



# Retningslinjer for visuell utforming av spørreskjema

Versjon 1.1



# Retningslinjer for visuell utforming av spørreskjema

## Versjon 1.1



## Forord

Denne håndboka gir retningslinjer for hvordan papirskjemaene i Statistisk sentralbyrå bør se ut. For å lage gode spørreskjema er det nødvendig med et godt samarbeid mellom de som skal ha dataene, de som planlegger hvordan dataene skal samles inn, og de som utformer skjemaet visuelt. Vi håper denne håndboka vil bidra til felles forståelse av hvilke visuelle virkemidler som kan brukes i papirskjema, hvordan de bør brukes, og hva de betyr for svarkvaliteten.

Den forrige håndboka som ble skrevet om dette, er fra 1964 og het ”Prinsipper for konstruksjon av statistiske blanketter” (7/64). Den gang, som nå, skal skjemaene tjene to formål samtidig. De skal være brukervennlige og tilrettelagt for effektive utsendings- og mottaksrutiner. Forutsetningene for å oppfylle disse kravene har imidlertid endret seg vesentlig. Vi lager ikke lenger spørreskjema på skrivemaskin og registrerer ikke lenger svarene manuelt. Teknologien er blitt mer avansert og fleksibel, og gir derfor rom for å ta mer hensyn til respondentene enn før. Samtidig har vi lært mer om hvordan brukervennlige skjema bør se ut. Det viktigste er kanskje at vi har erkjent at skjemautformingen ikke bare har betydning for hvor brukervennlige skjemaene er, men også for hvordan vi forstår spørsmålene. I moderne skjemautforming betraktes de visuelle virkemidlene som et eget språk, som sammen med spørsmålsteksten formidler spørsmålsinnholdet.

Noen vil kanskje mene at den teknologiske utviklingen allerede har gjort denne håndboka utdatert fordi flere og flere spørreskjema presenteres på skjerm, og ikke på papir. Vi vil tvert imot hevde at de grunnleggende utformingsprinsippene er de samme for elektroniske skjema som for papirskjema. Forskjellen dreier seg om bruk av ulike visuelle virkemidler. De første fire kapitlene i denne håndboka beskriver visuelle prinsipper som gjelder uavhengig av skjemateknologi. Fra kapittel fem handler håndboka om hvordan disse prinsippene bør brukes i papirskjema. Det er allerede skrevet en håndbok om utvikling og utforming av webskjema (81/04). Den er bygd på de samme visuelle prinsippene. Samtidig har vi føyd til et versjonsnummer på begge håndbøkene for å understreke at det fortsatt er mye å lære om det visuelle språket vi bruker i spørreskjema.

Rådgiver Tore Nøtnæs har skrevet håndboka. Seksjonssjef Gustav Haraldsen har vært faglig veileder. Gunn Bredevang, Anne Kathrine Jernberg, Arne Knut Ottestad, Margareta Stålnacke, Anne Sundvoll, Bente Hole, Lars Pedersen og Trine Dale har lest og kommentert manuset underveis. Siri Boquist har kommet med nyttige innspill om visuell design. Bjørg Glesne har lest korrektur. Nå venter håndboka på flere lesere. God lesing.

Oslo/Kongsvinger

Øystein Olsen



## Innhold

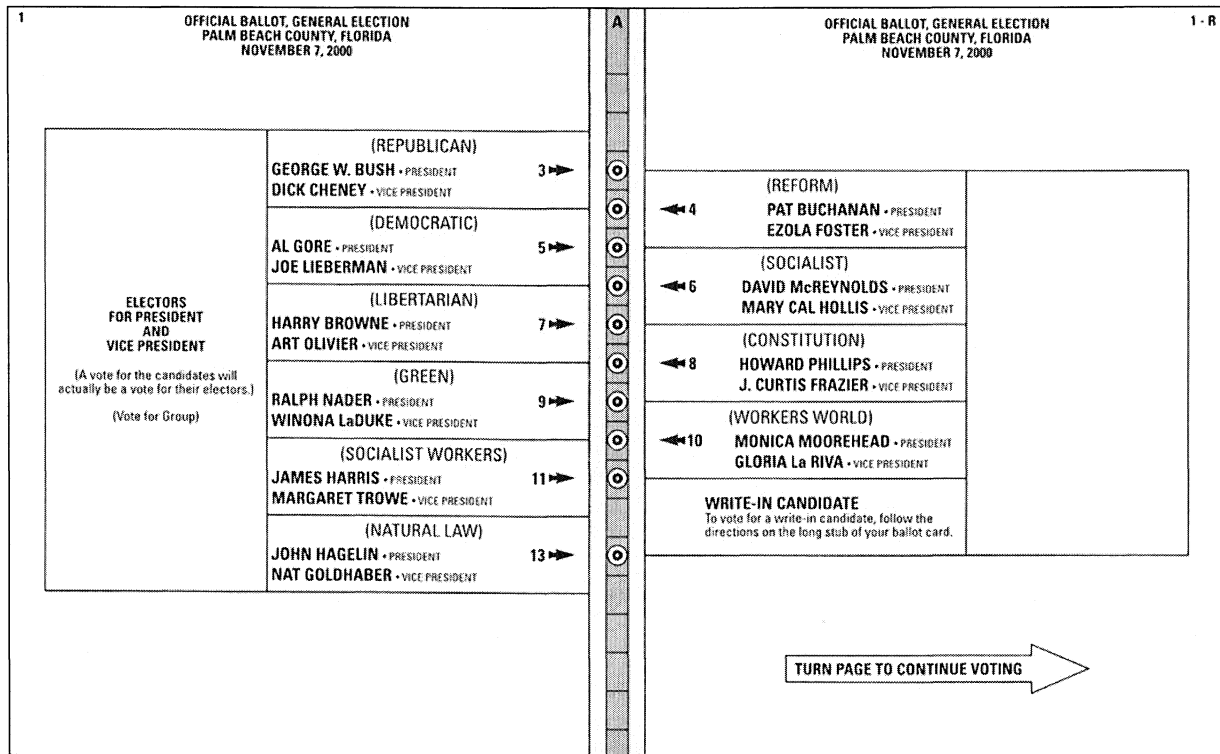
1. Innledning.....	7
2. Hvorfor er visuell utforming av papirskjemaer viktig?.....	9
3. Hva er god visuell utforming av spørreskjema?.....	15
4. Dillmans prinsipper for visuell utforming av papirskjemaer .....	17
5. Visuelle retningslinjer for SSBs papirskjemaer .....	19
6. Videre lesning .....	26
Litteraturliste .....	27
Vedlegg 1 .....	28
Vedlegg 2 .....	29
Vedlegg 3 .....	30
Vedlegg 4 .....	33
Vedlegg 5 .....	34
Vedlegg 6 .....	35
Vedlegg 7 .....	36
De sist utgitte publikasjonene i serien Statistisk sentralbyrås håndbøker .....	37



# 1. Innledning

Visuell design er viktig. I forbindelse med det amerikanske presidentvalget i år 2000 er det grunn til å tro at demokratenes kandidat Al Gore tapte valget for George W. Bush fordi stemmesedlene i et av valgområdene i Florida hadde en dårlig visuell utforming. Ser vi på den aktuelle stemmeseddelen, ser vi problemet.

**Figur 1.1. Stemmeseddelen som ble brukt i det amerikanske presidentvalget i 2000 i Palm Beach County i Florida**



Problemet med utformingen av seddelen var at det var lett å krysse av for feil presidentkandidat. Det er grunn til å tro at en god del av Al Gores velgere, pga. uklar merking av avkrysningsboksene, stemte på Pat Buchanan som president. I et jevnt race om å bli president, kan dette ha vært nok til at Al Gore tapte valget.

Det er ikke bare på stemmesedler at visuell design er viktig. Det er også viktig i spørreskjema. Dårlig visuell utforming av spørreskjema kan føre til lavere svarprosent og dårligere kvalitet på dataene vi samler inn. Vi vil behandle spørsmålet om hvorfor visuell utforming av spørreskjema er viktig mer i dybden i kapittel 2.

Don Dillman, som regnes som den fremste forskeren på visuell utforming av spørreskjema, skiller mellom to hovedspråk i selvutfyllingsskjema; et *verbalt* og et *ikke-verbalt* språk (Dillman 2000). Det verbale språket er det vi vanligvis forstår med språk; ord som er satt sammen til setninger. Det ikke-verbale språket deler Dillman inn i tre underspråk:



1. Et grafisk språk som er bruk av grafiske virkemidler som f.eks. størrelse, avstand og kontrast
2. Et symbolsk språk som er bruk av symboler med felles kulturell mening, f.eks. piler, svarbokser og svarfelt
3. Et numerisk språk som er bruk av tall

Dillman setter likhetstegn mellom ikke-verbalt språk og visuell design. I den ”visuelle verktøykassa” finner vi derfor både et grafisk-, symbolsk- og numerisk språk.

Det grafiske språket er overordnet de andre ikke-verbale språkene. Det er to årsaker til dette: For det første, det grafiske språket er en del av alle de andre språkene. Det grafiske språket finnes både i de ikke-verbale språkene og i det verbale språket. Vi kan f.eks. bruke det grafiske virkemiddelet ”størrelse” til å lage et større svarfelt (symbolsk språk), øke størrelsen på spørsmålsnummereringen (numerisk språk) eller å øke skriftstørrelsen på spørsmålet (verbalt språk). For det andre, det er i det grafiske språket vi finner de sterkeste visuelle virkemidlene. Særlig størrelse og avstand er sterke visuelle virkemidler.

