



Så længe man følger rutinen, og kaffen koger uden, at man tænker over det, så er man i det ubevidste system 1. Hvis ens rutine brydes, og kaffen spildes, så aktiveres det bevidste system 2, hvor man skal tænke og ændre sin ellers vante adfærd.

Sanser og følelser i aktion

Fokusgrupper som en effektiv vej til dybdegående viden

Af Lars Richard Rasmussen

Fokusgrupper bør arbejde med både rationelle og emotionelle indgangsvinkler for at opnå dybdeforståelse og relevante indsigter. Artiklen præsenterer ud fra en system 1/system 2-tankegang forskellige samskabelsesmetoder til at åbne op for sanserne og sætte ord på de følelser, der styrer de fleste af vores valg i dagligdagen.

Hurtig og langsom tænkning

I vores hverdagsliv gør vi som mennesker ofte, hvad vi plejer at gøre helt uden at tænke over hvad eller hvorfor. Det hele kører på rygraden frem til, at man f.eks. spilder kaffebønnerne, mens man står og laver morgenkaffe. Så skal man til at tænke sig om, så man kan få den rette fordeling mellem vand, kaffe og mælk, selv om man pludselig står med færre bønner end normalt. Her bliver hvad adfærdspsykolog og nobelprismodtager i økonomi Daniel Kahneman betegner som system 2 taget i brug. Man skal anstrenge sig, overveje sine muligheder og foretage en bevidst handling. Indtil da har morgenen kørt i en rutine, hvor man automatisk gør tingene og tager valg uden at tænke nærmere over det. Det er system 1.

Kahnemans teori om hurtig og langsom tænkning er en psykologisk opdeling af vores adfærd, der har vundet indpas blandt analysefirmaer i konsulentbranchen. System 1 er den hurtige, instinktive og følelsesmæssige adfærd, og system 2 er den langsomme, overvejede og rationelle adfærd.

System 1 er alle de handlinger vi foretager på rygraden, som at cykle hjem fra arbejde uden at tænke over det, og hvor vi ikke kan huske, hvordan vi egentlig kom hjem. System 2 kommer i brug, når vi på vej hjem pludselig står over for noget, der kræver en særlig handling. Det kan være en anden cyklist, der bremser op tæt foran en, et lyssignal, der skifter til rødt hurtigere end forventet, eller en bilist som sætter farten voldsomt op. Teorien er, at hjernen er nødt til at lægge alle de rutineprægede opgaver til side i system 1, så der er plads til de ressourcekrævende handlinger i system 2, hvor vi

System 1 Intuition og instinkt

Daglige beslutninger
Ubevidst
Hurtigt
Automatisk
Associerende



System 2 Rationel tænkning

Komplekse beslutninger
Bevidst
Langsomt
Kræver indsats
Logisk
Tænksomt

Adfærdspsykolog og nobelprismodtageren i økonomi Daniel Kahneman's system 1/system 2 teori om at tænke – hurtigt og langsomt. Kilde: Daniel Kahneman.

er tvunget til at ændre eller overveje vores adfærd. Argumentet er, at hvis vi mennesker konstant skulle overveje vores adfærd, som i system 2, så ville vi brænde sammen. Indsigten ud fra system 1/system 2 er, at vi mennesker langt fra er så rationelle og logiske i vores adfærd, som vi selv går rundt og tror. De fleste af vores handlinger bliver lagret i system 1, og er derfor baseret på vores erfaringsmæssige intuition og de følelser, vi forbinder til specifikke ting og handlinger.

