

AZ ESOMAR ÚTMUTATÓJA A PASSZÍV ADATGYŰJTÉSÉRŐL, A MEGFIGYELÉSÉRŐL ÉS A FELVÉTELKÉSZÍTÉSÉRŐL

Kiadja a Piackutatók Magyarországi Szövetsége, 2010

Felelős kiadó: Jakab Áron, elnök

www.pmsz.org

Az ESOMAR minden kutatási szabályzata és irányelve, így a legfrissebb változataik is elérhetők online, a www.esomar.org címen.

Az eredeti átdolgozva: 2009. február

© 2009 ESOMAR. Minden jog fenntartva.

A magyar fordítást az ESOMAR engedélyével a PMSZ – Piackutatók Magyarországi Szövetsége készítette. Az ESOMAR előzetes írásbeli engedélye nélkül a kiadvány sem részben, sem egészben, semmilyen formában vagy eszközzel nem reprodukálható vagy másolható, és nem fordítható le. Az ESOMAR szabályzatok és irányelvek angol nyelven készülnek, és az angol szövegváltozatuk az irányadó.

TARTALOM

1. BEVEZETÉS	3
1.1. Aktív adatgyűjtés	3
2. PÉLDÁK PASSZÍV ADATGYŰJTÉSRE	3
3. FŐ ETIKAI ALAPELVEK	4
3.1. Személyes adatok	4
3.2. Tájékoztatás utáni beleegyezés	4
3.3. Az adatok megfelelő felhasználása	4
3.4. Az adatok közzétevése harmadik féllel	5
3.5. Nyilvános helyek	5
3.6. Kiadás vagy közreadás	5
4. HANG- ÉS VIDEOFELVÉTEL KÉSZÍTÉSE INTERJÚK ÉS FÓKUSZCSONPORTOK KÖZBEN	6
4.1. Válaszadók beleegyezése a felvétel használatába	6
4.2. Az ügyfél joga az eredeti adatok másolatára	7
4.3. A felvételek átadásával kapcsolatos biztonsági intézkedések	7
4.4. Az interjúk megbízó által történő megfigyelése	7
4.5. Interjúk és fókuszcsoportos beszélgetések online közvetítése	8
4.6. Telefonos interjúk hangfelvétele és behallgatás	8
5. EMBERI VISELKEDÉS MEGFIGYELÉSE	9
5.1. Résztevő megfigyelés	9
5.1.1. Internetes tevékenységben való részvétel	10
5.2. Rejtett megfigyelés	10
5.2.1. Nyilvános hely	10
5.2.2. Magánterület	11
5.2.3. Próbavásárlás	11
6. MELLÉKESEN ELŐÁLLÓ ADATOK	11
6.1. Adatbázis-összekapcsolás	12
6.2. Hűségkártyák	13
7. KISKERESKEDELMI TERMÉKKÖVETÉS	13
8. FIZIKAI MONITORING	13
9. TOVÁBBI INFORMÁCIÓ	14
Hasznos linkek	14
A projektcsapat	14

1. BEVEZETÉS

Az interjúk és fókuszcsoportos beszélgetések hang- és videorögzítéséről, illetve az ügyfél általi megfigyeléséről szóló ESOMAR Útmutató legutóbb 1997-ben került frissítésre. Az azóta eltelt időszakban jelentősen bővültek a passzív adatgyűjtés egyéb formái, és a technológiai fejlődés továbbiakat vetít előre.

Jelen dokumentum célja, hogy a meglévő Irányelveket naprakésszé tegye és összhangba hozza a legjobb gyakorlati alkalmazásokra irányuló legújabb nemzetközi fejlesztésekkel, illetve az Irányelveket kiterjessze, hogy azok az eredeti szövegezésen (amelyet legnagyobb részben a 4.0-4.4 rész tartalmaz) túlmutatva lefedjék a megfigyelés és a passzív adatgyűjtés minden formáját.

A magyar fordításban a hazai szóhasználatban kevésbé ismert a kifejezések angol eredetijét zárójelben feltüntettük.

1.1. Aktív adatgyűjtés

A passzív adatgyűjtés számtalan jellemzőjének meghatározása helyett az aktív adatgyűjtés komponenseinek körvonalazásával határozzuk meg jelen Útmutató témáját. A piackutatásban az adatgyűjtés tipikus aktív formája kérdések feltevését és megválaszolását jelenti. Ebben vehet részt kérdezőbiztos személyesen vagy telefonon keresztül, vagy a kérdőív lehet papíralapú, illetve online önkitöltős is.

Az aktív adatgyűjtéshez a kérdésekre önként válaszoló válaszadó megfelelő tájékoztatás utáni beleegyezése (informed consent) szükséges, amely bármikor visszavonható, és kérésre minden válasza törölhető. A válaszadót tájékoztatni kell az adatgyűjtés céljáról, garantálva, hogy az adatokat kizárólag kutatási célokra fogják felhasználni.

2. PÉLDÁK PASSZÍV ADATGYŰJTÉSRE

A videotechnológia fejlődése új lehetőséget teremtett a piackutatás keretében történő megfigyelésekre, így a más helyszínről történő, akár határokon átívelő távfigyelésre. Ez együtt járt az „etnográfiai” kutatások iránti érdeklődés felerősödésével, amelyek az emberek természetes környezetükben, hosszabb ideig történő megfigyelését és filmezését foglalják magukban.

