

Gender Inclusive Cities Programme



Уличный опрос руководство

Даная программа администрируется:

Women in Cities International, Канада

Проект выполняется следующими участниками:

Информационный центр независимого форума (Россия)

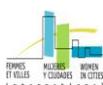
Международный центр и сеть для информации по преступлениям (Танзания)

Jagori (Индия)

Red Mujer y Habitat de America Latina (Аргентина)

Программа финансируется:

The United Nations Trust Fund in Support of Actions to Eliminate Violence against Women



Уличный опрос проводится интервьюерами, которые задают ряд вопросов некоторой выборке женщин в то время, когда они находятся в определенном общественном месте. Уличный опрос обычно занимает около 10 минут и разработан для сбора как общей информации, такой, например, как – каких мест женщины боятся больше всего, когда и как женщины пользуются общественными местами, так и специфических вопросов о конкретном месте, где происходит интервью.

Уличные интервью эффективны, поскольку они дают:

- Информацию, собранную среди достаточной большой группы населения, что потенциально дает возможность собрать данные более надежно и точно.
- Возможность общаться с женщинами в тот самый момент, когда они находятся в том общественном месте, где проходит исследование.
- Стандартизовать количественные данные, с которыми легко работать и можно сравнивать.
- «Неопровержимые доказательства» для того, чтобы начать общественные обсуждения, выяснения и привлекать внимание к вопросу безопасности женщин и их включенности в жизнь городов.

Уличный опрос не дает:

- углубленную качественную информацию об ощущениях, опыте и осведомленности женщин.
- Возможность участницам обсуждать решения для исправления ситуации с женской безопасностью.
- Информации от женщин, которые не используют общественные места регулярно (из-за страха или других причин).
- Вопросов, которые привязаны к различным группам (вопросы анкеты должны быть достаточно общими, для того, чтобы опрос был применим ко всему населению).

Уроки, полученные во время выполнения проекта

- Очень важно сделать предварительный опрос, для того чтобы помочь интервьюерам ближе ознакомиться с вопросами анкеты и самим процессом. Предварительный опрос также поможет интервьюерам и менеджерам понять, понимают ли женщины вопросы и правильно ли на них отвечают. Иногда нужно уточнить формулировки или стилистику вопросов для того, чтобы все респонденты могли понимать вопросы однозначно. Предварительные опросы также дают возможность получить ответы от заинтересованных в исследовании лиц или каких-то женщин, которые в другом случае не смогут участвовать в специально разработанном процессе опроса.
- Если это возможно, то всем интервьюерам следует иметь с собой сотовые телефоны. Чтобы связаться с человеком, который при необходимости мог бы ответить на вопросы в течение всего опроса.
- Если необходимо переводить результаты опроса на иностранный язык, то необходимо очень тщательно подойти к точности перевода вопросов, чтобы их звучание было понятно респондентам.
- Некоторые участники проведения уличных опросов не были согласны с тем, что вопрос 19 (Род ваших занятий?) дает возможность собрать

информацию о том, какой вклад вносят женщины в семейную или локальную экономику. В будущем этот вопрос может быть перефразирован или расширен за счет дополнительных проясняющих вопросов, для того, чтобы более точно определять экономическую роль участников опроса.

- Возможно, некоторые вопросы потребуется уточнять в зависимости от местных условий. В самом простом случае опрос будет проведен только в одном городе и в определенном заданном контексте. Но, если, например, опрос проводится в разных городах, то могут возникнуть самые разные наиболее актуальные вопросы безопасности, поэтому возможно придется добавить вопросы, которые были бы связаны с опытом женщин в области, например, чистой воды или санитарии.
- Разработчики анкеты могут захотеть включить вопросы, которые давали бы респонденткам возможность поделиться своими идеями о том, как сделать какие-то места безопасными для женщин. В этом случае было бы полезно сначала проводить ФГ, а затем формулировать дополнительные вопросы для анкеты, которые бы были более подходящими для конкретных мест.
- В некоторых случаях женщины будут отказываться сообщать личную информацию и будут отказываться от участия в интервью. В этом случае будет тяжело собрать большое количество анкет. Дискуссии в ФГ и АЖБ – это также хорошие возможности собрать дополнительную недостающую информацию по вопросу женской безопасности и включенности женщин в городскую жизнь.
- В некоторых случаях женщины могут иметь опыт сексуальных нападений и домогательств, но не квалифицировать их таковыми и поэтому могут не говорить об этом при опросе. Будет полезно, если у интервьюера будет список действий, которые рассматриваются, как сексуальные нападения и домогательства. Поэтому интервьюер может использовать этот список для того, чтобы разъяснить вопросы касающиеся сексуальных домогательств.
- Для того, чтобы обезопасить самих интервьюеров особенно в темное время суток, было бы полезно снабдить их светоотражающими жилетами. Такие жилеты создавали бы видимость того, что интервьюеры занимаются специальной официальной деятельностью.
- Выбирая место для проведения интервью, уточните, проводились ли в этом месте подобные интервью в последнее время. Женщины будут без охоты соглашаться на интервью, если недавно они уже участвовали в этом месте в каком-то опросе или опрос не дал никаких результатов.

