

Spørgeskemaer

Metoden er meget anvendt i praksis, og er særdeles velegnet, hvis du ønsker at undersøge holdninger hos et større antal af mennesker.

Hvad er et spørgeskema?

Et spørgeskema består i sin bredeste forstand af en række spørgsmål, som du søger at få besvaret af en bestemt målgruppe.

Det er dig, der skal definere, hvem der er målgruppen for spørgeskemaundersøgelsen – fx er det alle bibliotekets brugere?, er det de biblioteksbrugere over 65 år? eller er det en helt tredje slags brugere?

Formålet med en spørgeskemaundersøgelse er, at nå et bredt udsnit af de mennesker, som du er interesseret i vide mere om.

En almindelig måde at definere en spørgeskemaundersøgelse på siger, at det er en undersøgelse af et relativt stort antal personer om et relativt begrænset antal spørgsmål – og at belysningen af de nævnte forhold sker på et relativt overfladisk niveau.

Når dataindsamlingen afsluttes, er det tid til at analysere de svar, du har indsamlet.

Spørgsmålstyper

Der er forskellige spørgsmålstyper du kan bruge, når du konstruerer et spørgeskema.

[Lukkede spørgsmål](#), [åbne spørgsmål](#) samt [baggrundsspørgsmål](#).

Lukkede spørgsmål

Spørgeskemaer består oftest af det, man kalder "lukkede spørgsmål", hvor du som afsender allerede har defineret en række svarkategorier, som respondenterne kan krydse af.

Fordelen ved lukkede spørgsmål er, at de genererer kvantitative data. Det betyder, at de kan tælles og dermed opsummeres fx i procenter, andele eller gennemsnit. Et eksempel på et spørgsmål med lukkede svarkategorier ses nedenfor.

Eksempel 1: Lukket spørgsmål

Hvor tilfreds er du med bibliotekets åbningstider?

- Meget tilfreds
- Tilfreds
- Hverken tilfreds eller utilfreds
- Utilfreds
- Meget utilfreds
- Ved ikke

EKSTRA INFORMATION

Svarkategoriene gør det muligt, at tælle sammen hvor mange respondenter der fx har svaret "Meget tilfreds".

Dette kan bl.a. illustreres i et søjlediagram, som så viser fordelingen af svar i procent.

Pointen her er, at man hurtigt kan skabe sig et overblik over respondenternes holdninger til bibliotekets åbningstider.

Åbne spørgsmål

Ind i mellem kan man også lave det man kalder "åbne spørgsmål", hvor respondenter selv skriver det svar ned som falder dem ind. Denne slags spørgsmål kan være relevante, hvis man ønsker et uddybende svar eller forslag til fx forbedringer af et område.

De åbne besvarelser kan ikke kvantificeres (tælles) på samme måde som faste svarkategorier i de lukkede spørgsmål. Derfor bliver behandlingen af data mere tidskrævende.

Generelt fraråder man at have for mange åbne spørgsmål i en spørgeskemaundersøgelse, da det er i strid med formålet om at generere kvantitative data, som kan illustreres i bl.a. frekvenstabeller. I tilfælde af, at man anvender "åbne spørgsmål", vil man ofte kigge de åbne besvarelser igennem og se, om der er bestemte tendenser, der gør sig gældende (dvs. flere respondenter, der nævner samme ting). Et eksempel på et åbent spørgsmål ses nedenfor.

Eksempel 2: Åbent spørgsmål

Hvis der er noget biblioteket kan gøre bedre i forbindelse med kulturelle arrangementer, kan du skrive det her.

EKSTRA INFORMATION

I en analyse af åbne besvarelser søger man at lokalisere tendenser som går på tværs af besvarelser.

Identificere fællestræk mellem besvarelser, lave en kategorisering af de vigtigste

Baggrundsspørgsmål

Det er vigtigt, at spørgeskemaet indeholder en række baggrundsvARIABLE - dvs. spørgsmål, der belyser hvem respondenter er.

Det kan være, at man er interesseret i at vide, fx hvilket køn og alder respondenter har, og evt. hvilket postnummer respondenter bor i (hvis man ønsker at se, hvilke geografiske områder bibliotekets brugere kommer fra). Med disse oplysninger kan du identificere sammenhænge eller besvarelsesmønstre, der kan være relevante at vide mere om. Fx hvad mener de ældre brugere om bibliotekets åbningstider set i forhold til de yngre brugere?

