

*Tore Nøtnæs*

## **Innføring i bruk av fokusgrupper**

## **INNHold**

<b>1. FOKUSGRUPPER, ET EFFEKTIVT REDSKAP I UTVIKLINGEN AV SPØRRESKJEMAER.....</b>	<b>3</b>
<b>2. KJENNETEGN PÅ FOKUSGRUPPER .....</b>	<b>4</b>
<b>3. FORDELER MED FOKUSGRUPPER .....</b>	<b>5</b>
<b>4. ULEMPER MED FOKUSGRUPPER.....</b>	<b>6</b>
<b>5. PLANLEGGING AV FOKUSGRUPPER .....</b>	<b>7</b>
5.1 PLANLEGGING .....	7
5.1.1 <i>Intervjuguiden</i> .....	7
5.1.2 <i>Rekruttering av deltagere til fokusgrupper</i> .....	11
<b>6. GJENNOMFØRING AV FOKUSGRUPPER.....</b>	<b>12</b>
<b>7. FASER I FOKUSGRUPPEINTERVJUER .....</b>	<b>12</b>
<b>8. PRAKTISKE RÅD.....</b>	<b>13</b>
<b>9. HENVISNING TIL VIDERE LITTERATUR.....</b>	<b>15</b>
<b>LITTERATURLISTE: .....</b>	<b>16</b>
<b>VEDLEGG</b>	
ET EKSEMPEL PÅ EN INTERVJUGUIDE .....	17
DE SIST UTGITTE PUBLIKASJONENE I SERIEN NOTATER.....	22



# 1. Fokusgrupper, et effektivt redskap i utviklingen av spørreskjemaer

Fokusgrupper er uformelle gruppeintervjuer. Intervjuene ledes av en møteleder og gruppediskusjonene gir innsikt i folks følelser, holdninger og forståelse av virkeligheten. Vanligvis deltar åtte til ti personer i fokusgrupper. Metoden er hensiktsmessig når formålet med undersøkelsen er å fremskaffe informasjon om hva folk tenker om ulike forhold.

Fokusgrupper har dype røtter innen samfunnsforskningen. Metoden ble første gang brukt på 1920-tallet, men det var først under og rett etter 2.verdenskrig at bruken av metoden grep om seg. Metoden mistet popularitet utover på 1950-tallet og den lå lenge "død" før den ble gjenoppdaget på 1980-tallet. I dag er fokusgrupper en vel ansett forskningsmetode innen samfunnsvitenskapen. Fokusgrupper benyttes også til andre forhold enn forskning. Metoden er blant annet mye brukt innenfor markedsføring. Her benyttes metoden til å studere forbrukeres respons på nye produkter og tjenester.

Fokusgrupper er et særdeles nyttig redskap for spørreskjemaplanleggere. Metoden kan benyttes både ved *utvikling* og *evaluering* av spørreskjemaer. Tradisjonelt har metoden blitt mest brukt til det førstnevnte, men metoden kan med hell også benyttes til å evaluere spørreskjemaer.

Ved utvikling av spørreskjemaer kan metoden benyttes til å:

- eksplorere feltet (utvikle problemstillinger og hypoteser)
- klargjøre folks forståelse av sentrale begreper.
- kartlegge hva som er naturlig rekkefølge på spørsmålene i spørreskjemaet
- klargjøre hva som skal til for at folk ønsker å delta i en undersøkelse.

Ved evaluering av spørreskjemaer kan metoden benyttes til å:

- kartlegge hvor godt spørsmålene fungerer
- kartlegge om rekkefølgen på spørsmålene oppleves som naturlig av respondentene
- dersom en undersøkelse har et stort frafall kan fokusgrupper benyttes til å kartlegge hva som er årsaken til at folk ikke ønsker å delta i undersøkelsen

Den stor fordel med fokusgrupper som metode, er at den gir rom for *gruppedynamikk*. I fokusgrupper kan individene spille på hverandre og på den måten utvikles informasjon som normalt ikke ville ha kommet fram i intervjuer med enkeltpersoner. Gruppedynamikken gjør at spørsmålene til møteleder belyses fra mange ulike synsvinkler.

I likhet med andre kvalitative forskningsmetoder er fokusgrupper en velegnet metode når formålet med undersøkelsen er å gi en helhetlig forståelse av sosiale fenomen. Ved å lytte til hva gruppedeltagerne har å si kan man få innsikt i deltagerens forståelse av virkeligheten.

## **2. Kjennetegn på fokusgrupper**

Ifølge Krueger (1994) er det seks forhold som kjennetegner fokusgrupper. Det er: (i) størrelsen på gruppa, (ii) gjennomføres i serier, (iii) deltagerne besitter bestemte kjennetegn, (iv) fokusgrupper produserer data, (v) kvalitativ metode og (vi) er en fokusert diskusjon.

Ifølge Krueger kan andre typer av grupper (eksempelvis planleggingsgrupper, prosjektgrupper og terapigrupper) ha ett eller flere av disse kjennetegnene, men de kan aldri ha den samme kombinasjonen av egenskaper som fokusgrupper. Nedenfor skal jeg se nærmere på de ulike kjennetegnene.

### **1. Størrelsen på gruppa**

Som nevnt innledningsvis er vanlig størrelse på fokusgrupper åtte til ti deltagere. Selv om størrelsen varierer en del fra undersøkelse til undersøkelse, bør fokusgrupper helst ikke ha flere enn tolv deltagere og helst ikke færre enn fire. Årsaken til at antallet ikke bør overstige tolv, er at det da blir vanskelig for alle å komme til orde. I små fokusgrupper er problemet det motsatte. Her får alle sagt sin mening, men det er ikke sikkert at alle syn på saken blir uttrykt av gruppedeltagerne.

