

Nr. 2 ■ 2015

Web versus papir: En sammenligning af kvalitet i surveydata

Sanne Lund Clement & Ditte Shamshiri-Petersen

Institut for Statskundskab, Aalborg Universitet

Resumé

Surveyforskningen står overfor en række udfordringer i form af eksempelvis faldende svarprocenter og øget skævhed i data. Dette har medført en stigende afprøvning af nye indsamlingsformer, hvor særligt de web-baserede surveys har vundet frem. I den videnskabelige litteratur er der dog en vis skepsis overfor dataindsamling online, da der argumenteres for, at kvaliteten af datamaterialet forringes, primært fordi respondenterne på nettet ikke gør sig samme kognitive indsats for at besvare spørgsmålene, og derfor er mere tilbøjelig til "satisficing", end hvis de havde besvaret skemaet eksempelvis i et telefoninterview.

Denne artikel stiller imidlertid spørgsmålstegn ved, om eventuelle forskelle i datakvalitet på baggrund af indsamlingsmetode kan tilskrives brugen af nettet per se, da andre faktorer, som eksempelvis tilstedeværelsen af en interviewer i processen, ligeledes menes at kunne influere på de svar, som respondenterne giver. Vi har derfor foretaget et lille eksperimentelt studie, hvor eneste varierende faktor mellem to tilfældigt udvalgte grupper af studerende er brugen af indsamlingsmetoden. Resultaterne viser, at der ikke kan genfindes den såkaldte "web mode effekt", idet intet tyder på, at de respondenter, der har udfyldt den online udgave af spørgeskemaet, har større tendens til "satisficing" end de respondenter, der har udfyldt skemaet i papirform.

Introduktion

Surveyforskningen verden over står overfor en række udfordringer. I takt med at besøgsinterviews blev for omkostningstunge, skiftede flere og flere til at anvende telefoninterviews som foretrukne indsamlingsform, men brugen af telefonen udløste med tiden en række nye problemer, idet mobiltelefoner med talletidskort eller hemmeligt nummer blev udbredt (Bethlehem & Biffignandi 2012). Derudover steg antallet af analysebureauer og surveyundersøgelser i perioden, hvilket medførte et markant fald i svarprocenter, ligesom repræsentativiteten i undersøgelserne blev udfordret.

Disse og mange andre udfordringer er søgt løst ved at udvide antallet af anvendelige indsamlingsmetoder. Særligt er brugen af webundersøgelser indenfor det sidste årti steget i forsøget på at løse problemer med de faldende svarprocenter og mere besværlige og dyre dataindsamlinger (Dillman, Smyth & Christian 2009; Couper 2011; Frippiat, Marquis & Wiles-Portier 2010, Smith 2013). Eftersom spørgeskemaundersøgelser generelt er dyre at gennemføre, er der endvidere set en tendens til, at skemaerne vokser i længde, med den negative følgevirkning at en højere andel respondenter enten nægter at deltage i undersøgelsen eller simpelthen falder fra undervejs (Couper 2011; Blasius & Thiesen 2012). De webbaserede undersøgelser har imidlertid haft succes med at fange en del af denne gruppe, for hvem en besvarelse online fremstår mindre tidskrævende og lettere at håndtere. Endelig er webundersøgelser både billigere og hurtigere gennemført end undersøgelser med brug af de mere traditionelle metoder (Couper 2011; Smith 2013; Dillman 2000; Roberts 2007).

Imidlertid er der også peget på en række udfordringer forbundet med at bruge webbaserede surveys, hvor bekymringer angående sampling og dækningsgrad har været de største og også de mest veldokumenterede (Couper 2011; Bethlehem & Biffignandi 2012; Smith 2013; Revilli & Saris 2012; Solomon 2001; Crawford, Couper & Laminas 2001; Hoek 2002). Efterhånden som udbredelsen af internettet er vokset, er bekymringerne dog mindsket (Couper 2011), og der er næppe grund til at bekymre sig i Danmark, hvor andelen af familier med adgang til internettet i hjemmet i 2014 er oppe på hele 93 % (Danmarks Statistik, Statistikbanken: IT-anvendelse i befolkningen). Internationalt har bekymringen som nævnt også vedrørt samplingsprocedurer og repræsentativitet, hvor

der i Danmark dog er unikke muligheder for udtræk af repræsentative samples via CPR-systemet, hvorefter der sendes breve med personlige link til surveyen til respondenterne. I Danmark har repræsentativiteten af surveyundersøgelser til gengæld været udfordret af et stigende antal borgere, der valgte at være omfattet af den såkaldte 'forskerbeskyttelse', hvorved deres CPR-nummer ikke kunne udtrækkes til brug for videnskabelige undersøgelser.¹

Med tiden er betænkeligheder relateret til skævheder i besvarelserne og til forskellige typer af målefejl blevet mere dominerende (Smith 2013; Schaeffer & Dykema 2011; Blasius & Thiessen 2012). Undersøgelser har eksempelvis vist, at typen af indsamlingsmetode har indflydelse på, i hvilket omfang respondenterne ofrer den nødvendige kognitive indsats for at besvare spørgsmålene præcist og omhyggeligt (Jäckle, Roberts & Lynn, 2006; Roberts, Jäckle & Lynn, 2007; Revilli & Sarris 2012; Strabac & Aalborg 2011).

I litteraturen synes der at være bred teoretisk enighed om, at webundersøgelser er mere udsatte for respondenternes satisficing end andre indsamlingsmetoder (se eksempelvis Roster m.fl. 2004; Heerwegh & Loosveldt 2008), og dermed producerer data af dårligere kvalitet. Argumenterne er, at de kognitive krav til respondenterne varierer mellem metoder (Tourangeau, Rips & Rasinski 2000), og videre at webbaserede spørgeskemaer kan være særligt krævende (Heerwegh & Loosveldt 2008). Ydermere argumenteres der for, at muligheden for at blive distraheret ved at beskæftige sig med andre ting på samme tid som besvarelse af spørgsmål, vil forårsage øget satisficing (Holbrook, Green & Krosnick 2003), og at multitasking her er mere almindeligt, når skemaer besvares via nettet, da respondenterne sandsynligvis samtidig har flere internetsider åbne, tjekker mail, har andre programmer kørende osv. (Heerwegh & Loosveldt 2008).

Flere empiriske studier understøtter disse antagelser. Eksempelvis viser en sammenligning af websurveys og telefonsurveys (Fricker m.fl. 2005), at webre-

¹ Denne ordning er imidlertid blevet ophævet pr. 1. april 2014, og dette med tilbagevirkende kraft. Derfor er dette ikke længere en udfordring for udtræk af repræsentative stikprøver i Danmark. Imidlertid var der over 700.000 danskere omfattet af ordningen, da den var på sit højeste (www.dst.dk), hvilket udgjorde et ikke ubetydeligt problem for dansk surveyforskning.

spondenterne er mindre tilbøjelige til at gennemføre hele skemaet, og at de giver mindre differentierede svar end telefon-respondenterne på en serie af holdningsspørgsmål, der anvender samme svarskala (Fricker m.fl. 2005). Tilsvarende har Heerwegh & Loosveldt (2008) fundet, at websurveys fremkalder flere ”ved ikke” svar, mindre spredning på skalaer og spørgsmålsbatterier og en større andel manglende besvarelser på enkeltitems end face-to-face surveys (2008:844).

