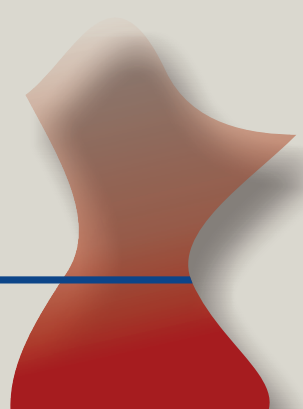


Helle Neergaard

# Udvælgelse af cases

i kvalitative undersøgelser

2. udgave



HELLE NEERGAARD

# Udvælgelse af cases i kvalitative undersøgelser

Samfundslitteratur

Helle Neergaard

*Udvælgelse af cases i kvalitative undersøgelser*

2. udgave 2007

© Forlaget Samfundslitteratur 2007

Grafisk tilrettelæggelse: Samfundslitteratur Grafik

Omslag: Samfundslitteratur Grafik

Tryk: Narayana Press

ISBN-13: 978-87-593-1260-5

E-ISBN: 978-87-593-2449-3

Forlaget Samfundslitteratur

Rosenørns Allé 9

1970 Frederiksberg C

Tlf: 3815 3880

Fax: 3535 7822

forlagetsl@sl.cbs.dk

www.forlagetsl.dk

Alle rettigheder forbeholdes.

Kopiering fra denne bog må kun finde sted på institutioner, der har indgået aftale med COPY-DAN, og kun inden for de i aftalen nævnte rammer.

Undtaget herfra er korte uddrag til anmeldelse.

# Indhold

|  |    |
|--|----|
| Forord . . . . .   | 5  |
| Indledning – en rejse i case- og informantudvælgelse . . . . .         | 7  |
| Kvalitative versus kvantitative undersøgelser . . . . .                | 11 |
| Hvordan udvælges cases og informanter? . . . . .                       | 11 |
| Kriterier for udvælgelse af cases . . . . .                            | 12 |
| Hvor i forskningsprocessen kommer udvælgelse ind? . . . . .            | 14 |
| Hvad er et casestudium? . . . . .                                      | 17 |
| Undersøgelsesdesign . . . . .  | 18 |
| Enkelt eller multipelt casestudium? . . . . .                          | 21 |
| Det enkelte casestudium . . . . .                                      | 21 |
| Multiple cases . . . . .   | 21 |
| Russiske dukker – det lagdelte casestudium . . . . .                   | 22 |
| Hvilke udvælgelsesstrategier er det muligt at vælge imellem? . . . . . | 25 |
| Typisk caseudvælgelse . . . . .  | 27 |
| Aflørende cases . . . . .  | 28 |
| Intensitetsudvælgelse . . . . .  | 28 |
| Kritisk caseudvælgelse . . . . .                                       | 28 |
| Politisk vigtige cases . . . . .                                       | 30 |
| Cases med stor eller lille variation . . . . .                         | 30 |
| Maksimum variationsudvælgelse . . . . .                                | 30 |
| Stratificeret udvælgelse . . . . .                                     | 31 |
| Tilsvarende cases . . . . .  | 32 |
| Homogene cases . . . . .   | 32 |
| Cases, hvor henvisning benyttes . . . . .                              | 33 |
| Ekspertudvælgelse . . . . .  | 33 |
| Nøgleinformanter . . . . .   | 33 |
| Cases udvalgt på et specifikt teoretisk grundlag . . . . .             | 34 |
| Kriterieudvælgelse . . . . .   | 34 |
| Teoristyret/ selektiv udvælgelse . . . . .                             | 35 |

|  |    |
|--|----|
| Cases, som er situationsbaserede . . . . .                     | 35 |
| Kritiske hændelser eller begivenheder . . . . .                | 35 |
| Cases, som er sekventielle . . . . .                           | 36 |
| Sneboldudvælgelse – eller "som ringe i vandet"-metoden . . .   | 36 |
| Bekræftende/afkræftende cases . . . . .                        | 36 |
| Opportunistisk udvælgelse . . . . .                            | 37 |
| Forbundne cases . . . . .                                      | 39 |
| Cases udvalgt mere tilfældigt . . . . .                        | 39 |
| Formålsbestemt, tilfældig udvælgelse . . . . .                 | 39 |
| Bekvemmelighedsudvælgelse/netværksudvælgelse . . . . .         | 40 |
| Hvilke vurderingskriterier er casestudier underlagt? . . . . . | 43 |
| Hvor mange cases er der brug for? . . . . .                    | 49 |
| Er det muligt at generalisere fra casestudier? . . . . .       | 51 |
| Afsluttende bemærkninger . . . . .                             | 52 |
| Vil du vide mere? . . . . .                                    | 53 |

