor med jeres kendskab til brugerne, hvem det vil være bedst for dem at blive interviewet af.

Tænk også over, hvor interviewet skal finde sted. Har I lokaler, hvor I kan sidde uforstyrret, hvis det skal foregå fysisk? Eller er det bedre med et digitalt eller telefonisk interview? Hvor vil den enkelte bruger føle sig mest tryk?

### **Trin 3: Udfør interviewene**

Hvis I har gjort jeres forarbejde godt, kan det være rigtig sjovt og givende at gennemføre interviews. Det kan dog også opleves grænseoverskridende – både for den, der interviewer og for brugeren, særligt hvis de ikke kender hinanden.

I det følgende får I tips til, hvordan I skaber de bedste rammer for et godt interview.

### **Husk at spørge om I må optage interviewet**

Det kan være grænseoverskridende for brugeren, at interviewet bliver optaget. Husk derfor altid

at spørge om det er okay og forklar, hvorfor I gerne vil optage interviewet, og hvad der sker med lydfilen efter interviewet. En begrundelse for at I gerne vil optage interviewet kan være, at I vil kunne være mere nærværende og lytte ordentligt efter fremfor at have fokus på at skrive gode noter.

Hvis I vil gemme interviewene som lydfil, fx på mobiltelefonen, skal I være opmærksomme på, at lydfilen skal gemmes sikkert.

## **Interviews er en form for samtale**

Ligesom i en almindelig samtale skal I skabe tryghed og et godt flow i samtalen. Start med at fortælle om formålet med interviewet, brug lidt tid på small talk, og fortæl brugeren, at det er helt okay at bede om en pause eller helt stoppe interviewet, hvis vedkommende oplever, at der er brug for det.

## **Hold jer til de spørgsmål, I har skrevet i interviewguiden**

Det kan måske virke unaturligt at stille de på forhånd planlagte spørgsmål fra interviewguiden. Der er dog flere fordele ved så vidt muligt at holde sig til de formuleringer, I har planlagt. Det skyldes at I både kan komme til at stille ledende spørgsmål, hvis I indleder med en masse ekstra forklaringer, og at I kan komme til at overføre jeres egne forventninger til brugeren ved at fortælle, hvad I selv tror, han eller hun vil synes eller fortælle.

## **Stilhed kan opstå naturligt under interviewet**

Hvis brugeren er lidt stille, behøver det ikke være fordi, vedkommende synes, at det er ubehageligt at blive interviewet, eller fordi vedkommende ikke har noget at sige.

Der findes måde I kan få brugeren til at fortælle mere:

- Prøv at gentage det, brugeren lige har sagt – måske med lidt andre ord. Fx siger brugeren: ”Jeg har haft lidt svært at starte i en gruppe med mange fremmede” og bliver derefter lidt stille. Her er et muligt svar at gentage: ”Det har været lidt svært?” og se, om det inviterer brugeren til at sige lidt mere om, hvorfor det har været svært.
- Stil uddybende spørgsmål, men uden at vurdere brugerens svar. Fx ”Kan du fortælle lidt om, hvad der var særlig svært?”
- Nogle gange er det også tilstrækkeligt at sige ”hmm” eller nikke anerkendende for at vise, at brugeren gerne må tale videre, hvis han eller hun har mere at sige.

## **Vær opmærksom på rollen, som interviewer**

En god huskeregel er, at interviewerens helst ikke må tale lige så meget som brugeren. Det gælder endnu mere i fokusgruppeinterviews, hvor interviewets flow helst skal holdes i gang af samtalen mellem brugerne. Selvom det kan virke unaturligt, er det den bedste måde at sikre, at I inddrager brugerens unikke erfaringer og oplevelser bedst muligt.

Hvis intervieweren er usikker på, hvad en bruger mener, er det helt fint at omformulere det, og spørge, om det er rigtigt forstået. Hvis en bruger fx omtaler noget ubehageligt, og I er i tvivl om, hvorvidt det er noget brugeren har hørt, er sket, noget brugeren frygter eller noget konkret brugeren har oplevet, er det en rigtig god idé, at intervieweren afklarer, hvad brugeren mener.

Det er helt ok – på en venlig måde - at stoppe en brugeren, hvis han eller hun er ved at fortælle noget, som ligger helt uden for interviewets tematik.

