

Hetesi Erzsébet

Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar

ORCID:0000-0001-8518-407X

Valóban ez a legjobb út? Generációs különbségek az online kutatásmódszertan megítélésében

Absztrakt

A kutatásmódszertani trendek több évtizede azt jelzik, hogy a klasszikus kvantitatív és kvalitatív eljárások kiszorulnak, és átveszi helyüket az online világ. A digitalizáció azonban a kutatásmódszertan területén is számos ellentmondást, kétséget, dilemmát vet fel. A Big Data napjaink egyik legnagyobb lehetősége, mások szerint legnagyobb veszélye. Miután életünk legapróbb részlete is mérhetővé tehető, adattá alakítható és felhasználható, a Big Data a lehetőségek mellett rendkívül fontos etikai kérdéseket vet fel, és veszélyeket rejt. A Big Data bűvöletében élők azonban ritkán szólnak annak etikai kérdéseiről, a személyiségi jogokról, az adatbiztonságról, és hasonlóan visszafogott a szemkamerák, webkamerák, vagy akár a neuromarketing alkalmazásával kapcsolatos „sötét oldalak” feltárása is. A Big Data mellett megjelenő alternatív kvalitatív kutatásmódszertani eljárások talán még nagyobb népszerűségnek örvendenek a fiatal generáció körében, miközben ezek is számtalan hátránnyal, kockázattal, és az adatok, információk sérülésével járnak. A tanulmány rámutat arra, hogy az új lehetőségek zöme egyáltalán nem új, hanem évtizedekkel ezelőtt is használták ezeket, és felhívja a figyelmet a valóban újak tekinthető eljárások hátrányaira, kockázataira.

Kulcsszavak: Big Data, digitalizáció, online kvantitatív és kvalitatív módszerek hátrányai

Abstract

Is This Really the Best Way? Generational differences in the perception of online research methodology

For several decades, trends in research methodology have indicated that traditional quantitative and qualitative procedures are being replaced by the online world. However, the world of digitization also raises many contradictions, doubts, and dilemmas in the field of research methodology. Big Data is one of today's greatest opportunities, and according to others, its greatest danger. Since even the smallest detail of our lives can be measured, converted into data and used, Big Data hides extremely important ethical questions and dangers in addition to its opportunities. However, those who live under the spell of Big Data rarely talk about its ethical issues, privacy rights, data security, and the exploration of the "dark side" related to the use of eye cameras, webcams, or even neuromarketing is similarly restrained. The alternative qualitative research methods appearing alongside Big Data are perhaps even more popular with the younger generation, while they also come with countless disadvantages, risks, and damage to data and information. The study points out that most of the new possibilities are not new at all, but were used decades ago, and draws attention to the disadvantages and risks of the new procedures.

Keywords: Big Data, digitization, disadvantages of quantitative and qualitative online methods

Bevezetés

A társadalomtudományi kutatások alapszabályainak, módszertanának mai meghatározásai hosszú időre nyúlnak vissza. Jan Szczepański lengyel szociológus és politikus, a Łódźi Egyetem professzora a *Szociológia története* című könyvében felhívta a figyelmet arra, hogy egy kor kutatóinak munkáját csak annak a társadalmi környezetnek a kontextusában minősíthetjük, amelyek keretében azokat alkalmazták (Szczepański 1973). Ez a gondolat végigkísérte a módszertanok, alkalmazott eljárások fejlődését, a különböző technikák kritikai megközelítéseit, és a belőlük levonható tanulságokat. A szociológiai, pszichológiai, sőt a marketingkutatói módszertanok is ennek a tanulási folyamatnak az eredményei. Ma, a digitalizáció világában mintha megfeledeznénk két dolgról, amelyekre ebben a tanulmányban szeretném felhívni a figyelmet. Az újnak, forradalminak, az (uralkodó trendeknek) örülő generáció egyrészt nem kíváncsi arra, hogy mi volt a múltban, másrészt nélküli az új eljárásokkal szembeni valódi kritikai szemléletet. Ez pedig olyan nézetkülönbségekhez vezet, amelyeket egy – a múltból már sokat tapasztalt (vagy csak akadémuskodó) – idősebb kutató nehezen tud kezelni.

A tanulmány röviden áttekinti azokat a sarokpontokat, amelyeket érdemes lenne vita tárgyává tenni. Mi az új a digitalizációs eljárásokban, és valóban ezek a módszerek jelentik-e a legjobb utat a hiteles, döntéseket megalapozó információk megszerzéséhez? Léteznek-e hátrányai az új módszertanoknak? Az adatok, információk megbízhatóságának, érvényességnek kérdései mellett vannak-e olyan káros következményei a digitális eszköztárnak, amelyek ennél jóval szélesebb kontextusban jelenthetnek kockázatokat, és esetleg etikai problémákat is felvethetnek?

1. Történeti előzmények

1.1. Néhány szó az empirikus kutatások alapszabályairól

Korábban a gondolkodókat a formalizált elemek foglalkoztatták, és a „mi van” kérdései, a spontán elemek háttérbe szorultak. A spontán folyamatok vizsgálata akkor következett be, amikor a tudományos gondolkodást már nem kötötték a vallási, ideológia megfontolások. Másrészt ahhoz, hogy a valóságot vizsgáljuk, hiányzott a megfelelő módszertan is. Ebben a korszakban amellet, hogy jellemző volt az emberi élet voluntarisztikus szemlélete, a valóság feltárását korlátozta a természettudományok fejletlensége is. A valóság vizsgálatára valóban nem álltak rendelkezésre megfelelő statisztikai és matematikai módszerek, amelyek segítették volna a „társadalmi van” kvantitatív módszerekkel történő elemzését (Szczepański 1973), ám ennek ellenére már a 18. és 19. században is akadtak olyan gondolkodók, akik kísérletet tettek a valóság feltárására. Ezekről egy későbbi fejezetben lesz szó, ahol a kvalitatív kutatások gyökereiről részletesebben is írok.

Ami biztos, hogy a „van” megismerése a pozitivista filozófiai megközelítésből eredeztethető, és alapjául szolgált a szociológiai módszertan fejlődésének. Bár a szociológia előfutárai a kor természettudományos fejletlensége miatt még inkább absztrakciós gondolatokat igyekeztek megfogalmazni a társadalom jobbá tételének érdekében (Saint-Simon, Comte), de hozzájárulásuk így is jelentős az empirikus kutatások megalapozásához (Justus 1963; Berényi 1979).

