

Új adatgyűjtési módszerek kidolgozása, tesztelése és terjesztése a romákkal szembeni diszkrimináció mérésére a közszolgáltatásokban (ADinPS)

Európai Unió által finanszírozott projekt
(REC-AG-2019/REC-RDIS-DISC-AG-2019)

Hogyan használjuk a „mystery shopping”-ot a közszolgáltatásban tapasztalható diszkrimináció mérésére

Útmutató civil szervezeteknek

Papdi Nikolett és Scharle Ágota



This publication was funded by the European Union's Rights, Equality and Citizenship Programme 2014-2020.

The content of this publication represents only the views of the authors and is their sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.

„Új adatgyűjtési módszerek kidolgozása, tesztelése és terjesztése a romákkal szembeni diszkrimináció mérésére a közszolgáltatásokban (ADinPS)” című projektet a Közép-európai Egyetem (CEU, Magyarország) Közpolitikai Tanulmányok Központja által vezetett konzorcium a Budapest Intézettel, (BI, Magyarország), az Amalipe Etnikumközi Párbeszéd és Tolerancia Központtal – (Bulgária), a ROMEA-val (Csehország) és az Autonomia Alapítvánnyal (Magyarország) együttműködve 2020 májusa és 2022 februárja között valósította meg.

A projekt célja, hogy a civil szervezetek által könnyen megvalósítható, a diszkrimináció rendszeres és szisztematikus nyomon követésére használható adatgyűjtési módszerek kidolgozásával, kipróbálásával és terjesztésével hozzájáruljon a romák által a közszolgáltatások igénybevétele során tapasztalt diszkrimináció elleni küzdelemhez.

A projekt során három alulról építkező civil szervezet, az Amalipe (Bulgária), a ROMEA (Csehország) és az Autonomia Foundation (Magyarország) hat kísérletben (országonként kettő) tesztelte a "mystery shopping" módszert:

- Bulgária: iskolai beiratkozás, önkormányzati szociális lakhatáshoz való hozzáférés,
- Csehország: iskolai beiratkozás, önkormányzati helyiségek bérlése,
- Magyarország: iskolai beiratkozás, gépkocsi regisztráció,

és adatokat gyűjtöttek a romák által a közszolgáltatások használata során tapasztalt diszkriminációról; vizsgálták az online kommunikációt és a szolgáltatókkal való személyes kapcsolatfelvételt is.

Ezen útmutató a három civil szervezet által végzett módszertani tesztelés alapján készült.

© Budapest Szakpolitikai Elemző Intézet, 2021, Budapest.
Ez a kiadvány [CC BY-NC 4.0 licenc](#) alatt áll.

Az ADinPS projektet az Európai Unió Jogok, Egyenlőség és Állampolgárság Programja (REC) 2014-2020 finanszírozta.

A kiadvány tartalma kizárólag a szerzők nézeteit képviseli, és az ő kizárólagos felelősségük. Az Európai Bizottság nem vállal felelősséget a benne foglalt információk esetleges felhasználásáért.

Tartalom

1. Az útmutató célja	2
2. Miért mérjük és hogyan mérhető a diszkrimináció	2
2.1. Miért hasznos a diszkrimináció mérése?	2
2.2. Alternatív mérési módszerek	3
3. „Mystery shopping” és etikai megfontolások	4
3.1. Mi az a „mystery shopping”	4
3.2. Etikai kockázatok és mérséklési stratégiák	4
3.3. Szolgálati idő pazarlása	5
3.4. A résztvevők magánéletének és titkosságának kockáztatása	5
3.5. Tájékoztatáson alapuló beleegyezés megszerzése és megtévesztés alkalmazása	6
3.6. Társadalmi szintű bizalmatlanság kialakulása	7
3.7. Kiszolgáltatott csoport bevonása: etnikai kisebbség	7
4. A teszt felállítása	8
4.1. Tesztelni kívánt szolgáltatás kiválasztása	8
4.2. Kommunikációs csatorna kiválasztása	9
4.3. A forgatókönyv kidolgozása	10
4.4. Az avatarok toborzása és előkészítése vagy létrehozása	11
5. A teszt elvégzése	12
5.1. A minta méretének kiválasztása	12
5.2. A szolgáltatók teljes listájának összeállítása és elérhetőségek beszerzése	12
5.3. Miért és hogyan kell randomizálni a kontroll csoportot	13
5.4. Időzítés	13
5.5. Avatarok kiküldése	13
5.6. Adatgyűjtés	14
6. Az eredmények kiszámítása és megjelenítése	14
6.1. Az eredményeket torzító tényezők	14
6.2. A diszkrimináció mutatói	15
6.3. Megjegyzés a regressziós elemzéshez	15
6.4. Hasznos grafikonok készítése	15
7. További olvasnivalók	16
8. Függelék	17
8.1. Példa egy kísérleti forgatókönyvre	17
8.2. Példa megfigyelőlapra	18
8.3. Randomizálás	19

Hogyan használjuk a „mystery shopping”-ot a közszolgáltatásban tapasztalható diszkrimináció mérésére

Útmutató civil szervezeteknek

1. Az útmutató célja

Az útmutató célja, hogy támogassa a romák vagy más diszkriminált csoportok jogainak védelmében részt vevő civil szervezeteket. Megtudhatjuk belőle, hogy miért hasznos meggyőző bizonyítékokat gyűjteni a hátrányos megkülönböztetéssel kapcsolatban, és gyakorlati tanácsokat ad az ilyen bizonyítékokat megjelenítő kísérletek megtervezéséhez és végrehajtásához. Az útmutató középpontjában a "mystery shopping" viszonylag olcsó és könnyen használható módszere áll.

A módszer úgynevezett avatarok használatán alapul, akik egy szolgáltatás felhasználójának tetteik magukat és a kísérlet megalkotói az ő tapasztalataikról gyűjtenek információt. A diszkriminációt a többségi csoportba tartozó avatarok és a diszkriminált csoporthoz tartozó avatarok tapasztalatainak összehasonlításával mutatjuk ki. A módszer három fő szakaszból áll: a kísérlet felállítása, a megvalósítás és az adatelemzés, és mindegyik szakasz bizonyos szakértelmet igényel. A tervezési szakasz megköveteli a statisztika tudományában való jártasságot, a tudományos megfigyelés alapjainak, valamint a tesztelendő szolgáltatásnak az ismeretét. A megvalósítási szakaszban szükségszerű az adatgyűjtési technikák ismerete és az irányítási képesség. Az elemzési szakasz megköveteli az adattisztítás terén szerzett tapasztalatot és a tényeket összevető hatásértékelési eszközök ismeretét.

Egyes civil szervezetek házon belül rendelkeznek ezekkel a készségekkel, mások pedig partner szervezetekkel együttműködve férhetnek hozzájuk. Bizonyos készségek esetén külső szakértők bevonása javasolt. Ha úgy gondoljuk, hogy az elemzési szakaszhoz külső szakértőt kell bevonnunk, fontos, hogy ezt már a tervezési szakaszban megtegyük. Ennél a módszernél ugyanis a gondos tervezés sokkal könnyebbé teheti az elemzést, és sokkal megbízhatóbbá a bizonyítékokat, míg a tervezési szakaszban elkövetett hibákat sokszor lehetetlen később kijavítani.

2. Miért mérjük és hogyan mérhető a diszkrimináció

2.1. Miért hasznos a diszkrimináció mérése?

A diszkriminált csoportokkal dolgozó civil szervezetek mindennapi munkájuk során gyakran tapasztalnak diszkriminációt: tudják, hogy jelen van, és ismerik a formáit is. Számukra talán nem tűnik nyilvánvalónak, hogy miért lehet hasznos ennek mérése.

A megbízható bizonyítékok rendkívül hasznosak lehetnek, amikor a nem kormányzati szervezetek meg akarják győzni a kormányzati tisztviselőket, politikusokat vagy a közvéleményt bizonyos politikai lépések szükségességéről, és akkor is amikor meg akarjuk győzni az adományozókat a civil szervezetek tevékenységének szükségességéről. Sokan kevés személyes tapasztalattal rendelkeznek a romákkal kapcsolatban, és nincsenek tisztában azzal, hogy milyen gyakran és milyen módon szembesülhetnek diszkriminációval, ezért hajlamosak alábecsülni a problémát.

