



TE IS LEHETSZ KUTATÓ!

MÓDSZERTANI HÁTTÉRANYAG
KÖZÉPISKOLÁSOK SZÁMÁRA



ELŐSZÓ

Hogyan vegyük fel a harcot az álhírekkel szemben, és hogyan találjunk megbízható hírforrásokat? Hogyan válhatunk hiteles információforrássá a környezetünkben, és milyen lépések kellenek ahhoz, hogy felépíthessünk egy önálló kutatási tervet?

A Youth Voice projekt megvalósítóiként abban hiszünk, hogy mindannyiunknak szerepünk van abban, hogy foglalkozzunk a minket érintő témánkkal, és fel merjük tenni a minket érdeklő kérdéseket.

A projekt módszertani háttéranyagával ötleteket adunk az álhírekkel való megküzdéshez, és fogódzókat biztosítunk egy önálló kutatás megtervezéséhez.

Kutatónak lenni szerintünk nem más, mint érdeklődni a körülöttünk lévő világ iránt, és tudatosan választ keresni a számunkra fontos kérdésekre. A Youth Voice projekt háttéranyagával ehhez a kutatómunkához nyújtunk segítséget.

TARTALOMJEGYZÉK

1 FEJEZET – ÁLHÍREK NYOMÁBAN	4
FÉKNYÚZ: AVAGY, MIT KEZDJÜNK AZ ÁLHÍREKKEL?	5
ÁLHÍR DETEKTOR	8
KOGNITÍV TOZÍTÁSOK	9
GUGLIZÁS MESTERFOKON	11
FELADATLAP – ONLINE KUTATÁS	12
2. FEJEZET – HOGYAN TERVEZZ KUTATÁST?	13
SEGÍTSÉG! MIT KUTASSAK? ÚT A KUTATÁSI KÉRDÉS MEGFOGALMAZÁSÁIG	14
AZ IDEÁLIS KUTATÁSI KÉRDÉS	17
DOUBLE DIAMOND, AZAZ KETTŐS GYÉMÁNT MODELL	19
KUTATÁSI TERV KÉSZÍTÉSE	20
3. FEJEZET – HOGYAN SZERKESSZ KÉRDŐÍVET?	22
KÉRDŐÍVEK MESTERFOKON	23
KÉRDÉSTÍPUSOK	24
KERÜLENDŐ KÉRDÉSTÍPUSOK	25
TIPPEK KÉRDŐÍVEZÉSHEZ	27
4. FEJEZET – HOGYAN KÉSZÍTS INTERJÚT?	28
INTERJÚTECHNIKA	29
AZ INTERJÚ KERETEI	31
HOGYAN KÉRDEZZ? – KÉRDÉSTÍPUSOK	33
HOGYAN KÉRDEZZ? – 12 TIPP AZ INTERJÚ KÉSZÍTÉSÉHEZ	34
HOGYAN NE KÉRDEZZ?	35
AZ „ELÉG JÓ INTERJÚKÉSZÍTŐ”	37
INTERJÚTERV KÉSZÍTÉSE, FELÉPÍTÉSE	38
FELADATLAPOK	39



1. FEJEZET

ÁLHÍREK NYOMÁBAN

FÉKNYÚZ: AVAGY, MIT KEZDJÜNK AZ ÁLHÍREKKEL?

Az elmúlt 1-2 évben az álhírek terjedése aggasztó méreteket öltött, olyannyira, hogy 2017-ben a „fake news” lett az év szava. Alább röviden összefoglaljuk, hogy mit érdemes tudnod a jelenségről.

ALAPINFÓK

Az álhír egyáltalán nem mai találmány, valószínűleg téves híresztelések azóta léteznek, hogy az őseink kommunikálni kezdtek egymással. Az sem csak a 21. századra igaz, hogy az emberek megtéveszthetők, és ebből bajok támadhatnak: már a középkorban is terjedtek mindenféle rossz szándékú híresztelések különböző népcsoportokról és vallási felekezetekről – ezekkel akarták alátámasztani az ellenük végrehajtott erőszakos, sokszor emberi életet követelő tetteket.

Valahányszor valamilyen technológiai innováció történt a tömegkommunikáció terén, az mindig együtt járt valamilyen társadalmi változással, és sokszor bizony bonyodalmakkal is.

Ez így volt már a könyvnyomtatás feltalálásakor is: amikor Gutenberg és társai megalkották a szedőgépet – ez egy óriási változás volt, hiszen azt jelentette, hogy a nyomdák alapításával a tudás és információ megosztása kikerült az állam és az egyház kezéből. A reformáció elképzelhetetlen lett volna enélkül a technológiai innováció nélkül, hiszen a nyomtatással lehetőség nyílt arra, hogy az újító gondolkodású emberek hatékonyabban, gyorsabban osszanak meg írásokat, információkat egymással (talán mondanunk sem kell, hogy ezek között már akkor is rengeteg hamis híresztelés szerepelt...).

A rádió megjelenése hasonló változással járt, és a rádiózás történetét sem kerülte el a megtévesztés jelensége: 1938-ban egy rádiójáték (Világok harca volt a címe és Orson Welles rendezte) közvetítésekor az USA-ban pánik tört ki, mert az emberek egy jelentős csoportja (becslések szerint közel egymillióan) azt gondolták, hogy a híradót hallják, és valóban marslakók támadták meg a Földet.

Napjainkban a közösségi média megjelenésével köszöntött be az az új technológiai korszak, ami hasonlóan nagy horderejű, mint a könyvnyomtatás feltalálása volt. A közösségi oldalak lehetővé tették, hogy még több információ még nagyobb sebességgel jusson el az emberekhez. Ez sok pozitívummal jár, de az álhírek terjedésével és káros következményeivel is számolnunk kell.

A közösségi média hatásával és az álhírekkel azért nagyon fontos foglalkoznunk, mert bár valóban voltak a múltban is hamis híresztelések, ami új, az az álhírek terjedésének sebessége és léptéke.

A Twitter és a Facebook ma sokak elsődleges hírforrása, az előbbi szolgáltatásnak 336 millió felhasználója van, utóbbinak pedig 2,19 milliárd. Vagyis ezeken a platformokon elképesztő sebességgel, elképesztő mennyiségű embert lehet elérni hamis információval.

Egy 2017-es kutatásban megvizsgáltak 126 000 Twitter bejegyzést, és azt állapították meg, hogy a hamis hírek sokkal gyorsabban terjednek és jobban megragadnak, mint az igazság

Nem csak a képzetlen, kevésbé tájékozott emberek esnek a híresztelések áldozatául: a diplomások körében ugyanúgy magas az álhírfogyasztás, és ők ugyanúgy el is hiszik ezeket a híreket.

A MEGTÉVESZTÉS ÁRNYALATAI

Fontos tisztában lennünk azzal, hogy a hamis híreknek többféle típusa van, ezek aszerint változnak, hogy milyen szándékkal terjesztik őket (kifejezetten a manipuláció, a szándékos megtévesztés-e a céljuk, vagy egyszerűen a közlő nem volt tudatában azzal, hogy tévedésről van szó), ill. különböznek abban is, hogy a hírek mennyi az igazságtartalma (egy hír lehet minden elemében hamis, de tartalmazhat igazságokat, amelyeket aztán félremagyaráz vagy téves információkkal egészít ki). Ezek alapján megkülönböztetünk:

egyszerű megtévesztéseket: amelyeket tévedésből osztanak meg anélkül, hogy kárt szeretnének okozni.

dezinformációt: amelyeket kifejezetten tudatosan, károkozás céljából osztanak meg.

deep fake: egy harmadik, új kategóriája az álhíreknek, amikor a hamis hírt mesterséges intelligencia segítségével állítják elő. Bár ez a technológia egyelőre még kezdetleges, de joggal számíthatunk arra, hogy a jövőben egyre elterjedtebbek lesznek a deep fake videók, vagyis olyan videótartalmak, amelyeket mesterséges intelligencia segítségével manipuláltak (például azzal, hogy egy politikus beszédére ráveszik valaki más szájmozgását és hangját, és a videó úgy hat, mintha ő mondta volna az elhangzó dolgokat, holott ez nem történt meg).

HOGYAN VÉDEKEZZÜNK AZ ÁLHÍREK ELLEN?

Joggal merül fel a kérdés: van-e esélyünk felvenni a harcot az álhírekkel szemben? Ezen a téren is vannak már olyan fejlemények, amelyeket érdemes megfontolnunk.

Az álhírekkel szembeni védekezés olyan, mintha folyamatosan egy mozgó és alakváltó támadóra szeretnénk lövöldözni: a technológia és a különböző manipulációs stratégiák folyamatosan változnak, így például hiába készülnek listák a megtévesztő álhíroldalokról, ezek helyébe mindig újabbak lépnek.

Sajnos az sem igazán hatékony, ha az álhírek elterjedése után a sajtóban próbálják helyreigazítani a tényeket: az álhírek sokszor szenzációsabbak, mint a valóság, ezért könnyebben megragadnak az emberek fejében. Ráadásul az emberek nagyon nehezen változtatnak a már kialakult meggyőződéseiken, így ha az egyik újságban olvasnak egy hamis információt, ami alátámasztja a véleményüket, akkor hiába olvassák ennek a cáfolatát egy másik újságban, ki fognak tartani az eredeti álláspontjuk mellett, és találnak magyarázatot arra, hogy miért nem elfogadható számukra a helyreigazítás.

