Today, the topic is surveys, how to design them, specifically zoning in on how to ask questions appropriately (specifically on gender) and how to bring in feminist research principles in this type of somewhat detached research inquiry.

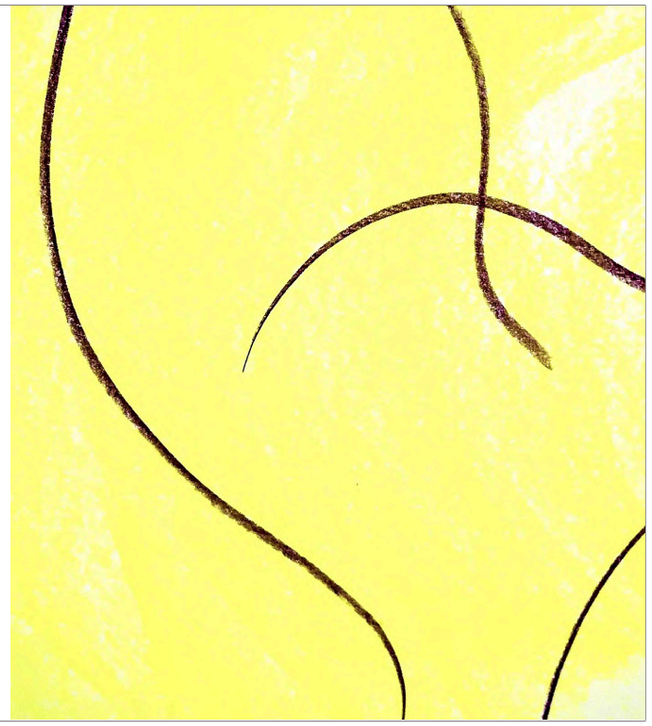
Heute beschäftigen wir uns mit dem Thema (Um)fragen und wie diese zu gestalten sind. Dabei konzentrieren wir uns hauptsächlich darauf, wie Fragen in angebrachter Art und Weise gestellt werden können (auch spezifisch zu Geschlecht) und wie feministische Forschungsprinzipien in diese Art von manchmal etwas losgelöster Herangehensweise an Forschung hineingebracht werden können.

What is a good question?

Was ist eine gute Frage?

Fowler & Cosenza, 2009

- **Questions need to be consistently understood.**
- **Respondents need to have access to the information required to answer the question.**
- **The way in which respondents are asked to answer the question must provide an appropriate way to report what they have to say.**
- **Respondents must be willing to provide the answers called for in the question.**