A diszkrimináció példáinak bemutatása a médiában vagy bírósági ügyekben kiválóan alkalmas a figyelem felkeltésére. Ahhoz azonban, hogy meggyőzzük a kormánytisztviselőket hogy áldozzanak pénzt az ügyre és hogy változtassanak a meglévő politikán, jobb, ha megbízható számok állnak rendelkezésre: statisztikák és hatáselemzések, amelyek bizonyítják a diszkriminációt. Ha a civil szervezetek csak egyedi eseteket mutatnak be, a döntéshozók mindig elvethetik azokat, mondván, hogy a probléma nem rendszerszintű¹, és az ilyen esetek pusztán néhány ember egyéni hibáinak tulajdoníthatók.

A diszkriminációval kapcsolatos információk gyűjtése segítséget nyújthat a civil szervezetek tevékenységeinek kialakításában is, melyek ellenőrizhetik, hogy a tudományos elemzés megerősíti-e saját elképzeléseiket arról, hogy hol és hogyan történik a diszkrimináció, és szükség esetén módosíthatják tevékenységeiket.

Egy másik érv mellett, hogy a civil szervezetek ilyen kísérleteket végezzenek, az, hogy sok országban senki más nem fogja ezt megtenni helyettük. Az esélyegyenlőség biztosításáért felelős kormányzati szervek gyakran nem motiváltak és/vagy nem képesek bizonyítékokat gyűjteni, vagy csak a magánszektorbeli diszkrimináció felderítésére koncentrálnak. Elképzelhető, hogy befektetnek néhány mélyreható tanulmányba, de nincsenek ösztönözve (és nincs kapacitásuk sem) arra, hogy rendszeresen nyomon kövessék a kormányzati szolgáltatások területén történő diszkriminációt.

Ebben az útmutatóban a közszférában jelen levő diszkrimináció mérésére hozunk példákat; a módszer azonban a magánszektorra is jól alkalmazható.

2.2. Alternatív mérési módszerek

A "mystery shopping" nem az egyetlen módszer a diszkrimináció mérésére. Alternatív módszerek:

- olyan felmérések, amelyek közvetlenül kérdezik az embereket a diszkriminációról alkotott véleményükről
- az iskolákhoz, egészségügyi ellátáshoz, munkahelyekhez vagy más, az esélyegyenlőség és a jólét szempontjából fontos dolgokhoz való tényleges hozzáférés statisztikai elemzése.

Ezek az eszközök nagyon hasznosak és megbízható bizonyítékot szolgáltathatnak, de van néhány hátrányuk. A felmérések költségesek, és nem feltétlenül ragadják meg az olyan emberek valódi attitűdjét, akik tudják, hogy a diszkrimináció társadalmilag nem elfogadható, vagy olyanokét akik alábecsülik a diszkriminációt, mert kevésbé tudatosak vagy kevésbé érzékenyek arra, hogy észrevegyék. A pozíciókhoz vagy szolgáltatásokhoz való tényleges hozzáférés elemzése magas szintű szakértelmet igényel, és a hozzáférésre, a csoportidentitásra és más tényezőkre, amelyek

¹ Helyhiány miatt a diszkrimináció pusztán két lehetséges kiváltó okát említjük meg. Először is, előítéletek ugyanolyan gyakran előfordulhatnak a köztisztviselők körében, mint a magánszektorban. Másodsor, a diszkrimináció közvetett, gyakran nem szándékolt formát ölthet a mindenkire egyformán alkalmazott, de a romákat eltérő módon érintő gyakorlatokban (pl. egyes közszolgáltatások bejelentett lakcíméhez kötöttek, olyan országokban, ahol sok roma nem rendelkezik ilyen regisztrációval). Vagy például egy látszólag semleges intézkedés kapcsán azt tapasztaljuk, hogy a rendőrség gyakrabban állítja meg a romákat személyi igazolvány ellenőrzése céljából, mint a nem roma járókelőket.

befolyásolhatják az eredményeket, de nem kapcsolódnak közvetlenül a diszkriminációhoz (például lakóhely), vonatkozó jó minőségű információk elérhetőségétől függ.

A helyzet teszt egy hasonló eszköz, de azt kis léptékben alkalmazzák a diszkrimináció bizonyítására jogi esetekben (Rorive 2008).

A többi módszerrel összevetve a "mystery shopping" fontos korlátja, hogy a szolgáltatáshoz való hozzáférés első szakaszában a legalkalmasabb a diszkrimináció tesztelésére, mivel az ezzel járó kockázatok általában magasabbak az ügyfél útjának későbbi szakaszaiban.

3. „Mystery shopping” és etikai megfontolások

3.1. Mi az a „mystery shopping”

A "mystery shopping" (próbavásárlás, diszkrimináció tesztelés) a résztvevő megfigyelés egy speciális formája. A résztvevő (vagy avatar) úgy tesz mintha egy szolgáltatást venne igénybe, de titokban megfigyeli a szolgáltatót; más szóval a módszer megtévesztéssel jár. Esetünkben a hangsúly azon van, hogy mennyire elérhetőek a szolgáltatások, és elsősorban arra vagyunk kíváncsiak, hogy a romák tapasztalnak-e ezzel kapcsolatos diszkriminációt. A résztvevők egy előre meghatározott forgatókönyvet követnek, amely meghatározza a viselkedésüket, valamint a szolgáltató lehetséges viselkedéseire és kérdéseire adott válaszaikat.

- Etikai megfontolások tekintetében a köztisztviselők és a szolgáltatást igénybe vevők egyaránt részt vesznek a kísérletben, de a kísérletet végzők csak a szolgáltatást igénybe vevők cselekedeteit és reakcióit tudják befolyásolni.
- Az Ön szervezete, mint a két fél közötti kapcsolat segítője, felelős azért, hogy a szolgáltatás felhasználója az előre egyeztetett forgatókönyv alapján tudjon eljárni.
- Rendkívül fontos, hogy a szolgáltatás igénybe vevője a lehető legpontosabban kövesse a forgatókönyvet, hogy minimalizálja az etikai kockázatokat, és képes legyen megfigyelni az esetleges diszkriminatív magatartást.

3.2. Etikai kockázatok és mérséklési stratégiák

Ez a rész felvázolja azokat az etikai és adatvédelmi kérdéseket, amelyek a "mystery shopping" kísérletek végrehajtása során felmerülhetnek, és ajánlásokat ad a kapcsolódó kockázatok lépésről lépésre történő mérséklésére annak érdekében, hogy a civil szervezetek számára bevált gyakorlatot alakítson ki.

Az alábbi táblázat a „mystery shopping” kísérletek egyes kommunikációs csatornáihoz kapcsolódó etikai kockázatokat mutatja be. A csatorna (csatornák) kiválasztását követően figyelmesen olvassuk el, és értelmezzük a felmerülő kockázatokat, valamint azon módszereket, amelyekkel ezen kockázatok minimalizálhatóak.

Táblázat 1. Kommunikációs csatornák és kockázataik

Kommunikációs csatornák	Potenciális etikai kockázatok						
	Szolgálati idő pazarlása	Magánélet és titkosság		Beleegyezés problémája		Bizalmatlanság	Kiszolgáltatott csoport
		SZH	KD	SZH	KD		
Személyesen	I	I	I	I	I	I	I
Telefonon	I	N	I	I	I	I	I
Telefonon avattarral	I	N	I*	N	I	I	N
Facebook/messenger	N	N	N	N	N	I	N
Email/levél	N	N	I*	N	I	I	N

*Rövidítések: SZH = szolgáltatót használó; KD = közszolgálati dolgozó; I = igen, van kockázat; N = nincs kockázat vagy elenyésző; * Csak nem körültekintő adatkezelés esetén*

3.3. Szolgálati idő pazarlása

A szolgáltatók (közszolgálati dolgozók) szokásos és megszokott attitűdjének és viselkedésének megfigyeléséhez valós élethelyzeteknek megfelelő forgatókönyveket kell tervezni. A szolgáltatás igénybevétele a dolgozó szolgálati idejének igénybevitelével történik, így költségekkel jár. Az etikai aggályok komolyabbak szűkös vagy költséges szolgáltatás esetén.