Imidlertid er de empiriske resultater tvetydige. I modsætning til Heerwegh & Loosveldt (2008) viser Fricker m.fl. (2005) i deres studie også, at brugen af websurveys giver færre manglende besvarelser på enkeltitems, da telefonrespondenter generelt er mere tilbøjelige til at svare ”ved ikke” end webrespondenter. Derudover skal det bemærkes, at langt de fleste studier af effekter af at anvende webbaserede undersøgelser, præcis som tilfældet også er det med Fricker m.fl. (2005), bygger på sammenligninger mellem brugen af web og telefon (se også Roster et. Al 2004; Braunsberger, Wybenga & Gates, 2007; Greene, Speizer & Witala, 2008; for exceptions e.g. Sax, Gilmartin & Bryant, 2003). Problemet her er, at et sådant design gør det vanskeligt at afgøre, hvorvidt eventuelle forskelle i responsmønstre reelt skyldes forskelle i indsamlingsmetode – eller om det i stedet skyldes forskelle i, om respondenter selv eller en interviewer administrerer besvarelsen. Blandt andet er det i surveyforskningen velkendt, at tilstedeværelsen af en interviewer kan påvirke besvarelsen af især følsomme spørgsmål, hvor der er en tendens til, at respondenterne svarer i overensstemmelse med, hvad de opfatter som kulturelt acceptabelt af andre (social desirability bias, se eksempelvis deLeeuw & Van Der Zowen 1988). Af samme årsag kan dét, der umiddelbart synes at være signifikante forskelle mellem web og telefonrespondenters svar, meget vel tilskrives tilstedeværelsen af en interviewer i telefonsurveyen (eller face-to-face, som tilfældet er i studiet af Heerwegh & Loosveldt 2008), mens websurveyen er selvadministreret.

Teoretisk perspektiv

Netop den kognitive indsats forsøges indfanget med begrebet "satisficing" (Krosnick, 1991; Krosnick, Narayan and Smith, 1996), der er en sammentrækning af begreberne "satisfy" og "optimizing" (Krosnick 1991, Tourangeau 1986, 1987; Tourangeau & Rasinski 1988). Argumentet er, at respondenterne i en surveyundersøgelse i udgangspunktet er motiveret for at give de bedst mulige svar på de spørgsmål, de bliver stillet. Imidlertid er det ikke altid ligetil, da respondenterne udsættes for en bred vifte af spørgsmål, hvilket kræver, at respondenterne bevæger sig gennem fire trin i en kognitiv proces (Krosnick 1991). Først må respondenterne grundigt overveje den præcise mening med hvert spørgsmål, derefter leder respondenterne i hukommelsen efter lagret information og viden om det givne spørgsmål, dernæst foretages en vurdering på baggrund af informationerne, og endelig gives responsen i form af et svar på spørgsmålet, der er i overensstemmelse med vurderingerne (Krosnick, Narayan and Smith 1996). Imidlertid er ikke alle respondenter motiveret til eller har evnerne til at gennemføre hele denne kognitive proces fyldestgørende, og de vil derfor ty til forskellige former for genveje, enten i form af ikke at bruge den fornødne tid på de forskellige trin (eksempelvis ved ikke at genkalde sig al den viden, man allerede har om emnet), eller simpelthen ved at springe et eller flere af dem over. Én strategi er således at stille sig tilfreds med, ikke et optimalt, men blot et tilfredsstillende – "satisfactory" – svar på spørgsmålet, ved eksempelvis at vælge den første acceptable svarmulighed til et spørgsmål med lukkede svarkategorier eller ved konsekvent at erklære sig enig i de listede udsagn (Krosnick 1991). Denne form for genveje kaldes for "svag satisficing", idet respondenterne antages at gennemgå alle trin, men dette overfladisk og uden den fornødne kognitive indsats.

En anden genvej kan være helt at springe trin i den kognitive proces over, hvilket kaldes for "stærk satisficing" (Krosnick 1991; Krosnick, Narayan and Smith, 1996). I sådanne tilfælde vælger respondenterne ofte de svarmuligheder, der ikke kræver den store stillingtagen. Det være sig svarmuligheder, der støtter status quo frem for forandring, som eksempelvis "hverken-eller" eller svarmuligheder der slet ikke udtrykker en holdning, som eksempelvis "ved ikke". Et andet udtryk for at respondenterne springer trin over, er hvis vedkom-

mende giver samme svar på en række forskellige spørgsmål, eller ligefrem blot svarer helt tilfældigt.

Eksperimentet

Med baggrund i ovenstående uklarheder, og med afsæt i satisficingperspektivet, er formålet med undersøgelsen bag denne artikel at diskutere og undersøge eksistensen af den såkaldte ”web mode effekt”. Formålet empirisk er at teste, hvorvidt webbaserede indsamlingsmetoder producerer flere målefejl end andre metoder. Mere præcist er det målsætningen at afgøre, om webrespondenter er mere tilbøjelige til svag eller stærk satisficing end respondenter, der udfylder et enslydende spørgeskema på papir.

Undersøgelsen er baseret på et eksperiment blandt studieaktive på uddannelsen i Politik & Administration på Aalborg Universitet, gennemført i foråret 2011. Den totale population talte 528 stude-rende, der tilfældigt blev inddelt i to lige store grupper, hvor den ene gruppe modtog et spørgeskema i papir, og den anden gruppe modtog et link til en webversion af samme spørgeskema pr. mail. I alt 187 studerende besvarede spørgeskemaet; 58 på papir og 131 online. Selvom papirskemaerne personligt blev delt ud til de studerende af deres projektvejleder, var svarprocenten for denne gruppe kun på 22 procent – mod 50 procent for gruppen af webrespondenter.

Valget af design og population var bevidst foretaget for herigennem at eliminere andre faktorer til variation mellem grupperne end den potentielle webefekt. For det første tillader designet at udelukke problemer med manglende dækning, idet alle studerende har fået tildelt en mailadresse og har adgang til Internettet. For det andet eliminerer vi den nævnte potentielle interviewereffekt, ved at sammenligne to metoder, der begge administreres af respondenterne selv, og endelig formodes de to grupper af studerende at være lige motiverede, interesserede og i stand til at besvare spørgsmålene (jf. Heerwegh & Loosveldt 2008; Krosnick 1991), inklusiv en tilstrækkelig lige grad af ”need for cognition”, dvs. lige behov for omhyggelighed i de kognitive trin (se eksempelvis Petty & Cacioppo 1982).

Spørgeskemaets tema er politiske holdninger. Dette emne er valgt af flere årsager. For det første er en forudsætning for optimale besvarelser ifølge satisficingperspektivet, at respondenterne har en interesse i det emne, spørgsmålene omhandler, eller på anden vis har en motivation til at besvare spørgeskemaet. Ved at vælge politiske emner i et skema til politik-studerende har vi derfor en formodning om, at respondenterne vil have den fornødne interesse i at besvare skemaet, også jf. ovenstående, og vi kan undlade grundigere tests af deres motivation forud for analyserne. For det andet antages politiske holdninger at være egnede til at teste intern holdningskonsistens. Konsistens, forstået som en underliggende logik på tværs af en række holdninger, indikerer, at respondenterne har gjort en kognitiv indsats i besvarelsen af skemaet. Eftersom politiske holdninger relativt simpelt kan organiseres som overvejende højreorienterede eller venstreorienterede holdninger, vil den interne konsistens ligeledes let kunne afdækkes. Skemaet indeholder derfor i alt ni spørgsmål om respondenterens politiske holdninger til både økonomiske og værdipolitiske issues (jf. opdelingen hos Dalton, Flanagan & Beck 1984). Ydermere indeholder spørgeskemaet et holdningsbatteri bestående af otte items omhandlende respondenterens politiske selvtillid og generelle tillid, og endelig er der spørgsmål i relation til respondenternes sociale baggrund, partivalg, partimedlemskab samt saliens af de forskellige issues.