1.2. A középszintű elmélet

A társadalomtudóstól egyre inkább elvárják, hogy olyan eszközt adjon az alkalmazók kezébe, amely gyakorlati segítséget nyújthat társadalmi problémák megoldására. A társadalmi mechanizmusokon alapuló megközelítés a második világháború után a Robert Merton, Karl Popper és Paul Lazarsfeld nevével fémjelzett középszintű elméletek iskolájához sorolható. A középszintű elmélet a társadalmi rendszer általános elméletei és a mindennapi kutatásban használt munkahipotézisek között helyezkedik el (Merton 1942). Ezt a felfogást már a huszadik század második felének modern irányzataihoz kapcsolják, amelynek alapvetéseinél valóban a fenti három szerzőt érdemes megemlítenünk.

A szociológusok többsége elfogadta az amerikai Merton programját, akinek alapelve, hogy a szociológiának nem a nagy társadalmi problémákat kell megoldania, és nem is azzal kell foglalkoznia, hogy mi történik a mindennapokban, hanem olyan kérdésekre kell választ adnia,

amelyek egy-egy nagyobb társadalmi jelenséget próbálnak megmagyarázni. Merton szerint a paradigma a gyakran hallgatólagos feltevések, probléma-készletek, a legfontosabb fogalmak, logikai eljárások, a szelektíven összegyűjtött tudás-útmutatók használata lehet valamennyi tudományos területen végzett vizsgálat számára (Merton 1942; Huszár, Léderer 1976).

A középszintű elmélet tudományfilozófiai megalapozása Karl Popper nevéhez fűződik. Popper szerint minden tudománynak úgy kell eljárnia, hogy amikor felmerül valamilyen probléma, amelyet az addigi tudományos ismeretek alapján nem tudunk megoldani, akkor új hipotézist kell megfogalmaznunk, amelyet a valóság vizsgálata alapján ellenőriznünk kell. A mérések alapján a hipotézist vagy igazoljuk, vagy cáfoljuk. Szerinte a tudományos hipotézis vagy elmélet kritériuma a megcáfolhatóság. „Ha valamely elméletet nem lehet megcáfolni, mert nincs úgy megfogalmazva, hogy tételeit ellenőrizni lehessen, vagy nincsenek hozzá adataink vagy megfelelő módszereink, akkor azt nem lehet tudományosnak tekinteni” (idézi Andorka 1997: 74). A középszintű elmélet módszertani megalapozója pedig Paul Lazarsfeld volt, aki annyiban járult hozzá a középszintű elmülethez, hogy hangsúlyozta: a szociológiában csak olyan változókat szabad használni, amelyek a valóságban mérhetőek (Hynek 2001).

A magam részéről meg vagyok győződve arról, hogy ezek az alapszabályok ma is érvényesek, és nem csupán a társadalomtudományok területén, hanem így van ez a természettudományok estében is. Megítélésem szerint csak akkor kezdhetünk el egy kutatást, ha van egy problémánk, amelyre a meglévő ismeretek alapján nem tudunk választ találni. Ezt követően fogalmazzuk meg szabatosan, egyértelműen a problémát, mert ahogy Philip Kotler mondja: „a megoldáshoz vezető út felét már megtetted, ha jól határozta meg a problémát” (Kotler 1991: 109). Ezután tesszük fel célirányos kérdéseinket, megfogalmazzuk a probléma okaira vonatkozó feltételezéseinket (hipotézisek), konkrét kutatási céljainkat, amelyek alkalmasak lesznek a kérdések megválaszolására, a hipotézisek igazolására, vagy azok cáfolására, és csak ezek után jön az azon való gondolkodás, hogy honnan, kiktől tudunk empirikus, tapasztalati, primer eljárásokkal hiteles információkat szerezni. Amennyiben erre vonatkozóan is van elképzelésünk, akkor majd az határozza meg, hogy milyen konkrét eljárást tudunk alkalmazni. Hogy érem el azt az alapsokaságot, melyik módszer lesz a legjobb? Mi a célravezető? Megkérdézzem? Ha igen, hogy kérdezzem meg? Megfigyeljem, de hogyan? Kísérletezzek? Kvantitatív, vagy kvalitatív módszert alkalmazzak a kutatás során? Utóbbi kérdés nem újszerű, és ez a kvantitatív, kvalitatív küzdelem a mai napig tart.

1.3. Hullámzó trendek a kvantitatív és kvalitatív kutatási eljárásokban

Áttekintve az egyes trendeket arra lehet következtetni, hogy a kétféle (minőségi információkat szeretnénk, vagy mennyiségi adatokat) megközelítést sokkal inkább az adott korszak technikai, technológia adottságai, a módszertanok fejlődése generálták, semmint a korábbiakban felvázolt alapszabályok.

- A 18-19. századi társadalomtudományi kutatások szinte kizárólag Európában voltak jelen, és a statisztikai, matematikai módszerek hiánya miatt még akkor is kvalitatív eljárásoknak tekinthetők, ha egyes kutatók szisztematikus adatgyűjtésekkel igyekeztek mennyiségi információkat is szerezni. (Nem volt még SPSS, PLS, de még regressziós együttható sem.)
- A 20. század elején a kvantitatív kutatások a statisztika fejlődésének hatására fellendültek, és látható, hogy a negyvenes években már a középszintű elmélet megalkotói is mérhető adatokat vártak a problémáikra. Ezt a lelkesedést csak erősítette, hogy számos egyetemi kutató vett részt a II. világháborúban az amerikai hadsereg Kutatási Irodájának munkájában, és elsajátították a legmodernebb adatgyűjtési és adatelemzési technikákat, mint pl. a számítógépek, kártyaleolvasó rendszerek kezelése (Scipione 1994).
- Az 50-es, 60-as évektől újabb „paradigmaváltás” történt. A kutatók, szakemberek körében ebben az időszakban az volt az uralkodó álláspont, hogy a mennyiségi adatok felszínesek, minőségi adatok kellene, erre pedig a kvalitatív módszerek a leginkább alkalmasak. Freud pszichoanalitikus elméletének hatására megjelentek a motiváció-kutatások, ekkor már Lazarsfeld és Merton is a fókuszcsoporthoz alkalmazását

szorgalmazták, de ugyanebben az időszakban elindultak a hazugságvizsgáló, galvanikus bőrreakciókat elemző kutatások is (Scipione 1994).

- A 90-es években újra a kvantitatív kutatásokat preferálták. Ennek fő mozgatórugója a mai napig közkedvelt Big Data, amelyről részletesebben a következő fejezetben szólnunk.
- Nagyon enyhe – ám figyelemre méltó – közeledést hozhatott volna a 19. század a mix method (vegyes módszertanú) megközelítéssel. A társadalomtudományok területén többféle elnevezéssel találkozhatunk: kevert kutatás, integratív, több-módszerű megközelítés, többszörös módszerek, háromszögletű vizsgálatok, vegyes kutatás. Morse (2003) szerint azonban leegyszerűsítve a legfontosabb különbség, hogy a több-módszertanú (multi-method) megközelítés egy kutatáson belül többféle kvalitatív vagy többféle kvantitatív felmérést használ, míg a vegyes módszertanú (mixed method) többféle típusú adatot kapcsol össze. Utóbbi esetben a legjellemzőbb a kvalitatív és kvantitatív módszer együttes használata egy kutatáson belül (Neulinger 2016).

