

# Fokusgrupper - historik, struktur och tillämpning

Per Tillgren

Eva Wallin

Fokusgrupper kan beskrivas som en form av gruppintervju kring en särskild frågeställning. Under 1990-talet har fokusgruppsmetodik fått ett genombrott och en bred tillämpning inom ett flertal discipliner och är idag en väl etablerad vetenskaplig forskningsmetod som praktiseras runt om i världen. Syftet med denna artikel är att närmare beskriva fokusgruppsmetodens historiska utveckling, dess vetenskapliga referensram, metodikens grundläggande innehåll och beståndsdelar samt ge exempel på dess tillämpning. Vår egen erfarenhet baseras dels från undervisning om fokusgruppsmetoden i forskarutbildningen vid Karolinska Institutet och från praktikerutbildning (främst hälsoplanerare inom Stockholms läns landsting), samt dels i från att använda metoden i egna forskningsprojekt.

Per Tillgren är verksam vid Socialmedicin, Samhällsmedicin, Stockholms läns landsting och Eva Wallin i STAD-projektet (Stockholm förebygger alkohol- och drogproblem). Båda är knutna till Karolinska Institutet, Institutionen för folkhälsovetenskap som forskare respektive forskarstuderande.

flera andra yrkesgrupper som journalister, socialarbetare m fl. Däremot skiljer sig forskningsintervjun på flera sätt från andra yrkesgruppers intervjuer. Detta främst vad avser strängare krav på innehåll, form, genomförande, dokumentation och att resultatet skall vara hållbart för vetenskaplig granskning. Forskningsintervjun som främst tillämpats och utvecklats inom samhällsvetenskaperna förekommer i olika former och med ett stort antal användningsområden inom såväl kvantitativ som kvalitativ forskningstradition (1). Den kvalitativa intervjun ett medel för den forskning som har som mål att upptäcka företeelser, egenskaper eller innebörder (2).

Intervjuer med enskilda personer var i slutet av 1800-talet och början av 1900-talet den intervjumetodik som först började användas inom forskning. Att göra gruppintervjuer beskrevs först i litteraturen av Bogardus 1926 (3). Senare under trettio-talet kom samhällsvetenskapliga forskare att diskutera värdet av den då dominerande intervjuformen med förutbestämda, fasta svarsalternativ. Den kritik

## Historik och framväxt

Intervjun som datainsamlingsmetod har funnits länge. Metoden tillämpas inte bara av forskare, utan är en viktig arbetsmetodik för

---

---

*Den kvalitativa intervjun är ett medel för den forskning som har som mål att upptäcka företeelser, egenskaper eller innebörder*

---

---

som framfördes berörde bl a den passiva roll intervjupersonen hade i den typ av intervjuer. Under sena 30-talet och i början av 40-talet började intervjuformen att utvecklas. Detta genom att öppna frågor började användas i intervjuerna vilket gav den intervjuade möjlighet till att utveckla, kommentera och dela med sig av sina erfarenheter (4). I början av fyrtioalet kom också en särskild intervjuform att utvecklas, *den fokuserade intervjun*, vid såväl individ som gruppintervjuer (5, 6). Innovatörer var Paul F Lazarfeldt och Robert Merton vid Department of Sociology vid Colombia University. De använde sig av den fokuserade intervjun inom masskommunikationsforskning för att studera sociala och psykologiska effekter av masskommunikation via radio, tryckt material och film (6,7). Studier som huvudsakligen var inriktade på massmediaeffekter av propaganda i samband med det andra världskriget.

Sin praktiska tillämpning och stora genombrott fick fokusgruppsmetoden därefter i samband med marknadsundersökningar av kommersiella produkter och är i USA den mest använda kvalitativa undersökningmetoden i dessa sammanhang (8). I Sverige har också under främst de senaste åren fokusgrupper börjat tillämpas i ökad omfattning vid marknadsundersökningar (9).