Kvaliteten af den indsamlede data afhænger som nævnt i vid udstrækning af respondenterens evner og anstrengelser for at give optimale svar på de spørgsmål, som de bliver stillet. For at kunne det må respondenterne involvere sig hele vejen gennem den kognitive proces, som beskrevet indledningsvist. I tilfælde, hvor respondenterne er mindre opmærksomme på den præcise betydning af spørgsmålet, bruger mindre energi på at genkalde informationer og erfaringer fra hukommelsen, eller hvor respondenterne er mere tankeløse, når informationen skal bruges i den konkrete vurdering af spørgsmålet, vil deres valg af svar i højere grad blive tilfældig (Krosnick, Narayan & Smith 1996:31). I disse tilfælde, hvor respondenterne så at sige nøjes med at generere kun tilfredsstillende – og ikke optimale – svar på spørgsmålene, er der tale om svag satisficing. Svag satisficing er generelt målt på to måder: Først gennem respondenterens tendens til at vælge den første acceptable svarkategori og dernæst gennem respondenterens tendens til at erklære sig enig, uanset formuleringen og indholdet af det

konkrete spørgsmål (Krosnick 1991:215, Krosnick, Narayan & Smith 1996:31). Tendensen til at vælge første svarkategori undersøges ved hjælp af 9 spørgsmål vedrørende de vigtigste politiske problemer for politikerne at tage sig af, respondentens tillid til politikere samt politiske holdninger og tendensen til at erklære sig enig undersøges ved hjælp af i alt 11 spørgsmål om respondentens politiske holdninger samt politiske tillid og tillid til politik generelt.

Hvor svag satisficing som nævnt forekommer, når respondenten ganske vist gennemgår de nødvendige kognitive trin mod at kunne give optimale svar på spørgsmålene, men ikke gør dette tilstrækkeligt grundigt, så forekommer stærk satisficing, når ét eller flere trin springes helt over, eksempelvis ved slet ikke at overveje spørgsmålsformuleringernes betydning eller konsistensen i egne besvarelser (Krosnick 1991). Fraværet af kognitiv indsats betyder, at respondenter under besvarelsen ikke er sig bevidst om egne holdninger til de stillede spørgsmål, og at svarene dermed kun i ringe grad kan forventes at afspejle deres egentlige synspunkter.

Stærk satisficing operationaliseres i første omgang som respondentens tilbøjelighed til at vælge svarmuligheder, der signalerer enten "status quo" eller "ingen holdning", og dermed ikke udtrykker en egentlig stillingtagen. Dette testes på henholdsvis 15 og 17 spørgsmål om holdninger til både økonomisk politik og til værdipolitik samt til dimensioner af politisk selvtillid og tillid til politikere. "Status quo" er defineret som valg af svarkategorien "hverken enig eller uenig" eller valg af svarkategorien "ikke enig med nogen af parterne", og "ingen holdning" er defineret som valg af svarkategorien "ved ikke" og hensigten er at undersøge, om webrespondenter har større tendens til at afkrydse disse kategorier end papirrespondenter.²

² På trods af, at svarkategorien "ikke enig med nogen af parterne", i spørgsmål udformet som en diskussion mellem A og B, der har to modsatte synspunkter, ofte ukritisk er anvendt som det operationelle mål for "status quo", kan målets validitet diskuteres. For udelukkende at være en indikation på, at respondenter undlader at tage stilling, bør svarkategorierne være udformet således, at de resterende kategorier er udtømmende for en hvilken som helst stillingtagen, og "ikke enig med nogen af parterne" skal således kun være muligt at svare, såfremt der virkelig ikke tages stilling. På spørgsmål, hvor svarkategorierne handler om at være enig i ét af to modsatte synspunkter, kunne man formode, at nogle respondenter har taget stilling til spørgsmålet, men at respondenter blot ikke er enig

Dernæst operationaliseres stærk satisficing som tilbøjeligheden til at vælge den samme svarkategori på en serie af spørgsmål med samme skala. Lav grad af differentiering på et spørgsmålsbatteri (jf. Krosnick 1991; se også Fricker et al 2005) kan indikere, at respondenterne ikke har forholdt sig til det enkelte item, men blot afkrydset samme kategori, hele vejen ned. Om webrespondenterne er mere tilbøjelige til dette end papirrespondenterne undersøges dermed igennem en sammenligning af spredningen i deres svar på det omtalte spørgsmålsbatteri bestående af 8 spørgsmål om politisk selvtillid og tillid generelt.

Slutteligt undersøges det, om webrespondenter er mere tilbøjelige til at give tilfældige svar, hvilket i litteraturen også betegnes som "mental coin flipping" (Krosnick 1991:220). Dette gøres ved at sammenligne konsistensen i de to gruppers politiske holdninger, målt ved hjælp af de 9 omtalte holdnings-spørgsmål. En lav grad af konsistente venstre- eller højreorienterede holdninger kan udtrykke høj grad af tilfældighed og dermed indikere stærk satisficing hos respondenterne. Omvendt vil høj grad af konsistens udtrykke et vist kognitivt engagement.

Karakteristika ved respondenterne

En grundlæggende forudsætning for at kunne sammenligne graden af satisficing hos de to grupper er, at grupperne ligner hinanden på andre potentielt betydende faktorer. Som allerede beskrevet er respondenterne i de to grupper valgt tilfældigt blandt studerende på Politik & Administrations-uddannelsen, men der er naturligvis en risiko for, at forskellen i svarprocent har medført signifikante variationer på andre parametre. Imidlertid viser en umiddelbar sammenligning på udvalgte baggrundsfaktorer, at grupperne overordnet set kan betragtes som ens.

med nogen af parterne. Spørgsmålet anvendes alligevel, også i dette eksperiment, idet sammenligningerne med tidligere studier naturligvis vanskeliggøres, såfremt der anvendes markant anderledes spørgsmål og operationelle mål.

Tabel 1: Udvalgte karakteristisk ved web- og papirrespondenterne: køn, alder, forældres uddannelsesniveau og politisk interesse

	Web (n=130)	Papir (n=58)	Dif.
Kvinder	47,0 %	52,0 %	p=0,577 (Chi ²)
Gennemsnitsalder	24,5 år	23,0 år	p=0,046 (T-test)
Far har videregående uddannelse (3 år eller mere)	36,1 %	44,8 %	p=0,253 (Chi ²)
Mor har videregående uddannelse (3 år eller mere)	46,2 %	53,4 %	p=0,300 (Chi ²)
Meget interesseret i politik	67,7 %	60,3 %	p=0,328 (Chi ²)

Tabel 1 viser, at de to grupper ikke varierer signifikant på de fleste variable. Gruppen af webrespondenter indeholder en lille overvægt af mænd, mens gruppen af papirrespondenter omvendt har en lille overvægt af kvinder, men forskellen er ikke statistisk signifikant. Det samme er tilfældet, når vi ser på respondenternes forældres uddannelsesniveau. Umiddelbart synes forældrenes uddannelsesniveau at være en anelse højere blandt papirrespondenterne, men igen er forskellen ikke signifikant. Heller ikke på spørgsmålet om politisk interesse er der forskel på de to grupper. Dog er der en enkelt forskel, som er værd at tage højde for. Den gennemsnitlige alder for webrespondenterne er signifikant højere end gennemsnitsalderen for papirrespondenterne. Imidlertid er spredningen her også markant anderledes; 2,3 for papirrespondenter og 4,1 for webrespondenter, hvilket dog udelukkende skyldes, at to markant ældre studerende begge har udfyldt skemaet via web.

Sammenligninger af datakvalitet

Det grundlæggende spørgsmål i denne artikel er, hvorvidt webrespondenter er mere tilbøjelige end papirrespondenter til satisficing, hvilket er det anvendte mål for datamaterialets kvalitet. Ved at sammenligne de to gruppers svarmønstre, undersøger vi i de følgende analyser således, om der er signifikante forskelle mellem de to gruppers tilbøjelighed til svag og til stærk satisficing.