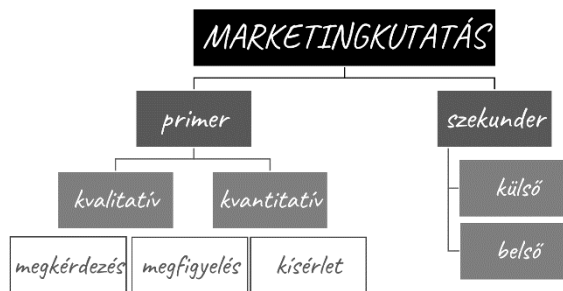
Ez talán feloldhatta volna az évtizedek óta tartó küzdelmet abban a kérdésben, hogy mi is a jobb: a kvantitatív vagy a kvalitatív eljárás alkalmazása? De nem ez történt.

2. A kutatási trendek változásának sajátosságai

Az előbbieken vázolt hullámok láthatóan generációktól függetlenül, szakemberek, kutatók között zajlottak. Ahogy említettem, Lazarsfeld és Merton közösen jutottak arra az álláspontra, hogy mennyiségi adatok helyett talán mégis jobb lehet a kvalitatív eljárások használata. Napjaink trendjeit azonban egy új erő mozgatja: a technológiai háttér olyan rapid, és olyan mély változása, amely már generációk között eredményez nézetbeli különbségeket, azaz a harc új szintjére zajlik. Más a tét. Mi az igazi út a kutatások sikerességében: hagyományos, vagy online technikák alkalmazása?

A következőkben a társadalomkutatás egy szűk (gazdálkodástudomány), és azon belül egy még szűkebb kutatásmódszertani területét, a marketingkutatás módszertanában bekövetkezett változásokat szemléltetem a legfrissebb magyar nyelvű szakirodalom segítségével (Szűcs et al. 2003).

A hagyományos megközelítés az alábbi sémát tartotta irányadónak (1. ábra)

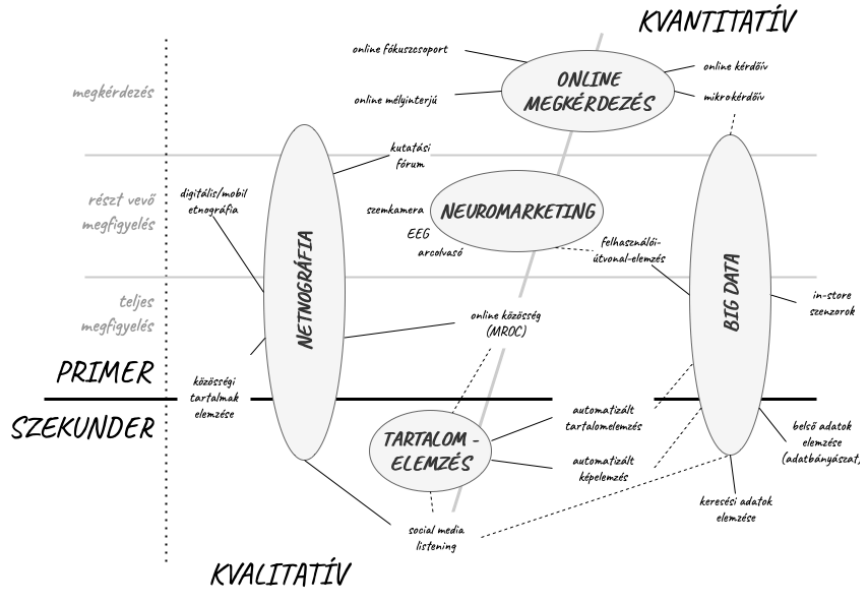


1. ábra: Kutatási módszerek hagyományos kategorizálása

Forrás: Szűcs et al. 2023 (a szerzők szerkesztése Malhotra 2019 alapján)

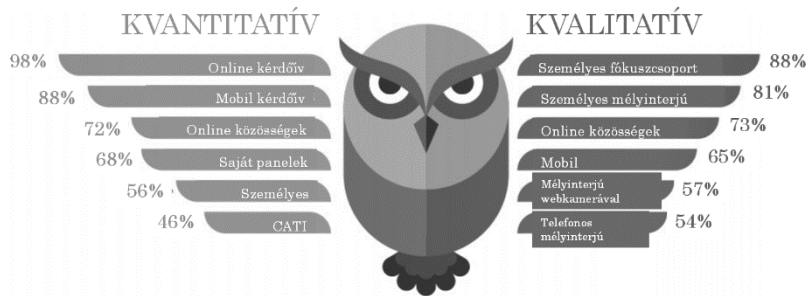
A marketingkutatási trendek azonban néhány évtizede azt jelzik, hogy a klasszikus kvantitatív és kvalitatív eljárások kiszorulnak, és átveszi helyüket az online világ.

Ma az online tér olyan arzenálját kínálja az alkalmazható eljárásoknak, hogy a klasszikus felosztás ma már gyakorlatilag értelmetlennek tűnik, és egy egészen új megközelítés szükséges. Ennek egyik oka az, hogy az új megoldások egy része a már említett mix method és multi-method módszertan együttes alkalmazásában az online környezetre épít, a másik pedig, hogy nehezen különíthető el a kvalitatív és kvantitatív adatszerzési módszer. Az idézett legújabb szakkönyv az alábbi ábrában foglalja össze a változásokat (2. ábra).



2. ábra: A leggyakrabban használt innovatív kutatási módszerek csoportosítása
 Forrás: Szűcs et al. 2023.

Ez az ábra egy egészen más üzenetet fogalmaz meg az új generáció számára, és táptalaja a generációs véleménykülönbségeknek.



3. ábra: Megkérdezéses módszerek részaránya az alkalmazott marketingkutatásban 2018-ban
 Forrás: Szűcs et al. 2023. (a szerzők idézik: GRIT 2019.)

A 3. ábra olyan tendenciákat mutat, amelyek egyértelműen azt jelzik, hogy az online módszerek térnyerése megállíthatatlan a marketingkutatások területén, különösen ami a kvantitatív információk megszerzését illeti.

3. Generációs különbségek a marketingkutatásban – megbízhatóság, kockázatteret, etikai problémák

A marketingkutatás megítélésének generációs különbségeit nagyon célirányosan, annak csak egy-egy szeletét felvillantva mutatom be.