Nagyon sok kutatás és kezdeményezés van folyamatban, ami azzal foglalkozik, hogyan lehetne hatékonyan felvenni a harcot az álhírekkel szemben. Mostanra a közösségi média szolgáltatók is belátták, hogy lépniük kell, nem tehetnek úgy, mintha nem lenne közük azokhoz a károkhoz, amelyeket a közösségi platformokon terjedő álhírek okoztak már a világnak (például választási eredmények manipulációja, polgárháborúk kirobbantása, társadalmi csoportok elleni erőszak mind-mind összekapcsolhatók az álhírek jelenségével). És az országok kormányai, ill. az Európai Unió is dolgozik olyan új szabályozásokon, amelyek segíthetik az álhírek megfékezését. De kétségkívül ezek a változások nagyon lassúak, és még nem ismert, hogy mennyire hatékonyak.

A VÁLTOZÁS KULCSA TE VAGY

Amit biztosan tehetünk az álhírek ellen az az, ha mi magunk tudatosabb hírfogyasztóvá válunk.

Nem szabad hagynunk, hogy a Facebook vagy a Twitter legyen az elsődleges hírforrásunk, mert ezek azok a platformok, ahol a legkönnyebben megtalálnak minket a hamis információk. A közösségi média oldalak algoritmusai folyamatosan úgy szűrik számunkra a híreket, hogy azok már eleve az előzetes érdeklődési körünkkel legyenek összhangban, így ha álhíreket fogyasztunk, esélyünk sincs arra, hogy találkozzunk azokkal az információkkal, amik ezeket megcáfolnák.

Egy-egy fontos információnak, hírnek nézzünk utána több oldalról is, tájékozódjunk olyan orgánumból, amelyeket valóban újságírók készítenek az újságíró szakmai etika szabályai szerint.

Ha egy hírt vagy információt gyanúsnak tartunk, akkor próbáljuk megkeresni a forrását. Ma már könnyen megtalálhatjuk a kamu-híroldalak listáit: ezek ellenőrzésével el tudjuk kerülni a mindenegyben.hu-típusú megtévesztő oldalakat.

A kamu-híroldalak kiszűrhetőek, ha tisztában vagyunk azokkal a jelekkel, amik gyanút kelthetnek bennünk, ezért érdemes ezekkel a szempontokkal tisztában lennünk és alkalmaznunk őket egy-egy hír elolvasásakor.

Léteznek kamu-híreket leleplező, ún. fact-check oldalak, amelyeket érdemes gyakran látogatnunk. Magyar nyelven ilyen az urbanlegends.hu. Angol nyelven szintén sok hasonló forrást találhatunk, ilyen a snopes.com, a truthorfiction.com, a factcheck.afp.com.

Legyünk nagyon tudatosak a saját hírfogyasztási szokásainkkal kapcsolatban: elsősorban a saját felelőségünk, hogy tényekre, valódi információkra alapozzuk a véleményünket. Mindig feltehetjük magunknak a kérdést, hogy vajon a meggyőződésünket tényleg alá tudjuk-e támasztani hiteles információkkal, vagy csak egy egyszer hallott történetre, forrás nélküli statisztikára, netalántán egy ismerősünk meggyőző véleményére alapoztuk az, hogy mit gondolunk.

A hírek és információk terjedésében óriási jelentősége van a barátainknak, rokonaiknak: sokszor azért fogadunk el egy-egy információt, mert olyasvalaki adta nekünk tovább, akit ismerünk és kedvelünk. A legtöbb téves információt azonban ilyen hallomásból szerzett hírekből gyűjtjük be.

Legyünk tudatos informátorok: a sajtóban közölt helyreigazításokat az emberek nem veszik komolyan, de ha egy barátjuk, ismerősük igazítja ki őket, akkor azt nagyobb valószínűséggel fogják elfogadni. Vagyis sokat tehetünk azért, hogy az ismerőseink ne dőljenek be az álhíreknek, ha mi valóban utána járunk a tényeknek, és tájékoztatjuk őket.

A legfontosabb pedig, hogy ne zuhanjunk bele a cinizmusba és apátiába, miszerint úgyis teljesen reménytelen próbálkozás kideríteni, hogy mi az igazság, elvégre a szakemberek, újságírók, tudósok is tévedhetnek, bárki manipulálhat és mindenki manipulálható. Ha elhisszük, hogy a világ nem megismerhető, hogy a tényeknek nincs értelme utánajárni, akkor csak az álhírek terjesztőit segítjük a céljaik elérésében. Ezeknek a megtévesztéseknek ugyanis az az elsődleges küldetése, hogy az embereket összezavarják, zajt keltsenek, megneheztessék az igazság terjedését. Ezáltal azt próbálják elérni, hogy az emberek elforduljanak az igazán fontos témáktól. Így viszont olyan emberek fognak dönteni helyettünk a jövőnkéről, akik egyáltalán nem biztos, hogy figyelembe veszik az érdekeinket vagy a közjót. Bármilyen nehéz is tehát az álhírekkel szembeni védekezés, nem adhatjuk fel azt a meggyőződésünket, hogy dolgozunk van ezekkel a hírekkel, és elsősorban rajtunk múlik, hogy meglegyszünk-e a szemfényvesztő hírekkel, vagy sem.

ÁLHÍR DETEKTOR

checklist

Az alábbi lista segítségével ellenőrizheted a gyanúsnak tűnő híreket, információkat. Ne feledd: tökéletes védőpajzs nem létezik az álhírek ellen, de ha az itt szereplő szempontok közül többet is megfigyelhetsz az adott hírben, akkor jó okod van kételkedni az igazságtartalmában.

SZÁRMAZÁS

- ellenőrizd az weboldal domain nevét (mire végződik? nem összetéveszthető-e egy hírportál nevével?)
- keresd meg az impresszumot (van-e ilyen az oldalon? fel vannak-e tüntetve a szerkesztőség tagjai? van-e valószínű elérhetősége a szerkesztőségnek? található-e szerkesztőségi nyilatkozat az oldalon szereplő tartalmak valóságtartalmáról?)
- nézd meg, hogy fel van-e tüntetve a szerző az adott cikk mellett?
- ellenőrizd a cikk keltezését (fel van-e tüntetve a dátum? nem elavult-e már a cikk?)

MEGJELENÉS

- a címben szerepelnek-e csupa nagybetűvel szedett szavak?
- sok felkiáltójel, kérdőjel szerepel-e a címben?
- az oldal megjelenése mennyire szedett-vedett, igénytelen?

TARTALOM

- hogy viszonyul egymáshoz a cikk címe, leadje és cikk teljes szövege? Valóban arról van-e szó a cikkben, mint amit a címben ígérnek?
- a cikk szövegében (esetleg a cikk végén) vannak-e hivatkozások, források megjelölve? (pl. más oldalak, ahonnan átvették a cikket, vagy kutatások, statisztikák forrásai, stb.)
- a cikkben szereplő információról milyen orgánumok írtak még és mit közöltek róla? Ezek a közlések tartalmazznak-e hivatkozásokat?
- meg tudod-e találni az információ eredeti forrását? Az eredeti forráshoz képest változott-e az információ tartalma?
- van-e utalás a cikk végén (vagy esetleg a weboldal impresszumában) arra, hogy a cikkben közölt információkat eleve viccnek, megtévesztésnek szánták?

SAJÁT MAGAD

- mi volt az előzetes véleményed a témáról, még mielőtt elolvastad volna a cikket?
- milyen hatással van rád a cikk szövege? (pl. mérges leszel tőle, vagy aggódni kezdesz?)



KOGNITÍV TORZÍTÁSOK

MIT IS JELENT EZ A FURCSA KIFEJEZÉS?

A kognitív torzítások (angolul: cognitive bias) az emberi gondolkodás sajátos jelenségei, olyan működési mechanizmusokat írnak le, amelyek szerepet játszanak abban, ahogyan megismerjük a körülöttünk lévő világot, értelmezzük a különféle jelenségeket, tároljuk az agyunkban az információkat. Azért nevezik őket torzításoknak, mert sokszor valóban valamilyen leegyszerűsítés, általánosítás vagy gondolkodási hiba következtében torzítják a valóságot, vagyis nehezítik, hogy objektíven ismerjük meg a világot.

MIÉRT FONTOS TISZTÁBAN LENNED EZZEL?

A kognitív torzítások a természetes emberi gondolkodásból fakadnak, mindenkire jellemzőek, senki sem tudja őket elkerülni. Nem véletlenül alakultak ki, ha nem így gondolkodnánk, akkor képtelenek lennénk értelmezni az eseményeket, információkat, egyszerűen nem tudnánk hatékonyan gondolkodni.

A problémák abból adódnak, ha nem vagyunk tisztában ezeknek a torzításoknak a létezésével: a kognitív torzítások elhitetik velünk, hogy tökéletesen objektíven látjuk a dolgokat, jól emlékszünk, jól vonunk le következtetéseket, vagyis: tévedhetetlenek vagyunk. Ez megnehezíti azt, hogy új tudásra tegyünk szert, vagy belássuk, ha valamit rosszul gondoltunk.

A kognitív torzítások úgy láttatják velünk a világot, ahogyan azt eleve látni szeretnénk, ezért megnehezítik, hogy valóban tisztában legyünk a tényekkel. Így már érthető, hogy miért fontosak az álhírek terjedése szempontjából: az álhírek többek között azért annyira sikeresek, mert a gondolkodásunkban vannak olyan beépített mechanizmusok, amik miatt védtelenek vagyunk velük szemben.

NÉHÁNY TÍPIKUS KOGNITÍV TORZÍTÁS, AMIT ÉRDEMES ISMERNED

Ne feledd: te sem vagy kivétel, a te gondolkodásodat is sokféle különböző torzítás befolyásolhatja. Elég csak abba belegondolnod, hogy eddig a kognitív torzítások 181 típusát ismerték fel az emberi gondolkodás kutatói. Nem tudjuk a gondolkodásunkat függetleníteni ezektől, de nagyon fontos tudatosnak lennünk ebben is, hogy észre tudjuk venni, amikor a saját gondolkodásunk csal minket csapdába.