Svag satisficing

Som det fremgår ovenfor, operationaliseres svag satisficing primært som respondenternes tilbøjelighed til at vælge den først mulige acceptable svarmulighed, frem for den mest optimale. Forskellene mellem webrespondenter og papirrespondenter i spørgsmålet om tendensen til at vælge ”første mulighed” er testet via en række Chi²-tests. Alle items er dikotomiserede til ne ”første mulighed” og ”ikke første mulighed”, og derefter krydset med typen af indsamlingsmetode, og Chi²-testen kan herved afgøre, om der er en signifikant forskel mellem de to gruppers respondenter. Analysen er baseret på i alt ni items: to items, hvor respondenternes syn på, hvilket politisk problem, de finder vigtigt, at politikerne tager sig af, ét item om respondentens tillid til politikere, fem items, der måler respondentens holdninger til den økonomiske politik og til værdipolitikken med brug af to modsatrettede udsagn, og endelig et holdningsspørgsmål vedrørende niveauet af offentlig udgifter brugt på ulandsbistand.³

³ Items fra spørgeskemaet, hvor første mulighed er at være ”meget enig” er ikke medtaget i denne analyse. I stedet er disse items brugt i de følgende analyser af respondenternes tilbøjeligheder til at erklære sig enig i alle præsenterede udsagn.

Tabel 2: Forskelle i andele blandt web- og papirrespondenter, der vælger "første svarmulighed" på spørgsmål om politiske problemer, tillid og politiske holdninger. Andel, der vælger første svarmulighed samt signifikansniveauer⁴

Items	Web (n=130)	Papir (n=58)	Dif. (Chi ²)
a. "Det vigtigste problem, som politikerne bør tage sig af"	13,2	14,0	p=0,630
b. "Det næstvigtigste problem, som politikerne bør tage sig af"	24,0	21,1	p=0,788
c. "Tillid til politikerne"	2,3	0,0	p=0,240
d. "Indkomstforskelle er for store" vs. "Indtægtsudjævningen er gået tilstrækkeligt langt"	46,1	48,3	p=0,782
e. "Forretningsfolk bør selv bestemme" vs. "Staten bør kontrollere erhvervslivet"	44,8	47,4	p=0,747
f. "Mere brugerbetaling i den offentlige sektor" vs. "Ikke mere brugerbetaling"	24,2	10,3	p=0,028
g. "Mere udlicitering af velfærdsopgaver til private" vs. "Velfærdsopgaver bør bevares som offentlige"	41,4	43,9	p=0,755
h. "Mere valgfrihed i den offentlige sektor" vs. "Valgfriheden er tilstrækkelig i dag"	47,2	39,3	p=0,322
i. [Niveauet af] "Offentlig ulandsbistand"	8,5	12,1	p=0,437

Tabel 2 viser andelen af henholdsvis web- og papirrespondenter, der har valgt "første mulighed" som svar. Kun på et enkelt af de ni items er andelen af webrespondenter, der vælger "første mulighed", signifikant større end blandt papirrespondenter: På spørgsmålet: "A siger: Der bør i langt større grad end nu indføres brugerbetaling i den offentlige sektor, B siger: Bortset fra enkelte, ubetydelige områder bør der ikke indføres mere brugerbetaling", er 24,2 % af webrespondenterne enige med A, mens det samme kun er tilfældet for 10,3 %

⁴ For de præcise spørgsmålsformuleringer henvises til Appendix 1

af papirrespondenterne. På de resterende items er der ingen nævneværdige forskelle mellem de to grupper, hvilket indikerer, at forskellen på de ene item ikke nødvendigvis kan føres tilbage til indsamlingsmetoden, men i højere grad må skyldes tilfældigheder. Denne påstand støttes yderligere af det faktum, at forskellen i det pågældende item ville vise, at webrespondenter er mere højreorienterede i den økonomiske politik, hvilket ingen af de øvrige økonomiske items underbygger.

Nogenlunde samme mønster viser sig i analysen af andelen af respondenter, der erklærer sig enige i de præsenterede udsagn. Denne analyse er baseret på i alt 11 items, der alle er udsagn, og som benytter den klassiske Likert skala, der rangerer fra ”meget enig” til ”meget uenig” som svarmuligheder. Tre af udsagnene måler holdninger til henholdsvis fordelingspolitik og til værdipolitik, og de resterende udsagn måler forskellige dimensioner af politisk tillid og politisk selvtilid. Også her er alle dikotomiserede til kategorierne ”enig” eller ”ikke enig” med det formål at krydstabulere med indsamlingsmetode og beregne χ^2 .

Tabel 3 viser, at der ikke er signifikante forskelle på andelen, der enten er enige eller meget enige, på de tre udsagn om politiske holdninger de to grupper imellem. For alle items er andelen af enige ganske vist størst hos webrespondenterne, hvilket umiddelbart støtter hypotesen om, at webrespondenter er mere tilbøjelige til at erklære sig enige end papirrespondenterne, men forskellene er meget små og ingen af dem er statistisk signifikante.

Tabel 3: Forskelle mellem web- og papirrespondenter i andelen, der erklærer sig enige på spørgsmål om politiske holdninger, politisk selvtillid og tillid generelt. Pct. "helt enig" eller "enig", samt signifikansniveauer⁵

Items	Web (n=130)	Papir (n=58)	Dif. (Chi ²)
a. "Høje indtægter burde beskattes højere"	37,7	36,2	p=0,846
b. "Økonomiske vækst bør sikres gennem en udbygning af industrien"	15,5	8,8	p=0,215
c. "Voldsforbrydelser bør straffes hårdere"	46,1	35,1	p=0,162
d. "Politikerne tager for lidt hensyn til vælgerne"	19,5	17,9	p=0,790
e. "Man kan stole på, at vores politikere træffer de rigtige beslutninger"	37,5	48,3	p=0,166
f. "Politik er kompliceret"	9,4	17,2	p=0,124
g. "Det er ikke svært at tage stilling til politiske spørgsmål"	78,9	75,9	p=0,643
h. "Politikerne er mest optagede af at blive genvalgt"	72,4	64,9	p=0,302
i. "Politikerne er for ødsle med skatteborgernes penge"	28,0	25,0	p=0,675
j. "Valgkampagner handler i høj grad om synspunkter og politisk indhold"	21,1	41,4	p=0,004
k. "Politikerne tager for meget hensyn til meningsmålinger"	70,1	77,2	p=0,319

Heller ikke på spørgsmål om politisk tillid og politisk selvtillid finder vi betydelige forskelle mellem de to grupper. Kun på et enkelt item: "Partiernes valgkampagner handler i høj grad om synspunkter og politisk indhold" kan der ses en forskel i besvarelserne mellem web- og papirrespondenterne. Modsat forventet er det imidlertid papirrespondenterne, der har en højere tendens til at erklære sig enige i dette spørgsmål vedrørende politiske kampagner: 21,1 pro-

⁵ For de præcise spørgsmålsformuleringer henvises til Appendix 2

cent af webrespondenterne erklærer sig enige eller meget enige i udsagnet, mens hele 41,4 procent af papirrespondenterne gør det samme.⁶

Tolker vi dette resultat i lyset af substansen i spørgsmålet, indikerer det en større grad af politisk tillid blandt papirrespondenterne, hvilket også støttes af, at en større andel har tillid til, at de politiske ledere træffer de bedste beslutninger for landet. Men modsat er der også en større andel blandt papirrespondenterne, der er enige i, at politikerne bekymrer sig for meget om meningsmålinger i steder for at stå fast på deres egne synspunkter, og de finder i højere grad politik som værende indviklet. Det skal dog bemærkes, at ingen af disse forskelle er signifikante.