### **2. Fokusgrupper gjennomføres i serier**

Når man skal arrangere fokusgrupper bør det gjennomføres flere intervjuer med samme kategori mennesker. Begrunnelsen er å forsikre seg om at resultatene av fokusgruppene er representative for den kategorien mennesker fokusgruppene skal representere. Det er risikabelt å tro at resultatene av en fokusgruppe er representative. Årsaken er at ulike forhold kan påvirke gruppen og gjøre at den kommer fram til ekstraordinære resultater. Det kan f.eks.

tenkes at gruppen består av en dominerende person som forhindrer de andre i gruppa å komme til orde, eller at en uheldig kommentar fra en av deltagerne skaper kaos i gruppa.

### **3. Fokusgrupper bør være homogene og deltagerne bør ikke kjenne hverandre fra før.**

Når man skal sette sammen fokusgrupper er det viktig at deltakerne bør ha så lik bakgrunn som mulig. Årsaken er at felles erfaringsbakgrunn virker stimulerende på diskusjonen. Folk flest har mye lettere for å snakke med folk som ligner en, enn å snakke med folk som er forskjellige fra en. Årsaken til at deltakerne ikke bør kjenne hverandre på forhånd, er at deltagerens uttalelser ikke skal ha konsekvenser for dem. Folk har lettere for å snakke om sensitive tema (eksempelvis mobbing på arbeidsplassen) dersom de andre deltagerne er ukjente og man vet at man høyst sannsynligvis aldri kommer til å treffe dem igjen.

### **4. Fokusgrupper er en datainnsamlingsmetode**

Fokusgrupper skiller seg fra andre typer grupper ved at formålet med fokusgrupper er å fremskaffe informasjon om ulike forhold. I andre typer grupper er formålet ofte å oppnå enighet om ett eller annet, komme med anbefalinger eller å treffe beslutninger.

### **5. Fokusgrupper gjør bruk av kvalitative data.**

Fokusgrupper produserer kvalitative data som gir innsikt i folks følelser, holdninger og forståelse av virkeligheten. Fokusgrupper skiller seg fra survey-undersøkelser ved at formålet med undersøkelsene ikke er å si noe om utbredelsen av sosiale fenomen, med snarere å gi en helhetlig forståelse av dem.

### **6. Samtalene i fokusgrupper er fokuserte**

Det siste kjennetegnet ved fokusgrupper er at samtalene er fokuserte. Intervjuguiden, som er møteleders redskap for å styre diskusjonen, skal sørge for at temaet belyses på en systematisk og strukturert måte. Selv om spørsmålene til møteleder kan oppfattes som tilfeldige er sannheten at de er nøye planlagt og forberedt.

## **3. Fordeler med fokusgrupper**

Det følger flere fordeler med bruk av fokusgrupper som datainnsamlingsmetode (Krueger 1994):

**1. Fokusgrupper åpner for muligheten til å oppdage uforutsette forhold.** Fokusgrupper har en relativt ustrukturert form som gjør det mulig å oppdage uforutsette forhold. Ny

kunnskap produseres ved at møteleder stiller spontane oppfølgingsspørsmål til overraskende uttalelser fra deltagerne. Den åpne formen til fokusgrupper gjør metoden egnet til å utforske nye felt.

**2. Fokusgrupper er en billig forskningsmetode.** Dersom man sammenligner kostnadene med å arrangere fokusgrupper med hva man får igjen av nyttig informasjon, så er kostnadene med å arrangere fokusgrupper små.

**3. Resultatene av fokusgrupper kan foreligge raskt.** Sammenlignet med andre metoder som benyttes for å innhente informasjon om folks atferd og holdninger (eksempelvis surveyundersøkelser, deltagende observasjon eller individuelle intervjuer), tar det kort tid å planlegge, gjennomføre og presentere resultatene av en fokusgruppe.

**4. Utvalgsstørrelsen kan økes uten særlig konsekvenser for tidsbruk og kostnader.**

Kvalitative studier har normalt en begrenset utvalgsstørrelse ettersom metoden er kostbar og det tar lang tid å gjennomføre individuelle intervjuer. Fokusgrupper gjør det mulig å øke utvalgsstørrelsen i kvalitative intervjuer uten at det nødvendigvis tar noe særlig mer tid eller at kostnadene løper løpsk.

## 4. Ulemper med fokusgrupper

Alle datainnsamlingsmetoder har begrensninger og fokusgrupper er i så måte intet unntak. Nedenfor ser jeg nærmere på de viktigste begrensningene ved metoden (Krueger 1994):

**1. Intervjuer har mindre kontroll over samtalene i fokusgrupper enn i individuelle intervjuer.** Dersom man sammenligner fokusgrupper med individuelle intervjuer, så er det vanskeligere å kontrollere samtalene i fokusgrupper enn i individuelle intervjuer. Som møteleder i en fokusgruppe må man alltid være forberedt på at det kan bli en god del utenomsnakk i forhold til tema.

**2. Data fra fokusgrupper kan være vanskelig å tolke.** Når man skal tolke hva som er sagt i fokusgrupper bør man utvise forsiktighet. Årsaken er at deltagerne lett lar seg rive med av gruppa og sier ting som er lite gjennomtenkt. I fokusgrupper kan man oppleve at deltagere

modifiserer og til og med endrer standpunktene sine etter at de har fått tenkt seg grundigere om. Som forsker bør man derfor passe seg for ikke ta enkeltutsagn ut av sin sammenheng.