Az alábbiakban néhány tipikus kognitív torzítást ismerhetsz meg. Van köztük olyan, amelyikben magadra ismersz? És olyan, amit megfigyeltél már másokon?

KOGNITÍV TORZÍTÁSOK

Túl gyors következtetés:

amikor az emberek egyetlen eset alapján máris következtetéseket vonnak le.

Attribúciós torzítás:

az emberek a viselkedést különböző emberi tulajdonságokkal igyekeznek megmagyarázni.

Megerősítési torzítás:

könnyebben kiszűrjük és felidézzük azokat az információkat a környezetünkől, amelyek alátámasztják a saját meglévő meggyőződéseinket.

Pozitív példák kizárása:

ha nem támasztják alá meggyőződéseinket, ezeket egyszerűen kivételnek, az átlagtól való eltérésnek minősítjük.

Negativitás:

míg a pozitív vagy semleges élmények, információk nem tudatosulnak, vagy kisebb nyomot hagynak, addig a negatív információk és élmények sokkal mélyebb nyomot hagynak és emlékezetesebbek számunkra.

Ockham borotvája:

abból indulunk ki, hogy mindenre kell, hogy legyen magyarázat, és a lehetséges magyarázatok közül a legegyszerűbbet választjuk.

Bizarr tényező:

könnyebben megjegyezzük és észrevesszük azokat a jelenségeket, amelyek a megszokottól, normálistól radikálisan eltérőek.

Ismerősség-hatás:

minél gyakrabban találkozunk valamivel, annál inkább elfogadjuk/megkedveljük. Azt is jelenti, hogy az emberek pusztán arra építik a preferenciáikat, hogy valamivel korábban már találkoztak.

Dunning-Kruger hatás:

minél kevesebbet tud valaki egy témáról, annál inkább hajlamos túlbecsülni a saját tudását.

Hamis konszenzus:

az emberek azt feltételezik, hogy mások is úgy vélekednek, gondolkodnak, ugyanolyan értékeket vallanak mint ők, anélkül, hogy erre lenne bizonyíték. Vagyis az emberek azt gondolják magukról, hogy ők a „normális” többséghez tartoznak.

Holdudvarhatás:

egy személyről, intézményről, dologról alkotott eredeti benyomásunk befolyásolja a gondolatainkat, véleményünket róla.

Texasi mesterlövész:

utólagosan úgy kombináljuk az információkat, hogy azokból használható magyarázatot tudunk alkotni, ami pedig nem illik a rendszerbe, azt egyszerűen kihagyjuk vagy elfeledkezünk r



GUGLIZÁS MESTERFOKON

A Google keresőjét könnyű használni, hiszen csak bepötyögjük a megismerni kívánt kifejezést a keresőmezőbe, és máris ömlik ránk az információ. De hogyan keressünk hatékonyan? Hogyan kerüljük el azt, hogy rengeteg nem releváns találat közül kell kibogarásznunk azt, amire igazán kíváncsiak vagyunk? Íme néhány tipp, amivel a keresés mesterévé válhatsz. Próbáld ki őket!

OPERÁTOROK

- **ÉS (+):** kidobja azokat az oldalakat, amelyekben mindkét keresett kifejezés benne van.
Pl.: Sherlock +Poirot (vagyis: minden olyan weboldal, ahol ez a két név együtt szerepel)
- **VAGY (/):** megtalálja azokat az oldalakat, melyekben legalább az egyik kifejezés benne van a megadottak közül. Pl.: Sherlock /Poirot (vagyis minden olyan weboldal, ahol vagy Sherlock vagy Poirot szerepel)
- **NEM (-):** kizár olyan oldalakat a keresésből, ahol szerepel az adott kifejezés.
Pl.: Sherlock -Cumberbatch (vagyis csak azokat az oldalakat mutatja, ahol nem kerül említésre Cumberbatch)

KERESŐ-HACK

- használd bátran az Advanced Search, azaz Speciális keresés opciót, ahol speciális beállításokat tehetsz.
- használd bátran a Tabokat, vagyis ha fotót keresel, akkor a fotók keresése aloldalon, ha videót, akkor a videó aloldalon indíts keresést.
- ha összetett kifejezésre keresel, akkor a teljes kifejezést tedd idézőjelbe, mert ebben az esetekben az algoritmus úgy fog keresni, hogy ezek a szavak egymás mellett szerepeljenek a tartalomban.
- ha egy hosszabb idézetet keresel, aminek csak a részleteire emlékszel, akkor a hiányzó szöveg helyére illesz be egy csillagot, a szöveget pedig tedd idézőjelbe. Pl.: „nagy esők jönnek*messze”
- a site:domainnev.valami operátorral egy konkrét oldalon belül tudsz valamire keresni. Pl.: Brexit site:hvg.hu (vagyis a HVG online összes olyan anyagát listázza, ahol szerepel a Brexit kifejezés)
- a link:domainnev.valami operátorral azt tudod megfigyelni, hogy az adott témában kik hivatkoztak a megadott weboldalcímre.
- a related:domainnev.valami operátorral a megadott weboldalhoz hasonló weboldalakra kereshetsz rá.



FELADATLAP

online kutatás

NÉZZ UTÁNA EZEKNEK A HÍREKNEK

- Az itt szereplő hírek megjelentek a közbeszédben – lehet, hogy te is értesültél róluk. Nézz utána a hírek eredetének, és kutass arról, hogy milyen médium milyen információkat közölt róluk! Ne érd be egyetlen információforrással, vizsgáld meg, hogy ki, milyen módon tálalta a hírt!
- 2016 decemberében a Washington Post, egy elismert amerikai hírlap közölt egy cikket, amely szerint orosz hackerek feltörték az USA elektromos hálózatát.
- a Nemzeti Bank bejelentette idén, hogy Süsü emlékérmét fog kiadni
- Magyarországon többen is meghaltak nyugat-nílusi lázban
- Ellenőrizd ez a Facebookon keringő történetet: <https://bit.ly/2Ngu5J5>

MIT LÁTUNK A KÉPEN?

- Ez a fotó bejárta az Internetet: <https://bit.ly/2MLD5Zl>, mint egy kép a kaliforniai égő erdőkről. Járj utána!
- A Facebook hírfolyamodban megtalálod ezt a fotót és a hozzá tartozó történetet: <https://bit.ly/2MPW59x> Nézz utána!

EGY KIS STATISZTIKA

- Derítsd ki a kérdésre a választ: a magyarországi fiatalok hány százaléka tervezi azt, hogy elhagyja az országot?



2. FEJEZET

HOGYAN TERVEZZ KUTATÁST?

SEGÍTSÉG! MIT KUTASSAK?

ÚT A KUTATÁSI KÉRDÉS MEGFOGALMAZÁSÁIG

1. KERESS EGY ÉRDEKES TÉMÁT!

Mi az a terület, ami a legjobban foglalkoztat mostanában? Melyek azok a kérdések, amelyeket gyakran felteszel magadnak a tanulással, a munka világával, a társadalommal, a technológiával, a környezetünkkel vagy emberi viszonyainkkal kapcsolatban? Mit gondolsz, mi foglalkoztatja igazán a korosztályodat? És melyek azok a kérdések, amelyekkel szerinted nem foglalkozunk eléggé a hétköznapiakban? Mi az a téma, amiről úgy érzed, hogy nem tudsz eleget, és amivel szívesen foglalkoznál aktívabban is?

2. FEDEZD FEL!

Ha megvan a választott nagy témád, beszéljess róla a barátaiddal, tanáraiddal, hozzáértőkkel és hozzá nem értőkkel. Próbáld meg feltérképezni, mit tudnak, mit gondolnak erről a témáról mások. Gyűjtsd össze a gondolataidat, mindent, ami erről a témáról eszedbe jut. Olvass utána, mit mondanak, mit írnak minderről mások. Szerezz minél különbözőbb helyekről és emberektől inspirációt, és törekedj rá, hogy minél több nézőpontból tudj közelíteni a választott területhez.

3. GYÚJTS KÉRDÉSEKET!

A választott témád felfedezése közben biztosan sok érdekes kérdés felmerült benned. Akár úgy gondold, hogy ezek megválaszolható kérdések, akár nem, jegyezd fel őket. Próbáld meg minél több nyitott kérdést gyűjteni a témáddal kapcsolatban. Ne minősítsd és ne értékeld őket, csak írd le mindent, ami eszedbe jut. Ki? Mit? Miért? Hol? Mikor? Hogyan? – Próbáld meg minden kérdőszóval legalább 3 kérdést megfogalmazni.

4. RENDSZEREZZ!

Ha elmélyedsz egy témában, könnyen előfordulhat, hogy minél többet foglalkozol vele, annál több lesz a nyitott kérdés benned. Ne ess kétségbe! Egyetlen téma feltérképezése sem tarthat örökké, és senki nem várja el tőled, hogy a világ összes hozzáférhető tudását birtokold egy témával kapcsolatban. Ahhoz, hogy egy lépéssel közelebb kerülhess a kutatási kérdésed megfogalmazásához, meg kell húznod egy határt, ami után már nem nyitysz meg új kapukat a téma felfedezésében. Ha kellő mennyiségű információ áll a rendelkezésedre, sokkal fontosabb, hogy ezeket összegezd, áttekinthető és logikus formában rendszerezd.



TIPPEK FELFEDEZÉSHEZ

A GOOGLE (IS) A BARÁTOD

A leghasznosabb információk gyakran csak egy kattintásnyira vannak tőlünk. A ránk zúduló információtömegben azonban nem mindig könnyű megtalálni azt, amit keresünk. Mindig érdemes változatos keresőszavakkal próbálkoznod, és különböző szempontok alapján szűkíteni a találatokat. (Ehhez kapcsolódóan több hasznos trükköt is találsz a Google keresési tippek című oldalon.) Érdemes mindig figyelned a cikkekben elrejtett hivatkozásokat, amelyek újabb izgalmas cikkekhez vezethetnek. És ne feledd meg a nyomtatott forrásokról, a könyvekről, folyóiratokról sem, a Google mellett ők is segítőkész barátaid lehetnek a választott témád feltárásában.

