

SIMONOVITS GÁBOR–SIMONOVITS BORI

Csökkenthető-e a diszkrimináció a megosztáson alapuló gazdaságban?

Egy magyarországi telekocsioldalon végzett kísérleti kutatás eredményei

Milyen mértékben diszkriminálják a megosztásra épülő platformok az etnikai kisebbségeket – jelen esetben a magyarországi romákat –, és milyen eszközeink vannak a hátrányos megkülönböztetés elleni küzdelemben a platformalapú piacokon? Írásunkban, ellentmondva a korábbi kutatási eredményeknek, azt mutatjuk meg, hogy – legalábbis egy általunk vizsgált magyarországi telekocsiplatform esetében – az ízlésalapú diszkrimináció jellemző. A platformon végzett nagymintás, randomizált terepkísérlet eredménye rámutatott, hogy a roma felhasználókat jelentős mértékben diszkriminálják a platform sofőrjei az utazással kapcsolatos informálódás során. A komplex kutatási projekt részeként – a telekocsiplatformmal együttműködésben – kidolgoztunk egy intervencióes eszközt, amelynek célja a romaellenes előítéletek csökkentése volt. A hátrányos megkülönböztetést egy – potenciális telekocsisofőrök körében végzett – kérdőíves kísérlet keretében olyan helyzetgyakorlattal mértük, ahol különböző etnikumú utasok közül kellett a kérdőív kitöltőinek kiválasztaniuk, hogy kivel utaznának szívesen együtt. A kísérlet igazolta, hogy a kísérleti csoportban az intervenció hatására jelentősen csökkent a fiktív roma utasokkal szembeni diszkrimináció mértéke. Az intervenció terepen történő tesztelése sikertelen volt. Összességében a kutatás következtetései a piaci szereplőkkel közösen végzett diszkrimináció elleni küzdelemben rejlt lehetőségekre és kihívásokra egyaránt felhívják a figyelmet.*
Journal of Economic Literature (JEL) kód: J15.

* A Diszkrimináció és bizalom a közösségi gazdaságban című (FK 127978) kutatást a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal támogatta 2018–2022 között. A kutatást az ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Karának Etikai Bizottsága által kiadott Etikai engedély (No 35/2019) birtokában végeztük. A jelen tanulmány alapjául szolgáló kísérletet előzetesen regisztráltuk, és előzetes elemzési tervet készítettünk. Az előzetes elemzési tervünk elérhető: [itt](#) és [itt](#).

Ezúton is köszönjük a platform tulajdonosának a kutatásban való aktív közreműködését, valamint azt, hogy ötleteivel és észrevételeivel támogatott minket a terepmunka megvalósítása során. Köszönettel tartozunk továbbá a kézirat anonim bírálóinak és a 2021. decemberi Kézdi-émlékkonferencián elhangzott szóbeli javaslatokért, kritikai észrevételeikért. A kísérletünkhöz kapcsolódó háttéranyagok a Közgazdasági Szemle internetes felületén található [Függelékben](#) érhetőek el (<https://doi.org/10.18414/KSZ.2022.11.F4>).

Simonovits Gábor egyetemi docens, CEU Politikatudomány Tanszék, a Rajk Szakkollégium szakmai társgazdátója, ELKH Politikatudományi Intézet tudományos főmunkatársa (e-mail: simonovitsg@ceu.edu).
Simonovits Bori egyetemi docens, ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Kar (e-mail: simonovits.borbala@ppk.elte.hu).

A kézirat első változata 2022. március 10-én érkezett szerkesztőségünkbe.

DOI: <https://doi.org/10.18414/KSZ.2022.11.1457>

Bevezetés

Milyen mértékben diszkriminálják az etnikai kisebbségeket? Milyen eszközök állnak rendelkezésünkre a diszkrimináció csökkentésére? *Bertrand-Mullainathan* [2004] úttörő munkája óta számos terepkísérletre épülő kutatás vállalkozott a munkaerőpiacon fellelhető diszkrimináció mérésére, és ezek egyöntetűen rámutattak a kisebbségek hátrányos megkülönböztetésére (lásd *Zschirnt-Ruedin* [2016] és *Quillian és szerzőtársai* [2017] metaelemzéseit). Annak ellenére, hogy a hátrányos megkülönböztetés kísérleti módszerekkel egyértelműen tetten érhető, a társas érintkezésekre épülő piaci tranzakciók különböző terepein (legfontosabbak ezek közül a munkaerő-felvétel, lakáskiadás, szolgáltatások területe) kevés olyan empirikus kutatás létezik, amely társadalmi intervenciók hatásvizsgálatát célozná, és ezek döntő többsége az (informális) oktatási, illetve munkahelyi környezetben zajlik: *Paluck-Green* [2009] metaanalízise csaknem ezer olyan (publikált és nem publikált) kutatási beszámolót tekintett át, amelyek az előítéletek csökkentésére irányuló megfigyelésekre, laboratóriumi és terepkísérletekre épülnek. A szerzők arra a következtetésre jutottak, hogy az előítéleteket csökkentő beavatkozásokra (például munkahelyi sokszínűségi képzés, médiakampányok) összpontosító tanulmányok többsége nem alkalmas ok-okozati összefüggések kimutatására. Magyarországon főleg az informális oktatás területén találunk hatásvizsgálatokra példát. Ezek közül a legfontosabbak *Várad* [2014] és *Kende és szerzőtársai* [2017] munkái, mindkét kutatás során kísérleti elrendezéssel vizsgálták, hogy milyen eszközökkel lehet a romákkal kapcsolatos előítéletek befolyásolni középiskolák (*Várad* [2014]), illetve egyetemista- (*Kende és szerzőtársai* [2017]) célcsoportokban.¹

Megítélésünk szerint a diszkrimináció elleni küzdelem lehetséges eszköztárának feltérképezése fontos társadalomtudományos kutatási téma és cél kell(ene) hogy legyen: egyrészt a hátrányos megkülönböztetés vitathatatlan társadalmi igazságtalansága, másrészt annak súlyos következményei miatt. A legfontosabb következmény az, hogy a kisebbséghez tartozókkal szemben tapasztalható egyenlőtlen bánásmód gyakran halmozódik (elsősorban az oktatás, a munkaerőpiac, a lakáspiac és a közszolgáltatásokhoz való hozzáférés területein elszenvedett hátrányos megkülönböztetés összeadásáról van szó), és úgynevezett kumulatív diszkriminációhoz vezet (*Blank* [2005]). Ez a többszörösen elszenvedett diszkrimináció pedig hozzájárul a kisebbség és többség között megjelenő jövedelemegyenlőtlenségek és társadalmi státusbeli különbségek fennmaradásához. Abban a speciális környezetben például, ahol a terepkutatásunk zajlott (egy magyarországi telekocsiplatformon), a sofőrök diszkriminatív viselkedése megakadályozta a kisebbséghez és a többséghez tartozó utasok találkozását, amely interakció a kontaktuselmélet értelmében önmagában alkalmas eszköze lehet az előítéletek mérséklődésének (*Allport* [1954], *Pettigrew-Tropp* [2006]).