A kockázat csökkenthető, ha:

- Kizárjuk a különösen költséges szolgáltatásokat és az összes segélyszolgálatot.
- A forgatókönyveket a lehető legrövidebbre tervezzük.
- A szolgáltatás tényleges igénybevétele helyett az információcserére összpontosítunk.
- Nem várjuk el a szolgáltatóktól, hogy olyan kérdésekre válaszoljanak, amelyek nem kapcsolódnak szorosan pozíciójukhoz és feladatkörükhöz.
- A kérdéseket a szolgáltató személyi szakértelmére / területére korlátozzuk.
- Csökkentjük az esetek bonyolultságát az interakció két emberre való szűkítésével.

3.4. A résztvevők magánéletének és titkosságának kockáztatása

Még az ügyfelek hamis személyazonosságát esetén is, a személyes interakciók során a szolgáltató egy későbbi időpontban emlékezhet az ügyfélre, ami negatívan befolyásolhatja azok jövőbeni szolgáltatáshoz való hozzáférését. Ha az interakciónak negatív következményei vannak a tisztviselőre nézve (például, ha azt a felettségének jelentik), és magatartása miatt büntetést kap, akkor ez negatív érzéseket kelthet benne az egész diszkriminált csoporttal szemben. Fennáll annak a kockázata is, hogy a szolgáltatást igénybe vevők és a tisztviselők már ismerik egymást.

Előfordulhat, hogy az "álkliensek" emlékeznek a tisztviselők nevére, és a jövőben felismerik őket, mivel a tisztviselők tudtukon kívül, választási lehetőség hiányában, valódi személyazonosságukkal vesznek részt a kísérletben. Végül, a közszolgálati alkalmazottak hátrányos helyzetbe kerülhetnek, ha a munkáltatójuk (vagy bárki más) tudomást szerez a magatartásukról. Következmény lehet például, hogy nem kapnak fizetésemelést, vagy pellengérré állítják őket.

A kockázat csökkenthető, ha:

- Lehetőség szerint kerüljük a személyes interakciókat. Használjunk alternatív csatornákat, például telefont, e-mailt vagy hagyományos levelet.
- Nem küldünk kutatási alanyokat olyan helyre, ahol a tisztviselők azonosíthatják őket, és fordítva (pl. kerüljük el szülőhelyüket és lakóhelyüket).
- Az elemzés előtt anonimizáljuk a kutatási alanyok által benyújtott adatokat.
- Álneveket rendelünk a szolgáltatás felhasználóihoz az anonimitás biztosítása érdekében.
- A szükséges minimumra korlátozzuk az érzékeny információk kezelésében részt vevő személyek számát.
- Nem osztunk meg bizalmas információkat nem megbízható platformokon.
- Nyomon követjük, hogy ki és mikor férhetett hozzá az adatokhoz.
- Harmadik félnek nem adunk ki semmilyen egyéni szintű személyes adatot.
- Nem vizsgáljuk tovább a közfoglalkoztatottak egyéni teljesítményét, és a szolgáltatóval nem közlünk / nem osztunk meg egyéni teljesítményre vonatkozó információkat. Ha és amikor tájékoztatjuk a szolgáltatót a kutatási projektről, előre jelezzük, hogy nem fogjuk tudomására hozni a kísérletben részt vevő dolgozók egyéni viselkedését.

3.5. Tájékoztatáson alapuló beleegyezés megszerzése és megtévesztés alkalmazása

Embereken végzett kísérletek esetében általános követelmény a résztvevők kutatásról való teljes körű tájékoztatása, de a "mystery shopping" kísérlet, mivel megtévesztésen alapul, kivételt képez az általános szabály alól.

A "mystery shopping" módszerében az eredmények érvényességének biztosításához a megtévesztés alkalmazása feltétlenül szükséges. Először is, a közszolgálati tisztviselők nem tudhatnak a kísérletről, ellenkező esetben, valószínűleg változtatnának magatartásukon, ami meghiúsítaná a kutatás célját. Emellett, a szolgáltatást igénybe vevők nem tudhatják, hogy a kísérlet az etnikai diszkriminációra összpontosít. Ennek az az oka, hogy a kísérlet az ő megfigyeléseikre támaszkodik, és ha tudják, mit kell keresniük, akkor nagyobb a valószínűsége, hogy meg is találják azt akár anélkül is, hogy valóban létezne. Ezt a jelenséget a szakirodalomban megerősítési torzításnak nevezik. Emiatt a vizsgálat valódi célját, a diszkrimináció mérését, el kell rejteni a szolgáltatást igénybe vevők előtt.

Lehetséges kockázatok: (1) a szolgáltatást igénybe vevők szorongást érezhetnek, amikor megtudják a vizsgálat valódi célját, és (2) a szolgáltatást nyújtó dolgozók becsapva érezhetik magukat, ha tudomást szereznek a kutatásban való akaratlan részvételükről.

A kockázatok csökkenthetők, ha:

- Ahol lehetséges, kerüljük a természetes személyek ügyfélként való bevonását olyan online csatornák választásával, ahol avatarokat tudunk alkalmazni.

- Tájékoztatjuk a szolgáltatást igénybe vevőket a projekt főbb szempontjairól; a kísérlet természetéről (rejtett megfigyelés a "mystery shopping" módszerével), szerepükről mint megfigyelők, a kutatás szélesebb körű céljáról, ami a közsféra szolgáltatási teljesítményének mérése. De a megerősítési torzítás elkerülése érdekében nem közöljük velük, hogy potenciális diszkriminatív viselkedést is megfigyelnek.
- Csak a kísérlet befejezését követően tájékoztatjuk a szolgáltatás felhasználóit arról, hogy a kísérlet valódi célja a diszkrimináció mérése volt. Mivel korábban tájékoztattuk őket a főbb feltételekről, nagyon valószínűtlen, hogy haraggal vagy szorongással reagálnának. A teljes körű tájékoztatás késleltetésével a megerősítési torzítást teljesen ki tudjuk zárni.
- Többször kínálunk lehetőséget a kísérlet különböző szakaszaiban való kilépésre.
- Úgy tervezzük meg a kísérletet, hogy az a szolgáltatást igénybe vevők és a szolgáltatók közötti mindennapi találkozásokat tükrözze. A „normális” és „szokásos” viselkedést megfigyelni szeretnénk, nem pedig megváltoztatni.
- Nem tesszük ki a közalkalmazottakat olyan szokatlan helyzeteknek, amelyek nem tekinthetők munkakörük és napi rutinjuk velejárójának.

3.6. Társadalmi szintű bizalmatlanság kialakulása

Bár szükséges és indokolt lehet a megtévesztés alkalmazása egy kutatási kísérletben, tisztában kell lennünk a negatív mellékhatásokkal, és törekednünk kell mérséklésükre. A megtévesztés ronthatja az állampolgárok kutatásba vetett általános bizalmát, ami számos negatív következménnyel jár, például veszélyeztetheti a jövőbeli kutatási programokat. Bizalmatlanságot kelthet a közszolgálati alkalmazottakkal szemben is, ha/amikor diszkriminatív magatartásuk nyilvánosságra kerül. Végül pedig gyengítheti a bizalmat az állami szervek, a kutatói társadalom és a civil szervezetek között, különösen akkor, ha a bizalom szintje egyébként is viszonylag alacsony.

Ezek a kockázatok csökkenthetők olyan terjesztési stratégia alkalmazásával, amely

- Nem használ ellenséges nyelvezetet, és nem kelt fenyegetettség érzetet az állami szerveknek dolgozóknál.
- Hangsúlyozza a lehetséges pozitív hatásokat (pl. tanulási és együttműködési lehetőségek a diszkrimináció csökkentésére).
- Elismeri az állami szervek munkájának pozitív aspektusait és kezdeményezéseit.
- A problémát közös kihívásként jeleníti meg (ahelyett, hogy „mi” és „ők” kérdésként fogalmazná meg).
- Az érintett közszolgáltatásokra összpontosít, ahelyett, hogy általános állításokat fogalmazna meg a közszolgáltatások kapcsán felmerülő diszkriminációról.

Segítségünkre lehet, ha az eredmények közzététele előtt tájékoztatjuk a kísérlet által megcélzott ügynökségeket (vagy a központi szintet, ha az adminisztráció nagyon decentralizált), és egyeztünk velük a közzététel időpontjáról.