VITÁZZ RÓLA!

Találj a témához kapcsolódóan izgalmas és erős tételmondatokat, és kezdeményezz róluk vitát. Gyűjts érveket pro és kontra, és hallgasd meg a veled azonos és ellentétes állásponton lévők véleményét is. Raktározd el a vitában felmerülő érveket és kérdéseket.

SZERVEZZ WORLD CAFÉ BESZÉLGETÉST!

Rengeteg új gondolatot, inspirációt szerezhetsz abból, ha összehozol embereket egy közös célért, azért, hogy egy meghatározott téma mentén megosszák egymással a gondolataikat, kérdéseiket. Érdemes a választott témához kötődő szakértőket meghívnod egy ilyen beszélgetésre, ők „asztalgazdaként” fogadhatják a beszélgetőket, akik szabadon mozoghatnak a különböző altémákra, kérdésekre koncentráló asztalok között. Egy jó World Café beszélgetés segítségével egyszerre kaphatsz válaszokat a benned felmerülő kérdésekre, és gyűjthetsz a többiek hozzászólásaiból inspirálódva olyan ötleteket, melyeket később továbbgondolhatsz.



TIPPEK RENDSZEREZÉSHEZ

KIVONATOK

Ha rátaláltál egy izgalmas cikkre, a jövőbeli önmagad nagyon hálás lesz, ha az elolvasása után nemcsak elmented, de egy pár soros kivonatot is készítesz belőle, ami alapján hetek múlva is emlékezni fogsz rá, milyen információkért érdemes az adott cikkhez visszatérned. Használhatsz a cikkek megjelölésére különböző hashtageket is. (Ha például a jövő munkahelyével kapcsolatban akarsz kutatni, megkülönböztetheted egymástól a könnyebb keresés érdekében a #robotok, a #mesterséges intelligencia, a #munkaerőhiány és a #szakképzés témájával foglalkozó cikkeket.)

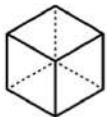
CSOMÓPONTOK

Szinte biztos, hogy a választott témád sok-sok izgalmas altémára bontható. Ezeknek az altémáknak a megtalálása és körülhatárolása sokat segíthet abban, hogy megtaláld azt a konkrét és szűkebb területet, amelyet kutatni szeretnél. Gyűjtsétek össze a csapattársaidal kérdések formájában minden olyan gondolatotokat, ami a választott témátokhoz kapcsolódik. Használjatok post-iteket úgy, hogy egy post-itre mindig csak egy kérdés kerüljön. Ha minden kérdést kiírtatok magatokból, rakjátok ki a post-iteket egy nagy asztalra, és kezdjétek el rendszerezni őket. Kerüljenek egymáshoz közel azok, amelyekről úgy érzitek, hogy hasonló altémához tartoznak. Ha készen vagytok, nézzetek rá a post-itekre, és fedezétek fel, milyen csomópontokba rendeződtek. Adjatok együtt nevet ezeknek a csomópontoknak.

5. VÁLASSZ KUTATÁSI KÉRDÉST!

A kutatás egyik legnehezebb és egyben legfontosabb állomása a kutatási kérdés pontos megfogalmazása. Ez a kérdés kell, hogy vezessen titeket, amikor a kutatási módszereket megtervezitek, és akkor is, amikor majd az eredményeiteket foglaljátok össze. A felfedezés szakaszában rengeteg izgalmas kérdéssel találkozhatok, most azonban el kell köteleződnötök egy meghatározott altéma, egy kutatási kérdés mellett. Fontos, hogy ezt a döntést megfontoltan, csapatként együttműködve hozzátok meg. Bár fontos lépésről van szó, ne ijedjete meg a feladattól: a felfedezés és rendszerezés után érezni fogjátok mi az a kérdés, amely megszólít titeket. A kérdés megtalálásához a következő oldalon található mátrixot is segítségül hívhatjátok.

AZ IDEÁLIS KUTATÁSI KÉRDÉS



konkrét – nem ijesztően komplex és nem is túl általános



releváns – valóban létező problémára vagy jelenségre reflektál



érdekes – gondolkodásra, kutatásra motivál



objektív – nem terhelik előfeltevések



nyitott – nem eldöntendő és nem irányított



vizsgálható – a befektetett munka sikerre vezethet

RENDSZEREZZÜK AZ ÖTLETEKET!

– KUTATÁSI KÉRDÉSEK –

nem kutatható

átlagos



KUKA

ezeket a kérdéseket
inkább felejsük el

eredeti



SCI-FI

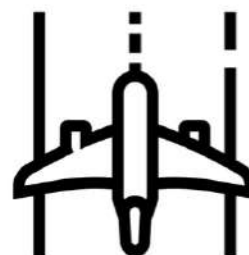
ezeknek a kérdéseknek
még nem jött el az ideje

kutatható



SPÁJZ

ezek a kérdések még jók
lehetnek valamire



KIFUTÓPÁLYA

ezeket a kérdéseket
érdemes kutatni



DOUBLE DIAMOND, AZAZ KETTŐS GYÉMÁNT MODELL

Egy kutatási terv megalkotásának folyamata sok mindenben hasonlíthat ahhoz, ahogyan egy tervező dolgozik. A kutatóknak és a tervezőknek is elsődleges feladatuk, hogy körüljárják és meghatározzák azt a problémát, amelyre reagálva létrehozzák a saját válaszukat – legyen ez a válasz egy kutatási terv, egy termék vagy egy szolgáltatás. Bár minden tervező és minden kutató egy kicsit másként gondolkozik, vannak a tervezői folyamatnak olyan sajátosságai, amelyeket mindenkinek érdemes megfontolnia. Az alábbiakban egy olyan modellt mutatunk be nektek, amely segíthet megérteni és rendszerezni, milyen fázisokon érdemes keresztülmenetnek, miközben a kutatásokat tervezitek.

A gyémánt forma két különálló fele a tervezői folyamat divergens (széttartó) és konvergens (összetartó) szakaszát reprezentálja. Míg a divergens szakaszban arra törekszünk, hogy minél több gondolatot gyűjtsünk össze, addig a konvergens szakaszban ezeket a gondolatokat pontosítjuk és szelektáljuk. A modellben található két gyémánt arra utal, hogy ezeket a folyamatokat többször is megismételhetjük. Fontos azonban, hogy tudatosítsuk magunkban, épp melyik típusú folyamatnál tartunk: ötleteket gyűjtünk vagy a meglévő ötleteinket rendszerezük és próbáljuk meg belőlük a legjobbakat kiválasztani. Ha egyszer úgy döntünk, hogy lezárunk egy ötletelési fázist és áttérünk a rendszerezésre, érdemes szigorúnak lennünk magunkhoz, és további új ötletek gyűjtögetése helyett a meglévő ötleteinkre koncentrálni folytatni a tervezési folyamatot. Ha viszont a divergens (széttartó) fázisnál tartunk, megéri minél nagyobb szabadságot engedni magunknak, és minősítés nélkül, a lehető legszabadabban összeszedni az eszünkbe jutó ötleteket, javaslatokat.



TIPP: Gondolkozzatok el, milyen lépések szükségesek a kutatási tervetek megalkotásához, és hogyan illeszkednek ezek a lépések a Double Diamond (Kettős gyémánt) modellbe!

KUTATÁSI TERV KÉSZÍTÉSE

Minden kutatás alapja egy átgondolt és részletes kutatási terv, amely a problémafelvetés és a kitűzött célok mellett a kutatás pontos lépéseit is tartalmazza. Egy jó kutatási terv segít tartani a fókuszot, és olyan viszonyítási pontként szolgál, amelyre a kutatás során végig biztosan támaszkodhattok.

A jó kutatási terv titka, hogy igyekszik minden, a kutatással kapcsolatos kérdésre részletes, mégis lényegre törő választ adni.

Hogy mik ezek a kérdések? Összeszedtük nektek a legfontosabbakat:

1. A KUTATÁS TÉMÁJA

Rövid bemutatása annak a területnek, amellyel kapcsolatban kutatást végeztek. Miért izgalmas és miért érdemes ezt a témát kutatni? Milyen előzetes tudásotok van a témában? Milyen megválaszolásra váró problémákat, kérdéseket vet fel a választott kutatási terület? Próbáljátok meg néhány mondatban összefoglalni a válaszaitokat!

2. A KUTATÁS CÉLJA

Mi a célok a kutatással? Hogyan járulhatnak hozzá az eredményeitek a választott terület jobb megismeréséhez? Kiknek és hogyan lehet hasznos a kutatásotok?

3. KUTATÁSI KÉRDÉS

A pontosan megfogalmazott kutatási kérdés elengedhetetlen ahhoz, hogy elkezdjétek dolgozni a kérdőív- és interjúterveken. Kijelöli a kutatásotok útját, és segít mindenki számára egyértelműen definiálni, hogy pontosan mit is kutattok, milyen kérdésre vagy kérdésekre keresitek a választ. (A kutatási kérdés megtalálásában és megfogalmazásában az előző oldalakon bemutatott praktikák segítenek titeket.)

4. A KUTATÁS „MINTÁJA”

Kiket vizsgáltok, kiket kérdeztek meg a kutatásban? Milyen szempontok szerint választjátok ki, kivel ültök le interjúzni, vagy kikkel töltetitek ki a kérdőívketek? Hány embert fogtok megkérdezni a kutatás keretein belül, és hogyan fogjátok elérni őket?

5. A KUTATÁS MÓDSZEREI, ESZKÖZEI

Hogyan térképezitek fel a választott területet, hogyan gyűjtötök róla információt? Milyen módszerekkel szereztek válaszokat a kutatás résztvevőitől?