A zártláncú televízió (CCTV – closed circuit television) nyilvános helyeken való használata is egyre inkább terjed. Ennek számtalan forgatókönyve létezik, köztük a fogyasztói viselkedés megfigyelése bevásárlóközpontokban, amelyet lehet nyíltan végezni (amikor meg sem kísérik eltitkolni a résztvevők előtt, hogy megfigyelik őket, és így számíthatnak arra, hogy viselkedésüket megfigyelik és rögzítik), illetve kevésbé nyíltan (amikor a megfigyelők nem fedik fel magukat, és a megfigyelés tényét nem közlik).

Egy ideje már a weboldalak is gyűjtenek adatokat a böngészésről és a látogatók viselkedéséről sütiken (cookie) és web bugokon alapuló módszerekkel.

A legújabb online kutatási módszerek közé tartozik az online csoportok és bloggerek megfigyelése, gyakran olyan egyre terjedő marketingmódszerekhez kapcsolódóan, mint a szájreklám (WOM – Word of Mouth), amelyek az emberek interakciójának megfigyelésén alapulnak szemtől szembeni vagy akár virtuális környezetben, de próbavásárlás során és a munkahelyi viselkedésben is.

A viselkedési adatok gyűjtése egyéb tevékenységek nem szándékolt melléktermékeként is lehetővé válik, ami aggályokat vet fel:

- A smart kártyákat és leolvasókat egyre szélesebb körben használják számos fogyasztói vagy tagi viselkedésadat gyűjtésére;
- A mobiltelefonokkal a földrajzi tartózkodási hely követhető nyomon;
- A jegyfoglaló rendszerek a célállomások nyomon követésére alkalmasak.

A jelenleg fejlesztés alatt álló technológiák a jövőben magukba foglalják majd az agy vizsgálatát (brain scan), a szemkamerát (eye-tracking) és az RFID-t (rádiófrekvenciás azonosítás).

Ezekkel a fejlesztésekkel egyre fontosabbá válik a piackutatás más tevékenységektől való elkülönítése, illetve az adatgyűjtés transzparenciájának biztosítása a válaszadók felé, különösen az adatvédelmi jogszabályok vonatkozásában. A magánadatok védelmével foglalkozó törvények sok országban szabályozzák ezeket a tevékenységeket, ám ezek a jogszabályi kérdések mellett etikai aggályokat is felvethetnek.

3. FŐ ETIKAI ALAPELVEK

A passzív adatgyűjtés minden lehetséges formájáról nem célszerű részletes útmutatást adnunk. Ebben a részben azokat a legfontosabb etikai és jogi alapelveket mutatjuk be, amelyekre mindenképpen tekintettel kell lenni. A következő részekben a passzív adatgyűjtés leggyakoribb formáinál figyelembe veendő szempontokat tekintjük át.

3.1. Személyes adatok

Az adatvédelem jogszabályi előírásai kizárólag az azonosítható személyes adatok gyűjtésével, feldolgozásával és tárolásával foglalkoznak. Ez az azonosított vagy azonosítható természetes személyekhez (mint a jogi vagy egyéb személyiség ellentéte) kapcsolódó információkat foglalja magában. Azonosíthatónak tekinthető az a személy, aki az adatrekordból közvetlenül azonosítható, amennyiben az olyan adatokat tartalmaz, mint a név, cím, telefonszám vagy e-mail cím. A személyes azonosításra alkalmas adatok közé tartoznak azok is, amelyek egy azonosító számra vagy az alany fizikai, fiziológiai, szellemi, gazdasági, kulturális vagy társadalmi jellemzőire, illetve helyre történő hivatkozással közvetett azonosítást tesznek lehetővé.

Amikor olyan passzív adatok gyűjtésére kerül sor, amelyek nem tartalmazzák az adatalányok személyes azonosítóit, minimális az adatvédelmi jogszabályok megsértésének kockázata.

3.2. Tájékoztatás utáni beleegyezés

A személyes azonosításra alkalmas adatok feldolgozásához az adatalánynak megfelelő tájékoztatás mellett előzetesen hozzá kell járulnia. A válaszadónak tisztában kell lennie azzal, hogy milyen természetű adatokat gyűjtenek, melyek a feldolgozás céljai, és mi történik az adatokkal. Az adatalányokat nem szabad félrevezetni, becsapni vagy hazudni nekik. A részvétel önkéntes, és a beleegyezés bármikor visszavonható. Nyilvános helyeken elképzelhetők olyan esetek, amikor lehetetlen az egyénektől a tájékoztatás utáni beleegyezésüket megszerezni. Ilyen esetekben nyilvános tájékoztatást kell adni az adatgyűjtésről – például zártláncú televízió, kamerás megfigyelés működtetéséről.

3.3. Az adatok megfelelő felhasználása

A személyes adatok kizárólag arra használhatóak fel, amire az adatalany beleegyezését adta. A kutatási célokból gyűjtött adatok más célra nem használhatók.

3.4. Az adatok közlése harmadik féllel

A személyes azonosításra alkalmas adatokat kizárólag az adatalany engedélyével és csakis az adatgyűjtés céljának teljesítése érdekében lehet harmadik félnek átadni. A kutatási célból gyűjtött adatok nem használhatók nem kutatási célokra. Az anonimmá tett, immár nem személyes adatok továbbadhatók harmadik félnek, és más célokból is feldolgozhatók.

Előfordulhat, hogy egy adatrekord önmagában nem képes az egyén azonosítására, de más kapcsolódó adatrekordokkal együtt már alkalmas rá. Olyan összetett területről van szó, amelyen még a statisztikusok sem tudnak megállapodni abban, hogy milyen minimális irányelvek betartása szükségesek az adatok közléséhez. A kutatóknak konzervatív megközelítést kell alkalmazniuk az adatok közlésekor és átadásakor – tekintetbe véve azon törekvésünket, hogy megőrizzük a piackutatási adatok különleges státuszát.