Under 1980-talet var det inom samhällsvetenskap och flera andra discipliner och yrkesgrupper (bl a demografer, mediaforskare, hälsoupplysare), som fokusgruppsmetoden fick sitt stora internationella genombrott och tillämpning. Det var för flera olika ändamål och för att få ökad kunskap om aktuella samhällsfenomen som t ex användning av preventivmedel, öka effektiviteten av interventionsprogram och redskap i utvärderingsforskning. År 1987 publicerade Basch en av de första

---

---

*Det som främst skett under 90-talet är att fokusgruppsmetodens innehåll och tillämpning kritiskt analyserats och diskuterats utifrån ett vetenskapligt perspektiv*

---

---

metodinriktade översiktsartiklarna om fokusgruppsintervjun (10). Ett annat viktigt bidrag till den ökande användningen och intresset för fokusgruppsmetodiken i forskningssammanhang kan också tillskrivas utgivningen av särskilda metodböcker inom ämnesområdet av bl a Richard A Krueger och David L Morgan i slutet av 80-talet (11, 12). Samtidigt kom också flera etablerade organisationer som Världshälsoorganisationen (WHO), National Cancer Institute (NCI), Centers for Disease Control and Prevention (CDC) att lyfta fram metodens fördelar. De medverkade till framtagning av manualer som närmare beskrev metodens innehåll och praktiska användning för särskilda ändamål. Exempel på sådana områden var t ex att få kunskap om hur sociala och kulturella faktorer påverkar hälsobeteende för att kunna utveckla förebyggande insatser inom tropikmedicin, planera och utveckla hälsopplysningsmaterial och att utarbeta och genomföra befolkningsinriktad cancerförebyggande arbete (13, 14, 15).

Det som främst skett under 90-talet är att fokusgruppsmetodens innehåll och tillämpning kritiskt analyserats och diskuterats utifrån ett vetenskapligt perspektiv (16, 17). Detta var också en reaktion mot en okritisk användning av metoden efter de principer som används vid marknadsundersökningar av kommersiella produkter och inte utifrån samhällsvetenskapliga forskningsfrågor och ändamål.

Tabell 1. Antal artiklar publicerade under perioden 1980-1998 och där fokusgruppsintervjuer använts.

År	1980-1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Antal artiklar	15	15	56	51	43	84	92	88 <sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Saknas drygt en månad

### Fokusgruppers praktiska tillämpning - exempel från folkhälsoarbete och hälso- och sjukvårdsforskning

För att få en uppfattning om hur fokusgruppsintervjuer använts i forskning kring hälsofrämjande arbete och prevention har vi genomfört en litteratursökning i databasvärden DIALOG som innehåller ett stort antal vetenskapliga medicinska och samhällsvetenskapliga databaser. Sökningen genomfördes i slutet av november månad 1998 och var baserad på sökorden "focus groups", "health promotion or health education" och "health care" och omfattade det totala innehållet av artiklar i databaserna. Sökningen gav 444 träffar, där fokusgrupper fanns med antingen i abstrakt, titel eller som sökord. I tabell 1 åskådliggörs hur artiklarna fördelar sig över tid.

Av de 444 träffarna var det 251 abstrakt som innehöll tillräckligt med information för att kunna avgöra hur fokusgruppsmetoden hade använts. För övriga artiklar saknades antingen abstrakt eller så var det oklart hur (och om) metoden använts. De 251 abstrakten har där efter studerats utifrån hur metoden har använts och i vilka typer av studier. Åtta av artiklarna var allmänna översikter som beskrev hur metoden fungerade. Övriga fördelade sig jämnt mellan health promotion/health education och health care (52% respektive 48%). En stor andel av artiklarna om health care var studier om vårdkvalitet eller vårdutnyttjande, inklusive förebyggande vård (46%). Knappt en fjär-