6. KÉRDŐÍV KÉRDÉSEI, INTERJÚ FORGATÓKÖNYVE

A kutatási terv szerves részét képezi a tervezett kérdőív kérdéseinek felsorolása, valamint a tervezett interjúk forgatókönyvének ismertetése is.

7. AKCIÓTERV LÉPÉSEI, FELADATOK FELOSZTÁSA, HATÁRIDŐK

A legjobb kutatási terv sem működik magától... Ahhoz, hogy sikeres kutatás legyen belőle, szükség van elszánt és kíváncsi kutatókra is – azaz rátok. Írjatok egy listát arról, milyen lépésekben fogjátok megvalósítani a kutatást! Találjatok minden feladatnak felelőst, és jelöljétek ki olyan határidőket, amelyek segítenek a feladatok strukturálásában!

8. DOKUMENTÁCIÓ, ADATOK TÁROLÁSA

Hogyan fogjátok gyűjteni, elmenteni és tárolni a kutatással kapcsolatos információkat, adatokat?

9. SZAKÉRTŐK, MENTŐÖVEK

Kiktől számíthattok segítségre a kutatásotokkal kapcsolatban? Hogyan éritek el őket, és pontosan miben számíthattok a segítségükre?

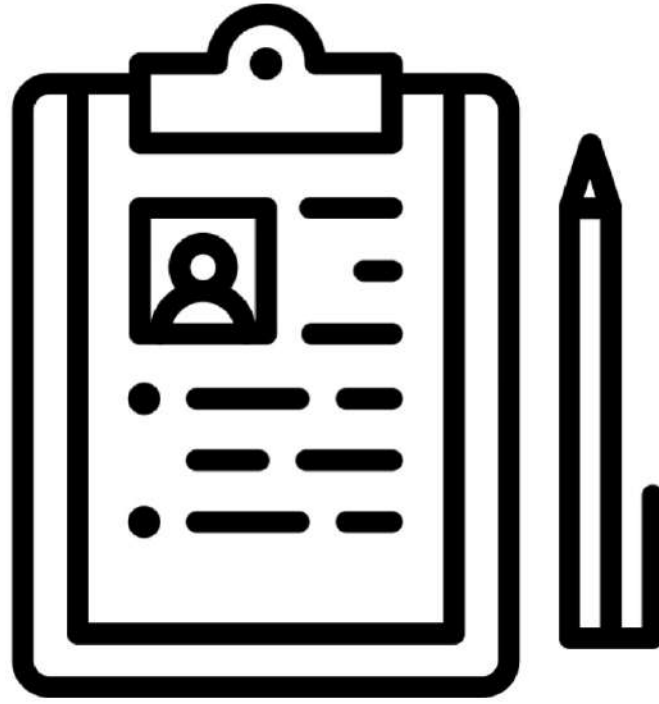
10. HÁTTÉRANYAGOK, CIKKEK, KUTATÁSI ELŐZMÉNYEK

Milyen forrásokból tájékozódhattok a választott témákról? Érdemes egy mindenki számára szerkeszthető fájlba (pl. Google dokumentumba) gyűjteni minden olyan cikket vagy háttéranyagot, amely kapcsolódik a kutatásotokhoz.

REFLEXIÓ



A kutatás minden egyes lépésének fontos eleme a reflexió – ez az a momentum, amely elengedhetetlen a megértéshez. Fontos, hogy ne csak halmozzátok az információt, de álljatok is meg időről időre, hogy együtt megfogalmazzátok a tanulságokat. Mire vagytok büszkék? Mit csinálnátok másképp? Ne feledjétek, hogy hibázni mindig lehet és ér is! Minél őszintébbek tudtok lenni a saját munkátokkal kapcsolatban, annál több lehetőséget adtok magatoknak a fejlődésre, a továbblépésre. Ne féljétek megállni összegezni, hogy hol tartotok épp, milyen feladatokon vagytok túl, és milyen kihívások várnak még rátok. Igyekeztek átgondolni és tisztán látni a saját szerepeteket, és a csapat többi tagját is jó indulatú visszajelzésekkel segíteni a közös munkában.



3. FEJEZET

HOGYAN SZERKESSZ KÉRDŐÍVET?

KÉRDŐÍVEK MESTERFOKON

A te Facebook-faladat is ellepik az ismerőseid által megosztott kérdőívek? Ki szoktad őket tölteni? Volt már olyan, hogy becsuktál egy kérdőívet, mert nem értetted a kérdést? Vagy hagytál már félbe kitöltést amiatt, mert túl hosszú volt a Google form? Csináltál már te is kérdőívet, hogy többet megtudj egy témáról? Esetleg dilemmáztál már azon, hogyan állíthatsz össze olyan kérdőívet, amit szívesen kitöltenek az emberek?

Ebben a blokkban megismerheted a kérdőívkészítés csínját-bínját, hogy igazán sikeresen és hatékonyan használd ezt a módszertant bármilyen jövőbeli iskolai beadandóhoz, dolgozatodhoz vagy kutatásodhoz.

Kérdések, amelyekre választ kaphatsz:

Mi az a kérdőív? Hogyan és mire használjam? Mit jelent az, hogy kvalitatív és kvantitatív? Milyen típusú kérdések lehetnek egy kérdőívben? Hogyan tehetek fel jó kérdéseket? Melyek a legsűrűbben előforduló hibák a kérdőívekben? Hogyan tudom elkerülni őket?

MI AZ A KÉRDŐÍV?

A kérdőív az egyik legnépszerűbb eszköze a kutatásnak, egy olyan módszer, amelynek segítségével adatokat gyűjthetünk strukturált, rendszerezett módon. Ideális ezt a módszert alkalmaznunk, ha nagy mintával (sok ember válaszával) szeretnénk dolgozni és/vagy konkrét kérdéseink vannak a témánkkal kapcsolatban.

KVALITATÍV VAGY KVANTITATÍV?

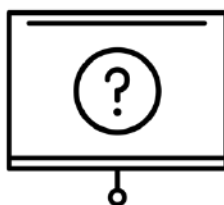
A **kvalitatív kutatás** során a témát minőségében és sokkal mélyebben ismerheted meg. Ekkor leginkább motivációkat, felfogásokat, gondolkodásmódokat, „miértetek” térképezhetsz fel. Konkrét, számszerűsíthető adatok helyett gyakran szubjektívebb eredményeket kapsz. Egy kvalitatív kutatásban általában (de nem minden esetben!) kevesebb alany vesz részt, viszont lehetőség van jobban, minőségileg megismerni őket.

Kvalitatív kérdés pl.: *Mi a véleményed a csokoládéről? Milyen helyzetekben szoktál csokoládét enni?*

A **kvantitatív kutatás** során mennyiségi, pontos, számszerűsíthető eredményeket és adatokat kaphatsz, amiket felhasználhatsz akár statisztikákhoz is. A mintád (a válaszadók száma) többnyire (de nem minden esetben!) nagyobb, mint a kvalitatív kutatás esetében. Jellemző formája a kvantitatív kutatásnak a közvélemény-kutatás, amikor a társadalom egy kisebb csoportjától gyűjtesz be információkat, amiket felhasználva és elemezve hozol következtetéseket.

Kvantitatív kérdés pl.: *Milyen gyakran eszel csokoládét? (1 – soha, 5 – naponta) Hány tábla csokoládét veszel egy hónapban?*

Egy kérdőívben feltehetsz kvalitatív és kvantitatív jellegű kérdéseket is attól függően, milyen információt szeretnél megtudni a válaszadóidról.



KÉRDÉSTÍPUSOK

A kérdésfelvetés módja meghatározza azt is, milyen válaszokat kaphatunk a kérdésünkre. Ezért is fontos, hogy tudatosan válasszuk meg, milyen formában tesszük fel a kutatásunk résztvevőinek a minket érdeklő kérdéseket. Az alábbiakban összeszedtünk néhány példát arra, milyen különböző formájú kérdésfelvetéssel dolgozhatunk.

Feltehetünk zárt kérdéseket...

- Eldöntendő** (kétkimenetelű): *Szereted a baconös csokoládét?*
- Többkimenetelű**: *Az alábbiak közül melyik a kedvenc baconös csokoládéd: ropogós / zsíros / illatos?*
- Skálás**: *1–5-ig mennyire tartod ízletesnek a baconös csokoládét?*

... és nyitott kérdéseket.

- Teljesen nyitott**: *Mi az első benyomásod a baconös csokoládé láttán? Mi a véleményed az olvadt csokoládéről?*
- Szótársítás**: *Mi az első három szó, ami eszedbe jut az olvadt csokoládéval kapcsolatban?*
- Mondatkiegészítő**: *Hogyan egészítenéd ki az alábbi mondatot?
„Az olvadt csokoládé hatására”*

Lehet egylépcsős a kérdésfeltevésünk...

- Mennyit költesz átlagosan naponta csokoládéra?*

... de lehet többlépcsős is (főleg hosszabb, kvalitatív kérdőívekben vagy interjúkban).

- Ismered a csokiholizmus fogalmát? Ismersz olyat a környezetemben, aki csokiholizmusban szenved? Milyen hatással van rád a környezetében így megjelenő csokiholizmus?*

És természetesen kombinálhatjuk is vegyes kérdéssé a különböző típusú kérdéseket.

- Ha belépsz egy boltba, végig szoktad tapogatni az eladó csokiszeleteket? Ha igen, miért?*



KERÜLENDŐ KÉRDÉSTÍPUSOK

Hiába vezet minket a legjobb szándék, könnyen előfordulhat, hogy nem jó formában tesszük fel egy kérdőívben a kérdéseinket. A legtöbb hiba azonban könnyen kiküszöbölhető, ha odafigyelünk néhány alapvető elvre. Hogy mik ezek az elvek? Összegyűjtöttünk nektek néhány olyan kérdéstípust, amelyet érdemes messziről elkerülnötök. Ha a kérdések az alábbiak közül egyetlen rossz kategóriába sem tartozik bele, szinte biztosak lehettek benne, hogy jól fogalmaztátok meg.