3.7. Kiszolgáltató csoport bevonása: etnikai kisebbség

Ha etnikai kisebbséghez tartozó egyének vesznek részt a kísérletben, a fenti kockázatok felerősödnek, így további intézkedéseket kell kieszaközölnünk. Ha a kísérletben természetes személyek is részt vesznek, meg kell védeni őket a kísérlet során és a későbbiekben esetlegesen bekövetkező károktól. Ezenkívül a kísérlet nem erősíthet meg vagy reprodukálhat sztereotípiákat. Például, ha a kísérlet során a szolgáltatást igénybe vevő email-t küld a hatóságnak, ahonnan pozitív válasz érkezik, arra kérve a

feladót, hogy erősítse meg érdeklődését, akkor az avatarnak erre feltétlenül válaszolnia kell, és el kell magyarázta, hogy már nincs szüksége a szolgáltatásra, amihez indoklást is fűz. Ennek hiányában megerősíthető a sztereotípiák, hogy a romák felelőtlenek.

Amit érdemes megfontolni:

- A szemtől szembe való érintkezés elkerülését.
- Álnevek használatát, valamint a szolgáltatást használók szülő- és lakóhelyének mellőzését a résztvevők anonimitásának és adatai titkosságának biztosítása érdekében.
- A szolgáltatást igénybe vevők "mystery shopping"-ra való különösen alapos felkészítését, beleértve a kilépési forgatókönyvet is.
- A szolgáltatást igénybe vevők szerepére laikus önkéntesek helyett hivatásos szereplők bevonását (ha lehetséges).
- Utólagos tájékoztatás formájában lehetőséget kínálni a szolgáltatás felhasználóinak esetleges rossz tapasztalataik megvitatására.

4. A teszt felállítása

Ez a fejezet lépésről lépésre leírja a legfontosabb döntéseket, melyeket egy kísérlet tervezésekor meg kell hozni. Döntéshozatalt követően célszerű még egyszer ellenőrizni, hogy javíthatunk-e a tervezésen a 3. fejezetben felsorolt kockázatok minimalizálása érdekében. A Függelékben egy kísérlet tervezésére hozott konkrét példa található.

4.1. Tesztelni kívánt szolgáltatás kiválasztása

A szolgáltatás kiválasztása részben érdekérvényesítési céljainktól, részben gyakorlati és etikai megfontolásoktól függ.

Először is vegyük figyelembe a gyakorlati tapasztalatainkat és az érdekképviseleti programunkat:

- Melyek azok a szolgáltatások, ahol diszkriminációval találkozunk?
- Melyek azok, ahol a korlátozott hozzáférésnek messzemenő negatív következményei vannak?
- Tisztában van-e a kormányzat a diszkriminációval / elismeri-e azt ezen szolgáltatásaiban?
- Ha ezen szolgáltatásokban diszkriminációra utaló jeleket találunk, hogyan használjuk majd ezeket az információkat?

Másodszor, fontoljuk meg a kiválasztott szolgáltatások tesztelési megvalósíthatóságát. Zárjuk ki azon szolgáltatásokat, amelyek:

- Nagyon költségesek vagy életmentők (pl. a mentő).
- Kötelezőek, vagy jellemzően állami szerv által kezdeményezettek (pl. gyermekek oltása vagy rendszeres egészségügyi vizsgálata, felnőttek tüdőszűrése).
- A legtöbb rászoruló ember számára elérhetők (ellentétben például a szociális lakásokkal).
- Automatikusan biztosítva vannak, ahol a köztisztviselőknek (szinte) egyáltalán nincs lehetőségük eldönteni, hogyan reagálnak az ügyfél kérésére, és így nem tehetnek hátrányos megkülönböztetést sem.

Harmadszor, fontoljunk meg néhány gyakorlati kérdést, amelyek megkönnyítik a tesztelés elvégzését:

- Gyakran használják a szolgáltatást (gyanúsak tűnhet-e a megkeresések számának hirtelen növekedése)?
- Nem a településen élők is használhatják? Újonnan érkezettek számára releváns?

- Kérhetnek-e az ügyfelek személyes kapcsolatfelvétel nélkül (pl. e-mailben, Facebookon vagy más webes felületen) információt a szolgáltatásról, miáltal kiválaszthatjuk, melyik csatorna működik jól a teszteléshez?
- Ha a szolgáltatás gyerekeknek szól, megvalósítható-e a teszt anélkül, hogy gyerekeket vonnánk be a kísérletbe?
- Általában akkor történik diszkrimináció, amikor az emberek először megkeresik a szolgáltatót, és a szolgáltatásról érdeklődnek? Ha a diszkrimináció főként egy későbbi szakaszban történik (például szociális lakások vagy egyéb szolgáltatások esetében, ahol a döntési folyamat hosszú, és van várólista), ezt sokkal nehezebb lesz tesztelni "mystery shopping"-gal.
- Szükségünk lesz a hely mélyreható ismeretére, hogy hitelesen érdeklődhessünk a szolgáltatással kapcsolatban? Ha igen, ez megnövelheti a tesztelésre fordított idő és pénz mennyiségét.
- Van-e több külön irodája a szolgáltatónak? Ha legalább 60 helyi irodájuk van, akkor van lehetőségünk elegendő megfigyelést generálni anélkül, hogy gyanússá váljunk.

4.2. Kommunikációs csatorna kiválasztása

Miután kiválasztottuk a különböző lehetséges szolgáltatásokat, mérlegelnünk kell, hogy ezekhez általában hogyan fér hozzá a nagyközönség, valamint a diszkriminált kisebbség. Az emberek általában telefonálnak, email-t írnak vagy FB Messengeren keresztül lépnek kapcsolatba? Vagy esetleg megjegyzést írnak a szolgáltató Facebook oldalára? Miután kiderítettük, hogy a szolgáltató és az ügyfélcsoportok mely csatornákat használják leggyakrabban, két fő tényezőt kell mérlegelnünk: a csatorna használatának költségét és annak kockázatát, hogy a kapcsolattartó gyanúsnak/irreálisnak tűnik.

Ha a csatorna irreális (vagyis ha olyan közösségek tagjai kezdik használni, akiknek általában alig van hozzáférésük), akkor a szolgáltató vagy gyanakodni kezd, vagy a kérést nem tulajdonítja hátrányos helyzetű személynek, és nem a megszokott módon válaszol. Ez a kockázat tönkretelheti a kísérletet. Ugyanakkor egyes szokásos csatornák nagyon költségesek lehetnek, és több etikai kockázatot is hordozhatnak, amint azt az 1. táblázat mutatja.

E tényezők mérlegelésekor fontos figyelembe venni, hogy a diszkrimináció valószínűleg egy szélesebb csoportot érint, nem csak az általunk vizsgált közösséget. Így például előfordulhat, hogy a szegregált közösségből érkező romák soha nem írnak e-mailt, de más, integráltabb környezetben élők gyakran használják ezt a csatornát, és mikor kapcsolatba lépnek a szolgáltatókkal diszkriminációt tapasztalnak. Emellett az online platformok használata is rohamosan terjed, így a szolgáltatók egyre nyitottabbá válnak az ezekről a csatornákról érkező megkeresésekre.

Táblázat 2. A fő csatornák gyakorlati előnyei és hátrányai

	Személyes	Telefon	Facebook, messenger	email	levél
Valós személy szükséges (kölséges)	igen	nem	változó	nem	nem
Könnyű avatart készíteni	nem	igen	nem	igen	igen
Könnyű erős markereket bevonni*	igen	nem	igen	igen	igen
Klienssel / tisztviselővel valós időben történő érintkezés: költséges	igen	igen	változó	nem	nem
Diszkrimináció nagyon valószínű	igen	igen	nem	nem	nem

* *markerek használatával tesszük egyértelművé a szolgáltatást nyújtónak, hogy az avatár a diszkriminált csoporthoz tartozik.*

Ahogy a táblázat mutatja, nincs olyan csatorna, amely minden esetben a legjobban működne. Spontaneitása miatt a személyes vagy telefonos megkeresés lehet a legjobb a diszkrimináció feltárására, hiszen a közszolgálati dolgozók nem gondolják, hogy a válaszokat utólag rögzítik vagy nyomon követik. Hátránya, hogy ezen csatornáknak valódi személy avatárt igényelnek, akiket fizetni kell (ha profi színészek), vagy alaposan ki kell képezni (ha önkéntesek), ami költséges. Ezenkívül sokkal több időre van szükség azonos számú megfigyelés összegyűjtéséhez², mint e-mailek esetén, melyeket egyszerre több címzettnek küldünk. Az e-mail további előnyei, hogy az írásbeli válaszokat könnyebb automatizált módszerekkel elemezni (ami csökkenti a költségeket), és egyértelmű eredményt nyújt (válaszoltak vagy sem?).

