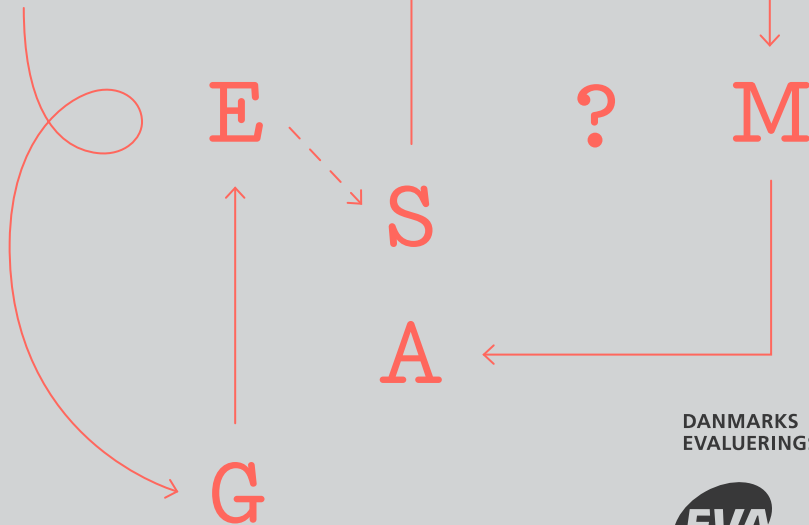


SPØR



DANMARKS
EVALUERINGSINSTITUT



Forord

I vores arbejde med evalueringer, undersøgelser og analyser her på Danmarks Evalueringsinstitut, er spørgeskemaer en værdifuld kilde til information og vigtig viden. Med et godt spørgeskema kan vi nemlig stille mange personer de samme spørgsmål og dermed få et meget bredt billede af udbredelsen af problemstillinger, fænomener og holdninger.

Et godt spørgeskema er ikke nemt at lave, og gennem vores mange undersøgelser og evalueringer har vi oparbejdet megen viden om, hvordan man formulerer spørgeskemaer, der svarer på netop det, man gerne vil belyse.

Når man laver undersøgelser, der involverer spørgeskemaer, er det godt at holde sig for øje, at indsamling af viden gennem spørgeskemaer kan deles op i tre overordnede punkter:

- Spørgeskemadesign
- Dataindsamling
- Analyse.

I dette hæfte giver vi gode råd om spørgeskema-designet. Men hvis du er interesseret i at komme i dybden med

de andre dele af en spørgeskemaundersøgelse, har vi på EVA en række kurser, der løbende bliver udbudt. Dem kan du læse mere om på hæftets flap samt på www.eva.dk.

Og så kan du med fordel også læse vores første hæfte i serien om at tilrettelægge valide undersøgelser og evalueringer: 'Den gode evaluering'. Den findes også i en elektronisk udgave på www.eva.dk.

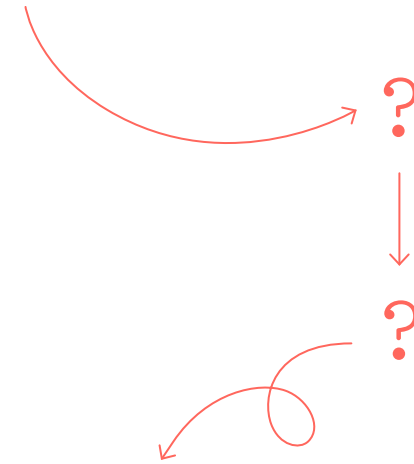
God læselyst!



Mikkel Haarder,
Direktør,
Danmarks Evalueringsinstitut



5 råd til formuleringer af spørgsmål



Når du laver spørgeskemaer, er der en række ting, du skal tænke grundigt over. Fx hvordan du formulerer spørgsmålene. Jo skarpere spørgsmålene er formuleret, des større bliver svarenes anvendelighed.

Udgangspunktet for det gode spørgeskema er først og fremmest, at du er klar over, hvilken viden du vil have frem. Derfor er det en god ide at overveje følgende punkter, inden du går i gang med at formulere skemaet:

- Formulér overordnede temaer for, hvad skemaet skal afdække.

- Tænk over, hvilken viden skemaet skal give.
- Beslut dig for, hvad din producerede viden skal bruges til.

Så kan du nemlig ud fra ovenstående overvejelser lettere formulere de enkelte spørgsmål. Herefter bør du have følgende fem punkter i baghovedet, når du skal formulere gode spørgsmål til dit spørgeskema.





5 RÅD
TIL FORMULERINGER
AF SPØRGSMÅL:

1.