ELDÖNTENDŐ KÉRDÉS

Probléma: ha két egyértelmű, előre megfogalmazott válaszlehetőség közti választást kínálunk fel, ezzel lekorlátozzuk a válaszadást, ami torzíthatja a kutatásunk eredményét

pl. *A mogyorós csokoládét vagy a mogyorós-mazsolás csokoládét szereted?*

BEFOLYÁSOLÓ KÉRDÉSFELTEVÉS

Probléma: ha a kérdés megfogalmazásakor már sugallunk egy bizonyos választ, ezzel „eltérítjük” a kérdést, befolyásoljuk a válaszadót, és így fennáll a veszélye annak, hogy nem valós választ kapunk

pl. *Szívesen adományoznál pénzt egy olyan szervezetnek, amely szegény, magukra hagyott kiskutyákat segít, hogy ők is boldogabb életet élhessenek?*

ÖMLESZTETT KÉRDÉS

Probléma: több kérdés keveredik egyetlen kérdésben, nem egyértelmű, ezek közül melyikre válaszol valójában a kitöltő

pl. *Szeretsz sportolni, és szeretnéd, ha az iskolában kötelező lenne mindenkinek úszni tanulnia?*

FÖLÖSLEGES KÉRDÉS

Probléma: nincs sok értelme feltenni, előre feltételezhetjük, hogy mindenki ugyanúgy válaszol majd

pl. *Támogatnád-e, hogy az iskolai büfében minden reggel ingyen kávét vagy teát osztogassanak?*

ROSSZ OPCIÓK

Probléma: nem mindenki találja meg a válaszopciók közül a rá jellemzőt, vagy épp hogy több opciót is igaznak talál, de mi csak az egyik kiválasztását engedjük

pl. ha a *„Milyen hangszeren játszol?”* kérdésnél arra kényszerítjük a válaszadókat, hogy a zongora, a gitár vagy dob lehetőségek közül válasszanak

Tipp: „egyéb” opció beillesztése, ahova a válaszadók maguk írhatják be a rájuk jellemző választ

TÚL HOSSZÚ VAGY TÚL BONYOLULT OPCIÓK

Probléma: nem olvassák el és nem mérlegelik az emberek az összes lehetőséget, inkább az első néhány közül választanak

pl. ha a *„Milyen szempontok alapján döntöd el, hogy kit követsz Instagramon?”* kérdésre 15 különböző, hosszan kifejtett és nagyon speciális válaszlehetőséget felsorolunk

Tipp: szelektáljuk, egyszerűsítjük az opciókat, és hagyjunk meg egy „egyéb” lehetőséget, ahová mindenki beírhatja a saját válaszait is

ELŐFELTÉTELEZÉSSEL ÉLŐ KÉRDÉS

Probléma: ha a kérdés megfogalmazásakor már valamilyen előfeltételezéssel élünk egy adott a körülménnyel, a majdani válasszal vagy a válaszadónkkal kapcsolatban, ezzel torzíthatjuk a válasz valóságát, hiszen feltételezünk egy olyan döntést, amely valójában még nem is született meg

pl. *Amennyiben a mogyorós csokoládét szereted jobban, kiadnál-e rá több pénzt, mint a mogyorós-mazsolásra?*

FELTÉTELES KÉRDÉS

Probléma: hajlamosak vagyunk rá, hogy a jövőt túl optimistán lássuk, és sokkal pozitívabban válaszoljunk egy jövőt érintő kérdésre, mint ahogy az reális lenne

pl. a *„Mennyire tartod valószínűnek, hogy a következő két évben valamikor rendszeresen el fogsz járni edzeni?”* kérdésre sokkal többen fognak pozitívan válaszolni, mint ahányan valójában el is járnak majd edzeni

Tipp: érdemes a kérdéseinket minél inkább inkább a jelenre, minél megfoghatóbb területekre koncentrálni



TIPPEK KÉRDŐÍVEZÉSHEZ

MINDEN RÉSZLET SZÁMÍT...

Egy kérdőívet számos különböző helyzetben kitölthetsz a résztvevőiddel. Mielőtt online vagy személyesen (akár egyénileg, akár csoportban) megkérsz valakit egy kérdőív kitöltésére, gondolkozz el rajta, milyen előnyei és hátrányai lehetnek az adott helyzetnek. Pl. az online kérdőívvel energiát spórolsz, de lehet, hogy a kitöltőktől felületes választ kapsz; ha személyesen töltetsz ki valakivel egy kérdőívet, valószínűbb, hogy minden kérdésre válaszol, de lehet, hogy kevésbé lesz őszinte veled.

SZEMÉLYES ADATOK A KÉRDŐÍVEKBEN

Ahhoz, hogy egy kutatás adatait később értékelni tudjuk, gyakran a kitöltők bizonyos személyes adataira is szükségünk van. A kérdőív összeállításakor azt is végig kell gondolnotok, melyek lehetnek ezek a személyes adatok (pl. nem, életkor). Fontos, hogy feleslegesen ne kérjétek senkitől sem személyes adatokat, hiszen ez sokakat elriaszthat a kitöltéstől. Ugyanakkor figyeljetek rá, hogy a kutatásokat szempontjából releváns személyes kérdésekre választ kapjatok. A kitöltőiteket mindig előre tájékoztatnotok kell arról, hogyan kezelitek az adataikat (pl. biztosítjátok az anonimitásukat, és nem adjátok tovább harmadik félnek a válaszaikat).

ÉLJENEK A TESZTKÖRÖKI!

Mielőtt élesben is útnak indítanátok, érdemes minél több emberen tesztelnetek a kérdőíveteket. Kérjétek meg egy barátotokat vagy családtagotokat, hogy menjenek veletek végig a kérdőíveteiken, és mesélgék el nektek, hogyan értelmezik az egyes kérdéseket. Figyeljetek oda, mennyire érhetőek számukra a feltett kérdések (ugyanazt értik-e alatta, mint amit ti értetek?), és hogyan tudják alkalmazni saját magukra a válaszokat. Ne spóroljátok meg a tesztköröket, a pártatlan, külső szemlélők észrevételei gyakran sokat segíthetnek.



4. FEJEZET

HOGYAN KÉSZÍTS INTERJÚT?

INTERJÚTECHNIKA

Mindenki látott már interjút – akár híres emberekkel folytatott hosszabb beszélgetéseket, akár az utca emberével készült kis riportokat, vagy szakértők bevonásával körüljárt kérdéseket. De mégis mi haszna lehet annak, ha megtanulunk interjút készíteni? Egyáltalán hogyan érdemes belevágni, nekiállni? Kivel és miről beszélgessünk, hogyan kérdezzünk?

Ez a fejezet segítséget nyújt abban, hogy árnyaltabb képet kapjunk erről a módszerről.

MIT NEVEZÜNK INTERJÚNAK?

Az interjú egy olyan adatgyűjtési folyamat, amikor az interjú készítője személyesen keresi fel az interjú adó személyt, hogy kérdéseivel válaszokat találjon egy adott problémára, vizsgálandó témára.

Fontos tehát a személyes kontaktus, valamint az, hogy az interjú készítőjének van egy meghatározott célja: körüljárni egy kérdéskört egy olyan emberrel, aki valamilyen formában ennek a témának az érintettje, ismerője, tudója, szakértője.

KIK A SZEREPLŐI?

- az interjú készítője
- az interjú alanya

Lehetséges olyan helyzet is, amikor harmadik fél van jelen (például kamerázik, vagy több interjú alany van egyszerre).

MILYEN INTERJÚTÍPUSOK VANNAK?

A teljesség igénye nélkül néhány példa:

- Spontán:** tájékozódásra, a terület feltérképezésére szolgál. A kutatási cél az az interjú készítőjének fejében van, e köré rendezzi a kérdéseket.

Akkor hasznos, amikor ötleteket szeretnénk egy nagyobb lélegzetvételű kutatáshoz, s annak érdekében interjúzunk, hogy teljesebb, minden részletre kitérő vizsgálatot végezhessünk.

- Strukturált:** A kérdések sorrendje kötött, szó szerinti, a kérdőívhez hasonlatos.

Akkor hasznos, amikor több interjút szeretnénk összehasonlítani, és az interjúk összességéből konkrét, számszerűsíthető eredményeket szeretnénk bemutatni.

- **Kevert:** a beszélgetés egy részében strukturált interjúra emlékeztető elemekkel tarkított, de az interjú során nyitottabb (spontán) kérdések is elhangzanak.

Akkor hasznos, amikor információkat gyűjtünk, és a válaszokat nem mérni, hanem egy adott témáról árnyalni szeretnénk.

- **Mélyinterjú:** szándéka szerint a személyiség mélyebb rétegeibe hatol, olyasmire is felszínre kerülhet, amit az interjú alanya sem tud magáról. Nem teljesen kötöttek a kérdések: vannak előre kidolgozott kérdések, kérdéscsoportok, azokon belül az interjúvált válaszai mentén alakulhatnak a kérdések.

Nagyobb interjú tapasztalatot igényel!

Akkor hasznos, amikor információkat gyűjtünk, és a válaszokat nem mérni, hanem egy adott témáról árnyalni szeretnénk, illetve akkor, amikor egy konkrét esetet szeretnénk bemutatni.

- **Életútinterjú:** „*Mesélje el az életét a ... tükrében*” – a vizsgált téma tükrében. A kérdéseket teljes mértékben az interjú alanyának válaszai határozzák meg. Folyamatosan nyitott kérdéseket alkalmazva, például: *Meséljen még erről bővebben! Kifejtené, milyen körülmények között történt meg ez a helyzet? Mesélne még a testvéréről?*

Nagy interjú tapasztalatot és elemzői készséget igényel! Több találkozással valósulhat meg.