3.5. Nyilvános helyek

A megfigyelt személyek által nyilvános helyen végzett tevékenységeket nem tekinthetjük privát vagy a kutató számára hozzáférhetetlen dolgoknak. A nyilvános hely definíciója azonban kultúránként eltérő lehet, így a kutatónak figyelembe kell venni a helyi körülményeket és szokásokat.

3.6. Kiadás vagy közreadás

Amikor valaki kiadja vagy közreadja nézeteit vagy véleményét, azok szabadon hozzáférhetővé válnak. Ez különös fontossággal bír az internet esetében, ahol az emberek nyilvános chatszobákat vagy fórumokat használnak információik közzétételére (még akkor is, ha nem valódi nevük alatt teszik ezt). Számtalan olyan oldal található az interneten, ahol a felhasználóknak a részvétel érdekében csatlakozniuk vagy regisztrálniuk kell. A „falakkal körülvett kert” (walled garden) kifejezés pontosan leírja ezeket a félig nyilvános fórumokat. Ha az internetes chatszoba vagy fórum nem „falakkal körülvett kert”, azaz bárki ott lehet, és azt mond, amit csak akar, akkor az a kiadással (publication), illetve közreadással (broadcast) egyenértékű. A kifejtett nézetek és azokhoz tartozó személyazonosító szabadon hozzáférhetők. A „falakkal körülvett kert”-nek tekintett területeken kifejtett nézeteket privátnak kell tekinteni, így a kutató köteles bejelenteni jelenlétét és annak célját, és együttműködést kell kérnie.

4. HANG- ÉS VIDEOFELVÉTEL KÉSZÍTÉSE INTERJÚK ÉS FÓKUSZCSOPORTOK KÖZBEN

A kutatásban az interjúk hang- és képi rögzítése általánosnak tekinthető, amelyet a válaszadók széles körben elfogadnak. Ezzel kapcsolatban két kérdés merül fel az ICC/ESOMAR Piac- és társadalomtudományi kutatásokra vonatkozó nemzetközi kódexe¹ alapján:

(1) Milyen formában kell engedélyt kérni a válaszadóktól ilyen módszerek használata esetén?

(2) Milyen mértékben és milyen óvintézkedések mellett szabad a hang- vagy videofelvételeket a kutatást végző kutatócégen kívüli külső személyeknek lejátszani vagy átadni?

A videofelvételnél merülnek fel a leginkább nyilvánvaló problémák. Először is egy videofelvétel alapján sokkal valószínűbb, mint hangfelvétel esetén, hogy a válaszadó beazonosítható lesz. Másodsorban az is sokkal valószínűbb, hogy az ügyfelek, reklámügynökségek stb. kérni fogják, hogy megtekinthessék a videofelvételeket és/vagy másolatot kapjanak róla, mint egy hangfelvétel esetén.

Amennyiben a videofelvétel egy példánya kikerül a kutatócég kezei közül, még fontosabb, ugyanakkor nehezebb is lesz biztosítani a megfelelő felhasználását és a válaszadók anonimitásának megőrzését. Ez a probléma a business-to-business, orvosi és olyan egyéb kutatások esetén a legégetőbb, amelyeket speciális csoportokban végeznek, és ahol sokkal nagyobb a valószínűsége, hogy a felvételt később megtekintők azonosítani tudják egyes válaszadókat; azonban alapvetően *valamennyi* kutatási típusnál jelentkezik.

Az adatvédelemnek és a magánszférába való felesleges behatolás elkerülésének közérdeke azt jelenti, hogy a kutatóknak biztosítaniuk kell a hang- és videofelvételek kellő gondossággal történő és a válaszadók jogainak megfelelő védelme melletti felhasználását. Ezt a Nemzetközi Kódex 7. paragrafusa mondja ki. Jelen Irányelvek a következő ajánlásokkal részletesebben határozzák meg azokat a módszereket, amelyek mentén ezt a szabályt a gyakorlatban alkalmazni kell.

4.1. Válaszadók beleegyezése a felvétel használatába

A válaszadókkal az interjú vagy a csoportos beszélgetés elején közölni kell, hogy hang- vagy videofelvétel készül, kivéve, ha ez torzíthatná a válaszadók későbbi viselkedését. Az egyetlen egyéb kivétel, amikor az előzetes értesítés nem nélkülözhetetlen, ha a felvételt kizárólag felügyeleti, ellenőrzési vagy elemzési célból készítik, és azt csak a kérdezőbiztos, a moderátor, az ellenőr vagy a kutatásban dolgozó kutató fogja hallani, illetve látni. A válaszadókat ezekben az esetekben is tájékoztatni kell az interjú végén a felvétel tényéről, és lehetőséget kell biztosítani számukra a felvétel érdemi részének meghallgatására vagy megtekintésére, és ha úgy kívánják, azokat meg kell semmisíteni, vagy képüket kikockázní, hogy a válaszadók ne legyenek felismerhetők.

Egyes országokban a felvevőeszközök használatára vonatkozó jogszabályi korlátozások minden esetben megkövetelik az előzetes tájékoztatást. Ez különösen igaz a telefonbeszélgetések felvételére, de bármely felvevőeszközre érvényes lehet.

¹ http://www.esomar.org/uploads/pdf/professional-standards/ICCESOMAR_Code_English_.pdf

Zártláncú televízió vagy videoközvetítés nem használható a válaszadók előzetes beleegyezése nélkül.