Denne emotionalitet fremhæves ofte som nøglen til at forstå den moderne forbruger, der skal træffe et utal af valg i dagligdagen, og derfor umuligt kan tænke over hvert eneste skridt i en købsproces. System 1/system 2 lægger sig i forlængelse af den traditionelle tilgang i markeds- og kommunikationsanalyse: Der skal være noget, der taler både til hjernen og hjertet. Man ønsker at gå dybere end blot de umiddelbare behov og motivationer, der typisk italesættes faktisk og rationelt, og så finde ud af, hvad der ligger bag og emotionelt påvirker ens holdninger og adfærd. Menneskers handlen og ageren er i høj grad ubevidst, og det er forstyrrelser og ikke-trivielle situationer, der gør, at vi slår over i system 2. En fokusgruppe er kunstig og ikke triviel. Men brug af billeder og øvelser med fokus på sanser, følelser, adfærd og gode spørgsmål skaber en særlig opmærksomhed, hvor vi kan lære meget, og opdage alt det vi gør, vælger og kan. Med denne særlige opmærksomhed kan kanalen til det ubevidste og trivielle holdes åbent, så alt ikke blot bliver interview og tale-om, men opdagelse, oplevelse og reaktioner i aktion.

Ord i fokusgrupper

Kahnemans tænkning har været med til at højne kravene til fokusgrupper i konsulentbranchen og rejst en erkendelse af, at det er svært for deltagere i fokusgrupper at sætte ord på følelsesmæssige aspekter. Fokusgrupper er en bred betegnelse for et semi-struktureret gruppeinterview, hvor en moderator

guider deltagerne igennem strukturerede, tematiske diskussioner og øvelser, og sammen med dem skaber og opnår en dybdegående viden om ét eller flere emner. Konsulenten og hans team arbejder tæt sammen med moderatoren i udarbejdelsen af forløbet, og der kan også være overlap imellem rollerne, for eksempel kan moderator være en del af teamet og være med til at udarbejde rapporten. I andre tilfælde står moderator udelukkende for gennemførelse af fokusgruppen. Fokusgruppen er ligesom andre kvalitative interviewmetoder et udtryk for en specifik og kun delvis viden om et emne, som moderator og konsulent fortolker og analyserer på for at opnå indsigter. I denne artikel argumenterer jeg dog også for, at fokusgruppen er mere end blot en interviewform. Den bør også ses og arbejdes med som samskabelse, hvor deltagerne medskaber viden og ikke blot besvarer spørgsmål.

Der er en tendens til, at følelser hurtigt bliver rationaliseret, når de italesættes. Det er svært for folk at sætte ord på deres følelser uden samtidig at uddybe, hvorfor de har det sådan. Så frem for, at det er de umiddelbare holdninger og følelser, deltagerne sætter ord på i fokusgrupper, så bliver det forklaringer på disse. Vi er vant til at blive stillet til ansvar for det vi siger, og at stå på mål for vores holdninger og udtalelser, så vi ikke fremstår impulsive, naive eller ligefrem dumme. Derfor skal det allerede fra starten være tydeligt for deltagerne, at de kan sige lige, hvad der falder dem ind. Opbygningen af forløbet og spørgeguiden skal understøtte dette. Man kan for eksempel sige allerede i introduktionen til deltagerne, at det er vigtigt, at de bare siger, hvad der falder dem ind. *“Det er ikke vigtigt at blive enige om noget, men sige lige præcis, hvad der falder en ind. Vi er i en boble de næste to timer, hvor man kan sige lige, hvad man har på hjertet, og alt det der bliver sagt her forlader ikke dette rum”*. Dette skal gentages undervejs i fokusgruppen. Flere gange.

Hv-ord skal bruges med omtanke i fokusgruppeforløb, da de lægger op til ræsonnering og afkræver et reflekteret og fornuftigt svar. Moderator kan i stedet spørge, *fortæl mere, tænker du på noget specifikt, kan du sætte nogle ord på det?* I online fokusgrupper, hvad enten de er synkrone eller asynkrone, så er det ekstra vigtigt at være påpasselig med, hvornår man bruger hv-ord, da deltageren typisk sidder alene derhjemme, på kontoret eller er undervejs i transport, og derfor forholder sig meget konkret til spørgsmålet. Så når man spørger 'hvorfor', så forventer deltageren at blive afkrævet en holdning, som vedkommende skal stå på mål for. I digitale undersøgelser er det svært at nedskalere den reflektsive kompleksitet og rationalitet, som hv-ord åbner op for. Så i stedet for blot at bruge det talte ord, så kan forskellige visuelle metoder og kreative teknikker tages i brug. Tanken er, at disse åbner op for system 1, og derved skaber en dybere forståelse af emnet, der undersøges.