3.1. Hogyan kezeli a mai generáció a kutatási alapszabályokat?

Nos, ők nem a Merton, Lazarsfeld, Popper hármasság logikájában gondolkodnak. Megközelítésük még akkor is fordított, ha esetleg van valami elképzelésük arról, hogy mi a problémájuk. Megelőzve a *Marketingkutatás 4.0* szakkönyv megjelenését (Szűcs et al. 2023), a fiatalok már jóval korábban az alkalmazható eljárások újszerűségét helyezték a kutatás középpontjába. A cél az, hogy kutatásukban legyen valami nagyon „trendi” eljárás, lehetőleg online kérdőív, netnográfia, és ennél már csak a neuromarketinges technikák izgalmasabbak.

Ez a valóságban azt jelenti, hogy a kiindulópont nem a kutatási probléma, nincsenek is igazán kérdések, hipotézisek, esetleg alapsokaság, mintaválasztási eljárások, hanem egy a fontos: az újszerű kutatási technika. Majd aztán kitaláljuk utólag, hogy az mire, hogyan, hol, milyen kör- zegben alkalmazható. Akkor nézzük is meg, hogy melyek az igazán népszerű választások!

3.2. Kvantitatív alkalmazások, és azok korlátai

A 3. ábra szemléletesen mutatja be a mai állapotok alapján kvantitatívnek tekinthető eljárásokat. Ezek közül kettőt emelek ki, amelyek nagyon népszerűek a fiatalabb generáció körében.

A BIG DATA jelenség

A Big Data nem konkrét technológia, hanem régi, bevált és új technológiák szintézise. Ezek a technológiák együttesen képesek biztosítani hatalmas mennyiségű, változatos adat gyors feldolgozását és kezelését. A Big Data három meghatározó tényezője a nagyon nagy adatmennyiség, a nagyon gyors adatfeldolgozás és nagyon változatos adatok. Amennyiben a Big Data előnyeiről és hátrányairól szeretnénk olvasni, a Google keresőben a következő adatokat találjuk: előnyök (advantages of Big Data) 729 000 000 találat (0,37 mp), hátrányok (disadvantages of Big Data) 318 000 000 találat (0,41 mp). De ha arra keresünk információt, hogy „benefits of Big Data”, akkor az eredmény már 1 660 000 000 találat (0,59 mp)¹. Ez talán jól tükrözi, hogy a bejegyzések, cikkek többszöröse említi az előnyöket, mint amennyi a hátrányokat.

A szakirodalmak alapján (Cole et al. 2015; Raguseo 2018; Dana et al. 2015; Baig et al. 2019) a legfontosabb előnyöket és hátrányokat az alábbi táblázatban (1. táblázat) foglaltam össze:

Előnyök	Hátrányok
sok változatos adat	adatbiztonsági kérdések
az adatgyűjtés gyors, olcsó	etikai kérdések
strukturált adatok	különböző adatforrások és eltérő adatformátumok
versenyelőny, állandó kommunikáció	adattudós, adatelemző szakemberek hiánya
adatok vizualizációja	rosszindulatú szereplők általi szándékos visszaélés

1. táblázat: A BIG DATA előnyei és hátrányai

Forrás: Cole et al. 2015, Raguseo 2018; Baig et al. 2019 alapján saját szerkesztés

Miután elsősorban a hátrányokat kívánom hangsúlyozni, a kérdés, hogy milyen kockázatokkal jár a Big Data.

Bár csábítóak a Big Data kínálta lehetőségek, ez nem feltétlenül jelenti a bőség kosarát. Ha helytelenül gyűjtik, tárolják vagy használják fel az információkat, a nagy adatbázisok komoly veszélyeket rejtenek magukban. Általánosságban elmondható, hogy a Big Data kockázatai négy fő kategóriába sorolhatók: biztonsági kérdések, etikai kérdések, rosszindulatú szereplők általi szándékos visszaélés (pl. szervezett bűnözés), valamint a nem szándékos visszaélés. Az adatbiztonság jelenti az egyik legnagyobb problémát. A kockázatalapú biztonsági évközi adatszivárgási jelentés szerint csak 2019 első felében 4,1 milliárd rekord került nyilvánosságra adatszivárgás következtében (Hillier 2022). A rosszindulatú szoftverek száma több mint 600%-kal emelkedett 2009 óta, és 2020-ban az adatszivárgások révén nyilvánosságra került adatrekordok száma elérte a megdöbbentő 36 milliárdot². Feltételezve, hogy a szervezetek meg tudják őrizni adatainkat a hackerekkel és a kibertámadásokkal szemben, ez nem zárja ki annak lehetőségét, hogy akár ők maguk is visszaéljenek az információval. A nagy adatbázisok lehetővé teszik a szervezeteknek, hogy egyre finomabb előrejelzéseket készítsenek a jövőről, lehetővé téve számukra, hogy egyre invazívabb fogyasztói profilalkotást végezzenek.

A biztonsággal szoros összefüggésben etikai gondok is jelentkeznek a Big Data használat kapcsán. A Big Data etikája még mindig kétséges, és talán ez az oka annak, hogy egyesek az adattudományi esküt és az etikai irányelvek kidolgozását szorgalmazzák. Hannah Fry brit

¹ Utolsó letöltés: 2023. 05. 28. 22:57.

² Az adat a jövő valutája: hogyan profitálhatunk belőle? <https://iotzona.hu/big-data/az-adat-a-jovo-valutaja-hogyan-profitalhatunk-belole> Utolsó letöltés: 2023. 07. 11.

matematikus és adattudós pl. etikai fogadalomra szólította fel az adattudósokat (Hillier 2022). Az ötlet sokban hasonlít az orvosi hippokratészi eskükhöz, amelyet az orvosok arra tesznek, hogy „nem ártnak”. A Data Science Oath javaslata vitára ösztönöz a Big Data etikájával kapcsolatban, és ezzel párhuzamosan sok adattudós lobbizik a kormányoknál, hogy vezessenek be szigorúbb szabályokat a nagy adatok gyűjtésére, tárolására és felhasználására vonatkozóan.

Miért is kedvelt az online kérdőív?

Az online kérdőív a kvantitatív adatgyűjtésre a fiatalok választási preferenciáinak élvonalában óriási előnnyel szerepel. Egyszerű, gyors, kényelmes, olcsó és akár meg is lehet szervezni a válaszadókat. Ez mind igaz. Már nálunk is készen kínálják a cégek ezeket a sablonokat, és miért ne alkalmaznák a fiatalok? Nem kell saját gondolkodás, nem kell keresni már validált kérdőívet, a szoftver menet közben elemzi az adatokat, ha kell az AI még a következtetéseket is megírja helyettünk. Kell ennél több? Igaz, hogy a saját problémához csak kevés köze van a kérdőívnek, de majd utólag állítok fel hipotéziseket a készen kapott sémákra. A sematizálás, az egyformaság ellen ugyan küzdenek az ajánlók, de ez a kisebb probléma.