4.2. Az ügyfél joga az eredeti adatok másolatára

Általánosan elfogadott kutatási gyakorlat, hogy az ügyfél költség ellenében jogosult megkapni a válaszadóktól szerzett eredeti kutatási információk egy másolatát, amennyiben azok anonimizálva lettek. Ahol ezek az adatok a kérdőívek helyett hang- vagy videofelvétel formájában állnak rendelkezésre, általában semmilyen problémát nem okoz, ha anonimizált átírat vagy anonim hangfelvétel formájában az ügyfél megkapja ezeket (bár mindkét esetben gondosan el kell távolítani az anyagból az azonosítást lehetővé tevő megjegyzéseket és egyéb utalásokat). Videofelvételek esetén a válaszadó azonosításának sokkal nagyobb a veszélye; ezeknél és a hasonló esetekben, ahol az anonimitásra vonatkozó szabály betartása sérülhet, az alábbi ajánlásokat kell követni.

4.3. A felvételek átadásával kapcsolatos biztonsági intézkedések

A felvételek kizárólag abban az esetben kerülhetnek ki a kutatást végző kutató vagy szervezet kezei közül, ha a felvételen szereplő minden válaszadótól megszerezték előzetes, kifejezett jóváhagyását.

Ahol ilyen engedély beszerzésére van szükség, a kutatónak gondoskodnia kell arról, hogy a válaszadók a lehető legtöbb releváns információt megkapják a felvétel jövőbeli felhasználására vonatkozóan, különösképpen azt, hogy:

- kinek fogják a felvételt átadni,
- várhatóan ki fogja azt megtekinteni,
- előreláthatólag milyen kutatási célokra fogják azt felhasználni.

A különlegesen érzékeny esetekben mérlegelni kell a válaszadók azonosítását lehetővé tevő jegyek elhomályosítását vagy kitakarását (ha ez technikailag lehetséges), amennyiben a felvétel a kutatócégen kívülre kerül. Egyes esetekben elégséges, ha csak a hanganyagot adják ki.

Amennyiben a felvételt jelen ajánlásoknak megfelelően adják ki, fel kell tüntetni rajta a használatára vonatkozó megfelelő korlátozásokat. A Nemzetközi Kódex 12. paragrafusa szerint a kutatónak arról is gondoskodnia kell, hogy a felvétel fogadója tisztában legyen a Kódex követelményeivel, illetve azok betartásának szükségességével (a felvételek felhasználhatóságának korlátozásait már a projekt legelején közölni kell). A fogadó felet tájékoztatni kell, hogy a felvétel a korábbiakban megállapodottól eltérő célú használatához a kutató (és ahol szükséges, a válaszadók) engedélye szükséges; és arról, hogy a felvételt semmilyen körülmények között nem lehet kutatástól eltérő célra, például promóciós vagy közvetlen értékesítési tevékenység céljából felhasználni.

Amennyiben a kutató a felvétel bármely részét a szervezetén belüli hivatalos kutatási személyzeten kívül bárki másnak lejátssza (de át nem adja), a kutatónak gondoskodnia kell a Nemzetközi Kódex 7. paragrafusának teljes körű betartásáról. Az érintett válaszadók előzetesen beleegyezése nélkül semmilyen utalás nem megengedett a személyazonosságukra.

4.4. Az interjúk megbízó által történő megfigyelése

Hasonló szempontokat kell figyelembe venni akkor is, amikor egy interjút vagy fókuszcsoporthoz beszélgetést a megbízó vagy képviselői (például a reklámügynökség alkalmazottai stb.) akár minőségellenőrzési célból, akár a kutatási eredmények mélyebb értelmezése céljából meg kívánnak

tekinteni. Ezek azok a tipikus esetek, amikor a megfigyelés ténye nem nyilvánvaló a válaszadók számára, például amikor a megfigyelés zárláncú televízió segítségével egy külön helyiségből történik. Az alábbi ajánlások vonatkoznak az interjúk ügyfél általi megfigyelésére.

Egyes esetekben az ICC/ESOMAR Nemzetközi Kódex lehetővé teszi, hogy a megbízó és képviselői az interjú vagy fókuszcsoportos beszélgetés lefolytatásakor figyeljék meg azt (felvevőeszközök egyidejű használatával vagy a nélkül). Ekkor a kutatónak gondoskodni kell arról, hogy minden ilyen megfigyelő teljes mértékben tisztában legyen az ICC/ESOMAR Nemzetközi Kódex követelményeivel, és elfogadják azok betartását.

A kutatónak mindent meg kell tennie annak érdekében is, hogy a megfigyelők között ne lehessenek olyanok, akik ismerhetik vagy bármilyen közvetlen kapcsolatban állhatnak a meginterjúvált válaszadókkal (például a megbízó értékesítési menedzserek vagy orvosok körében végzett felmérés esetén). A megfigyelőket tájékoztatni kell, hogy amennyiben rájönnek, hogy a résztvevők bármelyikét ismerik, abba kell hagyniuk a megfigyelést, és erről tájékoztatniuk kell a kutatót.

A válaszadókkal közölni kell, hogy az interjút vagy a beszélgetést más személyek is megfigyelik. A megbízó kilitét nem szükséges felfedni, kivéve, ha a válaszadók azt kérik.

4.5. Interjúk és fókuszcsoportos beszélgetések online közvetítése

Amennyiben a megfigyelők távoli helyszínen, videoközvetítés (video stream) formájában tekintik meg a felvételt, a kutató ugyanúgy köteles biztosítani a válaszadók jogainak védelmét, mintha a megfigyelők a kutatási helyszínen tartózkodnának.