Nedenstående er eksempler på baggrundsspørgsmål. Der findes en række andre slags baggrundsspørgsmål, man kan stille i sit spørgeskema, og du kan læse mere om disse i litteraturen listet under [litteraturhenvisninger](#).

Eksempel 3: Baggrundsspørgsmål

Hvad er dit køn?

- Mand
- Kvinde

Hvilket år er du født i?

Hvordan udarbejdes et spørgeskema?

Der er flere måder at udarbejde et spørgeskema på. Først skal du gøre dig klart, om du ønsker at uddele spørgeskemaet i papirform, eller om du ønsker at distribuere det via internettet (fx som link på en hjemmeside eller som e-mail).

Hvis du ønsker at udsende et elektronisk spørgeskema, findes der forskellige former for internetbaserede survey-programmer, du kan anvende. Ofte koster det en licens at få adgang til denne slags software, men der findes gratis alternativer, hvis man søger på nettet.

Fordelen ved internetbaserede survey-programmer er, at man kan konstruere sit spørgeskema online og distribuere det via e-mails, eller som link på en hjemmeside. Desuden kan man eksportere de indsamlede data til fx Excel, så snart dataindsamlingen er afsluttet. Generelt er det værd at gøre sig en række overvejelser om, hvordan man ønsker at uddele sit spørgeskema. Man skal bl.a. overveje, hvordan man bedst når ud til sin målgruppe.

Uddelingen via papirform

Hvis man er fysisk i nærheden af den målgruppe, man ønsker at undersøge, kan man uddele spørgeskemaet i papirform. Her kan man initiere en venlig kontakt til de personer, man ønsker deltager i undersøgelsen – og spørge dem, om de har lyst til at udfylde spørgeskemaet. Her er det relevant at fortælle dem (eller skrive spørgeskemaets indledende tekst), at besvarelsen enten er anonym, eller at den vil blive behandlet fortroligt. Det er også en god ide at beskrive kort i indledningen, hvad formålet med undersøgelsen er: fx forbedring af bibliotekets service.

Man kan evt. også stille spørgeskemaet til skue i en opsigtsvækkende holder ved skranken, indgangen eller i et læseområde – og skrive i indledningen, eller i afslutningen af spørgeskemaet, at respondenterne skal aflevere det hos den nærmeste bibliotekar, så snart de er færdige med at udfylde spørgeskemaet.

En udfordring ved denne distributionsform er, at man efter dataindsamlingen skal indtaste besvarelsene manuelt i fx Excel, således at man tælle data og opsummere dem i fx procenter, andele eller gennemsnit. Manuel indtastning kan være en tidskrævende opgave alt afhængig af, hvor mange besvarelser man skal indtaste.

Uddeling via universelt link eller e-mail

En distributionsmetode er det elektroniske spørgeskema. I praksis er det ofte sådan, at man konstruerer spørgeskemaet online via et internetbaseret survey-program. Dernæst knytter man et universelt link (et link

alle kan trykke på) til det elektroniske spørgeskema. Dette link kan man evt. henvise til på bibliotekets hjemmeside.

Her er det vigtigt, at man laver en iøjefaldende tekst, som leder folks opmærksomhed hen på linket. Problemet med universelle links er, at respondenter reelt kan svare flere gange på spørgeskemaet, hvis de har lyst til det. Man kan så og sige ikke holde øje med, hvem der svarer og hvor mange gange de gør det.

En anden metode, som reducerer problemerne med universelle links, er at udsende spørgeskemaet via e-mail. Det kræver, at man har en liste med e-mails til alle ens respondenter. Her taster man e-mails ind i det internetbaserede survey-program, man anvender, som så sender et individuelt link ud til hver respondent. Fordelen ved denne metode er, at systemet registrerer, hvem der sendes til, hvem der svarer, og hvad der svares. Endvidere er det nemt at sende en reminder (påmindelse) til dem, der endnu ikke har svaret - og dermed øges svarprocenten.

Udfordringen med denne metode er, at lovgivningen sætter nogle grænser for, hvem du kan kontakte via e-mail. Generelt er det ikke tilladt, at man kontakter folk, hvis de ikke har givet dig lov til det og erklæret deres samtykke. Distribution via e-mail kræver altså, at man sætter sig ind i lovgivningen på området, førend man udsender spørgeskemaer ud til folks private e-mailadresser.