Sokkal nagyobb gondot jelent a válaszadási hajlandóság, és a minta összetétele. Szerencsére ezzel a szakirodalom is sokat foglalkozik. Pepin (2022) szerint nagyon fontos az adatok minősége, amelynek egyik jó indikátora az, hogy az eredmények mennyire tudják bemutatni egy mintán a teljes sokaság véleményét, magatartását. Arra is felhívja a figyelmet, hogy az automatizáció sem oldja meg az adatminőséggel kapcsolatos problémákat. Nem véletlen, hogy egyre több a gyanús, kiugró adatokat detektáló technológiák fejlesztése. Nem elhanyagolható, a kérdőív kitöltése közben kilépők arányának (*drop off rate*) csökkentése, a kérdőív hossza (Jin 2011, Kato, Miura 2021), és a csalások kiszűrése sem. Egy biztos. A korábbi írásbeli megkérdezések hátrányai megjelennek az online lekérdezéseknél is, és többszörösen jelen vannak a reprezentativitás kérdését illetően. Erre pedig nem elég az a válasz, hogy az eredmények az adott mintára igazak.

Összefoglalva úgy tűnik, hogy az online kvantitatív módszerek esetében van még mit tennünk a tanulási folyamatban.

3.3. Tényleg olyan újak az „alternatív” kvalitatív módszerek?

A mix és multimethod eljárások egyensúlykereső szándékával együtt a digitalizáció hatására a kvalitatív technikák is óriási fejlődésen mentek keresztül. Bár a 3. ábrán jól látszik, hogy a klasszikus fókuszcsoporthoz és interjúhoz még nem adta meg magát az online világnak (GRIT 2019), de számos más területen jelentek meg új technikák. Mielőtt ezek kritikai bemutatására vállalkoznánk egy kis előtörténetet fontosnak tartok megemlíteni.

Egy kis kitérő a múltba

Ahogy azt a korábbiakban hangsúlyoztam, a kvalitatív kutatások gyökerei az európai előfutárok munkásságában jelentek meg évszázadokkal ezelőtt. Olyan filantróp, reformer „kutatóról” van szó, akire a szociológusok még a 21. században is előszeretettel hivatkoznak. A sok-sok jobbító szándékú, főleg arisztokrata családokból származó fiatal erőfeszítéseinek kapcsán – a teljesség igénye nélkül – csak azokat emelem ki, akikről az új generáció semmit nem tud, és akik munkássága problémafelvetésben, kutatási módszerekben, önfeláldozásban, reformjavaslatokban messze felülmúlja a digitális környezetben elkényelmesedett mai fiatalok nagyívű törekvéseit, és akik munkája megkérdőjelezi az uralkodó módszertani trendek újszerűségét. És itt nem kárhoztatom a fiatalokat, mert ennek kapcsán nem csupán generációs különbségekről van szó, hanem az interdiszciplinaritás hiányáról is. Az amerikai szociológusok ismerik az európai múltat (Granovetter 1985; Parsons 1977), de a marketingkutatók említést sem tesznek erről fejtegetéseikben (Scipione 1994; Malhotra 2008).

Kezdjük John Howard munkásságával! Howard a börtönök vizsgálatát és a börtönviszonyok megváltoztatását tűzte ki céljául. Az 1755-ös lisszaboni földrengést követően Portugália felé hajózva francia hadifogságba került, majd hat napig volt börtönben Brestben, mielőtt átszállították egy másik börtönbe a francia tengerparton. Itt megtapasztalta a rettenetes börtönviszonyokat, a foglyokkal szembeni kíméletlen bánásmódot. Howard a fogságából kiszabadulva a börtönügy megreformálásának szentelte életét, ezért nevezik a „börtönügy apostolának”. A korabeli Anglia börtönviszonyainak megreformálására törekedve végigjárta a börtönöket,

feljegyezte a rabok nevét, a vádakat, jegyzéket készített a hivatalnokokról, felügyelőről, leírta minden egyes rab helyzetét, lemérte a cellákat, beszélgetéseket folytatott a rabokkal stb. Adatokat jegyzett fel olyan pontossággal, hogy ezeket talán a szemkamera sem tudná pótolni. Szisztematikus adatgyűjtését A börtönök Angliában és Walesben című könyvében publikálta. Munkássága eredményeként az angol kormány speciális szervezeteket hozott létre hasonló adatgyűjtésekre (Szczeпаński 1973).

És akkor mit is csinált John Howard a börtönökben? Az akkor megfelelőnek gondolt módszerekkel gyűjtötte az információkat. Megfigyelt, interjúzott, adatai alapján javaslatokat tett. 1774-ben felkérték, hogy a börtönviszonyokról adjon tanúvallomást az alsóház választott bizottságának, és javaslataira módosították Angliában a börtöntörvényt (Szczeпаński 1973).

Frédéric le Play hivatását tekintve bányamérnök, Saint -Simon tanítványa és szenátor volt. A tudományos szociológia egyik megteremtőjének tekintik, írásai az 1870-es évek második felében jelentek meg, és 1846-ban hazánkban is járt. Feldolgozta Hatvan társadalmi rétegződését, és leírta egy öttagú hatvani jobbágycsalád életviszonyait. Műve először 1850-ben, majd 1903-ban jelent meg magyarul³. Mit csinált le Play? A munkások életkörülményeit kutatta megfigyeléssel, kapcsolat elemzéssel, interjúkkal, talán a legmaradandóbb öröksége a háztartások költségvetés-elemzése, és a családokról szóló – szociográfiáknak is tekinthető – írásai.

Charles Booth a londoni munkások élet-és munkafeltételeit vizsgálta, Londont körzetekre osztotta, és helyi vizsgálatokat végzett. A körzetekben albérleti szobákat vettek ki munkatársaival, együtt éltek a családokkal, interjúkat készítettek tanárokkal, házfelügyelőkkel, majd 8 társadalmi csoportot írtak le. Kutatásait 1886-ban kezdte, majd 1882-1902 között 17 kötetben publikálta eredményeit, amely adatokkal segítette a törvényhozást⁴.