dedel av samtliga artiklar hade anknytning till forskning om HIV/Aids och STD (Sexually Transmitted Diseases). En femtedel hade använt fokusgruppsintervjuer i studier riktade till olika typer av minoritetsgrupper; invandrargrupper, låginkomsttagare, homosexuella, grupper med läs- och skrivsvårigheter. I denna kategori ingick också marginaliserade grupper, t ex hivsmittade fångar. En femtedel av studierna hade genomförts i utvecklingsländer. I 30% av studierna hade fokusgruppsintervjuer använts tillsammans med andra datainsamlingsmetoder, såväl kvantitativa som kvalitativa. Andra exempel på användningsområden var att utforma budskap/kampanj/intervention (8%), pröva material (5%), utveckla mätinstrument (6%) eller i samband med utvärdering (5%).

Hur litteratursökningen återspeglar den faktiska användningen av metoden kan vi inte uttala oss om. Det är möjligt att det är lättare eller svårare att publicera artiklar baserat på fokusgruppsmetoden beroende på typ av studie och den vetenskapliga tidskriftens intresse för ämnesområdet. Helt klart är dock att andelen publicerade vetenskapliga studier där metoden använts, markant har ökat under det senaste decenniet.

---

*Andelen publicerade vetenskapliga studier där metoden använts, har ökat markant under det senaste decenniet*

---

---

---

*Syftet med fokusgruppsintervjun är inte att nå konsensus och eller att ge underlag för att fatta beslut*

---

---

## **Grundläggande begrepp och dess avgränsning**

En *fokusgruppsintervju* kan närmare beskrivas som en fokuserad intervju som vänder sig till personer i en grupp som särskilt rekryterats för ett specifikt syfte och som genomförs i en klart definierad form (4). Att den är *fokuserad* menas att intervjun är avgränsad till ett särskilt ämnesområde eller frågeställning fastställd av de som genomför undersökningen (18). Till skillnad från t ex delphi grupper är syftet med fokusgruppsintervjun inte att nå konsensus och eller att ge underlag för att fatta beslut (19). Grupprocessen bidrar också till att människor får möjlighet till att undersöka och klargöra sina åsikter (20). Fokusgruppsmetoden innebär också som arbetsform att den eller de som har ansvaret för intervjun har en annan roll för att leda och genomföra gruppdiskussionen än vid traditionella intervjuer där intervjun är ett samspel mellan den som genomför intervjun och den person som blir intervjuad.

Fokusgruppsmetodiken har sin vetenskapsfilosofiska referensram inom den kvalitativa forskningstraditionen och det är främst fyra grundläggande komponenter i fokusgruppsintervjuerna som anknyter till denna tradition. Den första är att deltagarna till fokusgrupperna inte rekryteras på basis av randomiserade sannolikhetsurval som gäller vid kvantitativa studier utan är istället baserad på principer som tillämpas inom kvalitativ forskning och där urvalsförfarandets styrs utifrån syftet med

studien, "purposeful sampling" (21). Detta innebär också att resultaten inte heller skall eller kan tolkas och generaliseras till en populationsnivå eller motsvarande. Den andra komponenten som anknyter till den första om urvalsförfarandet, är att intervjuerna inte sker bara med en grupp, utan med flera grupper (därav namnet *fokusgrupper*) för att få fram variationer i svaren från gruppdiskussionerna. Den tredje grundläggande komponenten är som också tidigare omnämnts att deltagarna i fokusgruppsintervjuerna själva aktivt medverkar under intervjun och att frågorna som ställs är mer av vägledande och utforskande karaktär och inte begränsade till fasta svarsalternativ. Den fjärde komponenten är att analysen av den samlade dokumentationen i från fokusgruppdiskussionerna sker efter principer för kvalitativ analys metodik.

