

# Fokusgrupper og forskellige intelligenser

– om metodisk design af fokusgrupper og menneskets forskellige intelligenser

Af Lene Heiselberg

*Når man arbejder professionelt med at gennemføre kvalitative mini- og fokusgruppeanalyser, kan det ikke undgås, at man som moderator indimellem tænker: Hvorfor deltager hun ikke? Hvad kan jeg gøre for at inkludere hende i diskussionen? Ofte skyldes nogle deltageres manglende engagement, at mini- eller fokusgruppens metodiske design favoriserer de deltagere, som har en fremtrædende verbalsproglig intelligens, og samtidig ekskluderes de, der har andre fremtrædende intelligenser, fra at yde det maksimale. En sådan situation er meget uheldig og kan i værste fald give en undersøgelse bias. Derfor har vi i DR Medieforskning arbejdet med en pragmatisk tilgang til problemet, hvor vi har afprøvet et metodisk design, som inkluderer kvalitative interviewteknikker og procesværktøjer, som appellerer til samtlige intelligenser. Som et resultat af en målrettet indsats for at inkludere flere intelligenser i det metodiske design, oplever vi, at deltagerne har mere lyst til at engagere sig og gør det med større selvsikkerhed. Desuden oplever vi i mindre grad fænomenet "cognitive tuning"<sup>1</sup>, og derfor kan vi arbejde med flere og bedre data i analyse- og fortolkningsfasen.*

## Inkluderende frem for ekskluderende metodisk design

Sidste vinter kom der efter en fokusgruppe en mand hen til mig og sagde:

Jeg synes, det var et spændende emne, vi skulle diskutere, men jeg følte, at jeg var den eneste, som ikke rigtig kunne hitte ud af det (vrider hænder, tøver). Det var, som om at alle de andre stadig gik i skole og derfor kunne svare på alle spørgsmålene, læreren stillede ved tavlen, men at det var 10 år siden, jeg gik ud. Jeg følte ikke rigtig, at jeg var med. (M, 48 år, Næstved)

Kommentaren fik mig til at tænke over, hvorfor en fokusgruppe kan komme til at virke som en gammeldags skolestue med spørgsmål, svar og diskussion. Og svaret fandt jeg ved at dykke ned i artikler om intelligens og i Multiple Intelligens Theory (MI). Meget mere om det senere.

I faglig formidling af medievidenskab fokuseres der i høj grad på analyseresultater, på brugen af en teoretisk referenceramme og på valg af analytisk design, mens argumenter

om metodisk design ofte fylder meget lidt og i enkelte tilfælde blot er henvist til fodnoterne. Desuden anerkender og behandler metodelitteraturen om receptionsforskning, hvilken betydning køn, klasse, etnicitet og alder har for forskningsresultaterne,<sup>2</sup> men endnu ikke hvilken betydning forskellige intelligenser har. Derfor er ærindet i denne artikel at sætte fokus på, hvordan man får flere og bedre data, dvs. mere valide data ud af anvendelsesorienterede mini- og fokusgruppeinterviews ved at inkludere forskellige intelligenser i det metodiske design. I den forbindelse er der to centrale spørgsmål at stille:

1. Hvordan kan man optimere en kvalitativ undersøgelses kvalitet ved at inkludere forskellige intelligenser i kvalitative interviewteknikker?
2. Hvordan kan man optimere en kvalitativ undersøgelses kvalitet ved at inkludere forskellige intelligenser i processuelle værktøjer?

I denne sammenhæng defineres en kvalitativ interviewteknik som de teknikker, hvormed moderatoren afsøger, hvordan deltagerne forholder sig til fokusgruppens emne, og som samtidig bidrager til at understøtte den sociale interaktion i såvel fokusgruppens opvarmningsfase, problemanalysefase, idegenererings- og udviklingsfase samt i evalueringsfasen. Det kan f.eks. være brainstorm, planetrejse, rangordning etc. (med inspiration fra Halkier, 2002, og Morgan, 1997). Et procesværktøj defineres som de praktiske, fysiske redskaber, der understøtter fremdriften i fokusgruppen og dermed letter deltagerens engagement, f.eks. plancher, papfigurer, oversigtshjul etc. (med inspiration fra Friis, 2007).

Inden præsentationen af, hvilke begreber og teorier der kan benyttes som forklaringsmodeller i forhold til at finde svar på de to spørgsmål, jeg stillede ovenfor, vil jeg kort gennemgå fokusgruppen som metode. For overskuelighedens og for nemheds skyld refereres der i de følgende afsnit udelukkende til fokusgruppen, men de anvendte teknikker og værktøjer vil også kunne anvendes i forbindelse med minigruppeinterviews.