Generelt er fordelen ved at lave elektronisk spørgeskema via et survey-program, at de besvarelser man modtager bliver registreret online. Der er ikke behov for manuel indtastning, og så snart dataindsamlingen er afsluttet, kan man foretage en eksport af data til fx Excel. Dette letter arbejdsbyrden, idet man kommer uden om problemet med manuel indtastning.

Formuleringen af spørgsmål

"Som man spørger, får man svar" er et tvist af ordsproget "som man råber i skoven, får man svar". Flere undersøgelser viser, at dette er delvist rigtigt, i og med, at bestemte ordlyde – og vendinger i spørgsmålsformuleringer kan have stor betydning for respondenternes svar.

Fx kan spørgsmålsformuleringen "*Hvor tilfreds er du med bibliotekets service*" være problematisk, idet der mangler en konkretisering af, hvad der menes med ordet "*service*". Konsekvensen er, at enkelte respondenter måske leder deres tanker hen på, om de er tilfredse med udvalget af litteratur, mens andre tænker på, om de synes bibliotekarerne er venlige og serviceminded. Dette er problematisk, idet man ikke ved hvad man måler med spørgsmålet. Derfor skal man gøre sig klart bevidst, hvad man ønsker at måle og så formulere et spørgsmål, der præcist måler dette (også kaldet målingsvaliditet).

Det er meget vigtigt, at man gennemtænker sine spørgsmålsformuleringer og eventuelt får en eller flere testpersoner til at give feedback på spørgeskemaet, inden man distribuerer det til sin målgruppe.

Nedenfor er en række konkrete råd til, hvad man kan gøre for at forbedre sine spørgsmålsformuleringer:

Gode råd til formuleringen af spørgsmål	
Minimer respondentens mulighed for fortolkning	Respondenter skal ikke kunne fortolke spørgsmålet forskelligt Undgå ord og vendinger som kan virker fremmede (fagtermer, slangudtryk etc.)

	Anvend simpelt sprogbrug
Formuler spørgsmålet præcis	Undgå vage formuleringer Indsæt en følgetekst for at afgrænse et begreb (fx ”med service menes der bibliotekarenes venlighed”)
Undgå at spørge om flere ting på en gang	Stil kun spørgsmål om én ting ad gangen ellers ved du ikke hvad din respondent svarer på af de to delelementer
Undgå negationer	Sætninger der indeholder ordet ”ikke” flere gange i en sætning kan forvirre læseren Generelt er det godt at udelade ”ikke” i spørgsmålsformuleringer
Undgå ledende spørgsmål	Formuler spørgsmålene så neutralt som muligt for ikke at påvirke svarene i en bestemt retning Undgå følelseladete ord da de kan virke ledende
Overvej hvad respondenter forventes at huske	Gennemtænk hvad respondenter forventes at huske Er det fx realistisk at respondenter kan huske hvor mange gange de har besøgt biblioteket det sidste ½ år?
Undgå lange spørgsmål	Oftentimes har respondenter travlt med andre aktiviteter i deres hverdag, og derfor er det vigtigt at undgå for lange spørgsmål, da de kan irritere eller kede respondenterne. Vær derfor kort og præcis

Svarkategorier

Under [Gode råd til formuleringer af spørgeskemaspørgsmål](#) er spørgsmålene forsynet med en række svarkategorier. Her kan man enten krydse af i et felt, som fx i spørgsmålet, om ”hvad er dit køn” (et lukket spørgsmål) eller skrive et tal i forlængelse af spørgsmålet ”hvilket årstal er du født”.

Svarkategorierne er en vigtig del af spørgeskemaet, fordi der her angives et udfaldsrum med valgmuligheder.

Hvis man kigger nærmere på eksempel 4, der omhandler bibliotekets åbningstider, har vi at gøre med et klassisk holdningsspørgsmål.

Eksempel 4: Spørgsmål om bibliotekets åbningstider

Hvor tilfreds er du med bibliotekets åbningstider?

