

Checklista för opinionsundersökningar och enkäter

Reviderad i juni 2016

Detta är en hjälp för Ekots medarbetare att värdera andras enkäter och opinionsundersökningar. Listan kan också vara till hjälp för dig som tänker göra en egen enkät.

Först ett råd: det har blivit svårare att mäta opinion i både Sverige och andra länder. Svarsfrekvenserna faller och instituten prövar nya metoder. Se inte resultaten som en absolut sanning, och undvik att rapportera som om de vore det.

Här är sex krav som ska vara uppfyllda för att en undersökning ska platsa i Ekot:

1. Är urvalet slumpmässigt?

Ekot bevakar undersökningar med slumpmässigt urval. Ett slumpmässigt urval (sannolikhetsurval) i en enkätundersökning har fördelen att det har en vetenskaplig underbyggnad, och man kan beräkna till exempel felmarginal och bortfall.

När det gäller så kallade webpaneler – en grupp intervjupersoner som i förväg sagt att de är beredda att svara på mailfrågor – nyhetsbevakar Ekot de webpaneler som rekryteras slumpmässigt. Flera institut har sådana paneler, och du ser dem i en bilaga till det här dokumentet.

Vi bevakar normalt inte undersökningar med självrekryterad webpanel, det vill säga undersökningar där intervjupersonen inte dras slumpmässigt utan aktivt kan söka sig till panelen. Orsaken är att den här typen av undersökningar riskerar få ett skevt urval och därmed ett missvisande resultat, och metoden saknar vetenskaplig underbyggnad.

OBS att problemet med självrekryterade webbpaneler är **urvalet**, inte att intervjupersonerna får lämna sina svar på webben. Andra webbenkäter kan vara helt ok - ett enkelt exempel kan vara om du ställer frågor till alla i den grupp du vill kunna uttala dig om.

2. Har tillräckligt många svarat?

För en undersökning som har ambitionen att svara på vad svenska folket tycker, eller andra stora grupper - t ex Sveriges alla lärare – begär Ekot sedan länge 1000 svarande. Det är en tumregel som redan uppfylls av de allra flesta undersökningar som kommer till oss. Men för en i övrigt välgjord undersökning kan vi göra undantag och det beslutet ska iså fall fattas av nyhetschefen eller utgivaren, se nedan.

Gränsen på minst 1000 tillfrågade gäller självklart inte när man vill uttala sig om vad en mindre grupp tycker, till exempel alla 349 riksdagsmän.

3. Har tillräckligt många av de tillfrågade ställt upp?

Allt färre personer vill svara på enkäter och svarsfrekvenserna sjunker. Men kvaliteten kan hjälpas upp om det finns en bortfallsanalys (en redovisning av vilka som inte svarat och hur det kan påverka undersökningen) och om undersökningen gjorts flera gånger tidigare med samma metod.

När detta saknas: se en svarsfrekvens på under 50 % som en varningssignal. Be gärna någon

med vana vid opinionsundersökningar att bedöma undersökningen. Se till att svarsfrekvensen tydligt framgår på vår hemsida, gärna i din nyhetstext.

□ 4. Är den förändring som du vill berätta om statistiskt säker?

Det handlar om den berömda felmarginalen. Du behöver känna till vilka förändringar som är statistiskt säkerställda innan du t ex rapporterar om en opinionsundersökning i ett annat medium.

Bra att tänka på är att det finns felmarginaler som många inte känner till: det finns till exempel en felmarginal när man undersöker om ett parti är över 4-procentsspärren till riksdagen eller inte, när man jämför vilket av två partier som har det största opinionsstödet och när man jämför om det är regeringspartierna eller oppositionen som leder.

□ 5. Kan du lita på avsändaren?

Vi måste alltid känna till avsändaren, vem som har betalat för undersökningen.

En påtryckargrupp – till exempel en fackförening eller intresseorganisation – som presenterar en lösryckt opinionsmätning ska vi fortsätta att vara mycket restriktiva med.