Akkor hasznos, amikor információkat gyűjtünk, és a válaszokat nem mérni, hanem egy adott témáról árnyalni szeretnénk, illetve akkor, amikor egy konkrét esetet szeretnénk bemutatni.



TIPP: Az interjú típusát minden esetben:

- a témához,
- interjú tapasztalatodhoz,
- személyiségedhez is igazítsd!

Az esetek többségében a „Kevert” típus használatát javasoljuk!

AZ INTERJÚ KERETEI

Ahhoz, hogy el tudd képzelni magát az interjú folyamatát, a különböző állomásokon túl, összeírtunk néhány fontos tippet, trükköt, amit használhatsz és amik előkészítésével sokat tehetsz az interjú sikeréért.



ELŐKÉSZÜLETEK

- Készíts próbainterjút egy barátal, családtaggal, ismerőssel! Kérj tőlük visszajelzést, milyen kérdező voltál! Ha végigmész a kérdésterveden, élesben sokkal bátrabb leszel!
- Az interjú helyszíne, időpontja meghatározó. Alkalmazkodj az interjúalany igényeihez!
- Készülj fel mentálisan és fizikailag is! Pihend ki magad előtte, egyél, igyál elegendőt!
- Ne zavarja meg az interjút semmi (ki-be járkálás, telefoncsörgés), igyekezz négy szemközt lenni, és ennek a lehetőségét bebiztosítani!
- Vigyél diktafont, ha szükséged van rá! Ne felejtsd megnézni, hogy vannak-e jó elemek hozzá!
- Jegyzetelj! Vigyél papírt, tollat!
- Mentsd el az interjúalany telefonszámát, ha bármi közbejönne!



AZ INTERJÚ KEZDETÉN

- **Bemutatkozás:** mutakozz be személyesen is
- **Köszönet:** köszönd meg, hogy elfogadta a felkérésed
- **Cél:** mondd el, hogy mi a kutatásod tárgya és miért fontos ő maga ebben a kutatásban
- **Anonimitás:** biztosítsd az anonimitásról (ha a kutatásban anonimként fog szerepelni)
- **Időkeretek:** mondd el, hogy meddig fog tartani az interjú
- **Kérdés jog:** adj lehetőséget, hogy kérdezzen az interjúalany, ha van kérdése



AZ INTERJÚ KÖZBEN

- Tudatosítsd a *Hogyan kérdezz?* lista szempontjait (erről a későbbiekben lesz szó!)



AZ INTERJÚ VÉGÉN

- Oszd meg az interjúalannyal, mi fog történni az interjú anyagával (hogyan fogod feldolgozni, kikkel osztod meg, mikor és milyen formában kerül nyilvánosságra stb.).
- Segítsd a visszarázódását a hétköznapiakba!

Az interjúnak akkor van vége, ha

- az interjúalany elfáradt
- az interjúalanynak el kell indulnia
- te elfáradtál
- az interjúalany megválaszolta minden kérdésedet
- megkérdeztél az interjúalanytól mindent, amit szeretnél volna



ÉRTÉKELD MAGAD!

- Tanulj a hibáidból, fogalmazd meg, legközelebb mit csinálsz majd másként!
- És végül veregeds meg a vállad a jó kérdésekért és a figyelmedért, jelenlétedért!

HOGYAN KÉRDEZZ?

Amikor interjúra készülsz, fontos, hogy tudatosan kérdezz.
Ehhez a következő kategóriák is segítséget adnak.



NYITOTT KÉRDÉSEK

Nyitott kérdések hatására: az interjúalany a saját szavaival válaszol, kifejti a választ.

Előny: szabadabb tér, komplexitás.

Ha nyitott kérdéseket teszel fel:

- beindíthatod a beszélgetést,
- beszélgetheted, „megnyithatod” a megkérdezettet,
- sok információt hozhatsz a felszínre.

Mit? Mikor? Hogyan? Miért? ... kérdések tartoznak ide



ZÁRT KÉRDÉSEK

Zárt kérdések hatására: megadott válaszlehetőségek közül kell válaszolni.

Előny: statisztikai mérhetőség, összehasonlíthatóság.

Ha zárt kérdéseket teszel fel:

- konkrét információkra kérdezhetsz rá,
- tényszerű információkat ellenőrizhetsz,
- szabályozhatod, saját kérdéseid megválaszolása felé irányíthatod a „fecsegőket”.

HOGYAN KÉRDEZZ?

12 tipp az interjú készítéséhez

A következő tippek és ötletek segítségével tudatosabb kérdezővé válhatsz. Ha ezeket gyakorlod és használod, szuper interjúkat fogsz készíteni!

- 1.** Legyél tudatos! Mindig tudd, mi a kérdésed célja!
- 2.** Kezdd könnyű kérdéssel! Az emberek szeretnek először ráhangolódni és belerázódni egy-egy szituációba. Ha egy könnyű kérdéssel sikerélményt élnek át, akkor könnyebben tudják elengedni magukat az interjú további részében is.
- 3.** Egyszerre csak egy kérdést tegyél fel! Egyszerre úgysem tud több kérdést megjegyezni az interjúalany. Ha meg is jegyzi, az azzal jár, hogy nem fog teljesen kimerítő választ adni a kérdésekre, mert több kérdésre fókuszál egyszerre.
- 4.** Légy egyszerű! Kérdezz úgy, hogy az interjúalany értse! Ha például diákokat kérdezel, nem kell túludvariaskodni és bonyolulttá tenni a kérdéseket.
- 5.** Ha te nem értesz valamit, vagy az interjúalany kitér a válaszadás elől, kérdezz vissza! Ha nem érted meg az interjúalany mondandóját, le sem tudod majd írni eredményként azt, amit mondott.
- 6.** Nyitott kérdéseket tegyél fel! Használd a Hogyan? Hol? Ki? Mit? Mikor? Miként? Meddig stb. kérdőszavakat.
- 7.** Kerüld a sugalló, a tagadó, a kétértelmű, és az eldöntendő típusú kérdéseket!
- 8.** A feltett kérdésre adott választ hallgasd is meg! Várd meg, amíg befejezi az interjúalany a válaszát, ne szólj közbe! Ha valami eszedbe jut, és nem akarod elfelejteni, jegyezd fel magadnak, és térj vissza rá!
- 9.** Ne félj a csendtől! Sokszor akkor történik csoda!
- 10.** Figyelj és maradj nyitott! Ha a kérdezett egy olyan témánál tölt el több időt, amely téged eredetileg nem érdekelt, az is lehet, hogy a szóban forgó probléma mégis fontos a vizsgálat szempontjából.
- 11.** Ne vessz el a részletekben! Legyen iránymutató számodra az interjúterved! Ha valamire még rákérdeznél, gondold végig, hogy kapcsolódik-e a céloddhoz, a kutatásodhoz!
- 12.** Legyél spontán! Ha olyasmi derül ki az interjú közben, ami a kutatásod szempontjából lényeges, de nem építetted be a tervbe, kérdezz rá, és hagyd hogy az interjúalany elmondja!

HOGYAN NE KÉRDEZZ?

Vannak olyan kérdések, amelyek túlzottan irányítják az interjú alanyát, vagy amelyek túl kevés választható kategóriát tartalmaznak. Ezek kimondásakor nagyon sok információ elvész, és szűkítik az adott témakörrel való gondolkodást, vagy befolyásolják az interjúalany válaszadását. A következőkben ezeket a gyakran elhangzó kérdéstípusokat ismertetjük.

Sugalló kérdések – megfelelést idéznek elő. Sugallják a választ akkor is, ha nem feltétlenül az lenne az interjúvált válasza, amit aztán végül ennek hatására mond. Ekkor a vélt elvárásoknak akar megfelelni az, aki választ ad a kérdésre.

Pl. *Ugye szerinted is jó ez a könyv?*

Eldöntendő kérdések – bekorlátoznak. Túl kevés választási lehetőséget nyújtanak, leszűkítik a gondolkodást. (Alkalmazhatók olyan esetben, amikor egy problémát vagy félreértésre okot adó információt szeretnénk tisztázni. Ebben az esetben hasznos és előnyös ezzel élni.)

Pl. *Moziba vagy színházba menjünk ma este?*

Hosszú kérdések, sok kérdésből álló kérdések – megzavarnak. Nem egyértelmű, mit szeretne tudni az interjú készítője, a kérdések hatására belebonyolódik a kérdésbe az, aki válaszol. Vagy az is előfordulhat, hogy ilyenkor nem minden feltett kérdésre ad választ az interjú alanya. (Amikor elkezdjük gyakorolni a különböző kérdéstípusok használatát, nyilván előfordul, hogy magunkat javítva törekszünk egy második vagy akár harmadik kérdést feltenni annak érdekében, hogy minél jobban tudja értelmezni az interjúalany a kérdést. Ezt nézzük el magunknak, és törekedjünk arra, hogy már magunkban képesek legyünk megfogalmazni a felteendő jó kérdést.)

Pl. *Egyébként hogyan osztottad be az idődet a munkában? Milyen rendszer szerint prioritizáltad a feladatokat? És milyen típusú feladatokra szántál több időt? Ide kapcsolódóan melyek voltak azok, amiket akár rutinból is megtudtál csinálni?*

Kétértelmű kérdések – megzavarnak. Az, hogy a kérdés egyik részével egyet ért az interjúalany, nem jelenti azt, hogy a másikkal is. Ilyen esetben nehéz értelmezni a választ: nem egyértelműek az igen-nem válaszok.