- (1) Meget tilfreds
 - (2) Tilfreds
 - (3) Hverken tilfreds eller utilfreds
 - (4) Utilfreds
 - (5) Meget utilfreds
- Ved ikke

Der er 5 svarkategorier, der rangerer fra "Meget tilfreds" (nr. 1) til "Meget utilfreds" (nr. 5). Den midterste svarkategori "Hverken tilfreds eller utilfreds" (nr. 3) gør det muligt for respondenterne at angive en neutral holdning til bibliotekets åbningstider.

Generelt er det en god ide at medtage en neutral midterkategori. En neutral holdning kan ligesom yderkategorierne bidrage med værdifuld information.

Hvis man ønsker at "presse" sine respondenter til svare, hvorvidt de hælder de lidt mere mod tilfreds eller lidt mere mod utilfreds, kan man lave en svarkategori uden en neutral midterkategori.

Nedenfor kan du se et eksempel på dette, hvor der mellem nr. 2 og 4. ikke er mulighed for at angive en neutral holdning.

Hvor tilfreds er du med bibliotekets åbningstider?

- | Meget tilfreds | Tilfreds | Utilfreds | Meget utilfreds | Ved ikke |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------|
| (1) <input type="checkbox"/> | (2) <input type="checkbox"/> | (4) <input type="checkbox"/> | (5) <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

En anden slags svarkategori er det man kalder et "batteri" af spørgsmål. I et spørgebatteri stiller man flere spørgsmål under en overskrift og med samme svarkategorier. Denne formuleringsform er let overskuelig for respondenterne og tidsbesparende, fordi det tydeliggøres at evaluatoren ønsker en vurdering, og at svarkategorierne er de samme hele vejen ned i rækken af spørgsmål .

Hvordan vil du vurdere følgende af bibliotekets services?

	Meget tilfreds	Tilfreds	Utilfreds	Meget utilfreds	Ved ikke
Åbningstid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bogudvalg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Meget tilfreds	Tilfreds	Utilfreds	Meget utilfreds	Ved ikke
Indretning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personalets imødekommenhed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En lille bemærkning om "ved ikke"-svar

Generelt er det godt at medtage en svarkategori kaldet "ved ikke", da enkelte respondenter måske ikke ved, hvad de skal svare til ét eller flere af de mange stillede spørgsmål i undersøgelsen.

Udelader man "ved ikke"-kategorien risikerer man, at respondenter sætter kryds ved et svar, som denne reelt ikke mener.

En anden risiko er, at respondenter bliver irriteret over, at der ikke er et svar blandt de givne valgmuligheder, som passer til deres holdning. For at undgå, at respondenter dropper ud af besvarelsen grundet frustration, er det anbefalelsesværdigt at inkludere "ved ikke"-kategorien. Denne kategori kan evt. mindske deres irritation, og bringe dem hurtigt videre til næste spørgsmål.

Analyse og tolkning

Når dataindsamlingen er afsluttet, er det tid til at analysere besvarelsene.

I spørgeskemaundersøgelser arbejder man ud fra en kvantitativ logik, hvor man søger at analysere data som frekvensfordelinger samt beregninger af procenter, gennemsnit og sammenhænge.

Nedenfor vises en række eksempler på, hvordan man bl.a. kan vise fordelinger af svar på en let og overskuelig måde.

Frekvenstabeller

Hvis man er interesseret i fx at se, hvad respondenterne mener om bibliotekets åbningstider, kan man lave en frekvenstabel.

Her sammentæller man antallet af respondenter, der har svaret inden for hver kategori. Som en ekstra information, kan fordelingen også præsenteres i procent, hvis man ønsker at beskrive sine data a' la "41 % af respondenterne er meget tilfredse med bibliotekets åbningstider".