Disse resultater bidrager til det overordnede billede af kun små og tilfældige forskelle på graden af svag satisficing mellem web- og papirrespondenter. Hverken i forhold til at vælge første svarkategori eller på tilbøjeligheden til at erklære sig enig, er det muligt at finde systematiske mønstre i svarene.

Stærk satisficing

I det følgende analyseres respondenternes tendenser til stærk satisficing. Som den mildeste form for stærk satisficing finder vi som beskrevet respondentens tilbøjelighed til at vælge svarkategorier, der frem for en egentlig stillingtagen udtrykker status quo. Nedenstående tabel 4 viser tilbøjeligheden til at vælge kategorierne ”ikke enig med nogen af parterne” eller ”hverken enig eller uenig” på i alt 15 items for henholdsvis web- og papirrespondenter. Som i de tidligere analyser er alle items dikotomiserede og svarene er krydset med indsamlingsmetode, og som det kan aflæses, finder vi ingen systematiske eller signifikante forskelle mellem de to grupper.

⁶ Sammenlignes udelukkende andelen af ”meget enige” er forskellen stadig significant på .05 niveau (p=.05)

Tabel 4: Stærk satisficing: forskelle mellem web- og papirrespondenter i andelen, der vælger svarmuligheden “Ikke enig med nogen af parterne” eller “hverken enig eller uenig” på spørgsmål om politiske holdninger, selvtillid og tillid generelt. Pct. og signifikansniveauer

Items	Web (n=130)	Papir (n=58)	Dif. (Chi ²)
“Forskelle i indkomst er for store” vs. “Indtægtsforskelle bør bibeholdes” (a)	8,6	8,6	p=0,995 (Chi ²)
“Forretningsfolk bør selv bestemme” vs. “Staten bør regulere industrien” (a)	12,8	8,8	p=0,430 (Chi ²)
“Mere brugerbetaling i det offentlige” vs. “Ikke mere brugerbetaling” (a)	2,3	3,4	p=0,666 (Chi ²)
“Øget outsourcing af velfærdsopgaver” vs. “Velfærdsopgaver skal bevares offentligt” (a)	4,7	1,8	p=0,334 (Chi ²)
“Mere valgfrihed i det offentlige” vs. “Ikke mere valgfrihed” (a)	5,6	7,1	p=0,688 (Chi ²)
“Høje indkomster bør beskattes højere” (b)	14,0	12,1	p=0,726 (Chi ²)
“Økonomisk vækst via udbygning af industrien, selv ved konflikt med miljøet” (b)	13,3	12,3	p=0,852 (Chi ²)
“Voldsforbrydelser bør straffes hårdere” (b)	27,8	24,6	p=0,649 (Chi ²)
“Politikerne tager for lidt hensyn til vælgerne” (b)	24,0	32,1	p=0,251 (Chi ²)
“Man kan stole på, at vores politikere træffer de rigtige beslutninger” (b)	24,8	26,3	p=0,827 (Chi ²)
“Politik er kompliceret” (b)	20,0	13,8	p=0,310 (Chi ²)
“Det er ikke svært at tage stilling til politiske spørgsmål” (b)	11,2	12,1	p=0,864 (Chi ²)
“Politikerne er mest optagede af at blive genvalgt” (b)	15,3	14,5	p=0,893 (Chi ²)
“Politikerne er for ødsle med skatteborgernes penge” (b)	23,8	33,9	p=0,156 (Chi ²)
“Valgkampagner handler i høj grad om synspunkter og politisk indhold” (b)	27,4	17,5	p=0,150 (Chi ²)

Note: (a):ikke enig med nogen af parterne (b): hverken enig eller uenig

Ingen af de 15 items viser som sagt en signifikant forskel mellem de to grupper. På diskussionsspørgsmålene mellem A og B og på spørgsmålene om økonomisk politik og værdipolitik, er andelen, der svarede "ikke enig med nogen af parterne" eller "hverken enig eller uenig", tæt på identiske. På spørgsmålene, omhandlende respondentens politiske kompetencer og politisk tillid, finder vi imidlertid enkelte forskelle: 20 % af webrespondenterne svarede "hverken enig eller uenig" på udsagnet "Politik er kompliceret", hvor kun knap 14% af papirrespondenterne gjorde det samme. Tilsvarende undlod godt 27% af webrespondenterne at tage stilling til udsagnet " Valgkampagner handler i høj grad om synspunkter og politisk indhold", sammenlignet med 17,5% af papirrespondenterne. På udsagnet "Politikerne er for ødsle med skatteborgernes penge" er det imidlertid papirrespondenterne, der ser ud til at være mest tilbøjelige til at vælge status quo. Her undlader 34% at tage stilling, mens andelen for webrespondenterne er 24%, hvilket bidrager til argumentet, at der ikke findes robuste og systematiske forskelle mellem de to grupper.

Som et lidt kraftigere mål på respondenternes tilbøjelighed til at udgå at tage stilling, og dermed stærk satisficing, står svarkategorien "ved ikke". Som det fremgår af tabel 5, er der dog heller ikke her forskel på de to grupper.

Tabel 5: Stærk satisficing: forskelle mellem web- og papirrespondenter i andelen, der vælger at svare "ved ikke" på spørgsmål om politiske holdninger, politisk selvtillid og tillid generelt. Pct. og signifikansniveauer

Items	Web (n=130)	Papir (n=58)	Dif. (Chi ²)
"Forskelle i indkomst er for store" vs. "Indtægtsforskelle bør bibeholdes"	0,8	-	p=0,503 (Chi ²)
"Forretningsfolk bør selv bestemme" vs. "Staten bør regulere industrien"	3,1	1,7	p=0,594 (Chi ²)
"Mere brugerbetaling i det offentlige" vs. "Ikke mere brugerbetaling"	0,8	-	p=0,503 (Chi ²)
"Øget outsourcing af velfærdsopgaver" vs. "Velfærdsopgaver skal bevares offentligt"	0,8	1,7	p=0,556 (Chi ²)
"Mere valgfrihed i det offentlige" vs. "Ikke mere valgfrihed"	3,1	3,4	p=0,894 (Chi ²)
"Høje indkomster bør beskattes højere"	-	-	-
"Økonomisk vækst via udbygning af industrien, selv ved konflikt med miljøet"	0,8	1,7	p=0,556 (Chi ²)
"Voldsforbrydelser bør straffes hårdere"	1,5	1,7	p=0,925 (Chi ²)
"Niveauet for den offentlige ulandsbistand"	6,9	6,9	p=0,995 (Chi ²)
"Politikerne tager for lidt hensyn til vælgerne"	1,5	3,4	p=0,402 (Chi ²)
"Man kan stole på, at vores politikere træffer de rigtige beslutninger"	1,5	-	p=0,342 (Chi ²)
"Politik er kompliceret"	1,5	-	p=0,342 (Chi ²)
"Det er ikke svært at tage stilling til politiske spørgsmål"	1,5	-	p=0,342 (Chi ²)
"Politikere er mest optagede af at blive genvalgt"	2,3	1,7	p=0,798 (Chi ²)
"Politikere er for ødsle med skatteborgernes penge"	3,8	3,4	p=0,894 (Chi ²)
"Valgkampagner handler i høj grad om synspunkter og politisk indhold"	1,5	-	p=0,342 (Chi ²)
"Politikere tager for meget hensyn til meningsmålinger"	2,3	1,7	p=0,798 (Chi ²)

Tabellen viser, at der på samtlige 17 items forekommer ubetydelige og insignifikante forskelle i andelen der svarer "ved ikke". Det er på spørgsmålet vedrø-

rende ulandsbistand at den største andel ”ved ikke” svar forekommer, men som det kan aflæses, er den identisk med 6,9 % hos begge respondentgrupper.