## Fokusgruppen som metode

Fokusgruppen defineres af Bente Halkier som en forskningsmetode, hvor data produceres via gruppeinteraktion omkring et emne, som forskeren har bestemt (Halkier, 2002, s. 11). Diskussionen ledes af en moderator, der sørger for, at samtalen i gruppen handler om det emne, som undersøges. Det helt centrale formål med en fokusgruppe er, at de deltagende gennem interaktion skaber en form for kollektiv brainstorm, samt at de træder ud af hverdagens handlingsorienterede flow og indtager en reflekterende indstilling til deres hverdagslige adfærd. Fokusgruppen er derfor velegnet til at afdække hvordan- og hvorforsspørgsmål i relation til holdning og handling i bestemte situationer (Halkier, 2002, s. 11, se også Byrne, 2004, og Kvale, 2004). Det anvendelsesorienterede fokusgruppeinterview, som jeg fokuserer på i denne sammenhæng, adskiller sig fra det videnskabelige fokusgruppeinterview. En af de centrale forskelle er, at der i sidstnævnte er et eksplicit fokus på diskursanalyse og magtstrukturer i analysefasen. I det anvendelsesorienterede fokusgruppeinterview har man en mere pragmatisk indstilling til design, analyse og resultater. Årsagen er, at det ypperste formål med en anvendelsesorienteret undersøgelse er, at resultatet kan bruges i en konkret sammenhæng. Derfor skal resultaterne kunne omsættes til praksis og implementeres her og nu. I denne artikel har jeg som nævnt udelukkende valgt at fokusere på det anvendelsesorienterede fokusgruppeinterview, fordi det er i anvendelsesorienteret regi, jeg har afprøvet teknikkerne og værktøjerne. Det

skal dog pointeres, at ideerne også sagtens kan have relevans i videnskabeligt regi.

En af de vigtigste overvejelser i forbindelse med at gennemføre fokusgruppeundersøgelser er, hvordan fokusgruppen skal struktureres. Interviewguiden er en materialisering af de valg, som er foretaget i forbindelse med strukturering og design af fokusgruppen, og i den forbindelse er der tre spørgsmål, som er afgørende at tage stilling til:

1. Hvilke forskellige input skal moderatoren servere for deltagerne i fokusgruppen, f.eks. et medieprodukt?
2. Hvilket niveau af moderering og strukturering kræver undersøgelsen? I denne forbindelse nævner Halkier tre modeller: En løs og eksplorativ model med få og meget brede spørgsmål. En stram model med mange specifikke spørgsmål og adskillige øvelser, og endelig den ofte benyttede tragmodel, som er en kombination, hvor man begynder åbent og slutter mere struktureret (jf. Hjort, 1986, s. 99-101, Halkier, 2002, s. 43).
3. Hvilke procesværktøjer og interviewteknikker skal indgå som led i at fremme interaktionen i gruppen?

Når man har taget disse for undersøgelsesdesignet afgørende beslutninger, kommer turen til at beskæftige sig med de forskellige faser i en fokusgruppe. En interviewguide rummer tre faser, hvori der typisk indgår en række interviewteknikker og en række procesværktøjer:

1) Introduktion: I en fokusgruppe er det alfa og omega, at isen brydes deltagerne imellem, dvs. at moderatoren forsøger at gøre det let og trygt for den enkelte deltager at være med i gruppen. Det kan gøres på et utal af måder, f.eks. med en præsentationsrunde, hvor deltagerne præsenterer sig selv eller hinanden to og to, ved at bede alle deltagere sige et par ord om diskussionsemnet eller med en navneleg.

2) Selve fokusgruppen: I løbet af selve fokusgruppen er det altafgørende for moderatoren at understøtte processerne i den sociale interaktion og i diskussionerne. Moderatoren skal sørge for fremdrift og være opmærksom på, at alle er med. Desuden skal moderatoren stille uddybende og opklarende spørgsmål, sørge for at alle kommer til orde og lave opsamlinger. Teknikkerne til dette formål kaldes i den engelske litteratur for "probing" og "prompting". Prompting betegner de ting, man gør for at få samtalen til at glide, f.eks. øjenkontakt, bekræftende lyde og gestik, eller at man sørger for overgange. Probing betegner det at stille opfølgende spørgsmål, f.eks. "er der mere, du vil tilføje" eller "du nævnte, at din families vaner også har indflydelse..." (Reading & Reid, 2006, s. 3).

3) Outroktion: Lige så vigtig som introduktion er outroktion eller debriefing, hvor moderatoren runder af med på et overordnet niveau at anskueliggøre, hvad fokusgruppediskussionen har resulteret i af viden og indsigt, eller beder deltagerne pege på, hvad de ser som deres vigtigste bidrag. Desuden takkes der for deltagelsen, og typisk spørger man til, hvordan det var at være med, og om der er mere at tilføje.

I fase to, "Selve fokusgruppen", er der fire processuelle elementer: 1) Involvering, 2) Interaktion, 3) Meningsdannelse og 4) Rytme og overblik, som er helt essentielle, fordi de direkte påvirker resultatets reliabilitet og validitet.<sup>3</sup> Mere konkret er det derfor muligt at optimere fokusgruppens metodiske design ved at inkludere forskellige intelligenser i de fire ovennævnte elementer. Sidst i artiklen følger en gennemgang af hvert enkelt element,

men inden det er muligt, skal de forskellige intelligensstyper præsenteres.

## Intelligenser og kvalitative interviewteknikker

For at finde svar på de to spørgsmål, jeg stillede i indledningen, er det nødvendigt med et indblik i, hvad intelligens er, og hvordan begrebet kan operationaliseres. Her er litteratur hentet fra psykologien og pædagogikken et godt udgangspunkt.