Érdemes megemlíteni Bronisław Malinowski kutatásait is. Malinowski az első világháború alatt az Új-Guinea melletti Trobriand-szigeteken élt és végzett terepkutatásokat a szokásos antropológiai módszerrel: megfigyeléssel, a lakosság tagjaival folytatott beszélgetésekkel. Ennek során fedezte fel, hogy e szigetek lakói kagyló karpereceket és nyakláncokat cserélnek egymással, de olyan módon, hogy végül minden sziget lakosságánál ugyanannyi (de újonnan cserélt) karperec és nyaklánc marad. Malinowski kimutatta, hogy ennek a „kulakereskedelemnek” funkciója van, mert ez teszi lehetővé, hogy az óceánban szétszórt szigetek lakossága kapcsolatban maradjon egymással. Szerinte, ha valamilyen szokás, intézmény, hiedelem létezik valamilyen társadalomban, akkor annak biztosan van valamilyen funkciója (Andorka 2006). Ezzel a funkcionalizmus előfutárának is tekinthetjük.

Talán kissé romantikus elbeszélésnek tűnik a fenti fejtegetés, de a kvalitatív kutatási trendek szempontjából ezek a fenti történetek nem elhanyagolható információk, és csak töredékei annak, amilyen empirikus munkákat a filantrópok végeztek.

Újnak tekintett kvalitatív trendek

Most tekintsük át az új kvalitatív trendeket, és gondolkodjunk el azon, hogy az előzőek ismerete alapján ezek valóban újak-e!

Itt egyrészt érdemes a 3. ábra kvalitatív elemeiből néhányat kiemelni, illetve utalni arra a szakkönyvre, amely az alternatív kvalitatív kutatásokat mutatja be (Horváth, Mitev 2015). Ezekből is csak azokat a legfontosabb eljárásokat említem meg, amelyek érintik a generációk közötti eltérő véleményeket.

- grounded theory – elméletalkotó technika
- esettanulmány
- netnográfia
- részvételi akciókutatás
- kutatói önmegfigyelés

A *grounded theory* olyan kutatási módszer, ahol az elmélet az empirikus adatokból fejlődik ki és azokban gyökerezik (Glaser, Strauss 1967). A módszert megalapozó szerzők elsődleges célja

³ Le Play, P. G. F. (1903): *A munkáviszonyok reformja*. Magyar Tudományos Akadémia, Budapest

⁴ [https://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Booth_\(social_reformer\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Booth_(social_reformer))

azt volt, hogy küzdjenek a kvantitatív kutatás uralkodó pozíciójával szemben, valamint azzal a feltételezéssel szemben, hogy a kvalitatív kutatás nem alkalmas elméletalkotásra (Fischer, Ottes 2006). Ez a „megalapozott”, vagy „kisarjadó elmélet” koncepció azon alapul, hogy a kutatás során a kutatók folyamatosan elemzik és interpretálják az adatokat azért, hogy meghatározzák a további adatfelvétel irányát, amellyel fejlesztik és finomítják az elméleti keretet (Charmaz 2006). Glaser és Strauss kezdetben mindketten elutasították a szakirodalom használatát, mondván a szakirodalomban ismert kategóriák használata meghatározza a kutató gondolkodásmódját, és azokat ráerőlteti a megszerzett adatokra ahelyett, hogy a kutató saját kategóriákat hozna létre. A kutatási probléma konkrétabb megfogalmazása és a kutatás alaposabb megtervezése Glaser (1992) szerint túlságosan leszabályozott és megöli a kreativitást, mivel már létező dolgokat, elméleteket erőltet, és nem enged teret annak, hogy a kutató egy általánosabb érdeklődéssel vesse bele magát az adatokba, és a kutatási probléma a kutatási folyamat során konkretizálódjon. A GT (grounded theory) is nagyon kedvelt eljárás lett a fiatal generáció körében, ezzel a módszerrel kiváló szakcikkeket, habilitációs anyagokat lehet készíteni. A kérdés csak annyi, hogy mit csinált Malinowski? Megfigyelt, beszélgetett, jegyzetelt, érdeklődéssel vetette bele magát az nézelődési folyamatba, és a kutatási probléma is a kutatási folyamat során konkretizálódott. Megfigyelése alapján kezdte megérteni, hogy mi a cserék értelme, majd elméletet alkotott. Mégpedig olyan elméletnek (funkcionalizmus) lett az előfutára, amely a 20. század egyik meghatározó szociológiai irányzatává vált (Parsons, Shils 1988; Merton 1942).

Az esettanulmány (*case study*) is nagyon kedvelt kutatási eljárásnak tekinthető napjainkban, sőt, ezt még az oktatásban is gyakran alkalmazzuk. Az esettanulmány Babbie (2004) besorolása szerint a terepkutatás, mint adatgyűjtési forma alcsoportjának tekinthető. Andorka Rudolf (1977) véleménye szerint, míg a tudományos módszertannal bíró szociológia az általánosítás igényével vizsgál társadalmi folyamatokat, addig a szociográfia lényegében az esettanulmány funkcióját tölti be. A szociográfia egy-egy társadalmi réteg, csoport, település vagy tájegység életmódját mutatja be. Itt is van kérdésem: ha ez így igaz, akkor Le Play munkája az öttagú hatvani jobbágy családról nem esettanulmány volt? Ő ezt valószínűleg akkor nem így definiálta, csak érdekelte a család szerepe, a dolgozók életkörülményei.

A *netnográfia* a másik sláger módszertan, ami nem megdöbbentő a digitalizációs bűvöletben élő fiatal generációtól. A netnográfia olyan kvalitatív kutatási módszer, amely adaptálja az etnográfiai kutatási technikákat az on-line közösségek kultúrájának vizsgálatához (Kozinets 2002). A módszer lényege, hogy a nyilvános internetes kommunikációban megfigyelt felhasználói interakciókat (beszélgetések, eszmecsere, viták) kérdésfeltevés nélkül, önállóan megfogalmazott fogyasztói attitűdként, kutatható eseményként használjuk fel. Szerencsére fiatal, tehetséges magyar szerzők is érzik a párhuzamot az antropológia, az etnográfia és a netnográfia között, amikor más szerzők megközelítését (Vörös, Frida 2004) felhasználva a „karosszék-antropológia”-hoz (*armchair anthropology*) idomítva „online karosszék etnográfianak” nevezik ezt az új eljárást (Dörnyei, Mitev 2010; Mitev 2012). Malinowski éppen ezt tette, ráadásul úgy, hogy közben még elméletet is alkotott.

A *részvételi akciókutatásnak* (RAK) számtalan definíciója létezik a szakirodalomban. Az akciókutatás enciklopédiája szerint a RAK „képzett kutatók és helyi közösségek együttműködő részvételét hangsúlyozza egy olyan tudástermelési folyamatban, amely az érintett közösség számára közvetlenül releváns tudást hoz létre. Azaz a RAK során létrejövő tudás nem pusztán a társadalomtudományok elméleti tudásanyagának gyarapításához kíván hozzájárulni, hanem természeténél fogva a társadalmi változással kapcsolatos tennivalókat is magában hordozza” (Coghlan, Brydon-Miller 2015: 583, idézi Málovics et al. 2016). A RAK igyekszik megérteni és javítani a világot azáltal, hogy megváltoztatja azt. Középpontjában a kollektív, önreflexív vizsgálat áll, amelyet a kutatók és a résztvevők végeznek, hogy megértsék és javítsák azokat a gyakorlatokat, amelyekben részt vesznek, és azokat a helyzeteket, amelyekben találják magukat (Dick et al. 2015). Ezt tette Howard, amikor a rabokon próbált segíteni, és ezt tették Booth és társai Londonban: együtt éltek az emberekkel, igyekeztek a sorsukban változásokat elérni azáltal, hogy adatokat szolgáltatottak a törvényhozásnak.