Az etnikai diszkrimináció mérséklését célzó eszközök kidolgozása több okból is jelentős kihívást jelent. A legfontosabb probléma, hogy ezeken a területeken nehezen mérhető

¹ Továbbá a társadalmi intervenciók szociálpszichológiai alkalmazási lehetőségeit és magyarországi kutatási példáit az *Alkalmazott Pszichológia* című folyóirat 2020. évi 4. különszámában gyűjtötték össze a szerkesztők (*Kende-Nyúl* [2020]).

a diszkrimináció a megvalósítás nehézségei és az etikai dilemmák miatt. Továbbá a diszkriminatív viselkedés háttérben álló etnikai előítéleteket nehéz megváltoztatni, az attitűdök „makacs” természete miatt (idővel állandósulnak, berögződnek az egyéni gondolkodásba – *Allport* [1954], *Lindzey–Aronson* [1968]). Ráadásul még ha találunk is hatékony módszereket a diszkriminatív viselkedés megváltoztatására, sok szempontból nehézségbe ütközünk, amikor arra igyekszünk „rávenni” embereket (esetünkben sofőröket), hogy az úgynevezett meggyőző tartalmakat, érzékenyítő anyagokat közvetítő kampányokat (*persuasive appeals*) végigolvassák, végignézzék vagy végighallgassák. Márpedig ezek a kampányanyagok jelentik azokat az intervencióeszközöket, amelyek megváltoztathatják az egyéni döntéshozók attitűdjeit, esetünkben a telekocsisofőrök diszkriminatív viselkedését. Röviden összefoglalva, az általunk szemlézett szakirodalomból hiányoznak az olyan hatásvizsgálatok, amelyek a diszkriminatív viselkedés csökkentésére törekzenek ökológiailag érvényes környezetben.²

Jelen írásban az etnikai diszkrimináció lehetséges működési módjait (statisztikai *versus* ízlésalapú) modellezzük egy magyarországi utazásmegosztó oldalon. Elsődleges kísérleti változóként a roma etnicitást választottuk: egyrészt mivel ez a legnépesebb etnikai kisebbség Magyarországon, másrészt mert az empirikus kutatások egybehangzó tanulsága, hogy a romákkal szembeni előítéletes gondolkodás erőteljesen jelen van a magyar társadalomban (*Enyedi és szerzőtársai* [2004], *Dencső–Sik* [2007], *Bernát és szerzőtársai* [2013], *Kende és szerzőtársai* [2021]), valamint a romák jelentős mértékű diszkriminációt szenvednek el Magyarországon (*Pálosi és szerzőtársai* [2007], *Simonovits G. és szerzőtársai* [2018]) nemzetközi összehasonlításban is (*FRA* [2009]).

Tanulmányunkban egy magyarországi telekocsiplatformmal együttműködésben végzett kísérletsorozat két moduljának eredményeit tekintjük át. Kutatásunk módszertani alapja a randomizált kísérlet, amelyet részben a telekocsiplatformon (terepkísérlet), részben egy kérdőíves kísérlet keretében (*survey*-kísérlet) valósítottunk meg. Elsőként tehát a terepkísérlet (melynek során a fiktív utasok etnikai hovatartozását variáltuk profilfotók és roma hangzású nevek felhasználásával) alapján a diszkrimináció kiinduló értékeit állapítjuk meg. Majd a terepkísérletet kiegészítő kérdőíves kutatás és az ebbe ágyazott kísérlet legfontosabb eredményeit mutatjuk be. A kérdőíves kutatás részeként az utazásmegosztó platformmal és egy kreatív reklámügynökséggel közösen megterveztünk és elkészítettünk egy rövid animált videóklipeket. Ezt a rövid videóanyagot használtuk intervencióként, amelynek a hatását egy kérdőíves kísérletben teszteltük. A kísérletet a rendszeresen autóval közlekedő magyarok nem reprezentatív (úgynevezett kényelmi mintáján) végeztük el. A kitöltők az érzékenyítő videó vagy egy placebovideó megnézése után a fiktív utasok között választhattak, akik egyebek mellett az érzékelhető származásukban különböztek egymástól.

² A viselkedéstudományokban az ökológiai érvényesség annak megítélésére utal, hogy egy adott vizsgálat változói és következtetései kellően relevánsak-e a populációra, azaz az adott társadalmi közege. A pszichológiai vizsgálatokat általában laboratóriumokban végzik, bár e vizsgálatok célja az emberi viselkedés megértése a való világban. Ideális esetben egy kísérletnek olyan általánosítható eredményei lennének, amelyek előrejelzik a laboratóriumon kívüli viselkedést, így nagyobb ökológiai érvényességgel rendelkeznek. Ökológiai érvényesség tekintetében a terepkísérletek sokkal jobbak, mint a laboratóriumi vizsgálatok, éppen azért, mert valós közegben zajlanak. *Forrás:* https://en.wikipedia.org/wiki/Ecological_validity alapján.

A terep- és a kérdőíves kísérletünk egyaránt rámutatott a roma személyekkel szembeni jelentős mértékű diszkriminációra. A roma utasok által megkeresett sofőrök 53 százaléka válaszolt a megkeresésekre, ami 14 százalékponttal kevesebb, mint a kontrollcsoportban megfigyelt 67 százalékos elfogadási arány. Elemzésünk rámutatott, hogy a romák hátrányos megkülönböztetését az ízlésalapú diszkrimináció okozza, mivel e hátrány lényegében nem változik abban az esetben sem, ha a sofőrök hozzáférnek az utasprofilok pozitív értékeléséhez. A kérdőíves kísérletben megállapítottuk továbbá, hogy – legalábbis rövid távon – az intervenció a diszkrimináció jelentős csökkenéséhez vezetett. A kontrollcsoportban a válaszadók 20 százalékponttal kisebb eséllyel választottak ki roma utast (45 *versus* 65 százalékos kiválasztási arány), míg a kezelt csoportban ez a diszkrimináció nagyjából a felére csökkent (57 *versus* 67 százalékos kiválasztási arány). Foglalkozási státus szerint bontva az eredményeket ugyanakkor azt láttuk, hogy az intervenció csak a magas státusú roma utasokkal kapcsolatos sofőrattitűdöket változtatta meg érdemben.

Összességében megállapíthatjuk, hogy eredményeink alapján a diszkrimináció elleni küzdelem lehetőségei az *online* platformokon meglehetősen korlátozottak. Egyrészt, eredményeink ellentmondanak a meglévő kutatásoknak (*Cui és szerzőtársai* [2020]), mivel az etnikai megkülönböztetés abban az esetben is fennáll, ha a felhasználókról szóló információk (például részletes, többségükben pozitív vélemények) a sofőrök rendelkezésére állnak. Másrészt, megmutatjuk, hogy a platformfelhasználók ízlésalapú diszkriminációja (*Becker* [1971])³ – legalábbis részben – csökkenthető az egyenlő bánásmódot népszerűsítő kampányeszközökkel. Végül eredményeink arra is rámutatnak, hogy nagyon nehezen vehetők rá az *online* platformok felhasználói arra, hogy megnyissanak és végignézzenek információs kampányokat, és ennek kutatói oldalról történő „kikényszerítése” komoly nehézségekbe ütközik.

Szakirodalmi áttekintés

A munkaerő- és lakáspiacokhoz képest sokkal kevesebb kutatás található a közösségi gazdaság *online* piacerein előforduló diszkriminációról (lásd *Duflo–Banerjee* [2017]), a közelmúltban azonban egyre nagyobb érdeklődés mutatkozott e területen a kutatók részéről: az empirikus kutatások főként a borszín- vagy etnikai alapú diszkriminációra összpontosítanak (lásd például *Edelman és szerzőtársai* [2017], *Tjaden és szerzőtársai* [2018], *Cui és szerzőtársai* [2020]).⁴ Ebben a részben először a diszkrimináció néhány kulcsfontosságú elméleti fogalmát tárgyaljuk, majd a közösségi gazdaság terepein végzett empirikus tanulmányokból levont tanulságokat vitatjuk meg.

³ A statisztikai diszkrimináció és a diszkrimináció egyéb formáinak szétszálazását legegyszerűbben úgy végezhetjük el, hogy megmérjük, hogyan változik az egyenlőtlen bánásmód a kisebbségi hovatarozású felhasználókról nyújtott információ mennyisége szerint (*Laouénan–Rathelot* [2022]).

⁴ *Abramova* [2022] összesen 22 olyan empirikus kutatást azonosított, mely etnikai diszkriminációt vizsgált *online* piacokon. A kutatások többsége terepkísérletre épül, és a „legrégibb” kutatást 2017-ben publikálták a szerző gyűjtése alapján.

Diszkriminációs modellek

A közgazdaságtanban használt klasszikus diszkriminációs modellek két alapvető típusba sorolhatók: míg a statisztikai modellek (*Phelps* [1972], *Arrow* [1973]) első-sorban az információs aszimmetriával magyarázzák a hátrányos megkülönböztetés előfordulását a munkaerőpiacon, az ízléslapú modellek alapfeltevése viszont az, hogy a munkaerőpiac többségi résztvevői előítéletes attitűdjeik miatt nem kívánnak a kisebbségi csoportokhoz tartozókkal együttműködni (*Becker* [1971]).