I spørreundersøkelser er det et mål at spørsmålene skal tolkes likt av alle svarpersonene. Tankegangen bak målsettingen er denne: For at vi skal kunne sammenligne folks svar på spørsmål, må svarpersonene ha tolket spørsmålene på samme måte. I praksis er det vanskelig å leve opp til dette. Årsaken er at spørsmålsformuleringer ofte gir rom for flere tolkninger. Dessuten kan andre forhold enn selve spørsmålsformuleringen påvirke hva folk svarer på spørsmålene, eksempelvis rekkefølgen på spørsmålene, rekkefølgen på svaralternativene, visuell utforming av spørsmålene, eller egenskaper ved intervjuer eller svarperson. Vi sier at svarene er utsatt for ”kontekstuelle effekter”<sup>1</sup> (Sudman 1996). I spørreundersøkelser er det vanlig å standardisere intervjusituasjonen. Det innebærer at alle svarpersonene skal være eksponert for akkurat de samme spørsmålene, spørsmålene skal presenteres i den samme rekkefølgen og på samme måte for hver enkelt svarperson. Bakgrunnen for at man standardiserer intervjusituasjonen, er ønsket om å redusere tilfeldige målefeil, dvs. hindre at folk misforstår spørsmålene på en tilfeldig måte (Ringdal 2001). Standardisering av intervjusituasjonen kan derfor betraktes som et virkemiddel for å prøve å nå målet om at alle svarpersonene skal tolke spørsmålene likt.

Papirskjemaer skiller seg fra telefon- og besøksundersøkelser ved at svarpersonene, i tillegg til et verbalt språk, er eksponert for et *ikke-verbalt* språk (Dillman 2000). I telefon- og besøksundersøkelser er svarpersonene bare eksponert for et *verbalt* språk<sup>2</sup>. I telefon- og besøksundersøkelser trenger svarpersonene bare å forholde seg til det de hører, og det er intervjueren som styrer samtalen. Det er intervjueren som styrer hvilke spørsmål som blir stilt, i hvilken rekkefølge de blir presentert, og hvordan spørsmålene blir lest opp. I papirskjemaer

---

<sup>1</sup> Kontekstuelle effekter er alle andre effekter enn spørsmålsformuleringen som påvirker hva folk svarer på spørsmål.

<sup>2</sup> Det er ikke helt riktig å si at svarpersoner bare er eksponert for et verbalt språk i besøksundersøkelser. I besøksundersøkelser kan svarpersonene også være eksponert for et ikke-verbalt språk ved at de får utdelt kort med spørsmål og svaralternativer.

er det annerledes. Her er det ingen intervjuer som styrer informasjonen svarpersonene får. Svarpersonene må selv forholde seg til informasjonen i skjemaet. Det er imidlertid ikke slik at papirskjemaer er helt uten styring. I papirskjemaer har visuell design tatt over intervjuerens oppgave, dvs. visuell design skal styre hvilke spørsmål svarpersonene får, i hvilken rekkefølge spørsmålene stilles og hvordan svarpersonene leser spørsmålene. Med andre ord, visuell design skal bidra til at intervjusituasjonen blir standardisert<sup>3</sup>. Standardisering av intervjusituasjonen er som tidligere nevnt et virkemiddel for å nå målet om at svarpersonene skal tolke spørsmålene i skjemaet likt.

## 2. Hvorfor er visuell utforming av papirskjemaer viktig?

Det er tre årsaker til at visuell utforming av papirskjema er viktig:

1. Visuell utforming påvirker hvordan svarpersonene navigerer i skjemaet
2. Visuell utforming påvirker hvordan svarpersonene leser informasjonen i skjemaet
3. Visuell utforming påvirker svarpersonenes motivasjon for å svare på skjemaet

De to første årsakene er viktige for målsettingen om at svarpersonene skal tolke spørsmålene i skjemaet likt. Her brukes visuell design som et verktøy for å standardisere intervjusituasjonen. Den siste årsaken er ikke relatert til behovet for å standardisere intervjusituasjonen, men er viktig for å få svarpersonene til å svare på undersøkelsen og for kvaliteten på innsamlede data. Så litt mer om hver av de tre årsakene:

Den første årsaken til at visuell utformingen av papirskjemaer er viktig, er at svarpersonene skal ledes gjennom skjemaet på en *effektiv og korrekt* måte. Effektiv navigering går ut på at svarpersonene skal ledes gjennom skjemaet på en raskest mulig måte. Korrekt navigering handler om at svarpersonene bare skal presenteres for de spørsmålene de skal svare på, og at spørsmålene presenteres i riktig rekkefølge.

I gode papirskjemaer brukes visuelle virkemidler for å lære svarpersonene to ulike navigasjonsmønstre. Det første dreier seg om å lære svarpersonene hva som er den *vanlige* måten å bevege seg gjennom skjemaet på (etter å ha svart på spørsmål 1, svarer man på spørsmål 2, etter å ha svart på spørsmål 2, svarer man på spørsmål 3 osv.). De visuelle virkemidlene som brukes for å lære svarpersonene det vanlige navigasjonsmønsteret, er f.eks. at alle spørsmålene er nummererte, spørsmålene er nummererte i stigende rekkefølge, spørsmålene er i fet skrift og alle spørsmålene har et spørsmålsballpunkt<sup>4</sup> foran seg. Det andre navigasjonsmønsteret vi prøver å lære svarpersonene, er *brudd* med det vanlige navigasjonsmønsteret. For å få svarpersonene til å bryte med det innlærte og vanlige

---

<sup>3</sup> Det virker kanskje litt rart å si at det eksisterer en intervjusituasjon i selvutfyllingsskjemaer, i og med at det bare er en aktør til stede (svarpersonen). I telefon- og besøksintervju er det som kjent to aktører, en intervjuer og en svarperson. Jeg mener det kan forsvares å si at det eksisterer en intervjusituasjon i selvutfyllingsskjema fordi det eksisterer en relasjon mellom svarperson og skjema. Svarpersonen forholder seg til skjemaet som en aktør, ved at vedkommende svarer på spørsmålene i skjemaet.

<sup>4</sup> Spørsmålsballpunkter er de runde sorte punktene som nummererer spørsmål og som markerer hvor spørsmålene starter. Se figur 2.2. for eksempler.

navigasjonsmønsteret, er det nødvendig med ganske sterke visuelle virkemidler, som f.eks. bruk av navigasjonspiler<sup>5</sup>, gå-til-ballpunkter<sup>6</sup> og størrelse. Bakgrunnen for at det kan være aktuelt å bryte med det vanlige navigasjonsmønsteret, er at svar på et spørsmål kan gjøre det aktuelt å hoppe over ett eller flere spørsmål. Et eksempel kan illustrere dette: Dersom en svarperson svarer at hun ikke har hatt hjerteinfarkt, kan vedkommende hoppe over alle oppfølgingsspørsmålene om hjerteinfarkt.

For å få svarpersonene til å navigere riktig gjennom skjemaet, er det viktig at de visuelle virkemidlene som skal styre navigeringen, brukes på en konsekvent måte gjennom hele skjemaet. En konsekvent bruk av visuelle virkemidler skaper gjenkjennelse og forutsigbarhet, både med hensyn til å lære svarpersonene det vanlige navigasjonsmønsteret og med hensyn til å lære svarpersonene hvordan de skal håndtere brudd med det vanlige navigasjonsmønsteret.

I figur 2.1 vises et skjema hvor det er vanskelig for svarpersonene å navigere gjennom skjemaet.

**Figur 2.1. Eksempel på skjema hvor det er vanskelig for svarpersonene å navigere gjennom skjemaet**

Skatteetaten		Melding om gaver, gavesalg, overdragelse mellom nære slektninger og om utdeling av midler fra uskiftet bo	
<p>Blanketten skal brukes ved:</p> <p>a) utdeling av arveavgiftspliktig gave (lov om arveavgift av 19. juni 1964 § 2),  b) utdeling av midler fra gjenlevende ektefelle i uskiftet bo (også når utdelingen er ledd i skifte av boet).</p> <p>Meldingen skal sendes <b>skattefogdkontoret</b> i det fylket giver er bosatt på ytelsestidspunktet. Er giver bosatt i utlandet, skal meldingen sendes Oslo og Akershus skattefogdkontor.</p> <p>Fristen for å sende melding er en måned etter at midlene er gitt. Det skal sendes inn en melding for hver mottaker, også der begge ektefeller er givere.</p> <p>Plikten til å gi melding påhviler giver eller gjenlevende ektefelle som deler ut midlene, mottaker og mulig tredjemann som mottar midlene til forvaring på vegne av mottaker. Melding skal sendes inn også ved helt eller delvis salg. Vederlaget føres under fradrag.</p> <p>I blanketten brukes "giver" både om egentlig giver og om gjenlevende ektefelle i uskiftebo som deler ut midler fra boet til den avdøde ektefelles arvinger. "Ektefelle" brukes også om registrert partner og samboer etter arveavgiftsloven § 47 A, se veiledningen punkt 1.1.7.</p>			
<b>1 Personalia m.m.</b>			
<b>1.1 Giver</b>	<b>1.2 Givers ektefelle/registrert partner</b>		
1.1.1 Givers fulle navn	1.2.1 Givers ektefelle/registrert partners fulle navn		
1.1.2 Fødselsnr. (11 siffer)	1.2.2 Fødselsnr. (11 siffer)		
1.1.3 Postadresse	1.2.3 Eventuelt også dødsdag og -år		
1.1.4 Postnr. og poststed	1.1.5 Telefon privat	1.1.6 Telefon arbeid	
1.1.7 Sivilstand, se veiledning (sett kryss) <input type="checkbox"/> Ugift <input type="checkbox"/> Samboer (se veiledning) <input type="checkbox"/> Gift <input type="checkbox"/> Separert/skilt <input type="checkbox"/> Registrert partnerskap <input type="checkbox"/> Enke/enkemann			
<b>1.3 Mottaker (se veiledning)</b>			
1.3.1 Mottakers fulle navn	1.3.2 Fødselsnr. (11 siffer)		

<sup>5</sup> Se figur 2.2 for et eksempel.