A videoközvetítés nem teljesen ugyanúgy működik, mint az internetes tartalmak többsége. Míg ez utóbbiak, köztük a weboldalak és az e-mailek egyszerű szöveggé válhatnak az IP-hálózatokon (például az interneten), a videókat először kódolni kell. A kódolás olyan folyamat, amely során egy matematikai algoritmus tömöríti a videoadatokat. A folyamat eltávolítja a hanganyagot nem tartalmazó részeket, és befagyasztja azokat a képeket, amelyeken nincsen mozgás; a video-adatfolyam így kisebb és hatékonyabb lesz, hiszen az adatok a videóban szereplő tárgyak vagy emberek mozgására koncentrálnak. Kódolás után a videót (legyen akár élő vagy lekért adás) kis csomagokban továbbítják az interneten keresztül, és a megbízó médialejátszója lejátszja, majd törli azokat. A megbízó oldaláról a videó nem kerül elmentésre.

Amennyiben az alkalmazott videoátviteli rendszer a felvétel egy másolatát küldi a fogadó számítógépre, a kutatónak gondoskodnia kell arról, hogy a megfigyelő számítógépének gyorsítótárban (cache) elmentett video-adatfolyam törlésre kerüljön, vagy jelen Útmutatóval ellenkező módon ne használhassák fel azt.

Az ESOMAR ajánlja, hogy a video-adatfolyamokat és a digitális videofájlokat szteganográfia használatával „ujjlenyomattal” lássák el, vagy más módszerrel, például digitális vízjellel jelöljék meg, hogy a videók származási helye egyértelműen lekövethető legyen abban az esetben, ha válaszadók engedélye nélkül kerülnek nyilvánosságra. (A szteganográfia a rejtett üzenetek oly módon történő írása, amelynél a küldőn és a címzeten kívül mások még a rejtett üzenet tényét sem vehetik észre.)

4.6. Telefonos interjúk hangfelvétele és belehallgatás

Több országban jogszabályi korlátozások érvényesek a telefonbeszélgetésekbe történő belehallgatásra vagy a beszélgetések rögzítésére. Egyes jogszabályok kivételt tesznek, ha a belehallgatás a minőség-ellenőrzési stratégia részét képezi. Az ESOMAR nem tud minden egyes országra érvényes iránymutatást

adni. Mindazonáltal ajánlott az interjú bevezető részében a felvétel tényét jelezni, például „ezt interjút alkalmazottaink továbbképzésének céljából rögzítjük” vagy hasonló mondattal.

Amikor a megbízó szeretne belehallgatni egy telefonos interjúba, vagy szeretné meghallgatni az interjú hangfelvételét, a megbízók által történő megfigyelésről szóló előző szakaszban leírt iránymutatás a mérvadó.

5. EMBERI VISELKEDÉS MEGFIGYELÉSE

Amikor a kutatók az emberi viselkedést nem interjú készítésével, hanem egyszerűen a megfigyelés módszerével kívánják vizsgálni, általában két út közül választhatnak. Az egyik, amikor nyíltan részt vesznek a megfigyelni kívánt tevékenységben (résztevő megfigyelés), a másik esetben pedig távol maradnak a tevékenységtől (szinte kukkolóként vagy rejtett megfigyelőként viselkedve). Az etikai kérdések a választott megközelítéstől függenek.

5.1. Résztevő megfigyelés

A részttevő megfigyelés jól megalapozott társadalomtudományi módszer, amelyet az emberi kapcsolatok tanulmányozására használnak. Az Amerikai Pszichológiai Társaság (APA) Etikai Szabályzata kiváló iránymutatást ad, különösképpen az igen kritikus „tájékoztatás utáni beleegyezés” fogalmáról; ezt az iránymutatást az ESOMAR is elfogadja.

Az alábbiakban a tájékoztatás utáni beleegyezésnek a Szabályzatban meghatározott bizonyos jellemzőit közöljük:

- A kutatás lefolytatása előtt a kutatók kötelesek dokumentált megállapodást kötni a résztvevőkkel, amely tisztázza a kutatás természetét és a felek felelősségét.
- A tájékoztatás utáni beleegyezés megszerzésekor a kutatók a résztvevők által érthető nyelvezetet kötelesek használni.
- A tájékoztatás utáni beleegyezést az előtt kell megszerezni, hogy az alanyokról bármilyen adat rögzítésre kerül.
- A kutatók minden olyan meghatározó tényezőt kötelesek közölni, amelyek hatással lehetnek a célszemély részvételi hajlandóságára (például a kockázatokat, a kényelmetlenségeket, a káros hatásokat vagy a titoktartással kapcsolatos korlátozásokat), illetve kötelesek minden kérdésre válaszolni.
- A kutatók kötelesek tájékoztatni a résztvevőket arról a tényről, hogy a kutatástól bármikor visszaléphetnek, illetve a részvételük visszautasításának vagy visszalépésüknek a várható következményeiről.
- Olyan személy esetében, aki jogilag nem képes beleegyezését adni, a kutatók ennek ellenére kötelesek megfelelő tájékoztatás adni és megszerezni az adott személy beleegyezését, illetve a törvényes képviselőjének megfelelő engedélyét, amennyiben a képviselő által adott beleegyezést a törvény elfogadja.
- A kutatók kötelesek tájékoztatni a résztvevőket a személyes azonosításra alkalmas kutatási adataik szándékolt megosztásáról és további felhasználásáról, illetve az előre nem látott jövőbeli felhasználások lehetőségéről.