Stil enkle spørgsmål

Spørgsmålene i et spørgeskema skal være enkle og ligetil at forstå. Undgå indviklede formuleringer og indforstået sprogbrug. Du skal fx undgå dobbeltnegationer, hvor der er to gange 'ikke' i samme spørgsmål, da det ofte kan føre til misforståelser.

2.

Spørg om én ting ad gangen

Det enkelte spørgsmål skal ikke spørge ind til flere forskellige emner. Hold øje med ord som 'og' samt 'eller'. De to ord kan indikere, at en spørgsmålsformulering indeholder flere forskellige underspørgsmål, der så skal formuleres som flere spørgsmål - gerne under et fælles overordnet.

3.

Stil neutrale spørgsmål

Spørgsmålsformuleringer skal ikke tilskynde eller lægge op til, at den, der svarer på spørgeskemaet, svarer i en bestemt retning. Spørg fx ikke om,

'hvor stor betydning' noget har for respondenterne, spørg hellere, hvilken betydning det har. Eksempelvis kan det nemlig tilskynde respondenterne til at svare positivt, hvis du spørger: 'Hvor stor betydning har det, at der er indført en ny undervisningsform?'. Mens det er mere neutralt at spørge: 'Hvilken betydning har en ny undervisningsform?'.

4.

4.

Stil genkaldelige spørgsmål

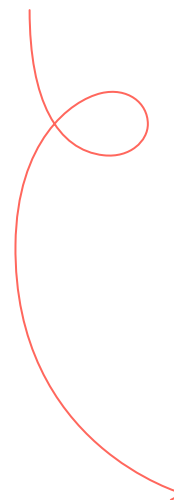
Undgå at stille for store krav til, hvor meget respondenterne skal kunne huske, og hvor langt de skal kunne huske tilbage i skemaet. Overvej, om du selv ville kunne huske og svare på dine spørgsmål, hvis det ikke var dig, der havde formuleret dem. Eller prøv dem af på en testperson (læs mere i hæftets afsnit 3 om gode råd til pilot-tests).

5.

Overvej ordvalget

Brug aldrig ord og udtryk, der ikke forstås ens af alle. Brug kun ord og udtryk, alle kan forholde sig til. Og brug korte ord, fx 'job' i stedet for 'erhvervsarbejde'. Samtidig er det vigtigt at være opmærksom på rækkevidden af et ords betydning - overvej i særdeleshed, om du skal bruge dagligdags udtryk, og hvordan disse kan blive opfattet af modtageren. De udtryk, du bruger, skal forstås af alle på samme måde.

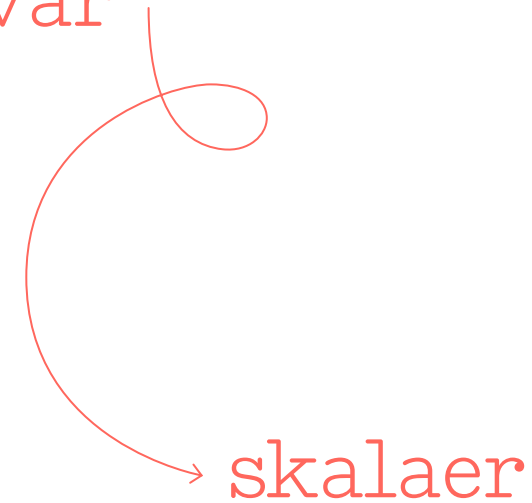
Mine
personlige
noter:



Jo skarpere spørgsmålene er formuleret, des mere anvendelige bliver svarene.



5 råd om svar



skalaer

En anden ting, du skal have styr på, når du laver spørgeskemaer, er svarskaalen. En mangelfuld svarskaal kan nemlig være med til at forvirre dine deltagere og dermed påvirke de svar, du får.

Ligesom svarskaalen skal være med til at sikre, at den information, der ligger i besvarelsen, opfylder dit behov for viden. Er den gal med svarskaalen, risikerer du også, at dine konklusioner bliver misvisende.

I det følgende får du fem råd til, hvordan du undgår de hyppigst forekommende problemstillinger, når det handler om svarskaaler.

1.

Svarskaalen skal give mening i forhold til spørgsmålet

Svarskaalen skal give mening i forhold til den måde, spørgsmålet er formuleret på. Hvis dit spørgsmål fx begynder med 'Hvilken betydning ...', skal din svarskaal også referere til 'betydning'.

Dvs. svarskalaen skal formuleres med mulige svar som: 'stor betydning, mindre betydning' etc., og ikke fx 'i høj grad, i mindre grad' etc.

2.