A *kutatói önmegfigyelésről* csak annyit, hogy Descartes az *Értekezés a módszerről* című írásában szerepel híres és sokat idézett mondata: „...cogito ergo sum – gondolkodom, tehát

vagyok”. A teljes szöveg szerint: „Dubito ergo cogito, cogito ergo sum, sum ergo Deus est. – Kételemem tehát gondolkodom, gondolkodom tehát vagyok, vagyok tehát Isten létezik”⁵.

Bármelyik korábban taglalt régi kutatást említhetnénk: Howard, Le Play, Booth, Malinowski egyszerre voltak etnográfusok, antropológusok, megfigyelők, interjúzók, elemzők, elméletalkotók. Azt gondolom, hogy a korábban említett filantróp kutatási módszerek szinte mindegyike tetten érhető a mai – nagyon újnak – tartott eljárásokban. Összegezve: Howard évekig tartó kutatásai és Booth társaival végzett vizsgálatai tekinthetők „részvételi akciókutatásnak”, Le Play magyarul is megjelent szociográfiája tekinthető esettanulmánynak, a Grounded Theory és a netnográfia pedig köthető Malinowski megfigyeléseihez. Arról már nem is beszélve, hogy Descartes az 1600-as években is élt már a kutatói önmegfigyelés módszerével.

És végül a neuromarketing

Az elmúlt másfél évtizedben számos definíció született a neuromarketing meghatározására, amelyek lényege, hogy megragadják azokat a lehetőségeket, amelyek az idegtudományi elméletek és módszerek segítségével megkönnyítik a fogyasztói viselkedés és vásárlói döntések megértését (Hubert, Kenning 2008; Nemorin 2017).

Ezekről a kutatási eljárásokról (szemkamera, EEG, arcleolvasó rendszer, MRI) mindössze annyit szólnék, hogy ez az eszköztár már nem csupán szakmai kritikákat vált ki, hanem olyan etikai kérdéseket vet fel, amelyek meghaladják a tanulmány kereteit.

4. Összegzés, dilemmák

Az áttekintés vázlatos, de ennyi is elég ahhoz, hogy feltegyük a kérdéseket. Mi ezekben eljárásokban az új, és mitől újak? Összegezve a tanulmányban bemutatott szakaszokat, a kutatásmódszertanban a korábbi empirikus kutatásokhoz képest nincs semmi új: megfigyelések, megkérdezések és kísérletek, differenciálás új körülmények közötti alkalmazásait láthatjuk. Ami új, az a tudományok fejlődése, a technikai háttér megváltozása, a technológiai robbanás és az általa biztosított eszköztár kiszélesedése, az eljárások új dimenziókba helyezése. Korábban is mindig ez hozott átalakulást a kutatómódszertani megközelítési hullámokban, és ma sincs ez másként: ahogy korábban is voltak fenntartások, szorongások, félelmek az új eszközökkel kapcsolatban, úgy ma is vannak.

Csak hogy ma a kontextus kicsit más, kicsit drámaibb, és sokkal bonyolultabb kérdéseket vet fel. Tudjuk-e, hogy milyen kockázatokkal jár az adatbiztonság sérülése, az adatkiszivárgás? Tudjuk-e, hogy hol sérülnek a személyiségi jogainak? Tudjuk-e, hogy milyen következményei lesznek a digitalizációnak, a web 4.0 robbanásszerű fejlődésének? Tudjuk-e, hogy az online világ milyen globális károkat okoz a gazdaságban, a társadalomban és a környezetben?

Azt hiszem nem tudjuk, és éppen ez okozhatja a generációk közötti különbséget a marketing-kutatási eljárásokkal kapcsolatban. A fiatal generáció – lehet, hogy szerencsére – kevésbé tart napjaink változásainak következményeitől. Valahogy úgy vannak ezzel, ahogy mi is voltunk, amikor idősebb kollégáink figyelmeztettek arra, hogy legyünk kritikusabbak, tanuljunk a múltból, ne fogadjunk el minden újat jónak. Akkor még én is csak mosolyogtam, de lehet, hogy igazuk volt! Csak remélni tudom, hogy most kivételesen másként lesz, és ez a látványos fejlődés sokkal több előnnyel jár majd, mint azt én most gondolom.

Az aktuális, naponta felmerülő kérdésem azonban az, hogy vajon ma, rövidtávon lehetne-e mérlegelés, lehetne-e köztes út a generációk közötti egyet nem értés harmonizálására?

A megoldást nem tudom, néhány ötletem van csak. Az írás és a szó nem a legjobb utak ahhoz, hogy meggyőzzük a fiatalokat az online kutatási módszerek kritikai kezeléséről. Egyrészt az oktatás területén a bevonás, a gyakorlati alkalmazás, a tapasztalat lehetnek azok az eszközök, amelyek hatása során felmérhetik a fiatalok az egyes primer eljárások előnyeit, hátrányait. Kipróbálhatják, hogy milyen egy online fókuszcsoporthoz és milyen egy személyes, és talán arra is rájönnek, hogy nem kell MRI vizsgálat ahhoz, hogy mérjük egy márka hatását a fogyasztói véleményekre. Egy 15 fős kísérlet is elegendő ehhez hamis és nyílt teszteléssel.

⁵ <https://cultura.hu/kultura/descartes-szelleme/>

Másrészt a gyakorlatban dolgozó, kutatásokat megrendelő, vagy kutatásokat bonyolító fiatalokat is érdemes figyelmeztetni arra, hogy nem mindig jó, ha a módszerválasztást az uralkodó trendek, vagy a költségek befolyásolják. Ugyanakkor szavakkal ez sem sikerülhet, csak bizonyítékokkal, és ez sem lehetetlen.

A köztes út keresése közös feladat. Talán esetenként mi idősebbek is elhisszük, hogy van, amikor az online tér hatékonyabb. Talán jobban járunk, ha a generációs különbségek vitájában az idős és a fiatal is mérlegel, és talán közösen találunk egy – a kornak megfelelő – az optimálishoz közelálló, és mindenekelőtt a problémánk megválaszolására leginkább alkalmas utat.