Вступление

В данном документе содержится инструкция проведения опросов, следование которой даст высокое качество собранных данных, позволит достигнуть поставленных целей и выполнить все надлежащим образом.

Цели

Цели проведения опроса следующие:

- Собрать данные в определенном месте города о мнении, опыте и ответах женщин по поводу их безопасности в этом месте, что даст информацию для разработки мер для исправления ситуации по включенности женщин в жизнь городов и доступности для них общественных мест.
- Описать некую базовую линию, в соответствие с которой могут быть измерены изменения, в случае проведения в данном месте соответствующих мероприятий по изменению ситуации.
- Сформулировать представление об ощущениях женщин в рамках всего города, где происходит исследование.

Менеджер исследования

В каждом городе должен быть назначен менеджер, в обязанности которого будет входить управление данным исследованием, для того, чтобы обеспечивать его качество. Основные обязанности менеджера перечислены в отдельном документе «План действий» (Action Checklist).

Целевая группа исследования

Целевая группа исследования включает всех женщин от 16 лет и старше, из тех, кто бывает в тех местах, где необходимы изменения и будут проводиться исследования. [Как выбрать такие места будет обсуждаться далее в разделе «Где следует проводить исследования»]. Разумеется, только часть этой целевой группы будет действительно опрошена [это описано в разделе «Выборка»].

Опросный лист

Инструментом для данного исследования является опросный лист фиксированного формата. Кроме вопросов, которые нужно будет задавать, опросный лист содержит описания и информацию для тех, кто будет проводить интервьюирование о том, как представить опрос, как делать связки между вопросами и как завершать интервью.

В самом верху опросного листа есть место для записи следующей информации:

Код города	Следует использовать коды 1, 2, 3 и т.д. Этот код может быть впечатан заранее во все опросные листы определенного города.
Район города	В каждом городе определены 2 – 3 территории для проведения исследования. Эти территории следует закодировать 1,2 или 3, а код проставить в опросный лист.
Место интервью	На каждой территории интервьюирование будет проводиться в нескольких конкретных местах. Список этих мест должен быть заранее продуман и закодирован и внесен в это поле опросного листа.
Номер анкеты	Заполненный опросный лист должен быть пронумерован последовательно для того, чтобы в случае необходимости,

	этот лист мог быть легко найден в базе данных.
Дата	Записывайте дату в определенном, заранее оговоренном, формате. В данном исследовании формат даты следующий: дд/мм (для примера, для интервью которое проводится 13 августа, следует записать 13/08)
Интервьюер	Запишите инициалы того, кто проводил это интервью. Это будет полезно, если в дальнейшем понадобится уточнение каких-то ответов.
До/после темноты	Используйте соответствующую ячейку, чтобы отметить в какое время суток проводилось интервью – до или после темноты.

Первый вопрос анкеты фактически уточняет, расположена ли женщина участвовать в анкетировании и подходит ли она по возрасту.

Остальные вопросы требуют выбора и отметки ответа.

Некоторые вопросы имеют только один ответ, на другие предоставляется возможность выбора ответа.

На интервью одной женщины и заполнение опросного листа должно уходить 10 минут.

Карточки для выбора ответа

Лучше, если у вас будут заготовлены карточки с вопросами и ответами – одна карточка для одного вопроса (карточки могут быть сделаны из более плотной бумаги). Тогда женщина сможет сама прочитать вопрос и сообщить вам ответ. Вам останется только проставить нужный ответ в анкету.