- A kutatók kötelesek azonnali lehetőséget biztosítani a résztvevőknek, hogy megfelelő információt szerezzenek be a kutatás természetéről, eredményeiről és következtetéseiről, és kötelesek megpróbálni orvosolni az esetleges félreértelmzéseket.

Az APA Szabályzat a tanulmánykészítésre és tanácsadásra érvényes javaslatokat is ad.

„A kutatók kutatási tanulmányaikban és prezentációikban nem közölhetnek az alanyokról bizalmas vagy személyes azonosításra alkalmas információkat, kivéve, ha az alany ehhez írásbeli engedélyt adta (vagy valamilyen etikai vagy jogi körülmény erre felhatalmazza őket). „Általában” – teszi hozzá a Szabályzat – ”az ilyen tudományos és szakmai prezentációkban a pszichológusok csak olyan formában hozhatnak nyilvánosságra az egyes személyekhez vagy szervezetekhez kapcsolódó bizalmas információkat, hogy a személyek vagy szervezetek ne legyenek egyenként azonosíthatók, illetve a nyilvánosságra hozott információ ne okozzon kárt az esetlegesen önmagukat beazonosítani képes résztvevőknek.”

5.1.1. Internetes tevékenységben való részvétel

Amennyiben az emberek nézeteiket nyilvános internetes felületen fejtik ki, ahol bárki, akit csak érdekel, megtekintheti, elolvashatja és továbbadhatja véleményüket, akkor azok szabadon hozzáférhetők.

A „fallal körülvett kertek” (walled gardens)² esetében gondosabban kell eljárni. Amennyiben a kutató kutatási szándékkal csatlakozik egy korlátozott csoporthoz, be kell jelentenie jelenlétét és céljait, illetve engedélyt kell kérnie a moderátortól, ha van, vagy a tagoktól.

Az olyan internetes oldalaknak, amelyeket kifejezetten azért hoznak létre, hogy a kutatásban való részvételhez a válaszadók meglátogassák azokat, azaz amelyeket a kutatók kutatási célból hoztak létre, a tájékoztatás utáni beleegyezés és a titoktartás egyéb közvetlen kutatási megközelítésnél alkalmazott minden követelményének meg kell felelniük.

5.2. Rejtett megfigyelés

A rejtett vagy fel nem fedett megfigyelés még elfogadható szintjei országonként és kultúránként jelentősen különbözhetnek. Például Nagy-Britanniában mindenhol jelen vannak a videofelvételt készítő közúti sebességmérők, míg az USA-ban komoly tiltakozás bontakozott ki a telepítésük ellen, mert a személyiségi adatok védelmének megsértését látták bennük. A személyes adatok védelméhez való hozzáállás kultúránként eltérő. A nyilvános helyen történő megfigyelés, mind a nyilvános, mind a rejtett, törvényes. Ahol lehetséges, és minden esetben, amikor a jogszabályok ezt megkövetelik, a nyilvános helyeken (például üzletekben, éttermekben stb.) rejtett megfigyelési módszereket használó kutatóknak tájékoztatniuk kell erről a nyilvánosságot.

5.2.1. Nyilvános hely

² Lásd: 3.6. pont

Ha a kutató nyilvános helyen videofelvételeket készít az emberekről, akkor erről egyértelmű figyelmeztetést kell kihelyeznie. Ha a megfigyelés egy adott helyen, például üzletben vagy étteremben történik, a kutatói etika megköveteli, hogy a bejáratnál figyelmeztető feliratot helyezzenek el, amely közli, hogy kutatási célból megfigyeléseket folytatnak. Aki úgy dönt, hogy nem kíván részt venni ebben, annak joga van nem belépni. Olyan körülmények között, amikor ésszerűen nem várható el az egyéntől, hogy ne lépjen be, például egy kórházban, biztosítani kell az embereknek a jogot, hogy azonosító jegyeik eltakarásával anonimizálják vagy – amennyiben ez a kutatási eredmények módosítása nélkül lehetséges – töröljék adataikat.

Kellően nagy és olvasható szöveggel ki kell helyezni egy megfelelő beosztású személy elérhetőségét. Egy általános példa a megfelelő szövegre:

A mai napon piackutatási célból megfigyeléseket folytatunk, és videofelvételeket készítünk az üzletben. Cégnév, elérhetőség.

Hasonló figyelmeztetést lehet elhelyezni egy szolgáltató bejáratánál is:

Február hónapban véletlenszerű megfigyeljük az ügyfeleink és alkalmazottaink közötti interakciókat; ennek célja az ügyfeleink felé nyújtott szolgáltatásaink minőségének javítása. Cégnév, elérhetőség.

5.2.2. Magánterület

Magánterületen csak az alanyok kifejezett beleegyezésével folytatható megfigyelés.

5.2.3. Próbavásárlás

A próbavásárlás a passzív adatgyűjtés egy változata abban a tekintetben, hogy az adatalany nem tudja, hogy adatgyűjtés történik. Az ESOMAR külön irányelvekkel rendelkezik a próbavásárlásról, amelyben részletes tanácsokat ad arról. Lásd:

http://www.esomar.org/uploads/pdf/ESOMAR_Codes&Guidelines_MysteryShopping.pdf

6. MELLÉKESEN ELŐÁLLÓ ADATOK

Digitális korunkban számtalan lehetőség létezik olyan személyes adatok rögzítésére, amelyek mindennapi ügyeink és tevékenységeink melléktermékeként állnak elő. Egy mobiltelefon nem csak azt rögzíti, hogy kit hívtunk és bennünket ki hívott, de hozzávetőleges tartózkodási helyünket is – hogy melyik mobilcella területén kapcsolódott a készülékünk. Ezeket az adatokat jogszerűen gyűjtik adott célból – jelen példánál a pontos számlázás, illetve a megfelelő híváskapcsolás érdekében.