**3. Fokusgrupper krever erfarne møteledere.** Fokusgrupper er en relativt avansert form for intervju som krever erfarne møteledere. Uerfarne møteledere kan selvsagt få til gode intervju, men sannsynligheten for vellykkede intervju er langt større med erfarne møteledere.

**4. Det kan være vanskelig å få enkelte grupper mennesker til å stille opp i fokusgrupper.** Egne og andres erfaringer har vist at det kan være vanskelig å rekruttere enkelte grupper mennesker til fokusgrupper. Det er særlig personer med liten tid og personer som ikke tror de har noe å bidra med som kan være vanskelig å rekruttere til fokusgrupper.

## 5. Planlegging av fokusgrupper

### 5.1 Planlegging

For at fokusgrupper skal gi den informasjonen spørreskjemaplanleggere og oppdragsgivere ønsker seg, er det viktig at det legges ned mye arbeid i planleggingen av fokusgrupper. Det er særlig to forhold som bør være gjenstand for grundig planlegging. Det er arbeidet med å utvikle en intervjuguide<sup>1</sup>, samt arbeidet med å rekruttere deltagere til fokusgruppene. Årsaken til at det er viktig å legge ned mye arbeid i intervjuguiden, er at tiden til rådighet for å innhente informasjon er kort. Når man skal innhente den ønskede informasjonen på 1 ½ time, er det viktig at de riktige spørsmålene stilles og at de stilles i en rekkefølge som virker naturlig på deltagerne. Årsaken til at man bør tenke grundig igjennom hvilke mennesker man skal intervjuer, er at det hjelper lite med en god intervjuguide og en erfaren møteleder, hvis deltagerne i fokusgruppene ikke besitter den kunnskapen man ønsker.

#### 5.1.1 Intervjuguiden

En intervjuguide er en plan for hvilke spørsmål som skal stilles i et intervju og i hvilken rekkefølge dette bør skje. Ifølge Krueger (1998) bør en intervjuguide for fokusgrupper bestå av fem hovedtyper av spørsmål; *åpning-, introduksjon-, overgang-, nøkke-l og avslutningsspørsmål*. Alle de ovenfornevnte spørsmålene fyller en særegen funksjon, men

---

<sup>1</sup> Se appendix for å se hvordan en intervjuguide kan se ut.

viktigheten av dem varierer. I det følgende skal jeg se nærmere på hva som kjennetegner de ulike spørsmålene samt gi konkrete eksempler på hver og en av dem.

### **Åpningsspørsmål**

Alle deltakerne må svare på åpningsspørsmålet. Spørsmålet bør være utformet på en slik måte at det er enkelt å svare på. I åpningsspørsmålet er det vanlig at deltagerne sier hva de heter og litt om hva de driver med til daglig. Åpningsspørsmålet skal tjene to hensikter; for det første skal det gi alle deltakerne en anledning til å snakke ( også de som normalt liker å forholde seg tause i forsamlinger). For det andre skal det gjøre deltagerne oppmerksomme på hvor like de er hverandre. Det sistnevnte punktet er viktig, ettersom folk flest har mye lettere for å snakke med mennesker som er lik en enn å snakke med mennesker som er forskjellige fra en. Når jeg sa det er vanlig å be deltagerne fortelle litt om hva de driver med til daglig, så mente jeg forhold som er relevante i forhold til temaet for fokusgruppene. Dersom temaet f.eks. er mestring av arbeidsledighet, kan det være aktuelt å be folk fortelle hva de fyller dagene med.

Eksempler på åpningsspørsmål kan være:

- *Kan du si litt om hvem du er og hva du gjør i bedriften?*
- *Fortell oss hva du heter og hva du gjør på fritiden.*
- *Kan du fortelle oss hvem du er og hvor ofte du går på kino?*

### **Introduksjons spørsmål**

Introduksjonsspørsmålet introduserer temaet som skal være gjenstand for diskusjon og det gir deltakerne anledning til å gi uttrykk for sine erfaringer og syn på temaet. Mens åpningsspørsmålet får deltakerne til å snakke, er det introduksjonsspørsmålet som får deltakerne til å fokusere på temaet. Introduksjonsspørsmålet er ofte formulert som et åpent spørsmål som gir deltakerne anledning til å komme med egne erfaringer og betraktninger om temaet. Selv om samtalene under introduksjonsspørsmålene ikke er like fokuserte som de under nøkkelspørsmålene, kan de gi viktig informasjon. Deltakerne kan si uforutsette ting som kan være interessant å gå nærmere inn på.

Eksempler på introduksjonsspørsmål kan være:

- *Hva tenker du på når du hører begrepet husholdning?*

- *Har dere hørt om forlikrådet og hva vet dere om den institusjonen?*
- *Hva forstår dere med ordet fritid?*

### **Overgangsspørsmål**

Overgangsspørsmålet utgjør den logiske forbindelsen mellom introduksjonsspørsmålet og nøkkelspørsmålene (Krueger 1998). Overgangsspørsmålet hjelper deltagerne med å se temaet i et større perspektiv og i løpet av overgangsspørsmålet blir deltagerne gjort kjent med de andre deltagernes syn på temaet.

Det som skiller overgangsspørsmålet fra introduksjonsspørsmålet er at overgangsspørsmålet går mer i dybden på folks erfaringer og forståelse av virkeligheten. Mens introduksjonsspørsmålet bringer temaet fram i lyset, danner overgangsspørsmålet forbindelsen mellom deltakere og tema.

