

Tilburg University

Online focusgroepgesprekken als methode van dataverzamelen

Tates, K.

Published in:

KWALON: Tijdschrift voor Kwalitatief Onderzoek in Nederland

Publication date:

2010

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

Citation for published version (APA):

Tates, K. (2010). Online focusgroepgesprekken als methode van dataverzamelen. *KWALON: Tijdschrift voor Kwalitatief Onderzoek in Nederland*, 15(2), 40-46.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Online focusgroepgesprekken als methode van data verzamelen

Kiek Tates

Samenvatting

In dit artikel wordt een kritische reflectie gegeven op het gebruik van online focusgroepgesprekken in kwalitatief onderzoek. Daarbij komen de verschillende vormen van online focusgroepgesprekken aan de orde, aspecten van werving en selectie van respondenten, en keuzes in de uitvoering van de gesprekken. De discussie gaat vooral over de vraag of de online focusgroepgesprekken gezien moeten worden als een vervanging van, dan wel een aanvulling op de traditionele focusgroepgesprekken.

Inleiding

De expansie van nieuwe informatie- en communicatietechnologieën biedt onderzoekers steeds meer mogelijkheden hun data via internet te verzamelen (Murray, 1997; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002). Het gebruik van online focusgroepgesprekken voor kwalitatief onderzoek vindt echter nog slechts op beperkte schaal plaats (Tates et al., 2009). Toch pleiten een aantal voordelen voor deze variant op de traditionele face-to-face groepsgesprekken, zoals inclusie van moeilijk te bereiken respondenten, hoge kwaliteit van de data door anonimiteit en afwezigheid van sociaal wenselijke antwoorden en een aantrekkelijke kosteneffectiviteit. Sceptici daarentegen noemen het verlies van non-verbale informatie en het gemis van persoonlijk contact tussen de respondenten en de gespreksleider als minpunten. Het doel van deze bijdrage is een kritische reflectie op het gebruik van online focusgroepgesprekken als methode van data verzamelen in kwalitatief onderzoek. Daarbij wordt ingegaan op de verschillende vormen van online focusgroepgesprekken, aspecten van werving en selectie, en keuzes in de uitvoer van de groepsgesprekken. De discussie richt zich met name op de vraag of deze nieuwe vorm van focusgroepgesprekken gezien moet worden als een vervanging van, dan wel als een aanvulling op traditionele focusgroepgesprekken.

Nieuwe vorm van focusgroepgesprekken

Het nut en het gebruik van focusgroepgesprekken in kwalitatief onderzoek wordt tegenwoordig breed erkend. De door een gespreksleider gestructureerde groepsdiscussies bieden een onderzoeker inzicht in de ervaringen, opvattingen en preferenties van de deelnemende respondenten rond een specifieke vraagstelling (Kitzinger, 1995). In de traditionele focusgroep (TFG) komen de deelnemers samen op een vooraf bepaalde plaats en tijd. De opkomst van het internet maakt het mogelijk om groepsdiscussies ook in een virtuele omgeving te laten plaatsvinden. In een online focusgroep (OFG) kunnen deelnemers ongeacht hun geografische locatie (dus vanuit huis of de werkplek) via hun computer participeren in een groepsdiscussie onder leiding van een gespreksleider, meestal

moderator genoemd. Net als de TFG is de OFG gericht op het entameren van een interactieve groepsdiscussie door deelnemers te stimuleren om te reageren op de vragen of stellingen van de moderator en op de bijdragen van de andere deelnemers.

Online focusgroepen kunnen worden ingezet als synchrone en als asynchrone dataverzamelingstechniek (Gaiser, 1997; Montaya-Weiss, Massey & Clapper, 1998; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002). Synchrone OFG'n vinden in 'real time' plaats: alle deelnemers zijn op een vooraf bepaald tijdstip gelijktijdig online om deel te nemen aan de groepsdiscussie. De bijdragen van de deelnemers verschijnen direct op het scherm terwijl de groep online is. Bij asynchrone OFG'n vindt de discussie niet per definitie gelijktijdig plaats: deelnemers zijn binnen een vooraf bepaalde tijdsperiode vrij om te kiezen wat voor hen het meest geschikte moment is om hun bijdrage aan de discussie te leveren.