Inden for psykologien har der de seneste 100 år været kamp om, hvilket intelligensparadigme som forskningsmæssigt skal være det gældende. Der er to teorier om intelligens, som konkurrerer. I den ene lejr hylder man den antagelse, at intelligens er én mental energi eller enhed. Derfor hælder man til et endimensionelt syn på intelligens og argumenterer for, at man bør benytte intelligenskoefficient og g-faktor til at måle en persons intelligens. Den anden lejr mener, at intelligens er sammensat af forskellige faktorer, og har derfor et flerdimensionelt syn på intelligens. Denne retning betegnes Multiple Intelligence Theory (MI) (Hansen et al., 2005, s. 7 og 18). Tilhængere af MI er således kritikere af teorien om én generel intelligens og de dertil knyttede intelligensprøver. En af de mest fremtrædende fortalere for MI-teorien er den amerikanske psykolog Howard Gardner, som første gang i 1983 introducerede et teoriudkast med henblik på at forklare, hvordan intelligens er struktureret. Han argumenterer for, at der eksisterer en række forskellige intelligenser, og at mennesker er forskellige i biologisk og genetisk forstand (Hansen et al., 2005, s. 28). Eksempelvis vil Gardner argumentere for, at der er stor forskel på, hvordan mennesker husker en pinkode. Hvis pinkoden er 2468, vil den, der har en fremtrædende logisk-matematisk intelligens opdage, at det er totabellen, den musikalske vil huske rytmen i tallene, den rumlige hvordan knapperne sidder i forhold til hinanden, den kropsligt intelligente vil huske håndleddets bevægelser, og den verbalsproglige vil huske 2.4.6.8 som Johann Gutenbergs dødsdag. Inden for pædagogikken anvendes MI-teorien, fordi den har en indlejret udviklingsoptimisme, og fordi den muliggør et opgør med "det endimensionelle syn på intelligens, evner eller begavelse [...] [som] gennemsyrrer vores menneskesyn, så vi umiddelbart ser på og taler om andre menneskers intelligens med udtryk som kloge, dumme, jævnt udstyrede, tunge, kvikke – uden at vi synes, vi behøver at spørge: *til hvad?*" (Hansen et al., 2005, s. 37-38). Jeg mener, at MI-teorien også er anvendelig som et værktøj og et begrebssæt i forbindelse med metodisk design af anvendelsesorienterede fokusgrupper, fordi teorien uanset sin videnskabelige og definitoriske status kan bruges i arbejdet med at frembringe flere data af bedre kvalitet.

Men tilbage til Gardner og hans syn på intelligens. Gardner beskrev oprindeligt syv intelligenser (Gardner, 1983), og han har senere foreslået, at antallet kunne udvides til ni eller måske ti intelligenser (Fibæk Laursen, 1997). Bl.a. som konsekvens heraf diskuteres det intenst, om der eksisterer syv, ni eller ti intelligenser. I relation til metodisk design af fokusgrupper inden for medieforskning er der to af de intelligenser, Gardner beskriver, som ikke er relevante at inddrage: intelligensen for naturen og intelligensen for bevidstheden om eksistensen. I Gardners beskrivelse af de to intelligenser får man indtryk af, at de begge har karakter af at være præbevidste, hvilket gør dem meget svære at anvende som værktøjer i fokusgruppesammenhæng, og derfor er de udeladt i denne fremstilling.<sup>4</sup> Her følger et oversigtsdiagram over de syv intelligenser, som benyttes i de følgende afsnit:

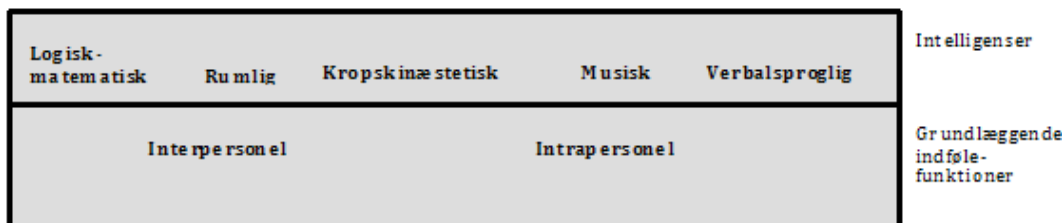
Kilde: Frit efter Armstrong, 2003

Intelligens	Kernekomponenter	Symbolsystemer	Eksempler
<b>Verbalsproglig</b>	Evnen til at opfatte lyde, strukturer, betydninger og funktion af ord og sprog.	Fonetisk sprog, f.eks. dansk.	Forfatter, fortæller.
<b>Logisk-matematisk</b>	Evnen til at opfatte logiske numeriske mønstre.	Computersprog, f.eks. Pascal og Java.	Forsker i naturvidenskab.
<b>Rumlige</b>	Evnen til at opfatte den visuelt rumlige verden nøjagtigt.	Billedskrift, f.eks. kinesisk.	Kunstner, arkitekt.
<b>Kropskinæstetisk</b>	Evnen til at kontrollere sine kropsbevægelser.	Tegnsprog, blindskrift.	Atlet, danser, skulptør.
<b>Musikalsk</b>	Evnen til at opfatte rytme, tonehøjde, melodi og klangfarve.	Musikalske notationssystemer.	Komponist, musiker.
<b>Interpersonel</b>	Evnen til at opfatte sindsstemninger, temperamenter og motivationer.	Sociale signaler, mimik.	Rådgiver, politisk leder.
<b>Intrapersonel</b>	Evne til at opfatte eget følelsesliv.	Symboler på selvet, f.eks. kunst og drømme.	Psykoterapeut, religiøs leder.