## Lad ikke interviewet trække i langdrag

De fleste mennesker bliver trætte, når de bliver interviewet. Lad derfor være med at trække interviewet i langdrag. De fleste interviews har en varighed på under en time. Hvis intervieweren ikke kender brugeren på forhånd, kan det være en god idé at spørge vedkommende eller en nøgleperson, som kender brugeren, hvor lang tid interviewet bør vare.

## Afslut interviewet på en god måde

Sørg for at skabe en god afrunding på interviewet. Slut gerne af ved at spørge, om brugeren har mere, de gerne vil fortælle, eller om de har spørgsmål til jer.

## Trin 4: Sådan analyserer og fortæller I om interviewene

I kan analysere interviews på mange forskellige måder. Vi anbefaler, at I ordner jeres noter/referater i en tabel. Det er en fordel at analysere kort tid efter, at I har gennemført interviewene. Hvis I begynder at skrive uden at skabe overblik over, hvad der er blevet sagt i alle interviews, risikerer I at komme til at fokusere på enkelte interviews og pointer.

Vi anbefaler, at I opsummerer hver enkelt brugers oplevelser i forhold til interviewets temaer i hver sin celle i en tabel – også kaldet en matrix\*. I kan fx bruge Word eller Excel eller tilsvarende gratisprogrammer, hvor I kan udarbejde tabeller, der indeholder tekst. I kan se et tænkt eksempel på en matrix fra den tidligere omtalte madklub i Foreningen Mad og Mødre neden for. Sørg for at pointerne i hver celle er simple.

Eksempel på matrix over brugere og temaer

	<b>Tema 1: Relationer og netværk</b>	<b>Tema 2: Rollemodeller</b>
<b>Bruger 1: 'Sofie'</b>	Sofie har fået en god veninde (Louise) gennem madklubben. Det har haft stor betydning for hende.	Sofie oplever at kunne spejle sig i de andre deltagere. Der er ikke nogen bestemt, hun ser som rollemodel.
<b>Bruger 2: 'Kristina'</b>	Kristina oplever at have lært mange at kende og nyder at	Kristina synes det er meget inspirerende at høre, hvordan den frivillige gruppeleder klarede

være i madklubben. Hun ses ikke med nogen af deltagerne udenfor madklubben.

en lignende svær tid, da hun lige havde født. Hun synes dog, hun står i en ret anderledes situation end de andre i madklubben.

**Frivilliggrupeleder: 'Trine'** Trine oplever, at gruppen fungerer godt, og at de andre mødre i madklubben støtter og opmuntrer hinanden, mens de deltager i madklubben.

Trine tør ikke gætte på, om nogen af deltagerne ser hende som en slags rollemodel. Hun oplever, at de trækker rigtig meget på hinandens erfaringer.

**OBS! Navnene i eksemplet står med anførelses tegn, da der i eksemplet bliver gjort brug af pseudonymer – læs mere om pseudonymer i afsnittet neden for.**

Læg mærke til, at der i eksemplet ikke er enighed om, hvilken forandring og værdiskabelse madklubben har for foreningens målgruppe. Overvej om det kan være relevant at beskrive nogle undergrupper hver for sig. I eksemplet ovenfor kunne I fx beskrive, hvad der skabte værdi for dem, der fik nye venner uden for madklubben, og dem, som ikke fik varige bekendtskaber, men oplevede at være en del af et fællesskab, mens de var der.

Når I skal sammenskrive brugernes oplevelse af aktivitetens værdi på tværs af interviews, kan I beskrive **temaerne** et ad gangen. Husk at bruge citater. Citaterne viser de ord, brugeren selv benytter.

I boksen neden for kan du se et eksempel på, hvordan man kan sammenskrive ved brug af tema.

## Eksempel på sammenskrivning af tema

### Tema om rollemodeller og spejling

Mange brugere af Foreningen Mad og Mødre oplevede at blive inspireret af hinanden i forhold til at håndtere konkrete udfordringer med deres nyfødte barn, som fx amning. Flere oplevede dog, at de øvrige deltagere i Mad og Mødre havde nogle ret anderledes udfordringer end dem selv, hvilket gjorde, at nogen ikke rigtig følte, at de "hørte til" i madklubben. Sofie, som kommer på madklubben, fortalte fx:

***"Nogen af de andre har haft det super svært med kæresten. Du ved... Der har også været vold. Jeg har jo hele tiden vidst, at Henrik (den biologiske far) ikke ville blive en del af Silas' liv. På den måde føler jeg mig lidt anderledes. Jeg føler, de andre står et meget sværere sted end mig... mere rodet... og jeg er lidt forsigtig med at fortælle om det, jeg synes er svært."***

Til sidst skal I drage overordnede konklusioner om aktivitetens resultater og virkninger. Det kan være svært, hvis brugerne er uenige eller ikke siger det samme. Her skal I huske interviewenes formål og jeres undersøgelsesspørgsmål. Nogle gange er det også interessant at beskrive, hvis

brugerne har forskellige oplevelser eller holdninger.

