

VICSEK Lilla

## ONLINE FÓKUSZCSOPORTOK ALKALMAZÁSA – LEHETŐSÉGEK, KORLÁTOK ÉS TANÁCSOK A HATÉKONYSÁG NÖVEDELÉSÉRE

Az utóbbi évtizedekben a fókuszcsoporthoz számos, különböző online változata jelent meg. Ide tartoznak a szövegalapú csoportok, ahol a résztvevők begépelik válaszaikat, a videós fókuszcsoporthoz, ahol látják és hallják is egymást, valamint a 3D virtuális, grafikus környezetben zajló fókuszcsoporthoz. A cikkben a szerző először a különböző online fókuszcsoporthoz típusokat mutatja be, majd a szövegalapú online fókuszcsoporthoz középpontba állítva ezek előnyeit és hátrányait elemzi az offline csoportokhoz, valamint a többi internetes csoporttípushoz képest. Amellett érvel, hogy a szöveges kommunikációt tartalmazó csoportoknak számos praktikus előnyük van; és még manapság amikor videós fókuszcsoporthoz is sor kerülhet, érdemes alkalmazni őket. Ugyanakkor nagyon oda kell figyelni arra, hogy hogyan történik az ilyen virtuális fókuszcsoporthoz kivitelezése, mert nem megfelelő kialakítás esetén a kapott eredmények túl szegényesek lehetnek. A cikk tárgyal számos olyan opciót, amelyeket alkalmazva egy-egy gépellát csoport hatékonysága növelhető. Ezekon felül kitér arra is, hogy a teljesebb kép kialakítása érdekében hasznosnak bizonyulhat egy kutatás során mind szinkron, mind aszinkron begépelős fókuszcsoporthoz alkalmazni. A szövegesen is zajló csoportokhoz érdemes lehet gazdagítani fotó- és videófeltöltési lehetőségekkel is. Megfontolandó az is, hogy az online kvalitatív kutatási lehetőségek még jobban kiaknázzhatók, ha kihasználják a közösségi oldalakat is az adatgyűjtéshez és a lebonyolításhoz, valamint, ha az online fókuszcsoporthoz kombinálják egyéb online kutatási módszerekkel – akár egy netnográfiai projekt keretein belül.<sup>1</sup>

**Kulcsszavak:** online fókuszcsoporthoz, szövegalapú fókuszcsoporthoz, online kvalitatív kutatás

A fókuszcsoporthoz alapesetben olyan csoportos interjúkat/beszélgetéseket jelentettek, amelyek egy kutatási téma köré fókuszáltak és egy moderátor vezetésével zajlottak. Amikor a módszernek megjelentek az online változatai, amelyekben számítógépen keresztül kommunikálnak a csoporttagok, akkor voltak olyan várakozások, hogy esetleg majd hangsúlyos szerepük lesz a kvalitatív kutatások között. Ehhez képest Graffigna és Bosio egy 2006-os írásukban amellett érveltek, hogy az online fókuszcsoporthoz módszere a tudományos közösségben kevésbé használatos a kvalitatív egészségügyi kutatások kivételével. Ha a tudományos írásokat gyűjtő Google Scholar segítségével keresünk online fókuszcsoporthoz-módszert alkalmazó kutatást, látható, hogy ez a helyzet azóta sem változott lényegesen<sup>2</sup>. Alapvetési célra tehát nem lett népszerű eszköz az online fókuszcsoporthoz, és vannak arra utaló jelek, hogy a piacvetési reményeket sem váltotta be.<sup>3</sup>

A nagy sávzélességi igénye, a webkamera szűk-ségessége korlátozó tényezők a videós fókuszcsoporthoz terjedésében. Bár folyamatosan fejlődnek a videós

csetelési lehetőségek, nő a megfelelő sávzélességgel, webkamerával rendelkezők aránya és így a videós fókuszcsoporthoz tartásának lehetőségei is javulnak, még a fejlett országokban is a lakosság jelentős szegmenséi nem elérhetők ezzel a módszerrel (Link – Dinsmore, 2014).

Az online begépelős fókuszcsoporthozokkal jelenleg ennél szélesebb társadalmi rétegeket lehet elérni, ráadásul egyszerűbb, gyorsabb és olcsóbb a lebonyolítása (pl. nincs szükség az átirat begépelésére, hiszen rögtön rendelkezésre áll stb.). Az anonimitás hatásait is kiaknázzhatjuk, amennyiben nem azonosítják be magukat egymás számára a résztvevők. A fenti előnyös tulajdonságok ellenére mégsem tudott divatossá válni a szövegalapú fókuszcsoporthoz. Úgy gondolom, ennek a begépeléses verzióknak az egyik fontos terjedési korlátját az adatgazdagsági problémák jelentik. A Piacvetési blog körkérésére válaszolva 2010-ben több magyar piacvetési szintén említi az adatgazdagsági problémáját, mint az egyik ok, ami hozzájárulhatott ahhoz, hogy nem használják a jelenleginél szélesebb

körben a módszert (Forecast Research, 2010b). Ugyanakkor több hazai és külföldi szakértővel egyetértve úgy vélem, hogy megfelelő célra történő használat során és jó kivitelezéssel ezek a csoportok is sok hasznos inputot adhatnak (Graffigna – Bosio, 2006; Underhill – Olmsted, 2003). Bizonyos szervezési és kivitelezési megoldások segíthetik a szövegalapú csoportok eredményességét és javíthatják az adatgazdagságot.

A cikkben amellet érvelek, hogy továbbra is érdemes megfontolni a szövegalapú fókuszcsoport alkalmazását annak ellenére is, hogy napjainkban az online videós beszélgetés lehetősége is egyre könnyebben elérhetővé válik. Elsőként részletesen tárgyalom a különböző online fókuszcsoport-típusokat. Ezt követően a szövegalapú fókuszcsoportokat helyezem a középpontba: ezek előnyeinek és hátrányainak bemutatását követően a cikkben azt vizsgálom, hogyan lehet javítani az így kapott adatok minőségét, valamint gyakorlati tanácsokat fogalmazok meg kutatók számára a módszer nyújtotta lehetőségek kiaknázásához. Érvelésemben a vonatkozó irodalom áttekintésén túl, saját kutatói tapasztalataimra is építek, valamint felhasználom különféle alkalmazott és alaputatásokban részt vevő fókuszcsoportos szakemberekkel folytatott beszélgetéseimet is.

### Online fókuszcsoport-változatok

A *kommunikációs mód* alapján többféle online fókuszcsoport-típust különböztethetünk meg. Ezek közé tartoznak a szövegalapú csoportok, ahol begépelik válaszaikat a résztvevők, és a videós fókuszcsoportok, ahol látják és hallják is egymást (Link – Dinsmore, 2014). Léteznek különféle kombinált verziók is: például előfordul olyan megoldás, ahol amellet, hogy alapvetően begépelik válaszaikat a résztvevők, fotókat és videókat is feltölthetnek. Ritkán, de találkozhatunk 3D virtuális, grafikus környezetben zajló fókuszcsoportokkal is. Ezek lehetővé teszik, hogy a résztvevőket grafikus reprezentációk – avatarok – személyesítsék meg. A résztvevők személyre szabhatják az avataruk kinézetét egy listából, amely rengeteg lehetőséget tartalmaz. A résztvevők navigálhatják és mozgathatják is az avatarjaikat a virtuális környezetben belül. A kutatók megszabhatják a helyszínt, választhatnak egy olyan vizuális megjelenítést, amely szerintük a kutatási témához, csoportösszetételhez megfelelő lehet. Például a Secondlife<sup>4</sup> fejlesztői a fókuszcsoportok tartása számára létrehoztak egy virtuális épületet, amelynek termei hasonlítanak a tradicionális fókuszcsoportok környezetéhez (Tatar, 2008). Talán elsőre furcsának tűnhet ez a fókuszcsoport-szervezési opció, ugyanakkor egy pusztán audio-csoporthoz képest több előnye is van. Egyes platformok olyanok, hogy megkülönböztethető, hogy éppen ki be-

