

# Innhold

<b>Forord</b> .....	9
<b>DEL I FORSKNINGSPROSESSEN</b> .....	11
<b>Kapittel 1</b>	
<b>Innledning: Mediebruk og metoder</b> .....	13
Metoder er framgangsmåter for å løse problemer .....	16
Mediebruk er spennende og viktig å studere .....	17
Paradigmer er antagelser som deles av forskerfellesskap .....	20
Data er det vi tilbereder for å forstå et fenomen .....	28
Analyse er prosesser for å forstå fenomener ut fra data .....	31
Derfor trenger vi en egen bok om metoder for mediebruksstudier ...	34
Avslutning .....	36
Lesetips .....	37
<b>Kapittel 2</b>	
<b>Problemstilling, forskningsdesign og rekruttering</b> .....	38
Problemstillingen som veiviser .....	40
Fra forskningsinteresse til problemstilling .....	43
Fra problemstilling til forskningsdesign .....	45
Hvem forsker vi på, og hvor finner vi dem? Utvalg og rekruttering ...	47
Avslutning .....	55
Lesetips .....	56
<b>Kapittel 3</b>	
<b>Forskningsetikk og personvern</b> .....	57
Hva kan gå galt? Tre tenkte eksempler .....	59
Derfor trenger vi forskningsetikk .....	63

Hensyn til menneskene vi forsker på: Tillit, informert samtykke, konfidensialitet og taushetsplikt . . . . .	66
Mer om personvern: Bli kjent med GDPR! . . . . .	72
Hva personvernregelverket betyr for informasjon og samtykke i forskning . . . . .	76
Ekstra varsomhet: Sensitive opplysninger og sårbare grupper . . . . .	80
Sjekkliste for personvernhåndtering i mediebruksprosjekter . . . . .	83
Avslutning . . . . .	84
Lesetips . . . . .	85
<b>DEL 2 DATATYPER OG TEKNIKKER . . . . .</b>	<b>87</b>
<b>Kapittel 4</b>	
<b>Intervjudata: En dag i livet med medier, tenke høyt, tegne og forklare . . . . .</b>	<b>89</b>
Hva er intervju? . . . . .	92
Planlegging og gjennomføring . . . . .	94
Digitale intervju – å snakke sammen på skjerm . . . . .	97
Intervjuguide – ditt viktigste hjelpemiddel . . . . .	99
Intervjuteknikk: En dag i livet med medier . . . . .	103
Intervjuteknikk: Tenke høyt mens man gjør en medieaktivitet . . . . .	110
Intervjuteknikk: Visuelle metoder . . . . .	112
Avslutning . . . . .	114
Lesetips . . . . .	115
<b>Kapittel 5</b>	
<b>Erfaringsdata i tekst: Spørreundersøkelser og mediedagbok . . . . .</b>	<b>116</b>
Spørreundersøkelser er mer enn avkrysning . . . . .	118
Problemstillinger egnet for spørreundersøkelser med fritekst . . . . .	123
Mediedagbok . . . . .	127
Problemstillinger egnet for mediedagbok . . . . .	130
Hvordan stille gode spørsmål i skriftlige undersøkelser . . . . .	135
Mer enn skrift: Bilder, video, lyd . . . . .	137
Avslutning . . . . .	139
Lesetips . . . . .	140

**Kapittel 6**

**Digitale bruksdata: Spor og innhold** . . . . . 141

    Brukerskapt innhold kan bli data – også for oss . . . . . 143

    Hva skal vi med metode når vi har stordata? . . . . . 146

    Ulike former for digitale bruksdata – og hvordan samle dem . . . . . 147

    Digitale bruksdata ≠ virkeligheten . . . . . 156

    Avslutning . . . . . 158

    Lesetips . . . . . 159

**Kapittel 7**

**Data fra feltet: Medieetnografi og deltagende observasjon** . . . . . 160

    Etnografisk feltarbeid – hva og hvor? . . . . . 162

    Feltarbeid og observasjon kan også gjøres nært og kort . . . . . 164

    Etnografisk verktøykasse: Deltagelse, observasjon, feltdialoger, feltnotater og refleksivitet . . . . . 166

    Digital etnografi – å være i felt på nettet . . . . . 172

    Etnografi utover nettet – men med digitale data eller teknikker . . . . . 178

    Etnografi, etikk og personvern . . . . . 181

    Avslutning . . . . . 184

    Lesetips . . . . . 185

**DEL 3 ANALYSE OG FORMIDLING** . . . . . 187

**Kapittel 8**

**Analyse av intervju- og tekstdata: Portrett, tema, teoribruk** . . . . . 189

    Analytisk strategi og faser i analyse . . . . . 190

    Forarbeid, transkripsjon og organisering . . . . . 195

    Portretter og personorientert analyse . . . . . 197

    Tematisk analyse . . . . . 201

    Noen tilnærminger til tematisk analyse . . . . . 204

    Hvordan bruke teori om mediebruk i analyse? . . . . . 207

    Avslutning . . . . . 211

    Lesetips . . . . . 212

## Kapittel 9

<b>Analyse av digitale bruksdata: Nettverk, innhold og engasjement . . . .</b>	<b>213</b>
Analyse av nettverk . . . . .	215
Analyse av brukerskapt innhold . . . . .	222
Analyse av engasjement eller brukernes reaksjoner . . . . .	229
Muligheter, begrensninger og kombinasjoner . . . . .	231
Avslutning . . . . .	234
Lesetips . . . . .	235

## Kapittel 10

<b>Skriving og formidling: Fortelle, forenkle, bruke data . . . . .</b>	<b>236</b>
Hvordan du svarer på problemstillingen . . . . .	238
Hvordan du forenkler . . . . .	243
Hvordan du bruker data når du formidler . . . . .	248
Forskningsetikk og personvern i formidlingsfasen . . . . .	255
Avslutning . . . . .	257
Lesetips . . . . .	258

## Kapittel 11

<b>Avslutning . . . . .</b>	<b>259</b>
-----------------------------	------------

<b>Referanser . . . . .</b>	<b>262</b>
-----------------------------	------------

<b>Stikkord . . . . .</b>	<b>278</b>
---------------------------	------------