Når I beskriver jeres fund er det en stor fordel, hvis I beskriver, hvordan brugeren er udvalgt.

## Brug pseudonymer i jeres analyse

Vi anbefaler, at I giver hver bruger et tal eller et pseudonym\*. Sofie kan fx være et pseudonym. Navne har en symbolværdi, fordi brugerne bliver ved med at være "rigtige mennesker", selvom I slører deres ægte navn. Pseudonymer kan indføres til sidst i citaterne i en rapport eller præsentation. Hvis I allerede indfører pseudonymer i arbejdet med matrixen, kan I vise matrixen til flere personer, uden at videregive personfølsomme\* oplysninger. I så fald kan I evt. lave en tabel (som I gemmer i et andet dokument), hvor I kan se koblingen mellem rigtige navne og pseudonymer.

## Formidling af jeres analyse

Jeres fund (altså det I vil konkludere på baggrund af interviewene) kan formidles på forskellige måder. Husk altid på, hvad formålet med interviewene var, når I beslutter, hvordan I skal formidle jeres fund.

Hvis det primære formål med interviewene er at gennemføre en workshop, hvor I skal udvikle videre på aktiviteten sammen, er der måske ikke nogen grund til at skrive en tekst i fx Word. Så kan I nøjes med at udarbejde en kort præsentation i fx PowerPoint.

## Ordbog: Begreber og fagudtryk i guiden om interviews

**Fokusgruppeinterview:** En interviewform med flere personer i samme interview (ofte 4-8 personer). Fokus er på gruppens drøftelser med hinanden.

**Individuelt interview:** Interview med én person af gangen.

**Interviewguide:** Et dokument med den række af spørgsmål, som ønskes besvaret under et interview.

**Matrix:** Opstilling i en tabel med vandrette rækker og lodrette kolonner

**Personfølsom:** Følsomme personoplysninger er et begreb, som datatilsynet bruger om helt bestemte typer oplysninger om personer. En oplysning er følsom, hvis den omhandler race og etnisk oprindelse, politisk overbevisning, religiøs eller filosofisk overbevisning, fagforeningsmæssige tilhørsforhold, genetiske data, biometriske data med henblik på entydig identifikation, helbredsoplysninger eller seksuelle forhold eller seksuel orientering.

**Pseudonym:** Et fiktivt navn, der anvendes i stedet for det faktiske



## **Brug vores guider til at få svar på dine spørgsmål om frivillighed**

Denne guide er udarbejdet af Center for Frivilligt Socialt Arbejde. På vores hjemmeside [frivillighed.dk](http://frivillighed.dk) finder du mere end 50 guider, der giver svar på de mest almindelige spørgsmål og udfordringer, som arbejdet med frivillighed og civilsamfund giver anledning til.

Guiderne dækker alt fra konkrete spørgsmål om vedtægter, forsikring, og tavshedspligt til inspiration om at rekruttere og fastholde af frivillige.

Frivillige, foreninger, landsorganisationer, fonde og kommuner, der arbejder inden for det frivillige sociale arbejde, har mulighed for at få rådgivning via telefon eller mail.

## **Center for Frivilligt Socialt Arbejde**

Center for Frivilligt Socialt Arbejde (CFSA) er et selvejende statsligt udviklings- og videnscenter om frivillighed på velfærdsområdet. Vi formidler aktuel viden om frivillighed og civilsamfund. Gennem kurser og rådgivning støtter vi foreninger, frivillige initiativer og kommuner i deres arbejde med at udvikle og styrke den frivillige indsats i hele Danmark. Vi kan også hyres til fx oplæg, udviklingsopgaver og undersøgelser. Centret er finansieret med midler fra finansloven og indtægtsdækkede opgaver.

Læs mere om CFSA på [www.frivillighed.dk](http://www.frivillighed.dk)



Center for Frivilligt Socialt Arbejde  
Albanigade 54  
5000 Odense C  
+ 45 66 14 60 61  
[info@frivillighed.dk](mailto:info@frivillighed.dk)  
[www.frivillighed.dk](http://www.frivillighed.dk)