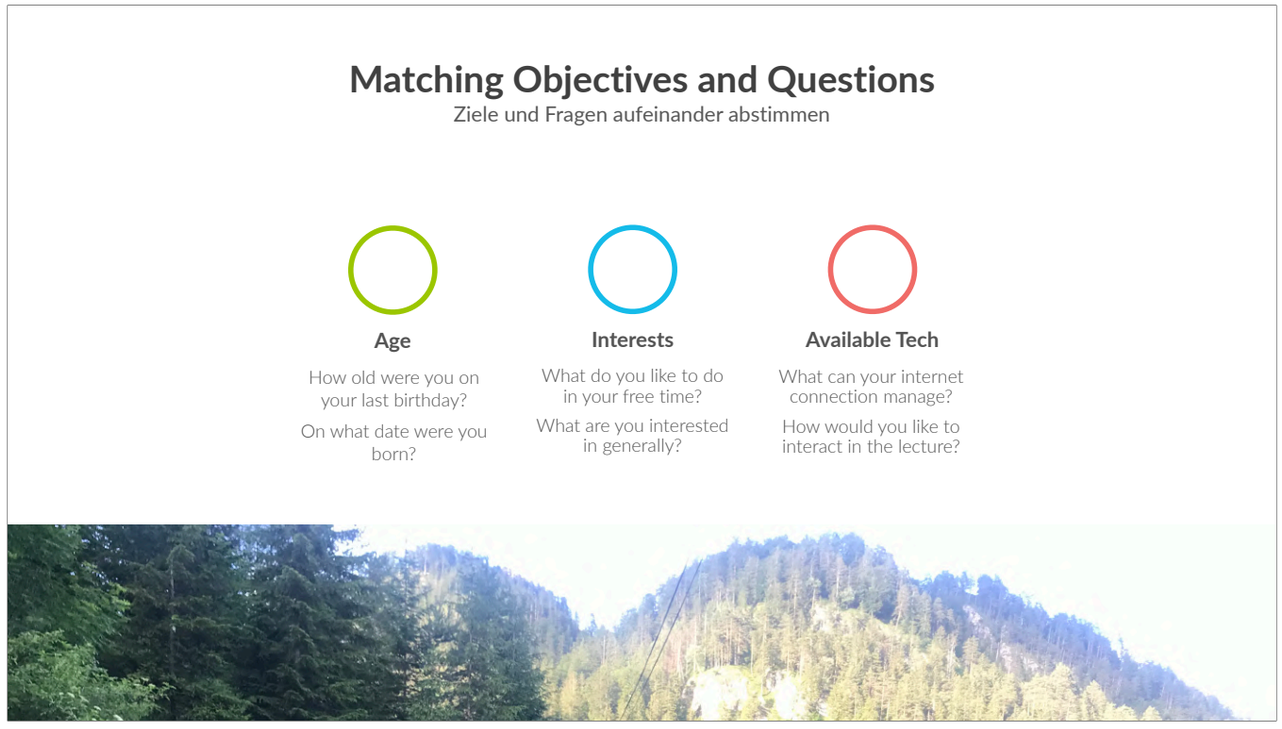
Surveys consist of questions that are answered within a fairly normativised scheme. Data gathering happens in person (e.g., on the street, in specific settings, even at doctors' offices), on phones (e.g., political surveys) and/or online (e.g., our survey at the beginning). For how much they are focused on asking questions, one of the open methodological issues (to this date!) is: What is a good question then? Fowler and Cosenza defined these four principles. Which of those can you influence? Probably not a lot. Hence, as you can see, what makes a good question depends on who has to answer them. However, by having a good feeling for the expectations of your respondents and reflecting on your assumptions about them (as well as challenging those), you can prepare questions adequately.

====

Umfragen bestehen aus Fragen, die innerhalb eines relativ normativen Schema beantwortet werden. Datensammlungen geschehen persönlich (bspw. auf der Straße, in spezifischen Settings, auch in medizinischen Zusammenhängen), am Telefon (bspw. bei politischen Umfragen) und/oder online (bspw. die Umfrage dieser Vorlesung am Anfang). Dafür wie sehr sie auf Fragen fokussiert sind, ist eine der offenen methodologischen Fragen (!) bis heute: Was ist eigentlich eine gute Frage? Fowler und Cosenza definierten diese vier Prinzipien (Übersetzung von KS):

1) Fragen müssen konsistent verstanden werden.
2) Antwortende müssen auf die für die Beantwortung einer Frage notwendigen Informationen zugreifen können.
3) Die Art und Weise in der Antwortende gebeten werden, eine Frage zu beantworten, muss adequate Formen anbieten, um zu berichten, was sie zu sagen haben.
4) Antwortende müssen willens sein, die Antworten zu geben, die von der Frage erwartet werden.

Welche von denen können Sie beeinflussen? Wahrscheinlich nicht viele. Deswegen, wie Sie sehen, hängt die Güte einer Frage auch davon ab wer diese beantworten soll. Dem können Sie jedoch entgegentreten indem Sie ein gutes Gefühl für die Erwartungen Ihrer Antwortenden haben und über Ihre eigenen Annahmen dazu reflektieren (und diese auch zu testen). Das macht es Ihnen möglich noch eher Fragen in adäquater Art und Weise vorzubereiten und zu stellen.