Mogelijke voordelen van de OFG

Een veel genoemd voordeel van een online focusgroepgesprek in vergelijking met het traditionele focusgroepgesprek is de efficiëntie in termen van tijd en kosten (Gaiser, 1997; Murray, 1997; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002). OFG'n kennen een snellere doorlooptijd doordat de data na afloop van de groepsgesprekken direct beschikbaar zijn voor analyse en daarmee het tijdrovende transcriberen vervalt. Door het wegvallen van de kosten van het notuleren tijdens de groepsgesprekken, de transcriptiekosten en van locatie- en reiskosten worden OFG'n als bijzonder kosteneffectief beschouwd.

Een meer inhoudelijk pluspunt van de OFG is dat deze dataverzamelingstechniek inclusie van moeilijk te bereiken doelgroepen mogelijk maakt, zoals aan huis gebonden respondenten, mensen met een lichamelijke beperking, gemarginaliseerde of geografisch geïsoleerde populaties of drukbezette respondenten die normaliter niet geneigd zijn tot deelname aan focusgroepen (Gaiser, 1997; Montaya-Weiss et al., 1998; Chase & Alvarez, 2000). De mogelijkheid om discussiegroepen te formeren met een brede geografische spreiding biedt daarnaast nieuwe kansen voor internationaal onderzoek.

Een belangrijk voordeel voor de deelnemers aan online groepsgesprekken is het gemak om vanuit de eigen omgeving te kunnen participeren. In het geval van asynchrone OFG'n kunnen participanten ook zelf het tijdstip van deelname bepalen en is er bovendien meer tijd voor reflectie (Tidwell & Walther, 2002; Kam & Chismar, 2006). Deelnemers hebben de tijd om over de vragen na te denken en een weloverwogen antwoord te formuleren. Bovendien hebben deelnemers de mogelijkheid om eerdere bijdragen aan de discussie terug te lezen en eventueel hun eigen bijdrage te nuanceren.

Potentiële nadelen van de OFG

Naast de mogelijke voordelen van online focusgroepgesprekken, kent deze dataverzamelingstechniek ook potentiële nadelen. Als belangrijkste nadeel wordt het verlies van non-verbale informatie genoemd en het gemis van persoonlijk contact tussen de respondenten onderling en in interactie met de gespreksleider (Gaiser, 1997; Montaya-Weiss et al., 1998; Mann & Stewart, 2000). Het is evident dat door het wegvallen van non-verbale informatie bij OFG'n het zowel voor de deelnemers als voor de moderator soms moeilijker kan

zijn om de informatie op de juiste manier te interpreteren. Door de afwezigheid van visueel contact in OFG'n vindt de interactie tussen de deelnemers minder spontaan plaats en is het lastiger om een levendige groepsdynamiek te creëren. Dit vraagt in vergelijking met de TFG een grotere inzet van de moderator om deelnemers te stimuleren om te reageren op de bijdragen van anderen.

Bij deelname aan asynchrone online focusgroepen moeten de respondenten bereid zijn gedurende de afgesproken tijdsperiode actief aan de discussie deel te blijven nemen en bestaat de kans dat deelnemers voortijdig afhaken (Mann & Stewart, 2000). Naast het feit dat de moderator in vergelijking met TFG'n bij asynchrone OFG'n gedurende een langere tijd beschikbaar dient te zijn, vergt het bij asynchrone OFG'n dus meer inspanning om de aandacht van de deelnemers over langere tijd vast te houden.

Ten slotte is een evident nadeel dat alleen respondenten met toegang tot internet kunnen deelnemen aan online groepsgesprekken en dat mensen met onvoldoende computervaardigheden worden uitgesloten (the 'have nets' versus the 'have nots') (Chase & Alvarez, 2000; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002; Tidwell & Walther, 2002). Specifiek voor synchrone OFG'n geldt dat verschillen in type- en spelvaardigheid een gelijke participatie van deelnemers kunnen bemoeilijken. Bij asynchrone focusgroepen speelt dit minder, aangezien de respondenten alle tijd kunnen nemen om hun bijdrage te formuleren.

Kwaliteit van de data

Hoewel er nog geen volledige consensus is bereikt over het potentieel van online focusgroepsgesprekken als dataverzamelingstechniek in kwalitatief onderzoek, wijst vergelijkend onderzoek vooralsnog uit dat de online verkregen data niet fundamenteel verschillen van de op traditionele wijze verzamelde data (Schneider, Kerwin, Frechtling & Vivari, 2002; Underhill & Olmsted, 2003; Reid & Reid, 2005).