szél (az avatar szája akkor mozog), metakommunikációs jeleket is tudnak adni az avatarok (pl. fejrázás, ha valamivel nem értenek egyet stb.). Stewart és Williams (2005) szerint további előny, hogy van egy helyszín, amihez kapcsolódhatnak a résztvevők, még ha virtuális is – így jobban részt vehetnek a beszélgetésben. Ez a fajta csoportos beszélgetés vizuálisan is leköti a résztvevőket és így kevésbé valószínű, hogy esetleg mást kezdenek nézni a számítógépen, mintha csak hang alapján kommunikálnának, de nem lenne semmilyen vizuális megjelenítés. Találhatunk több példát is a fókuszcsoportos szakirodalmak között, amikor ilyen fókuszcsoportokat alkalmaztak. Például Hetzel (2014) kortársbántalmazásban érintett fiatalokkal készített fókuszcsoportot, itt jól jött számára, hogy a módszer lehetővé teszi az anonimitást a résztvevők között. Készült kutatás a virtuális közösségekben történő bűnözés és ennek szabályozása kapcsán is. Utóbbi vizsgálat során nem hanggal, hanem gépeléssel kommunikáltak a résztvevők, amellet, hogy vizuálisan kifejezhettek reakciókat avatarjaik segítségével (Williams, 2007).

Az online csoportok különbözhetnek *időbeliségben* is. Szinkron fókuszcsoport esetén a résztvevők egyidejűleg vannak jelen a csoportban, míg aszinkron csoportok esetében ez nem feltétlenül van így (Burton – Goldsmith, 2002; Rezabek, 2000). A szinkron szövegalapú fókuszcsoport az online csevegés (chat) egy speciális formája. Az különbözteti meg a mindennapi online csevegéstől, hogy a beszélgetést ebben az esetben egy moderátor vezeti kutatási céllal. Az aszinkron szöveges fókuszcsoportok formátuma egy online üzenőfalhoz vagy fórumhoz hasonlít, jellemzően hosszabb ideig tart, a résztvevők pedig nincsenek egyidejűleg jelen (Cook – Jack – Siden – Thabane – Browne, 2014; Taylor – MacDonald, 2002; Walston – Lissitz, 2000). A hétköznapi fórumtól ebben az esetben is az különbözteti meg a csoportot, hogy a beszélgetést moderátor vezeti kutatási céllal, és a beszélgetés hosszúságát is ő szabja meg. Egy aszinkron csoport tarthat néhány napig vagy hétig, egyes esetekben akár hosszabb ideig is.

A hozzászólások különbözőek lehetnek a két gépelt formátum esetében: Graffigna és Bosio (2006) úgy találták, hogy az aszinkron csoportok résztvevői átgondoltabb, racionálisabb érveket sorakoztattak fel, a hozzászólások hosszabbak voltak, és kevesebb volt az interakció, mint a szinkron fókuszcsoportok esetében. Csevegő helyzetben jellemzőbbek voltak a spontán válaszok és az érzelmi reakciók. A kutatók szerint ez egyfajta közös ötleteléshez (brainstorming) hasonlítható, ahol számos gondolat felmerül, ám nincs tér ezek kibontására. Ebben a helyzetben a beszélgetés nem feltétlenül folyik lineáris mederben: ha a moderátor új kérdést tesz fel, a válaszolók még mindig reagálhatnak a korábbi témákra is. Szinkron és aszinkron fókuszc-

csoportos kutatások konkrét példáit részletesen tárgyalom fókuszcsoporthoz tartozó szakkönyvemben (Vicsek, 2006).

Egyes kutatók megkérdőjelezik, hogy az aszinkron szövegalapú társalgások csoporthelyzetnek tekinthető-e egyáltalán, hiszen lényegesen eltérő dinamika és a közvetlenség hiánya jellemzi őket (Fox – Morris – Rumsey, 2007).

A csak videót alkalmazó fókuszcsoporthoz tartozó csoportok mindig szinkron csoportok, vannak viszont olyan kombinált típusok, ahol videókat is alkalmaznak és szövegeket is, és aszinkron módon kerül rájuk sor. Ekkor a szövegek begépelése mellett a résztvevők akár videót is feltölthetnek. Egyik módja ennek, amikor pl. a Youtube-ra töltenek fel videókat, és a többiek kommentelhetik ezeket a videók alatt.

A fókuszcsoporthoz tartozó csoportok eltérhetnek a biztosított *anonimitás* szerint is, illetve, hogy mennyi információt tudnak egymásról a résztvevők. Az online beszélgetések egyes változataiban a résztvevők nem láthatják egymást, az anonimitás szintje ilyenkor azon múlik, hogy milyen információk állnak rendelkezésre a többi résztvevőről: tudják-e, hogy kik vesznek részt a csoportban, ismerik-e a többiek korát, nemét stb.? Az anonimitás a kutatók felé is fennállhat: változhat, hogy pontosan tudják-e, melyik felhasználónév, melyik résztvevőt takarja, vagy csak a résztvevők körét ismerik, de azt nem, hogy melyik hozzászólás kitől származik?

További különbség, hogy *milyen eszközökről kapcsolódhatnak be a résztvevők* a csoportba: pl. számítógép, tablet vagy mobiltelefon.

A csoportos beszélgetések a szerint is megkülönböztethetők, hogy *milyen platformon zajlanak*: ingyen hozzáférhető felületen – pl. chatszobában (Schneider et al., 2002), GoogleHangouts-on, Skype-on stb. –, vagy olyan speciális szoftver felhasználásával, amelyet kifejezetten online fókuszcsoporthoz lebonyolítására fejlesztettek ki (Franklin – Lowry, 2001), esetleg fizetős videókonferencia-oldalon.

A kifejezetten fókuszcsoporthoz tartozó levezetésére tervezett professzionális platformok az ingyenesen hozzáférhető lehetőségekhez képest extra szolgáltatásokat is nyújtanak. Többek között: megjelenítik a résztvevők információit (társadalmi, demográfiai adatok), megkönnyítik a moderátor és a megbízó közötti kapcsolat-tartást, az utóbbi ugyanis menet közben kérheti további kérdések beemelését a csoportos beszélgetésbe. Ezen felül a moderátor máshogy jelenik meg, mint a résztvevők a videós verziónál, a szöveges verziónál egyértelműen megkülönböztethető, hogy mit írt a moderátor, és mit az egyes résztvevők (pl. különböző betűszínnel). Professzionális platformok esetében könnyen használhatók a társalgást inspiráló anyagok, vetítési módszerek, speciális technikák. Az ingyenes csevegőfelületek mindazonáltal kifejezetten hasznosak lehetnek, ha a

kutató nem megrendelésre dolgozik, hanem saját non-profit vizsgálatot folytat. (Ebben az esetben is megoldható, hogy a moderátor hozzászólásai egyértelműen megkülönböztethetők legyenek a csoporttagokétól. Ha a használt program nem teszi lehetővé a különböző betűszíneket, a moderátornak érdemes lehet például csupa nagybetűvel írnia.)