4.3. A forgatókönyv kidolgozása

Miután kiválasztottuk a szolgáltatást és a megfelelő csatornát, szükségünk lesz egy helyzetere, amiben az ügyfél és a szolgáltató közötti interakciót megfigyeljük.

Ideális esetben a helyzet a következő:

- Viszonylag egyszerű, hogy össze tudjuk hasonlítani a különböző ügyfelek által kezdeményezett helyzeteket, és mérni tudjuk a szolgáltató helyzetkezelésében tapasztalható esetleges különbségeket, de.
- biztosítsunk elegendő mozgásteret a közszolgálati dolgozónak, hogy viselkedésében megnyilvánulhasson a diszkrimináció.

² Sok avatár bevonásával csökkenthetjük a ráfordított időt, viszont ez megnehezíti az eredmények értelmezését, mivel avatárjaink eltérő személyiségjegyekkel rendelkeznek. Ideális esetben az avatárak csak abból a szempontból különböznek, hogy a megkülönböztetett csoporthoz tartoznak-e vagy sem.

- A válaszadás ne igényeljen nagy erőfeszítést a szolgáltató részéről.

Ez utóbbi szempont fontos az etikai kockázatok elkerülése szempontjából, és megkönnyíti az eredmények elemzését. A legjobb, ha a helyzet egyetlen szolgáltatásra irányul, és az azzal kapcsolatos információk megszerzésére (ahelyett, hogy az avatar ténylegesen megpróbálna használni egy szolgáltatást), és gyakran felmerülő problémákra összpontosít.

A legtöbb esetben hasznos 3-4 olyan kérdést feltenni, ahol a tisztviselőnek van némi választása a válaszadás módjában. Ehhez fontos tudnunk, hogy vannak-e olyan törvények vagy szabályok, amelyek előírják, hogy hogyan reagáljanak.

Amikor elkezdünk dolgozni a forgatókönyvön, sokat segíthet, ha találunk egy megbízható bennfentest (valakit, aki a szolgáltatónál dolgozik), aki elmondja a tipikus interakciókat és kérdéseket, amelyekkel naponta találkozunk. Mivel fennáll annak a veszélye, hogy bennfentesek felfedezik a folyamatban levő kísérletünket, a legcélszerűbb, ha információhoz informális hálózatokon keresztül jutunk, és ha lehetséges, ne szóljunk informátorunknak a kísérletről, vagy legalábbis ne említsük neki a tesztelési módszert.

Miután megvan a forgatókönyv vázlata, fel kell írjuk az avatarok által használt tényleges szavakat. Fontos, hogy a nyelvezet és a hangnem megfelelő legyen, hogy az avatarjaink a lehető legvalóságosabbnak és a lehető leghétköznapiabbnak tűnjenek, különben lebukhatnak, vagy nem váltják ki a szokásos diszkriminatív viselkedést, ami mérésünk meghiúsulását jelentené.

A személyes vagy telefonos beszélgetésekhez meg kell tervezzük az avatarok reakcióit, méghozzá a szolgáltató kezdeti reakcióitól függően. Ezekben a forgatókönyvekben meg kell tervezzünk egy kilépési lehetőséget is, azaz pontosan meg kell határozzuk, hogy hogyan tud az avatar kikerülni a helyzetből, ha rosszul érzi magát a történetek miatt, vagy ha úgy érzi, nem tudja tovább játszani az avatar szerepét.

4.4. Az avatarok toborzása és előkészítése vagy létrehozása

Az avataroknak valóságúnak kell lenniük, és tipikus ügyfelet kell megszemélyesíteniük. Mindegyik forgatókönyvhöz kétféle avatarra van szükségünk: az egyik a többségi lakosságot, a másik pedig a megkülönböztetett csoportot képviseli. Fontos, hogy a szolgáltató nagyon világosan lássa ezt a különbséget. Ezt több mint egy marker használatával biztosíthatjuk, melyek jelzik a szolgáltatónak, hogy melyik avatar tartozik a kisebbséghez. Jó marker lehet:

- Olyan név vagy vezetéknev, amely sokkal gyakoribb a kisebbség körében, mint a többségi lakosság esetén.
- A kisebbség által lakott területhez kapcsolódó utcanév.
- Fénykép, amelyen a kisebbség egy tipikus tagja látható (pl. láthatóan sötétebb bőrű, vagy tipikus sapkát vagy sálát visel).
- Olyan szervezet nevének megemlítése, amely egyértelműen a kisebbségért vagy velük együtt dolgozik (pl. roma tánccsoport, vagy hátrányos helyzetű gyermekeket segítő délutáni iskola oktatói).
- A kisebbségi csoportra jellemző, a többségi csoportban nem gyakori szavak vagy akcentus használata.

Gyűjtjük össze avatarjaink főbb jellemzőit, és győződjünk meg róla, hogy a tesztelés során a szolgáltatóval megosztandó összes információ összhangban van ezekkel a jellemzőkkel. Tehát, ha az avatarunkat általános iskolai végzettségű fiatal roma nőként írjuk le, akkor minden részletet - a nevet, vezetéknevet, lakcímet, e-mail fiókot, fényképet, írásmódot, nyelvtani hibákat stb. - ehhez a karakterhez kell igazítanunk.

Minden esetben nagyon fontos, hogy olyan avatarokat válasszunk vagy hozzunk létre, amelyek a lehető

leg hasonlóbbak egymáshoz, és ezek között az egyetlen lényeges különbség az a jellemző legyen, ami a megkülönböztetést várhatóan kiváltja. Ha nem tudunk teljesen egyforma avatarokat alkalmazni (pl. valódi személyek bevonása esetén), akkor fontos, hogy ne különbözzenek olyan módon, ami befolyásolhatja a szolgáltatót. Például azonos neműnek, korukban, megjelenésükben és ruházatukban hasonlóknak kell lenniük.

5. A teszt elvégzése

Ez a rész a teszt kivitelezésének gyakorlati elemeit mutatja be, ahol bizonyos pontokon külső szakértők bevonására lehet szükség.

5.1. A minta méretének kiválasztása

A mintanagyság és a minta kiválasztása igényel némi statisztikai szakértelmet, ezért itt érdemes tanácsot kérni. A minta nagyságának eldöntésekor (hány szolgáltatót vagy helyi kirendeltséget kell bevonni a tesztelésbe) figyelembe kell venni, hogy a nagyobb minta növeli az eredmények megbízhatóságát, de költségesebbé teheti a kísérletet, mind a tesztelési folyamat irányítása, mind pedig az adatok elemzése tekintetében. Egyes esetekben a mintát korlátozza a tesztelni kívánt szolgáltatás szervezeti felépítése: ha például a szolgáltatónak 100 helyi egysége van, akkor nem tudunk 500-as mintával dolgozni.

A kvantitatív elemzéshez meglehetősen nagy mintára van szükségünk. A meglévő empirikus tanulmányok alapján a diszkrimináció megbízható becsléséhez körülbelül 300 vagy több megfigyelésből álló végső minta szükséges. A minta mérete valamivel alacsonyabb lehet olyan helyzetekben, ahol a diszkriminatív magatartás várhatóan szélesebb körben elterjedt és így könnyebben megragadható (pl. telefonhívások vagy személyes találkozások során), és nagyobbak kell lennie olyan szituációkban, ahol a hátrányos megkülönböztetés nagyon finom formákat ölt (pl. írásbeli válaszokban). Ezenkívül, ha e-mailt vagy levelet használunk, számolnunk kell azzal, hogy nem feltétlenül kapunk választ minden elküldött üzenetre, ami végső mintánk méretének csökkenését eredményezheti.

A kvalitatív elemzéshez egy kisebb, legalább 20 esetből álló minta már értékes betekintést nyújthat.