De følgende eksempler i denne artikel omhandler meget konkrete tema-tikker, såsom sundhed, bæredygtighed, slik og energi, hvor der er en virksomhed, der betaler for konsulentens arbejde og frembringelse af indsigter,

der bruges til at skabe bedre produkter, services og kommunikation til forbrugere. Dog kan de samme metoder og teknikker bruges bredt, når man arbejder med fokusgrupper. Om det er i det offentlige med for eksempel udvikling af fritidsaktiviteter i kommunen eller borgerinddragelse, eller i forskning, hvor der typisk arbejdes med komplekse problemstillinger, så vil kreative og visuelle teknikker bidrage til at skabe mere interessante fokusgrupper og bedre indsigter.

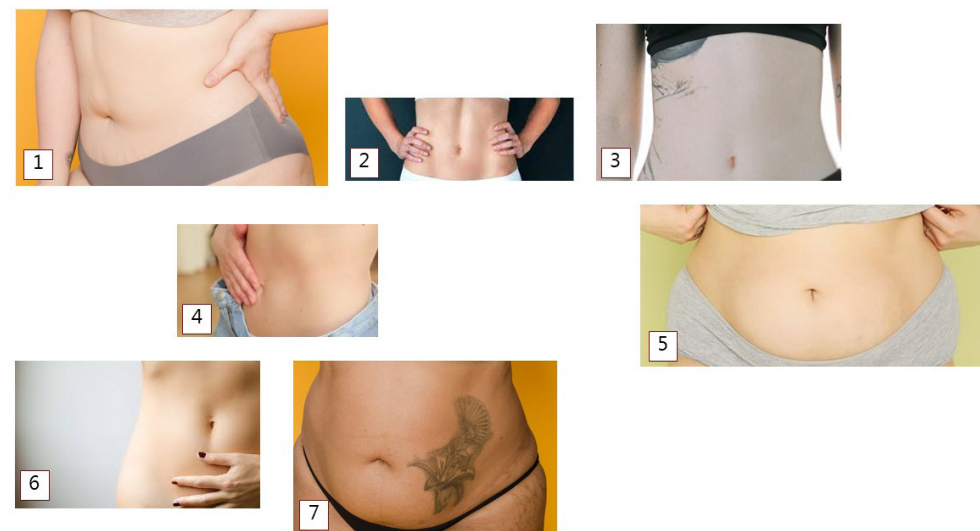
Når billeder taler

I en undersøgelse jeg udførte med mit team om mave- og tarmsundhed med danske kvinder skulle deltagerne før fokusgruppen tage billeder af, hvad de opfattede som naturlig og kunstig sundhed i deres dagligdag. Disse billeder brugte vi så i fokusgruppen til at tale ud fra og diskutere forskellige opfattelser af sundhed og opfattelser af både sunde og usunde naturlige og kunstige produkter, der har indflydelse på ens mave- og tarmsundhed. Idéen med denne visuelle selvdokumentation er, at den fremkalder tanker og meninger, og at billederne viser mere end det umiddelbart tiltænkte i øjeblikket, hvor billedet blev taget af deltageren, og så også i forhold til hvad deltageren selv fortæller om billedet i fokusgruppen. Deltagerne skulle også tage billeder af deres maver, når de syntes deres mave havde det henholdsvis godt og dårligt – vi omtalte det over for deltagerne som at have en henholdsvis glad og sur mave. Begge former for billeder førte til meget åbenhjertige samtaler omkring mave- og tarmsundhed, hvad kvinderne gjorde for at have en god mave- og tarmsundhed, og hvad de vidste og tog udgangspunkt i omkring mave- og tarmsundhed, når de havde en sur mave. I teamet var vi oprindeligt i tvivl, om deltagerne faktisk ville tage billeder af deres maver, og da deltagerne først skulle indsende deres billeder dagen før fokusgrupperne, så udarbejdede vi for en sikkerheds skyld selv stimuli med forskellige maver, som vi så kunne tale ud fra, hvis nu vi ikke fik nogle billeder fra deltagerne.