Eksempler på overgangsspørsmål kan være:

- *Kan du fortelle om ditt første møte med sosialkontoret?*
- *Kan du fortelle om husholdningen din?*
- *Hva er din erfaring med bruk av e-post?*

### **Nøkkelspørsmål**

Nøkkelspørsmålene utgjør kjernen i intervjuguiden. Det er disse spørsmålene som skal sørge for at planleggerne får den informasjonen de ønsker seg. Det er vanlig å stille to til fem nøkkelspørsmål i en fokusgruppe. Nøkkelspørsmålene er gjerne de første spørsmålene som blir utviklet i planleggingsprosessen og det er disse spørsmålene som krever størst oppmerksomhet i analysen.

Det er viktig at møteleder setter av rikelig med tid til å diskutere nøkkelspørsmålene. Mens de forannevnte spørsmålene kan besvares i løpet av få minutter, er det vanlig at man setter av ca. 10-15 minutter på hvert av nøkkelspørsmålene. Under diskusjonen av nøkkelspørsmålene kan det fremkomme interessant informasjon som gjør krav på utdyping. Det er derfor viktig at møteleder hele tiden er forberedt på å følge opp med spontane oppfølgingsspørsmål. Det er vanlig at ca. halvparten av tiden som er satt av til intervjuet går med til nøkkelspørsmålene.

Eksempler på nøkkelspørsmål kan være:

- *Hva må til for at du ønsker å delta i denne undersøkelsen?*

- *Sett at det var du som skulle lage en strategi for å få innvandrere til å delta i denne undersøkelsen. Hvordan ville du gjøre det?*
- *Hvem i avdelingen er det som rapporterer inn dataene til SSB?*

### **Avslutningsspørsmål**

Foruten å avslutte diskusjonen gjør disse spørsmålene deltagerne i stand til å reflektere over kommentarer som er gitt tidligere i intervjuet. Avslutningsspørsmålene spiller en sentral rolle i analysen av dataene. Det eksisterer tre typer avslutningsspørsmål; (i) alt tatt i betraktning spørsmål, (ii) oppsummeringsspørsmål og (iii) sluttspørsmål.

### **Alt tatt i betraktning spørsmål**

På slutten av intervjuet er det vanlig å stille deltagerne et spørsmål som gir dem anledning til å komme med en sammenfattende kommentar. Spørsmålet skal gi deltagerne anledning til å reflektere over synspunkter som er kommet fram under diskusjonen. Dersom en deltager har kommet med motstridene syn under diskusjonen, så gir dette spørsmålet deltageren anledning til å klargjøre hva han/hun mener. Alle deltagerne blir vanligvis stilt dette spørsmålet. "Alt tatt i betraktning spørsmål" er ofte nyttige for analysen av dataene fordi det hjelper planleggerne med å tolke uklare synspunkter.

Eksempler på "alt tatt i betraktning spørsmål" kan være:

- *Av alt vi har diskutert, hva er viktigst for deg?*
- *Kan du oppsummere ditt syn på saken?*
- *Sett at du hadde to minutter til å presentere ditt syn, hva ville du ha sagt?*

### **Oppsummeringsspørsmål**

Oppsummeringsspørsmålet blir stilt etter at møteleder har gitt en muntlig oppsummering av hva som er sagt tidligere i intervjuet. Hensikten med oppsummeringsspørsmålet er at møteleder skal få anledning til å forsikre seg om at hans/hennes tolkninger av hva som er sagt er riktige. Oppsummeringsspørsmålet spiller en viktig rolle i analysen av dataene, da det i likhet med "alt tatt i betraktningsspørsmålet" bidrar til å klargjøre tvetydige uttalelser fra deltagerne.

Eksempler på oppsummeringsspørsmål kan være:

- *Er dette en rimelig tolkning av hva som er sagt i diskusjonen?*
- *Har jeg forstått dere riktig?*
- *Stemmer denne oppsummeringen med hva dere har sagt?*

### **Sluttspørsmål**

Det siste spørsmålet fungerer som et slags garantispørsmål. Det skal sikre at viktige poenger ikke har blitt oversett av gruppa. Spørsmålet begynner med at møteleder gir en kort oppsummering av hensikten med studien. Oppsummeringen kan gjerne være litt lenger enn den orienteringen som blir gitt i starten av intervjuet. Etter at møteleder har orientert om hensikten med undersøkelsen spør han/hun om noe er blitt glemt. For at spørsmålet skal fungere godt er det viktig at det er satt av nok tid til spørsmålet (ca. ti minutter).

Sluttspørsmålet er særlig viktig i starten av en serie med fokusgrupper. Det kan godt tenkes at planleggerne av intervjuguiden har oversett forhold som burde ha vært gjenstand for diskusjon i fokusgruppen.

Eksempler på sluttspørsmål kan være:

- *Har vi glemt noe?*
- *Er det noe vi ikke har snakket om, men som vi burde ha snakket om?*
- *Er det noe annet vi burde ha tatt opp i diskusjonen?*

### **5.1.2 Rekruttering av deltagere til fokusgrupper**

Rekruttering av deltagere inngår som en annen viktig del av arbeidet med å forberede fokusgrupper. Utbyttet av fokusgrupper er i stor grad avhengig av at man klarer å rekruttere mennesker med god kjenneskap til temaet som skal diskuteres. Hvem som bør plukkes ut til å delta styres i stor grad av hva som er hensikten med undersøkelsen. Dersom hensikten med en undersøkelse er å få mer kunnskap om "ryggsekturisters" reisevaner, vil det være naturlig å intervju mennesker som har benyttet seg av denne reiseformen. Det sier seg selv at utbyttet av fokusgrupper ikke ville ha vært like stort dersom man hadde intervjuet folk som har vært på pakketur til Kanariøyene. Konklusjonen er altså at det er viktig å tenke igjennom hvem som besitter den informasjonen man ønsker.