## **Fokusgruppers grundstruktur och innehåll**

Ett forskningsarbete kan närmare beskrivas som en spiralliknande process som innehåller olika steg och faser och där de olika delarna går in i varandra. Fokusgruppsintervjuer utgör inget undantag, men för tydlighetens skull kommer vi att presentera de grundläggande delarna som ingår i arbetet med fokusgrupper i en viss ordning. Dessa delar omfattar den frågeställning som skall besvaras med hjälp av fokusgruppsmetodiken, målgrupp, rekrytering, gruppstorlek, frågeguide, intervju-situationen, samt analys av fokusgruppsintervjuerna.

### **Frågeställning**

Som i all annan forskning styr den frågeställning som skall studeras valet av datainsamlingsmetod. Fokusgruppsintervjuer är lämpliga för bl a att utforska människors erfaren-

---

---

*Fokusgruppsintervjuer är lämpliga för bl a att utforska människors erfarenheter, uppfattningar, önskemål eller svårigheter*

---

---

heter, uppfattningar, önskemål eller svårigheter (17). Det är inte en metod för att studera kvantitativa frågeställningar av karaktären t ex hur många röker eller hur många som har en viss åsikt. Istället passar metoden bra för att t ex belysa de uppfattningar och erfarenheter som finns i en målgrupp.

### Målgrupp

Steget efter att ha preciserat frågeställning och valt undersökningsmetod är att identifiera målgruppen. Syftet med studien styr preciseringsgraden av målgrupp (4). Ofta delas målgruppen in i undergrupper (segmentering) som intervjuas var för sig. Om syftet är t ex att studera attityder till den svenska tobakspolitiken kan det vara lämpligt att intervjua rökare och ickerökare separat. Det kan också finnas andra anledningar till att dela upp målgruppen. I litteraturen rekommenderas att inte intervju personer med alltför olika bakgrund som t ex att ha med olika socioekonomiska grupper i samma grupp. Ett annat exempel är att det inte är lämpligt att intervjua chefen och de anställda i samma grupp om ämnet är arbetssituationen på arbetet. Uppfattningarna om det fungerar bra att intervju män och kvinnor samtidigt skiljer sig åt. Enligt Debus är dock den vanligaste uppfattningen att det går bra om inte ämnet för intervjun handlar om specifika könsrelaterade frågor (22).

Inom marknadsföringsbranschen försöker man medvetet att inte intervju personer i samma grupp om de känner varandra sedan tidigare, något som även nämns i annan litteratur (4). Denna uppfattning delas dock inte

av forskare som använder metoden inom samhälls- och folkhälsovetenskap. Här är frågeställningarna annorlunda och många gånger är det både önskvärt och/eller ofrånkomligt att intervju personer som känner varandra sedan tidigare (17, 18). En nackdel med befintliga grupper kan då vara att det finns en norm för vad man talar om och inte, eller att gruppen inte tillräckligt förklarar vissa saker som är självklara för dem. Viktigt är därför att försöka få en uppfattning om hur väl de känner varandra sedan tidigare och ta hänsyn till detta i analysen.

### Rekrytering av gruppdeltagare

Ett av de mest förbisedda och underskattade momenten i samband med fokusgrupper är rekrytering av deltagare. Det finns olika strategier för att rekrytera deltagare. Krueger nämner bland annat att utgå från en lista t ex medlemslista eller personalförteckning (4). ”Piggyback”, är en annan rekryteringsstrategi som innebär att rekrytering av deltagare sker i anslutning till en annan aktivitet, t ex att deltagare till en studie som berör ungdomskultur rekryteras vid en musikfestival, eller på den plats där målgruppen finns t ex på en arbetsplats. Ytterligare exempel på rekryteringsstrategier är en form av nominering/rekrytering av deltagare som sker av en s k ”gatekeeper” som har kännedom om den aktuella målgruppen och snöbollsurval där man använder sig av tekniken att fråga de redan rekryterade om de känner någon annan med samma bakgrund. Det förekommer också rekrytering via slumpmässigt telefonurval, eller annonsering efter deltagare i tidningar eller på anslagstavlor. Det är klokt att göra en viss överrekrytering för att vara säker på att det kommer tillräckligt många deltagare till intervjun.