Figur 1: Oversigtsdiagram over intelligenserne

## Operationalisering af intelligenserne

I et anvendelsesorienteret ærind giver det mening at rekonstruere Gardners opfattelse af intelligens med inspiration fra Mogens Hansen (Hansen, 2003). Hansen argumenterer for, at nogle af intelligenserne har en anden kognitiv status end andre, f.eks. at interpersonel og intrapersonel intelligens er grundlæggende indfølefunktioner, mens musisk, rumlig, kropskinæstetisk og verbalsproglig er egentlige intelligenser. Desuden argumenterer han for, at den logisk-matematiske intelligens bør figurere på et øvre niveau, da den er en form for bevidsthed. (Hansen et al, 2005, s. 35). Når ærindet er at få flere og bedre data ud af en fokusgruppe ved at optimere det metodiske design, er det meningsfuldt at følge Hansen så langt, at den intrapersonelle og interpersonelle intelligens fungerer på et grundlæggende niveau, eftersom brug af intra- og interpersonel intelligens er et grundvilkår for at fungere i en fokusgruppediskussion. Men når målet er at inkludere så mange deltagere som muligt i interaktionen, giver det på et operativt plan bedst mening at betragte de resterende fem intelligenser som værende på samme niveau. Herved undgår man at favorisere fokusgruppedeltagere, som har en fremtrædende logisk-matematisk intelligens. En operationel grafisk fremstilling af intelligenserne ser således ud:



Figur 2: Model for operationalisering af intelligenserne

## Metodisk kobling – en matrice til inspiration og kontrol

I det følgende præsenteres en matrice, der er tænkt dels som inspiration og dels som tjek-skema i forhold til at opnå et inkluderende metodisk design af fokusgrupper – inkluderende forstået på den måde, at man vælger interviewteknikker, som henvender sig til de fem forskellige intelligenser. Matricen er bygget op, så man vertikalt ser de forskellige intelligenser og horisontalt en overordnet kategorisering af kvalitative interviewteknikker, som kan bruges i såvel opvarmningsfaser, problemanalysefaser, idegenererings- og udviklingsfaser samt i evalueringsfaser. Disse seks overordnede kategoriseringer af kvalitative interviewteknikker er betegnende for de principper, der er fælles for interviewteknikkerne i kolonnen. At det netop er disse seks overordnede kategorier, som anvendes, skyldes, at jeg erfaringsmæssigt har kunnet konstatere, at de er meningsfulde i forhold til at beskrive beslægtede teknikker. Inspirationen til inddelingen er fundet hos Langford og McDonagh (2003) samt i det daglige analysearbejde hos Nielsen, Anex Aps. og DR Medieforskning. Her følger en kort gennemgang:

- Modulationsteknik: Anvendes typisk til at få fokusgruppetagerne til indirekte at beskrive deres oplevelse af de værdier, de knytter til et objekt eller f.eks. en virksomhed, blot ved at anvende konkrete billeder fra hverdagen.<sup>5</sup>
- Projektionsteknik: Anvendes typisk, når man skal have information, som fokusgruppetagerne ikke har direkte refleksiv adgang til. Med andre ord forskyder fokusgruppetagere noget indre, som f.eks. deres egne motivationer, tanker, adfærd og normforestillinger til noget ydre, og herigennem får moderatoren adgang til denne information.<sup>6</sup>
- Associationsteknik: Anvendes typisk for at afdække, hvad fokusgruppetagere hver især har "top of mind" i relation til emnet, og derved opnå en grundlæggende indsigt i emnet, som skal diskuteres i fokusgruppen.
- Positioneringsteknik: Anvendes typisk, når man er interesseret i fokusgruppetageres mentale organiseringer og kategoriseringer. Teknikken sætter fokus på objekters indbyrdes relative position i fokusgruppetagerens bevidsthed.
- Narrationsteknik: Anvendes typisk for at få indblik i, hvordan en adfærd, praksis eller kommunikation italesættes af fokusgruppetagere, og hvilken betydning den tillægges.
- Kreativ udviklingsteknik: Anvendes typisk med det formål at inspirere til kreativ tænkning i en udviklingsproces.