## 6. Gjennomføring av fokusgrupper

Fokusgrupper kan arrangeres både i laboratorier (rom som er spesialdesignede for fokusgrupper) eller ute i felten (eksempelvis møterom på hoteller eller i bedrifter). Dersom intervjuene finner sted i laboratorier, er det vanlig at samtalen blir fulgt av observatører. Disse sitter bak et enveisspeil i naborommet. Deres oppgave er å følge med på samtalen og notere ned interessante ting som blir sagt underveis. Foruten møteleder, er det vanlig at en sekretær deltar i fokusgruppen. Sekretærens oppgave er å notere ned viktige ting som blir sagt. Sekretæren kan også bistå dersom det skulle oppstå uforutsette ting under selve intervjuet, eksempelvis at en av deltagerne må ut for å putte på penger på parkometeret. For at analysearbeidet skal bli enklere, er det vanlig at samtalen tas opp på video eller kassettpiller. Dette gjelder både i laboratoriet og ute i felten. Etersom fokusgrupper krever at deltagerne setter av en del tid for at de skal kunne delta, er det vanlig at deltagerne mottar et lite honorar som takk for innsatsen.

## 7. Faser i fokusgruppeintervjuer

Fokusgrupper kan deles inn i fire hovedfaser; *rammesetting, erfaringer, fokusering og tilbakeblikk* (Haraldsen 1999). Fasene henger nøye sammen med oppbyggingen av intervjuguiden. Nedenfor ser jeg nærmere på hva som kjennetegner de ulike fasene.

### **Rammesetting**

I denne delen av intervjuet bør møteleder bruke tid på å skape en trygg og god intervjusituasjon. Hensikten er å få deltagerne til å slappe av. Dersom deltagerne ikke føler seg komfortable, er det lite trolig at de vil tørre å åpne seg for møteleder og de andre deltagerne. For å gjøre deltagerne trygge er det viktig at de får avklart spørsmålene; "hva er dette?", "er det farlig?" og "greier jeg det?" (Haraldsen 1999). Møteleder bør starte intervjuet med å fortelle hva som er hensikten med samtalen. Deretter er det viktig å ta tak i forhold som kan skape usikkerhet, for så å avdramatisere dette så raskt som mulig. Eksempler på forhold som kan virke truende på folk er at samtalen tas opp på video, at samtalen blir fulgt av andre (bak enveisspeil), hva resultatene skal brukes til eller andre personvernspørsmål. Mange deltakere vil også være redde for å ikke mestre den oppgaven de er satt til. Derfor er det viktig at møteleder gir en god orientering om hva som skal skje. Et annet forhold som bør avklares i starten av intervjuet, er hvor lang tid intervjuet vil vare. Mot slutten av innledningsfasen får deltagerne anledning til å presentere seg selv.

## **Erfaringer**

Denne delen av intervjuet starter med at møteleder presenterer temaet som skal diskuteres. Etter at møteleder har sagt sitt blir deltagerne oppfordret til å komme med refleksjoner rundt temaet og å si litt om hva slags erfaringer de selv har med temaet som diskuteres. Hensikten med denne fasen av intervjuet er at deltagerne skal få anledning til å gi uttrykk for sine erfaringer og meninger, samt at deltagerne skal bli varme i trøya til den viktigste delen av intervjuet, nemlig fokuseringsfasen.

## **Fokusering**

Hensikten med denne delen av intervjuet er å få svar på nøkkelspørsmålene. Fokuseringsfasen skal gi planleggere og oppdragsgivere den informasjonen de ønsker seg. Under fokuseringsfasen kan det bli sagt ting som planleggerne ikke har tenkt på tidligere. Møteleder må derfor være forberedt på å improvisere spontane oppfølgingsspørsmål.

## **Tilbakeblikk**

Intervjuet avsluttes med at møteleder oppsummerer de viktigste inntrykkene som han/hun sitter igjen med fra diskusjonen. Poenget med oppsummeringen er todelt: For det første skal den tjene som en garanti mot at møteleder har misforstått hva deltagerne har sagt. For det andre skal oppsummeringen brukes til å invitere deltagerne til å huske relevante ting som ikke er sagt tidligere i samtalen. Det er derfor viktig at intervjuer beholder en spørrende holdning under oppsummeringsdelen.

# **8. Praktiske råd**

Nedenfor følger en del praktiske råd i forbindelse med arrangering av fokusgrupper. Rådene er basert på våre og andres erfaringer med fokusgrupper.

**1. Ta kontakt med deltagerne dagen før intervjuet.** For å forsikre deg om at deltagerene husker avtalen og at de stiller opp til intervju, kan det være smart å ringe dem dagen i forkant av intervjuet, å minne dem på avtalen.

**2. Lær intervjuguiden godt.** For at utbyttet av fokusgrupper skal bli størst mulig, er det viktig at møtelederen behersker intervjuguiden godt. God kjennskap til intervjuguiden gjør det

lettere å styre samtalen og å kontrollere at deltakerne ikke sporer av i forhold til hva som er tema. God kjennskap til intervjuguiden gir også trygghet i intervjusituasjonen.

**3. Heng på deltakernes resonnementer.** For at fokusgrupper skal fungere som en effektiv metode for å fremskaffe ny kunnskap om et tema, er det viktig at møteleder hele tiden prøver å konsentrere seg om hva deltagerne sier. Dersom man er uoppmerksom kan man fort gå glipp av viktige poenger som er verdt å følge opp.