Een voordeel van de online variant is dat de anonimiteit en privacy van deze vorm van groepsgesprekken de openhartigheid van de deelnemers bevordert: deelnemers geven in vergelijking met traditionele focusgroepen makkelijker hun mening, met name over controversiële of sensitieve onderwerpen (Gaiser, 1997; Montaya-Weiss et al., 1998; Chase & Alvarez, 2000; Reid & Reid, 2005; Kam & Chismar, 2006). Daarnaast blijkt de afwezigheid van visueel contact ook te leiden tot een reductie van sociaal wenselijke antwoorden en meer gelijke participatiekansen (Montaya-Weiss et al., 1998; Chase & Alvarez, 2000; Mann & Stewart, 2000; Tidwell & Walther, 2002). Deelnemers aan een OFG worden minder beïnvloed door karakteristieken als leeftijd, etniciteit en uiterlijk. De kans op een gelijkwaardige participatie is daarmee groter en er ontstaan minder snel problemen met dominante respondenten in de groepsdiscussie.

Ten slotte mag niet onvermeld blijven dat de online verkregen data bijzonder accuraat zijn omdat er niet, zoals bij het transcriberen van een TFG, misverstanden kunnen ontstaan over wie het woord voert, of wat er precies wordt gezegd (Gaiser, 1997; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002).

Er kan dus worden geconcludeerd dat er geen twijfel bestaat over de kwaliteit van online verkregen data van focusgroepsgesprekken in termen van objectiviteit en diepgang

(Gaiser, 1997; Montaya-Weiss et al., 1998; Mann & Stewart, 2000; Tidwell & Walther, 2002; Reid & Reid, 2005).

Werving & selectie van deelnemers

Bij het samenstellen van online focusgroepen spelen twee zaken een rol: de werving van respondenten en de keuze voor de vorm van de groepen (synchroon versus asynchroon). Selectiebias door overrecruterings of zelfselectie van respondenten die actief zijn op internet is een veel beschreven valkuil van online onderzoek die de externe validiteit van de onderzoeksdata ernstig kan beperken (Chase & Alvarez, 2000; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002). Het verdient daarom aanbeveling om geen gebruik te maken van zelfselectie van deelnemers (tenzij de onderzoeksvraag een specifieke groep internetgebruikers betreft), maar conform de vereisten van traditionele focusgroepen ruim aandacht te besteden aan de representativiteit van de steekproefsamenstelling.

De aard van de onderzoeksvraag en de karakteristieken van de te includeren deelnemers bepalen de keuze van de vorm van een online focusgroep: synchroon dan wel asynchroon. De synchrone OFG is vooral geschikt voor een snelle inventarisatie van de mening of houding van respondenten ten aanzien van een enkelvoudige en helder afgebakende onderzoeksvraag. De asynchrone vorm leent zich beter voor complexe onderzoeksvragen met verschillende deelaspecten omdat er meer tijd is voor reflectie en er dieper kan worden ingegaan op achterliggende motieven of argumenten.

Hoewel er technisch gezien geen limiet is aan het aantal deelnemers van online focusgroepen, bepaalt de gekozen vorm het aantal te includeren deelnemers (Gaiser, 1997; Montaya-Weiss et al., 1998; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002). Bij synchrone OFG'n verloopt de discussie snel en is het raadzaam het aantal deelnemers te beperken tot drie à acht omdat het anders vrijwel onmogelijk is om inhoudelijk te reageren op de bijdragen van de andere respondenten. De afwezigheid van tijdsdruk maakt dat het aantal deelnemers aan een asynchrone OFG groter kan zijn. In het licht van de groepsdynamiek is het in de asynchrone vorm raadzaam om de deelname te beperken tot acht à vijftien respondenten. Naarmate is gekozen voor een langere openstelling van een asynchrone OFG kan het aantal respondenten hoger zijn.

Uitvoering van een OFG

De techniek die nodig is voor het uitvoeren van een online focusgroep, vereist ondersteuning door een ICT'er. Er zijn op internet verschillende softwareprogramma's beschikbaar voor online forum- en groepsdiscussies, die kunnen worden aangepast aan de specifieke eisen van de onderzoeker. Deelnemers aan een OFG hebben zelf dus geen speciale software nodig: een computer met internetverbinding is voldoende.