	Modulation	Projektion	Association	Positionering	Narration	Kreativ udvikling
<b>Verbal-sproglig</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanke-/taleboble-analyse</li> <li>• Sætningsfuldendelse</li> <li>• Tematisk apperceptions-test (fortolkning af billeder af anonyme personer/ situationer)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brainstorm</li> <li>• Omvendt brainstorm</li> <li>• Mindmap</li> <li>• Væge ord fra adjektivskema</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plus-/minusanalyse</li> <li>• SWOT-analyse (styrker, svagheder, muligheder, trusler)</li> <li>• Valgkriterier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Genfortælling</li> <li>• Dagbogsskrivning</li> <li>• Hvorfor - / hvordan-spørgeteknik</li> <li>• Hurtigskrivning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strukturel tænkning (f.eks. De Bonos seks tænkehætte)<sup>7</sup></li> </ul>
<b>Logisk-matematisk</b>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afstemning</li> <li>• Rangordning</li> <li>• Pointgivning</li> <li>• Fiskebensanalyse (årsag, virkning)</li> <li>• Nominal gruppeteknik (brainstorm kombineret med individuel prioritering)</li> <li>• Appelpgrafer (tegnes mens man ser f.eks. en reklamefilm)</li> <li>• Vurdere andele i lagkagediagram</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidslinje</li> </ul>	
<b>Rumlig</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planet- og fantasirejse</li> <li>• Partyøvelse</li> <li>• Kinesisk portræt (personlighedsprofiler ud fra f.eks. biler og dyr)</li> <li>• Sansemodalitet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Billedfortolkning</li> <li>• Kollage</li> <li>• Psykodrawing (tegne/male)</li> <li>• Registre følelser på moodboard</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analogi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bull's eye (positionering i forhold til vigtighed)</li> <li>• Attitudeskalering (produktplacering i forhold til kerneegenskaber)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foto-/videodagbog</li> <li>• Musikinspiration</li> <li>• Metafor-øvelse</li> <li>• Scenariodiskussion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lateral proces (finde sammenhænge mellem ikke-beslægtede ting)</li> <li>• Fremtidsrejse</li> </ul>
<b>Krops-kinæstetisk</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formgivning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rollespil</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sorteringsøvelse</li> </ul>		
<b>Musikalsk</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analogi til melodier og sange</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Musisk inspiration</li> </ul>

**Figur 3: Matrice til inspiration og kontrol**



Det skal påpeges, at de seks kategorier i matricen i høj grad er udtryk for en analytisk skelnen,<sup>8</sup> idet der i praksis ikke er vandtætte skotter mellem kategorierne, dvs. at nogle interviewteknikker i princippet kan optræde i flere felter. Derfor kan det være svært at skelne kategorierne fra hinanden, især projektion og association, så lad mig uddybe: Tanken er, at der i kategorien "Projektion" findes interviewteknikker, der skal frembringe viden om emner, som deltagerne ikke har direkte refleksiv adgang til, f.eks. hvilken stemning de oplever på P3. Kategorien "Association" er derimod teknikker, der kan frembringe viden, som deltagerne har helt præsent og top of mind, f.eks. hvad de umiddelbart og konkret forbinder med en tv-vært, f.eks. venlig, myndig, kikset langt pandehår. Også kategorien "Kreativ udvikling" kan volde besvær, idet man med rette kan indvende, at alle kategorierne handler om at udvikle kreativt. Men her er tanken, at de teknikker, der optræder i kolonnen, bruges i forbindelse med decideret udviklingsarbejde, hvor der er fokus på at finde på nye ideer/løsninger og ikke på en deltagers livsverden. I forbindelse med brugen af matricen skal det nævnes, at det ikke er nødvendigt at inddrage alle de overordnede kategoriseringer af kvalitative interviewteknikker, kun dem der relevante i forhold til undersøgelsens formål og emne. Som en afrundende kommentar til brug af interviewteknikker vil jeg pege på, at det også er muligt at inkludere alle fem intelligenser inden for den enkelte øvelse. Et eksempel er at vælge en projektionsteknik, hvor deltagerne har mulighed for at bruge både musikklip, billedkort, kort med adjektiver og point, samt at lade planchen være så stor, at deltagerne skal bevæge sig for at bidrage.

## Intelligenser og procesværktøjer

Som jeg nævnte i afsnittet "Fokusgruppen som metode", kan fokusgruppen inddeles i tre forskellige faser. Da det primært er i fase to, "Selve fokusgruppen", procesværktøjerne indgår, er den fase i fokus i dette afsnit. I fase to eksisterer der, som nævnt, fire processuelle elementer som direkte påvirker resultatets reliabilitet og validitet: 1) Involvering, 2) Interaktion, 3) Meningsdannelse og 4) Rytme/overblik. Ved at inkludere forskellige intelligenser i disse fire elementer er det muligt at optimere fokusgruppens metodiske design, og dermed undersøgelsens validitet og reliabilitet. Her følger en gennemgang af hvert enkelt element:

### 1) Involvering

På det individuelle plan handler det om at tilskynde hver enkelt fokusgruppedeltager til at deltage.

- På det verbalsproglige niveau involverer man typisk ved, at hver enkelt fokusgruppedeltager beretter og sætter ord på vaner, præferencer, funktioner og situationer. Det kan ske ved individuel brainstorm på blok, ved at udfylde spørgeskemaer eller SWOT-plancher, ved brug af kort med adjektiver, ordlister eller plus- og minusplancher.
- På det logisk-matematiske niveau kan man involvere den enkelte deltager ved at uddele individuelle skemaer, hvor der skal rangordnes, gives point eller karakter, eller ved at bede deltagerne udfylde ark med tidslinjer eller ark med appelgrafer individuelt, mens de ser et tv-program eller lytter til et radioprogram.
- På det rumlige niveau foregår involvering f.eks. ved individuelt at



tage stilling til dummy-produktioner eller mock ups, ved at udarbejde en kollage vha. billedkort eller at udarbejde et moodboard vha. kort med stereotype ansigtsudtryk, f.eks. billeder af frygt, vrede, glæde, neutralitet, overraskelse, foragt og sorg.