<sup>6</sup> Gå- til-ballpunkter er runde sorte punkter som forteller hvilket spørsmål man skal hoppe til. Se fig 2.2 for eksempler.

Det som først og fremst gjør skjemaet komplisert med hensyn til navigering er:

- Komplisert nummerering (1.1.1, 1.1.2 osv...) gjør at man må være konsentrert for å vite hva som er neste spørsmål
- Spørsmålsnummereringen er vanskelig å se
- Vanskelig å skjelve mellom spørsmål og svaretiketter<sup>7</sup>
- Uklar navigasjonsretning. Veksler mellom vertikal- og horisontal navigasjonsretning

I figur 2.2 vises et skjema som har en visuell utforming som gjør det lett for svarpersonene å navigere seg gjennom skjemaet.

**Figur 2.2. Eksempel på skjema hvor det er lett for svarpersonene å navigere seg gjennom skjemaet**

**Søknadsprosessen**

**5** Synes dere det var raskt eller tidkrevende å finne fram nødvendig informasjon for søknadsskjemaet kunne fylles ut?

- Svært raskt
- Ganske raskt
- Verken raskt eller tidkrevende
- Ganske tidkrevende
- Svært tidkrevende

**6** Synes dere det var det enkelt eller vanskelig å fylle ut søknadsskjemaet?

- Svært enkelt → Gå til **8**
- Ganske enkelt → Gå til **8**
- Verken enkelt eller vanskelig
- Ganske vanskelig
- Svært vanskelig

**7** Hvilke forhold bidro til å gjøre søknadsskjemaet vanskelig å fylle ut? Her kan du sette flere kryss

- Mange spørsmål om prosjektet
- Mange spørsmål om foretaket
- Uryddig oppsett som gjorde skjemaet tungt å lese
- Uklare spørsmål/ dårlig veiledning til spørsmålene
- Spørsmålene var ikke tilpasset den informasjonen foretaket har
- Annet, vennligst spesifiser:

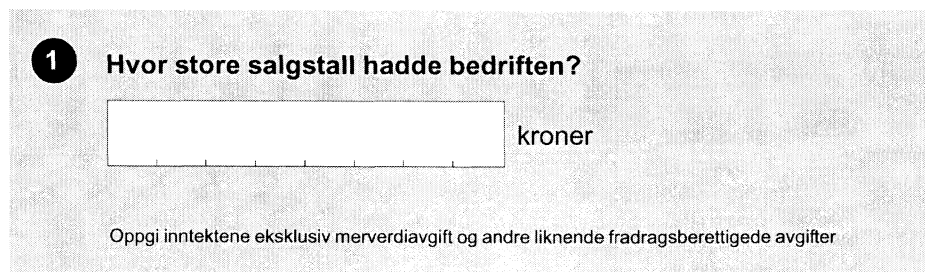
<sup>7</sup> Svaretiketter er den teksten som står i tilknytning til hvert svaralternativ.

Det som gjør at det er lett å navigere i skjemaet er følgende:

- Alle spørsmålene er nummerert på en enkel måte (5, 6, 7 osv...)
- Spørsmålene er i fet skrift (det gjør det enkelt å se hva som er neste spørsmål)
- Spørsmålsballpunktene gjør det lett å se hvor spørsmålene starter
- Brudd med den vanlige navigeringen (fra spørsmål til spørsmål) er markert med tydelige piler og gå-til-ballpunkter

Den andre årsaken til at visuell design er viktig, er at visuell design skal styre hvordan svarpersonene *leser* informasjonen i papirskjemaer. Behovet for å styre lesingen gjelder både hvilken informasjon som leses, i hvilken rekkefølge og hvordan informasjonen leses. Det er særlig viktig å styre hvordan svarpersonene leser ”de sentrale spørsmålelementene” (spørsmål, hjelpetekst og svaralternativer), men det er også viktig å styre hvordan de leser annen informasjon (slik som instruks for utfylling av skjema, overskrifter og mellomtekster<sup>8</sup>). Årsaken til at det er viktig å styre lesingen til svarpersonene, er at det påvirker hvordan de tolker spørsmålene. Følgende to varianter av et spørsmål kan illustrere poenget:

#### **Variant A:**

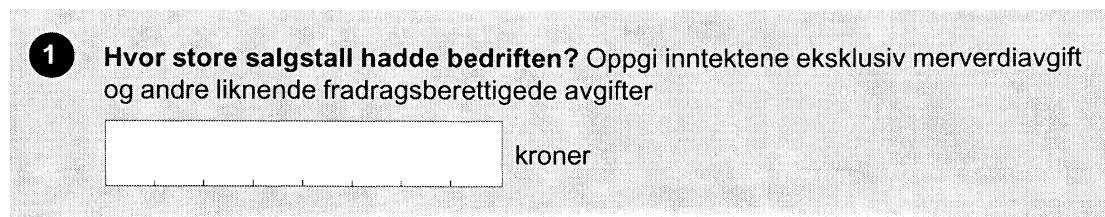


1 **Hvor store salgstall hadde bedriften?**

kroner

Oppgi inntektene eksklusiv merverdiavgift og andre liknende fradragsberettigede avgifter

#### **Variant B:**



1 **Hvor store salgstall hadde bedriften?** Oppgi inntektene eksklusiv merverdiavgift og andre liknende fradragsberettigede avgifter

kroner

I variant A er det grunn til å tro at en del svarpersoner vil svare på spørsmålet uten å lese hjelpeteksten<sup>9</sup>. Årsaken er at hjelpeteksten er vanskelig å oppdage; den er plassert under svarfeltet og skriften er liten. Samtidig er det grunn til å tro at en del svarpersoner faktisk vil oppdage hjelpeteksten og lese den. I variant A er det derfor sannsynlig at kravet om standardisering av intervjusituasjonen ikke blir oppfylt; noen svarer med bakgrunn i at de har lest hjelpeteksten, andre svarer uten å ha lest hjelpeteksten. I variant B er det gjort noen visuelle grep for å få svarpersonene til å lese spørsmålet likt. Det viktigste er at hjelpeteksten

<sup>8</sup> Mellomtekst er tekst som brukes for å skape gode overganger mellom temaer i skjema, eksempelvis ”Til slutt har vi noen bakgrunnsspørsmål”.

<sup>9</sup> Hjelpetekst er informasjon som utdypet/supplerer spørsmålet. Ofte står hjelpetekst i tilknytning til spørsmålet eller i en separat veiledning.

følger rett etter spørsmålet, og at den har fått en skriftstørrelse som er lettere å lese enn i variant A. I variant B kommer også hierarkiet i spørsmålet tydeligere fram ved at spørsmålsteksten er i fet, mens svaretiketten er i vanlig skrift.

Den tredje årsaken til at visuell design er viktig, er at svarpersonene skal motiveres til å svare på spørreskjemaet. Skjemaet må ikke ha en utforming som gjør at svarpersonene får lyst til å kaste skjemaet rett i papirkurven etter å ha kikket på det. Svarpersoner gjør seg raskt opp en mening om skjemaer. Ofte går det bare sekunder før beslutningen om papirkuven eller ikke er tatt, og da er det viktig at skjemaet virker interessevekkende og ser ryddig og brukervennlig ut. Visuell design påvirker ikke bare folks motivasjon for å svare på skjemaet, det påvirker også kvaliteten på svarene. Dersom svarpersonene ikke er motiverte for oppgaven, er det fort gjort at de overser enkelte spørsmål eller svarer omtrentlig på spørsmålene. Dette er forhold som reduserer kvaliteten på innsamlede data.

Selv om det er oppgaveplikt på mange av skjemaene som SSB sender ut, er det viktig at skjemaene ser ryddige og oversiktlige ut. Vi pålegger folk en byrde ved at de må svare på skjemaene våre, og da er det viktig at byrden blir så liten som mulig.

Dersom vi prøver å se visuell utforming av spørreskjema i sammenheng med de kognitive prosessene, som svarpersonene gjennomgår i spørsmål/svar prosessen, vil visuell utforming av spørreskjema først og fremst påvirke tolknings- og svarformuleringsfasen<sup>10</sup>. Dårlig visuell design vil gjøre det vanskeligere for svarpersonene å tolke spørsmålene og å finne/formulere et svar. Dårlig visuell design vil i liten grad påvirke svarpersonenes hukommelse (framhentingsfasen) og evne til å vurdere informasjon (vurderingsfasen). For å illustrere hvordan dårlig visuell design påvirker tolknings- og svarformuleringsfasen, gis noen eksempler på dette nedenfor:

Figur 2.3 viser hvordan dårlig visuell design kan skape problemer i tolkningsfasen.

### Figur 2.3. Eksempel på hvordan dårlig visuell design kan skape problemer i tolkningsfasen

#### 3. Handelsvarer. Se rettledningen for nærmere forklaring.

Med handelsvarer menes innkjøpte varer som **selges videre uten å bli bearbeidet**, dvs. rene butikkvarer. Salgsinntekter og kostnader for tjenester og egenproduserte varer skal ikke være med. (NO vil si Næringsoppgave.)

i 1 000 kroner

3.1 Omsetning av handelsvarer, verdsatt til salgspris eksklusiv mva. Spesielle offentlige avgifter som inngår i prisen trekkes ikke fra, offentlige tilskudd legges ikke til.