Det viste sig dog ikke at være et problem at få kvinderne til at tage billeder af deres maver. Et andet element i fokusgrupperne var en øvelse med en række forskellige produkter, som deltagerne fysisk skulle placere på en akse fra naturligt til kunstigt. Dette fysiske, materielle element og at deltagerne ikke bare kunne se, men også røre, gjorde det til en øvelse, hvor der blev overvejet og diskuteret mange forskellige forståelser af naturligt og kunstigt. Sanserne blev sat i sving, og det faciliterede dybdegående og mangesidede indsigter.

Metoden med fotografier egner sig godt til digitale projekter. I et projekt, der handlede om bæredygtighed udførte mit team to online fokusgrupper over tre dage i henholdsvis Sverige og England. Deltagerne besvarede spørgsmål, diskuterede og lagde billeder op som de selv tog, eller som de fandt på nettet ud fra tre tematikker: Sundhed, naturlighed og ansvarlighed. Som minimum skulle deltagerne logge på og være aktive to gange om dagen af en

halv times varighed. Sådan en undersøgelse er en variation af fokusgruppen, og kaldes forskellige ting såsom en blog, bulletin board, online diskussionsgruppe eller blot online fokusgruppe. I denne undersøgelse viste det sig, at de enkelte billeder kun bidrog med begrænset viden, men når de blev sat sammen på tværs af deltagerne som en form for collager, så viste der sig tydelige mønstre. Det førte til indsigter omkring bæredygtighed i lokalsamfundet, og at det nære og egne interesser var drivkraften, snarere end at man betragtede sig selv og hinanden som borgere og forbrugere, hvor ansvaret for at være bæredygtig var knyttet op på statslige institutioner og globale virksomheder.



Back up stimuli af glade og sure maver til at tale om mave-tarm sundhed, såfremt deltagerne ikke selv indsendte billeder af egne maver. Kilde: Forfatterens, internettet (free to use).