Svarskalaer skal være udtømmende

Alle muligheder for svar på spørgsmålet skal være med i svarskalaen. Kendskab til emneområdet er også en stor fordel, når det handler om at sikre, at svarskalaen er udtømmende.

En god metode til at efterprøve, om det er tilfældet, er at lade andre svare på skemaet for dig, før du sender det ud. Du kan evt. bruge en kollega som forsøgskanin, men en såkaldt pilottest giver større sikkerhed for, at spørgeskemaet er meningsfuldt for dem, der svarer.

3.

Undgå så vidt muligt midterkategorier

- medmindre det er meningsfuldt i forhold til spørgsmålet. I en spørgeskemaanalyse er kategorier som 'Hverken/eller' samt 'Neutral' ofte ikke særligt brugbare. Det skyldes, at mange spørgeskemadeltagere har en tilbøjelighed til at sætte krydset dér, fordi det opleves som det nemmeste. Derfor kan det være en fordel at formulere spørgsmålet sådan, at en midterkategori kan undlades. Nogle af dem, der svarer på dit spørgeskema, vil på den

måde blive hjulpet på vej til at tage reel stilling til spørgsmålet.

Midterkategorier kan dog være nødvendige, hvis det er emner, man ikke som udgangspunkt kan forvente, deltagerne har en holdning til eller viden om. Midterkategorier kan også være meningsfulde i bestemte typer af spørgsmål. Hvis man spørger til, om en respondent ønsker en ændring, er det nødvendigt at have en midterkategori, der markerer 'ingen ændring'.

EKSEMPEL

Ønsker du større eller mindre fokus på læringsmål?
Her vil svarkategorier skulle være:

- Større end nu
- Det samme som nu
- Mindre end nu

4.

Brug kun 'Ved ikke', hvis det er nødvendigt

Rådet her ligger i forlængelse af råd nummer 3. For når respondenterne fraktes mulighed for at svare 'ved ikke', kan man øge sandsynligheden for, at de forholder sig nøjere til spørgsmålet og deres svar.

Er der vidensspørgsmål eller lignende på tale, som fx kendskab til et nyt tiltags effekt, kan det dog nogle gange være nødvendigt med 'Ved ikke'-kate-

gorier, da 'Ved ikke' kan give viden i sig selv, når fx respondenterne ikke kender til et tiltag.

5.

Svarskalaen skal være afbalanceret

Hvis din svarskala går fra negativ til positiv, skal du have lige så mange negative svarmuligheder som positive på din skala. Så undgår du at påvirke besvarelserne i en bestemt retning. Hvis du fx har en svarskala, der på den positive side har udfaldene 'I høj grad' og 'I nogen grad', er det vigtigt, at den modsvares af et tilsvarende antal negative udfald, fx 'I mindre grad' og 'Slet ikke'.

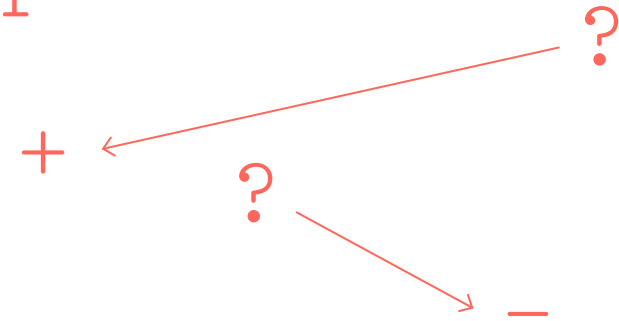
Mine personlige noter:



Er den gal med svar-
skalaen, bliver
konklusionerne
misvisende.



6 råd om pilottests



En tredje vigtig ting at have for øje er pilottests. For i arbejdet med spørgeskemaer er det vigtigt, at der er overensstemmelse mellem det, du spørger om, og den måde, dine modtagere forstår dine spørgsmål på.

Når du pilottester dine spørgeskemaer, beder du andre om at svare på spørgeskemaet, inden du sender det ud. Alternativt kan du gennemgå det med andre, så du ikke er den eneste, der har set på det. Der er flere former for pilottests. Hvilken form du anvender, afhænger af typen af spørgeskema, hvem der skal svare på skemaet, og hvilken form for pilottests du selv foretrækker.

Pilottests anvendes for at hæve kvaliteten af dit spørgeskema og for at sikre, at det ikke indeholder fejl og

mangler. For EVA er pilottesten en fast del af proceduren i forbindelse med spørgeskemadesign, og vi oplever, at pilottests altid er med til at gøre vores spørgeskemaer bedre.

Pilottests kan være alt fra omfattende gennemgange af spørgeskemaet med mange forskellige personer til hurtigere gennemgange af skemaer blandt en mere begrænset gruppe.