A legújabb megközelítések túl szűknek és leegyszerűsítőnek tartják a klasszikus közgazdasági modelleket (statisztikai *versus* ízléslapú), és finomabb megközelítések kidolgozására és tesztelésére tesznek kísérletet. *Bohren és szerzőtársai* [2019] a korábbi statikus modellek helyett egy olyan úgynevezett *dinamikus megközelítést* javasol, amely képes beazonosítani a diszkriminatív viselkedés forrását; *Barron és szerzőtársai* [2020] pedig arra hívja fel a figyelmet, hogy kognitív szempontból összetett vagy két-értelmű választási helyzetekben az egyén feszültséget él át, aminek a következő ellentmondás az alapja: az egyén annak ellenére hajlamos *implicit* módon diszkriminálni, hogy ez ellentmond az általa *explicit* módon kifejezett meggyőződéseknek, azaz a nyíltan vallott értékrendjének. Ezt a típusú implicit diszkriminációt a szerzők különösen problematikus viselkedési formának tartják a következő okok miatt: 1. természeténél fogva még nehezebb azonosítani, és ezért a megkülönböztetés explicit formáinál még nehezebb szabályozni, és 2. valószínűleg pontosan azokban a helyzetekben valósul meg, ahol az explicit megkülönböztetés már elismerten etikátlan, és ezért erősen megbélyegzi a társadalmi közeg. *Bohren és szerzőtársai* [2019] és *Barron és szerzőtársai* [2020] kontrollált kísérletekre támaszkodva egyetértenek abban, hogy legalábbis a nőkkel szembeni diszkriminációt legfőképpen nem tudatos, elfogult meggyőződések (*implicit belief-based discrimination*) vezérlik. Ez utóbbi diszkriminációtípus empirikusan is szétválasztható az ízléslapú és a statisztikai diszkriminációtól. Kérdéses azonban, hogy ezek a társadalmi nemekkel kapcsolatban kidolgozott modellek mennyiben használhatók az etnikai diszkrimináció árnyalatainak megértésében.

Diszkrimináció a közösségi gazdaságban

A klasszikus üzleti modellekhez (például a tömegközlekedési vállalatokhoz) képest a legfontosabb eltérés a megosztásra épülő utazásmegosztó platformok esetében az, hogy a sofőrök maguk döntenek arról, hogy elfogadják-e egy potenciális utas jelentkezését. Az (*online*) bizalom megteremtése éppen a kockázatok minimalizálása érdekében kulcsfontosságú az *online* térben. Azokon a platformokon pedig, ahol a tranzakciók nem csupán egyszerű adásvétellel, hanem közös *offline* tevékenységgel is járnak, a bizalom megteremtése még fontosabbá válik. *Botsman* [2017] alkotta meg a szétosztott bizalom (*distributed trust*) fogalmát, amelyet úgy határoz meg, hogy „a bizalom oldalirányban áramlik az egyének között, amit a hálózatok, platformok és rendszerek tesznek lehetővé” (258. o.), és könyvében arra is felhívja a figyelmet, hogy ez az új típusú bizalom az *online* platformok kulcsfontosságú erőforrásává vált. Ha nincs

elérhető információ arról, hogy kivel fogjuk megosztani az *offline* élményt, ez a kockázat növekszik (*Cui és szerzőtársai* [2020]). Annak érdekében, hogy sikeresen létrejöjjön az *online* bizalom, a felhasználók hajlandók robusztusabb információkat nyújtani magukról a közösségi platformokon (*Ert és szerzőtársai* [2016], *Sundararajan* [2017]), ugyanakkor a nagy mennyiségű személyes információ a felhasználók megkülönböztetésének potenciális forrásává válhat.

A megosztáson alapuló gazdasági platformok világszerte rohamosan terjednek, mivel egyre nagyobb igény mutatkozik a fenntartható fogyasztás és a rugalmas életmód iránt: a különböző ágazatokban a legkülönbözőbb szolgáltatásokat vehetjük igénybe *online* platformokon. Ezzel a tendenciával párhuzamosan egyre több kutatás zajlik a közösségi gazdaság különböző területein. A legújabb tanulmányok kimutatták, hogy bár számos *online* platformon tiltott a származásalapú etnikai és egyéb típusú megkülönböztetés, a kisebbségeket – például az Egyesült Államokban az afroamerikai felhasználókat – súlyosan diszkriminálják az Airbnb platformján (*Edelman és szerzőtársai* [2017], *Cui és szerzőtársai* [2020], *Laouénan–Rathelot* [2022]), valamint az utazásmegosztó oldalakon, például az Uber és a Lyft platformjain. Bár van némi kutatási adat arról, hogy az e platformokba ágyazott minősítési rendszerek enyhíthetik az ilyen típusú hátrányos megkülönböztetést (*Cui és szerzőtársai* [2020]), *Laouénan–Rathelot* [2022]), továbbra is kérdéses, hogy maguk a platformok képesek-e érvényre juttatni ezeket a szabályokat és közösségi normákat. Továbbá, amennyiben a megkülönböztetés ízlésalapú, célzott erőfeszítésekre van szükség ahhoz, hogy a felhasználókat megóvják a szolgáltatók diszkriminatív kiválasztási gyakorlatától.

Jelen kutatás előzményeként is értelmezhető, hogy egy Magyarországon is működő nemzetközi utazásmegosztó oldalon végzett kismintás próbakutatásban különböző országokból (Hollandia, Kína, Oroszország és két közel-keleti országból) érkező fiatal egyetemista fiúk és lányok elleni diszkriminációt térképeztük fel, kontrollált terepkísérletre építve (*Simonovits B. és szerzőtársai* [2018]). A kísérletben kontrolltesztelőként szereplő holland fiú esetében mért 60 százalékos pozitív visszajelzési aránnyal szemben az arab tesztelő esetében mindössze a tesztelések 20 százalékaiban érkezett pozitív válasz.⁵

Kutatási elrendezés

A kutatás háttere

Kutatásunk középpontjában az *online* utazásmegosztó platformok állnak, amelyek sajátossága, hogy az *online* egyeztetéseket követően valós környezetben egyszeri, személyes interakciókat valósítanak meg (*Tjaden és szerzőtársai* [2017]). Ezen társas érintkezések során a szolgáltatóknak gyakran szűk, személyes terüket (jelen esetben az autójukat) kell megosztaniuk idegenekkel. Az ilyen típusú közösségi platformok elemzése

⁵ A női tesztelők esetében nem mértünk szignifikáns eltéréseket származási csoportok szerint, többek között ezért is szűkítettük le jelen kutatás esetében férfiakra a kísérletet.

lehetővé teszi az olyan, mindennapokban előforduló társas helyzetek megfigyelését, ahol a különböző kisebbségek egyenlőtlen bánásmóddal szembesülhetnek. A magyar platform, amellyel kutatócsoportunk együttműködött, a 2000-es évek közepén alakult, és az alapítók elsődleges célja az volt, hogy fenntartható és környezetbarát közlekedési megoldást kínáljanak a közép- és hosszú távon utazók számára Magyarországon. Fontos megemlíteni, hogy a terepkutatásnál nem az utasok által leginkább használt azonnali foglalási eljárást alkalmaztuk, hanem belső üzenetben vettük fel a kapcsolatot a sofőrrel, és az utazással kapcsolatban egyszerű kérdéseket fogalmaztunk meg.⁶ Ezzel szemben mi elsősorban etikai megfontolásból (mások elől elvonnánk a helyet, és kárt okoznánk a sofőrnek késői lemondással) nem akartunk valóban helyet foglalni, ezért egy, a foglalást megelőző érdeklődő kérdést tettünk fel a sofőrnek egy nagyméretű csomag szállításával kapcsolatban. A valós foglalás elfogadása és az előzetes kérdésre adott pozitív reakció kapcsolatát az egyik előtesztelés során vizsgáltuk, és teljes egyezést találtunk, azaz azon sofőrök közül, akik pozitív választ adtak az utasnak, senki nem utasította el később a valós foglalást (lásd *Simonovits–Simonovits* [2020]).

