

### 13.3 Formulering af spørgsmål

”Som man råber i skoven, får man svar”, siger et ordsprog, som ofte forenkles til ”Som man spørger, får man svar.” Flere undersøgelser har vist, at dette delvist er rigtigt (Schuman og Presser 1996). En større dansk undersøgelse viser fx, at respondenterne angiver at have set tv 20 % længere tid, hvis man tilføjer *”hvis nu du tænker de 14 dage igennem dag for dag”* til spørgsmålet om, hvor tit respondenterne har set tv de sidste to uger (Olsen 1997; 1998). Studier af framing-effekter (Slothuus 2007) har også vist, hvordan information og politiske argumenter i spørgsmålsformuleringen kan påvirke deltageres svar. Hvis man fx i spørgsmålsformuleringen definerer henholdsvis det at være venstreorienteret eller det at være højreorienteret, kan man flytte 15 indekspoint på en skala gående fra -100 til 100. Venstre-højre-placering, som ellers ofte bliver opfattet som en relativt stabil politisk tilkendegivelse, bliver altså påvirket af spørgsmålsformuleringen (Hansen 2007b).

Selvom diverse undersøgelser af forskellige formuleringer af de samme spørgsmål peger på, at formuleringen har en relativt stor betydning, kan det være svært at komme med håndfaste anvisninger til, hvordan det skal tackles. Det er derimod sikkert, at hvis man ønsker sammenlignelighed med tidligere undersøgelser, skal spørgsmålsformuleringerne være identiske. Står man omvendt i en situation, hvor spørgsmålene skal formuleres for første gang, skal man tænke igennem, hvilke spørgsmål der måske skal genbruges næste gang, spørgeskemaet skal anvendes. Spørgsmålene skal også grundigt gennemtænkes for at sikre, at de måler det, der var hensigten. Det kan næppe understreges for tit, at man skal sikre, at man spørger om det, man tror, man spørger om, jf. den ovenstående diskussion af målingsvaliditet. I bestræbelserne på at opnå det kan man med fordel følge nedenstående otte generelle råd.

#### **Minimer respondentens mulighed for fortolkning**

Man skal altid forsøge at minimere den grad af betydningskonstruktion, som overlades til respondenterne. Det vil sige, at respondenterne ikke skal kunne fortolke spørgsmålene forskelligt. Jo mere entydigt spørgsmålet er, desto større sandsynlighed er der for, at samtlige respondenter fortolker spørgsmålet ens. En ens fortolkning er særlig vigtig, da summe-

ringen af respondenternes svar ellers vil være meningsløs (Converse & Presser 1986).

Hvordan formulerer man så spørgsmål, som skaber ens fortolkninger? Det er vigtigt at forsøge at bruge et sprog i spørgsmålet, som relaterer til respondenternes ordforråd. Anbefalingen er derfor at anvende et relativt simpelt sprogbrug og at undgå at introducere ord og vendinger, som kan virke fremmede på respondenterne eller være åbne for flere fortolkninger. Det gøres ved at anvende almene termer og dagligdagsprog, når spørgsmålene formuleres.

### Formuler spørgsmålet præcist

Spørgsmålet skal formuleres præcist, og man bør undgå vage formuleringer. Eksempelvis er det bedre at spørge: *“Hvornår er du varigt flyttet hjemmefra?”* sammenlignet med blot at spørge: *“Hvornår er du flyttet hjemmefra?”* Derved undgår man at inkludere midlertidige flytninger.

Endvidere kan det være en god ide at supplere spørgsmålene med forskellige former for følge-, overgangs- og hjælpetekster. Formålet med hjælpetekster er at spore respondenterne hen på de intentioner, som ligger i spørgsmålet, og få respondenterne til at tænke fokuseret på spørgsmålet. Et eksempel er at skrive: *“Nu skifter spørgsmålene fokus ved at spørge, i hvilket omfang du deltager i forskellige former for politiske aktiviteter”* efterfulgt af konkrete spørgsmål. En anden måde at introducere et tema på kunne være som følger: *“De næste spørgsmål handler om dine medievaner i de sidste 14 dage. Prøv at tænke de sidste 14 dage igennem dag for dag. Husk, at medievaner både omfatter tv, tekst-tv, radio og internet.”* En følgetekst kan også være med til at definere og afgrænse et begreb: *“Med indvandrere forstås ...”* Man kan også anvende såkaldte *probes*, hvor man beder respondenterne uddybe sine svar. For eksempel blot et åbent spørgsmål som *“Uddyb venligst”* eller *“Synes du, der er andre vigtige samfundsmæssige problemer? Beskriv venligst.”*