Fowler & Cosenza suggest to start with formulating objectives for each question (or set of questions) and explore different ways of asking them to see what effect that would have on the objective and how that shapes potential answers. You see this above for three specific interests. Please take a moment to consider how questions match objectives and where the match might be better than in other contexts. You can also see that there is assumptions and that it can become fairly complex to consider all the ramifications that might come from changing a single word in a question. It is highly relevant to be precise in your wording. For example, 'Do you own a car' will tell you nothing about access to different means of transportation as the question is unclear in whether the 'car' or the 'owning' is relevant here. Similarly, 'How often do you ski?' is contextually dependent not just on seasons and localisation (both examples taken from Fowler & Cosanza, 2009).

====

Fowler & Cosenza schlagen vor, mit der Formulierung von Zielen für jede Frage (oder Set an Fragen) anzufangen und dann unterschiedliche Formen der Fragestellung für diese zu explorieren, um deren Effekt auf die Ziele und welche potentiellen Antworten sie formen zu erkunden. Sie sehen dies in den obigen Fragen für Alter (Wie alt waren Sie an Ihrem letzten Geburtstag? vs An welchem Tag wurden Sie geboren?), Interessen (Was machen Sie gerne in Ihrer Freizeit? vs Was interessiert Sie generell?) und Verfügbarer Technologie (Was hält Ihre Internetverbindung aus? vs Wie möchten Sie in dieser Vorlesung interagieren?) für drei spezifische Interessen. Bitte nehmen Sie sich einen Moment Zeit um nachzudenken, wie diese Fragen auf die Ziele abgestimmt sind und wo diese Abstimmung besser funktioniert als in anderen Kontexten. Sie können auch sehen, dass es Annahmen gibt und wie diese ziemlich komplex werden können, wenn alle Konsequenzen, die durch die Änderung eines einzelnen Wortes in einer Frage kommen können, mitgedacht werden. Es ist hochrelevant, Worte präzise auszuwählen. Als Beispiel, 'Besitzen Sie ein Auto' wird Ihnen nichts über den Zugang zu unterschiedlichen Transportmitteln sagen, weil die Frage unklar gestellt ist und zwar dahingehend ob jetzt das 'Auto' oder der 'Besitz' hier relevant sind. In ähnlicher Art und Weise ist die Frage 'Wie oft fahren sie Ski?' abhängig vom Kontext und das nicht nur hinsichtlich von Jahreszeiten und Örtlichkeiten (beide Beispiele wieder genommen von Fowler & Cosanza, 2009).

Providing Answers

Antworten vorgeben

"It is important that a question specifies the form the answer is supposed to take and that the form of the answer fits the answer the respondent has to give. For all questions, the response task must be clear. The respondent should know from the question the terms and the units they should use. This is especially problematic for open-ended questions."

Fowler & Cosenza, 2009

Often survey questions have a limited set of answers. Here as well, Fowler & Cosenza offer guidance.

In this regard, we speak of closed questions, if all answers are limited to a selection and open-ended questions those that can be answered relatively freely.

====

Viele Fragen in Umfragen haben limitierte Antwortmöglichkeiten. Hier bieten Fowler & Cosanza auch Ratschläge an (übersetzt von KS):

"Es ist wichtig, dass eine Frage, die Form die eine Antwort annehmen soll, spezifiziert und dass die Antwortform der Antwort entspricht, die Antwortende geben wollen. Für alle Fragen, muss die Aufgabe, wie sie zu beantworten ist, klar sein. Antwortende sollten von der Frage aus die Begriffe und Einheiten kennen, die sie benutzen sollen. Das ist insbesondere problematisch für offene Fragen."

In diesem Kontext sprechen wir von geschlossenen Fragen, wenn die Auswahl aller Antworten beschränkt ist, und von offenen Fragen, wenn diese vergleichbar frei beantwortet werden können.

Asking for Gender || Nach Geschlecht fragen

What is your gender?

- ☐ woman
- ☐ man
- ☐ non-binary
- ☐ prefer not to disclose
- ☐ prefer to self-describe

(if the last option is checked a free form field opens up)

Jaroszewski, Lottridge, Haimson & Quehl, 2018

"The challenge in capturing gender on general population surveys is designing questions to be trans and non-binary-inclusive, while at the same time not confusing to cisgender people, and without posing too many questions."