Конечно, нужно быть готовыми к тому, что женщина не может сама прочесть карточку из-за того, например, что не взяла с собой нужные очки и т.п. Тогда вам придется читать вопросы вслух.

Этические вопросы

Могут возникать и деликатные ситуации, т.к. в анкете есть вопросы, касающиеся личного опыта респонденток, связанного с сексуальным насилием или преступлениями. Подготовьте всех, кто будет проводить опрос, чтобы они знали, как вести себя в тех случаях, когда у женщин был опыт насилия и им тяжело об этом говорить.

Для того, чтобы предотвратить риск нежелательных последствий, сначала необходимо спросить желает ли женщина говорить о своем опыте. Этот вопрос есть в анкете. Кроме того, у всех, кто проводит опрос, должна быть с собой раздаточная информация об организациях, куда женщины могут обратиться за психологической или другого рода помощью.

Всемирная организация здравоохранения опубликовала *Рекомендации по этическому и безопасному проведению исследований о домашнем насилии в*

отношении женщин, которое может помочь в понимании некоторых особенностей проведения исследований в этой сфере. Эту информацию можно найти по следующему адресу:

<http://www.who.int/gender/violence/en/womenfirtseng.pdf>.

Перевод

Анкета должна быть переведена на местный язык. Для того чтобы быть уверенными, что вопросы переведены верно, сверьтесь с «инструкцией для интервьюера».

Где следует проводить исследования

Исследование должно быть проведено в тех местах города, которые были выбраны для целей изменения там ситуации с безопасностью или (если окончательного решения еще не было принято) подходящих для таких изменений. Должна быть подготовлена карта с очерченными границами той территории, где изменение ситуации могло бы дать результат. Опрос должен производиться в общественных местах, очерченных этой границей.

Каждое исследование, возможно, будет включать несколько различных типов общественных мест. Например, это могут быть общественные транспортные узлы, рынки, магазины, улицы, соседские сообщества или парки. Внутренние территории больших универсальных магазинов или кинотеатров следует рассматривать как частное пространство и поэтому не входит в сферу интересов данного исследования.

Следует проводить опрос в различных местах выбранной территории, в разное время и в разные дни недели, что даст возможность собрать информацию от более широкого спектра посетителей данного места.

При этом важно понимать, что те женщины, которые избегают этого места из соображений безопасности, как раз и не будут опрошены. К сожалению, не существует практических способов определить и опросить таких женщин. Но тем не менее, если аккуратно работать с остальными, то мы сможем сделать правильные выводы о действительном положении дел в этом месте.

Методы и планирование выборки

Вероятностная или невероятностная

В каждом городе должно быть собрано 500 – 1000 анкет. Если сделать предположение, что в каждом городе исследование будет проведено на 2 – 3 территориях, то в каждом месте будет заполнено 250 – 500 анкет.

«Лучшим» способом определения выборки могло бы стать применение вероятностной или случайной выборки. Это давало бы возможность статистической оценки, сделанной из выборки всего населения данной территории. Однако, вероятностная выборка требует «границ выборки», а по существу – списка всего состава населения. К сожалению, для уличного опроса таких границ очертить невозможно.

Исходя из этого, необходимо использовать невероятностный метод. Это может быть очень полезным, но это не дает возможность делать статистические выводы. Строго говоря, все, что мы сможем выявить, относится только к той выборке, которую мы сделаем. Однако, если мы делаем шаги к тому, чтобы «сформировать» репрезентативную выборку, у нас появляется оправдание, чтобы предполагать, что выборка будет отражать характеристики населения.

Квотная выборка

Такое формирование может быть достигнуто путем установления квот для подгрупп, которые, когда их соединить вместе, создадут выборку с вариациями, отражающими существующие слои населения этого места. Например, если возраст является ключевой переменной, которую необходимо отразить в выборке, то для каждого возрастного интервала может быть установлена квота, пропорциональная количественному показателю этой подгруппы населения. Это называется «пропорциональная квотная выборка».

Понятно, что невозможно быть уверенным в том, что выборка репрезентативна во всех отношениях. Это потребует установки квот для целого ряда переменных, а для многих необходимых данных это будет невозможно. Таким образом, квоты следует устанавливать только для наиболее важных характеристик (т.е. тех, которые наиболее связаны с темой исследования), и для которых данные доступны и могут поддаваться оценке.