Selvom forskellige tekster kan tydeliggøre forståelsen af spørgsmålet, gælder det for følgetekster som for selve spørgsmålene, at de skal være entydige. Desuden skal man være opmærksom på, at lange følgetekster og spørgsmål også kan trætte respondenterne, og at respondenterne kan finde på at springe dem over, især hvis der er mange af dem, og hvis de er lange. En tommelfingerregel er, at spørgsmål eller hjælpetekster over to tre linjer bør undgås.

## Overvej, hvad respondenten kan forventes at huske

Man skal gennemtænke, hvad man kan forvente, at respondenten kan huske. Eksempelvis er det urealistisk at forvente, at respondenten kan huske, hvor ofte hun har læst avis inden for de sidste seks måneder. Det er derimod mere rimeligt at forvente, at hun kan huske den seneste uges avislæsning. I forlængelse heraf vil svarene ofte afspejle den seneste tids medieaktivitet, selvom man spørger til mere generelle medievaner. Hvis et folketingsvalg netop er overstået, vil valgkampen i medierne stå stærkt i mange respondeters bevidsthed. Respondenternes svar om medievaner vil derfor afspejle dette, selvom der normalt er mindre intens politisk dækning i medierne.

## Undgå implicite antagelser

Man skal undgå at indlægge en antagelse i spørgsmålet, fx et spørgsmål med følgende formulering: *“I hvilken grad er du enig i, at fællesskabet, som er en naturlig del af et velfungerende demokrati, styrker sammenhængskraften i samfundet?”* Spørgsmålet antager, at der er et fællesskab, og at fællesskabet er en naturlig del af et velfungerede demokrati. Det er usikkert, om respondents svar evaluerer hypotesen eller vurderer graden af sammenhængskraft. Et andet eksempel er spørgsmålet: *“Hvordan vurderer du, at din aktive deltagelse i undervisningen har forbedret din faglighed?”* Dette spørgsmål tager for givet, at respondenten har deltaget aktivt i undervisningen.

Begge spørgsmål har altså indbygget en antagelse, som ikke nødvendigvis er korrekt. Desuden lægger begge spørgsmål ordene i munden på respondenten i retning af enighed eller et positivt svar. Dette er dels problematisk for målingsvaliditeten, dels kan man risikere, at respondenterne bliver så irriterede, at de afbryder besvarelsen af spørgeskemaet.

En anden type af ledende spørgsmål er: *“Regeringen planlægger at øge aktiviteten i dansk økonomi. Mener du, dette skal ske ved at øge de offentlige investeringer eller ved at sænke skatten?”* Her tvinges respondenten til at vurdere to (ikke udtømmende) tiltagsmuligheder, og der ligger samtidig implicit en antagelse om, at det er nødvendigt og/eller godt at øge aktiviteten i dansk økonomi (Christensen 2009).

## Undgå at spørge om flere ting på én gang

Man skal undgå at spørge om flere ting på samme tid. I det første af de to ovenstående eksempler er det uklart, om der spørges til rigtigheden af det påståede fællesskab eller til sammenhængskraften. Når der spørges om to ting i samme spørgsmål, kalder man spørgsmålet dobbeltløbet, og det betyder, at man ikke kan konkludere entydigt på det, da man ikke kan adskille de to delelementer.

Et andet eksempel er følgende spørgsmål: *“Hvordan vurderer du din undervisers faglighed, pædagogiske evner og forberedelse til timerne?”* Her blander man en vurdering af underviserens faglighed og pædagogiske evner med en vurdering af underviserens forberedelse sammen, altså tre ting i samme spørgsmål. Igen bliver det svært præcist at vide, hvad respondenterne vurderer spørgsmålet ud fra. Løsningen er ofte at adskille elementerne i spørgsmålet i flere spørgsmål (Hansen et al. 2008).