**4. Gi rom for en pause.** Før oppsummeringsdelen starter kan det være smart å ta en liten pause. Pausen gir deltagerne anledning til å strekke på bena og møteleder får anledning til å skrive ned hovedpunktene fra diskusjonen på en tavle. Vår erfaring er at oppsummeringsdelen blir bedre dersom hovedpunktene fra diskusjonen visualiseres.

**5. Intervjuet bør følges av flere.** Fokusgrupper kan gjennomføres både i laboratorier og ute i felten. Dersom intervjuene gjennomføres i laboratorier er det en fordel at flere følger samtale fra observasjonsrommet. Oppgaven til de som sitter i observasjonsrommet er å observere interessante ting som blir sagt eller uttrykt gjennom kroppsspråk.

**6. Sett av tid til å diskutere inntrykkene fra intervjuet.** Etter at intervjuet er ferdig bør intervjuer og observatører komme sammen og diskutere inntrykkene fra samtalen. Det er en fordel at dette skjer rett etter intervjuet er ferdig, mens inntrykkene ennå er ferske.

**7. Fokusgruppene bør ikke vare mer enn 1 ½ time.** For å unngå at deltakerne blir utmattet og går lei, er det viktig at intervjuene ikke bør vare noe særlig mer enn 1 ½ time.

**8. Betaling av testpersonene.** Det er vanlig at deltagerne mottar et lite honorar for å stille opp i fokusgrupper. I dag er beløpet på 400 kroner. Utbetalingen bør skje etter at intervjuet er ferdig.

## 9. Henvisning til videre litteratur

**For en rask innføring i bruk av fokusgrupper anbefaler vi:**

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

Mordal, Tove (1989) *Som man spør får man svar* Oslo: Tano

**For en mer utførlig innføring:**

Krueger, Richard A & David Morgan (1998): *The Focus Group Kit*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Krueger, Richard A (1994): *A Practical Guide for applied Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.

## Litteraturliste:

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

Krueger, Richard A (1998): "Developing Questions for Focus Groups" i serien *The Focus Group Kit*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Krueger, Richard A (1994): *A Practical Guide for applied Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Morgan, David L (1998): "The Focus Group Guidebokk" i serien *The Focus Group Kit*. Thousand Oaks: Sage Publications.

## Et eksempel på en intervjuguide

Intervjuguiden nedenfor ble benyttet i arbeidet med å utvikle et nytt husholdningsspørsmål for SSB (Stålnacke et al 2001). Hensikten med fokusgruppene var å teste folks forståelse av hvem som tilhører og ikke tilhører en husholdning, samt å få ide'er til hvordan man kunne lage et nytt kosthusholdningsspørsmål. Intervjuguiden ble testet på tre grupper av mennesker; (i) *eldre over 67 år*, (ii) *foreldre i alderen 19-27 år* og (iii) *studenter i alderen 19-27 år*. Intervjuguiden viser på en god måte hvordan man kan veksle mellom spørsmål og praktiske oppgaver i fokusgrupper.

### 1.1 Uformell innledning (til en kaffekopp/mat)

Har noen av dere vært i *Statistisk sentralbyrå* tidligere?  
Hva vet dere om Statistisk sentralbyrå?

Har noen av dere deltatt i *diskusjonsgrupper* som denne tidligere?  
Hvor var det? Hva var temaet? Synes dere det var artig?

Har noen av dere deltatt i *spørreskjemaundersøkelser* tidligere?  
Hva slags undersøkelser? Hva synes dere om spørsmålene?

### 1.2 Formell innledning (5 min):

**Fokusgruppe:** En slik diskusjon som dere nå skal være med på kalles en *fokusgruppe*. Formålet med slike diskusjoner er å sette søkelys på spørsmål og opplegg i spørreskjemaundersøkelser ved å søke råd hos dem som skal svare på spørsmålene. Derfor er det dere som skal diskutere og gi oss råd. Vår oppgave er først og fremst å lytte.

**Tema for denne fokusgruppa:** Finne fram til gode spørsmål som kartlegger hvem som tilhører husholdningen til den som blir intervjuet eller skal fylle ut spørreskjema på egenhånd. Husholdningens størrelse og sammensetning er en nødvendig bakgrunnsopplysning i mange statistikker (f.eks. i statistikk om boligforhold og levekår)

#### Presentasjon av møteleder og sekretær

**Opplegg og regler for deltakelse:** Sekretæren vil ta notater. I tillegg blir møtet tatt opp på kassettbånd. Det er også noen som følger med på diskusjonen fra et annet rom. (De vil kanskje sende noen spørsmål inn til oss på slutten av diskusjonen.). Opptaket fra samtalen og alle navnelister blir tilintetgjort i løpet av 14 dager.

Det er frivillig å delta. Er det noen som vil trekke seg må de gjøre det nå.

BÅND OG VIDEOOVERFØRING (RING 2022) SETTES I GANG

## 2. Deltakerne presenterer seg selv og sin husholdning (10 min)

Hver av deltakerne presenterer seg og lager samtidig et navnekort. Møteleder/sekretær legger merke til hvilke opplysninger som blir gitt; spesielt om deltakerne forteller *hvor gamle de er eller når de ble født*

Alle deltakerne blir bedt om å fortelle hvem som tilhører deres husholdning.

### Etter presentasjonen stilles spørsmålene:

Har noen av dere andre som bor i samme bolig, men som dere ikke regnet med som en del av husholdningen?

I så fall hvem?