Irodalom

- Andorka Rudolf (1977). *A család és háztartás nagysága és összetétele 1800 körül két déldunántúli faluban (Alsónyéken és Kölkeden). Kísérlet P. Laslett elemzési módszerének felhasználására.* KSH Könyvtár, Történeti Statisztikai Tanulmányok, 3. 215–236.
- Andorka Rudolf (2006). *Bevezetés a szociológiába.* Osiris Kiadó, Budapest.
- Babbie. E. (2008). *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata.* Balassi Kiadó, Budapest.
- Baig, M. I., Shuib, L., Yadegaridehkordi, E. (2019). Big Data tools: Advantages and Disadvantages. *Journal of Soft Computing and Decision Support Systems.* 6(6) 14–20.
- Comte, A. (1979). *A pozitív szellem. Két értekezés.* (ford., utószó, jegyz. Berényi Gábor) Magyar Helikon, Budapest.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory.* Sage, Thousand Oaks.
- Coghlan, D., Brydon-Miller, M. (2015). *The SAGE Encyclopedia of Action Research.* SAGE, London.
- Dick, B. (2015). Reflections on the SAGE Encyclopedia of Action Research and what it says about action research and its methodologies. *Action Research* 13 (4) 431–444.
- Cole, D., Nelson, J., McDaniel, B. (2015). Benefits and Risks of Big Data. *SAIS 2015 Proceedings.* 26. <http://aisel.aisnet.org/sais2015/26> Utolsó letöltés: 2023. 05. 28.
- Dörnyei K., Mitev A. (2010). Netnográfia avagy on-line karosszék-etnográfia a marketingkutatásban. *Vezetéstudomány, XLI(4),* 55–68.
- Fischer, E., Otnes, C.C. (2006). Breaking new ground: developing grounded theories in marketing and consumer behavior. In: Russel W. B. (szerk.): *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing.* Edward Elgar Publishing, Northampton, 19–30.
- Glaser, B.G. (1992). *Basics of grounded theory analysis.* Sociology Press, Mill Valley.
- Glaser, B.G., Strauss, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research.* Aldine, Chicago.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology,* 91(3), 481–510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- GRIT (2019). *GreenBook Research Industry Trends Report, 2019 Q3–Q4,* <https://www.greenbook.org/grit>
- Hillier, W. (2022). *Is Big Data Dangerous?* <https://careerfoundry.com/en/blog/data-analytics/is-big-data-dangerous/> Utolsó letöltés: 2023. 07. 11.
- Horváth D., Mitev A. (2015). *Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv.* Alinea Kiadó.
- Hubert, M., Kenning, P. (2008). „A current overview of consumer neuroscience”. *Journal of Consumer Behaviour,* 7(4–5), 272–292. <https://doi.org/10.1002/cb.251>
- Huszár T., Léderer P. (szerk. 1976). *Válogatás Robert K. Merton tudásszociológiai és tudományozsociológiai írásaiból.* (ford. Balogh Zoltán) OM Marxizmus-Leninizmus Oktatási Főosztály, Szociológiai füzetek. Budapest.
- Hynek, J. (2001). Paul Lazarsfeld – The Founder of Modern Empirical Sociology: A Research Biography. *International Journal of Public Opinion Research* 13:229–244.
- Jin, L. (2011). „Improving Response Rates in Web Surveys with Default Setting: The Effects of Default on Web Survey Participation and Permission”. *International Journal of Market Research,* 53(1), 75–94.
- Justus P. (1963). *Claude-Henri de Saint-Simon válogatott írásai.* (ford. Justus Pál, vál. bev., jegyz. Nyilas Vera; Gondolat, Budapest.
- Kato, T., Miura, T. (2021). „The impact of questionnaire length on the accuracy rate of online surveys”. *Journal of Marketing Analytics,* Volume 9, 83–98.
- Kotler, P. (1991). *Marketing management,* Műszaki Könyvkiadó, Budapest.
- Kozinets (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research.* 61–72.
- Malhotra, N. K. (2008). *Marketingkutatás.* Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Málovics Gy., Juhász J., Mihók B., Szentistványi I., Nagy M. (2016). Részvételi akciókutatás (RAK): egy alternatív társadalomkutatási megközelítés a működőképes tudásért és társadalmi

- változásokért. In: Sütő E., Szirmai É., Újvári E. (szerk.) *Sodrásban: képzések, kutatások (1975–2015): Tanulmányok*. Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó 185–197.
- Merton, R. K. (1942). The normative structure of science. In Uő. *The sociology of science: theoretical and empirical investigations*. 267–180. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Mitev A. Z. (2012). Grounded theory, a kvalitatív kutatás klasszikus mérföldköve. *Vezetéstudomány* 1. 17–30.
- Morse, J. M. (2003). Principles of mixed methods and multimethod research design. in: Tashakkori, A., Teddlie, C. (szerk.): *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research*. Thousand Oaks, CA: Sage: 189–208.
- Nemorin, S. (2017). Neuromarketing and the 'poor in world' consumer: how the animalization of thinking underpins contemporary market research discourses, *Consumption Markets and Culture*, 20(1), 59–80. <https://doi.org/10.1080/10253866.2016.1160897>
- Neulinger Á.: (2016). Több-módszertanú és vegyes módszertanú kutatások. *Vezetéstudomány Marketingtudományi Különszám*. 63–66.
- Parsons, T., Shils, E. A. (1988). A társadalmi rendszer. In: Némédi D. (szerk.): *Talcott Parsons a társadalmi rendszerről (Válogatás)*. Budapest: Szociológiai füzetek (45), 5–37.
- Parsons, T. (1977). The Relations between Biological and Socio-Cultural Theory. In Uő. *Social Systems and the Evolution of Action Theory*. New York – London: The Free Press, 118–121.
- Pepin, K. (2022). Designing Surveys Optimized for Modern Sampling Technologies. <https://www.greenbook.org/mr/market-research-methodology/designing-surveys-optimized-for-modern-sampling-technologies/> Utolsó letöltés: 2023. 06. 02.
- Raguseo, E. (2018). Big data technologies: An empirical investigation on their adoption, benefits and risks for companies. *International Journal of Information Management*, 38(1), 187–195.
- Scipione, P. A. (1994). *A piackutatás gyakorlata*. Springer-Verlag, Budapest.
- Szczepański, J. (1973). *A szociológia története*. Kossuth Könyvkiadó.
- Szűcs K., Lázár E., Németh P. (2023). *Marketingkutatás 4.0*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Vörös M., Frida B. (2004). Az antropológiai résztvevő megfigyelés története. In: Letenyi László (szerk.): *Településkutatás. Szöveggyűjtemény*. L'Harmattan – Ráció Kiadó, 395–416.