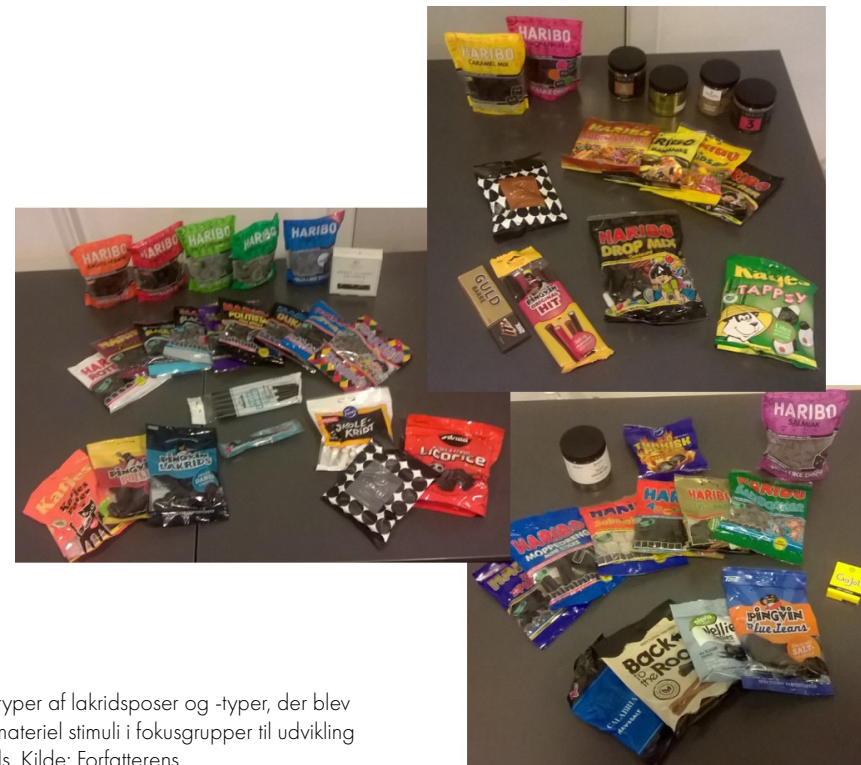
Når sanserne iscenesættes

I flere projekter har jeg og mit team arbejdet med slik både online og offline, i kombination og hver for sig. Udfordringen ved at arbejde analytisk med slik som kategori er, at folk i en vis udstrækning ikke ønsker at fortælle, hvor meget eller hvilken slik de spiser, da det for mange er tabubelagt. Mange husker det heller ikke særligt præcist, da det er indgroede vaner og tilhører system 1, hvor der ikke tænkes så meget over det, medmindre man begynder at italesætte, hvor usundt det er. I et kombineret projekt om lakrids og udviklingen af nye lakridstyper og -poser opstillede vi et projekt-design, hvor vi afholdte en online fokusgruppe over fem dage og derefter

otte fokusgrupper på tværs af landet. Opdelingen i fokusgrupper var ud over geografien på alder, og ud fra om man selv mente, man spiste slik ofte eller sjældent. Online bestod fokusgruppen af 32 deltagere på tværs af landet og med spredning på køn, alder, profession og hvor ofte man spiste slik. Den digitale del af undersøgelsen bestod af to hovedelementer: 1) Deltagerne skulle være etnografer i eget liv og skulle observere hvordan, hvilket, hvornår og hvor meget slik der blev spist i deres familie opdelt på partner og børn, når de var sammen med venner i fritiden og for eksempel til idrætsaktiviteter, og når de var på arbejde. 2) En kreativ øvelse bygget op omkring deltagelse i en EXPO-verdensudstilling for lakrids, hvor deltagerne skulle forestille sig, hvilken lakrids – smag, form, tekstur, overflade, størrelse, farve, duft – forskellige lande præsenterede som det ypperste ud i lakridskunsten. I hver af de efterfølgende otte fokusgrupper deltog to af deltagerne fra online-delen med det

formål at være igangsætter og kreatør på nogle af de mere abstrakte øvelser.

I de otte fokusgrupper arbejdede vi med forskellige associations- og projektionsøvelser. Vi brugte blandt andet en række billedkort, som deltagerne skulle vælge ud fra specifikke spørgsmål, såsom “Når du spontant tænker på lakrids, hvilke af disse kort taler så til dig?” I denne øvelse bliver billedkortene placeret på midten af bordet, som deltagerne sidder rundt om, og de får ca. 30 sekunder til at vælge hver deres billeder. Når deltagerne har valgt et billede, fjernes de kort, som ikke er valgt, og de bliver bedt om at lægge deres kort ind på midten af bordet. Man kan så vælge at lade deltagerne en efter en præsentere deres kort, og hvorfor de valgte det kort – og spinde nogle samtaler og diskussioner ud fra dette, eller man kan i første omgang vælge at lade kortene til sammen udgøre en collage, hvor man spørger deltagerne bredt, “Nu hvor jeres kort ligger samlet her, og udgør en form for col-