Hvorfor regnet dere dem ikke med?

Har andre deltakere synspunkter på om de skulle vært regnet med eller ikke?

Hva er forskjellen mellom ens familie og ens husholdning?

Eksempel på noen som tilhører husholdningen, men ikke familien:

Eksempel på noen som tilhører familien, men ikke husholdningen:

## 3. Deltakerenes oppfatninger av hvem som hører med og ikke tilhører husholdningene (3 x 15 min)

Formålet er å diskutere hvem det er naturlig å regne med i forskjellige husholdninger. Eksemplene vises både på transparent og finnes på et av arkene deltakerne har fått.

### Eksempel nr 1 (20 min)

Ekteparet Britt og Hans Johansen har tre barn:

En sønn avtjener verneplikten,

ei datter studerer i en annen by

og den yngste sønn bor hjemme.

I tillegg har familien en hybelboer i en kjellerleilighet.

### Oppgave 1.1

Hvem vil dere regne som medlem av Hans Johansens husholdning?

### Oppgave 1.2

Hva skal til før vi vil si at datteren har etablert sin egen husholdning?

Hva om hun hadde bodd på hybel i samme by og vært hjemme hver helg

Gjør det noen forskjell om hun bor alene på hybel eller har samboer

eller et eget barn?

Hva om hun bodde i et kollektiv. Hva skulle til for å regne dette som en egen husholdning?

Hvem skulle regnes som husholdningsmedlemmer?

### Oppgave 1.3

Hva tror dere den vernepliktige vil svare dersom han får spørsmål om sin husholdning?

Hvordan vil han begrunne svaret?

Hva skal til for at den vernepliktige ikke bør regnes som en del av ekteparets Johansens husholdning? (hvor han bodde før han gikk ut i verneplikt)

Hvilken er den vernepliktiges bolig? Hva slags bolig er det?

-----

### Eksempel nr 2 (15 min)

Samboerparet Ole Olsen og May Britt Jensen har to barn. May Britt har et barn fra tidligere ekteskap, mens de også har ett barn sammen. Ole er pendler og bare hjemme i helgene. Paret har også en praktikant boende i huset.

### Oppgave 2.1

Sammenlign gruppas oppfatning om hybelboerens husholdningsstatus i forrige eksempel, med praktikantens. Hva skal til for at en losjerende skal betraktes som del av vertsfamiliens husholdning?

Egen boenhet vs hybel som har felles inngang med vertsfamilien  
Kost?

### Oppgave 2.2

Hvem er det naturlig å regne med i Ole Olsens husholdning

Hva skal til for at dere mener en pendler bør betraktes som en egen husholdning?

dagpendler, ukependler, månedspendler

langtidspendler som ikke har meldt flytting eller som har meldt flytting?

-----  

### Eksempel nr 3 (10 min)

Anna Eriksen bor i den ene delen av en generasjonsbolig. Sønnen Oddvar og svigerdatteren Trine bor i den andre delen. Ektefellen, Geir Eriksen bor på pleiehjem

### Oppgave 3.1

Hvem vil dere regne med i Oddvar Eriksens husholdning?

Hvem vil dere regne med i Anne Eriksens husholdning?

Bor Geir Eriksen alene eller sammen med andre?

## **4. Oppfatning og begrepsforståelse av standardspørsmål lest over telefon (25 min. En time igjen?)**

RING OPP MEDHJELPER som leser opp standardspørsmål om kosthusholdning leses på høytalende telefon:

*Vi vil gjerne vite hvem som tilhører din kosthusholdning. Med kosthusholdning mener vi personer som bor i samme bolig som deg og som du har felles matbudsjett eller felles økonomi med. Regn med familiemedlemmer som avtjener verneplikten og som pendler, også de som vanligvis overnatter borte i forbindelse med jobb, samt eventuelle praktikanter. Barn over 18 år som er bosatt utenfor hjemmet i forbindelse med studier eller skolegang, samt familiemedlemmer bosatt på institusjon, skal ikke regnes med i kosthusholdningen. Hybelboere skal ikke regnes med dersom ikke kost inngår i leieavtalen.*

### Oppgave 5.1 (10 min)

Bruk det arket med overskriften Kosthusholdning og skriv ned hvem som ifølge dette spørsmålet skal regnes med og ikke regnes med i kosthusholdningen.

Sjekk hvor mye deltakerne fikk med seg.

Diskuter om definisjonen oppfattes som naturlig eller ikke ved å sammenligne resultatene med de avgrensningene vi gjorde under pkt 4.

### Oppgave 5.2 (15 min)

Diskuter om det er noen forskjell på begrepsparene...(VISES PÅ TRANSPARENT)

"ha minst ett daglig måltid felles" eller "ha felles matbudsjett"

"ha felles matbudsjett" eller "ha felles økonomi"

"personer som er fast bosatt i boligen" sammenlignet med "personer som bor i samme bolig"

"familiemedlemmer som avtjener verneplikten" sammenlignet med "personer som er i førstegangs militærtjeneste"

"familiemedlemmer som avtjener verneplikten" sammenlignet med "personer som avtjener verneplikt og var bosatt i husholdningen før tjenesten"

### **5. Deltakerne lager sine egne spørsmål til husholdningsoversikt (20 min)**

Hver deltaker får et ark med tabellen som brukes for å kartlegge husholdninger.

Deltakerne fyller ut tabellen for sin husholdning

Deltakerne får i oppgave å formulere ett eller flere spørsmål som de ville stille dersom de skulle samle inn disse opplysningene om kosthusholdningen.

Forslagene diskuteres.