- På det kropskinæstetiske niveau gælder det inddragelsen af kroppen, f.eks. ved at bede deltagerne om at tilkendegive deres individuelle holdning på post-it-notes og klistre dem på en fælles planche midt på bordet, at bevæge sig rundt i et lokale og notere indfald på plancher, der hænger på væggene, eller at arbejde med papfigurer af mennesker i realhøjde, hvorpå man beskriver f.eks. motivationer vha. både billeder og ord.
- På det musikalske niveau kan involvering ske ved at inddrage musik eller rytme, evt. i forbindelse med at en fokusgruppedeltager skal beskrive et programs tempo, klipperytme eller måske stemning/atmosfære.

## 2) Interaktion

På det interpersonelle plan handler det om at tilskynde til dialog og kommunikation deltagerne imellem. Stort set alle de procesværktøjer, som er nævnt ovenfor under involvering, kan også fungere interaktionsfremmende. Derfor gennemgås procesværktøjerne ikke endnu engang. Men det, der er særligt vigtigt at være opmærksom på i henhold til interaktion, er, at interaktion mellem moderator og fokusgruppe er lige så væsentlig som interaktionen mellem fokusgruppedeltagerne. Et eksempel: Moderatoren henvender sig primært til respondenter med fremtrædende verbalsproglig intelligens, når hun står ved en tavle eller planche og skriver, mens en moderator primært henvender sig til respondenter med fremtrædende kropskinæstetisk intelligens, når hun opfordrer til, at alle inklusiv moderator interagerer via bevægelse for at ytre deres mening.

## 3) Meningsdannelse

På både det individuelle og det interpersonelle plan handler det om at give fokusgruppedeltagere tid og rum til at skabe mening og forståelse samt til at relatere til deres egen virkelighed. Når det handler om fælles meningsdannelse, er rundbordsdiskussion rigtig stærk. I den forbindelse er det vigtigt at anerkende, at meningsdannelse på et interpersonelt niveau tager tid. Lad det derfor være sagt, at optimering og effektivisering af den type, som her foreslås, aldrig må tage overhånd. For så levnes der ikke rum til interaktion, fælles meningsdannelse samt til at opnå konsensus eller dissens deltagerne imellem, hvilket er selve substansen i et fokusgruppeinterview. Rundbordsdiskussionen er altså stærk, når det handler om meningsdannelse på det interpersonelle niveau, men når hver enkelt deltager skal tage stilling individuelt, skal der andre værktøjer til. Edward F. Fern argumenterer for, at der genereres op til dobbelt så mange tanker eller ideer, når individer arbejder alene, fremfor når de idegenererer i en gruppe (Fern, 2001, s. 103-106). Den vigtigste årsag til dette fænomen er, at individer i en gruppe ofte har problemer med cognitive tuning. Det sker især i situationer, hvor en fokusgruppedeltager sidder og venter på at få sin taletur. Mens man venter, er der risiko for, at man glemmer sin idé eller sit argument. Et andet eksempel er, at det kan være svært at lytte til, hvad andre siger, samtidig med at man tænker selvstændigt (ibid.). Derfor er så simple værktøjer som en blok og en kuglepen til hver enkelt fokusgruppedeltager afgørende at tilvejebringe og gøre opmærksom på. Desuden er alle de procesværktøjer, der tidligere er nævnt, f.eks.

plancher, post-it-notes, skemaer, kort og papfigurer, eksempler på værktøjer, som kan lette meningsdannelsen både på et individuelt og på et interpersonelt plan.

#### 4) Rytme og overblik

Rytme og overblik handler om at sikre et varieret flow i fokusgruppen, så der er både aktive og passive forløb, samt at sørge for, at alle fokusgruppemedtagerne har overblik over, hvad der skal ske hvornår. Mht. en afvekslende rytme er det vigtigt, at der er perioder med højt aktivitetsniveau og perioder med lavere aktivitetsniveau. Det at være engageret i diskussion eller at udarbejde kollager er eksempler på førstnævnte, mens det at se eller lytte til et program er et eksempel på sidstnævnte. Når man som moderator skal skabe overblik, er det særligt vigtigt at kommunikere til den rumlige intelligens. Overblik kan f.eks. skabes vha. et hjul, hvor samtlige programelementer, som skal diskuteres, er skrevet ind, f.eks. diskussion af vært, indhold, medvirkende, stemning etc. Når alle deltagerne kan se hjulet, kan alle forudse, hvad der skal ske hvornår, og derved er der øget chance for, at deltagerne fokuserer på og taler om det rigtige emne på det rigtige tidspunkt, og så kan moderatoren bruge mindre energi på at styre slagets gang.

### Intelligenser i analyse- og fortolkningsfasen

Når man har gennemført en fokusgruppe ud fra de gennemgåede ideer og står tilbage med flere og bedre data, melder der sig et spørgsmål. Hvordan kan analytikeren analysere og fortolke de mange forskellige typer data, når hun ikke er en omnipotent person, som besidder alle typer intelligenser? Ja, der er for mig at se to muligheder, som fungerer bedst, hvis de kombineres. Man kan tilegne sig de relevante færdigheder, så man eksempelvis kan analysere og fortolke sprog, rangeringer og pointskalaer, men også visuelle udtryk som kollager, f.eks. vha. teknikker til symbol- og farveanalyse, og musiske udtryk vha. teknikker til musikanalyse med fokus på følelsesindehold og stemninger. Men en endnu bedre ide er at bede deltagerne i fokusgruppen om selv at fortolke deres udtryk. Er det f.eks. en kollage, så lad deltagerne fortælle, hvorfor de f.eks. har valgt farven gul og en Mini Cooper som repræsentation for Boogie Radio, hvorfor de har valgt 4 på skalaen frem for 3 eller 5, og hvorfor de i en sorteringsøvelse med programmer ikke placerer "Kender du typen" i samme gruppe som "Fra skrot til slot". Inden jeg når til afrundingen, skal det retfærdigvis fremhæves, at fokusgruppemedtageres tavshed eller manglende engagement i forhold til analyseemnet indimellem er værd at acceptere og erindre i analysefasen. Det kan f.eks. være, at en deltager oplever, at et program er uendeligt ligeegyldigt og derfor ikke har lyst til at beskæftige sig med det, og det må man som analytiker acceptere som et analyseresultat. Men jeg vil vove at påstå, at i langt de fleste tilfælde skyldes manglende engagement, tavshed, forsigtighed etc., at det metodiske design ikke er tilstrækkeligt gennemtænkt.