Egy újabb fejlemény az online fókuszcsoporthoz tartozó alkalmazásában a virtuális csoportok létrehozásával *közösségi (social network) oldalakon zajló vizsgálatok*. Lijadi és Schalkwyk (2015) kutatásukban például online Facebook-fókuszcsoporthoz tartozókat alkalmaztak. Vizsgálatuk során olyan fiatalokkal akartak fókuszcsoporthoz tartozókat készíteni, akik több országban is éltek gyerekkorukban. A kutatók olyan nyílt Facebook-csoportokba írtak, amelyek tagjai több kultúrában élő személyek voltak, és onnan egyszerűen tudtak toborozni kutatási alanyokat saját vizsgálatukhoz, ahol is zárt Facebook-csoportok keretében kérdezték le őket.

### A szövegalapú csoportok előnyei

Az online szövegalapú fókuszcsoporthoz tartozó számos gyakorlati előnnyel és erősséggel rendelkezik.

*Gyors*, így időt takarítunk meg vele. Különösen abban az esetben gyors, amikor a kutató szinkron adatgyűjtési módszert használ. Kvalitatív kutatás esetén gyakran fontos, hogy írásban is rögzítsük az interjú vagy csoportos beszélgetésen elhangzottakat. A szövegalapú fókuszcsoporthoz tartozó esetén az azonnal létrejövő átirat meggyorsítja a kutatás folyamatát (Franklin – Lowry, 2001; Walston – Lissitz, 2000). Ha a kutatási célnak az egyéni interjú és az online fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés egyaránt megfelel, gyorsabb és egyszerűbb, ha hat hasonló tulajdonságokkal bíró alannal szervezünk csoportos beszélgetést, mint ha külön-külön interjúznánk ugyanazzal a hat személlyel. Szintén időt takarít meg, hogy a kutatónak nem szükséges utaznia, mint offline esetben.

A szövegalapú fókuszcsoporthoz tartozó mellett *költséghímélő* is. Olcsóbb, mint a személyes jelenléte igénylő vagy az online videós fókuszcsoporthoz tartozó, mivel a szoba bérlése, az üdítő vagy harapnivaló biztosítása, a begépelés, a videó rögzítése, valamint az odautazás nem igényel külön forrást. Ez a módszer különösen költséghímélő akkor, ha a kutató nem speciálisan fókuszcsoporthoz tartására kifejlesztett fizetős szoftvert alkalmaz. Egyes szerzők szerint azonban még az erre kifejlesztett fizetős alkalmazás használatakor is olcsóbb az online szöveges fókuszcsoporthoz tartozó, mint a személyes jelenléte igénylő módszer (Newby – Soutar – Watson, 2003). A csoport résztvevői sokszor anyagi kompenzáció fejében vállalkoznak a részvételre. Online csoportos társalgásba azonban akár az otthonukból is bekapcsolódhatnak, és mivel a

részvétel így kisebb erőfeszítést igényel, egyes szerzők szerint alacsonyabb összeg fejében is bevonhatók (Maulana, 2002), illetve könnyebben elérhető, hogy pénzbeli ösztönző nélkül is részt vegyenek a csoportban. Magam is számos, teljesen ingyenes társadalomtudományos célzatú fókuszcsoportot vezettem le sikeresen: ingyenesen hozzáférhető csevegőprogramot használtunk, a résztvevők pedig nem igényelték a pénzbeli motivációt (egyéb okokból is érdekeltek voltak a részvételben, például érdekelte őket a kutatási téma).

A szövegalapú fókuszcsoport segítségével megvan a lehetőség, hogy a kutató úgy gyűjtsön információt, hogy a résztvevők *anonimek maradnak*. Egyes résztvevők *nyíltabban írhatnak* bizonyos témákról akkor, ha a többi résztvevő nem ismeri a kilétüket, így *könnyebben vállalhatják a részvételt*, mint ha felismerhetők lennének a többi résztvevő számára. Szintén könnyebben vonhatók be olyan alanyok, akik a megjelenésükkel kapcsolatos problémák – például krónikus bőrbetegség – miatt szívesebben maradnak láthatatlanok (Fox et al., 2007). Az arctalanság bizonyos esetekben elősegítheti, hogy a résztvevők érzékeny témákkal kapcsolatban is bátrabban megnyilvánuljanak (Graffigna – Bosio, 2006). A fókuszcsoportos módszert alkalmazó kutatók egy része azzal érvel, hogy anonim online szövegalapú csoport esetén *kevésbé érvényesül a csoportnyomás*, illetve alacsonyabb a konformitás szintje, mint a személyes jelenléte igénylő beszélgetések esetén, így a vélemények és gondolatok szélesebb köre kerül terütekre, illetve a résztvevők bátrabban vállalják kisebb-ségsben lévő véleményüket is (Ho – McLeod, 2008; Síklaki, 2006; Taylor – MacDonald, 2002). Empirikus adatok támasztják alá azt az érvelést is, amely szerint *a résztvevők inkább felvállalják a társadalmilag elítélt viselkedést* az anonim szövegalapú csoportban, miközben a társadalmi elvárások nagyobb szerepet játszanak a szemtől szembeni beszélgetésekben, így az anonim online módszer a kutatónak való megfelelni akarást is csökkentheti (Graffigna – Bosio, 2006; Walston – Lissitz, 2000). Az anonimitás mellett az is erősíti a többségi véleménytől eltérő válaszok adását, hogy a résztvevők időnként egyszerre gépelik be hozzászólásaikat. Ilyenkor csak azután látják a másik csoporttag válaszát, amikor már elküldték a saját hozzászólásukat (Newby – Soutar – Watson, 2003), így a párhuzamosan megírt eltérő vélemény nem befolyásolja a hozzászólást. Síklaki úgy érvel: “A csoport résztvevői a saját környezetükben, a saját képernyőjük és billentyűzetük előtt sokkal nagyobb mértékben képesek megőrizni egyéni szuverenitásukat” (Index, 2006).

Arra is utalnak jelek, hogy a személyes jelenlét alapuló csoportokhoz képest az online szövegalapú csoportokban *kevésbé jellemző, hogy néhány asszertívabb hangadó dominálja a vitát* (Franklin – Lowry,

2001; Newby – Soutar – Watson, 2003; Schneider et al., 2002; Taylor – MacDonald, 2002; Walston – Lissitz, 2000). Ez részben az egymásról szerzett vizuális információ hiányának is köszönhető. A karizmatikus, magasabb státusú résztvevők dominanciája ugyanis bizonyos esetekben a megjelenésüknek köszönhető: annak, ahogy kinéznek és öltözködnek, a beszédstílusuknak, hangvételüknek és a nonverbális kommunikációjuknak (Walston – Lissitz, 2000). A dominanciánál szintén fontos tényező, hogy bár egyes résztvevők kifejezetten sokat írnak, ez nem akadályozza meg a többieket abban, hogy párhuzamosan kommunikáljanak, hiszen egyidejűleg begépelhetik a saját hozzászólásaikat. A domináns hozzászóló tehát technikai szempontból sem gátolja a többiek részvételét.

A csoporttagoknak nem kell megjelenniük egy adott helyszínen, ehelyett *kényelmesen*, a saját otthonukban is be tudnak kapcsolódni (Bodoky, 2007). Ez fontos lehet azoknak, akik számára a közlekedés problémát jelent – például bizonyos átmeneti vagy akár tartós egészségügyi problémával élőknek (Cook et al., 2014; Turney – Pocknee, 2005), vagy szülői kíséretet igénylő fiataloknak, gyerekeknek (Nicholas et al., 2010).

Online fókuszcsoport szervezésével összeköthetők különböző városokban, régiókban, vagy akár más-más országban élő résztvevők, így *földrajzilag szétszórta csoporttagok* is bevonhatók.