Spiel, Haimson & Lottridge, 2019

"While gender is highly contextualized, several factors determine the question of how one should ask about gender on a survey: 1) sample size, 2) study population, and 3) limitations of the survey software. In most cases, (...) researchers can use either an open-ended text box or the option [to the left]."

Asking for Gender can be complicated, especially if you don't know how your sample might react. Jaroszewski et al. have inquired into gender for two different populations: fantasy football league players and tumblr users. The former made fun of the free form field where they should put their gender whereas the latter felt empowered to explore their options and provide nuanced genders for themselves. The authors then came to the conclusion that "The challenge in capturing gender on general population surveys is designing questions to be trans and non-binary-inclusive, while at the same time not confusing to cisgender people, and without posing too many questions." and suggest 'male, female, other (with free form field)' as an appropriate way going forward. I found this highly... othering and challenged it with others leading to a the different suggestion above. However, what the story tells us at large is that asking for gender, a question that is often said to be simple, can have a range of different consequences depending on the sample of respondents.

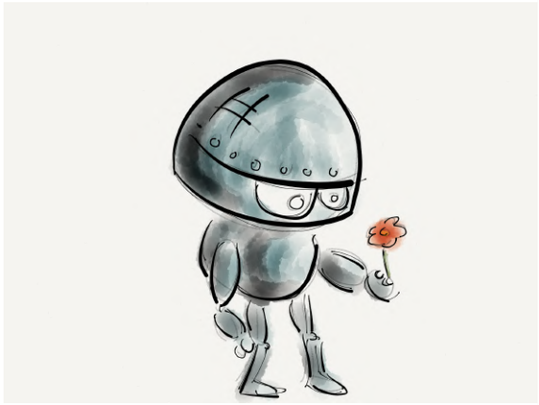
====

Es kann kompliziert sein, nach Geschlecht zu fragen, insbesondere wenn nicht klar ist, wie eine Stichprobe an Menschen letztlich reagiert. Jaroszewski et al. haben nach Geschlecht in zwei unterschiedlichen Populationsstichproben gefragt: Fantasy Football League Spieler*innen und Leuten die Tumblr nutzen. Die erste Gruppe hat sich einen Spaß aus dem freien Textfeld gemacht, in das sie ihr Geschlecht eingeben sollten, während die zweite Gruppe sich ermächtigt gefühlt hatte, ihre Möglichkeiten zu explorieren und nunacierte Geschlechtsidentitäten für sich selbst anzugeben. Die Autor*innen kamen dann zu der Schlussfolgerung, dass (übersetzt von KS) "die Herausforderung darin, Geschlecht in allgemeinen Bevölkerungsgruppen so zu gestalten, dass sie trans und nicht-binäre Geschlechter mitdenken, wobei sie gleichzeitig cis Menschen nicht verwirren und ohne zu viele Fragen zu stellen." und dann schlagen sie vor 'männlich, weiblich, anders (mit freiem Textfeld)' in Zukunft anzubieten. Ich fand das höchst... 'othering' und habe das mit anderen und ihnen herausgefordert, was zu einem anderen Vorschlag führte (übersetzt von KS): "Obwohl Geschlecht hoch kontextualisiert ist, bestimmen einige Faktoren, die Frage wie nach Geschlecht in einer Umfrage gefragt werden soll: 1) Stichprobengröße, 2) erforschte Bevölkerungsgruppen, und 3) Limitierungen der Umfragensoftware [bzw. material]. In den meisten Fällen können Forscher*innen entweder ein offenes Textfeld oder die Option links benützen." (Links werden folgende Optionen gegeben: Was ist Ihr Geschlecht? -> Frau, Mann, nicht binär, ohne Angabe, Selbstbeschreibung; mit der letzten Option gibt es dann auch ein freies Textfeld) Jedenfalls, was uns diese Geschichte im Großen und Ganzen erzählt ist, dass die Frage nach Geschlecht, eine Frage, die oft als einfach abgetan wird, eine Reihe an unterschiedlichen Konsequenzen je nach Bevölkerungsgruppe mit sich zieht.