Kontrollált terepkísérlet

A terepkísérletben egy úgynevezett egyedek közötti kísérleti elrendezést (*between subject design – Fang és szerzőtársai* [2019]) használtunk. Ez a gyakorlatban azt jelentette, hogy minden a mintánkba került sofőrt egyetlen roma vagy nem roma fiktív utas keresett meg – a kutatócsoportunk által kidolgozott fiktív fiókokból bejelentkezve, az általunk előre kialakított szövegpaneleket használva. A terepmunka során a tesztelők a sofőrökkel a telekocsiplatformon léptek kapcsolatba, úgynevezett belső üzeneteken keresztül. Az utakra vonatkozó hirdetések kiválasztását – a randomizálás elvének szigorú betartásával – szabályoztuk. Az „utasokat” 1. névvel, 2. fényképpel és 3. „korábbi utazásaik” értékeléseivel láttuk el. A neveket és a fényképeket úgy választottuk ki, hogy egyértelmű legyen az adott felhasználó származása (roma vagy nem roma).⁷ A fiktív utasok fele nem rendelkezett korábbi értékeléssel. A másik fele egy 1-től 5-ig terjedő skálán 4,5-es számszerű értékelést kapott, valamint 4 pozitív (például „Minden rendben volt”) és egy semleges („Volt egy kis félreértés, de megoldottuk”) szöveges értékelést kapott. A kutatási elrendezés ezen elemét *Cui és szerzőtársai* [2020]-nak az Airbnb platformján megvalósított terepkísérlete alapján dolgoztuk ki.⁸

A jelentkezéseket 2021. október 12. és november 6. között küldtük ki, egy előre meghatározott ütemterv szerint, amely tartalmazta az egyes fiktívutas-profilokból

⁶ A vizsgált telekocsioldalon leggyakrabban instant foglalnak helyet az utasok, és a sofőr elutasíthatja a foglalást, megfelelő indoklással.

⁷ A roma származás jelölésére mind a keresztnveket, mind a családneveket használtuk korábbi kutatások alapján (*Váradí* [2012], *Simonovits–Kézdi* [2016]), szemben az amerikai kutatási hagyományokkal (*Bertrand–Mullainathan* [2004]).

⁸ Amennyiben a diszkrimináció mértéke csökken a pozitív értékelésű utasok esetén, akkor statisztikai diszkriminációról beszélünk, ha pedig nem változtat lényegesen a roma utasok megítélésén, akkor izlésalapú diszkriminációról van szó.

kiküldendő utazáskérések listáját. A terepmunkát egy piackutató cég (Szinapszis Kft.⁹) segítségével valósítottuk meg: a tesztelők az adott időszakban elérhető hirdetések véletlen mintáján, előre rögzített módon vették fel a kapcsolatot a sofőrökkel. A mintavételi keretből eleve kizártuk a kereskedelmi célú fuvarokat, a nemzetközi, valamint az egy városon belüli utakat is. Az utasok személyes adatain kívül a kiküldött üzenetek azonosak voltak, kivéve a köszöntést és az utazás konkrét irányának meghatározását (például: Helló, A-ból B-be szeretnék utazni).

A tesztelést végző csoport tagjai azt az utasítást kapták, hogy addig folytassák a beszélgetést, amíg egyértelműen nem határozható meg annak kimenetele (elfogadott vagy elutasított útkérés), majd udvariasan mondják le az utazást. Az általunk vizsgált eredményt *Elfogadottként* kódoltuk, ha a sofőr elfogadta az utazási kérést, egyébként pedig *Elutasítottként*.¹⁰ Továbbá két kutatóasszisztens kódolta a válaszok hangnemét is. Végül adatokat kaptunk a sofőrök tulajdonságairól is, beleértve a nemüket és a saját értékelésüket. Ezeket az adatokat csak arra használtuk, hogy ellenőrizzük a kísérleti és a kontrollcsoportok közötti hasonlóságot ezen változók szerint.

Az intervenció

A kísérleti ingerként alkalmazott intervenció két elméleti megfontoláson alapul. Egyrészt, a perspektívaátvétel irodalmára támaszkodtunk, amely rámutat annak fontosságára, hogy a többségi csoport tagjai a kisebbség tapasztalatait az ő szemszögükből lássák (*Broockman–Kalla* [2016], *Simonovits G. és szerzőtársai* [2018]). Másrészt, megkíséreltük explicitté tenni a diszkriminációellenes társadalmi normákat (*Fang és szerzőtársai* [2019]). Tehát célunk nem egy új típusú elmélet tesztelése volt, hanem építeni a diszkrimináció és az előítélet-csökkenés területein elért, korábban kidolgozott sikeres gyakorlatokra. Megjegyezzük, hogy *Simonovits G. és szerzőtársai* [2018] egy hasonló intervenció segítségével sikerrel csökkentette a romaellenes előítéleteséget: a szerzők a kísérleti alanyokkal egy *online* szerepjátékot próbálhattak ki, ami hónapokkal később is alacsonyabb előítéletekhez vezetett.

Az intervenció gyakorlatilag egy 50 másodperc hosszúságú animált videóklip volt.¹¹ A történetben egy roma karakter sikertelenül próbál stoppolni, de később felveszi egy telekocsi. A klip tartalmát úgy alakítottuk ki, hogy együttérzést keltsen a roma főszereplővel, és kiemelje az elfogadást mint a partnerszervezet egyik legfőbb értékét. A klipet együtt terveztük meg a telekocsicég tulajdonosaival és egy olyan

⁹ <https://www.szinapszis.hu/hu>.

¹⁰ A telekocsiplatformokon az utasoknak foglaláskor nem szükséges üzenetet küldeniük a sofőröknek – eleve foglalhatnak helyet, amit a sofőröknek jóvá kell hagyniuk. Etikai és anyagi megfontolások miatt döntöttünk az üzenetek használata mellett. 2019 augusztusában kismintán előkísérletben teszteltük, hogy hogyan reagálnak a valós foglalásokra a korábban üzenetben megkeresett sofőrök. A célunk ezzel a pozitív visszajelzések és a sofőrök valós viselkedése közötti egyezés tesztelése volt. Mivel a foglalások közül egyet sem töröltek a sofőrök, feltételezzük, hogy szimplán a rendszeren belüli kapcsolatfelvétellel (ahelyett, hogy valódi foglalásokat végeztünk volna, amelyek későbbi lemondása túl költséges lenne) megfelelően mérni tudtuk a sofőrök viselkedését.

¹¹ A kísérleti inger részleteit lásd az *online Függelékben*.

reklámcéggel, amely figyelemfelkeltő, társadalmi célú kampányokra szakosodott. Egy iteratív folyamatot követtünk, amelyben folyamatos visszajelzést adtunk egymás ötleteire, és azokat fókuszcsoporthal is teszteltük. Összességében az volt a célunk, hogy kompromisszumot találjunk a kutatók és az együttműködő partnereink céljai között.

Kérdőíves kísérlet

Az intervenció sikerességét első körben egy kérdőívbe ágyazott kísérlettel teszteltük, amelyet egy piackutató cég *online* paneljének 804 válaszadója töltött ki. A terepmunka 2021 decemberében zajlott a Szinapszis Kft. közreműködésével. Mivel a célunk az intervenció diszkriminációra gyakorolt rövid távú hatásának tesztelése volt a potenciális telekocsi-zók körében, a mintánkat leszűkítettük olyan magyar felnőttekre, akik rendelkeznek saját autóval, s azt rendszeresen használják is.¹² Természetesen mivel a minta nem reprezentatív, a következtetéseink nem általánosíthatók semmilyen jól definiált sokaságra.