Ahogy egyre többen használják az internetet, egyre több ember érhető el online, így a tagok bevonását és a *szervezést egyszerűsítheti, ha interneten toborzunk, és online tartjuk meg a csoportot*.

Ha *online jelenséget vizsgálunk, különösen alkalmas lehet ez az eszköz, mivel a mérési módszer hasonlít a kutatási terület természetes közegére* (Gaiser, 1997). Az ilyen csoportok egyes szerzők szerint különösen alkalmasak online weboldalakkal kapcsolatos vélemények tesztelésére, mivel a csoport tagjai a beszélgetés alatt meg tudják nyitni a kérdéses oldalakat (Herendy, 2009; Maulana, 2002; Schneider et al., 2002).

A szövegalapú csoport megszervezése ezen felül *kevésbé technikai tudást* igényel a felhasználóktól, mint az online videós csoportok. Az utóbbihoz szükséges *technikai feltételek* számos társadalomban még mindig kihívást jelentenek a potenciális résztvevők egy része számára, mivel a populáció egy része egyszerűen nem rendelkezik jó minőségű webkamerás bekapcsolódást lehetővé tévő gyors internetkapcsolattal (Link – Dinsmore, 2014).

Az aszinkron csoportok esetében sokszor hasznos az a *rugalmasság*, hogy a résztvevők akár egy napos csúszással is reagálhatnak egy-egy kérdésre (Turney – Pocknee, 2005).

Egy *félénkebb résztvevő számára komoly könnyebbé tehető a részvétel helyett*, ha személyes részvétel helyett

szövegalapú fókuszcsoportba kapcsolódhat be. Egy online szövegalapú csoportot vezető diákom arról számolt be, hogy szemtől szembeni csoport moderálására valószínűleg nem mert volna vállalkozni, hiszen ő maga is túlságosan félénk, a szövegalapú társalgási helyzet azonban nem feszélyezte.

Egyes esetekben pedig az is hasznos lehet, ha egy-nél több moderátor vezeti a beszélgetést, akik támogatják egymás munkáját, és akár ugyanabban a helyiségben is tartózkodhatnak a csoport időtartama alatt (Walston – Lissitz, 2000). Ez könnyen megvalósítható szövegalapú fókuszcsoport esetén.

### Lehetséges problémák

Előfordulhat, hogy az online szövegalapú fókuszcsoport *kevésbé gazdag és mély elemzést* tesz lehetővé, mint a személyes találkozás vagy az online videós csoportbeszélgetés. Ezt a problémát a fókuszcsoportok módszertanáról szóló irodalom is tárgyalja (Abrams et al., 2015; Newby – Soutar – Watson, 2003; Schneider et al., 2002). Saját tapasztalataim szerint is a módszer legnagyobb kihívása az adatgazdagság biztosítása.

A szövegalapú fókuszcsoportot a személyes jelenlét alapuló módszerrel összehasonlító empirikus elemzések arra a következtetésre jutottak, hogy a szövegalapú módszer esetén a kapott információk kevésbé mélyek, és nehezebb a kommunikáció követése (Abrams – Wang – Song – Galindo-Gonzalez, 2015; Franklin – Lowry, 2001; Grady, 2000; Newby – Soutar – Watson, 2003; Schneider – Kerwin – Frechtling – Vivari, 2002).

Empirikus adatok szerint az online videós fókuszcsoport szervezésével nagyobb adatgazdagság érhető el, mint a szövegalapú csoporttal. Abrahams és munkatársai (2015) közelmúltbeli kutatásukban például úgy találták, hogy az online webkamerás fókuszcsoport adatgazdagság terén közel áll a személyes találkozón alapuló csoporthoz, míg az azonos ideig tartó szövegalapú csoport gyengébben teljesített (az adatgazdaságot több különböző mutató mentén értékelték, mint például a rögzített szavak száma, vagy a kutatók szubjektív megítélése).

Számos tényező veszélyeztetheti a szinkron online csoport során gyűjtött adatok gazdagságát és mélységét. A válaszok gyakran rövidebbek, a kijelölt témát a résztvevők kevésbé részletesen vitatják meg, és számos résztvevő kisebb részletességgel indokolja meg a véleményét (Franklin – Lowry, 2001; Grady, 2000; Schneider et al., 2002). A moderátor számára nehezebb spontán módon rákérdezni egy írott hozzászólásra – ami pedig elmélyíthetné a társalgást. Az adatminőséget veszélyeztethetik a párhuzamosan futó gondolatmenetek („threading”): előfordulhat, hogy egyes résztvevők

még egy korábbi kérdésre reagálnak, míg mások már egy újabbat válaszolnak meg, és ilyenkor nem feltétlenül egyértelmű, hogy egy válaszoló csoporttag melyik hozzászólással ért egyet stb. A nemlineáris társalgás nehezebben követhető, és megnehezíti az egyes témákban való nagyobb elmélyülést is, emiatt a leírt hozzászólások egy része nehezen értelmezhető lesz a csoporttagok és az elemző számára is. Gaiser (1997) meglátása szerint az online szövegalapú csoportoknál azért is nagyobb a felszínes társalgás esélye, mert a résztvevők már hozzászórtak az online csevegés felszínesebb és játékosabb jellegéhez, ezért nehézséget okozhat nekik, hogy ettől eltérő módon kommunikáljanak a csevegőfelületen szervezett fókuszcsoport során.

Mivel az emberek lassabban gépelnek, mint beszélnek, azonos ideig tartó szövegalapú és személyes fókuszcsoportos beszélgetés esetén a szövegalapú csoport kevesebb információt nyújt a kutatási témához. Schneider és szerzőtársai (2002) úgy találták, a szövegalapú szinkron csoportjaik során kevesebb szó „hangzott el” percenként, mint a személyes találkozások során. Nicholas és munkatársai (2010) krónikus beteg gyermekekkel kapcsolatos kutatásukban arra jutottak, hogy a személyes jelenlét alapuló fókuszcsoportok során nagyobb számú kódolható elemzési szempontot tudnak gyűjteni, mint az egy hétig tartó aszinkron online fókuszcsoport segítségével. A személyes találkozások során ugyanis részletesebben kifejtett válaszokat kaptak, ami gazdagabb és mélyebb adatgyűjtést tett lehetővé, mint az aszinkron társalgás. Az aszinkron csoportokra jellemző kevesebb interakció (Graffigna – Bosio, 2006) és a résztvevők által adott kevesebb illusztratív eset és példa (Nicholas et al., 2010) csökkentheti az aszinkron csoport során gyűjtött adatok gazdagságát a személyes találkozón alapuló fókuszcsoportos beszélgetéshez képest.

A kutatók szerint tehát az online kommunikáció mind a szinkron, mind az aszinkron csoportok esetében kevésbé gazdag adathalmazt eredményez, mint a szemtől szembeni csoportos beszélgetés (Schneider et al., 2002). „A médium gazdagsága azt jelenti, hogy az adott kommunikációs médium milyen mértékben bátorítja az azonnali interakciót és visszajelzést, és hogy lehetővé teszi a résztvevők számára, hogy többféle jelzéken keresztül, többféle érzékszervüket felhasználva kommunikáljanak” (Schneider et al., 2002, p. 33.). A szövegalapú társalgás során nem érzékelhetők a metakommunikációs jelzések, mint például a testmozdulatok. Greenbaum (1997) vélekedése szerint ez súlyos probléma: a kutató kiemeli a nonverbális kommunikáció fontosságát a hagyományos fókuszcsoportok során mind a moderátor, mind pedig az elemző számára. A testtartás, arckifejezés stb. utalhat arra, hogy egy résztvevő miért nem szól hozzá az adott témához: le-

het, hogy félénk, de az is előfordulhat, hogy nem ért egyet a csoport többségének véleményével.