## Grupporlek och antal grupper

Ämnet för intervjun styr även valet av gruppstorlek. Numera är uppfattningen om "lämpligt antal deltagare" flexiblere än vid marknadsföringsstudier eller det som framhölls i den äldre fokusgruppslitteraturen, då rekommendationerna var 8 - 12 deltagare (11). Då metoden har spritts alltmer till andra discipliner, inte minst inom hälsofrämjande arbete har erfarenheterna visat att mindre grupper om 4-6 fungerar minst lika bra för den typen av ämnen som behandlas i dessa studier (4, 17).

Antalet grupper som ingår i en fokusgruppsstudie beror på den forskningsfråga studien skall besvara, men också på resurser i form av tid, ekonomi och personal. En fokusgruppsserie omfattar dock alltid minst tre grupper och kan därefter variera uppåt i antal (17, 18). Ex i ett forskningsprojekt där metoden används tillsammans med andra metoder för att undersöka en specifik frågeställning behöver inte så många grupper genomföras, som i ett projekt som helt är baserat på fokusgruppsintervjuer.

## Frågeguiden

För att närmare kunna belysa den forskningsfrågeställning som fokusgruppsintervjuerna skall studera utarbetas och utvecklas en frågeguide/manual. Frågeguiden är oftast strukturerad och uppdelad i några centrala teman som närmare anknyter till huvudfrågeställningen och där varje tema i sin tur innehåller ett antal öppna frågor. Frågeguiden är ett redskap för den som leder intervjun, men frågorna behöver inte ställas i ordningsföljd. Om nya oförutsedda frågor dyker upp under intervjuerna och om de är relevanta för ämnesområdet skall de följas upp och fördjupas (4).

Det finns olika varianter av frågeguider. Hur detaljerade de är beror både på ämnet och intervjuledarens vana att genomföra gruppintervjuer. Förutom tydligt formulerade och avgränsade frågor är det också vanligt att s k "probes" utarbetas som en form av stödord för intervjun. Dessa frågeställningar lyfts fram i diskussionen om de inte kommer upp spontant i gruppen. Antalet frågor varierar med ämnet och typ av studie. Oftast börjar intervjun med en "rundabordet fråga" som alla deltagare besvarar. Detta för att inledningsvis låta alla deltagarna komma till tals. Om det sker en bandupptagning hjälper detta till att identifiera deltagarnas röster och underlättar arbetet med bandutskriften. Ibland används olika tekniker för att sätta igång diskussionen, t ex att visa en artikel eller bilder (16). I slutet av intervjun knyts diskussionen ihop. Även här finns det olika varianter. En är att låta varje deltagare säga vad de tyckte var viktigast i intervjun. En annan variant är att låta deltagarna kommentera intervjuledarens summering av intervjun. Och en tredje är att återknyta till studiens syfte och för att ta reda på om man har missat något.

Intervjusituationen - moderatorns roll, platsen för sammankomsten och genomförandet av fokusgruppsintervjuerna

Fokusgruppsintervjuer leds av en ansvarig intervjuare som i fokusgruppssammanhang ofta är benämnd moderator. Detta begrepp understryker att moderatorn, förutom att ställa frågor, har rollen att leda och ansvara för genomförandet av intervjuerna och att stödja diskussionen i gruppen så att alla deltagares synpunkter kommer fram och utvecklas. Vid fokusgruppsintervjuer deltar oftast ytterligare en person (bisittare/observatör) som stöd till moderatorn. Observatörens uppgift är att följa

diskussionen, göra anteckningar om stämningen i gruppen och om viktiga teman som kommer upp i diskussionen. Metodböcker om fokusgruppsintervjuer beskriver på olika sätt vad som utmärker en bra intervjuledare. Ibland så pretentiöst att ingen skulle våga försöka sig på uppgiften om man utgick helt från dem (19). Två viktiga faktorer som återkommer är dock intervjuledarens vana av att arbeta med grupper och erfarenhet av att intervjua (4, 17, 18). Givetvis är förmågan att lyssna central och ha empati är av betydelse för att stimulera gruppen till att diskutera med varandra och för att få till stånd en interaktion i gruppen.