Bringing **Care** into Surveys

"Feminist survey research aims to be accountable, collaborative, and participatory. A model of survey research in which external study teams come into a community, conduct research on people living in the community, and then leave to analyse and publish their findings with little reference to the host community, is not a feminist approach. From a feminist perspective, invitation is more methodologically rigorous than imposition, and, as a result, selecting a site, or multiple sites, serves as a collaborative and participatory process."

Leung et al., 2019



In many cases, survey research is seen somewhat incompatible with feminist research principles. Leung et al. have tried and discuss this fairly extensively. Going from their suggestion, participant recruitment is not a single sided purpose driven by a privileged research perspective, but is an inclusive, negotiated approach together with potential respondents. I like how they are not trying to resolve all tensions, but rather suggest how to work productively with that tension between presumed objectivity and feminist principles of care and collaborations. They show how survey research can follow feminist principles while addressing the requirements of research communities subscribing to the paradigms dominant within those, which we will discuss further next week.

====

In vielen Fällen wird Umfragenforschung als inkompatibel zu feministischen Forschungsprinzipien gesehen. Leung et al. haben versucht dies ziemlich ausführlich zu diskutieren (übersetzt von KS):

"Feministische Umfragenforschung versucht verantwortlich, kollaborativ und partizipativ zu sein. Ein Model für Umfragenforschung in dem externe Studienteams in eine Gemeinschaft kommen, die Menschen in dieser Gemeinschaft erforschen, dann diese für ihre Analyse verlassen und dann ihre Ergebnisse mit wenig Referenz zu dieser Gemeinschaft veröffentlichen, ist dies kein feministischer Ansatz. Aus einer feministischen Perspektive ist eine Einladung methodologisch genauer als eine Zumutung, und, als Ergebnis, die Auswahl des Ortes der Forschung, oder vieler Orte dient als kollaborativer und partizipativer Prozess."

Mit diesem Vorschlag, wird die Rekrutierung von Teilnehmenden nicht eine einseitige Sache, die von privilegierten Forschungsperspektiven getrieben wird, aber als ein inklusiver, verhandelter Zugang zusammen mit den potentiell Antwortenden. Ich mag es, wie sie nicht versuchen alle Spannungen aufzulösen, sondern eher vorschlagen, mit dieser Spannung zwischen angenommener Objektivität und feministischen Prinzipien der Fürsorge und Kollaborationen produktiv zu arbeiten. Sie zeigen wie Forschung mit Umfragen feministischen Prinzipien zu folgen wobei die Anforderungen von Vorschungsgemeinschaften die sich den dort dominanten Forschungsparadigmen verschreiben Gerecht werden, wobei wir die Paradigmen dann nächste Woche diskutieren.

I think my internet connection and technological setup is sufficient for... || Ich denke, meine Internetverbindung und sonstige technische Ausstattung sind ausreichend für ... *

Bitte ankreuzen

- [ ] Live-Video
- [ ] Live-Audio
- [ ] Live-Chat (written || schriftlich)
- [ ] None of the above || Nichts davon

Last week, I asked you to fill in a survey. Knowing all this, what do you think? How did I do?

====

Letzte Woche habe ich Sie darum gebeten, eine Umfrage auszufüllen. Mit all dem was Sie jetzt wissen, was meinen Sie? Wie habe ich das gemacht?

And here is an advertisement for a public lecture series I'm organising. I'll put these in a week before the events and hope that's ok. Maybe you like to visit one or the other. Have a great weekend otherwise.

====

Und hier ist noch Werbung für eine öffentliche Vorlesungsreiche, die ich organisiere. Ich werde diese in der Woche vor den Veranstaltungen immer hier ankündigen und hoffe das ist in Ordnung. Vielleicht möchten Sie ja die eine oder andere besuchen. Ansonsten wünsche ich Ihnen ein großartiges Wochenende.