5.2. A szolgáltatók teljes listájának összeállítása és elérhetőségek beszerzése

A minta készítéséhez szükségünk lesz a szolgáltató helyi kirendeltségeinek teljes listájára. Szerencsés esetben ez a lista elérhető egy hivatalos weboldalon, például az adott szolgáltatást felügyelő minisztériumnál. Egyes esetekben a lista nem kerül közzétételre, de a különböző helyeken nyújtott szolgáltatások fellelhetőek egy nyilvános adatbázisban, aminek segítségével összeállíthatjuk a teljes listát (ha lehetséges, valamilyen automatizált megoldással, ahelyett, hogy az egyes tételeket manuálisan másolnánk be). Ha a teljes lista nem áll rendelkezésünkre, érdemes felvenni a kapcsolatot kutatókkal, civil szervezetekkel és/vagy cégekkel, amelyek saját tevékenységük kapcsán birtokában lehetnek a listának, és hajlandóak azt megosztani vagy elfogadható áron eladni. Vagy ha jó személyes kapcsolataink vannak a kormány dolgozóival, akkor tőlük is kérhetjük a listát.

Nemcsak az egyes szolgáltatók nevére és helyére lesz szükségünk, hanem az elérhetőségeikre is. Attól függően, hogy melyik csatornát választottuk, kelleni fog az utca neve, telefonszám, e-mail cím, Facebook-fiók stb. Ha több nyilvános telefonszámuk vagy e-mail címük van, akkor válasszuk azt, amelyet a valós ügyfelek legvalószínűbben használnak.

Attól függően, hogy hogyan jutottunk hozzá az információhoz, előfordulhat, hogy a kapcsolattartási adatok nem naprakészek, vagy hibákat tartalmaznak. Ezt fontos ellenőrizni, különösen az e-mail

esetében, mivel a sok rossz cím nagy mértékben csökkenti a végső mintát (emellett ezeket később nehéz megtalálni és kivenni a mintából).

5.3. Miért és hogyan kell randomizálni a kontroll csoportot

A "mystery shopping" módszere a diszkriminációt két ügyfélcsoport, a diszkriminált kisebbség és a többségi lakosság (vagy ezen belüli alcsoportok) tapasztalatainak összehasonlításával méri. A módszer csak akkor nyújt megbízható bizonyítékot, ha ezt a két csoportot véletlenszerűen párosítjuk szolgáltatókkal, ezzel biztosítván, hogy azok hasonló szolgáltatókkal találkoznak. Így lehetünk biztosak abban, hogy eltérő tapasztalataik az avatarok etnikai háttérének (vagy más védett tulajdonságának) köszönhetőek, nem pedig azon szolgáltatónak, akivel találkoztak. A randomizáláshoz, avagy a véletlenszerű besoroláshoz először is szükségünk van a szolgáltatók teljes listájára és néhány velük kapcsolatos információra, például a helyszínre, az intézményi formára (ha valószínűsíthetően befolyásolja a diszkriminációt), valamint a környékbeli lakosságon és a szolgáltatást felhasználókon belüli kisebbségi százalékos arányra.

Az avatarok szolgáltatásokhoz való hozzárendelése a minta véletlenszerű két csoportra osztásával történik. Ideális esetben ehhez statisztikai szoftvert használunk, ügyelve arra is, hogy az alcsoportok fontos jellemzőikben hasonlóak legyenek: pl. hasonló számú helyszínük van, olyanok ahol magas a kisebbség aránya. Ha ilyen szoftver nem áll rendelkezésre, használhatunk egyszerűbb módszereket, pl. a helyek listáját olyan jellemzők szerint rendezzük el, amelyeknek nem lehet semmilyen kapcsolata a diszkriminációval, mint például a cím utcanévének első karaktere. A rendezett lista első fele az első avatar almintája, a második fele pedig a második avataré. A két rész minta hasonlóságát még egyszer ellenőrizhetjük például úgy, hogy mindegyikben megszámoljuk a nagy és közepes méretű városok számát (további magyarázatot lásd a Függelékben).

5.4. Időzítés

A kísérlet időzítését a tesztelni kívánt szolgáltatáshoz kell igazítani. Egyes szolgáltatások az év bármely szakaszában vagy a nap bármely pontján elérhetők, míg mások szezonális jellegűek. Például a szülők általában szeptemberben vagy januárban íratják be gyermekeiket az óvodába, míg az iskolai beiratkozás a legtöbb országban szeptemberben kezdődik, ezért az ezen szolgáltatásokkal kapcsolatos megkereséseket ezen időpontokat megelőzően kell megtennünk. Hasonlóképpen, egy amatőr tánccsoport jellemzően a nyári előadásaihoz keres önkormányzati helyszínt. Ezzel szemben az álláskeresési szolgáltatásokkal kapcsolatos megkeresés bármikor kezdeményezhető.

Miután kidolgoztuk a helyzet részleteit, és az avatarokat összepárosítottuk a szolgáltatási egységek listájával, meg kell tervezzük a szolgáltatókkal való kapcsolatfelvétel időpontját is. Ha személyes avatarokat használunk, fontos, hogy mindkét avatar a nap folyamán nagyjából ugyanabban az időpontban időzítse látogatását vagy a kapcsolatfelvételt. Ha e-mailt küldünk, akkor küldjük csoportokban, nem pedig egyben az összeset (hogy ne spamként érkezzenek), és keverjük az avatarokat a csoportokon belül. Azaz, az egyes avatarokhoz rendelt üzenetek első 20%-át hétfőn, a második 20%-át kedden küldjük el, ahelyett, hogy az első avatarhoz rendelt üzenetek első 40%-át hétfőn küldenénk el, majd ugyanezt tennénk a második avattal egy keddi napon.

5.5. Avatarok kiküldése

Valós személyek kísérletbe történő bevonása esetén gondoskodnunk kell a kiképzésükről: tudniuk kell a kísérlet általános céljáról, a forgatókönyvről, valamint arról is, hogy mit kell megfigyelniük, és ezt hogyan közölgék.

Amikor személyes avatarokkal dolgozunk, fel kell őket készítenünk arra is, hogy a tapasztalataikról információkat gyűjtsenek. Ezt a szolgáltatótól való távozás után egy rövid megfigyelőlap kitöltésével tehetik meg. A Függelékben található egy megfigyelési lapot tartalmazó példa.

Ha a kísérletben e-mailt használunk, feltétlenül töltsünk el néhány napot az újonnan létrehozott fiókok használatával mielőtt a kísérletet elvégeznénk: küldjünk róluk és fogadjunk rájuk néhány üzenetet. Ez csökkenti az üzenetek spam mappába kerülésének kockázatát.

5.6. Adatgyűjtés

A szolgáltató válaszaira vonatkozó információgyűjtés módszerei elsősorban az általunk használt kommunikációs csatornától függenek. Személyes vagy telefonos találkozás esetén az információt az avatar egy megfigyelési lapon rögzíti. A beszélgetéseket rögzíthetjük rejtett mikrofonnal, viszont ez sértené a szolgáltató munkatársainak magánélethez fűződő jogait, ezért ez egyáltalán nem ajánlott.

Ha írásos kommunikációt használunk (közösségi média, web-chat, e-mailek stb.), a válaszok könnyen összegyűjthetők, viszont kódolást igényelnek. Azaz mérhető mutatókkal kell őket leírni, ami nagy mennyiségű válasz esetén sok időt vehet igénybe. És a kódolólap megtervezése igényel bizonyos analitikai szakértelmet is.

A válaszok kódolást megelőzően el kell távolítsuk az etnikai markereket (nevek, e-mail címek stb.), hogy a kódolókat ez ne befolyásolja. Ez különösen fontos a válasz minőségének kódolásakor, amiben a személyes megítélés is szerepet kaphat. Hasonló okokból hasznos, ha két különböző személy kódolja a szubjektív változókat: ezzel eltávolítható a kódoló személyiségéből adódó szisztematikus torzítás. Ha szakértőt vonunk be az elemzési fázisba, a legjobb, ha megadjuk neki mindkét (az összes) kódoló kódját.

A kódolásnál több, a válaszok minőségét leíró mutatót célszerű használni: a válaszok számát (hibaüzeneteket nem számítva), a válasz beérkezésének sebességét (munkanapokban mérve), a megválaszolt kérdések számát, a segítőkészséget, ill. a válaszoló kedvességét stb. Bár ezek némelyike szubjektív megítélésen alapul, bizonyos esetekben csak ezek a mutatók jelzik a hátrányos megkülönböztetést, és időt takaríthatunk meg, ha az első körben több tulajdonságot kódolunk ahelyett, hogy később visszatérnénk a kódolási szakaszhoz ha esetleg a „kemény” mutatók nem utalnak diszkriminációra.