Tiden för att genomföra en fokusgruppsintervju rekommenderas till mellan en till två timmar (4). Detta beror också på frågeställning och målgrupp. Är det yngre deltagare som t ex skolungdom förordas en kortare intervjutid på ca en timma. Det är viktigt att deltagarna i samband med rekryteringen erhåller information om hur lång tid själva fokusgruppsintervjun kommer att ta och att denna tid också hålls vid genomförandet av intervjuerna.

Platsen där intervjun äger rum har betydelse för hur intervjun kommer att fungera. Det är viktigt att använda en lokal där intervjun kan ske ostört. Det finns både för- och nackdelar med att genomföra intervjuer på för intervjupersonerna kända respektive okända lokaler. Ibland kan en lokal som intervjupersonerna tidigare känner till, göra att de känner sig trygga, eller så kan den kända lokalen fungera hämmande (t ex personalrummet på arbetsplatsen som förknippas med andra möten). Studier har visat att platsen för intervjun har betydelse för hur intervjupersoner diskuterar ett fenomen (23).

### Analys av fokusgruppsintervjuer

Principerna för analys skiljer sig inte direkt från annan kvalitativ forskning. Analysarbetet påbörjas redan i datainsamlingskedet. Fokusgruppsintervjun ger till skillnad från individuella intervjuer möjligheten att studera interaktionen i gruppen. Detta har dock inte använts i så stor utsträckning i analyser av fokusgruppsdata (17).

Ofta dokumenteras fokusgruppsintervjuerna på band och ibland på video. Ytterligare underlag för analysen är fältanteckningar från moderator och/eller bisittare och som inkluderar huvuddragen från varje genomförd intervju. Krueger beskriver olika varianter av analyser (4). En variant är baserad huvudsakligen på fältanteckningar och ibland används uppspelning från bandupptagningen för att verifiera citat. En annan variant utgår från att lyssna av det inspelade bandet och göra kortfattade utskrift. Den tredje varianten är att ordagrant skriva ut allt som sägs i intervjun. Men även den sistnämnda varianten skiljer sig åt beroende på detaljeringsgrad i utskrift. Vissa identifierar de olika talarna, ibland markeras pauser, skratt. Utifrån utskrifterna från intervjuerna kodas och sorteras innehållet manuellt eller med hjälp av olika dataprogram för analys av kvalitativa data som t ex NUDIST eller ETHNOGRAPH. Det kodade materialet analyseras efter framträdande trender och mönster. Fokus i analysen kan antingen vara vad som sägs (innehållsanalys) och/eller fokuseras på *hur* gruppen pratar om ett fenomen. Viktigt att poängtera är dock att data alltid är kontextbundet. Detta måste tas hänsyn till och beaktas i analysen (17). Andra saker att överväga i analysarbetet är det som *inte* sägs. Tystnaden kan ibland vara lika viktigt som det som sägs.

---

---

*Denna metod kräver lika stor systematik och tidsåtgång som för andra metoder som används i olika forskningssammanhang*