Vel vidende, at begge analyser er baseret på et moderat antal respondenter, er konklusionen indtil videre, at vi ikke finder indikationer på, at brugen af web tilskynder stærk satisficing. Webrespondenterne er således hverken mere tilbøjelige til at vælge status quo eller ”ved ikke”.

Heller ikke når vi måler stærk satisficing som ikkedifferentiering på et spørgsmålsbatteri er der forskel på web- og papirrespondenter. Som allerede beskrevet, er det en indikator på manglende kognitivt engagement i besvarelsen, hvis respondenterne har givet samme svar på en række spørgsmål med samme skala, og det er en nærliggende antagelse, at websurveys i højere grad end andre modes tilskynder at respondenterne klikker på samme kategori igennem batteriet. Dette er der dog ikke noget der tyder på. Batteriet består af otte spørgsmål, der alle har de samme svarkategorier. For hver af dem fulgte vi samme fremgangsmåde, som hos Fricker m.fl. (2005), hvor de: “... *calculated the mean of the root of the absolute differences in the answers between all pairs of items [...] to measure non-differentiation*”. (Fricker et al 2005:387). Jo højere værdi på dette indeks, jo højere grad af differentiering i svarene, mens en score på 0 indikerer ingen differentiering overhovedet i svarene på tværs af de otte items i batteriet. Målt på denne måde opnår såvel webrespondenter som papirrespondenter begge stort set samme grad af differentiering. Gennemsnittet for webrespondenterne ligger på 0,9858, mens gennemsnittet for papirrespondenter ligger på 0,9899. En simpel bivariat test (T-test) bekræfter billedet af den manglende forskel på de to grupper. Eftersom indekset rangerer fra 0,4 til 1,4, befinder begge gruppers gennemsnit sig lige over middel på skalaen, og vi kan således hverken argumentere for stor eller lille grad af stærk satisficing for nogen af grupperne.

Således finder vi heller ikke her støtte til Heerweg & Loosveldt's (2008) tidligere resultater, der viste en større grad af satisficing blandt webrespondenter generelt, og heller ikke til Fricker m.fl.'s (2005) resultater, om at den større grad af satisficing blandt webrespondenter især er tydelig på batterispørgsmål.

Mental coin flipping

Den sidste dimension af begrebet stærk satisficing, som vi tidligere har benævnt ”mental coin flipping”, måles som graden af holdningsmæssig konsistens på enkelt-item spørgsmål, hvor vi anvender Cronbach’s Alpha som mål.⁷ Som det blev beskrevet tidligere, er intern konsistens i holdningsspørgsmål set som en indikation på niveauet af respondenternes kognitive indsats. Inkonsistens i besvarelsenerne er derimod set som en indikation på manglende involvering og tilfældige svar blandt alternativerne, i modsætning til grundige overvejelser og informationsbaserede vurderinger og svar. Ved at rekode de ni items, så lavere scorerer indikerer venstreorienterede holdninger og højere scorerer indikerer højreorienterede holdninger, kan vi teste graden af holdningsmæssig højre-venstre konsistens blandt de to gruppers respondenter. Præcis som ved gennemsnitsmålet ovenfor, er koefficienterne i disse analyser stort set identiske. Cronbach’s Alpha hos webrespondenterne ligger på 0,834, mens koefficienten for papirrespondenterne er 0,833. Den holdningsmæssige konsistens er således ens for de to grupper, og eftersom begge koefficienter er over 0,8, viser analyserne ligeledes en relativt høj grad af intern konsistens over de ni items for begge grupper (deVaus 2002).

For at efterprøve vores egne resultater i denne sammenhæng, er der udarbejdet yderligere to alpha-analyser: én af de fordelingspolitiske issues for sig, og én af de værdipolitiske issues for sig, da der ikke nødvendigvis behøver at være intern konsistens på tværs af de to politiske akser. For de 6 items, der knytter an til den fordelingspolitiske akse (se appendix) viser analysen, at Cronbach’s Alpha er meget ens for de to grupper: 0,837 for papirrespondenterne og 0,824 for webrespondenterne. Også alle item total korrelationer ligger pænt over de 0.300. Hvis vi ser på de resterende tre spørgsmål, så kommer Cronbach’s Alpha ikke over .8, som ellers er påkrævet, hvilket dog er forståeligt med bare tre

⁷ Cronbach’s Alpha er et mål for reliabilitet, som indikerer den interne konsistens mellem en række items. Cronbach’s Alpha rangerer mellem 0 og 1, og i takt med, at korrelationen mellem de enkelte items stiger, jo højere bliver Cronbach’s Alpha koefficienten også. Cronbach’s Alpha er estimeret ved at sammenligne svarene for hvert item med hvert af svarene på de øvrige items for at vurdere, i hvilken grad svarene peger i den samme retning (de Vaus 2002:184).

items. Det skal dog noteres, at værdien igen er meget ens for de to grupper: 0.567 for papirrespondenterne og 0.573 for webrespondenterne.

Således finder vi heller ikke i denne analyse nogen form for belæg for at kunne hævde, at websurveys skulle være mere udsatte for respondenternes ”mental coin flipping” end papirsurveys, hvilket supplerer resultaterne fra de tidligere analyser, hvor vi afviste en ellers forventet større grad af satisficing blandt webrespondenterne.

Diskussion og konklusioner

Formålet med denne artikel har været at diskutere og teste eksistensen af en ”web mode effekt”, målt som en øget grad af satisficing hos respondenter i en webbaseret survey, sammenlignet med respondenter i en papirbaseret survey. I litteraturen synes der at være en opfattelse af, at brugen af web som indsamlingsmetode er mere sårbart og derfor også mere udsat for satisficing end andre metoder, hvor argumentet er, at websurveys er særligt kognitivt krævende og ydermere tilskynder forstyrrelser og dermed mindre kognitiv anstrengelse blandt respondenterne. Men i vores sammenligning af svarmønstre fra henholdsvis en web- og en papirbaseret surveyundersøgelse, finder vi ingen indikationer af mere udbredt satisficing adfærd blandt webrespondenterne.

Analyserne af svag satisficing involverede test af respondenternes tilbøjeligheder til at stille sig tilfredse med acceptable svar på spørgsmålene, dels målt som deres tendens til at vælge den første svarmulighed og dels når respondenter har øget tendens til at erklære sig enig, uanset hvilket spørgsmål der stilles. Ingen af disse tests viste imidlertid indikationer på substantielt forskellige svar mellem webrespondenter og papirrespondenter. Og helt tilsvarende fandt vi ingen forskelle i tilbøjeligheden til systematisk at vælge den først mulige svarkategori. På enkelte spørgsmål var der flere webrespondenter end papirrespondenter, der erklærede sig enige og vice versa, men ingen systematiske forskelle var at finde, hvilket i stedet ses som en indikation på tilfældigheder.

Stærk satisficing involverer som nævnt tidligere decideret undladelse af kognitive trin og dermed genveje, såsom at respondenter enten vælger den svarmu-

lighed, der signalerer ”status quo”, vælger slet ikke at udtrykke en holdning, eller simpelthen vælger tilfældigt blandt svarmulighederne, uden egentlig skelen til, hvad der svares på. Heller ikke disse analyser fandt vi tegn på, at der er kognitive forskelle mellem webrespondenter og papirrespondenter. Vedrørende respondenternes tendens til at vælge svarkategorierne ”hverken enig eller uenig” eller ”ikke enig med nogen af parterne”, eller til at slet ikke at tage stilling og svare ”ved ikke” forekom der ingen statistisk signifikante forskelle grupperne imellem. Som det tidligere er nævnt, konkluderede Fricker m.fl. (2005), at webrespondenter er mindre tilbøjelige til at svare ”ved ikke” end telefonrespondenter, men sammenlignet med papirrespondenter lader den samme forskel ikke til at være gældende.