Pl. *Egyetértesz azzal, hogy a vegetarizmus egészségesebb életmód folytatását teszi lehetővé, és hogy általában közülük (a vegetáriánusok közül) kerülnek ki a legnagyobb állatvédő aktivisták?*

Tagadó kérdések – megzavarnak. Ha tagadó formában teszünk fel egy kérdést, a válaszból gyakran nem derül ki, hogy hogyan értette az interjú alanya a kérdést, vagy hogy valójában mit gondol az adott dologról.

Pl. *Nem ért egyet azzal az állítással, hogy a kormánynak szabályozni kellene a lakásbérleti árakat?*

Nem releváns kérdések – megzavarnak. Ha a kérdés nem illik az interjú témájához, az zavarba ejtheti, megzavarhatja az alanyt, vagy elvonhatja a figyelmét a beszélgetés témájáról, a saját gondolatmenetétől, attól hogy elmerüljön a kérdés hatására a témában.

Pl. *Hallottam baleset érte a testvérét. Mi történt pontosan?* (Nem releváns egy olyan interjúban, amelyben az interjúalany szakmai tapasztalataira vagyunk kíváncsiak.)

PÉLDÁK JAVASOLT KÉRDÉSTÍPUSOKRA

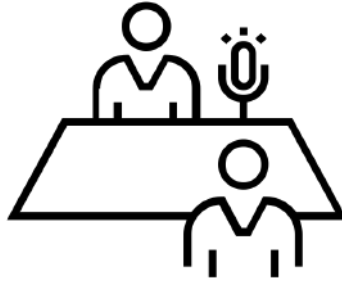
- Mit gondolsz, hogyan fog alakulni a tanulmányi eredményed, ha hetente kétszer eljársz edzésre?
- Hogyan éled meg, ha valami olyan dolgot kell csinálnod, amivel nem értesz egyet?
- Mit értesz az alatt, hogy nagyobb biztonságra van szükséged?
- Melyek azok a személyes tulajdonságaid, amelyek miatt kedvelnek téged a többiek?
- Miért alakulhatott ez a helyzet így?

A példákon is látható, hogy a hangsúlyok, a testbeszéd és a szövegkörnyezet nélkül olykor nem könnyű bekegategorizálni, egy-egy kérdés miért egyik vagy másik csoporthoz tartozik. A hat kerülendő kérdéstípus tudatosításával ezek a valóságban egyértelműbben érzékelhetők.



Először biztosan fogtok hibázni, ez szükségszerű és rendben van. A gyakorlással egyre jobban fogjátok tudni és érezni, mikor mit kellett volna mondani, míg végül valóban az interjú helyzetben is már a jó kérdést fogjátok használni.

Legyetek türelmesek magatokkal!



AZ „ELÉG JÓ” INTERJÚKÉSZÍTŐ

Végül néhány fontos szempont, amelyekre fókuszálva még minőségibbé és professzionálisabbá tehető egy interjú.

Ha van lehetőség próbainterjút készíteni, kérj meg egy harmadik embert, hogy az alább leírt szempontok alapján értékeljen téged mint interjúkészítőt.

ALAPOK MEGTEREMTÉSE, A KERETEK ISMERTETÉSE – tisztán és érthetően ismerteti az interjú kereteit

ŐSZINTESÉG – őszintén válaszol a keretekkel kapcsolatos kérdésekre, kommunikációjában nyílt és egyenes

TISZTELET – a kérdezett véleményét, gondolatait tiszteletben tartja

SEMLEGESSÉG – megőrzi semlegességét a témák mentén

FIGYELEM – figyel a kérdezettre, mindez nyomon követhető a tekintetében, a „hümmögéseiben”

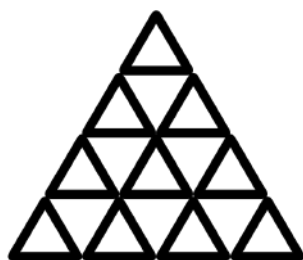
FÓKUSZÁLTSAÉG – a kutatás témája folyamatosan fókuszban van

RUGALMASSÁG – rugalmasan idomul a kérdezett témájához, annak mentén alakítja a kérdéseket, s adott esetben el tudja engedni a saját maga által felállított sorrendet

HATÁSOS KÉRDEZÉSTECHNIKA – jól teszi fel a kérdéseket (lásd részletesebben a *Hogyan kérdezz?* összefoglalót)

ÖSSZEFOGLALÁS, EGYEZTETÉS, VISSZAKÉRDEZÉS – ha valami nem érthető az interjúkészítő számára, visszakérdez, illetve összefoglal azokban a helyzetekben, amikor szükség van rá (például ha nem egyértelmű a válasz számára), illetve az interjú végén

LEZÁRÁS – egyértelműen tudatosítja, hogy vége az interjúnak



INTERJÚTERV KÉSZÍTÉSE, FELÉPÍTÉSE

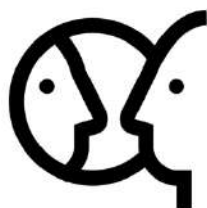
Ahhoz hogy megfelelő kérdéseitek legyenek, és jól felkészüljeteK egy interjúra, fontos hogy olyan konkrét kérdésekkel dolgozzatok, amelyek segítik a kutatásotok eredményeit.

Ehhez a következő – ha van rá lehetőség, akkor csoportos – módszer alkalmazását javasoljuk.

Kövessétek a lépéseket!

- 1.** Csináljatok ötletbörzét! Milyen témák lehetnek érdekesek a kutatási kérdéseK / kutatási témátok szempontjából? Használjatok segítségül egy gondolattérképet! Középen legyen a kutatási kérdés / téma, és körülötte jól láthatóan felírva a kapcsolódó altémák.
- 2.** Csoportosítsátok az összetartozó altémákat! Ezek az összetartozó altémák alkotják az interjúterveteK különböző blokkjait.
- 3.** Válasszátok ki azokat a blokkokat, amelyeket mindenképpen meghagytok az interjútervhez! Nevezzétek is el ezeket!
- 4.** ÖtleteljeteK az egyes blokkok lehetséges kérdéseiről! Ha például négy blokkotok van, vagy annál több, akkor blokkonként öt kérdésnél több nyitott kérdést ne tegyeteK fel!
- 5.** NézzéteK meg, hogy a kérdéseK valóban ahhoz a blokkhoz kapcsolódnak-e leginkább, ahova rendeltéteK őket! Ha inkább más blokkhoz kapcsolnátok őket, változtassátok az elrendezésen!
- 6.** NézzéteK meg, hogy minden kérdés rendben van-e a kérdésfeltevés szempontjából. Használjátok a *Hogyan kérdezz?* összefoglalót!
- 7.** Rakjátok logikai sorrendbe az egyes blokkokon belüli kérdéseket!
- 8.** Majd rakjátok logikai sorrendbe a különböző blokkokat is!
- 9.** Próba: Csináljatok egy próbakérdezést, hogy minden érthető-e!

Ezzel készen is van az interjúterveteK!



FELADATLAP

Figyeld meg magad! Egy nyugodt helyen gondold végig a következőket:

- Gondold végig egy legutóbbi pozitív beszélgetésedet!
- Milyen körülmények között történt? Szabadban, vagy egy zártabb térben? Nappal vagy este?
- Ki volt, akivel jót beszélgettél? Egy kedves ismerős? Vagy egy jóbarát? Esetleg egy ismeretlen?
- Mi volt a téma? Valami izgalmas, ami felfokozottá tett? Vagy valami korábbi emléken alapuló? Esetleg egy régi kimondandó, amit egyikőtök végre kimondott? Valami egészen más?
- A beszélgetés során inkább te beszélsz? Vagy inkább te kérdezel?
- Mikor érzed úgy, hogy jót beszélgettél?

Amikor kérdezel:

- Hogyan kérdezel?
- Mennyi ideig tart a másinak a válaszadás?
- Mennyire tudsz figyelni a másikra?
- Ugyanazokat kérdezed meg mindenkitől? Vagy attól függ, kivel beszélgetsz? Vagy attól, hogy milyen témáról?
- Mi alapján kérdezel?
- Személyes érdeklődésed alapján?
- A másik megértése céljából?
- Vagy hogy fenntartsd a beszélgetést?
- Vagy valami egészen más miatt?
- Fontosnak tartod a választ? Megjegyzed a választ?

Írd most ide, ami új felismerést hozott, vagy amit fontosnak tartasz mindebből:



NÉZD MEG AZ ALÁBBI TED VIDEÓT!

https://www.ted.com/talks/celestes_headlee_10_ways_to_have_a_better_conversation

Egészítsd ki az alábbi pontokat a saját jegyzeteddel:

Ne foglalkozz mással!

Ne papolj!

Használj kérdőszavakat!

Gyorsítsd az áramlást!

Ha nem tudsz valamit, ismerd el!

Ne vedd azonosnak a tapasztalatokat!

Kerüld az ismétlést!

Hagyd ki, ami felesleges!

Figyelj!

Fogalmazz röviden!

IMPRESSZUM

Írták:

Takács Viktória, Korenyák Zsófia, Belinszky Anna, Tillinger Zsófia, Dezsényi Balázs

Szerkesztette és tördelte:

Belinszky Anna

Projektvezető:

Belinszky Anna

Készült:

a DIA által megvalósított Youth Voice program részeként

© DIA, 2018

www.i-dia.org



Erasmus+



A Youth Voice projekt az Európai Unió által kezdeményezett Strukturált Párbeszéd folyamat hazai megvalósulása. A projekt az Európai Bizottság támogatásával valósult meg. A projekt tartalma nem feltétlenül tükrözi az Európai Bizottság vagy az Erasmus+ Program véleményét, mely intézmények felelőssége a projektre nem terjed ki.

A DIA a külföldről támogatott szervezetek átláthatóságáról szóló 2017. évi LXXVI. törvény alapján külföldről támogatott szervezetnek minősül.