---

---

## Fokusgruppsmetoden i ett helhetsperspektiv

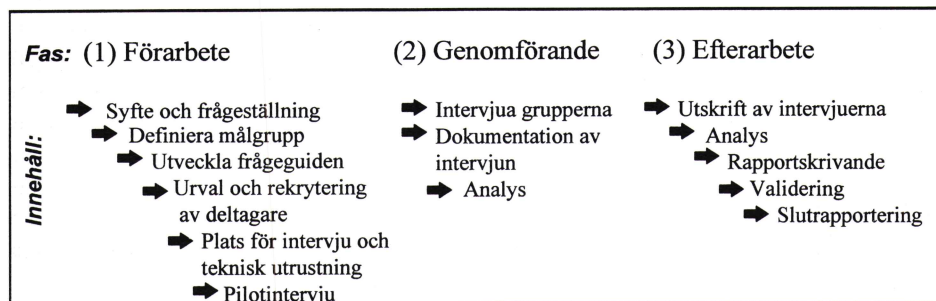
Det har tidigare i litteraturen framhållits att fokusgrupper skulle vara en snabb och billig datainsamlingsmetod. Ett påstående som senare har kommit att revideras (16, 17). Denna metod kräver lika stor systematik och tidsåtgång som för andra metoder som används i olika forskningssammanhang. I det tidigare avsnittet beskrevs utförligare några av fokusgruppsmetodens grundkomponenter och i detta avsnitt vill vi integrera dessa komponenter till en helhet.

Kvaliteten på slutresultatet av fokusgruppsintervjuerna är beroende av flera samverkande faktorer och som utkristalliseras i de utsagor som fokusgruppsdiskussionen genererar. Bidragande faktorer till detta är bl a intervjuguidens relevans, gruppammansättning, miljön under gruppdiskussionen samt moderatorns skicklighet att introducera och följa upp

den diskussion som genereras i gruppen (24).

Framgång i arbetet med fokusgrupper sker redan i planeringsstadiet och därför är kännetecken om hela arbetets olika faser och steg av stor betydelse. Arbetet med fokusgrupper består av tre olika faser; 1) förarbetet, 2) genomförandet och 3) efterarbetet. I *figur 1* ges en översikt över dessa faser och steg. Utöver detta ingår i förarbetet att genomföra en eller flera pilotintervjuer (4). Syftet med pilotintervjun är främst att pröva och utveckla innehållet i frågeguiden. Ett annat syfte kan vara att pröva den tilltänkta rekryteringsmodellen och gruppammansättningen. I efterarbetet ingår också som i allt annat forskningsarbete att kritiskt granska de resultat som framkommit från fokusgruppsintervjuerna. Inom kvalitativ forskning är trovärdighet ett centralt begrepp som innefattar bl a studiens validitet och reliabilitet (25, 26). En annan viktig aspekt vid granskning av resultatet är att också undersöka detta i relation till strategiska steg i för- och genomförande faserna i fokusgruppsarbetet. Ett ytterligare vanligt sätt att studera resultatet är genom en sk metodtriangulering där samma frågeställning undersöks med hjälp av ytterligare metoder som

*Figur 1. Faser och innehåll i fokusgruppsarbetet.*





---

---

*Särskilt angeläget är det att syftet med fokusgruppdiskussionen är tydligt för de presumtiva deltagarna redan vid rekryteringstillfället*

---

---

t ex enkät, individuella intervjuer eller observationsstudie.

### **Etiska frågeställningar**

Etiska spörsmål skall alltid ställas i samband med forskning och detta gäller i hög grad också arbetet med fokusgrupper. Alla faser och steg i fokusgruppsarbetet innehåller etiska frågeställningar och överväganden. Särskilt angeläget är det att syftet med fokusgruppdiskussionen är tydligt för de presumtiva deltagarna redan vid rekryteringstillfället och att detta syfte även gäller vid genomförandet av fokusgruppsintervjuerna och att inte något helt nytt syfte eller ämne då introduceras. En annan etisk frågeställning är att det aldrig i fokusgruppsammanhang går att garantera att det som tas upp i en fokusgruppsdiskussion inte sprids vidare av gruppdeltagare. Därför är det viktigt för moderatorn att ta upp detta redan i samband med inledningen av gruppsammankomsten och att understryka att det som diskuteras i gruppen förblir en angelägenhet för gruppen.

### **Sammanfattande slutkommentar**

I denna artikel har vi gett en översikt av fokusgruppsmetodens innehåll, tillämpningsområde och begränsningar. Avslutningsvis vill vi också framhålla den flexibilitet som finns i genomförandet av fokusgruppsmetoden jämfört med andra forskningsmetoder, samtidigt som metoden också ger en närhet och kontakt med den aktuella målgrupp som forskningen är inriktad på att få kunskap av.