Heller ikke, når det gælder spredningsniveauet på en række items i et holdningsbatteri, fandt vi indikationer på, at webrespondenterne skulle være mere tilbøjelige til stærk satisficing. En mindre grad af differentierede svar kunne som beskrevet ses som indikator på manglende omhyggelighed i besvarelsene og det var nærliggende at websurveys i særlig grad tilskyndede dette, men der var ikke forskel på de to gruppers tilbøjelighed til at give differentierede svar.

Slutteligt er tilfældigt valg af svarmulighed er en signifikant indikation på en respondents mangel på kognitiv bearbejdning og dermed stærk satisficing. Som beskrevet kan graden af tilfældigheden i svarene tolkes på baggrund af analyserne af holdningsmæssig konsistens, idet tilfældige valg, i modsætning til omhyggelige og grundige overvejelser, mindsker sandsynligheden for intern konsistens i respondentens holdninger. Men igen viste resultaterne, at der ikke er forskel på de to grupper: både blandt webrespondenter og blandt papirrespondenter kunne der påvises en substantiel konsistens i deres holdninger til en række politiske issues. Disse resultater bekræfter kun det overordnede billede af, at der ikke findes en forskel på de to gruppers kognitive indsats i besvarelsen af spørgeskemaet, og der er således ikke noget der støtter, at der findes en effekt af indsamlingsmetoden på disse parametre.

Samlet set har vi således ikke noget belæg for eksistensen af en ”web mode effekt”. Sammenlignet med brugen af papirskemaer, er brugen af web som dataindsamlingsmetode ikke mere følsom overfor målefejl med baggrund i re-

spondenternes satisficing. I stedet tyder vores eksperimenter på, at websurveys producerer præcis lige så valide data, og endda en højere svarprocent end papirsurveys, på trods af et i dette tilfælde større incitament til at udfylde papirskemaet.

Med hensyn til rækkevidden af resultaterne er vi dog nødt til at diskutere undersøgelsens validitet nærmere. En åbenlys kritik vil naturligvis være, at samfundsfaglige studerende må forventes at have en høj ”need for cognition” (Cacioppo & Petty 1982), hvilket medfører en høj kognitiv indsats, uanset indsamlingsmetode. Derudover kan det anfægtes, at eftersom de studerende er vokset op med computere og Internettet har været en naturlig del af deres dagligdag, så vil en besvarelse af et spørgeskema over computeren næppe blive anset som noget, der kræver en særlig kognitiv indsats, og der tages måske for let på det. Sådanne kritikpunkter kan imidlertid afvises. Såfremt webbaseret dataindsamling producerede dårligere data, kunne vi med rimelighed have forventet som minimum enkelte forskelle mellem web- og papirrespondenterne, til trods for en generelt høj ”need for cognition”. Endvidere kan der argumenteres for, at brugen af computere måske nok vil øge de studerendes tilbøjelighed til at multitask, altså til at have flere aktiviteter i gang samtidig med besvarelsen af skemaet, men samtidig også at netop fortroligheden og selvfølgeligheden i at anvende computere, ikke vil have en effekt på besvarelsene.

Ud over ovenstående må det påpeges, at N er relativt lille, og med en beskedne svarprocent for begge grupper, ender det samlede antal respondenter på et lidt kritisk niveau. Imidlertid bidrager analyserne og resultaterne i denne artikel til den løbende diskussion af fordele og ulemper ved brug af forskellige analysemetoder, og resultaterne i vores undersøgelse, hvor vi sammenligner to selvadministrerede metoder, mere end antyder, at der ikke er noget belæg for at frygte lavere datakvalitet i websurveys. De forskelle, der ofte bliver associeret med at anvende webbaserede metoder, og som der er blevet påpeget af tidligere studier, jf. indledningen, er således sandsynligvis fremkommet ved sammenligninger af selv-administrerede metoder med interviewer-baserede metoder, og kan næppe tillægges brugen af web per se.

Referencer

- Bethlehem, Jelke & Silvia Biffignandi (2012): *Handbook of Web Surveys*. Hoboken: Wiley
- Biemer, Paul P. & Lars Lyberg (2003) *Introduction to survey quality*. Hoboken: Wiley
- Blasius, Jörg & Victor Thiessen (2012): *Assessing the Quality of Survey Data*. London: SAGE
- Bradley, Nigel (1999) "Sampling for internet surveys: an examination of respondent selection for internet research". In *Journal of Market Research Society*, Vol. 41, No. 4, pp. 387-394.
- Braunsberger, Karin, Hans Wybenga & Roger Gates (2007) "A comparison of reliability between telephone and web-based surveys". In *Journal of Business Research* 60 (2007) 758-764.
- Chang, Linchiat & Jon A. Krosnick (2010): "Comparing oral interviewing with self-administered computerized questionnaires. An experiment", in *Public Opinion Quarterly*, Vol. 74, No. 1, pp. 154-167
- Chang, Linchiat & Jon A. Krosnick (2009): "National Surveys via RDD Telephone Interviewing versus the Internet. Comparing sample representativeness and response quality", in *Public Opinion Quarterly*, Vol. 73, No. 4, pp. 1-38.
- Couper, Mick P. (2011): "The future of modes of data collection", in *Public Opinion Quarterly*, Vol. 75, No. 5, pp. 889-908.
- Couper, Mick P. (2000) "Web surveys. A review of issues and approaches". In *Public Opinion Quarterly*, vol. 64, pp. 464-494.
- Crawford, Scott D., Mick P. Couper & Mark J. Lamias. (2001). "Web surveys. Perceptions of Burden". In *Social Science Computer Review* Vol. 19, No 2, pp. 146-62.

Dalton, Russel J., Scott Flanagan & Paul Allen Beck (1984) *Electoral change in advanced industrial democracies Realignment or dealignment?* Princeton, NJ: Princeton University Press.

De Leeuw, Edith D. (2008): "Choosing the method of data collection", in E.D. de Leeuw, J.J. Hox & D.A. Dillman (eds.): *International Handbook of Survey Methodology*, pp. 113-135. New York: Psychology Press.

de Leeuw, Edith D. (2005) "To mix or not to mix Data collection modes in surveys". In *Journal of Official Statistics*, Vol. 21, No. 2, pp. 233-255.

de Leeuw, Edith D. & Walter de Heer (2002) "Trends in Household Survey Nonresponse: A Longitudinal and International Comparison" In Robert M. Groves, Don A. Dillman, John L. Eltinge & Roderick J. A. Little (Eds.) *Survey Nonresponse*. New York: Wiley.

de Leeuw, Edith D. & Johannes Van Der Zowen (1988) "Data quality in telephone and face-to-face surveys: A comparative analysis". In Robert M. Groves, Paul P. Biemer, Lars E. Lyberg, James T. Massey, William L. Nicholls II & Joseph Waksberg (Eds.) *Telephone Survey Methodology*. New York: Wiley

de Vaus, David (2002) *Surveys in social research*. London: Routledge

Dillman, Don A (2000) *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method* (2nd ed.). New York: Wiley

Dillman, Don A., Jolene D. Smyth & Leah Melani Christian (2009) *Internet, mail and mixed-mode surveys. The tailored design method*. New York: Wiley.

Fricker, Scott, Mirta Galestic, Roger Tourangeu & Ting Yan (2005) "An experimental comparison of Web and telephone survey". In *Public Opinion Quarterly*, Vol. 69, No. 3, pp. 370-392.

Frippiat, Didier, Nicolas Marquis & Elizabeth Wiles-Portier (2010): "Web Surveys in the Social Sciences: An Overview", in *Population*, Vol. 65, No. 2, pp. 285-311.

Greene, Jessica, Howard Speizer & Wyndy Wiitala (2008) "Telephone and Web: Mixed-Mode Challenge". In *Health Services Research*, Vol. 43, No, 1, pp. 230-248.