Az adatgazdagság és a kommunikációs médium gazdagsága mellett *egy sor további tényezőt* is figyelembe kell vennünk a szövegalapú fókuszcsoporthoz szükséges hátulütőit vizsgálva. Ezek közé tartozik például, hogy csak olyan résztvevőket tudunk bevonni, akik rendelkeznek internetkapcsolattal, és képesek használni a csoport során alkalmazott csevegőfelületet, hogy a lassabban gépelő résztvevők hátrányban vannak a többiekhez képest, és kevesebbet tudnak hozzászólni (Franklin – Lowry, 2001; Walston – Lissitz, 2000), nem tudjuk, hogy a résztvevők aktívan figyelnek-e a csoportos interakcióra, vagy közben más dolgokkal is foglalkoznak (Grady, 2000; Greenbaum, 2000), a társalgás ideje alatt technikai problémák merülhetnek fel. Nehézséget jelenthet az is, hogy nem tudjuk pontosan, kik a résztvevők – lehetnek köztük olyanok is, akik nem azok, akiknek mondják magukat, vagy nem rendelkeznek azokkal a tulajdonságokkal, amelyek alapján a csoportot össze kívánjuk állítani (Oringderff, 2004). A résztvevők összetűzésbe keveredhetnek. Felmerül az adatbiztonság kérdése abban az esetben, ha például illetéktelen személy hozzáfér a felvétel során rögzített anyaghoz, és képes lehet olyan személyeket azonosítani, akik anonim kívántak maradni (Gaiser, 1997). Aszinkron csoportok esetében előfordulhat, hogy egyes résztvevők egy idő után kiszállnak a társalgásból (különösen, ha az hosszabb ideig tart), vagy egyes időszakokban elfoglaltabbak, ezért kevésbé aktívak (Rezabek, 2000), másoknak pedig nehézséget jelenthet, hogy nem tudnak “arcot kötni a nevekhez” (Nicholas et al., 2010).

### Hogyan hidaljuk át a nehézségeket, hogyan érjünk el jobb eredményt?

Amint a fenti részekben rámutattam, a szövegalapú csoportoknak számos hátulütője lehet. A legfőbb hiányosságok közé tartoznak az adatgazdagsággal és adatkapcsolattal kapcsolatos potenciális problémák. Cikkemben amellet fogok érvelni, hogy léteznek módszerek az adatgazdagság és adatkapcsolat növelésére szövegalapú fókuszcsoporthoz esetében. Az is tény, hogy bizonyos csoportösszetételknél potenciálisan kevésbé jelentkezik az adatgazdagság probléma – például szakértői csoport esetében. Továbbá, egyes kutatási célok szempontjából a kevésbé mély adatgyűjtés nem annyira problematikus (például ha csupán annyi a cél, hogy egy témában vélemények vagy gondolatok minél szélesebb körét gyűjtsük össze). Véleményem szerint tehát a szövegalapú fókuszcsoporthoz még annak ellenére is hasznos eszközt jelentenek, ha az audiovizuális online csoportok megszervezése egyre könnyebben megoldhatóvá válik. Figyelnünk kell azonban

arra, hogy mi is a kitűzött kutatási cél, és hogyan szervezzük meg, illetve bonyolítjuk le a fókuszcsoporthoz interakciót.

Az online begépelős fókuszcsoporthoz egyes említett problémáin az alábbi módokon lehet segíteni:

*Hosszabb válaszok elérése:* számos megoldás alkalmazható a hosszabb válaszok és nagyobb adatgazdagság elérésére. A fókuszcsoporthoz elején a kutató megkérheti a résztvevőket, hogy hosszabb válaszokat adjanak a csoport során, majd a későbbiekben belekérdezhet a hozzászólásokba további részletek iránt érdeklődve. Akár mintaválaszt is adhat az első kérdésre, hogy ezzel szemléltesse a kívánatos hosszúságot. Szinkron csoport esetében a moderátor hangsúlyozhatja a különbséget az online csevegés és az online fókuszcsoporthoz között. Fontos, hogy a szervezők előzetesen teszteljék a csoportos beszélgetéshez használt felületet, és ellenőrizzék, hogy az nem nehezíti-e meg a hosszabb hozzászólásokat (egyes csevegőfelületek csak adott hosszúságú szöveget engednek meg, vagy nehezebb végigírni egy hosszabb szöveget, ha a gépelő közben nem látja a szöveg elejét stb.). Ha nehézkes hosszabb hozzászólásokat írni a kiválasztott felületre, érdemes másik csevegőalkalmazást keresni, vagy elgondolkodni a felmerülő probléma megoldásán. (Elegendő lehet akár az is, ha a résztvevőt megkérjük, hogy a megengedett karakterszám felhasználása után „...” jellel zárja a még be nem fejezett hozzászólását, majd újabb „...” jelzéssel kezdje meg a következő hozzászólást. Ekkor azonban a két üzenet közt eltelt idő miatt előfordulhat, hogy más résztvevők hozzászólásai bekerülnek az egyes szövegrészek közé.) Szintén fontos, hogy ne kerüljön túl sok résztvevő egy szinkron csoportba, egyfelől ugyanis így nehezkessé válhat a beszélgetés követése (Hughes – Lang, 2004), másrészt a csoport tagjai úgy érezhetik, hogy ki vannak zárva a társalgásból, ha túlságosan hosszú hozzászólásokat írnak. Tapasztalataim szerint többnyire az válik be legjobban, ha egy csoportban legfőlegbb hat résztvevő van. A kérdésvázlatban szereplő kérdéseknek emellett megfelelően nyitottnak is kell lenniük. Ha a csoporttagok személyesen jelen vannak, előfordulhat, hogy kevésbé nyitott kérdések is segítenek elmélyíteni a beszélgetést, mert a résztvevők további részleteket adnak hozzá a válaszaikhoz. Tapasztalatom szerint azonban az online szövegalapú beszélgetés során ez sokszor rövid válaszokat eredményez.

A válaszok hosszúsága szinkron csoportok esetében nagyobb problémának tűnik, mint aszinkron helyzetekben (Burton – Goldsmith, 2002; Graffigna – Bosio, 2006). Ha tehát célunk hosszabb válaszadásra bátorítani a résztvevőket, az aszinkron társalgás szervezése is jó megoldás lehet. Ekkor is érdemes azonban megemlíteni a résztvevőknek, hogy bátran adhatnak hosszabb leírásokat is.

*A résztvevők hozzászólásaira reagáló kérdések számának növelése:* szinkron csoportok esetében hasznos, ha a csoport vezetője a központi kérdéseket előre begépelem, amiket aztán csak be kell másolnia az online beszélgetésbe, így ezekkel nem szükséges a csoport ideje alatt időt töltenie, és több ideje marad spontán módon reagálni a beszélgetés során felmerülő hozzászólásokra. Szintén jó megoldás, ha egyszerre két moderátor irányítja a beszélgetést, egyértelmű szerepmegosztással (Walston – Lissitz, 2000). Egyikük a társalgást irányító kérdéseket teszi fel, a másik pedig figyelemmel követi a beszélgetést, reagál a hozzászólásokra, és irányítja a csoport dinamikáját – megfigyeli például, hogy melyik résztvevő hallgat hosszabb ideje, és hozzászólásra bátorítja stb. Ha csupán egy moderátor vezeti a csoportot, nem biztos, hogy elegendő ideje lesz egyszerre irányítani a beszélgetést és visszakérdezni a beérkezett hozzászólásokra.