In de voorbereidingsfase van een OFG moet de onderzoeker aan de hand van de onderzoeksvraag een aantal principiële keuzes maken over de vorm van de OFG, tijdstip (bij synchrone vorm) en duur (bij asynchrone vorm) van de openstelling, vormgeving van vraagstelling en bijdragen, beveiliging en anonimiteit en de rol van de moderator (Gaiser, 1997; Montaya-Weiss et al., 1998; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002). In de voorgaande paragraaf is besproken hoe de aard van de onderzoeksvraag en de karakteristie-

ken van de te includeren deelnemers de keuze bepalen van de vorm van een online focusgroep. Dat geldt ook voor keuzes aangaande tijdstip en duur van de openstelling. Naarmate de betrokkenheid van de deelnemers bij het onderwerp groter is, kan de onderzoeker verwachten dat deelnemers meer bereid zijn om tijd te investeren in deelname aan het groeps gesprek. Met betrekking tot de vormgeving moet de keuze gemaakt worden of alle stellingen c.q. vragen direct bij de start van de OFG online worden gepresenteerd of dat de vragen in fases worden aangeboden, bijvoorbeeld dagelijks een nieuwe vraag in het geval van asynchrone groepen. Een andere vormgevingskeuze betreft de chronologie van de bijdragen die de deelnemers posten (laatste bijdrage boven- of onderaan de lijst).

De centrale rol die privacy speelt in online focusgroepsgesprekken, vergt een aantal keuzes met betrekking tot beveiliging en anonimiteit. Het verdient aanbeveling om de OFG te draaien vanaf een beveiligde (sub)site om te voorkomen dat derden toegang hebben tot de informatie die de respondenten uitwisselen. Om de anonimiteit en privacy te waarborgen is de site alleen toegankelijk voor de moderator en de deelnemers, waarbij de deelnemers alleen zichtbaar zijn onder een toegekende (of zelfgekozen) gebruikersnaam en de moderator bij voorkeur zichtbaar is onder de eigen naam. Na uitnodiging en aanmelding ontvangen deelnemers een bevestigingsmail met daarin de inloggegevens en de afgesproken datum en tijd (synchroon) of afgesproken periode (asynchroon) van de OFG. In specifieke gevallen, zoals bijvoorbeeld een groepsdiscussie met onderzoekers of professionals op een specifiek terrein, kan doelbewust worden afgezien van anonieme deelname omdat de respondenten juist herkenbaar willen zijn (Van Dulmen et al., 2008).

Net zoals in traditionele focusgroepsgesprekken speelt de moderator een cruciale rol door de discussie te leiden en samen te vatten, verhelderende vragen te stellen en deelnemers te stimuleren te reageren op de bijdrage van andere deelnemers. Met name bij een asynchrone OFG is het belangrijk dat de moderator door reacties regelmatig blijk geeft de discussie te volgen. Het instellen van een signaleringsmail, waarbij de moderator via de mail bericht krijgt dat er een bericht is gepost, kan daarbij zeker helpen. Het wegvallen van non-verbale communicatie vraagt een pro-actieve inzet van de moderator om de toon van de discussie te zetten en de groepsdynamiek optimaal te stimuleren (Montaya-Weiss et al., 1998; Mann & Stewart, 2000; Duffy, 2002).

De ervaring leert dat het raadzaam is om een pilot te houden om te testen of alle modaliteiten van de OFG naar behoren werken en te checken of de gemaakte keuzes het gewenste effect hebben (Zwaanswijk et al., 2007; Tates et al., 2009).

Discussie & reflectie

Het is opmerkelijk dat het bestaande onderzoek naar online focusgroepsgesprekken voornamelijk is gericht op de synchrone variant, waarin de deelnemers direct op elkaar reageren. Het voordeel van deze vorm is dat deze een snel toegankelijk overzicht biedt van de perspectieven van de respondenten en dat de groepsdynamiek aanleunt tegen die van een traditionele focusgroep. Door de snelheid van de discussie is er voor deelnemers en moderator echter weinig tijd voor reflectie, wat kan resulteren in korte en minder diep-

gaande bijdragen. Recent onderzoek laat zien dat vooral de asynchrone online focusgroep een geschikte dataverzamelingstechniek vormt voor groepen deelnemers die normaliter moeilijk te includeren zijn in een groepsgesprek. In een onderzoek met kinderen in actieve behandeling voor kanker, hun ouders en overlevers van kinderkanker benoemden de deelnemers het gemak om op een zelfgekozen tijdstip vanuit thuis te kunnen deelnemen aan de discussie als een belangrijk pluspunt (Zwaanswijk et al., 2007; Tates et al., 2009). Veel deelnemers benadrukten dat het anonieme karakter van de OFG hun openhartigheid om vrijuit te spreken positief had beïnvloed. De verschillende OFG'n leverden rijkgeschakeerde en gedetailleerde data op, met name doordat deelnemers de tijd namen voor reflectie op en nuancering van eerder geposte bijdragen. Daarnaast bleek de asynchrone variant van online groepsdiscussies een uitstekend middel om in een internationale groepsdiscussie met drukbezette professionals consensus te bereiken over een toekomstige onderzoeksagenda (Van Dulmen et al., 2008). Deze resultaten onderstrepen de potentie van online focusgroepsgesprekken als methode van data verzamelen in kwalitatief onderzoek (Gaiser, 1997; Murray, 1997; Chase & Alvarez, 2000; Mann & Stewart, 2000; Tidwell & Walther, 2002).