Heerwegh, Dirk & Geert Loosveldt (2008) "Face-to-face versus web surveying in a high-internet-coverage population. Differences in response quality". In *Public Opinion Quarterly*, Vol. 72, No.5 2008, pp. 836-846

Hoek Janet, Phillip Gendall & Benjamin Healey (2002) "Web-based polling: An evaluation of survey modes". In *Australasian Journal of Market Research*, Vol.10, No. 2, pp. 25-35.

Holbrook, Allyson, Melaine C. Green & Jon A. Krosnick (2003) "Telephone versus face-to-face interviewing of national probability samples with long questionnaires. Comparisons of respondent satisficing and social desirability response bias". In *Public Opinion Quarterly* Volume 67:79-125

Hox, Joop J. & Edith D de Leeuw (1994). "A Comparison of Nonresponse in Mail, Telephone, and Face to face Surveys: Applying Multilevel Modeling to Meta-analysis". In *Quality and Quantity*, Vol. 28, No. 4, pp. 329-344.

Jäckle, Anette, Caroline Roberts & Peter Lynn (2010): "Assessing the Effekts of Data Collection Mode on Measurement", in *International Statistical Review*, 78, 1, pp. 3-20.

Jäckle, Annette, Caroline Roberts, & Peter Lynn (2006). *Telephone versus face-to-face interviewing: Mode effekts on data quality and likely causes (Report on phase II of the ESS-Gallup Mixed Mode Methodology Project)*. Colchester: University of Essex.

Kaye, Barbara K. & Thomas J. Johnson (1999) "Methodology: Taming the Cyber Frontier. Techniques for Improving Online Surveys." In *Social Science Computer Review*, Vol. 17, No. 3, pp. 323-337.

Klausch, Thomas, Joop J. Hox & Barry Schouten (2013): "Measurement Effekts of Survey Mode on the Equivalence of Attitudinal Rating Scale Questions", in *Sociological Methods & Research*, 42(3), pp. 227-263.

Krosnick, Jon A. (1991) "Response strategies for coping with the cognitive demands of attitude measures in surveys". In *Applied Cognitive Psychology*, Vol. 5, pp. 2113-236.

Krosnick, Jon A., Sowmya Narayan & Wendy R. Smith (1996) "Satisficing in surveys. Initial evidence" in Marc T. Braveman & Jana Kay Slater (Eds.) *Advances in survey research*. San Francisco: Jossey-Bass.

Petty, Richard E. & John T. Cacioppo (1982) "The Need for Cognition" In *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 42, No. 1, 116-131.

Revilla, Melanie A. & Willem E. Saris (2013): "A Comparison of the Quality of Questions in a Face-to-face and a Web Survey", in *International Journal of Public Opinion Research*, 2012, pp. 1-12.

Roberts, Caroline E. (2007) "Mixing modes of data collection in surveys: A methodological review". *ESRC National Centre for Research Methods, NCRM Methods Review Papers, NCRM/008*.

Roberts, Caroline, Annette Jäckle & Peter Lynn (2007) "Causes of mode effekts: Separating out interviewer and stimulus effekts in comparisons of face-to-face and telephone surveys". *Proceedings of the Social Research Methods Section of the American Statistical Association*.

Roster, Catherine A., Robert D. Rogers, Gerald Albaum & Darin Klein (2004) "A comparison of response characteristics from Web and telephone surveys". In *International Journal of Market Research*, Vol.46 No. 3, pp. 359-373.

Sax, Linda J., Shannon K. Gilmartin & Alyssa N. Bryant (2003) "Assessing response rates and nonresponse bias in Web and paper surveys". In *Research in Higher Education*, Vol. 44, No. 4, pp. 409-432.

Smith, Tom W. (2013): "Survey-Research Paradigms Old and New", in *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 3, No. 2, pp. 218-229.

Solomon, David J. (2001) "Conducting Web-Based Surveys". In *Practical Assessment, Research & Evaluation*, Vol. 7, No. 19.

Tourangeau, Roger, Lance J. Rips & Kenneth Rasinski (2000) *The Psychology of Survey Response*. Cambridge: Cambridge University Press.

Appendix 1

De præcise spørgsmålsformuleringer i tabel 2:

- a. Hvilket problem mener du er det vigtigste, som politikerne skulle tage sig af i dag?
- b. Hvad er det næstvigtigste problem?
- c. Hvor stor tillid har du til politikerne i almindelighed?
- d. I det følgende kommer der en række udsagn, som du kan betragte som en diskussion mellem A og B. Vi vil her bede dig angive, om du er mest enig med A eller mest enig med B.

Først et spørgsmål om levestandard og indtægtsforhold:

A siger: Forskellene i indtægter og levestandard er stadig for store i vores land. Derfor burde folk med mindre indtægter få en hurtigere forbedring af levestandarden end dem med højere indtægt.

B siger: Indtægtsudjævningen er gået tilstrækkeligt langt. De indtægtsforskelle som endnu findes, bør stort set bibeholdes.

- e. Næste spørgsmål drejer sig om statens kontrol over erhvervslivet:

A siger: Forretnings- og industrifolk bør i større grad have lov til at bestemme over deres egne forretninger.

B siger: Staten bør kontrollere og samordne erhvervslivet. Den statslige kontrol bør i hvert fald ikke være mindre end den er i dagens Danmark.

- f. Det diskuteres også, om der bør indføres mere brugerbetaling i den offentlige sektor:

A siger: Der bør i langt større grad end nu indføres brugerbetaling i den offentlige sektor.

B siger: Bortset fra enkelte, ubetydelige områder bør der ikke indføres mere brugerbetaling.

- g. Så er der spørgsmålet om udlicitering af velfærdsstatens opgaver, f.eks. børnepasning, hjemmehjælp eller sygehusbehandling:

A siger: Man bør i højere grad end nu udlicitere velfærdsstatens opgaver til private, hvis de kan konkurrere på pris og kvalitet.

B siger: Velfærdsstatens opgaver bør forblive på offentlige hænder i mindst same grad som nu.

h. Man diskuterer også større valgfrihed for borgerne, f.eks. mellem offentlige og private leverandører af serviceopgaver, eller mellem forskellige offentlige institutioner:

A siger: Der bør i væsentligt højere grad end nu indføres valgfrihed i den offentlige sektor.

B siger: Valgfriheden for borgerne er tilstrækkelig i dag.

i. Mener du, at det offentlige bruger for mange penge, passende eller for få penge på ulandsbistand?

Appendix 2

De præcise spørgsmålsformuleringer til tabel 3:

Herunder kommer en række udsagn om politik og politikerne som helhed. Du bedes angive, hvor enig eller uenig du er i hvert synspunkt:

- a. Høje indtægter burde beskattes højere end tilfældet er i dag.
- b. Økonomisk vækst bør sikres gennem en udbygning af industrien, også selvom det kommer i strid med miljøinteresser.
- c. Voldsforbrydelser bør straffes langt hårdere end i dag.
- d. Politikerne tager gennemgående for lidt hensyn til, hvad vælgerne mener.
- e. Man kan i almindelighed stole på, at vores politiske ledere træffer de rigtige beslutninger for landet.
- f. Undertiden er politik så indviklet, at folk som jeg ikke rigtig kan forstå, hvad der foregår.
- g. Gennemgående synes jeg egentlig ikke, det er så svært at tage stilling til politiske spørgsmål.
- h. De fleste politikere er mere optagede af at blive genvalgt, end af at gennemføre deres politik.
- i. Politikerne er for ødsle med skatteborgernes penge.
- j. Partiernes valgkampagner handler i høj grad om synspunkter og politisk indhold.
- k. Politikerne tager alt for meget hensyn til meningsmålinger om vælgerne holdninger og står alt for lidt fast på deres egne synspunkter.