*A gondolatmenetek irányítása:* a párhuzamosan futó gondolatmenetek (threading) nehezíthetik a kommunikációt. Érdemes lehet olyan csevegőfelületet választani, ami jelzi, ha valaki éppen hozzászólást gépel be, a moderátor így jobban átlátja, hogy mikor érdemes új témát felvetni, vagy megvárni, amíg a résztvevők befejezik az adott téma megvitatását. Szintén hasznos lehet, ha a moderátor felkéri a résztvevőket, jelezzék egyértelműen, hogy melyik korábbi hozzászólásra reagálnak (amennyiben az ténylegesen egy korábbi hozzászólásra adott reakció). Megkönnyíti az egyértelmű jelölést, ha a hozzászólások számozva vannak.

*A metakommunikáció hiányának áthidalása:* a résztvevőket érdemes megkérni arra, hogy használjanak emotikonokat, illetve központozással vagy egyéb módon jelöljék a hozzászólásuk hangvételét. Sokan már egyébként is tisztában vannak ennek módszereivel (Terrel, 2011), de gyorsan zajló interakció esetén nem feltétlenül szakítanak időt az ilyen jelzések használatára, hacsak nem kérjük meg őket erre kifejezetten. A résztvevők életkora és más tényezők is befolyásolhatják, hogy mennyire lesz jellemző ez a fajta jelzésrendszer külön kérés nélkül.

*Személyes információ megosztása:* bizonyos esetekben, még ha meg is akarjuk őrizni a csoporttagok anonimitását, hasznos lehet, ha a beszélgetés elején megosztunk a csoporttal kapcsolatban néhány alapvető információt – ha például szexuális zaklatással kapcsolatos adatokat gyűjtünk, és megoszthatjuk a csoporttal, hogy valamennyi résztvevő fiatal nő. Egyes megfigyelések szerint ugyanis ebben az esetben a résztvevők könnyebben megnyílnak bizonyos témákkal kapcsolatban, mintha semmiféle információjuk nem lenne a csoport összetételéről (Taylor – McDonald, 2002).

*Arcot kötni a nevekhez:* ha a kutatási cél szempontjából nem szükséges megőrizni a csoporttagok

anonimitását, érdemes lehet megkérni a tagokat, hogy írjanak rövid bemutatkozást, és küldjenek magukról képet is a többi résztvevőnek. A résztvevők így jobban kötődnek a csoporthoz, ami a tagok kiesésének aszinkron csoportok esetén jellemző nagyobb kockázatát is mérséklí.

*A gépelés beszédhez viszonyított lassúságának problémája:* el kell döntenünk, hogy mi a fontosabb a kutatás szempontjából: kevesebb téma mélyebb megvitatása, vagy témák minél szélesebb körének felvetése. Ha nagyobb adatmélységre törekszünk, szinkron online csoport esetében érdemes kevesebb kérdést megfogalmazni, mint személyesen jelen lévő csoport esetében tennénk, mivel a résztvevők lassabban gépelnek, mint ahogy beszélni tudnak. Megtehetjük, hogy csak olyan csoporttagokat válogatunk össze, akik egy bizonyos sebességgel gépelnek, a nagyon lassan gépelőket pedig inkább kihagyjuk a csoportból (vagy ezeket a szereplőket inkább aszinkron fókuszcsoportba vonjuk be). A telefonon vagy tableten gépelő résztvevők válaszadása lassabb lehet, mint a számítógépről hozzászólóké. Érdemes arra biztatni a résztvevőket, hogy olyan eszközt válasszanak, ami viszonylag gyors gépelést enged meg.

*Az interakciók számának növelése:* személyes fókuszcsoportos beszélgetés során általában elegendő a csoport elején elmondani, hogy olyan beszélgetést szeretnénk kezdeményezni, amelyben a csoporttagok reagálnak egymás hozzászólásaira, és az interakciók száma többnyire külön bátorítás nélkül is megfelelő. A szövegalapú csoportokban azonban szükséges lehet ezt a szempontot a beszélgetés későbbi fázisaiban is megemlíteni. Előfordulhat, hogy felteszünk egy kérdést, amire a csoporttagok válaszolnak, miközben nem reagálnak egymás válaszára – különösen, ha szimultán gépelték be hozzászólásaikat. Ilyenkor érdemes lehet megkérni a résztvevőket, hogy gondolják végig a feltejt kérdés egy-egy olyan aspektusát, amit valamelyik válaszoló vetett fel.

*A téma minél teljesebb körű megvitatása:* a szélesebb körű, részletekbe jobban belemerülő fókuszcsoportos beszélgetések eléréséhez jó stratégia lehet, ha egyazon kutatásban kombináljuk a szinkron és az aszinkron online fókuszcsoportos módszert (Graffigna – Bosio, 2006, p. 70.), és csoporttagok mindkét csoportban részt vesznek. A résztvevőket felkérhetjük például arra, hogy először szinkron beszélgetésben vegyenek részt, majd pedig a felmerült témákban aszinkron társalgás során jobban elmélyedhetnek, miközben itt visszatérhetünk olyan gondolatmenetekre is, amik hamar elhaltak, nem voltak teljesen világosak stb. Az aszinkron csoportot megkezdhetjük a szinkron fókuszcsoport indítása előtt is, majd folytathatjuk annak befejeztével is. Az aszinkron helyzet ebben az esetben hozzásegít

heti a csoporttagokat ahhoz, hogy megismerjék egymást és a kutatási problémát. Graffigna és Bosio (2006) ezt a megoldást alkalmazták egy érzékeny terület (HIV/AIDS) vizsgálatánál, és úgy találták, hogy „a két kommunikációs mechanizmus kombinációja lehetővé tette a két különböző helyzetben rejlő lehetőségek integrációját” (Graffigna – Bosio, 2006, p. 66.). A fórumtípusú beszélgetések hosszabb és megfontoltabb válaszadást, elvontabb és racionálisabb gondolatmeneteket eredményeztek, míg a csevegő helyzetben nagyobb hangsúlyt kaptak a személyes tapasztalatok. Figyelemre méltó módon a szinkron és aszinkron fókuszcsoporthoz módszerek kombinálása esetén a szinkron beszélgetések „jobban szervezettebbek” és „kevésbé fragmentáltak” voltak, mint amikor a kutatók csak csevegés típusú kommunikációra hagyatkoztak anélkül, hogy a csoporttagok az aszinkron csoport segítségével előzetesen megismerkedhettek volna egymással és a témával. A kutatók tehát arra a következtetésre jutottak, hogy a két online módszer együttes alkalmazása különösen hasznos azokban az esetekben, „amikor egy jelenség széles körű és többdimenziós feltárása a cél” (Graffigna – Bosio, 2006, p. 70.). A kombinált módszer hátránya, hogy több időt és szervezést igényel. Olyan résztvevőket kell bevonnai, akik az egyszerű beszélgetés mellett hajlandók az aszinkron részvételre is időt fordítani a kutatók által kijelölt időszakban. Emellett a kétféle kommunikációs módszer használata miatt az elemzés folyamata is összetettebb lesz.

Teljesebbé teheti a kutatásunkat, ha videók és képek feltöltésére is kérjük a résztvevőket, akkor is, ha alapvetően/vagy részben szövegalapú a kutatásunk. Egy példa: egy piackutatás azt vizsgálta, az italfogyasztás hova illeszkedik aktív életstílus esetén. Aszinkron csoportjukban lehetőség volt szövegbeírásokra. Ezen kívül ide kérték még olyan fotók feltöltését is, amelyek az italok tárolási helyeit mutatják, valamint videókat italfogyasztási élményekről (Schmaltz, 2015). Ezek eredményeképpen nagyon sokféle információt kaptak a vizsgált jelenséghez kapcsolódóan. Nem kellett elmenniük az otthonokba, italfogyasztási helyszínekre, mégis beleláthatnak, hogy ott mik történnek.