## Undgå negationer

Spørgsmålene bør ikke indeholde negationer, dvs. nægtelser, som sættes foran et udsagn for at betegne det modsatte. Sætninger, som indeholder flere negationer, skal helt undgås, fordi det virker forvirrende på mange respondenter. Et spørgsmål med en enkelt negation kan imidlertid også virke forvirrende, fx i denne formulering: *“Er du enig eller uenig i de følgende udsagn om borgerne: Borgerne bør ikke tvinges til at stemme.”* De enige respondenteres svar synes at være ligetil at tolke: *“Borgerne bør ikke tvinges ...”* Fortolkningen er imidlertid vanskeligere for de respondenter, der svarer, at de er uenige. Sådanne svar betyder, at man ikke synes, at borgerne ikke bør tvinges. Altså bør borgerne tvinges til at stemme. Det havde været mere ligetil blot at udelade ”ikke” i spørgsmålet. Så havde enige svar betydet, at man gik ind for at tvinge borgerne til at stemme, mens uenige svar havde betydet, at man var imod at tvinge borgerne. På den baggrund bør man generelt udelade ”ikke” i spørgeformuleringer.

## Undgå ledende spørgsmål

Man skal passe på med at formulere ledende spørgsmål og i stedet forsøge at stille dem så neutralt som muligt. Derfor kan det være en god ide at undgå følelseladete ord, da det kan virke ledende og være med til at

skabe en skævhed i svarene. Et eksempel på et følelsesladet spørgsmål er at spørge til respondenternes grad af enighed i udsagnet: *"Abort er mord på ufødte børn."* Eller: *"Er du enig i, at Danmark ikke bør sende flygtninge tilbage til lande, som FN advarer imod at sende dem til?"* Her kan brugen af "FN advarer" have tendens til at påvirke respondenterne i retning af enighed ved at henlede deres opmærksomhed på FN's advarsel. Vælg derfor en neutral sprogbrug for ikke at påvirke svarene i en bestemt retning.

## Undgå superlativer

Et sidste råd er, at man skal undgå superlativer (tillægsord i tredje grad med et efterstillet "-st" eller med ordet "mest" foran). Brugen af disse bøjninger af tillægsord kan nemlig potentielt både skrævvride svarene og vanskeliggøre tolkningen. Superlativer som "dårligst" eller "størst" bør undgås i spørgsmålene, fordi det lægger en gradbøjning ind i selve spørgsmålet, fx: *"Er du enig eller uenig i, at obligatorisk stemmeafgivning giver den bedste mulighed for at styrke demokratiet?"*

Hvis man ønsker en gradbøjning i spørgsmålet, kan det i stedet fanges i svarkategorierne, som respondenterne bliver stillet over for. Hvis superlativerne undgås, giver det også mulighed for en mere direkte tolkning af spørgsmålene. I stedet for at sammenfatte svarene, fx: *"50% er enige i, at obligatorisk stemmeafgivning er den bedste mulighed for at styrke demokratiet"*, kan man formulere spørgsmålet uden "bedste", fx: *"Er du enig eller uenig i, at obligatorisk stemmeafgivning vil styrke demokratiet?"* og lave en direkte tolkning af svarene.

På tilsvarende vis skal man være opmærksom på, at komparativer (tillægsord i anden grad med et efterstillet "-re" eller med ordet "mere" foran) giver en indirekte sammenligning som i spørgsmålet: *"Er du enig eller uenig i, at offentlige sygehuse er bedre?"* Som minimum bør den implicite sammenligning ekspliciteres – her forholdet mellem offentlige og private sygehuse.

Også kvantificerende adverbier som fx "ofte", "jævnligt", "regelmæssigt" og "sjældent" bør undgås i spørgsmålsformuleringen, da det både er upræcist og meget subjektivt, hvad der er ofte eller jævnligt osv. Vær hellere præcis i svarkategorierne, og brug fx vendinger som "flere gange dagligt", "dagligt", "ugentligt", "halvårligt" og "årligt" (Olsen 2006).

I boks 13.3 opstilles de otte råd i forhold til spørgsmålsformuleringen i listeform (Hansen 2003; Boolsen 2008).

**Boks 13.3: Otte råd til spørgsmålsformulering**

1. Anvend almene termer og dagligdagssprog
2. Anvend et præcist sprogbrug
3. Overvej, hvor meget respondenterne kan huske
4. Undgå antagelser
5. Spørg kun om én ting ad gangen
6. Undgå negationer
7. Undgå følelsesladede ord
8. Undgå superlativer

## 13.4 Svarkategorier og brugen af en skala

En skala er en målestok med en række rangordnede værdier, som respondenterne svar kan antage. Der findes mange forskellige skalaer. Skala-valget afhænger for det første af typen af spørgsmål og for det andet af den type af analyse, man efterfølgende ønsker at kunne udføre.