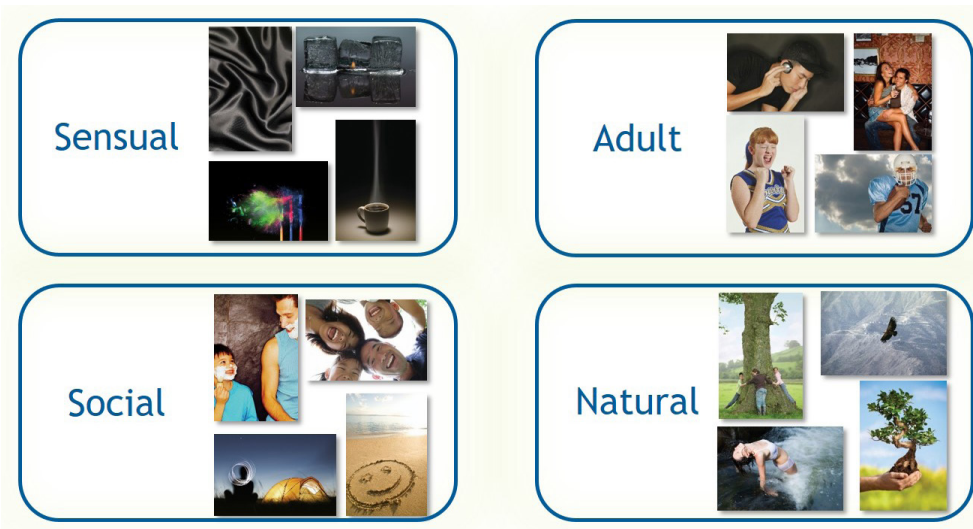


Forskellige typer af lakridsposer og -typer, der blev brugt som materiel stimuli i fokusgrupper til udvikling af nyt lakrids. Kilde: Forfatterens.

lage, hvad synes I så, at collagen fortæller? Er der en historie? Nogle særlige ting, der træder frem? Andet?” Spørg åbent, og så lidt senere dyk ned og spørg specifikt til de enkelte kort. På baggrund af arbejdet med billedkortene nåede vi i teamet frem til, at lakrids er meget sensuelt og kan kategoriseres ud fra dette, samt ud fra de tre kategorier social, voksent og naturlig.

En analytisk indramning, der så blev arbejdet videre med. Sådanne billedkort kan bruges på forskellig vis i digitale undersøgelser, for eksempel ved at tale om et emne ud fra de associationer billedkortet rejser, eller man kan bede deltagerne om at skrive en historie ud fra kortet. Formålet med at bruge billeder er, at i stedet for at man aktiverer og stimulerer det rationelle, tænksomme system 2, så åbner man op for det intuitive og emotionelle system 1, som guider os gennem hverdagen.

Ud over kortene arbejdede vi også med at sammenligne og associere lakrids til forskellige stemninger, såsom hvilken musik passer lakrids bedst til? Hvilke personer identificeres med lakrids? Eller, hvis man skulle forestille sig lakrids med de sanser og den stemning, det sætter i gang, hvilken tv-serie ville det så være? Alle øvelser, der går ud på at forstå de følelser og udsagte lag, der ligger i vores adfærd og bevidsthed om lakrids. Disse kan også udføres digitalt, dog er det sværere at understøtte deltagerens forståelse af øvelsen og hjælpe dem på vej i disse abstrakte sammenligninger. Endelig havde vi også en række lakridsprodukter, hvor deltagerne først skulle se og føle på indpakningen; og så efterfølgende se, føle og spise lakrids. Som i eksemplet med mave- og tarmsundhed betyder det at arbejde med håndgribeligt materiale, at man får mættede diskussioner og åben erfaringsdeling.



Billeder, der er kategoriserede ud fra fokusgrupper, og illustrerer, hvordan lakrids opfattes. Kilde: Forfatterens.