3.2 Varekostnad ekskl. mva for solgte handelsvarer. Oppgi verdien av forbruket verdsatt til innkjøpspris. Dette tilsvarer den delen av NO post 4005 som gjelder handelsvarer. Spesielle offentlige avgifter på handelsvarene skal ikke legges til, spesielle offentlige tilskudd skal ikke trekkes fra i varekostnaden.

3.3 Brutto fortjeneste (pkt. 3.1 - 3.2) .....

<sup>10</sup> For en rask innføring i kognitive prosesser se "Praktisk brukertesting" av Sundvoll et al (2006) og "Innføring i kognitiv kartlegging" av Tore Nøtnæs (2001).

Hovedproblemet med den visuelle utformingen av spørsmålene er at noe av rettleidingen (hjelpetekst) står i tilknytning til spørsmålene, mens andre deler står i en separat rettleiding. Erfaring viser at mange svarpersoner ikke leser separate rettleidninger. Det at noen leser separate rettleidninger, mens andre ikke gjør det, gjør at svarpersonene har ulike forutsetninger for å forstå/tolke spørsmålene, hvilket er et brudd med kravet om at intervju situasjonen skal være standardisert.

Neste eksempel viser hvordan dårlig visuell design kan gjøre det vanskelig å finne/formulere et svar:

**Figur 2.4. Eksempel på hvordan dårlig visuell design kan gjøre det vanskelig å finne/formulere et svar**

Dersom virksomheten bare har vært i drift en del av 2003, må du likevel svare. Dersom virksomheten var ute av drift hele 2003, kryss av i boksen nedenfor, undertegn og returner skjemaet.

Er virksomheten i foretaket:		Dag	Måned	År		Dag	Måned	År
<input type="checkbox"/> I vanlig drift	<input type="checkbox"/> Midlertidig ute av drift, fra dato:							
<input type="checkbox"/> Under oppbygging	<input type="checkbox"/> Solgt/overdratt (se under), dato:				<input type="checkbox"/> Opphørt, dato:			
Virksomheten er solgt/overdratt til (oppgi navn og organisasjonsnummer til foretaket):						Eieform pr. 31.12.03:		
Beliggenhetsadresse: Gate eller sted:		Postnr.:	Poststed:	Kommune:				
Dersom adresse- endring, fyll ut:		Postadresse: Postboks, gate eller sted:	Postnr.:	Poststed:	Kommune:			

Ett av problemene med den visuelle utformingen av spørsmålet ”Er virksomheten i foretaket:”, er at det kan være vanskelig for svarpersonene å oppdage svaralternativet ”opphørt”. Så lenge dette er plassert ute til høyre i tabellen, er det grunn til å tro at en del svarpersoner vil overse dette svaralternativet.

### 3. Hva er god visuell utforming av spørreskjema?

Et godt visuelt skjema er et skjema hvor det er godt samspill mellom tekst og visuell design, dvs. når tekst og visuell design formidler det samme budskapet (Dillman 2000). For å illustrere hva vi mener, vil vi nedenfor gi noen eksempler på når det er dårlig samspill mellom tekst og visuell utforming, og når samspillet er godt.

Spørsmålet nedenfor viser når det er dårlig samspill mellom tekst og visuell utforming:

**Figur 3.1. Eksempel på spørsmål hvor det er dårlig samspill mellom tekst og visuell utforming**

**7** Hvor enig eller uenig er du i påstandene om SSB nedenfor? Sett ett kryss på hver linje

	Helt enig	Ganske enig	Verken enig eller uenig	Ganske uenig	Helt uenig	Vet ikke	Uaktuelt
Statistikken SSB lager er viktig for meg i arbeidet mitt .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SSB kan bli bedre til å fornye seg .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Statistikken SSB produserer er nøytral .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg har ofte problemer med å finne det jeg trenger på SSBs websider .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SSBs statistikk kommer ut senere enn den er lovet .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Statistikken SSB lager er til stor nytte for bedriften eller organisasjonen jeg arbeider i .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Statistikken fra SSB ble lettere tilgjengelig for meg etter at webtjenesten ble opprettet .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Statistikken SSB produserer er ofte lite aktuell .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er flere sentrale forhold i samfunnet som ikke dekkes av SSBs statistikk .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg stoler på at statistikken SSB utgir er nøyaktig .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Problemet med spørsmålene er at avstanden mellom svarboksene ikke er den samme for alle svarkategoriene i holdningsskalaen (fra helt enig til helt uenig). Teksten på svaralternativene (svaretikettene) forutsetter at avstanden mellom svarboksene skal være lik. Det er den imidlertid ikke. Avstanden mellom ”helt enig” og ”ganske enig” er f.eks. kortere enn avstanden mellom ”ganske enig” og ”verken enig eller uenig”. Dette gjør at svarpersoner kan ledes til å tro at forskjellen på det å være ”helt enig” og ”ganske enig” er mindre enn det er å være ”ganske enig” og ”verken enig eller uenig”. Med andre ord, teksten (svaretikettene) og det visuelle kommuniserer ikke samme budskap.

Spørsmålet nedenfor viser et holdningsbatteri<sup>11</sup> hvor avstanden mellom svarkategoriene er riktig:

<sup>11</sup> Et holdningsbatteri består av et hovedspørsmål og et sett påstander som svarpersonene skal si seg enig/uenig i.



**Figur 3.2. Eksempel på spørsmål som har et godt samspill mellom tekst og visuell utforming**

**31** Hvor enig eller uenig er du i påstandene om SkatteFUNN-ordningen nedenfor? Sett ett kryss på hver linje

	Helt enig	Ganske enig	Verken enig eller uenig	Ganske uenig	Helt uenig	Vet ikke
Beløpsgrensen for fradragsberetigede FoU-kostnader burde vært høyere .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fradragsprosenten burde vært høyere .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utbetaling av skattefradraget burde skje tidligere enn dagens ordning .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Eksemplet viser at det er samsvar mellom avstanden mellom svarboksene og den avstanden som svaretikettene forutsetter. Vi ser også at spørsmålsbatteriet har en vertikal strek for å synliggjøre at "vet ikke" ikke er en naturlig del av holdningsskalaen.

Spørsmålet nedenfor er et annet eksempel på dårlig samspill mellom tekst og visuell design

**Figur 3.3. Eksempel på spørsmål som har dårlig samspill mellom tekst og visuell utforming**

**2** Hvor fornøyd er du med lønnen din?

Svært fornøyd       Verken fornøyd eller misfornøyd       Svært misfornøyd

Ganske fornøyd       Ganske misfornøyd

Problemet med spørsmålet er at den visuelle utformingen ikke indikerer at svaralternativene utgjør en skala fra svært fornøyd til svært misfornøyd. Spørsmålet bryter også med hva som er normal leseretning. I vestlig kultur leser vi fra venstre til høyre og nedover. Dersom man leser spørsmålet på denne måten, blir svaralternativene presentert i gal rekkefølge.

I figur 3.4 har vi rettet opp den visuelle utformingen av spørsmålet.

**Figur 3.4. Eksempel på spørsmål som har et godt samspill mellom tekst og visuell utforming**

**2** Hvor fornøyd er du med lønnen din?

Svært fornøyd

Ganske fornøyd

Verken fornøyd eller misfornøyd

Ganske misfornøyd

Svært misfornøyd

Her ser vi at svaralternativene utgjør en skala, og informasjonen er plassert i overensstemmelse med vanlig leseretning.

## 4. Dillmans prinsipper for visuell utforming av papirskjemaer

Dillman har utviklet visuelle prinsipper for hvordan papirskjemaer bør se ut. Dillmans visuelle prinsipper er forankret i persepsjonspsykologiske prinsipper, som er læren om hvordan mennesker tolker og behandler informasjon (Terum 1993). De persepsjonspsykologiske prinsippene er generelle, og de sier noe om hvordan mennesker generelt sett tolker og behandler informasjon, enten informasjonen er sanset ved hjelp av syn, hørsel, lukt eller smak. Det er særlig fire visuelle persepsjonspsykologiske prinsipper som har påvirket Dillmans prinsipper for utformig av papirskjemaer (Dillman 2000). Det er:

1. Nærhetsprinsippet (Law of Proximity), som sier at elementer som er plassert i nærheten av hverandre oppfattes som deler av samme enhet.
2. Kontrastprinsippet (Law of Contrast), som sier at lys og fargekontraster rangordner elementer innenfor samme enhet.
3. Kort-og-godt-prinsippet (Law of Pragnanz), som sier at enkle, regelmessige og symmetriske figurer er lettest å se og huske.
4. Likhetsprinsippet (Law of Similarity), som sier at elementer som ligner hverandre blir tolket på en lignende måte.

I innledningen nevnte vi at det er vanlig å standardisere intervjusituasjonen i spørreundersøkelser. Dillmans visuelle prinsipper kan betraktes som *virkemidler* for å prøve å nå målet om at alle svarpersoner skal tolke spørsmålene i skjema på samme måte. For å nå dette målet bruker vi visuelle virkemidler for å styre hvordan svarpersonene navigerer i skjemaet og hvordan de leser informasjonen i skjemaet.<sup>12</sup> Det vil føre for langt å gjengi alle prinsippene her, men for å gi et visst inntrykk, gjengis noen av de mest sentrale prinsippene nedenfor:

*”Number questions consecutively and simply, from beginning to end”*

Dillmann anbefaler at alle spørsmål bør nummereres, og de bør nummereres på en enkel og lettfattelig måte. Den beste måten å nummerere på, er å bruke hele tall gjennom skjemaet; 1, 2, 3, 4 osv... Fordelen med enkel nummerering er at det blir lettere for svarpersonene å navigere gjennom skjemaet. Dette prinsippet er basert på ”kort-og-godt-prinsippet”.