Det handlar för det mesta om lobbying eller propaganda, tanken är normalt att visa att många tycker som de. Passar inte resultaten publiceras aldrig mätningen.

Politiska partier som beställare godkänner vi inte.

□ 6. Är frågorna neutralt och vettigt ställda?

Det här är förstås särskilt viktigt när man har anledning att tro att beställaren har som syfte att påverka. Det är svårt för en amatör att bedöma om en fråga duger och om du är tveksam är det lämpligt att fråga en expert.

En tumregel är att frågorna ska vara neutrala och sakna värderingar. De ska också vara begripliga. Bra att fundera över är också om de handlar om något som de intervjuade rimligen vet något om.

Att ett etablerat opinionsinstitut utfört undersökningen är ingen garanti för bra frågor, instituten ställer i allmänhet i stort sett de frågor kunden ber om.

Fundera även över svarsalternativen. Är alla rimliga, eller är de utformade så att den som svarar egentligen bara har något enstaka vettigt alternativ och på det sättet styrs mot ett visst svar?

Några särskilda råd om mätningar av partisympati

Ekot lägger särskild vikt vid SCB:s stora mätningar, på grund av den strikta metoden och den stora mängden intervjuer. Vi nyhetsbevakar också 5 kommersiella institut: Sifo, Ipsos, Novus, Skop och Demoskop. De har alla långa tidsserier som Ekot följt. Vi nyhetsbevakar inte partisympatimätningar med självrekryterad webpanel, av de skäl som anges ovan.

Flera redaktioner drar ofta hårt på undersökningar som de själva betalat för. Nyhetsvärdera självständigt. När nyhetsvärdet inte är stort är det ofta ett bra alternativ att invänta Svensk Väljaropinion, den sammanställning av opinionen som Novus Opinion gör för Ekot.

”Hemsnickrade” enkäter

Ibland gör till exempel intresseorganisationer, nyhetsredaktioner och andra som normalt inte jobbar med opinionsundersökningar egna enkäter. Det finns anledning att vara extra försiktig med dem. Titta på både svarsfrekvens och frågeformuleringar. Rådfråga gärna en expert om du är osäker.

Ett vanligt problem kan vara urvalet – är det verkligen slumpmässigt? Svårigheten att uppnå

slumpmässighet i ”hemmagjorda” enkäter underskattas ofta. Det spelar ingen roll hur många personer man frågar i till exempel ett köpcenter eller på centralstationen, det är ändå inget slumpmässigt urval. Detsamma gäller om man frågar rektorn på alla skolor man själv kan komma på, eller chefen för alla sjukhus man känner till.

När det gäller opinionsmätningar i andra länder bör du vara medveten om att i en rad länder brottas instituten med ännu större problem än i Sverige. Undvik långtgående slutsatser om du inte vet att undersökningen är tillförlitlig. Om du är osäker så tala gärna med SR:s korrespondent i landet eller med utrikesgruppen.

Vi ska redovisa hur en undersökning som vi nyhetsbevakar är gjord. Detta ska framgå på vår hemsida:

- Metod (telefon, slumpmässigt rekryterad webpanel, brev eller besöksintervju)
- Hur många intervjupersoner har svarat
- Svansfrekvens
- Intervjuperiod
- Undersökningsföretag

Undantag från kraven i den här checklistan ska beslutas i varje enskilt fall av någon av cheferna i Ekots ledningsgrupp. Tänkbara argument för enskilda undantag kan vara till exempel att undersökningen ingår i akademisk forskning, eller att den ger information som är svår eller omöjlig att få på annat sätt. Ytterligare ett tänkbart argument för undantag är att undersökningen trots brister får stor påverkan, till exempel marknadspåverkan.

Omprovning av den här checklistan bör göras åtminstone inför varje riksdagsval. Opinionsmätningar är en bransch i stark teknisk utveckling.

Fredrik Furtenbach

Godkänd av Ekoledningen i juni 2016