### **REFERENSER**

1. Fontana A, Frey JH: Interviewing. The art of science. In Denzin NK, Lincoln YS (eds). Handbook of qualitative research. Thousands Oaks: Sage, 1994.
2. Starrin B, Renck B: Den kvalitativa intervjun. I Svensson P-G, Starrin B (red.). Kvalitativa studier i teori och praktik. Lund: Studentlitteratur, 1996.
3. Bogardus ES: The group interview. Journal of Applied Sociology 1926;10:372-82.
4. Krueger RA: Focus groups. A practical guide for applied research. Second edition. Thousands Oaks: Sage, 1994.
5. Merton RK, Kendall PL: The focused interview. American Journal of Sociology 1946;51:541-57.
6. Merton KR, Fiske M, Kendall PL: The focused interview. A manual of problems and procedures. 2<sup>nd</sup> edition. New York: The Free Press, 1990.
7. Rogers EM: A history of communication study. A biographical approach. New York: The Free Press, 1994.
8. Kinner TC, Taylor JR: Marketing research. An applied approach. Fifth edition. New York: McGraw-Hill, 1996.
9. Ahlbeck C: Grupp får tycka till om nya produkter. Metro den 2 oktober 1997, sid 14-15.
10. Basch CE: Focus groups interview: An underutilized research technique for improving theory and practice in health education. Health Education Quarterly 1987;14:411-48.
11. Krueger RA: Focus groups. A practical guide for applied research. Newbury Park: Sage, 1988.
12. Morgan DL: Focus groups as qualitative research. Newbury Park: Sage, 1988.
13. Dawson S, Manderson L, Tallo VL: A manual for the use of focus groups. Boston: International Nutrition Foundation for Developing Countries (INFDC), 1993.
14. NCI. Making health communication programs work. A planners guide. U.S. Department of Health and Human Services. Public Health Service, National Institutes of Health, Office of Cancer Communications, National Cancer Institute, 1992. (NIH Publication No. 92-1493).
15. AMC/CDC. A Guidebook. Listening to your audience: Using focus groups to plan breast and cervical cancer public education programs. Colorado: AMC Cancer Research Center, 1994.

16. *Morgan DL, Kreuger RA*: When to use focus groups and why. In Morgan DL (red). Successful focus groups. Advancing the state of art. Newbury Park: Sage, 1993.
17. *Barbour RS, Kitzinger J (eds)*: Developing focus group research. Politics, theory and practice. London: Sage, 1999.
18. *Morgan DL*: Focus groups as qualitative research. Second Edition. Thousands Oaks: Sage, 1997. (Qualitative research methods series, Volume 16).
19. *Stewart DW, Shamdasani PN*: Focus groups. Theory and practice. Newbury Park: Sage, 1990. (Applied social research methods series, Volume 20).
20. *Kitzinger J*: Introducing focus groups. *BMJ* 1995;311:299-302.
21. *Patton MQ*: Qualitative evaluation and research methods. Second edition. Newbury Park: Sage, 1990.
22. *Debus M*: Handbook for excellence in focus groups research. New York: Lexington, 1990.
23. *Green J, Hart L*: The impact of context on data. In Barbour RS, Kitzinger J (eds). Developing focus group research. Politics, theory and practice. London: Sage, 1999.
24. *Morgan DL*: Future directions for focus groups. In Morgan DL (ed). Successful focus groups. Advancing the state of art. Newbury Park: Sage, 1993.
25. *Lincoln YS, Cuba EG*: Naturalistic inquiry. Beverly Hills; Sage, 1985.
26. *Svensson PG*: Förståelse, trovärdighet eller validitet? I Svensson P-G, Starrin B (red.): Kvalitativa studier i teori och praktik. Lund: Studentlitteratur, 1996.