*”Place more blank space between questions than between subcomponents of questions”*

Dette prinsippet anbefaler at det bør være mer avstand mellom spørsmålene i et spørreskjema enn mellom de ulike komponentene i et spørsmål (spørsmål, hjelpetekst og svaralternativer). Hensikten er å synliggjøre at spørsmål, hjelpetekst og svaralternativer hører sammen (utgjør en enhet) og å skille spørsmålene i skjemaet fra hverandre. Prinsippet er påvirket av ”nærhetsprinsippet”.

---

<sup>12</sup> Dillman understreker at det ikke bare er ett sett visuelle virkemidler som leder fram til målet om at svarpersonene skal forstå spørsmålene på samme måte. Ulike visuelle virkemidler kan brukes for å nå målet om at svarpersonene skal tolke spørsmålene likt.

*”Use dark print for questions and light print for answer choices”*

Dette prinsippet anbefaler at spørsmål bør være i fet skrift, mens svaralternativer bør være i vanlig skrift. Bakgrunnen for anbefalingen er å få fram hierarkiet i spørsmålene. Ettersom vi ønsker at svarpersonene skal lese spørsmålet før de leser svaralternativene, er det naturlig at spørsmålene er mest synlige (fet skrift). Dette prinsippet er påvirket av ”kontrastprinsippet”.

*”Do not place instructions in a separate instruction book or in a separate section of the questionnaire”*

Dette prinsippet anbefaler at hjelpetekster ikke bør stå i separate veiledninger eller i separate deler av spørreskjemaet (der det er ledig plass). Erfaring tilsier at det er svært få svarpersoner som leser separate veiledninger. Andre ulemper med separate veiledninger er at de ofte inneholder mer informasjon enn det som strengt tatt er nødvendig og at de bidrar til at spørsmål blir erstattet med korte ledetekster (ufullstendige spørsmål). Hovedregelen er at hjelpetekster bør stå der det er behov for dem, dvs. i tilknytning til spørsmålet. Aller helst skal hjelpetekstene følge rett etter spørsmålet, der er det størst sannsynlighet for at de blir sett av svarpersonene. Dette prinsippet er særlig påvirket av ”nærhetsprinsippet”.

*”List answer categories vertically instead of horizontally”*

Svarkategorier kan enten listes vertikalt eller horisontalt. Hovedregelen er at svarkategorier bør plasseres under hverandre (vertikalt) og ikke ved siden av hverandre (horisontalt).<sup>13</sup> Bakgrunnen er at det ikke er plass til mange svaralternativer på en horisontal linje, f.eks en syvpunkts holdningsskala fra ”helt enig” til ”helt uenig”. Da må svarkategoriene listes over flere linjer, og da blir det vanskelig for svarpersonene å krysse av for riktig svaralternativ. Det er enklere for svarpersonene å sette kryss på riktig sted når svarkategoriene er listet under hverandre. Dette prinsippet er nok påvirket av alle de ovennevnte persepsjonsprinsippene, men særlig av ”kort-og-godt-prinsippet”.

*”Major visual changes are essential for gaining compliance with skip patterns”*

Dette prinsippet sier at det er nødvendig med store og tydelige visuelle virkemidler for å få svarpersoner til å hoppe riktig i spørreskjemaet. Dette er en stor utfordring, og det krever en gjennomtenkt bruk av virkemidler. Dillman skisserer ulike typer virkemidler, eksempelvis bruk av piler, større fonter, hoppinstruksjoner<sup>14</sup> og bruk av gå-til-ballpunkter osv. Dillman gir ingen fasit på hvilke virkemidler som er riktig å bruke, men han mener det er viktig å kombinere flere typer virkemidler. Dette prinsippet er nok særlig påvirket av ”kort-og-godt-prinsippet”.

---

<sup>13</sup> Unntaket er sammenstilte spørsmål (holdningsbatterier), da skal svarkategoriene plasseres ved siden av hverandre.

<sup>14</sup> Hoppinstruksjoner er informasjon om hvordan man skal hoppe i skjemaet, eksempelvis ”dersom du har svart ja på spørsmål 4 og ja på spørsmål 45, hopp til spørsmål 68”.

## 5. Visuelle retningslinjer for SSBs papirskjemaer

I forrige kapittel presenterte vi Dillmans prinsipper for visuell utforming av papirskjemaer. Prinsippene kan betraktes som generelle retningslinjer for hvordan papirskjemaer bør se ut. Videre viste vi også at Dillmans prinsipper var influert av mer generelle persepsjonspsykologiske prinsipper.

Nedenfor presenteres visuelle retningslinjer for hvordan SSBs papirskjemaer bør se ut. Retningslinjene bygger på Dillmans prinsipper, men er enda mer konkrete og spesifikke.

Retningslinjene må ikke oppfattes som absolutte; de er ment å være veiledende. Etter vår mening er det umulig å lage gode spørreskjema (både tekstlig og visuelt) ved bare å følge fastsatte retningslinjer, det å lage gode spørreskjema krever bruk av skjønn. Årsaken til at det er viktig å bruke skjønn, er at hvert enkelt spørsmål er unikt og krever særlige tilpasninger med hensyn til visuell utforming. Det betyr ikke at det ikke er fornuftig med noen felles visuelle retningslinjer i bunn, for det er det, men retningslinjene må balanseres opp mot hvert enkelt spørsmåls kommunikasjonsbehov. Ved utforming av spørreskjema gjelder det å finne balansen mellom hva retningslinjene sier og hvert enkelt spørsmåls kommunikasjonsbehov. Den eneste måten vi kan forsikre oss om at den visuelle utformingen av skjemaet fungerer slik vi ønsker, er å teste ut skjemaet i brukertester. Derfor vil vi sterkt understreke viktigheten av å gjennomføre brukertester før skjemaet sendes ut til respondentene.

Byrået har et stort mangfold av spørsmål i spørreskjemaene sine, spørsmål som har ulike behov for visuell utforming. Vi mener spørsmålene kan deles inn i tre hovedtyper med hensyn til visuell utforming;

1. Enkeltspørsmål
2. Sammenstilte spørsmål (flere spørsmål med samme svaralternativer)
3. Sammensatte spørresekvenser eller tabell-/matrisespørsmål

Vi har utviklet visuelle retningslinjer for hver av de tre hovedtypene av spørsmål. Vi mener den beste måten å vise de visuelle retningslinjene på, er å vise dem i praksis, dvs. å vise hvordan de ser ut i et konkret skjema. Nedenfor vil vi derfor vise et ”mønsterskjema” for hver av de tre hovedtypene av spørsmål. Etter hvert skjema følger en tekstlig beskrivelse av de visuelle retningslinjene for spørsmålene.

Vi starter med å vise de visuelle retningslinjene for skjema med enkeltspørsmål.

## 5.1. Visuelle retningslinjer for skjema med enkeltpørsmål

Figur 5.1. Mønsterskjema som viser visuelle retningslinjer for skjema med enkeltpørsmål

**22** Har foretaket levert inn sluttrapport for prosjektet?

Ja  
 Nei → Gå til **24**  
 Husker ikke/Vet ikke → Gå til **24**

**23** Omtrent hvor mange timeverk brukte foretaket totalt på sluttrapporten? Regn både med tiden det tok å innhente nødvendig informasjon og tiden det tok å fylle ut selve skjemaet.

antall timer  
 Husker ikke/vet ikke

Nedenfor følger noen spørsmål om selve prosjektet

**Samarbeid med andre**

**24** Har foretaket samarbeidet med andre i gjennomføringen av prosjektet?

Ja  
 Nei → Gå til **27**

**25** Hvem var den viktigste samarbeidspartneren?

FoU-institusjon som er godkjent av SkatteFUNN  
 FoU-institusjon som ikke er godkjent av SkatteFUNN  
 Andre foretak  
 Andre, vennligst spesifiser:

**26** Hvor stor betydning hadde samarbeidet for gjennomføringen av prosjektet?

Svært stor betydning  
 Ganske stor betydning  
 Verken stor eller liten betydning  
 Ganske liten betydning  
 Svært liten betydning  
 Vet ikke

} Gå til **28**

## **Beskrivelse av visuelle retningslinjer for skjemaer med enkeltspørsmål**

For å gjøre det lettere å orientere seg i de visuelle retningslinjene, har vi delt dem inn i tre hovedgrupper: 1) Retningslinjer for visualisering av tekster, 2) Retningslinjer for visualisering av nummer og symboler og 3) Retningslinjer for visualisering av andre skjemaelementer.

### ***Retningslinjer for visualisering av tekster***

#### Skjematittel:

Skjematitler bør være i Arial, skriftstørrelse 16, fet skrift

Del-titler bør være i Arial, skriftstørrelse 13, fet skrift

#### Instruks for utfylling av skjema:

Overskrift bør være i Arial, skriftstørrelse 14, fet skrift

Instruks bør være i Arial, skriftstørrelse 11, vanlig skrift

#### Overskrifter:

Overskrifter bør være i Arial, skriftstørrelse 12, fet skrift

#### Mellomtekst:

Mellomtekst bør være i Arial, skriftstørrelse 12, vanlig skrift

#### Spørsmål:

Spørsmål bør være i Arial, skriftstørrelse 10, fet skrift

#### Hjelpetekst

Hjelpetekst bør være i Arial, skriftstørrelse 10, vanlig skrift

#### Svaretiketter:

Svaretiketter bør være i Arial, skriftstørrelse 10, vanlig skrift.