Når følelserne fremkaldes

I et andet fokusgruppeprojekt på tværs af Danmark, der handlede om forbrugernes valgkriterier for strøm, brugte vi både billedkort, portrætter og følelseskort til at sætte ord på noget så dagligdags som strøm. Strøm tænker man kun over, når man mangler det, for eksempel når telefonen eller computeren løber tør – eller når man bliver spurgt ind til det. Så har man typisk en mening ud fra rationelle, system 2-betragtninger omkring pris, services og miljørigtig strøm eller ej, men disse betragtninger afspejler ikke system 1's emotionelle dimension som nemhed, stabilitet, tryghed og på et dybere niveau frihed, samvittighed og ansvar for klima og for fremtidige generationers Danmark. Billedkortene blev i dette projekt brugt til at sætte ord på fremtidens elselskab, hvor deltagerne valgte tre kort hver især. Hvorefter alle de valgte kort blev blandet sammen og lå som en collage på bordet. Det igangsatte en diskussion af holdninger, hvorefter deltagerne som en gruppe blev bedt om at inddele alle kortene i tematikker. Selve udførelsen af inddelingen affødte flere diskussioner, og den sluttelige tematiske inddeling førte til indsigter, der blev arbejdet videre med i gruppen og som delvis lagde grundlaget for konsulentteamets rapport.



Eksempler på kort, der udtrykker følelser både visuelt og med ord. De kan hjælpe for eksempel deltagerne med at omsætte deres følelser til ord. Kilde: Forfatteren.

For at aktivere følelser om strøm – og især for at tale ud fra følelser – arbejdede moderatoren med følelseskort. Følelseskortene skal modvirke, at deltageren/deltagerne fra starten af ikke bliver bragt over i system 2-tænkningen, som det ville ske ved normal spørgen ind. På følelseskortene er der skrevet en følelse, for eksempel glæde, sorg, forvirring, og så er der en tegning, som demonstrerer følelsen visuelt. I bunden er der tre synonymer, der yderligere sætter ord på følelsen. I eksemplet med strøm spurgte vi blandt andet, “Kig her på bordet, hvor der ligger 12 kort, der hver især illustrerer en følelse, og tag så spontant et kort, som du på en eller anden måde forbinder til strøm.” Herefter skal deltagerne så igennem kortet tale ud fra de følelser, de umid-

delbart fik. Det kan være en svær øvelse for nogle, og moderator skal løbende huske deltagerne på, at de skal tale ud fra følelserne på kortet, de har valgt. Når så følelserne er blevet italesat, så åbner man diskussionen helt op, og får også de rationelt prægede holdninger italesat. Det er essentielt at udvælge nogle følelseskort som er relevante at tale ud fra, for eksempel nytter det ikke noget, at følelseskortet om ‘at kede sig’ er med, da deltagerne vil kæmpe om at få fat på dette kort og tale om denne følelse i forbindelse med strøm. Følelsen er helt reel, men den fremkalder ikke nogen nye indsigter, og derfor er det bedre at deltagerne taler ud fra andre følelser. I eksemplet med strøm kom der mange nye indsigter frem gennem disse kort, og det blev tydeligt hvor meget strøm egentlig betyder i forhold til en fornemmelse af frihed og at kunne gøre sjove ting, og endda føle stolthed over, at Danmark er førende på vindmøller og derigennem tager ansvar for klimaet. Følelseskort åbner nye diskussioner og skaber indsigter ved at kortet agerer som en proxy eller mellemstation for følelsen, idet at man som deltager kan placere sin følelse i kortet. Det gør det nemmere for mange at kunne sige, “Jeg har valgt kortet med ordet flov, fordi det siger noget om, at det er vores alles ansvar” end at skulle sige, “Jeg er flov over, at jeg ikke tager ansvar.” Det visuelle element på kortet understøtter følelsen, og er for nogle deltagere nemmere at relatere til end ordet med følelsen. Det er så igennem beskrivelsen af det visuelle element, for eksempel en dreng, som taber snoren til sin ballon, der flyver væk, at der knyttes en stemning til følelsen, som så italesættes. Aktivisering af følelser på denne måde kan i sensitive undersøgelser være et meget magtfuldt redskab, og som analytiker skal man være sig bevidst om de følelser og erfaringer, der kan blive fremkaldt. I nogle tilfælde vil det etisk være mere forsvarligt at fremkalde følelserne i et enkeltinterview, og ikke i en fokusgruppe.