Miután a válaszadók beleegyeztek a kutatásban való részvételbe, és sikeresen teljesítettek egy, a figyelmüket felmérő szűrő kérdést, megkértük őket arra, hogy nézzék meg a klipet. Véletlenszerűen két csoportba sorsoltuk őket: az egyik csoport tagjainak a roma utasról szóló videót, a másiknak pedig egy – a kutatástól független – telekocsireklámot mutattunk, amely nem tett említést sem a diszkriminációról, sem a kisebbségekről. A videókat olyan módon helyeztük el, hogy a válaszadók kénytelenek voltak végignézni őket ahhoz, hogy a kérdőív végére érjenek. Abban is megakadályoztuk őket, hogy beletekerjenek a videókba, vagy megállítsák. Miután megnézték a videót, a résztvevőket arra kértük, hogy írják le a reakcióikat, majd azért, hogy eltereljük a figyelmüket, demográfiai, illetve a telekocsi-szolgáltatásokhoz kapcsolódó kérdéseket tettünk fel.

A kísérlet végén a válaszadókat arra kértük, hogy válasszanak négy képzeletbeli utas közül a fotójuk és néhány további információ alapján. A terepkísérletben használt képeket és neveket használtuk, de további részletként megadtuk a korukat és a foglalkozásukat. Mindegyik kísérleti alany négy utas közül választhatott ki legfeljebb hármat. A kulcsfontosságú manipuláció az volt, hogy mindegyik utasból létrehoztunk egy roma és egy nem roma verziót (lásd feljebb), és mindegyik válaszadónak pontosan azt a változatot mutattuk meg, amelyben az egyik utas roma, a másik három utas nem volt roma. Ezenkívül randomizáltuk az utasok foglalkozását is, hogy azok érzékelt státusa vagy magas (például programozó), vagy alacsony (például árufeltöltő) legyen.¹³

Tehát az általunk vizsgált döntés egy válaszadó egy adott utasra eső választása, a magyarázó változókat (kisebbségi származás és státus) pedig szintén a válaszadó-utas párok szerint határoztuk meg. Végül direkt módon is mértük az előítéletes

¹² Tisztában vagyunk azzal, hogy így sem feleltethető meg egy az egyben a survey- és a terepkísérlet alanyainak a köre, de ennél szorosabban toborzási nehézségek miatt nem lett volna szerencsés meghatározni a survey-kísérlet célcsoportját.

¹³ Ezt a döntésünket az indokolta, hogy ebben az elrendezésben nem lett volna természetes hosszú, szöveges értékeléseket adni az utasokról. Megjegyezzük, hogy a foglalkozás manipulálása nem teszi lehetővé, hogy teljesen kizárjuk a statisztikai diszkrimináció lehetőségét.

attitűdöket azáltal, hogy a válaszadókat megkérdeztük, hogy szívesen utaznának-e egy roma személlyel, illetve fontosnak tartják-e, hogy a telekocsi-szolgáltató védje a roma felhasználók jogait.

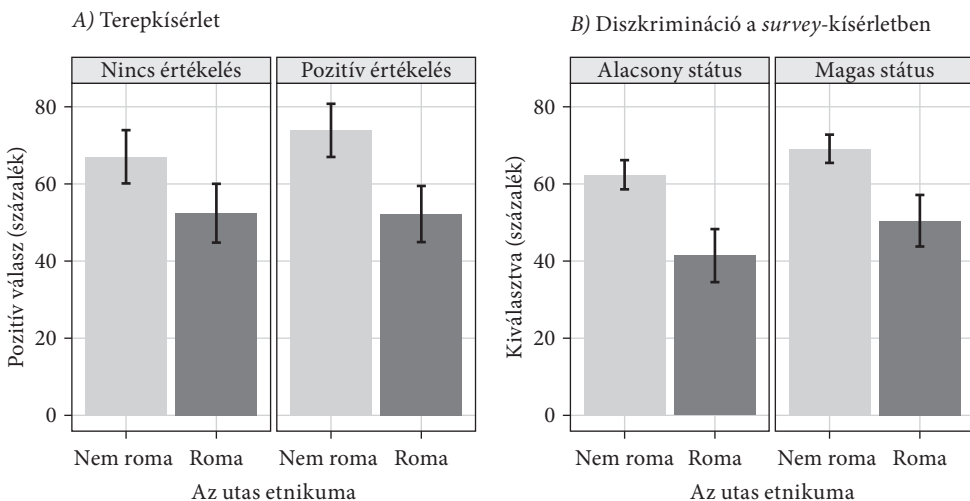
Eredmények

Diszkrimináció

Elsőként a terepkísérletünk eredményeit ismertetjük. Az 1. ábra megmutatja, hogy mekkora arányban kaptak igenlő választ a roma, illetve nem roma utasok, amikor kapcsolatba léptek a sofőrökkel. Az elemzési tervünket követve, ezt az összehasonlítást külön-külön közöljük azokra az utasokra, akiket korábban értékelték, illetve akiket nem. A nem értékelt utasok körében kifejezetten nagymértékű diszkriminációt találtunk: a roma utasok 14,6 százalékponttal kisebb arányban kapnak igenlő választ (95 százalékos szignifikanciaszinten, konfidenciaintervallum: [24,9–4,3]). Azok körében, akik rendelkeznek értékeléssel, még magasabb diszkriminációt találunk (21,7 százalékpontos különbség). Megjegyezzük, hogy az összes tesztet vizsgáló modellben a roma származás és az értékelés interakciója nem szignifikáns, tehát nem vethetjük el a nullhipotézist, miszerint a romák diszkriminációja nem változik az értékelés meglététől.

1. ábra

Romaellenes diszkrimináció



Megjegyzés: az oszlopok kísérleti csoportokon belüli átlagok. A kis vonalak 95 százalékos konfidenciaintervallumok. A) $N=684$, B) $N=1656$.

Meglepő módon a kérdőíves kutatás nagyon hasonló eredményeket mutat. Az előzetes elemzési tervben leírt specifikáció alapján a kontrollcsoport tagjai 20 százalékponttal kisebb eséllyel választottak roma útitársat (90 százalékos szignifikanciaszinten,

konfidenciaintervallum: [15,2–24,4]). Ismét azt vizsgáljuk, hogy vajon magyarázhatja-e ezt a mintázatot a statisztikai diszkrimináció, és ezért külön is megvizsgáljuk a magas, illetve alacsony státusú utasok almintáját. Ismét azt találjuk, hogy bár a válaszadók átlagosan valóban szívesebben választottak magasabb státusú utasokat, ez az előny hasonlóan érinti a roma és nem roma utasokat – annak dacára, hogy a magas státusú foglalkozások a romák körében a valóságban sokkal ritkábbak. Tehát a roma utasok által elszenvedett diszkrimináció függetlennek tűnik a státusuktól.

Összességében ezek az eredmények hasonló képet mutatnak, mint az afroamerikaiak elleni diszkriminációt vizsgáló irodalom (*Cui és szerzőtársai* [2020]), illetve kutatócsoportunk egy korábbi cikke (*Simonovits és szerzőtársai* [2021]), amelyben a magyar helyi önkormányzatokat vizsgáltuk.¹⁴ Eredményeink azonban nem konzisztensek a statisztikai diszkrimináció elméletével, és arra mutatnak rá, hogy az ízlésalapú diszkrimináció modelljének megfelelően a kisebbségi csoport tagjaival rosszabbul bánnak még akkor is, ha az elérhető információ elvileg alkalmas lenne az esetleges előzetes előítéleteik felszámolására.

Az intervenció hatása

Az intervenció hatását a kérdőíves vizsgálat alapján elemezzük. Először összehasonlítjuk a kérdezettek két videóklipre adott reakcióit. Megnyugtató módon az találjuk, hogy a válaszadók reakciója a klipre pozitív volt (több mint 80 százaléknak eléggé vagy nagyon tetszett), és nem tért el szignifikánsan a „placebocsoportban” mérttől. A klip továbbá olyan érzelmi reakciókat váltott ki, amelyek konzisztensek voltak az elvárásainkkal: a kérdezettek a videót szomorúnak és meglepőnek írták le, amely mind érzelmi, mind kognitív reakciókra utal (1. táblázat).