### ***Retningslinjer for visualisering av nummer og symboler***

#### Spørsmålsballpunkter:

Spørsmål bør nummereres med spørsmålsballpunkter. Skriften bør være hvit på svart bunn, og skrifttypen bør være Arial 10 punkt. Størrelsen på spørsmålsballpunktene bør være 5 x 5 mm.

#### Svarbokser:

Svarbokser bør være 4 x 4 mm

#### Tallfelt<sup>15</sup>:

Tallfelter bør være 8,7 mm høye. Hver posisjon i tallfeltet bør være 6,7 mm.

---

<sup>15</sup> Tallfelt er et felt hvor det skal rapporteres tall.

### Svarfelt:

Minimumshøyden på svarfelter bør være 9,5 mm. Størrelsen på svarfeltet avhenger av hvor mye informasjon man forventer at svarpersonene vil rapportere på spørsmålet.

Dersom det er behov for et svarfelt i tilknytning til en svaretikett, er hovedregelen at svarfeltet skal følge rett etter svaretiketten. Dersom det er et åpent spørsmål<sup>16</sup>, bør svarfeltet stå under spørsmålet.

### Hopp i skjema:

Hopp i skjema bør markeres på en tydelig måte. Hva slags visuelle virkemidler som bør brukes, avhenger av om svarpersonen skal hoppe til neste spørsmål eller om han/hun skal hoppe over flere spørsmål.

Hopp til neste spørsmål bør markeres med pil fra svaralternativet/ene til neste spørsmål.

Dersom svarpersonen skal hoppe over flere spørsmål, bør dette markeres med en pil rett etter svaralternativet og gå-til-ballpunkt.

Dersom man skal hoppe til samme spørsmål fra alle svaralternativene bør det brukes en klamme og gå-til-ballpunkt.

Pilene som skal brukes for å markere hopp, bør være slanke og tydelige. Korteste pil bør være 5 mm.

Gå-til-ballpunktet bør være 5 x 5 mm. Skriften bør være hvit på sort bakgrunn, og skrifttypen bør være Arial 10 punkt.

Dersom det er behov for ekstraordinære hoppinstruksjoner i skjemaet, i tillegg til gå til piler og gå-til-ballpunkter, bør disse stå der de er relevante i skjemaet. For at svarpersonene skal bli oppmerksomme på de ekstraordinære hoppinstruksjonene, bør de markeres med et ”pekefingerikon”, og bakgrunnen bør være hvit.<sup>17</sup>

### ***Retningslinjer for visualisering av andre skjemaelementer***

#### Bakgrunnsfarge:

Bakgrunnen i spørreskjema bør være lys grå (10 % svart). Dersom byrået på sikt skal gå over til å bruke en farget bakgrunn, anbefaler vi at det brukes en lys pastellfarge som bakgrunn.

#### Marger:

Venstremargen bør være 14 mm.

Høyremargen bør være 30 mm.

---

<sup>16</sup> Et åpent spørsmål er et spørsmål som ikke har faste svaralternativer, men hvor svarpersonene kan formulere et eget svar.

<sup>17</sup> Se vedlegg 1 for hvordan visuell utforming av ekstraordinære hoppinstruksjoner bør se ut.

### Luft i skjema:

Det er viktig at skjemaene fremstår som oversiktlige og ryddige. For å få til det er det viktig med luftige skjemaer. Kompakte skjemaer bør unngås, da de skaper negative inntrykk hos svarpersonene og kan være vanskelige å lese.

### *Avstand mellom sentrale skjemaelementer*

Avstand mellom skjemaelementer er et viktig visuelt virkemiddel. Nedenfor følger retningslinjer for avstanden mellom sentrale skjemaelementer.

### Overskrift:

Avstanden mellom overskrift og spørsmålsballpunkt bør være 6 mm.

### Spørsmål:

Avstanden mellom spørsmål og første svarboks bør være 2 mm.

Avstanden mellom spørsmål og tallfelt bør være 2 mm.

Avstanden mellom spørsmål og åpent svarfelt bør være 2 mm.

Avstanden mellom spørsmål og hjelpetekst skal i utgangspunktet ikke være mer enn 4 mm.

Hjelpetekster bør helst følge på samme linje rett etter spørsmålet.

Avstanden mellom spørsmål og oppfølgingsspørsmål bør være 4 mm.

### Svaretiketter:

Avstanden mellom svarboksene i et spørsmål bør være 1 mm.

Avstanden mellom siste svarboks/svarfelt og neste spørsmål bør være 9 mm.

Avstanden mellom siste svarboks/svarfelt og ny overskrift bør være 10 mm.

### Mellomtekst:

Avstanden mellom siste svarboks og mellomtekst bør være 10 mm.

Avstanden mellom mellomtekst og neste spørsmål bør være 10 mm.



## 5.2. Visuelle retningslinjer for sammenstilte spørsmål (holdningsbatterier)

Sammenstilte spørsmål er spørsmål som har felles svarkategorier og som består av et felles hovedspørsmål og flere delspørsmål som er listet under hovedspørsmålet. Fordelen med sammenstilte spørsmål er at man får stilt mange spørsmål på relativt liten plass (fordi delspørsmålene har felles svaralternativer). Svaralternativene er listet over første delspørsmål. Nedenfor vises et mønsterskjema for sammenstilte spørsmål.

**Figur 5.2. Mønsterskjema som viser visuelle retningslinjer for skjema med sammenstilte spørsmål**

**Vurdering av SkatteFUNN-ordningen**

**31** Hvor enig eller uenig er du i påstandene om SkatteFUNN-ordningen nedenfor? Sett ett kryss på hver linje

	Verken					
	Helt enig	Ganske enig	enig eller uenig	Ganske uenig	Helt uenig	Vet ikke
Beløpsgrensen for fradragberetigede FoU-kostnader burde vært høyere .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fradragsprosenten burde vært høyere .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utbetaling av skattefradraget burde skje tidligere enn dagens ordning .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Beskrivelse av visuelle retningslinjer for skjema med sammenstilte spørsmål

De fleste av de visuelle retningslinjene som er nevnt i forbindelse med enkeltspørsmålene gjelder også for sammenstilte spørsmål. For ikke å gjenta disse, vil det nedenfor bare nevnes de retningslinjene som skiller seg fra de som gjelder enkeltspørsmål. Vi bruker fortsatt skillet mellom 1) Retningslinjer for visualisering av tekster, 2) Retningslinjer for visualisering av nummer og symboler og 3) Retningslinjer for visualisering av andre skjemaelementer.

#### ***Retningslinjer for visualisering av tekster***

##### Delspørsmål:

Delspørsmål bør være i Arial, skriftstørrelse 10, vanlig skrift.

Delspørsmål bør listes under hverandre.

##### Svaretiketter:

Svaretiketter bør midtstilles i forhold til svarbokser.

#### ***Retningslinjer for visualisering av andre skjemaelementer***

##### Avstand mellom sentrale skjemaelementer

Avstanden mellom delspørsmålene bør bestemmes på bakgrunn av skjønn.

Ved flere enn fire delspørsmål bør annet hvert spørsmål ha ulik bakgrunn (sebramønster) for å gjøre det lettere å skille spørsmålene fra hverandre.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Se eksempel på spørsmål med sebramønster i vedlegg 2.

Avstanden mellom svarboksene skal tilsvare det man ønsker å måle. Dersom svaretikettene legger opp til lik avstand mellom svarboksene, skal avstanden mellom svarboksene være lik. For å markere at svarkategorien ”vet ikke”, ”uaktuelt” eller en annen kategori som skiller seg fra holdningsskalaen, anbefales det at det brukes ekstra avstand til disse kategoriene. En vertikal strek kan også brukes for å skille disse svaralternativene fra holdningsskalaen.

### 5.3. Visuelle retningslinjer for sammensatte spørresekvenser (tabellspørsmål)

Sammensatte spørresekvenser er ofte store tabeller som består av flere spørsmål. I sammensatte spørresekvenser er det vanlig at man stiller spørsmålene langs den ene akse av tabellen og lister opp enheter langs den andre akse av tabellen. Oppgaven til svarpersonene består da i å svare på spørsmålene for de ulike enhetene. Sammensatte spørresekvenser skiller seg fra sammenstilte spørsmål ved at både spørsmålene langs den ene akse av tabellen og enhetene langs den andre akse av tabellen varierer<sup>19</sup>. Sammensatte spørresekvenser brukes mye i bedriftsskjemaer, og fordelene med dem er at man får stilt mange spørsmål på liten plass. Ulempen med spørsmålene er at de kan være vanskelige å svare på. Dillman (2000) anbefaler at man i minst mulig grad bør bruke sammensatte spørresekvenser i spørreskjema. Han begrunner dette med to forhold:

1. Det krever mer av svarpersonene, rent leseteknisk, å se relasjonen mellom informasjonen i rad og kolonne enn det gjør å svare på enkeltspørsmål.
2. Det er ofte uklart hvordan man skal navigere i sammensatte spørresekvenser.

Dillman anbefaler at sammensatte spørresekvenser bør brytes ned i enkeltspørsmål.

Sammensatte spørresekvenser er egentlig ikke noe annet enn en samling av enkeltspørsmål i en tabell.

