

Spørreskjemakokken

Dag Ellingsen

Gustav Haraldsen har nylig servert oss en kokebok for dem som vil tilberede et velsmakende spørreskjema. Han har vært kjøkkensjef for intervjuundersøkelsene i Statistisk sentralbyrå. Nå har han samlet sine beste oppskrifter i en bok som lærer deg hvordan du skal få smak på dine egne retter.

For oss dataspisere kommer dette litt overraskende. Vi kjenner bare én sjefskokk på dette feltet, og han heter Ottar Hellevik. Vi har forspist oss på hans blå og grønne bøker. For oss er han like selvsagt som Ingrid Espelid Hovig er det for fjernsynsseerne.

Forretten til Hellevik

- Skal du dytte Hellevik ut av metodekjøkkenet, Gustav?

- Nei, absolutt ikke. Jeg mener vi utfyller hverandre. Hellevik begynner der jeg slutter. Han er opptatt av å tilberede og presentere de råvarene han har fått inn på benken. Jeg er mer opptatt av hvordan vi skaffer de beste råvarene fra de riktige leverandørene.

Og det er ikke bare lett. Den som skal samle inn data fra representative utvalg i den norske befolkning, kan ikke bare plukke ingredienser fra sine favorittleverandører. Noen leverandører skjønner ikke hva det er du er på jakt etter. Andre vil ikke levere, uansett hvor mye du trygler dem om råvarer. Noen er så opptatt av å tilfredsstille din vitehunger, at de gir deg det de tror du vil ha.

Gustav Haraldsens nye bok
"Spørreskjemametodikk etter



Byråprofilen

Samfunnsspeilet ønsker i denne serien å portrettere interessante personer som arbeider i Statistisk sentralbyrå. Personer som vi tror våre lesere vil vite mer om, og som de i noen tilfeller kjenner fra andre sammenhenger. Vi vil lage en slik profil i annethvert nummer og startet i nr. 1/98.

kokebokmetoden" er en praktisk innføring i hvordan man skal planlegge og gjennomføre gode spørreskjemaundersøkelser. Kokebokmetoden som det vises til i bokas tittel, henspiller på en blanding av grunnkunnskap og praktiske oppskrifter på hvordan arbeidet bør gjøres.

Nærhet til råvareleverandørene

- Mange av dem som ønsker å samle inn fornuftige svar fra folk flest, har liten kontakt med dem som blir deres råvareleverandører, det vil si de som skal svare på skjemaene. Istedet lever de i sin egen fagverden og har lett for å rette inn sine spørsmål etter det. Jeg lærer mine "medkokker" at de skal sette seg inn i råvareleverandørenes sted. Hvordan vil de forstå det du spør etter? Vil de levere noe du kan bruke?

Denne måten å tenke på, springer ut av mange års profesjonalisering av slikt arbeid i SSB. På begynnelsen av 1990-tallet var Gustav med på å sette i gang en systematisk omstrukturering av den delen av Byrået som sørger for å samle inn data ved å intervju folk. De som kunne mest om råvarene satt ett sted, mens de som samlet inn råvarene, intervjuerne, fløy i butikken og handlet litt på måfå.

Byråets prøvekjøkken

Gjennom utviklingsarbeidet ble vi flinkere til å trekke de riktige utvalgene. Vi jobber hardere med å unngå frafall. Vi tenker enda grundige-

re gjennom de spørsmålene vi stiller folk.

De som går på torvet eller i butikken og handler, det vil si intervju-korpset, ble bedre trent. Nye sarkere ble rekruttert. De fikk også med seg hver sin datamaskin når de skulle ut og sanke data. I forlengelsen av utviklingsarbeidet ble Gustav Haraldsen sjef for hele intervju-seksjonen. Der satte han solide spor etter seg. Men det ble også noen strevsomme år med en type arbeid som ikke alltid var det han trives best med.

- Jeg liker meg best når jeg får jobbe helt praktisk, for eksempel trives jeg godt med å lage spørreskjemaer og være med på datainn-samlingen. På den andre siden liker jeg like godt å tenke prinsippielt og langsiktig. Som seksjonssjef fikk jeg ikke gjort så mye av noen av delene.

Dermed er det ikke rart at han er svært fornøyd med en arbeidsgiver som lot ham sitte i halvannet år med grundige og lange tanker. Det vil si den tiden det tok å skrive boka om spørreskjemaetodikk. Hangen til praktisk arbeid, får han utnyttet den? Den tar han ut om bord i båten eller foran staffeliet. Gustav har en 26 fots motorseiler hvor han både er skipper, mekaniker og snekker. Når båten ligger i opplag, bruker han ofte kveldene til å tegne. Blant annet henger det en del portretter på kontorene til medar-

beidere han har satt særlig pris på gjennom årene.

Når du liker praktisk arbeid, og samtidig kaller boka di ei kokebok, da må det være lov å gjette på at du lager mye mat?