Ezek a személyes adatok ilyesféle célokra feldolgozhatóak és menedzsmentcélok szerint elemezhetőek, bár általában nagyon korlátozott adatváltozó-halmazokat és általános kutatási insightot adnak.

Más célra ezek az adatok nem használhatók fel. Nem szabad például a gyakran hívott számokat elemezni azért, hogy személyre szabott kedvezményeket ajánljanak fel, vagy a törzsutasok célállomásainak vizsgálata alapján különleges ajánlatokat adni ezekre az úticélokra.

Az ilyen viselkedési adatok igazi marketingértéke akkor ragadható meg, ha fogyasztói szokásokkal, attitűdökkel vagy jellemzőkkel kapcsolatos más adatokkal kapcsolják össze őket, vagyis amikor két független személyes adatállományt kombinálnak. Ezt adatbázis-összekapcsolásnak (database enhancement) nevezik.

6.1. Adatbázis-összekapcsolás

Az adatbázis-összekapcsolás egyszerű példája a geodemográfiai kódolás hozzáadása a kutatási adatfájlhoz. Az eljárásra vonatkozó alábbi iránymutatás bármikor használható, amikor két személyes adatfájlt hasznosabb kutatási adatbázis létrehozásának céljából kapcsolnak össze. Az adatbázis-összekapcsolást neves kutatási szervezetek alkalmazzák szerte a világon. Ha megfelelően hajtják végre, a folyamatban a bizalmas adatok védelme sem a kódolás, sem az elemzés, sem a végleges, anonimizált adatkészlet használata során nem sérül.

A meglévő kutatási adatokat megvizsgálja a kódolási szakember, és minden válaszadóhoz a (példánk esetében) 38 előre meghatározott kód valamelyikét rendeli. Ez gyakorlatilag ugyanolyan, mint amikor a kutatás eredményeként részletes foglalkoztatottsági adatok állnak rendelkezésre, és egy szakértő kódoló besorolja a válaszadó iparágát a 900 elemből álló iparági osztályozás alapján.

A normál adatkódolástól ez csupán annyiban különbözik, hogy az adatok áttekintéséhez és a kód alkalmazásához egy külső szakértőre (a geodemográfiai rendszer tulajdonosára) van szükség.

Ezt a lehetőséget az ICC/ESOMAR Piac- és társadalomkutatásra vonatkozó nemzetközi kódexének alkalmazásáról szóló dokumentum³ tárgyalja:

12. paragrafus – Felelősség

A Kódex és a helyes üzleti gyakorlat követelményeinek teljesítéséhez elengedhetetlen a kutató és a megbízó, illetve egyéb felek (pl. vállalkozóként dolgozó kérdezőbiztosok vagy alvállalkozók) között a felek felelősségét meghatározó szerződés vagy írásbeli megállapodás léte.

Amennyiben egy kutatási projekt egyes elemeit alvállalkozó végzi, a kutatónak az alvállalkozóval kötött szerződésben biztosítani kell, hogy az alvállalkozó, és különösképpen az esetleges kérdezőbiztosok, megértették a Kódexet, és teljes mértékben betartják azt.

A személyes kutatási adatok védelme megköveteli minden személyes adat, eltávolítását, ide értve a válaszadó nevét is a címadatoknál, mielőtt az adatbázist a kódolásra átadnák.

A speciális kódolás megtörténte után a kutató visszakapja azt, és a kódokat hozzáadja az adatbázis többi részéhez, és innentől kezdve anonimizált adatként használja azokat az elemzéshez. Az egyénekről semmilyen adat nem kerül a kutatócégen kívülre.

³ ESOMAR Notes on How to apply the ICC/ESOMAR International Code on Market and Social Research http://www.esomar.org/uploads/professional_standards/guidelines/ESOMAR_Codes&Guidelines_NotesHowToApplyCode.pdf

Amennyiben a válaszadók a kutatási adatok elemzésének eredményeképpen bármilyen marketing megkeresést kapnak, ez csak azért lehetséges, mert ők a kutatási elemzés által meghatározott nagyobb célcsoportnak a tagjai. A megkeresés nem alapulhat a kutatáshoz megadott személyes adataikon. Ugyanez érvényes a marketing támogatása érdekében végrehajtott kutatásokra. Egy meghatározott tulajdonságokkal rendelkező személycsoportot képviselő válaszadó kaphat az adott személycsoportnak szánt marketingüzeneteket.

Feltétlenül szükséges, hogy a kutatószervezet elmagyarázza a megfelelő adatvédelmi kérdéseket a külső kódolónak, és aláírasson vele egy nyilatkozatot, amely szerint tevékenysége során az ICC/ESOMAR Kódex és az adatvédelmi jogszabályok minden követelményének meg fog felelni.

6.2. Hűségkártyák

Az ilyen kártyákat kibocsátó cégek gyakran szeretnék a hűségkártya igénylésekor megszerzett adatokat a hűségkártyával való fizetés során keletkező adatokkal egyesíteni.

A jogszerű kutatási elemzés érdekében ilyen esetben is az adatbázis-összekapcsolásnál megadott folyamatot kell követni.