### Likert-skalaen

Den såkaldte "Likert-skala" er den mest anvendte skala i spørgeskemaer. Det er en endimensional skala, der kan måle graden af fx enighed, tilfredshed eller accept hos respondenterne på et givent udsagn. Skalaen er populær af flere grunde. Den er intuitivt forståelig for respondenterne, og den er let og effektiv, fordi man på kort tid kan spørge ind til mange forskellige udsagn. Svarene er også lette at formidle i udsagn som at "20% af respondenterne er enige i ..."

Likert-skalerede variable opfattes ofte som intervalskalerede, men den antagelse er kun rimelig, hvis der mindst er fem svarkategorier (Garson 2009b; Labovitz 1970), og man har tiltro til, at respondenterne opfatter afstanden mellem svarkategorierne som værende ens. Når Likert-skalerede variable opfattes som intervalskalerede, kan der beregnes gennemsnit og standardafvigelse mv. på variabelen. Ofte summeres svarene på de enkelte udsagn til forskellige typer af indeks (se kapitel 18 om indeksskonstruktion).

Et problem ved Likert-skalaen er, at respondenterne ikke nødvendigvis foretager en konkret afvejning af de enkelte udsagn, der spørges til. Respondenterne kan altså erklære sig enige i alle udsagnene, hvorved variationen i svarene mindskes, og dermed deres forklaringskraft i relati-

on til den afhængige variabel. Det kunne fx være udsagn om, at der skal være bedre service på en række områder. Hvis respondenterne blot erklærer sig enig i alle områder, bliver det umuligt at identificere, hvilket område respondenterne synes har mest behov for forbedringer. Der findes forskellige typer af spørgsmål, hvor spørgsmålsformuleringen tvinger en afvejning frem. Det kan fx ske ved at spørge, om respondenterne er mest enig med A eller B (se afsnit 13.7), og der findes også mere avancerede typer diskrete valg, som tvinger afvejningen frem (Hansen og Bech 2006; 2009).

Likert-skalaen har oftest 5, 7 eller 11 kategorier ud over "ved ikke"-kategorien. Man må foretage et valg mellem enten at få mest mulig variation i respondenterne svar ved mange svarkategorier eller at gøre det lettere for respondenterne med en skala med færre svarkategorier. Hvis man vælger mange svarkategorier og dermed forsøger at opfange respondenterne svar med et mere fintmasket net, er antagelsen, at respondenterne kan kapere og forholde sig meningsfuldt til de mange kategorier. Et mindre antal kategorier gør formidlingen lettere, idet man fx bedre kan slå kategorierne 'helt enig' og 'delvist enig' sammen til 'enig'.

Der findes imidlertid andre skalaer, som man kan bruge afhængigt af det specifikke spørgsmål. Nedenfor præsenterer jeg nogle af de mest almindelige skalaer, hvoraf den øverste er det mest anvendte Likert-format. Skalaerne er bevidst lavet symmetriske, så de ikke på forhånd skubber svarene i en specifik retning, fx mod 'enig' eller 'uenig'.

Figur 13.1: Eksempler på symmetriske skalaer

Helt enig	Nærmest enig	Hverken enig eller uenig	Nærmest uenig	Helt uenig	Ved ikke
<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>
Helt enig	Delvist enig	Både og	Delvist uenig	Helt uenig	Ved ikke
<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>
I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I mindre grad	Slet ikke	Ved ikke
<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>
Meget godt	Godt	Hverken eller	Dårligt	Meget dårligt	Ved ikke
<input type="checkbox"/> <sub>1</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>3</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>4</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>5</sub>	<input type="checkbox"/> <sub>9</sub>

Ved brug af Likert-skalaerne kan der være en tendens til, at respondenterne ikke reelt forholder sig til de udsagn, de bliver bedt om at forholde sig til. Derimod svarer de blot 'enig' eller 'uenig' til det hele, uafhængigt af om udsagnet er formuleret positivt eller negativt til det samme begreb. En sådan effekt kaldes "respons set" i litteraturen, og resultatet er, at svarene kan forekomme inkonsistente. Forskningen har vist, at især lavt uddannede har en tendens til at svare fx 'enig' til det hele. For at have mulighed for at undersøge disse inkonsistente svarmønstre kan det være en god ide at formulere enkelte udsagn positivt og andre negativt (se Hellevik 1995).