Det er vanskelig å gi noen visuelle retningslinjer for hvordan tabellspørsmål bør se ut, da dette avhenger av hvor mange spørsmål og enheter det skal rapporteres for. Selv om vi ikke kan gi noen konkrete visuelle retningslinjer, kan vi gi noen råd som gjør det lettere for svarpersonene å svare på tabellspørsmål:

- Det første spørsmålet man bør stille seg, er om tabellspørsmålet kan brytes opp i flere enkeltspørsmål. Med mindre det er enklere for svarpersonene å svare på spørsmålene i et tabellspørsmål, bør tabellspørsmålet brytes opp i flere enkeltspørsmål.<sup>20</sup> En mellomløsning er også mulig. Da kan man lage et spørsmålssett (med enkeltspørsmål) for den første enheten det skal rapporteres for. For de resterende enhetene kan svarene rapporteres i en tabell.<sup>21</sup> Fordelen med denne løsningen er at spørsmålssløyfen med enkeltspørsmål lærer svarpersonene hvilken informasjon som skal inn i tabellen. På den måten blir utfylling av tabellen enklere.

---

<sup>19</sup> I sammenstilte spørsmål er det bare variasjon langs den ene akse av tabellen. Spørsmålene varierer mens svarkategoriene er konstante.

<sup>20</sup> Se vedlegg 3 for et eksempel på tabellspørsmål som er brutt ned til enkeltspørsmål.

<sup>21</sup> Se vedlegg 4 for et eksempel.

- Hver enkelt celle i tabellen bør ikke inneholde mer enn to dimensjoner, dvs. man bør ikke spørre om mer enn en ting av gangen i hver enkelt celle.<sup>22</sup>
- Veiledning (hjelpetekster) bør stå i tilknytning til spørsmålene, ikke i separate veiledninger eller andre steder i skjemaet.
- Tabellspørsmål bør ikke være for store (for mange spørsmål og enheter).
- Tabellspørsmål bør være oversiktlige og ryddige.
- Bruk spørsmålsformuleringer framfor ledetekster.<sup>23</sup>
- Spørsmålene i tabellen bør være nummererte (det gjør det enklere å navigere i tabellen).
- Dersom man velger å ikke nummerere spørsmålene i tabellen, bør det stå en forklaring på hvordan man skal gå fram for å besvare tabellspørsmålet, f.eks. ”Fyll først ut opplysninger for et vareslag. Før deretter inn opplysninger for de andre vareslagene”.<sup>24</sup>
- Vurder om det kan være fornuftig å bruke et eksempel for å vise hvordan tabellspørsmålene skal besvares.<sup>25</sup>
- Fotnoter bør ikke brukes i tabellspørsmål.

## 6. Videre lesning

Som det ble nevnt i forordet, er visuell utforming av spørreskjema er et ganske nytt forskningsfelt. Det meste av forskningen startet opp i andre halvdel av 1990 tallet, foreløpig er det derfor ikke skrevet så mye på feltet. Don Dillman er den mest sentrale forskeren, og vi anbefaler hans litteratur.

Hans mest sentrale bok er; *Mail and Internet Surveys - The Tailored Design Method*. Wiley, 2000. Kapittel tre i boka gir en god innføring i Dillmans visuelle prinsipper. Boka skal etter planen komme i en revidert utgave i 2006.

Ellers har Dillman lagt ut mange interessante artikler på egen hjemmeside. Adressen er: <http://survey.sesrc.wsu.edu/dillman/> Her finnes både artikler om utforming av papir- og webskjemaer.

På hjemmesiden for Web Survey Methodology; <http://www.websm.org> finnes også mange interessante artikler om visuell design. Bruk søkeordet ”visual design”.

---

<sup>22</sup> Se vedlegg 5 for et eksempel på tabellspørsmål hvor man spør om mer enn en ting av gangen i hver enkelt celle.

<sup>23</sup> Ledetekster er stikkord som skal indikere hva slags informasjon som skal rapporteres.

<sup>24</sup> Se eksempel på tabellspørsmål med instruks om hvordan spørsmålet skal besvares i vedlegg 6.

<sup>25</sup> Se eksempel i vedlegg 7.

## Litteraturliste

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

Haraldsen, Gustav (1999): *Spørreskjemametodikk- etter kokebokmetoden*. Ad Notam Gyldendal, Oslo.

Ringdal, Kristen (2001): *Enhet og mangfold - samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Fagbokforlaget, Bergen.

Sudman Seymour (1996): *Thinking about Answers: the Application of Cognitive Processes to Survey Methodology*. Jossey-Bass, San Fransisco.

Terum, Karl Halvor (1993) "Persepsjon" i Bojer, Hilde (red.) (1993): *Norsk samfunnsleksikon*. Pax Forlag, Oslo.


## Vedlegg 1

*Eksempel på hvordan visuell utforming av ekstraordinære hoppinstruksjoner bør se ut.*

Så et spørsmål som gjelder 2006:

**59** Har bedriften gjennomført eller planlegger bedriften å gjennomføre noen av de "andre opplæringstiltakene" i 2006?

- Ja  
 Nei

 Dersom dere har svart nei på spørsmål 10 (bedriften hadde ikke opplæringskurs i 2005), og nei på *alle* spørsmålene fra spørsmål 46 til 56, gå til spørsmål 90.

Har dere svart ja på spørsmål 10 eller på noen av spørsmålene fra spørsmål 46 til 56, fortsett med spørsmål 60.

## Vedlegg 2

Eksempel på holdningsbatteri med sebramønster.

**7** Hvor enig eller uenig er du i påstandene om SSB nedenfor? Sett ett kryss på hver linje

	Helt enig	Ganske enig	Verken enig eller uenig	Ganske uenig	Helt uenig	Vet ikke	Uaktuelt
Statistikken SSB lager er viktig for meg i arbeidet mitt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SSB kan bli bedre til å fornye seg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg har ofte problemer med å finne det jeg trenger på SSBs websider	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SSBs statistikk kommer ut senere enn den er lovet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Statistikken SSB lager er til stor nytte for bedriften eller organisasjonen jeg arbeider i	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Statistikken fra SSB ble lettere tilgjengelig for meg etter at webtjenesten ble opprettet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Statistikken SSB produserer er ofte lite aktuell	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er flere sentrale forhold i samfunnet som ikke dekkes av SSBs statistikk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg stoler på at statistikken SSB utgir er nøyaktig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Vedlegg 3

Opprinnelig tabellspørsmål.

2. Registrert avgang av rovfugl og oter							
	Antall felt som skadedyr	Antall felt i nødverge	Antall felt ulovlig	Antall påkjørt av bil	Antall påkjørt av tog	Antall omkommet av andre årsaker	I alt
Havarn	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Høsehawk	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Kongearn	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Oter	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Se neste side for et eksempel på hvordan man kan bryte tabellspørsmålet ned i enkeltspørsmål.

Eksempel på tabellspørsmål som er brutt ned i enkeltspørsmål.

**1** Har kommunen registrert en eller flere døde havørn i perioden 1. april 2005 til 31. mars 2006?

Ja

Nei → Gå til spørsmål **3**

**2** Hvor mange havørn døde av følgende årsaker:

a. "felt som skadedyr"  Ingen  Antall

b. "felt i nødverge"  Ingen  Antall

c. "felt ulovlig"  Ingen  Antall

d. "påkjørt av bil"  Ingen  Antall

e. "påkjørt av tog"  Ingen  Antall

f. "omkommet av andre årsaker"  Ingen  Antall

**3** Har kommunen registrert en eller flere døde hønehauker i perioden 1. april 2005 til 31. mars 2006?

Ja

Nei → Gå til spørsmål **5**

**4** Hvor mange hønehauker døde av følgende årsaker:

a. "felt som skadedyr"  Ingen  Antall

b. "felt i nødverge"  Ingen  Antall

c. "felt ulovlig"  Ingen  Antall

d. "påkjørt av bil"  Ingen  Antall

e. "påkjørt av tog"  Ingen  Antall

f. "omkommet av andre årsaker"  Ingen  Antall



**5** Har kommunen registrert en eller flere døde kongeørner i perioden 1. april 2005 til 31. mars 2006?

Ja

Nei → Gå til spørsmål **7**

**6** Hvor mange kongeørner døde av følgende årsaker:

a. "felt som skadedyr"  Ingen  Antall

b. "felt i nødverge"  Ingen  Antall

c. "felt ulovlig"  Ingen  Antall

d. "påkjørt av bil"  Ingen  Antall

e. "påkjørt av tog"  Ingen  Antall

f. "omkommet av andre årsaker"  Ingen  Antall

**7** Har kommunen registrert en eller flere døde otere i perioden 1. april 2005 til 31. mars 2006?

Ja

Nei → Gå til spørsmål **9**

**8** Hvor mange otere døde av følgende årsaker:

a. "felt som skadedyr"  Ingen  Antall

b. "felt i nødverge"  Ingen  Antall

c. "felt ulovlig"  Ingen  Antall

d. "påkjørt av bil"  Ingen  Antall

e. "påkjørt av tog"  Ingen  Antall

f. "omkommet av andre årsaker"  Ingen  Antall

# Vedlegg 4

## Opprinnelig tabellspørsmål

**1 Investeringer, vedlikehold og salg.**

	Investeringer i 1000 kroner	Vedlikehold og reparasjoner i 1000 kroner	Salg (i salgspris) i 1000 kroner
Bygninger og anlegg	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Tomter og andre grunnareal	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Boliger inkl boligtomter	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Skip, rigger, fly mv	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Varebiler mv	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Kontormaskiner	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Personbiler, maskiner, inventar og andre driftsmidler	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Eksempel på delvis nedbrytning av tabellspørsmålet.