### Afrunding

I denne artikel har mit ærinde været at sætte fokus på, hvordan man i et anvendelsesorienteret fokusgruppeinterview kan skabe flere og bedre data ved at arbejde med et metodisk design, der rummer fem forskellige intelligenser i stedet for kun én. Når man anvender et traditionelt metodisk design, hvor der kun anvendes rundbordsdiskussion, favoriserer man deltagerne med en fremtrædende verbalsproglig intelligens, og samtidig frarøver man andre deltagere muligheden for at yde deres bedste.

Indledningsvis stillede jeg to spørgsmål, som ville kaste lys over, hvordan man kan integrere intelligenser i kvalitative interviewteknikker og i procesværktøjer. Dem skal jeg nu som opsamling give et kortfattet svar på:

### **Hvordan kan man optimere en fokusgruppeundersøgelses kvalitet ved at inkludere forskellige intelligenser i kvalitative interviewteknikker?**

Det kan man ved at sikre, at de valgte kvalitative interviewteknikker dækker de fem forskellige intelligenser. En måde at sikre sig på er at konsultere matricen enten forud for udarbejdelsen af det metodiske design, som inspiration, eller efter udarbejdelsen, som tjek-skema.

### **Hvordan kan man optimere en fokusgruppeundersøgelses kvalitet ved at inkludere forskellige intelligenser i processuelle værktøjer?**

Det kan man ved at sikre, at man som led i arbejdet med involvering, interaktion, meningsdannelse og rytme/overblik er opmærksom på at bruge procesværktøjer, som stimulerer alle fem intelligenser.

- På det verbalsproglige niveau kan det være blokke, spørgeskemaer eller kort med adjektiver.
- På det logisk-matematiske niveau kan skemaer til rangordning eller pointgivning bruges.
- På det rumlige niveau kan man udarbejde kollager eller moodboards.
- På det kropskinæstetiske niveau kan det være at bruge hele lokalet i stedet for kun bordet.
- På det musikalske niveau kan det være at inddrage musik eller rytme.

I DR Medieforskning har vi haft succes med at øge opmærksomheden på de forskellige intelligenser i forbindelse med metodisk design af fokusgrupper. Vi er efterhånden blevet gode til at anerkende, at deltagerne har vidt forskellige forudsætninger for at deltage, samt at arbejdet med intelligenserne kræver overvejelser vedrørende balance og variation både før, under og efter, fokusgruppen gennemføres. Vi aflæser succesen i det faktum, at vi har flere data af en bedre kvalitet, at vi i mindre grad oplever fænomenet cognitive tuning, samt at deltagerne har en større lyst til at engagere sig og gør det med større selvsikkerhed, hvilket skyldes, at vi nu inddrager elementer, som trækker på lige præcis deres mest fremtrædende intelligens. Med metodisk sprogbrug kan samme pointe udtrykkes på denne måde: Undersøgelsernes reliabilitet er styrket, og dermed er den samlede analyses validitet forbedret, idet forudsætningen for, at en undersøgelse kan kaldes valid, er en undersøgelses reliabilitet samt en undersøgelses definitions-mæssige validitet<sup>9</sup> (Hellevik, 1980, s. 157). Lad mig kort uddybe: Der er mange strategier, som kan anvendes i arbejdet med at sikre en undersøgelses samlede validitet. Ifølge min overbevisning er en af de allervigtigste strategier at gå systematisk til værks. Som Halkier udtrykker det, så burde samfundsforskere sige systematik, systematik, systematik, når de bliver spurgt om, hvilke tre ting der har betydning for validiteten – præcis som ejendoms-mæglerne siger 3 x beliggenhed, når de bliver spurgt om, hvad der har betydning for boligsalg (Halkier, 2002, s. 113). Men for at vende tilbage til arbejdet med metodisk design og intelligenser, så er det netop et eksempel på at gå systematisk til værks, da dataindsamlingen foregår på et mere bevidst niveau, hvor der eksplicit tages hensyn til deltagerens forskellige fremtrædende intelligenser i såvel valg af interviewteknikker som i valg af procesværktøjer. Og dermed

er især vores fokusgruppeundersøgelsers reliabilitet styrket og som en konsekvens deraf også vores undersøgelsers samlede validitet.