7. KISKERESKEDELMELI TERMÉKKÖVETÉS

Az RFID technológia jelenleg fejlesztés alatt áll, amely a termékek tartózkodási helyének nyomon követésével kíván segítséget nyújtani a kereskedőknek és a gyártóknak abban, hogy a megfelelő időben a megfelelő helyre juttassák azokat. Jelenleg nem tudunk olyan példáról, hogy az adatokat a vásárlók nyomon követésére használnák, vagy a termékek tartózkodási helyét beazonosítható személyekhez kapcsolják. A technológiát az ESOMAR figyelemmel fogja kísérni, és szükség esetén kiegészítéssel látja el jelen Útmutatót.

8. FIZIOLÓGIAI MONITOROZÁS

A válaszadók érzékelőkkel és olyan eszközökkel, mint az EEG (elektroencefalográf) vagy az fMRI (funkcionális mágneses rezonancia vizsgálat) történő fiziológiai mérések megfigyelése (*neuromasurement*) a fogyasztói kutatások egyre bővülő területe. A legfontosabb dolog ebben az esetben a megfelelő tájékoztatás utáni beleegyezés megszerzése. Az fMRI és az EEG esetében is a kutatószervezet vagy a neuromarketing cég felelőssége a technológia szerepének és használatának teljes körű bemutatása mind az előszervezés során, mind közvetlenül az alkalmazás előtt. Az alkalmazandó modell a kvalitatív kutatáshoz hasonló, és különösképpen fontos filmezés esetén a megfigyelőeszközök szerepének és használatának bemutatása, valamint a résztvevők tájékoztatása a tükör mögött tartózkodó megbízóról, illetve a projekt szerepéről, hasznáról és céljáról.

Neurokutatások esetén a kutatóknak, illetve neurológiai szakembernek teljes körűen és a laikusok által is érthető kifejezésekkel el kell magyaráznia az alanyok az alkalmazott eljárásokat. Az fMRI esetében ezek sokkal invazívabbak, mivel a vizsgálat laboratóriumi körülmények között, könnyen klausztrofóbiát kiváltó környezetben, az alany fejének rögzítésével történik. Az élmény tehát igen invazív, és amennyiben a kísérletet előzetesen nem megfelelő alaposítással ismertetik, bizonyos fokú szorongást válthat ki.

Az EEG használata teljesen más; sokkal könnyebb elfogadtatni, mivel a használt eszköz hordozható, igen könnyű és egyáltalán nem invazív, miközben a környezet is sokkal barátságosabb. Akárcsak az fMRI esetében, itt is egyszerűen kell elmagyarázni a módszert, hogyan működik az agy, illetve a tényt,

hogyan az EEG az agyi elektromos tevékenység változását méri, amely változások a környezetünkre, a látott, halott, ízlett, érintett és szagolt dolgokra válaszol adott gondolattal, mozgással vagy cselekvéssel következnek be.

A szemkamerát egyre gyakrabban használják az EEG-vel együtt, amikor a vásárlók nem csupán az EEG-mérésre szolgáló „fejfedőt”, hanem egy szemüveget is viselnek, amely a frontális és a retinális szemmozgást figyeli. A folyamat elmagyarázása itt is szükséges, ugyanakkor törekedni kell az egyszerűsítésre.

A pszicho-fiziológiai adatokat (fMRI, EEG, elektrokardiogram, bőr vezetőképessége/ellenállása stb.) gyűjtő kutatóknak egyértelmű szabállyal kell rendelkezniük az adatok megtartásáról. Ezeket az adatokat a viselkedési információkon túlmenően orvosi célokra is lehet használni. EEG és fMRI esetében akár rejtett betegségeket vagy kórállapotot is felfedhetnek. Egyértelműen tájékoztatni kell az alanyokat, hogy az MRI vizsgálatoknak nincsen diagnosztikai célja, és a kutatók nem képzett egészségügyi szakemberek, akik az adatok orvosi jelentését értelmezni tudnák. Közölni kell az alanyokkal azt is, hogy az adatokat mennyi ideig fogják megőrizni, amennyiben egészségügyi szakembernek is meg kell azokat tekintenie.

9. TOVÁBBI INFORMÁCIÓ

Az Útmutató gyakorlati megvalósításával kapcsolatos kérdéseket az ESOMAR Szakmai Szabványokkal Bizottsága a professional.standards@esomar.org címen, a PMSZ – Piackutatók Magyarországi Szövetsége a pmsz@pmsz.org címen várja.

Hasznos linkek

Az Amerikai Pszichológiai Társaság Etikai szabályzata

<http://www.apa.org/ethics>

A projektcsapat

A projektcsapat elnöke: John O'Brien, a szakmai szabványokkal foglalkozó bizottság tanácsadója

Laurent Battais, a Marketingscan ügyvezető igazgatója, Franciaország

Hy Mariampolski, a Qualidata Research ügyvezető igazgatója, USA

Max Kalehoff, ex Buzzmetrics, USA

Peter Laybourne, a Neuroco elnöke, Nagy-Britannia

Ana Claudia Medeiros, az Unilever fogyasztói és marketing menedzsere, Nagy-Britannia

Dan Foreman, az Opinium Research igazgatója, Nagy-Britannia

Az ESOMAR a piac-, fogyasztói és társadalomkutatás fejlesztésére létrehozott világszintű szervezet. A több mint 100 országban 5000 taggal rendelkező ESOMAR célja a piac- és véleménykutatás értékének növelése a lényegi kérdések megvilágításával és a hatékony döntéshozatal előmozdításával. A folyamatos párbeszéd elősegítése érdekében az ESOMAR iparág-specifikus és tematikus konferenciákból, publikációkból és kommunikációból álló átfogó programot hoz létre és hajt végre,

valamint aktívan támogatja az önszabályozást és a kutatási gyakorlattal foglalkozó globális szabályzat létrehozását.