Legg særlig merke til om deltakerne velger å be om å få listet opp husholdningsmedlemmene først for så å be om tilleggsopplysninger, eller om de spør om alle opplysninger for ett og ett husholdningsmedlem.

Hva slags formulering skal brukes om "relasjonskolonnen"?

### **6. Pause (15 min. Etter 1 time og 45 min)**

### **7. Spørsmål fra de som følger samtalen (10 min)**

### **8. Oppsummering for avsluttende kommentarer (15 min)**

Møteleder foreslår konklusjoner som kommenteres av deltakerne

#### Tema:

1. Hva er de forskjellene mellom det vi vanligvis forstår som en husholdning og den formelle definisjonen som brukes i statistikk.?

2. Hvilke grenser er vanskeligst å trekke mellom de som skal regnes med og ikke regnes med i husholdningen?

3. Hvilke er de beste begrepene å bruke for å avgrense husholdningen?

4. Bør vi spørre om alle husholdningsopplysninger for en og en person eller om en og en opplysning om for alle personene i husholdningen?

Er det noen som har flere synspunkter?

## **10. Avslutning**

Er dere fornøyd med resultatet? Hvordan var det å delta i en slik samtale?

Utdeling av gavesjekker.

## De sist utgitte publikasjonene i serien Notater

- |         |   |         |   |
|---------|---|---------|---|
| 2000/75 | A.G. Pedersen, P.O. Lande og T. Hoel: Dødsårsaksregisteret: Brukerdokumentasjon. 99s.   | 2001/9  | L. Rognstad, N.M. Stølen, T. Jakobsen og P. Schønning: Regional statistikk og analyse - strategi og prioriteringer. 45s.                          |
| 2000/76 | A.G. Hustoft, B. Vannebo: En undersøkelse av frafallet i utvalgsundersøkelser i perioden 1997-2000. 56s.  | 2001/10 | A. Akselsen og B.R. Joneid: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Pensjoner. Grunn- og hjelpestønader. 1992-1998. 94s.                               |
| 2000/77 | P.O. Lande og J. Kittelsen: Forbruksundersøkinga 2000. Innlasting/Innsjekking: Brukerdokumentasjon. 17s.  | 2001/11 | B. Mathisen: Flyktninger og arbeidsmarkedet 4. kvartal 1999. 34s.   |
| 2000/78 | J. Fosen, A.K. Johnsen og G. Røyne: Frafall blant innvandrere. En undersøkelse av frafall i Utdanningsundersøkelsen 1999 og i valgundersøkelser blant innvandrere. 53s. | 2001/12 | A. Rognan og N. Barrabés: NUS2000. Dokumentasjonsrapport. 36s.  |
| 2000/79 | J. Kittelsen og P.O. Lande: OPPSLAG - Forbruksundersøkelsen. Brukerdokumentasjon. 39s.  | 2001/13 | K.I. Bøe, J. Johansen og Ø. Sivertstøl: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Attføringspenger, 1992-1998. 88s.                                      |
| 2000/80 | J. Kittelsen og P. O. Lande: Forbruksundersøkinga 2000. Systemdokumentasjon. 156s.  | 2001/14 | O. Klungsøyr: Ekstremverdimodell for industrinæringenes investeringer i 90-årene. 30s.  |
| 2000/81 | J.T. Lind: Testing av stokastiske individuelle effekter i paneldatamodeller. 17s.   | 2001/15 | O. Klungsøyr: Markovkjede Monte Carlo i varianstkomponentmodell for sysselsettingsdata. 30s.  |
| 2001/2  | D.Q. Pham: Innføring i tidsserier - sesongjustering og X-12-AMIRA. 110s.  | 2001/16 | M. Bråthen og T. Pedersen: Tilpasning på arbeidsmarkedet for personer som går ut av status som yrkeshemmet i SOFA-søker-registeret - 1998. 27s.   |
| 2001/3  | O. Rognstad: Eiendomsomsetning. Dokumentasjon av datagrunnlag og bearbeidingsrutine. 72s.   | 2001/17 | T. Martinsen: Statistikk over energibruk i Statistisk sentralbyrå - evaluering, brukerbehov og forutsetninger. 87s.                               |
| 2001/4  | T. Nøtnæs: Innføring i kognitiv kartlegging. 20s.   | 2001/18 | L. Vågane: Undersøkelse om holdninger til frukt- og grøntabonnement blant foreldre med barn i grunnskolen. Dokumentasjons-rapport. 26s.           |
| 2001/5  | T. Bye, M. Hansen og B. Strøm: Hvordan framskrive utslipp av klimagasser? 16s.  | 2001/19 | H. Madsen og A. Langørgen: Anslag over antall etterspørrere av grunnskoleopp-læring for voksne. 23s.  |
| 2001/6  | A. Langørgen og R. Aaberge: KOM-MODE II estimert på data for 1998. 16s.   | 2001/20 | B. Indahl, D.E. Sommervoll og J. Aasness: Virkninger på forbruksmønster, leve-standard og klimagassutslipp av endringer i konsumentpriser. 27s.   |
| 2001/7  | B.R. Joneid og J. Lajord: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Stønader til enslig forsørger. 1992-1999. 39s.   | 2001/21 | A. Barstad: På vei mot det gode samfunn? Utredning til Finansdepartementet i forbindelse med arbeidet med nytt Langtids-program, 2002-2005. 363s. |
| 2001/8  | T. Karlsen, E. Karstensen og E. Evensen: Beregningsrutiner og teknisk programstruktur for fylkesfordelt nasjonalregnskap. 27s.  |         |   |