Een aantal van de genoemde voordelen van asynchrone online focusgroepen, zoals hoge kwaliteit van data gerelateerd aan anonimiteit, pleit voor vervolgonderzoek. Tot nu toe is de vergelijkende literatuur vooral gericht op de vraag of online focusgroepsgesprekken de traditionele groepsgesprekken kunnen vervangen (Schneider et al., 2002; Underhill & Olmsted, 2003; Reid & Reid, 2005). Nadruk op de specifieke mogelijkheden van online focusgroepsgesprekken als aanvulling op de bestaande groepsgesprekken is wellicht een betere insteek voor toekomstig onderzoek. De resultaten van deze vergelijkende studies zullen moeten uitwijzen of de dataverzamelingstechniek van online focusgroepsgesprekken inderdaad kan worden gezien als een waardevolle aanvulling op het huidige onderzoeksinstrumentarium van kwalitatieve onderzoekers.

Literatuur

Chase, L. & Alvarez, J. (2000). Internet research: The role of focus groups. *Library & Information Science Research*, 22, 357-369.

Duffy, M.E. (2002). Methodological issues in Web-based research. *Journal of Nursing Scholarship*, 34, 83-88.

Dulmen, A. van, Sluijs, E., Dijk, L. van, Ridder, D. de, Heerdink, R., Bensing, J. & the International Expert Forum on Patient Adherence. (2008). Furthering patient adherence: A position paper of the international expert forum on patient adherence based on an internet forum discussion. *BMC Health Services Research*, 8, 47.

Gaiser, T.J. (1997). Conducting On-Line Focus Groups. A methodological discussion. *Social Science Computer Review*, 15, 135-144.

Kam, L.E. & Chismar, W.G. (2006). Online self-disclosure: model for the use of internet-based technologies in collecting sensitive health information. *International Journal of Healthcare Technology and Management*, 7, 218-232.

Kitzinger, J. (1995). Qualitative research. Introducing focus groups. *BMJ*, 311, 299-302.

- Mann, C. & Stewart, F. (2000). *Internet communication and qualitative research: A handbook for researching online*. London: Sage.
- Montoya-Weiss, M.M., Massey, A.P. & Clapper, D.L. (1998). On-line focus groups: conceptual issues and a research tool. *European Journal of Marketing*, 32, 713-723.
- Murray, P.J. (1997). Using virtual focus groups in qualitative research. *Qualitative Health Research*, 7, 542-545.
- Reid, D.J. & Reid, F.J.M. (2005). Online focus groups: An in-depth comparison of computer-mediated and conventional focus group discussions. *International Journal of Market Research*, 47, 131-162.
- Schneider, S.J., Kerwin, J., Frechtling, J. & Vivari, B.A. (2002). Characteristics of the discussion in online and face-to-face focus groups. *Social Science Computer Review*, 20, 31-42.
- Tates, K., Zwaanswijk, M., Dulmen, S. van, Hoogerbrugge, P.M., Kamps, W.A. & Bensing, J.M. (2009). Online focus groups as a tool to collect data in hard-to-include populations: examples from paediatric oncology. *BMC Medical Research Methodology*, 9, 15.
- Tidwell, L.C. & Walther, J.B. (2002). Computer-Mediated Communication Effects on Disclosure, Impressions, and Interpersonal Evaluations. Getting to know one another a bit a time. *Human Communication Research*, 28, 317-348.
- Underhill, C. & Olmsted, M.G. (2003). An experimental comparison of computer-mediated and face-to-face focus groups. *Social Science Computer Review*, 21, 506-512.
- Zwaanswijk, M., Tates, K., Dulmen, S. van, Hoogerbrugge, P.M., Kamps, W.A. & Bensing, J.M. (2007). Young patients', parents', and survivors' communication preferences in paediatric oncology: results of online focus groups. *BMC Pediatrics*, 7, 35.