1. táblázat

Reakciók a videóra (százalék)

Csoport	Milyenek találta a videót?					
	tetszett	vicces	unalmas	szomorú	meglepő	izgalmas
Placebo	71,5	74,6	22	16,1	36	46,9
Kezelt	70,3	30,6	24	53,1	48,7	38,9
Különbség	-1,2 (1,6)	-44 (1,8)	2,0 (1,8)	37 (1,9)	12,7 (2,1)	-8 (2,0)

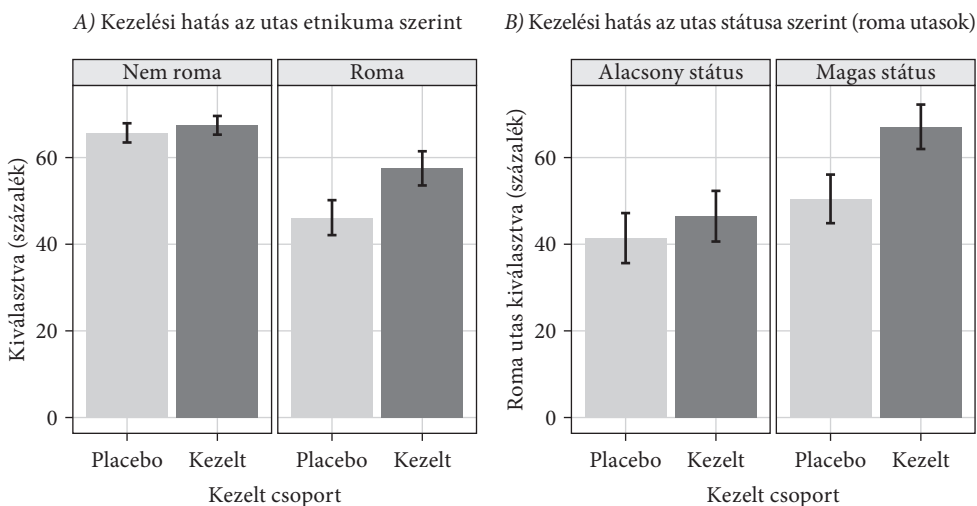
Megjegyzés: zárójelben robusztus standard hibák.

¹⁴ A 2020 nyarán magyarországi önkormányzatok körében hasonló módszerrel végzett kísérletso-rozatban valamivel alacsonyabb, 13 százalékos diszkriminációt mértünk a magas státusú roma kli-ensek kárára. Ebben a kutatásban a társadalmi státust homogenizáltuk, és csak nyelvi helyes és stílusában igényes üzeneteket írtunk: az e-mailekben magyarországi önkormányzatok ügyintézőinél érdeklődtünk különböző hétköznapi, családokat érintő kérdésekben: például bölcsődei férőhellyel vagy temetőlátogatással kapcsolatban érdeklődtünk.

A kezelési hatásokat a 2. ábra mutatja be. Az A) panel bemutatja, hogy a videóklip 11,8 százalékponttal megnövelte annak a valószínűségét, hogy a kísérleti alanyok egy roma utast válasszanak (ez 25 százalékos növekedés a 45,9 százalékos kontrollcsoporthoz képest, 90 százalékos szignifikanciaszinten, konfidenciaintervallum: [6,2–17,3]). Ezzel ellentétben a videó nem hatott a nem roma utasok kiválasztásának esélyére. Ennek eredményeként a kontrollcsoportban kimutatott 20 százalékpontos diszkrimináció körülbelül a felére csökkent a kezelésnek köszönhetően.¹⁵

2. ábra

Kezelési hatások



Megjegyzés: az oszlopok kísérleti csoportokon belüli átlagok. A kis vonalak 95 százalékos konfidenciaintervallumok.

Ami az attitűdökre vonatkozó kérdéseket illeti, azt találtuk, hogy a kezelés növelte az alanyok hajlandóságát arra, hogy egy roma utassal megosszák az autójukat (5,5 pont a 49 pontos kontrollértékhez képest egy 100 pontos skálán). A kezelés azonban nem növelte az igényt arra, hogy a platform egyenlő bánásmódot biztosítson a romáknak. Ezek az eredmények egyrészt arra utalnak, hogy a beavatkozás hatása legalább részben tudatos volt (azaz az explicit attitűdökre hatott). Másrészt azt mutatják, hogy ezek az attitűdváltozások nem vezettek a platformmal szembeni elvárások változásához (lásd a 2. táblázatot).

A következőkben azt is vizsgáltuk, hogy vajon az intervenció hatása különbözik-e az utasok státusának függvényében. A 2. ábra A) része megmutatja, hogy a kezelési hatás jelentősen nagyobb volt a magas státusú roma utasok esetében, náluk a kezelés 17 százalékkal növelte a kiválasztás esélyét az 50 százalékos kontrollcsoportértékhez

¹⁵ Ezt az előzetes terveinknek megfelelően egy interakciós modell segítségével teszteljük formálisan. A roma utas X kezelés becslült paramétere 9,5 százalék ($P=0,018$; 90 százalékos szignifikanciaszinten, konfidenciaintervallum: [2,9–16,1]).

2. táblázat
Regressziós eredmények

	Megosztana utat		Egyenlő bánásmód	Fiktív utas kiválasztva	
	(1)	(2)		(4)	(5)
Roma utas			-19,8*** (2,9)	-10,0*** (2,9)	-19,8*** (2,9)
Kezelés	5,3** (2,3)	2,4 (2,1)			1,5 (1,6)
Roma utas × Kezelés					9,7**
Konstans	49,6*** (1,6)	65,3*** (1,5)	66,5*** (1,1)	68,0*** (1,1)	66,5*** (1,1)
<i>N</i>	814	812	1600	1656	3256
<i>R</i> ²	0,006	0,002	0,085	0,056	0,071

Megjegyzés: az (1)–(3) oszlop regressziói magukban foglalják az utas fix hatást. Robusztus standard hibák zárójelben [az alanyok szintjén klaszterezve az (1)–(3) oszlopban].

*** 1 százalékos, ** 5 százalékos, * 10 százalékon szinten szignifikáns.

viszonyítva (90 százalékos szignifikanciaszinten, konfidenciaintervallum: [9,4–24,7]), viszont úgy tűnik, hogy az alacsony státusú roma utasok helyzetén nem segített a 5,7 százalékpontos javulás (90 százalékos szignifikanciaszinten, konfidenciaintervallum: [-2,4–13,8]). Furcsa módon az intervenció hatására a válaszadók a statisztikai diszkrimináció jeleit mutatták a magas státusú romákat kevésbé diszkriminálták, mint az alacsony státusúakat. Itt megjegyezzük, hogy ez utóbbi különbség egy tripla differenciavizsgálat szerint – tehát a kiválasztást a roma származás, a kezelés és a státus teljes interakciójával vizsgálva – nem szignifikáns.

Az intervenció alkalmazása a terepen

A platform tulajdonosaival együttműködve a beavatkozást megkíséreltük a terepen (azaz a vizsgált telekocsioldalon) is végrehajtani. Célunk az volt, hogy 1. a felhasználók egy véletlenszerű részhalmazának elérhetővé tegyünk a videóklipet, és 2. e csoport tagjait és egy kontrollcsoportot is teszteljünk a fentiek szerint. Sajnos az alábbiakban bemutatott két probléma miatt ez a próbálkozásunk kudarcot vallott.

A tesztelés első szakaszában a felhasználók teljes csoportját véletlenszerűen három csoportba sorolták, és a platform havi hírlevelének különböző változatait küldték el nekik. A hírlevelek vagy a placeboklipet, vagy a roma személyről szóló klipet, vagy egy harmadik, egy másik tanulmányhoz tervezett klipet tartalmaztak. Célunk az volt, hogy csak az e-mailt megnyitó felhasználókat teszteljük, ezzel csökkentve a becsléseinkben az abból adódó pontatlanságot, hogy a megkeresettek nagy része nem nyitotta meg az üzenetet. A felhasználóknak azonban csak 0,4 százaléka kezdte el nézni a klipet, és ez az arány még azok körében is 3 százalék alatt maradt, akik megnyitották az

e-mailt. Így egyértelművé vált, hogy ez a megközelítés nem biztosít megfelelő pontosságot a beavatkozás hatásának értékeléséhez.