6. Az eredmények kiszámítása és megjelenítése

Ha a mintákat megfelelően adtuk meg, és az avatarokat véletlenszerűen párosítottuk a szolgáltatási egységekkel, akkor a diszkrimináció könnyen kiszámítható a két csoport eredménymutatói átlagainak összehasonlításával. Például, ha e-mailt küldtünk, és roma avatarunk a szolgáltatók 76%-ától kapott választ, míg nem roma avatarunk válaszaránya 83%, a 7%-pontos különbség (83-76) diszkriminációból adódik. Ez a rész néhány olyan problémát tárgyal, amelyek bonyolíthatják ezt az egyszerű megközelítést, és amelyekre megoldást kell találnunk azért, hogy az eredményeink biztosan ne torzuljanak.

6.1. Az eredményeket torzító tényezők

Az eredmények torzak lesznek, ha a különböző avatarjainkra válaszoló szolgáltatók alcsoportjai különböznek a diszkriminációt érintő viselkedésükben. Ez akkor fordulhat elő, ha az avatarok szolgáltatókhoz való hozzárendelése nem volt teljesen véletlenszerű, és akkor is, ha a kísérletek végrehajtása során szisztematikus különbség volt az avatarok között. Például torzítást eredményezhet, ha az egyik avatar reggel, míg a másik délután látogatta meg a szolgáltatót. Vagy ha az egyikőjük csütörtökön, míg a másik pénteken küldte el az e-mailjeit, mert valószínű, hogy az utóbbi a hét végéhez közeledvén kevesebb választ kapott.

6.2. A diszkrimináció mutatói

A diszkrimináció számos formát ölthet. Gyakorlati szempontból érdemes azokra a válaszkülönbségekre összpontosítani, amelyek akadályozhatják a szolgáltatáshoz való hozzáférést, mint például a várakozási idő, a részletesség, a közölt információ pontossága vagy a hangneme, amely akár el is tántoríthatja az ügyfelet a szolgáltatás igénylésétől.

Például e-mailes megkeresések esetén a következő mutatókat használhatjuk:

- a válaszok száma (hibaüzenetek nélkül),
- a válasz beérkezésének sebessége (munkanapokban mérve),
- a megválaszolt kérdések száma,
- a válaszadó segítőkészsége és kedvessége.

A személyes találkozások során további szempontokat adhatunk a tisztviselők viselkedéséhez, például:

- a tisztviselő türelme,
- meghaladja-e a minimálisan szükséges választ,
- gyanakvó-e / feltételezi-e, hogy a megkeresésben van valami ellentmondásos.

6.3. Megjegyzés a regressziós elemzéshez

Ha valamiért az avatarok és a szolgáltatók párosítása nem volt random, vagy a válaszadási arány nagyon alacsony vagy egyenetlen volt, akkor regressziós elemzéssel ki tudjuk mutatni, és bizonyos mértékig korrigálni az eredmények torzulását. Ha például a nagyobb helyi egységek nagyobb valószínűséggel válaszolnának, és kisebb valószínűséggel diszkriminálnának, az avatarok közötti eredmények egyszerű összehasonlítása túlságosan pozitív képet mutatna. Ezt statisztikai szakértelmet igénylő regressziós elemzéssel lehet és kell korrigálni.

6.4. Hasznos grafikonok készítése

Célszerű olyan grafikonokat használni, amelyek könnyen összehasonlítható módon mutatják az avatarok eredményei közötti különbséget, például oszlopdigramot, ahol egymás mellett láthatjuk az eredményeket. Más vizuális eszközökkel, például a videók infografikáinak használatával nagymértékben növelhetjük terjesztési tevékenységünk hatékonyságát.³ Az egyértelmű és meggyőző grafikonok elkészítéséhez szükséges némi szakértelem vagy tapasztalat, ezért ezen a ponton hasznos lehet külső szakértők bevonása, ha házon belül nem rendelkezünk ezen készségekkel.

³ Például ez a videó egy olyan kísérletet mutat be, amiben külföldiek keresnek fel futball klubokat (elérhető <https://youtu.be/GGkQWiuTmXo>), és sokkal szélesebb közönséghez jutott el, mint maga a tudományos munka, amely re támaszkodik (Gomez-Gonzales 2021).

7. További olvasnivalók

Adman, P. and Jansson, H. (2017) 'A field experiment on ethnic discrimination among local Swedish public officials.' *Local Government Studies*, 43:1, pp. 44-63, DOI: <https://doi.org/10.1080/03003930.2016.1244052>

Ahmed, A. and Hammarstedt, M. (2008) 'Discrimination in the Rental Housing Market: A Field Experiment on the Internet.' *Journal of Urban Economics* 64(2):362-372, September 2008, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jue.2008.02.004>

Bartoš, V., Bauer, M., Chyřilová, J. and Matějka, F. (2016) '[Attention discrimination: Theory and field experiments with monitoring information acquisition.](#)' *American Economic Review*, 2016

Bertrand, M. and Duflo, E. (2017) 'Field experiments on discrimination.' In: *Handbook of economic field experiments*, 2017 – Elsevier, DOI: <https://doi.org/10.1016/bs.hefe.2016.08.004>

Bradbury, M. D. and Milford, R. L. (2016) 'Measuring Customer Service: Georgia's Local Government Mystery Shopper Program.' *State and Local Government Review*, 35, 3, pp. 206-213, DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0160323X0303500306>

Butler M. D., and Crabtree C. (2017) 'Moving Beyond Measurement: Adapting Audit Studies to Test Bias-Reducing Interventions.' *Journal of Experimental Political Science* 4, pp. 57-67

Einstein, K. L. and Glick, D. M. (2017) 'Does race affect access to government services? An experiment exploring street-level bureaucrats and access to public housing.' *American Journal of Political Science* 61(1), pp. 100-116

Gaddis S. M. (2018) 'An Introduction to Audit Studies in the Social Sciences.' In: Gaddis S. (eds) *Audit Studies: Behind the Scenes with Theory, Method, and Nuance. Methodos Series (Methodological Prospects in the Social Sciences)*, vol 14. Springer, Cham, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-71153-9_1

Gomez-Gonzalez, C., Nessler, C. and Dietl, H.M. (2021) 'Mapping discrimination in Europe through a field experiment in amateur sport.' *Humanities and Social Science Communications* 8, 95, DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00773-2>

Hemker, J. and Rink, A. (2017) 'Multiple dimensions of bureaucratic discrimination: Evidence from German welfare offices.' *American Journal of Political Science* 61(4), pp. 786-803

Simonovits, G., Simonovits, B., Vig, Á., Hobot, P., Németh, R. and Csomor, G. (2021) 'Back to "normal": the short-lived impact of an online NGO campaign of government discrimination in Hungary.' *Political Science Research and Methods*, pp. 1-9

White, A. R., Noah N. L. and Faller, J. K. (2015) 'What Do I Need to Vote? Bureaucratic Discretion and Discrimination by Local Election Officials.' *American Political Science Review* (February), pp. 1-14

8. Függelék

8.1. Példa egy kísérleti forgatókönyvre

Ez a kísérlet az iskolai beiratkozás során tapasztalható diszkriminációt teszteli, ami a roma közösségek esetén kiemelkedő fontossággal bír. A szolgáltatást az iskolák nyújtják, és helyi szinten is tesztelhető, mivel az iskolaigazgatóknak általában van némi mozgástere annak eldöntésében, hogy kit vesznek fel iskolájukba. Ebben a kísérletben az avatárok e-mailben veszik fel a kapcsolatot az iskolákkal, ami talán nem a legjellemzőbb csatorna a szülők körében, de nem szokatlan (és a világjárvány idején valószínűleg még gyakoribbá vált).

A mintánk (azaz az iskolák teljes listájából az általunk megkeresett iskolák) azon iskolákat tartalmazza, ahol a hátrányos helyzetű tanulók aránya 40% alatti, és kizártuk azokat, ahol az iskola vonzáskörzetében nagyon kevés hátrányos helyzetű gyermek él. A mintának legalább 500 iskolát kell tartalmaznia (lehetőség szerint többet).