Расчет квот

Для данного проекта наиболее важной переменной является возраст респондентов. Для каждой территории должна быть составлена таблица, отражающая пропорциональную численность женщин определенных возрастов. Эта пропорция затем может быть использована для расчета размера квоты. Следующая таблица на примере возраста показывает, как пропорции затем могут быть пересчитаны в квоты для выборок различной величины.

Возрастной интервал	Пропорция (%)	Квота (выборка=200)	Квота (выборка=500)	Квота (выборка=1000)
16-20	19	38	95	190
21-30	27	54	135	270
31-45	21	42	105	210
46-60	19	38	95	190
over 60	14	28	70	140
Total	100	200	500	1000

Конечно, необходимо продумать, каким образом установить возрастные пропорции в первом месте. Маловероятно, что такая статистика для данного места будет доступна, поэтому необходимо будет сделать обоснованную прикидку. Для этого будет полезно, например, просмотреть любые данные переписи населения всего города и данные для этого места, а затем провести наблюдения в этом месте. Например, возраст людей, занимающихся конкретным видом спорта в общественном месте, может быть оценен в течение одного часа наблюдений и далее составлен необходимый профиль. Статистика, это не точная наука, но она требует профессиональных обоснований.

В дополнение к тому, что было сказано выше, есть договоренность, что исследование следует включать интервью, собранные в светлое время суток и после наступления темноты, поскольку от этого фактора может зависеть, кто пользуется общественными местами, а также их ощущения безопасности. По крайней мере 10% анкет следует заполнять в темное время суток или в сумерках, но желательно, чтобы число таких анкет было больше.

Как контролировать заполнение квот в процессе исследования, описано ниже.

Стартовые выборки

Репрезентативная выборка созданная с использованием квот даст некоторое обоснование для предположения, что выявленные данные отражают взгляды и опыт более широких слоев женского населения. Тем не менее, может потребоваться анализ и сравнение ответов конкретных подгрупп. Например, может быть важным сравнить взгляды тех женщин, кто переехал в это место в течение последнего года, с суждениями остальных женщин. Или сравнить ответы женщин с высшим образованием с ответами тех, у кого более низкий образовательный уровень.

Для того, чтобы провести такой анализ, необходимо иметь ответы значительного числа женщин в каждой подгруппе и почувствовать существующие вариации внутри этих групп. Конкретной требуемой цифры нельзя указать, но обычно 25 – это минимум для подгруппы, а 50 можно считать желательным.

Квоты, установленные для получения репрезентативной выборки, могут быть и ниже этой минимальной цифры. Для каких-то важных для исследования подгрупп, для которых квоты не были установлены, количество анкет может и не достичь этих цифр. В этих случаях необходимо найти дополнительных респондентов в каждой из таких подгрупп и взять у них интервью. Размер таких «стартовых» выборок будет зависеть от того, сколько респондентов недостает в каждой подгруппе.

Подгруппы, для которых такой анализ явно потребует, в идеале стоит определить еще до проведения исследования. Затем увеличивать до желаемого числа анкет уже в процессе проведения исследования (смотрите ниже). Однако также возможно, что направления исследований будут выстраиваться по мере получения результатов, и поэтому требуется некоторая гибкость при определении объема и размера стартовых выборок.

Если у вас есть стартовые выборки, то возможно вся выборка не будет отражать состав населения, так как какие-то другие группы будут содержать слишком много анкет. Однако это можно компенсировать на стадии анализа путем «взвешивания» результатов опросов этих групп.

Следующий текст иллюстрирует этот момент. Если конкретная подгруппа включает 5% населения, а планируется опросить 200 человек, то на основе пропорции в этой подгруппе должно быть 10 респондентов. Если эта подгруппа представляет для исследования интерес, то может быть принято решение увеличить эту стартовую выборку до, например, 50 человек. Это дало бы возможность проведения отдельного анализа этой подгруппы, но результатом станет превышение ее представленности в общей выборке в 5 раз. Для восстановления баланса результатов исследования эти респонденты могут быть «взвешены» таким образом, что каждый имел одну пятую веса других

респондентов. Это простое арифметическое обоснование, которое может быть сделано с помощью общепринятого программного обеспечения для обработки результатов исследований.