En tommelfingerregel er dog, at jo flere pilottestere der er, des bedre. Pilottests kan foretages en gang per spørgeskema, ligesom man kan pilotteste samme skema flere gange med løbende tilretninger.

Valget af tilgang til pilottest er afhængig af mange forskellige forhold, men det hænger ofte sammen med, hvor

meget tid der er afsat til det.

Her får du 6 råd, der er gode at have in mente, inden du går i gang:



6 RÅD OM PILOTTESTS:

1.

Afsæt tid

Pilottests tager tid – også hvis eventuelle tilretninger skal indarbejdes i spørgeskemaet. Det er derfor vigtigt at have tænkt pilottesten ind i planlægningen fra begyndelsen.

2.

Vær specifik

Overvej, hvor der særligt kan være problemer i dit spørgeskema, og spørg specifikt ind til netop de spørgsmål i pilottesten. Find frem til relevante personer til pilottesten (se punkt 4), og forbered de personer på, at du gerne vil prøve dit spørgeskema af på dem.

3.

Pilottest næsten færdige spørgeskemaer

Jo tættere et spørgeskema er på at være helt færdigt, des bedre er det for pilottesten. Det giver dine testpersoner den bedste mulighed for at se skemaet

som helhed og forstå sammenhængen. Der vil altid kunne ske ændringer i skemaet, men jo tættere du er på et færdigt produkt, des bedre.

4.

Overvej testpersoner

Hvis der er flere forskellige undergrupper i den gruppe, der skal svare på dit spørgeskema, er det en fordel at udvælge nogle fra samtlige undergrupper til at pilotteste dit skema, fx 4-5 fra hver undergruppe. På den måde kan du se, om der er forskelle i måden, dine spørgsmål bliver opfattet på i de forskellige undergrupper. Det kan fx være, at dit skema skal besvares af både pædagoger og lærere på en skole – i det tilfælde vil det naturlige være at afprøve spørgeskemaet på både lærere og pædagoger, inden du sender det ud.

Desuden er det vigtigt, at dine testpersoner ikke har været med til at udarbejde spørgeskemaet. Og så skal du huske, at dine pilottestere skal være en del af den målgruppe, du påtænker at sende spørgeskemaet til. Er det ikke muligt, skal pilottesterne have nogenlunde samme karakteristika som målgruppen.

5.

Interview dine testpersoner

Når du pilottester, er det en god idé at interviewe testpersonerne om spørgeskemaet. I kan fx gennemgå ske-

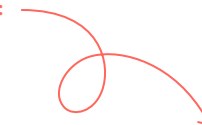
maet sammen, så du kan spørge ind til, hvordan testpersonerne forstår de enkelte spørgsmål, og om der er noget, der skal rettes til. Desuden giver det mulighed for fx at forhøre dig om rækkefølgen af spørgsmålene i skemaet eller efterprøve, om der er for store indholdsmæssige spring i skemaet. Et sådan interview kan både foregå face-to-face eller over telefon.

6.

Tænk rettelserne igennem hele vejen

Når dine testpersoner har afprøvet skemaet, og du har interviewet dem, er det en fordel at samle op på kommentarerne og overveje, hvilke rettelser det lægger op til i dit spørgeskema. Desuden kan du overveje, om kommentarerne skal medføre ændringer andre steder i skemaet. Fx hvis kommentarerne drejer sig om et specifikt begreb, der skal omformuleres. Det er hensigtsmæssigt at diskutere sådanne rettelser med andre, der er involverede i udarbejdelsen af spørgeskemaet, for at sikre konsistens i tilretningerne hele vejen gennem skemaet. Her er flere sæt øjne altid en fordel.

Mine
personlige
noter:



Pilottests er altid
med til at gøre vores
spørgeskemaer
bedre.

Mere viden om spørgeskemaer:

Vil du læse yderligere - og mere i dybden - om spørgeskemaer, anbefaler EVA's metodeafdeling:

- Andersen, Bjarne Hjort og Hansen, Erik Jørgen: Et sociologisk værktøj - introduktion til den kvantitative metode. Gyldendal Akademisk, 2009.
- Engel, Uwe et al: Improving survey methods - lessons from Recent Research. Routledge, 2015.
- Hansen, Niels-Henrik et al: Spørgeskemaer i virkeligheden. Samfundslitteratur, 2008.
- Kent, Raymond: Data construction and data analysis for survey research. Palgrave Macmillian, 2001.
- Olsen, Henning: Guide til spørgeskemaer. Socialforskningsinstituttet, 2006.

Du kan også læse mere om konkrete evalueringer og hente yderligere inspiration på www.eva.dk