Egyik típusa a videók és képek feltöltését is lehetővé tevő csoportoknak, a különféle közösségi oldalakon végzett fókuszcsoporthoz. Ezeknek több egyéb előnye is van azon felül, hogy teljesebbé tehetik az eredményekből kirajzolódó képet. Egyrészt itt ismerős felülettel találkozhatnak a résztvevők (ha egyazon felületen végezzük a kutatást, mint ahonnan toborozzuk őket), másrészt a csak szövegalapú chat felületeket már sokan elavultnak tartják, ezek a felületek jobban tükrözik a mostani tipikus interneten előforduló interakciókat. Ráadásul, ha nincs szükség a kutatáshoz anonimitásra,

itt akkor segítheti a kommunikációt, hogy arcot tudnak kapcsolni a nevekhez a résztvevők.

Megfontolandó az is, hogy jobban kiaknázhatjuk az online kvalitatív kutatások teljes potenciálját, ha több módszert alkalmazó kutatást végzünk, akár egy netnográfiai (Dörnyei – Mitev, 2010) kutatás keretében, amelyen belül az online fókuszcsoporthoz csak egyike a végzett kutatási tevékenységeknek, és emellett például az interneten eleve hozzáférhető különféle tartalmak (fórumok, blogok, Twitter bejegyzések, nyilvános Facebook-oldalak stb.) szövegelemzésére is sor kerül.

*A csoporttagok kiesésének kockázata:* a hosszabb ideig tartó aszinkron csoportokban nagyobb problémát jelent a résztvevők kiesésének kockázata. Meg kell tehát fontolni, hogy ne túl hosszú ideig tartson az aszinkron csoport. Esetenként érdemes lehet ellenőrizni, hogy van-e olyan résztvevő, aki már hosszabb ideje nem szól hozzá a témához, e-mailben felkeresni, rákérdezni a hallgatás okára, és aktívabb részvételre bátorítani. Egy másik lehetséges stratégia eleve viszonylag sok résztvevővel indítani a csoportot, ilyenkor ugyanis a résztvevők száma akkor sem lesz túl kicsi, ha időközben több tag is elhagyja a csoportot.

*A technikai problémák kezelése:* mindenképp szükséges használat előtt tesztelni a fókuszcsoporthoz beszélgetésre használt felületet, hogy felmérhessük az esetlegesen jelentkező technikai problémákat. Érdemes több különböző időpontban tesztelni, ugyanis az ingyenesen használható csevegőfelületek az internet-használat csúcsidejében (pl. péntek este) erősen túlterheltek lehetnek. Még előzetes tesztelés esetén is előfordulhatnak technikai problémák a csoport menete alatt, egy-egy résztvevő például átmenetileg kieshet a beszélgetésből (pl. gyenge internetkapcsolat miatt), így fel kell készülnünk arra is, hogy a menet közben jelentkező technikai hibákat kezeljük. Hasznos, ha a szinkron beszélgetés idején kapcsolatba tudnak a résztvevők lépni olyasvalakivel, aki szükség esetén számítástechnikai segítséget nyújt (ez akkor is jó, ha végül nem sikerül megoldani a problémát, ugyanis így nem a moderátornak kell ezzel időt töltenie, miközben a társalgásból kieső személy sem érzi úgy, hogy magára hagyják a problémájával).

*Az adatbiztonság és anonimitás kérdése:* a biztonsági problémák elkerülését segíti, ha jelszóval védett felületen folytatjuk a csoportos beszélgetést. A résztvevők anonimek maradnak, ha a csevegőszobába saját maguk által választott felhasználónéven jelentkeznek be.

Összességként elmondható, hogy óriási különbségek lehetnek a szövegalapú fókuszcsoporthoz esetében az adatgazdagságban és a minőségben: ezekből a szempontokból a módszer lényegesen hatékonyabbá tehető a cikkben megfogalmazott egyes eszközök alkalmazásával.



## Jegyzetek

- <sup>1</sup> A cikk az OTKA/NKI 108981 számú kutatása keretén belül készült. A szerző munkáját a Magyar Tudományos Akadémia Bolyai János Kutatási Ösztöndíjjal támogatja.
- <sup>2</sup> A szerző szisztematikus Google Scholar keresése alapján (2016. február 15.). A legtöbb találat egészségügyi kutatás volt, viszonylag kevés kutatás fordult elő, amely ezen a területen kívülre esett.
- <sup>3</sup> A Piackutatási blog 2010-ben külföldi és hazai piackutatók, fókuszcsoporthoz szakemberek álláspontját mutatta be a kérdéskörben „Miért nem vált eddig népszerűvé az online fókuszcsoporthoz” címmel (Forecast Research, 2010a, 2010b).
- <sup>4</sup> A Secondlife egy virtuális világ, a felhasználói kiválaszthatnak saját maguknak egy vizuális megjelenítést (avatart) és utána avatárjukon keresztül interakcióba léphetnek más avatárokkal (<http://secondlife.com/>).

## Felhasznált irodalom

- Abrams, K. – Wang, Z. – Song, Y.J. – Galindo-Gonzalez, S. (2015): Data Richness Trade-Offs Between Face-to-Face, Online Audiovisual, and Online Text-Only Focus Groups. *Social Science Computer Review*, 33(1), 80-96. o. doi: 10.1177/0894439313519733
- Bodoky T. (2007): „Nincs tévém, nem olvasok papírujságot” Médiakutató 2007 nyár, [http://www.mediakutato.hu/cikk/2007\\_02\\_nyar/06\\_nincs\\_tevem](http://www.mediakutato.hu/cikk/2007_02_nyar/06_nincs_tevem), Letöltve: 2015. november 13.
- Burton, L. – Goldsmith, D. (2002): The Medium is the Message: Using online focus groups to study online learning. A Presentation for the Association for Intuitional Research (2002. június 4.). Toronto, Ontario, Canada. <http://www.ctdlc.org/Evaluation/mediumpaper.pdf>, Letöltve: 2015. november 13.
- Cook, K. – Jack, S. – Siden, H. – Thabane, L. – Browne, G. (2014): Innovations in Research with Medically Fragile Populations: Using Bulletin Board Focus Groups. *The Qualitative Report*, 19(39), 1-12. o. <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol19/iss39/1>, Letöltve: 2015. november 13.
- Dörnyei K. – Mitev A. (2010): Netnográfia, avagy online karosszék-etnográfia a marketingkutatásban. *Vezetéstudomány*. XLI. évf. 2010. 4. szám
- Franklin, K. K. – Lowry, C. (2001): Computer-mediated focus group sessions: naturalistic inquiry in a networked environment. *Qualitative Research*, 1(2), 169–184. o. doi: 10.1177/146879410100100204
- Forecast Research (2010a): Miért nem vált eddig népszerűvé az online fókuszcsoporthoz? (1. rész – külföldi szakértők). [http://piackutatas.blog.hu/2010/01/04/miert\\_nem\\_valt\\_eddig\\_nepszeruve\\_az\\_online\\_fokuszcsoporthoz\\_1\\_resz\\_kulfoldi\\_szakertok](http://piackutatas.blog.hu/2010/01/04/miert_nem_valt_eddig_nepszeruve_az_online_fokuszcsoporthoz_1_resz_kulfoldi_szakertok), Letöltve: 2015. november 13.
- Forecast Research (2010b): Miért nem vált eddig népszerűvé az online fókuszcsoporthoz? (2. rész – hazai szakértők). [http://piackutatas.blog.hu/2010/01/05/miert\\_nem\\_valt\\_eddig\\_nepszeruve\\_az\\_online\\_fokuszcsoporthoz\\_2\\_resz\\_hazai\\_szakertok](http://piackutatas.blog.hu/2010/01/05/miert_nem_valt_eddig_nepszeruve_az_online_fokuszcsoporthoz_2_resz_hazai_szakertok), Letöltve: 2015. november 13.