Применение планирования выборок на практике

При выборе потенциальных респондентов необходимы некоторые приемы, которые позволят исключить перекосы. Один из способов – это проинструктировать интервьюеров обращаться, например, только к пятому человеку из тех, кого они видят во время поиска респондентов. Эта системный процесс исключает субъективность интервьюера, которая и могла бы привести к перекосам.

Интервьюерам и менеджерам исследований нужно вести учет количества завершенных интервью для каждой возрастной, этнической или другой группы, для которой была установлена квота. Как только квота исчерпана, интервьюеры должны обращаться к первому, после, например, пяти пропущенных, удовлетворяющему требованиям группы, в которой квота еще не заполнена полностью. В этом случае и все квоты будут набраны, и проинтервьюированы все в данной репрезентативной выборке.

Такой выбор респондентов для заполнения квоты или построения стартовой выборки будет возможен для такой характеристики, которая в какой-то мере видна, например возраст. Если некоторые характеристики не очевидны с первого взгляда, например срок, в течение которого женщина проживает в данном районе, то тогда для выяснения этого будут необходимы дополнительные вопросы в самом начале интервью. В этом случае с теми, кто подходит по критериям, проводится интервью, а с теми, кто входит в другие группы и «не подходит» под целевую группу следует сразу закончить беседу.

Респонденты могут отказываться или не иметь возможности отвечать на какие-то вопросы. В этом случае интервьюер должен переходить к следующему вопросу.

Non-Response

Вне зависимости от того насколько эффективен интервьюер, некоторые потенциальные респонденты не захотят или не смогут по ряду причин, например, из-за не соответствия по возрасту принять участие в опросе. Важно, чтобы все неудавшиеся контакты были также зафиксированы. Для каждого исследования количество «отказавшихся», «не подходящих по возрасту», или не отвечавших по «другим причинам» должно быть посчитано. Эта информация будет нужна для оценки результатов для выявления потенциального перекоса и для демонстрации того, что исследование было проведено тщательно и достоверно.

Интервьюеры

Очень важно обеспечить безопасность интервьюеров особенно в тех местах, где мало прохожих, а интервью ведется вечером или в темное время суток. Следует организовывать процесс так, чтобы интервьюеры работали парами. Может быть стоит подготовить инструкцию по безопасности, включая и то, как реагировать, если возникло ощущение опасности.

Интервьюерами лучше назначать женщин. В этом случае больше вероятность получения честных ответов.

Перед проведением уличного опроса для интервьюеров должен быть проведен инструктаж и тренинг. Они должны понять суть и цель исследования. Им необходимо попрактиковаться использовать анкету перед тем, как начнется исследование, внимательно ознакомиться с вопросами, выяснить все термины и освоить их правильное понимание. Особое внимание должно быть обращено на то, чтобы интервьюеры были объективны и «нейтральны», не подводили респондентов ни к какому специфическому ответу и могли объяснить суть, чтобы избежать неправильного их толкования.

Существует инструкция для подготовки интервьюеров, в которой разбирается вопрос за вопросом и которая может быть использована для их тренинга, чтобы обеспечить одинаковое понимание сути каждого вопроса.

Поскольку в анкете есть вопросы, касающиеся сексуального домогательства и насилия, то интервьюеры должны быть готовы предоставлять информацию о службах, куда женщины могут обращаться по этим вопросам.

Проверка заполненных анкет

Менеджер проведения опроса должен проверить правильность заполнения анкет сразу после того, как он их получит. Проверка должна касаться, например, того, входит ли номер выбранной опции в ранг возможных опций для выбора.

Анкеты, в которых респонденты смогли ответить только на 10 или менее вопросов, должны быть исключены из рассмотрения. Это значит, что анкета не будет участвовать, когда будет проводиться анализ, но все анкеты должны быть сохранены и посчитаны. Опись таких анкет будет необходима для последующей оценки количества успешно и некорректно заполненных анкет. Исключенные анкеты не могут быть посчитаны в объемах целевых групп, поэтому должны быть проведены дополнительные интервью, чтобы заменить их.

В дополнение к первоначальной проверке анкет желательно, чтобы еще один человек просмотрел анкеты перед тем, как они будут считаться окончательными и принятыми.