A kezdeti kampány kudarcát követően meggyőztük a platform vezetőit, hogy indítsanak egy újabb kampányt a következő három módosítással. Először is, a belső üzenetküldő rendszerükre támaszkodva egy feltűnőbb kommunikációs formát használjanak. Másodszor, a várható elérés további növelése érdekében csak a kezdeti placebo csoportban lévő felhasználók azon részhalmazával vegyék fel a kapcsolatot, akik *megnyitották* a hírlevelet. Ezt az 1500 felhasználóból álló almintát három csoportba soroltuk: az egyik csoport a kezelési videóklipet tartalmazó üzenetet kapta, a másik csoport nem kapott semmilyen megkeresést, a harmadik pedig kerekesszékes utasokkal kapcsolatos érzékenyítő videóanyagot¹⁶ kapott. Végül hogy tovább növeljük a becslés pontosságát, a mintában szereplő 1083 felhasználó mindegyikét egy roma és egy nem roma „utas” is tesztelte.

Ez a továbbfejlesztett dizájn hatékonyabbnak bizonyult: a kezelt csoportba sorolt 541 felhasználó közül 194-en nyitották meg az üzenetet, és 37-en nézték meg a videóklipet, ami 6,8 százalékos konverziós arányt jelent. Azonban még ez a hatékonyabb elérés sem tette lehetővé a beavatkozás pontos értékelését: az egy hónapos tesztidőszak alatt csak két tucat felhasználót tudtunk tesztelni a két kísérleti csoportban. Mindent egybevetve, az intervencióval kapcsolatos eredeti tervünk megvalósítása nem sikerült: az alacsony együttműködés elengedhetlenné tette, hogy olyan mintát használjunk, amelynek tagjainál előzetesen valószínűbbnek tűnt, hogy megnézik a klipet. Ráadásul a rendszertelenség, amellyel a járművezetők a platformot használták, olyan mértékben csökkentette a mintánk méretét, hogy az adatok értékelése nem volt lehetséges (3. táblázat).

3. táblázat

A kampány bevezetése

	E-mail kiküldve	E-mail megnyitva	Videó elindítva	Részvétel (százalék)
Kézbetés módja	e-mail-kampány			
Roma	8789	1139	34	0,4
Placebo	8742	1458	33	0,4
Kézbetés módja	közvetlenül, az applikáción belül kiküldött belső üzenet			
Roma	541	194	37	6,8

Következtetések

Jelen tanulmánnyal több szempontból igyekeztünk hozzájárulni a diszkriminációval és annak lehetséges megoldásaival foglalkozó tudományos diskurzushoz. Először is, egy magyarországi utazásmegosztó platformon végzett terepkísérletre építve

¹⁶ A kerekesszékesekkel szembeni diszkriminációval kapcsolatos kutatásunkat egy másik cikkben tervezzük bemutatni.

kimutattuk a roma utasokkal szembeni jelentős mértékű diszkriminációt. Míg a diszkrimináció mértékére vonatkozó becsléseink hasonló mértékűek más, megosztáson alapuló gazdaságról készült tanulmányokhoz (*Cui és szerzőtársai* [2020]), nem találtunk bizonyítékot arra, hogy a pozitív értékelések csökkentenék az egyenlőtlen bánásmódot. Ehelyett mind a terep-, mind a kérdőíves kísérletünk eredményei azt mutatták, hogy ebben az összefüggésben a sofőrök még a pozitív információk (más felhasználók részletes értékelései vagy a társadalmi státusra vonatkozó, a sztereotípiákkal szembemenő jellemzők) ellenére is láthatóan diszkriminálják a roma felhasználókat.

Másodszor, tekintettel arra, hogy a platform minőségbiztosítási törekvése – azaz az a gyakorlat, hogy a felhasználók egymást értékelik a megvalósult utazásokat követően – önmagában nem képes megoldani a problémát, ezért olyan beavatkozást terveztünk, amely felhívja a figyelmet a romákkal szembeni egyenlőtlen bánásmódra; a kisebbségi nézőpontra irányuló szemléletváltást alkalmazó megközelítés (*perspective-taking*) a korábbi kutatások során hatékonynak bizonyult. Ezzel összhangban azt találtuk, hogy a videó „kényszerű” végignézése valóban a diszkrimináció nagymértékű csökkenéséhez vezetett, bár úgy tűnik, hogy a hatás a magas státusú roma utasokra korlátozódik. Ennél is fontosabbnak tartjuk azonban, hogy a platformmal való együttműködésünk nem vezetett a kampány hatékony bevezetéséhez, mivel a felhasználók elérése komoly nehézségekbe ütközött.

Összességében úgy tűnik, hogy az *online* platformokon történő diszkrimináció csökkentése legfőbb akadályának *nem* a hatékony beavatkozások megtervezése, hanem sokkal inkább a felhasználókkal való megismertetésük nehézsége tűnik. Míg a közelmúltban végzett kutatások rámutattak a kiszolgáltatott csoportokkal szembeni előítéletek csökkentésének meglepően hatékony módjaira (*Broockman–Kalla* [2016], *Adida és szerzőtársai* [2018], *Simonovits G. és szerzőtársai* [2018]), reálisnak látjuk annak a veszélyét, hogy ezek a tanulmányok alábecsülhetik az alacsony részvétel (*low compliance*) problémáit, különösen olyan környezetben, ahol a kutatóknak együtt kell működniük az esetleg ellentétes érdekű piaci szereplőkkel. Mindezek az eredmények arra is rámutatnak, hogy a diszkrimináció csökkentését célzó állami szabályozás egyik fontos célkitűzése lehet annak elérése, hogy a hasonló platformok törekedjenek arra, hogy az itt bemutatott érzékenyítő programokat jobban elérhetővé tegyék a felhasználóik számára.

Hivatkozások

- ABRAMOVA, O. [2022]: No matter what the name, we're all the same? Examining ethnic online discrimination in ridesharing marketplaces. *Electronic Markets*, 1–28. o. <https://doi.org/10.1007/s12525-021-00505-z>.
- ADIDA, C. L. – LO, A. – PLATAS, M. R. [2018]: Perspective taking can promote shortterm inclusionary behavior toward Syrian refugees. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 115. No. 38. 9521–9526. o. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804002115>.
- ALLPORT, G. W. [1954]: *The nature of prejudice*. Addison-Wesley Publishing Company, Cambridge, Massachusetts.