- Jeg liker å lage mat, særlig hvis jeg kan blande inn litt uvanlige krydder og ingredienser. Noen overraskelser tror jeg det finnes i boka mi også. Men metaforen kommer ikke derfra. Poenget er rett og slett å understreke at dette er en praktisk rettet bok mer enn en teoretisk diskusjon av utfordringene i spørreskjemaundersøkelser.

Landets beste kjøkken?

I Statistisk sentralbyrå er det en god del av de ansatte som er lite opptatte av å markedsføre sine og Byråets ferdigheter og kunnskaper. Man kunne gå så langt som til å si at det stedvis råder en forlegenhetskultur. Denne kulturen har i mindre grad rammet Gustav Haraldsen.

- Boka om spørreskjemaetodikk er med på å stadfeste at vi er det beste surveymetodiske miljøet i Norge. Vi har det best kvalifiserte og teknologisk utstyrte intervju-korpset. Og det er ikke så mange som har så gode ressurser til faglig utvikling. Poenget nå er å utnytte våre fortrinn.

Byrået ansetter hvert år en serie lovende akademikere som får prøve seg som kokkelæringer på intervju-kjøkkenet. Noen av dem har såvidt lært seg knepe med hvit saus før de lar seg kjøpe opp av konkurrentene i meningsmålingsfirmaene.

- Vi kan ikke konkurrere på lønn, men må bli flinkere til å vise våre fortrinn. Mange av meningsmålingene lever fra hånd til munn med sine data, de driver ikke mye metodeutvikling. Her hos oss kan man

utvikle seg faglig, men vi må bli flinkere til å lage karriereveier for folk som interesserer seg for survey-metodikk. Jeg vil bygge opp et forsknings- og utviklingsmiljø på dette området, forteller han. Det har han muligheten til i sin nåværende jobb som seniorrådgiver på seksjon for statistiske metoder og standarder.

Byrået kan også lokke med mange spennende internasjonale oppgaver. Gustav er en av de mange som har hatt lange eller korte opphold i Afrika for å bistå statistikkbyråer i oppstartfasen. For noen år siden holdt han for eksempel et 14 dagers metodekurs i Zambia; en spennende og anstrengende utfordring. Ikke alle vet at Statistisk sentralbyrå har en egen seksjon som arbeider med internasjonalt bistandsarbeid.

Mye å hente for kokkelæringer

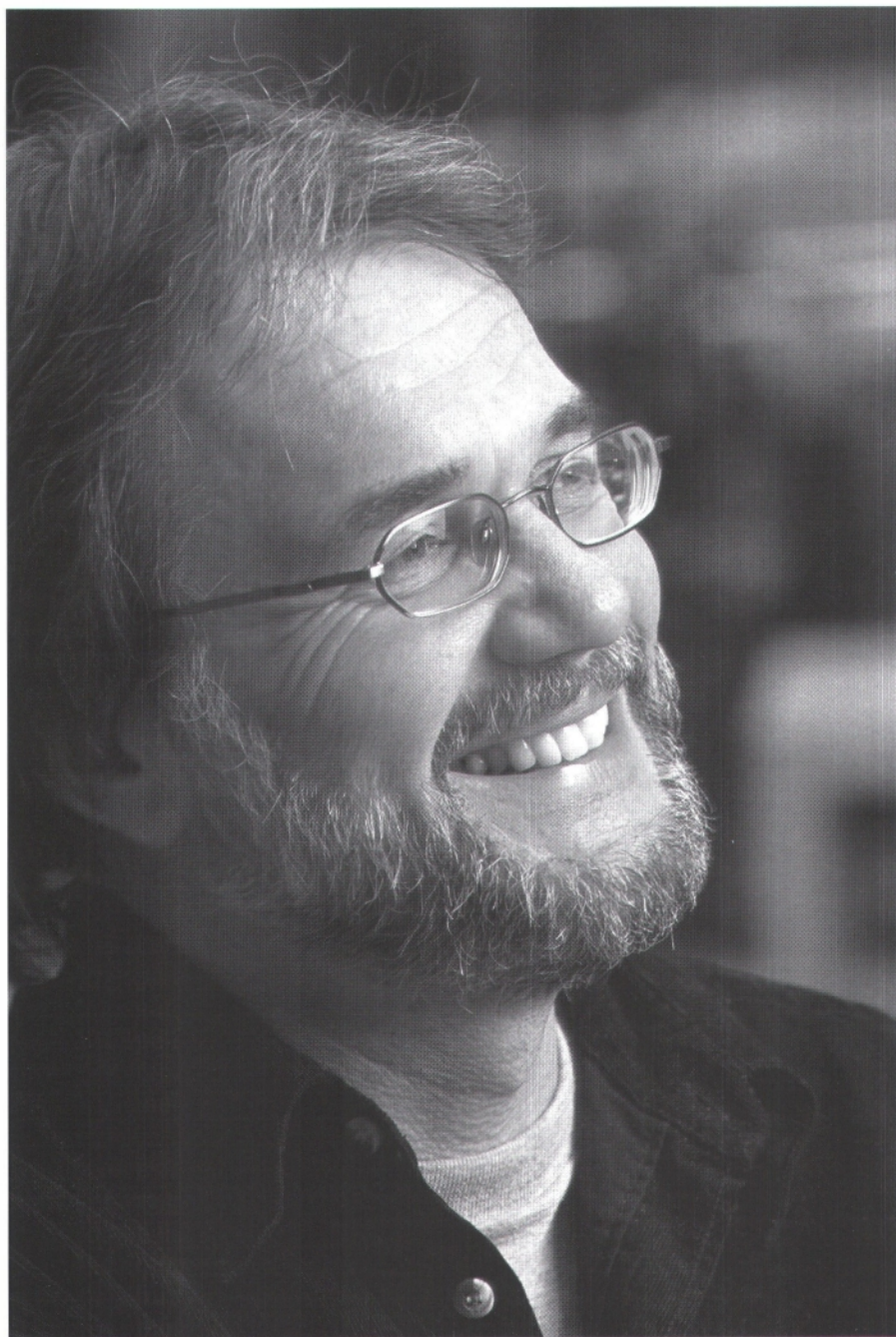
Gustav peker ut to målgrupper for boka:

Først og fremst kommer studenter på høyskoler og universiteter. De går gjerne på et samfunnsvitenskapelig fag, og ønsker å foreta en intervjuundersøkelse i forbindelse med et mellomfag eller hovedfaget.

Den andre store gruppen av brukere er mer profesjonelle, viderekomne. Det kan være de forskjellige meningsmålingsinstituttene eller forskere som bruker de aktuelle metodene. Også internt i Byrået vil boka bli flittig brukt.

Gjær, mel og vann

Boka er en oppslagsbok. Her skal du finne praktiske løsninger for de oppgavene du har foran deg. Oppskriftene er laget steg for steg. Men ikke bare det:



- Boka skal også få leseren til å skjønne hvorfor han gjør det han gjør. Det er som når du lager brød. Du må skjønne noe om samspillet mellom gjær, mel og vann, ellers kan du ikke lage ditt eget brød. Du blir henvist til andres oppskrifter.

-Først og fremst er jeg formidler

Han har ikke ønsket å lage en tradisjonell fagbok:

- Der er det ofte lange presentasjoner av de forskjellige standpunkte-

ne i faget. Forsker a mener ditt, og forsker b mener datt, uten at forfatteren tar noe klart standpunkt. Det gjør jeg, og det er nødvendig hvis boka skal fungere som en kokebok. Men jeg gir selvfølgelig leserne mitt teoretiske ankerfeste.

Gustav er glad i å formidle. Han har undervist mye helt siden studiedagene på medievitenskap, og håper å bruke boka som utgangspunkt for mer undervisning. Det å arbeide med spørreskjemaer er ikke ulikt journalistens jobb, mener han.

Nøkkelordet kommunikasjon

- Vi skal være formidlere mellom akademikere eller byråkrater og folk flest. De som bestiller undersøkelser har sine problemstillinger, og de er ofte formulert på en måte som krever betydelig omarbeiding og forenkling før de kan presenteres på en måte som alle som får spørreskjemaet kan forstå. Det oppstår også en formidlingsprosess når svarene skal bearbeides og returneres til oppdragsgiverne. I boka er det en rød tråd at surveymetodikk først og fremst er en måte å kommunisere på.

Han har også interessert seg for medier og kommunikasjon fra motakernes side. Han kom til SSB i 1986 for å bygge opp en seer- og lytterundersøkelse for NRK, noe som selvfølgelig var en interessant jobb for en medievider. I 1990 hadde vi den hittil siste Tidsnyttingsundersøkelsen, en ny og spennende runde kommer neste år. Gustav var en av to prosjektledere for denne viktige undersøkelsen der man måler hva folk bruker dagene til time for time. Undersøkelsen har blant annet vært sentral i likestillingsdebatten, fordi den viser hvor mye tid kvinner og menn bruker på fritid, omsorg, husarbeid og lønnet arbeid.



En av Samfunnsspeilets gründere

Gustav Haraldsen var den første redaktøren for det bladet du nå holder i hendene.

- Mye av pedagogikken i boka har jeg lært som en av Samfunnsspeilpionerene. Akademikere skriver ofte mer om veien til resultatene enn selve resultatene. Slagordet i Samfunnsspeilredaksjonen var: Start med poengene! Tror du ikke på dem, skal du ikke skrive en artikkel i det hele tatt.

Samfunnsspeilet innvarslet en helt ny presentasjonsstil i Statistisk

sentralbyrå. Også innpakningen var annerledes, med humoristiske tegninger på forsiden. Men det skulle ta noen år før noen gikk så langt som til å lage portrettintervjuer av byråansatte. Eller kokebøker.

Dag Ellingsen

(dag.ellingsen@ssb.no) er rådgiver i Statistisk sentralbyrå, Seksjon for leveårsstatistikk, og redaktør for Samfunnsspeilet.