Négy avatáruk van: alapfokú iskolai végzettségű roma/nem roma és középfokú végzettségű roma/nem roma szülők, akik információért fordulnak az iskolához. Ha az alacsony iskolai végzettségű romák nagy valószínűséggel nem használnak e-mailt, alternatív megoldásként beiktatunk egy informális mentort, aki a család nevében ír az iskolának (mind az általános iskolai végzettségű roma, mind a nem roma szülők esetében).

A roma markerek az anya vezetékneve és a gyermek neve. A szülő/mentor hat kérdést tesz fel az iskolának, amelynek egy része a hitelességet szolgálja, másik része pedig a válaszok változatosságát biztosítja. A feltett kérdések többsége kormányzati szabályozás függvénye, de az iskolák saját végrehajtási szabályokkal rendelkeznek. Az utolsó kérdés az étkezési támogatásra vonatkozik, amit valószínűleg az önkormányzat biztosít, de erről az iskola is tud felvilágosítást adni. Ezzel tesztelhetjük, hogy az iskola mennyire igyekszik segíteni.

A középosztálybeli avatárok által küldött e-mail üzenet a következő:

Tisztelt Igazgató Úr/Hölgy [az igazgató neméhez igazított köszöntés]

[Nagyon gyakori, nem roma/roma középosztálybeli név] vagyok. Szeretnék a környékre költözni, mivel ott él a nővérem, aki egyedül nevel három gyermeket. Nyilvánvalóan segítségre van szüksége, és úgy gondoltam, hogy könnyebben boldogulna, ha a közelében laknék. Jelenleg egy idősek otthonában dolgozom (négy éve vagyok itt), és a költözés után szeretnék hasonló munkát találni. A nagyobbik fiam ősszel bentlakásos iskolába fog járni, de a kisebbik fiam most lesz 6 éves, és szeretnék neki az új otthonunk közelében iskolát találni. Ezért írok Önnek. Kérem, segítsen nekem azzal, hogy válaszol a kérdéseimre. Mi a jelentkezési határidő? Mikor és hogyan jelentkezhetünk az Ön iskolájába? Mi az iskola napirendje: délután mikor mehetnek haza a gyerekek? 4-ig kötelező ott maradni? Melyik évfolyamon kezdődik az idegen nyelv oktatás? Végül, kaphat-e a gyermek támogatott iskolai étkeztetést (pl. ha anya egyedülálló szülő)?

Kérem, segítsen jó helyet találni [nagyon gyakori roma/nem roma középosztálybeli fiú név] számára, és válaszoljon a kérdéseimre.

Üdvözlettel,

[nagyon gyakori nem roma/roma középosztálybeli név]]

A kísérlet eredménye több mutatón keresztül is mérhető: a válaszadási arány, a megválaszolt kérdések száma, a válasz hangneme, az esetleges akadályok említése stb.

8.2. Példa megfigyelőlapra

Megfigyelő lap kormányzati vagy önkormányzati hivatal személyes látogatásához. Ha lehetséges, ezt a lapot a látogatás után azonnal ki kell töltenünk az avatárral.

MEGFIGYELŐLAP

avatar:

cím:

dátum:

a kormányhivatalba való belépés időpontja:

a kormányhivatalból való távozás időpontja:

nyitva tartás a látogatás napján:

Megfigyelési szempontok

Körülmények

1. Hányan várokoznak az irodában, és hány szék áll a várokozók rendelkezésre?
2. Milyen meleg van?
3. Mennyi idő van hátra a zárásig/ebédig?
4. Egyéb körülmények, amelyek befolyásolhatják az adminisztrátorok viselkedését?
5. Mi a szokásos eljárás az ügyfelek sorban állásának kezelésére: az ügyfelek érkezéskor számot húznak? Van olyan személy, aki megmondja az ügyfélnek, hogy melyik tisztviselőhöz menjen? Egyéb?
6. Volt biztonsági őr a bejáratnál? Ha igen, hol volt (a kapuban a belépőket figyelte, a büfé dolgozóival beszélgetett stb.) pontosan a belépéskor?
7. Volt-e roma alkalmazott (recepciós, biztonsági őr, adminisztrátor, büfé dolgozó) az irodában? Ha igen, ki volt az?

Más ügyfelek

8. A látogatás időpontjában van-e (más) roma ügyfél az irodában, vagy az irodán kívül? Van-e a jelenlétüknek olyan látható, észrevehető jellemzője (létszám, viselkedés, ruházat, stb.), ami eltérhet a nem roma ügyfelektől?
9. Volt-e interakció más roma ügyfelek és az iroda bármely alkalmazottja között? (Ennek megfigyelésére időre van szükség még mielőtt az irodában megkezdődne az interakció.)

Adminisztrátor/köszölgálati dolgozó

10. Milyen volt az adminisztrátor? férfi vagy nő, 20-30 éves, 40-50 éves vagy 50 év feletti, úgy tűnt, hogy diszkriminált kisebbséghez tartozik (pl. látható fogyatékosága volt), vagy különbözött a frizurája /ruhája a szokásos hivatalos öltözéktől?

A saját interakció minősége

11. Mi vagy kik segítettek eligazodni? Táblák, biztonsági őr, egyéb ügyfél?
12. Hogyan jellemezné az iroda által nyújtott támogatást (Üdvözlés, segítőkészség, információnyújtás stílusa, metakommunikáció stb.)
13. Mennyit kellett várni?
14. Érthető volt az ügyintéző által közölt információ (azaz érthető lenne egy hatósági eljárásokat nem ismerő személy számára)? Hogyan reagált a dolgozó, amikor Ön további magyarázatot kért?
15. Volt-e utalás az Ön roma származására (ha igen, hogyan), vagy volt-e negatív vagy pozitív különbség abban, ahogyan az ügyintéző kezelte az Ön ügyét?
16. Általános benyomások.

Saját interakciós tartalom

17. Kitől és milyen tájékoztatást kapott az irodában (az ügyel kapcsolatban):

(kitől:..... (mit:.....

(kitől:..... (mit:.....

(kitől:..... (mit:.....

18. Volt olyan kérdés, amelyet a hivatalnok megválaszolatlanul hagyott?

19. Miért nem kapott választ?

8.3. Randomizálás

Hogy megértsük, hogyan lehet véletlenszerűen felosztani egy mintát, képzeljünk el egy iskolákkal kapcsolatos kísérletet. Vannak kicsi és nagy iskolák, és néhány állami, néhány magán. Hogyan lehet őket két csoportra osztani (az egyiket egy roma avatar, a másikat egy nem roma avatar fogja felkeresni)? Az alábbi módszerek közül melyik ad véletlenszerű mintát?

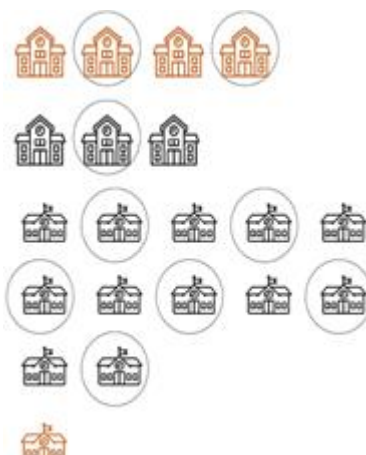
(a)



(b)



(c)





Az első (a) módszer „véletlenszerűnek” tűnik, de valójában nem az: nem garantálja, hogy a lista bármely részén található iskolák nagyjából egyenlő eséllyel kerülnek be az egyik vagy a másik alcsoportba. A második módszer (b) esetében ez garantált, de a minta kis méretének köszönhetően nem működik tökéletesen. Ebben az esetben az utolsó módszer (c), az úgynevezett rétegzett véletlenszerű mintavétel a legmegbízhatóbb.

A véletlenszerű mintavétel fontos. Ha a két alcsoport oly módon különbözik egymástól, ami a diszkriminációt befolyásolja, akkor a kísérlet eredményei nem lesznek megbízhatóak, másnéven torzítottak lesznek. Például, ha a nagy iskolák kevésbé diszkriminálnak, az (a) típusú csoportosítás nagyobb mértékű diszkriminációt fog mutatni, ha a roma avatárt a bal oldali alcsoportba küldjük, és kisebb mértékűt, ha a jobb oldali alcsoportba (amely több nagy iskolát foglal magában). Ha sokkal több iskolánk van (vagy a meglévő kutatásokból tudjuk, hogy az iskola méretének nincs hatása a diszkriminációra), akkor a (b) is megbízható módszer az iskolák felosztására.