# Forord

De fleste erhvervsøkonomiske studerende ved, at kvantitative undersøgelser kræver en omhyggelig udvælgelse af respondenter. I *kvalitative* undersøgelser hersker den udbredte misforståelse, at cases/informanter kan vælges ganske vilkårligt. Det er præcis lige så vigtigt at udvælge sine informanter med omhu og efter specifikke kriterier i kvalitative som i kvantitative undersøgelser. Udvalgelse af cases er en af de sværeste og i praksis dårligst håndterede dele af casestudieforskningen. Dette hæfte har til formål at ændre på denne praksis.

Min interesse for caseudvælgelse opstod i forbindelse med en undersøgelse, som jeg udarbejdede under mit ph.d.-projekt, hvor jeg fik meget opmuntrende tilbagemeldinger på min udvælgelsesprocedure. Opmuntring vækker interesse, og siden har jeg undervist på cand. merc.-niveau i udvælgelse af cases. Hæftet er oprindeligt bygget over noter til denne undervisning.

Hæftet beskæftiger sig med, hvilke typer caseudvælgelse der kan benyttes i kvalitative undersøgelser, hvilke principper og hvilken logik der ligger bag de enkelte udvælgelsesformer, deres kendetegn og hvilken fremgangsmåde/ teknik der bruges ved udvælgelsen. Det ligger uden for hæftets rammer, om de udvalgte cases dernæst skal undersøges gennem observation, interview eller direkte involvering.

Målgruppen for hæftet er først og fremmest cand.merc.-studerende, men det kan også anvendes på andre niveauer. Således vil også bachelorstuderende og ph.d.-stipendiater, der skal i gang med at studere virksomheder og/eller personer, kunne få glæde af hæftet. Formålet med hæftet er at give disse studerende et grundlag for at foretage deres valg af informanter eller cases på en kvalificeret måde.

En række af eksemplerne er "tænkte", andre er baseret på faktisk forskning, hvoraf nogle er efterrationaliseringer. Et af de største problemer ved at finde eksempler til illustration af caseudvælgelsesstrategier er nemlig, at der generelt ikke er en særlig tradition i den samfundsvidenskabelige forskning for eksplicit at gøre rede for de udvælgelsesstrategier, som anvendes.

Der er nu gået seks år, siden den første udgave af dette hæfte udkom. En af de store fordele ved at være forsker er, at man aldrig holder op med at lære. Siden den første udgave er jeg stødt på andre vigtige udvælgelsesstrategier, som jeg har inddraget i denne udgave. Samtidig har jeg foretaget substantielle tilføjelser vedrørende relationen mellem udvælgelsesstrategi og typen af undersøgelse, herunder tilsvarende og forbundne cases, netværksudvælgelse og kritiske hændelser" samt antallet af cases, der er behov for i en specifik undersøgelse. Endelig har formålet med denne anden udgave været at uddybe yderligere, hvor der var et behov.

*Maj 2007, Helle Neergaard*

*Kvalitative undersøgelser fanger essensen af noget;  
Kvantitative måler mængden.*

*Kvalitative undersøgelser indebærer spørgsmål om  
"hvad, hvor, hvordan";*

*Kvantitative fokuserer på "hvor meget".*

*Kvalitative undersøgelser refererer til betydningen; definitionen,  
analogien, modellen eller metaforen, som karakteriserer noget;  
kvantitative formoder betydningen og refererer til et mål af den.*

Oversat fra Dabbs (1982)

# Indledning – en rejse i case- og informantudvælgelse

En kvalitativ forsker bliver ofte stillet over for at skulle udvælge nogle få virksomheder eller informanter blandt mange hundrede. Udvalget bundes altid i et formål: nemlig hvilket output eller resultat man ønsker at opnå med undersøgelsen. Vælges casene tilfældigt, er outputtet tilfældige oplysninger; vælges casene formålsbestemt, opnås et output, der belyser den valgte problemstilling.

Nedenstående vignette fortæller historien om Erik Maaløes overvejelser i forbindelse med et større forskningsprojekt (Maaløe 1998).