Som en perspektiverende kommentar er det interessant kort at kaste blikket på det individuelle interview. Denne interviewform er ikke behandlet i artiklen, da optimering af metodisk design ved at inddrage forskellige intelligenser er særlig relevant i forbindelse med mini- og fokusgruppeinterviews, fordi det her er målet at involvere så mange deltagere som muligt. I individuelle interviews er det ikke relevant at udarbejde et metodisk design og bruge interviewteknikker og procesværktøjer, der henvender sig til alle intelligenser. Her drejer det sig i stedet om at finde den mest fremtrædende intelligens hos den enkelte respondent før eller under interviewet. Derfor må man have et arsenal af mulige interviewteknikker og procesværktøjer og så bringe de relevante i spil, når man har afkodet, hvilken fremtrædende intelligens respondenterne har. En anden mulighed er at give respondenterne valgmuligheder, så hun selv vælger, om hun f.eks. vil arbejde med billedkort eller ordkort. Sidstnævnte har vi ikke prøvet kræfter med i DR Medieforskning, men det er bestemt et interessant perspektiv, som vi gerne vil afprøve på sigt. I forlængelse heraf er det nærliggende at få den ide, at viden om respondenternes forskellige fremtrædende intelligenser ville kunne bruges i rekrutteringsøjemed, altså som et screeningsværktøj. Det ville selvfølgelig kræve, at rekruttererne, ud over at spørge ind til demografi, spørger til, hvordan respondenterne bedst arbejder, eller lader dem udføre forskellige øvelser (evt. online), som kan afgøre, hvilke intelligenser der er de mest fremtrædende.

I sensommeren kom der efter en fokusgruppe en kvinde hen til mig og sagde:

Jeg fik lige lyst til at sige til dig, at det har været en sjov oplevelse at være med, også selv om jeg var håbløs til kollageøvelsen, der måtte de andre vist trække læsset (ler, peger på de andre). Men det var, som om at der var lidt for enhver, altså f.eks. var det mig, der kunne overskue øvelsen, hvor vi skulle sortere. Var det bevidst fra jeres side? (K, 60, Holstebro)

Moderator: Ja! (smiler stort)

## Referencer:

- Armstrong, T. (2003). *Mange intelligenser i klasseværelset*. København: Forlaget Adlandia.
- Fibæk Laursen, P. (1997) (red.). *De mange intelligensers pædagogik*. København: Gyldendal.
- Fern, E.F. (2001). *Advanced Focus Group Research*. London: Sage Publications Inc.
- Friis, S.P. (2007). *Conscious Design Practice as a Strategic Tool*. København: Learning Lab Denmark.
- Halkier, B. (2002). *Fokusgrupper*. Frederiksberg : Roskilde Universitetsforlag.
- Hansen, M., Laursen, P.F. & Nielsen, A.M. (2005). *Perspektiver på de mange intelligenser – introduktion, diskussion, kritik*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Hansen, M., Thomsen, P. & Varming, O. (2003). *Psykologisk-pædagogisk ordbog*. København: Gyldendal.
- Hellevik, O. (1999). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hjort, A. (1986). Om at interviewe kvalitativt. I R. Pittelkow & E.F. Jensen (red.), *Det ukendte publikum – nye metoder i medieforskningen*. København: C.A. Reitzels Forlag.
- Kvale, S. (2004). *Interview. En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. 6. oplag. København: Hans Reitzels Forlag.
- Langford, J. & McDonagh, D. (red.) (2003). *Focus groups - Supporting effective product development*. London: Taylor and Francis.
- Morgan, D.L. (1997). *Focus Groups as Qualitative Research*. London: Sage.
- Reading, C. & Reid, J. (2006). *Listen to the students: understanding and supporting students' reasoning about variation*. Armidale: University of New England Publishing.

**Noter:**

1 Begrebet "cognitive tuning" refererer til et fænomen, hvor meningsudvekslingen i mini- og fokusgrupper er begrænset, fordi gruppedeltagerne ikke modtager og afsender information på optimal vis (Fern, 2001, s.104 og 221).

2 Se f.eks. Dines, G. & Humez, J. (red) (2002). *Gender, race and class in media, a text reader*, Sage.

3 I en kvalitativ optik vedrører validitetsaspektet datas gyldighed og er det samlede begreb, som afdækker, om resultaterne har relevans i forhold til besvarelsen af problemformuleringen – findes der svar på undersøgelsesspørgsmålene? Reliabilitetsaspektet vedrører dataindsamlingens og derigennem resultatets pålidelighed – kan man stole på resultaterne? (Hellevik, 1999, s. 160-169).

4 De kan dog være relevante at inddrage, hvis man arbejder med fokusgruppemetoden inden for andre felter end medievidenskab.

5 Ordet modulation kommer oprindeligt fra musikkens verden, hvor det at modulere sigter til processen, hvor et stykke musik flyttes fra en toneart til en anden.

6 Ordet projektion stammer fra psykologien, hvor man forsøger at overføre f.eks. en følelse til et ydre stimulifelt.

7 <http://www.strategy-lab.dk/openscience/tools/kreativitetsteknikker/thinking-hats/>

8 Den analytiske sortering er udarbejdet ud fra det princip, at hver enkelt interviewteknik er knyttet til den intelligens, den primært er afhængig af.

9 Definitionsmæssig validitet handler om, at man undersøger det, man har sat sig for at undersøge, og at der således er samklang mellem valg af teori, metodisk design, analyse og fortolkning (Hellevik, 1984, s. 167-171).