- Fox, E. – Morris, M. – Rumsey, N. (2007): Doing Synchronous Online Focus Groups with Young People: Methodological Reflections. *Qualitative Health Research*, 17(4), 539-547. o. doi: 10.1177/1049732306298754
- Gaiser, T. J. (1997): Conducting On-Line Focus Groups. A Methodological Discussion. *Social Science Computer Review*, 15(2), 135–144. o.
- Grady, H.W. (2000): Virtual focus group: a methodological assessment. Paper presented at the Midwest Association for Public Opinion Research Annual Convention, Chicago. 2000 november.
- Graffigna, G. – Bosio, A.C. (2006): The Influence of Setting on Findings Produced in Qualitative Health Research: A Comparison between Face-to-Face and Online Discussion Groups about HIV/AIDS. *International Journal of Qualitative Methods*. 5(3), 55-76. o.
- Greenbaum, T. L. (1997): Internet Focus Groups: An Oxymoron. *Marketing News*, 35-36. o. 1997. március 3. <http://www.groupsplus.com/pages/oxymoron.htm>, Letöltve: 2015. november 13.
- Greenbaum, T. L. (2000): Focus Groups Vs. Online – Clients: Weigh benefits, liabilities of research types before buying. *Advertising Age*, február 14.
- Heltzel, N. (2014): Cell Phone Cyberbullying's Impact on Victims' Attendance, Academics, and Social and Personal Life in School: A Phenomenological Qualitative Study. Doctoral Dissertations and Projects. Paper 893. <http://digitalcommons.liberty.edu/doctoral/893>, Letöltve: 2015. november 13.
- Herendy Cs. (2009): Weboldal-fejlesztés: innovatív és hagyományos módszerek II. Médiakutató 2009 tavasz [http://www.mediakutato.hu/cikk/2009\\_01\\_tavasz/04\\_weboldal\\_fejlesztes](http://www.mediakutato.hu/cikk/2009_01_tavasz/04_weboldal_fejlesztes), Letöltve: 2015. november 13.
- Ho, S. S. – McLeod, D. M. (2008): Social-Psychological Influences on Opinion Expression in Face-to-Face and Computer-Mediated Communication. *Communication Research*, 35(2), 190-207. o. doi: 10.1177/0093650207313159
- Hughes, J. – Lang, K. L. (2004): Issues in Online Focus Groups: Lessons Learned from an Empirical Study of Peer-to-Peer Filesharing System Users. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 2(2), 95–110. o. <http://www.ejbrm.com/vol2/v2-i2/vol2-issue2-art5-hughes.pdf>, Letöltve: 2015. november 13.
- Index (2006): Titkos gondolatokra is fényt derít az online fókuszcsoporthoz, <http://index.hu/tudomany/onlinefok053/>, Letöltve: 2015. június 2.
- Lijadi, A. A. – G. J. van Schalkwyk (2015): Online Facebook Focus Group Research of Hard-to-Reach Participants. *International Journal of Qua-*

- litative Methods, 14(5), 2015 december: 1–9. o. doi:10.1177/1609406915621383
- Link, A., – Dinsmore, S.* (2014): Online Focus Groups: Selecting a Platform. 2014. december 7. [http://www.academia.edu/2064385/Online\\_Focus\\_Groups\\_Selecting\\_a\\_Platform](http://www.academia.edu/2064385/Online_Focus_Groups_Selecting_a_Platform), Letöltve: 2015. november 13.
- Maulana, A. E.* (2002): Consumer Misconceptions of FMCG’s Brand-Sites: An Exploratory Study Using Virtual Focus Groups. ANZMAC 2002 Conference Proceedings. [http://130.195.95.71:8081/WWW/ANZMAC2002/papers/pdfs/p345\\_maulana.pdf](http://130.195.95.71:8081/WWW/ANZMAC2002/papers/pdfs/p345_maulana.pdf) , Letöltve: 2015. november 13.
- Nicholas, D.B. – Lach L. – King, G. – Scott, M. – Boydell, K. – Sawatzky, B.J. – Resiman, J. – Schippel, E. -Young, N.L. (2010): Contrasting Internet and Face-to-Face Focus Groups for Children with Chronic Health Conditions: Outcomes and Participant Experiences. *International Journal of Qualitative Methods*, 9 (1), 106-121. o.
- Newby, R. – Soutar, G. – Watson, J.* (2003): Comparing Traditional Focus Groups with a Group Support Systems (GSS) Approach for Use in SME Research. *International Small Business Journal*, 21(4), 421–433. o.
- Oringderff, J.* (2004): “My Way”: Piloting an online focus group. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(3), 69-75. o. <https://ejournals.library.ualberta.ca/index.php/IJQM/article/view/4466/3791>, Letöltve: 2015. november 13.
- Rezabek, R.* (2000): Online focus groups: Electronic discussions for research. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(1), Article 18. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001185>, Letöltve: 2015. november 13.
- Schmaltz, J.* (2015): Online focus groups – How do they work? Videó az interneten. <https://www.youtube.com/watch?v=9jh5hlfX28w>, Letöltve: 2015. november 3.
- Siklaki I.* (2006): Az online kvalitatív közvélemény- és piackutatás módszertani kérdései. *Jel-Kép*, 2. sz., 59–73. o.
- Stewart, K. – Williams, M.* (2005): Researching online populations: the use of online focus groups for social research. *Qualitative Research*, 5(4), 395-416. o. doi: 10.1177/1468794105056916
- 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(1), 31–42. o. doi: 10.1177/089443930202000104
- Underhill, C. – Olmsted, M. C.* (2003): An Experimental Comparison of Computer Mediated and Face-to-Face Focus Groups. *Social Science Computer Review*, 21(4), 506-512. o.
- Tatar, J.* (2008): Focus groups on Second Life. [www.qrca.org/associations/6379/files/SecondLifeFINAL.doc](http://www.qrca.org/associations/6379/files/SecondLifeFINAL.doc), Letöltve: 2015. november 3.
- Taylor, J. – MacDonald, J.* (2002): The Effects of Asynchronous Computer-Mediated Group Interaction on Group Processes. *Social Science Computer Review*, 20(3), 260–274. o.
- Terrell, S. R.* (2011): Face-to-Face in Writing: My First Attempt at Conducting a Text-based Online Focus Group. *The Qualitative Report*, 16(1), 286-291. o. <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol16/iss1/19>, Letöltve: 2015. november 13.
- Turney, L. – Pocknee, C.* (2005): Virtual focus groups: New frontiers in research. *International Journal of Qualitative Methods*, 4(2), [http://ualberta.ca/~ijqm/backissues/4\\_2/pdf/turney.pdf](http://ualberta.ca/~ijqm/backissues/4_2/pdf/turney.pdf), Letöltve: 2015. november 13.
- Vicsek L.* (2006): Fókuszcsoport. Budapest: Osiris Kiadó
- Walston, J. T. – Lissitz, R. W.* (2000): Computer-Mediated Focus Groups. *Evaluation Review*, 24(5), 457–483. o. doi: 10.1177/0193841X0002400502
- Williams, M.* (2007): Policing and Cybersociety: The Maturation of Regulation within an Online Community, *Policing and Society*, 17(1), 59-82 o. doi: 10.1080/10439460601124858