I 1988 indledte Erik Maaløe en undersøgelse omkring organisatorisk og individuel forandring i amerikanske, medarbejderejede produktionsvirksomheder.

Erik fortæller følgende om projektet:

*Jeg havde tidligere interesseret mig meget for, hvordan indførelsen af ny teknologi på arbejdspladsen påvirkede medarbejderne socialt og psykologisk. Men ny teknologi er meget håndgribelig, og jeg kunne egentlig godt tænke mig at undersøge, hvordan noget mere immaterielt kunne få medarbejdere til at ændre holdning. Det var nærliggende at undersøge, **hvilke organisatoriske og socialpsykologiske konsekvenser det har at blive medejer**. Så projektet startede egentlig med at udlede nogle logiske overvejelser over, hvordan allerede kendte socialpsykologiske og organisatoriske teorier kunne anvendes på medarbejderejede virksomheder.*

Det næste skridt på vejen var at fastlægge, hvordan forskningsspørgsmålet kunne undersøges i praksis. Erik beretter:

*Betydningen af ejerskab – og derfor også medeje – er meget underspillet som teoretisk variabel i organisatorisk sammenhæng. Undersøgelsen skulle derfor bidrage til at udvikle teoriområdet. Jeg ønskede følgelig at studere en række virksomheder indefra ved hjælp af en kombination af interviews og observation. Men jeg havde kun to måneder til rådighed i første omgang, og jeg ville*



*gerne tilbringe en hel uge på gulvet i hver virksomhed. Så jeg blev nødt til at begrænse mig til seks virksomheder.*

Når der kun er tid til at gennemføre seks casestudier, er det indlysende, at disse bør udvælgelse omhyggeligt og specielt til formålet og ikke på må og få. Erik fremhæver blandt andet:

*Jeg havde gjort et grundigt forarbejde og funderet over, hvilke ændringer der sker i en virksomhed, når den bliver overtaget af medarbejderne. Blandt rækken af faktorer, som kunne have særlig betydning for de forandringer, der ville finde sted, efter medarbejderne havde fået indflydelse i form af medarbejderaktie, havde jeg specielt øje for disse: Virksomhedens teknologi, produkt, det faglige niveau af arbejderne i produktionen, hvor stor en del af virksomheden de ansatte ejede, antallet af ansatte samt fagforeningsforhold.*

*Virksomhedens teknologi var en vigtig faktor, fordi nogle medarbejdere modsætter sig teknologisk fornyelse. Jeg kunne ikke lade være med at overveje, om de ville gøre det, hvis de selv ejede en del af virksomheden. Desuden havde jeg en formodning om, at det kunne gøre forskel, om virksomheden var fokuseret på masseproduktion eller på små serier. Medarbejdere i virksomheder med serieproduktion var nok tættere på hinanden og derfor bedre i stand til i fællesskab at udvikle deres medejerskab. Desuden forventede jeg, at det faglige niveau hos medarbejderne i produktionen ville sige noget om deres evne til at skønne og overskue deres dagligdag, hvilket måtte påvirke deres forståelse og indflydelse. Yderligere måtte jeg regne med, at jo større en del af virksomheden, der er medarbejderejet, desto mere identificerer medarbejderne sig med virksomheden. Endelig kunne brugen af medarbejderaktier som incitament måske påvirkes af fagforeningernes indflydelsesgrad. Derudover var der nogle praktiske overvejelser, blandt andet at virksomheder med for mange ansatte ville være for svære for mig at overskue, og det ville tage for lang tid at opnå den ønskede information.*

*Jeg blev imidlertid klar over, at jeg blev nødt til at indskrænke mine valgkriterier, og besluttede mig for varigheden af medeje, branchetilhørsforhold, størrelse og fagforeningsforhold.*

*Varigheden af medeje havde betydning for at kunne vurdere, om tid havde en betydning for de socialpsykologiske konsekvenser og medarbejderholdninger. Jeg formodede, at virksomheder med mangeårigt medejerskab ville adskille sig fra virksomheder, hvor det var indført for nylig.*

*Med varigheden som variabel var det nødvendigt at holde en anden faktor konstant. Derfor måtte jeg udvælge en enkelt branche. Det blev jern- og metalindustrien, af flere grunde i øvrigt: dels formodede jeg, at det at blive medejer ville være en langt mere radikal ændring for en jern- og metalarbejder,*