Det man ikke ved, man ved

Alle disse øvelser og kreative teknikker kan kun udfoldes korrekt og føre til relevante indsigter, når de praktiske detaljer er på plads og hele forløbet af fokusgruppen er tænkt igennem. Spørgeguiden og de faser, deltagerne i gruppen bevæger sig igennem, er helt centrale. Ellers er der ikke flow, tillid og tryghed til hinanden i gruppen, og deltagerne kommer så ikke til at kunne tale frit eller kunne arbejde sammen. Rekruttering af deltagere, stikprøve, GDPR, lokaler, optagelser, notetagning, teknik, IT-platforme med videre skal alt sammen være ordentligt på plads, så det ikke tager fokus, optager tid og afsporer moderator og deltagerne.

Man skal være sig bevidst, at når billederne udvælges af moderatoren, og ikke er deltagerens egne fotografier, så rammesættes fokusgruppens diskussioner i mindre grad ud fra deltagerens egne forståelser. Tilgangen er en anelse mere styret ud fra tidligere erfaringer og forforståelse om emnet. Risikoen er, at et emne ikke bliver diskuteret dybdegående nok, eller at det sker

ud fra en normativ forståelse – en specifik referenceramme og idé om, hvordan tingene nu engang er – så der ikke kommer nogen nye eller relevante indsigter frem. Dette kan imødekommes ved at inddrage andre former for øvelser, der arbejder med sanserne: associationer, projektioner, personifikationer, erfaringer/hukommelsesgenkaldelse og kreativ meningsskabelse som rollespil, historieskrivning, fremtidsværksted, collager og meget andet. Ud over disse forskellige øvelser og teknikker, så kræver det en moderator, der kan spørge ind, gå frem og tilbage mellem sagte og uudsagte holdninger, og bevæge diskussionen fremad ved at udfordre deltagernes umiddelbare italesættelser af deres holdninger. I og for sig en vekselvirkning mellem system 1- og sy-

stem 2-adfærd og holdninger. Hvilket også demonstrerer, at Kahnemanns system 1/system 2 er bedst at tænke ud fra, og nok i mindre udstrækning skal ses som en endegyldig teori, der inddeler al menneskelig handling i et sort-hvidt bevidst/ubevidst spektrum.

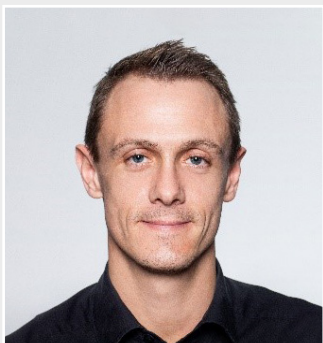
Platon spørger i hans dialog Menon, hvordan kan man spørge om eller søge efter noget, man ikke ved? For man ved jo, hvad man spørger om. Fokusgruppernes smukke potentiale er at få det frem, som folk ikke vidste, de vidste eller gjorde eller mente. Kreative metoder, billeder og gøre sig umage gør, at man kan lykkes med at opnå nye, dybdegående indsigter både hurtigt og effektivt.

Forslag til videre læsning

Halkier, Bente (2016) *Fokusgrupper*. København: Forlaget Samfundslitteratur.

Heiselberg, Lene (2008) "Fokusgrupper og forskellige intelligenser – om metodisk design af fokusgrupper og menneskets forskellige intelligenser". *Mediekultur* 45.

Kahneman, Daniel (2013) *At tænke – hurtigt og langsomt*. København: Lindhardt og Ringhof.



Om forfatteren

Lars Richard Rasmussen er uddannet antropolog. Han er ansat som studieadjunkt på Institut for Antropologi, Københavns Universitet. Han har tidligere arbejdet for rådgivningsfirmaet Kantar Millward Brown som leder af den kvalitative afdeling i Norden.