- ARROW, K. J. [1973]: The Theory of Discrimination. Megjelent: *Ashenfelter, O.–Rees, A.* (szerk.): *Discrimination in Labor Markets*. Princeton University Press, Princeton, 3–33. o.
- BARRON, K.–DITLMANN, R.–GHRIG, S.–SCHWEIGHOFER-KODRITSCH, S. [2020]: Explicit and implicit belief-based gender discrimination: A hiring experiment. CESifo Working Paper, No. 9731. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4097858>.
- BECKER, G. S. [1971]: The economics of discrimination. Second edition. University of Chicago Press, Chicago.
- BERNÁT ANIKÓ–JUHÁSZ ATTILA–KREKÓ PÉPER–MOLNÁR CSABA [2013]: The roots of radicalism and anti-Roma attitudes on the far right. Research paper.
- BERTRAND, M.–MULLAINATHAN, S. [2004]: Are Emily and Greg more employable than Lakisha and Jamal? A field experiment on labor market discrimination. *The American Economic Review*, Vol. 94. No. 4. 991–1013. o. <https://doi.org/10.1257/0002828042002561>.
- BLANK, R. M. [2005]: Tracing the economic impact of cumulative discrimination. *American Economic Review*, Vol. 95. No. 2. 99–103. o. <https://doi.org/10.1257/000282805774670545>.
- BOHREN, J. A.–IMAS, A.–ROSENBERG, M. [2019]: The Dynamics of Discrimination: Theory and Evidence. *American Economic Review*, Vol. 109. No. 10. 3395–3436. o. <https://www.doi.org/10.1257/aer.20171829>.
- BOTSMAN, R. [2017]: Who can you trust? How technology brought us together – and why it could drive us apart. Penguin Books Limited, UK.
- BROOCKMAN, D.–KALLA, J. [2016]: Durably reducing transphobia: A field experiment on door-to-door canvassing. *Science*, Vol. 352. No. 6282. 220–224. o. <https://doi.org/10.1126/science.aad9713>.
- CUI, R.–LI, J.–ZHANG, D. J. [2020]: Reducing discrimination with reviews in the sharing economy: Evidence from field experiments on Airbnb. *Management Science*, Vol. 66. No.3. 1071–1094. o. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3273>.
- DENCŐ BLANKA–SIK ENDRE [2007]: Adalékok az előítéletesség mértékének és okainak megismeréséhez a mai Magyarországon. *Educatio*, 16. évf. 1. sz. 50–66. o. https://tarki.hu/hu/about/staff/sb/dencso-sik_adalekok.pdf.
- DUFLO, E.–BANERJEE, A. [2017]: Handbook of field experiments. North Holland. <https://doi.org/10.1016/bs.hefe.2016.09.005>.
- EDELMAN, B.–LUCA, M.–SVIRSKY, D. [2017]: Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment. *American Economic Journal: Applied Economics*, Vol. 9. No. 2. 1–22. o. <https://doi.org/10.1257/app.20160213>.
- ENYEDI ZSOLT–FÁBIÁN ZOLTÁN–SIK ENDRE [2004]: Nőtték-e az előítéletek Magyarországon. Megjelent: *Kolosi Tamás–Tóth István György–Vukovich György* (szerk.): *Társadalmi riport, 2004*. Társ. Társ. Budapest, 375–399. o.
- ERT, E.–FLEISCHER, A.–MAGEN, N. [2016]: Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, Vol. 55. 62–73. o. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2624181>.
- FANG, A. H.–GUESS, A. M.–HUMPHREYS, M. [2019]: Can the government deter discrimination? Evidence from a randomized intervention in New York City. *The Journal of Politics*, Vol. 81. No. 1. 127–141. o. <https://doi.org/10.1086/700107>.
- FRA [2009]: European Union minorities and discrimination survey: Main Results Report. European Union Agency for Fundamental Rights, *EU-MIDIS*, Publications Office, <https://data.europa.eu/doi/10.2811/88055>.
- KENDE ANNA–NYÚL BOGLÁRKA [2020]: Társadalmi intervenciók a szociálpszichológiai kutatásokban. Szerkesztői bevezető. *Alkalmazott Pszichológia*, 20. évf. 4. sz. 5–11. o.

- KENDE ANNA–TROPP LINDA–LANTOS NÓRA ANNA [2017]: Testing a contact intervention based on intergroup friendship between Roma and non-Roma Hungarians: Reducing bias through institutional support in a non-supportive societal context. *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 47. No. 1. 47–55. o. <https://doi.org/10.1111/jasp.12422>.
- KENDE ANNA–HADARICS MÁRTON–BIGAZZI SÁRA–BOZA, M.–KUNST, J. R.–LANTOS NÓRA ANNA–LÁŠTICOVÁ, B.–MINESCU, A.–PIVETTI, M.–URBIOLA, A. [2021]: The last acceptable prejudice in Europe? Anti-Gypsyism as the obstacle to Roma inclusion. *Group Processes & Intergroup Relations*, Vol. 24. No. 3. 388–410. o. <https://doi.org/10.1177/1368430220907701>.
- LAOUÉNAN, M.–RATHELOT, R. [2022]: Can information reduce ethnic discrimination? Evidence from airbnb. *American Economic Journal: Applied Economics*, Vol. 14. No. 1. 107–132. o. <https://doi.org/10.1257/app.20190188>.
- LINDZEY, G. E.–ARONSON, E. E. [1968]: *The handbook of social psychology*. Addison-Wesley Publishing Company, Reading, Massachusetts.
- PÁLOSI ÉVA–SIK ENDRE–SIMONOVITS BORI [2007]: Diszkrimináció a plázában. *Szociológiai Szemle*, 12. évf. 3–4. sz. 135–148. o.
- PALUCK, E. L.–GREEN, D. P. [2009]: Prejudice reduction: What works? A review and assessment of research and practice. *Annual Review of Psychology*, Vol. 60. 339–367. o. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163607>.
- PETTIGREW, T. F.–TROPP, L. R. [2006]: A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 90. No. 5. 751–783. o. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.5.751>.
- PHELPS, E. S. [1972]: The statistical theory of racism and sexism. *The American Economic Review*, Vol. 62. No. 4. 659–661. o. <http://www.jstor.org/stable/1806107>.
- QUILLIAN, L.–PAGER, D.–HEXEL, O.–MIDTBØEN, A. H. [2017]: Meta-analysis of field experiments shows no change in racial discrimination in hiring over time. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 114. No. 41. 10870–10875. o. <https://doi.org/10.1073/pnas.1706255114>.
- SIMONOVITS BORI–SIMONOVITS GÁBOR [2020]: Would You Ride with Me? Discrimination in Shared Mobility Platforms. Results of a Pilot Study 25th International Sustainable Development Research Society Conference, Budapest, július 17–20. 772–782. o. <http://www.isdrsconference.org/page/760/conference->
- SIMONOVITS BORI–SHVETS, I.–TAYLOR, H. [2018]: Discrimination in the sharing economy: evidence from a Hungarian field experiment. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 9. No. 1. 55–79. o. <https://doi.org/10.14267/CJSSP.2018.1.03>.
- SIMONOVITS GÁBOR–KÉZDI GÁBOR [2016]: Economic hardship triggers identification with disadvantaged minorities. *The Journal of Politics*, Vol. 78. No. 3. 882–892. o. <https://doi.org/10.1086/685586>.
- SIMONOVITS GÁBOR–KÉZDI GÁBOR–KARDOS PÉTER [2018]: Seeing the world through the other's eye: An online intervention reducing ethnic prejudice. *American Political Science Review*, Vol. 112. No. 1. 186–193. o. <https://doi.org/10.1017/S0003055417000478>.
- SIMONOVITS GÁBOR–SIMONOVITS BORI–VÍG ÁDÁM–HOBOT PÉTER–NÉMETH RENÁTA–CSOMOR GÁBOR [2021]: Back to “normal”: the short-lived impact of an online NGO campaign of government discrimination in Hungary. *Political Science Research and Methods*, 1–9. o. <https://doi.org/10.1017/psrm.2021.55>.
- SUNDARARAJAN, A. [2017]: *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.

- TJADEN, J. D.–SCHWEMMER, C.–KHADJAVI, M. [2017]: Ride with me: Ethnic discrimination in social markets. Technical Report Kiel Working Paper, No. 2087. https://www.ifw-kiel.de/fileadmin/Dateiverwaltung/IfW-Publications/MenuSch_Khadjavi/ride-with-me-ethnic-discrimination-in-social-markets/kwp-2087.pdf.
- TJADEN, J. D.–SCHWEMMER, C.–KHADJAVI, M. [2018]: Ride with me – Ethnic discrimination, social markets, and the sharing economy. *European Sociological Review*, Vol. 34. No. 4. 418–432. o. <https://doi.org/10.1093/esr/jcy024>.
- VÁRADI LUCA [2012]: Előtanulmány a roma családnevek diszkriminációteszteléshez való kiválasztásához. Megjelent: *Sik Endre–Simonovits Bori* (szerk.): *A diszkrimináció mérése*. E-tankönyv, ELTE TTK, Budapest, 236–244. o. https://www.tarki.hu/hu/about/staff/sb/Diszkriminacio_merese.pdf.
- VÁRADI LUCA [2014]: Youths trapped in prejudice: Hungarian adolescents' attitudes towards the Roma. Springer VS, Wiesbaden, <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05891-3>.
- ZSCHIRNT, E.–RUEDIN, D. [2016]: Ethnic discrimination in hiring decisions: a metaanalysis of correspondence tests 1990–2015. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, Vol. 42. No. 7. 1115–1134. o. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2015.1133279>.