**1 Hvor mye investerte bedriften i bygninger og anlegg i 2005? Oppgi beløpet i hele 1000 kroner.**

000 kroner

**2 Hvor store utgifter hadde bedriften i forbindelse med vedlikehold og reparasjoner av bygninger og anlegg i 2005? Oppgi beløpet i hele 1000 kroner.**

000 kroner

**3 Hvor store inntekter hadde bedriften i forbindelse med salg av bygninger og anlegg i 2005. Oppgi salgspris i hele tusen kroner.**

000 kroner

**4 Vennligst fyll inn tilsvarende opplysninger for investeringsobjektene som er listet opp nedenfor. Husk at tallene skal oppgis i hele 1000 kroner**

	Investeringer	Vedlikehold og reparasjoner	Salg
Tomter og andre grunnareal	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Boliger inkl boligtomter	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Skip, rigger, fly mv	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Varebiler mv	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Kontormaskiner	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Personbiler, maskiner, inventar og andre driftsmidler	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

## Vedlegg 5

Eksempel på tabellspørsmål hvor man spør om mer enn en ting i hver enkelt celle.

2. Registrert avgang av rovfugl og oter							
	Antall felt som skadedyr	Antall felt i nødverge	Antall felt ulovlig	Antall påkjørt av bil	Antall påkjørt av tog	Antall omkommet av andre årsaker	I alt
Havørn	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Hønehaug	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Kongeørn	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Oter	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Problemet med tabellspørsmålet er at det spørres om to ting samtidig i hver enkelt celle. Det spørres om:

### 1. Er det registrert døde dyr?

Ja

Nei

### 2. Oppgi antall døde dyr (for de som har svart ja på at det er registrert døde dyr).

Problemet med å stille de to spørsmålene samtidig, er hvordan vi skal tolke tomme svarfelt. Betyr tomme svarfelt at det ikke er registrert døde dyr, eller betyr det at svarpersonene har oversett spørsmålet. Spørsmålet forutsetter at respondentene skal svare 0 dersom det ikke er registrert døde dyr, men erfaring viser at dette er unaturlig for mange respondenter. De lar heller svarfeltene stå tomme. Dermed blir det vanskelig for oss å tolke svarene.

## Vedlegg 6

*Eksempel på tabellspørsmål med instruksjon om hvordan det skal besvares*

**Fordeling av foretakstall på ulike bedrifter (avdelinger).** Kun foretak med flere bedrifter fyller ut dette

**8** Fordel foretakets lønnskostnader, omsetning, driftskostnader og investeringer på bedriftene i foretaket.  
Fyll først ut opplysninger for en bedrift. Før deretter inn opplysninger for de andre bedriftene i foretaket.

- Opphørte/solgte bedrifter påføres opphørs-/salgsdato
- Nye bedrifter føres opp med adresse, oppstartsdato, næring og andre relevante opplysninger  
Bruk eget ark hvis nødvendig

Bedriftens organisasjonsnummer	Navn/Karakteristikk/Adresse	Næring	Lønnskostnader	Omsetning	Driftskostnader	Investeringer	
						Anskaffelser ekskl. tomt	Salg ekskl. tomt
i prosent med to desimaler							
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,
			,	,	,	,	,

# Vedlegg 7

Eksempel på tabellspørsmål med eksempel.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Eks.	Kolonialvarer	FK	SSB	5 000	Termobil	100	9100	9250
Tur 1								
Tur 2								
Tur 3								
Tur 4								
Tur 5								
Tur 6								

1

Hva slags last blir transportert på turen/sendingen? Oppgi varens art (f.eks. grus, tømmer, klær, elektriske artikler).

2

Bruk forkortelsene nedenfor for å kategorisere hvilket vareslag som blir transportert:

- FK = Fryste eller kjølte varer
- OL = Oljeprodukter
- BU = Andre væsker eller gasser i bulk
- CG = Containergods/ stykk gods
- MT = Møbeltransport
- TB = Tørrgods i bulk
- AN = Annen transport

3

Hvilken kunde blir turen/sendingen utført for? Oppgi navn eller kunde-id.

4

Vennligst oppgi hvor mye som blir transportert pr. tur/sending, og kryss av for den aktuelle mengde-enheten:

- kg
- liter
- stk
- m<sup>3</sup>
- kg
- liter
- stk
- m<sup>3</sup>
- kg
- liter
- stk
- m<sup>3</sup>
- kg
- liter
- stk
- m<sup>3</sup>

5

Hvilken type lastebil blir brukt? (f.eks. tankbil, tømmerbil, skapbil)

6

Vennligst oppgi kjørelengde i antall km for den utvalgte turen/sendingen:

7

Hva var prisen på turen/sendingen pr. 3. kvartal (juli t.o.m. september) 2004? Oppgi fakturert pris uten mva.

8

Hva var prisen på turen/sendingen pr. 4. kvartal (oktober t.o.m. desember) 2004? Oppgi fakturert pris uten mva. Dersom turen/sendingen ikke har blitt gjennomført dette kvartalet, ber vi deg likevel oppgi hva turen/sendingen ville ha kostet dersom den hadde blitt gjennomført. Dersom lastemengden fraviker fra den du/dere har spesifisert i spørsmål 4, ber vi deg beregne hva en slik tur/sending, lik den som er spesifisert, ville ha kostet.

## De sist utgitte publikasjonene i serien Statistisk sentralbyrås håndbøker

- 48 Håndbok i tilsettingssaker. 1994. 32s.
- 49 Oppgaveplikt og tvangsmulkt. 1995. 55s.
- 50 Emneinndeling 1995. 1995. 43s.
- 51 Intervju: EDB-arbeidsbok. 1995.
- 52 Intervju: EDB-oppslagsbok. 1995.
- 53 Intervju: Opplæring og administrasjon. 1995.
- 54 Internkontroll: Revidert utgave 1997. 25s.
- 55 Nordisk statistikk på CD-ROM: Veiledning. 20s.
- 56 PC-Axis versjon 2.2: Brukerhåndbok. 69s.
- 57 Produktregister versjon 4.0: Brukerveiledning. 49s.
- 58 Håndbok i prosjektstyring. 20s.
- 59 Personalreglement for Statistisk sentralbyrå. 22s.
- 60 Produktnummerkatalog pr. 28.02.1996. 55s.
- 61 Innkjøpshåndbok. 1996.
- 62 Timeplan versjon 3.0: Brukerveiledning. 16s.
- 63 Håndbok i EDB-metode. 52s.
- 64 Publiseringshåndbok: Regler og retningslinjer for publisering i Statistisk sentralbyrå. 93s.
- 65 Håndbok i utvikling av statistikkssystemer: Med vekt på IT-metode. 52s.
- 66 Håndbok i datarevisjon. 48s.
- 67 Arkivnøkkel for Statistisk sentralbyrå. 76s.
- 68 Rapporteringshåndbok for KOSTRA-regnskap 1999: Oppslagshefte til hjelp ved filuttrekk for KOSTRA-rapportering. 52s.
- 69 Yrkeskatalog for innrapportering av yrke til arbeidstakerregisteret. 86s.
- 70 Håndbok for KOSTRA-rapportering 2000. Oppslagshefte til hjelp ved filuttrekk for KOSTRA-rapportering, regnskap. Revidert utgave oktober 2002. 73s.
- 71 Håndbok i SAS. Del 2: Oppslag. 243s.
- 72 Yrkeskatalog pr. november 2002. Korrigert utgave. 170s.
- 73 Håndbok i SAS. Del 1: Innføring. 65s.
- 74 Håndbok i datalagring på Unix i Statistisk sentralbyrå. 4. utgave. 73s.
- 75 The EFTA/EU Statistical Co-operation outside and within the EEA Framework - Legal Basis, Practical Experiences and Guidelines. 55s.
- 76 Intervju: Intervjupermen.
- 77 Intervju: Arbeidsbok.
- 78 Håndbok i rapportering av regnskapsdata for helseforetak og regionale helseforetak 2002. Oppslagshefte til hjelp ved filuttrekk. 43s.
- 79 Håndbok for rapportering av regnskapsdata for helseforetak og regionale helseforetak. 2003. Oppslagshefte til hjelp ved filuttrekk. 42s.
- 80 Prosjekthåndboka - slik gjør vi det i SSB. 34s.
- 81 Råd for utvikling og utforming av webskjema. Versjon 1.1. 76s.
- 82 Håndbok for kirkelige fellesråd - rapportering 2004. Statistisk sentralbyrås håndbøker. Oppslagshefte til hjelp ved filuttrekk for Elektroniskrapportering, regnskap . November 2004. 15s.
- 83 Håndbok for rapportering av regnskapsdata for helseforetak og regionale helseforetak 2004. Oppslagshefte til hjelp ved filuttrekk. 58s.
- 84 Datarevisjon. Kontroll, gransking og retting av data. anbefalt praksis. 72s.
- 85 Håndbok for kirkelig rapportering 2005. Felles- og menighetsråd. Oppslagshefte til hjelp ved filuttrekk og for elektronisk rapportering, via skjema for regnskap. November 2005. 16s.
- 86 Håndbok i å lage tabeller i SAS. 82s.
- 87 Praktisk brukertesting. 86s.
- 88 Retningslinjer for visuell utforming av spørreskjema. Versjon 1.1. 33s.

**B** Returadresse:  
Statistisk sentralbyrå  
NO-2225 Kongsvinger

Statistisk sentralbyrå

*Oslo:*

Postboks 8131 Dep  
NO-0033 Oslo  
Telefon: 21 09 00 00  
Telefaks: 21 09 49 73

*Kongsvinger:*

NO-2225 Kongsvinger  
Telefon: 62 88 50 00  
Telefaks: 62 88 50 30

E-post: [ssb@ssb.no](mailto:ssb@ssb.no)  
Internett: [www.ssb.no](http://www.ssb.no)



**Statistisk sentralbyrå**  
Statistics Norway