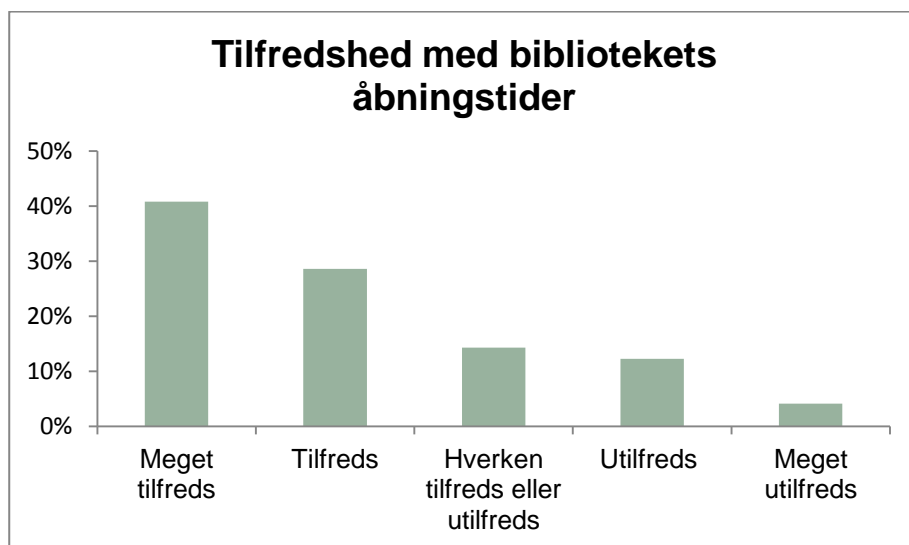
Illustration af frekvenstabel

Tilfredshed med bibliotekets åbningstider		
	Antal	Pct. (%)
Meget tilfreds	20	41 %
Tilfreds	14	29 %
Hverken tilfreds eller utilfreds	7	14 %
Utilfreds	6	12 %
Meget utilfreds	2	4 %
I alt	49	100 %

Søjlediagrammer

Hvis man ønsker at fremvise sine data på en let og overskuelig måde, kan man udarbejde et søjlediagram. Dette kan man fx gøre i Excel. Nedenstående søjlediagram viser procent-fordelingen fra ovenstående frekvenstabel.

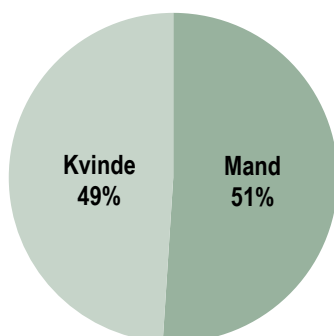
Illustration af søjlediagram



Lagkagediagrammer

En anden grafisk fremstilling af ens data er et lagkagediagram. Man kan vise mange ting med et lagkagediagram. Det er en intuitiv illustrationsform, hvis man ønsker at vise fordelingen af svar. Nedenstående eksempel viser fx andelen af hhv. mænd og kvinder, der har deltaget i undersøgelsen. En vigtig bemærkning er, at man kun bør illustrere det, som er relevant for ens undersøgelse. Køn er ikke altid en variabel, man skal lave en grafisk fordeling over. Eksemplet nedenfor er blot en illustration af lagkagediagrammets anvendelighed.

Andelen af mænd og kvinder



Krydstabeller

Hvis man ønsker at se, om der fx er forskel mellem mænd og kvinder, med hensyn til hvor hyppigt de besøger biblioteket, kan man lave en såkaldt krydstabel. Her krydser man to svarkategorier (i fagtermer kaldet variable) med hinanden. Som eksemplet i nedenstående tabel 3 viser, så ser det ud til, at kvinder besøger biblioteket oftere end mænd i denne "pågældende" undersøgelse.

Der findes en række forskellige statistiske beregninger, hvormed man kan undersøge disse forskelle nærmere, men de kræver en grundigere beskrivelse end denne metodeguide lægger op til.

Du kan læse mere om statistik i følgende [litteratur](#). Det er ofte ikke nødvendigt med avancerede statistiske beregninger, når man arbejder med spørgeskemaundersøgelser i mindre skala. Det kommer helt an på formålet. Nedenstående tabel tilstræber fx at præsentere data på en let og præsentabel måde.

Tabel 1: Eksempel på en krydstabel

		Hvor ofte besøger du biblioteket?				
		Flere gange om ugen	ca. 1 gang om ugen	2-3 gange månedligt	sjældent	aldrig
Køn	Mand	14	50	34	18	2
	Kvinde	17	68	20	14	1

Litteraturhenvisninger

Andersen, Lotte Bøgh, Kasper Møller Hansen & Robert Klemmensen (2010): Metoder i statskundskab. Hans Reitzels Forlag. København

Boolsen, Mette Watt (2008): Spørgeskemaundersøgelser. Hans Reitzels Forlag. København

Olsen, Henning (2006): Guide til det gode spørgeskema. SFI. <http://www.sfi.dk/resultater-4726.aspx?Action=1&NewsId=121&PID=9422>