

Додаток
до типового Положення
«Про громадський простір в
та участь жителів грома

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПРОВЕДЕННЯ ОНЛАЙН ОПИТУВАНЬ ГРОМАД ПЛАНУВАННІ ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТО

Автор: Алла Петренко кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології Київського національного університету імені Шевченка, Радя Європи

Зміст

1. Вступ
2. Основні засади
 - 2.1. Визначення понять
 - 2.2. Елементи дизайну опитувальника
3. Рекомендації з проведення Інтернет опитувань
 - 3.1. Ключові засади
 - 3.2. Застороги
 - 3.3. Базова анкета для Інтернет опитувань
 - 3.4. Процес створення онлайн опитування
4. Додаткові методи опитувань
 - 4.1. Корисна література
5. Резюме.

Публічні простори (орбитальні) історично, де формою соціальної організації є велика кількість людей, які виконують конкретні функції (бізнесові, споживацькі, буденні, керівні). Вони не знаходяться «на виду» один до одного, спостерігають один за одним. **Драматично** розвиваються в процесі відпочинку, пейзажний простір простору є приватні та напівприватні простори. **Громадський простір** (сучасний) простори, сутність яких полягає в місцевій громаді (сусіди мають на увазі інші права та на яких покладено ті чи інші обов'язки збереження **Драматично** простору **дворовий** (мікро) простору. Протилежністю громадським є особистісні **Відкриті простори** для вільного відвідування будничий час, як безбудничих правил та практик, доводних конкретних практик, почасти такі простори тут скордішачі **Драматично** ліс, міський сквер **але** у протилежності простори, доступ до яких обмежений правом власності та законом. Всі ці типи просторів **соціально** груп людей, які формують спільність, вільне право, інклюзивність та **реалізовано і тихий відпочинок, і спортивні виходи та захист**

Варіації типів парків:

- Міський ліс (лісопарк)
- Ландшафтний стилістичний парк (пейзажний парк)
- Парк відпочинку та дозвілля
- Сквер
- Бульвари (зелені смуги)
- Заміський парк (неподалік периферії міста)

Простір як атлас міського, (мікро) районний,

Парковий простір може адміністративно належати просторово бути розташованим так, що в межах адміністративного утворення, але ширшим колом

Визначеність в типі організації (соціальної) **ритуальних**: громадську (місцевих мешканців прилеглих районів) публіку (небайдужих містян, в т.ч. туристів) формується **на** цільовою групою), де громадськість має **Наприклад** **локальні** **журнали**

- ✓ мешканці прилеглих будинків (діти, молоді, пенсіонери, люди з..) і, навідині
- ✓ працівники і відвідувачі навколишніх закладів (нотаріату, краси, здоров'я, дозвілля),
- ✓ учні/студенти навчальних закладів (в т.ч. сільських)
- ✓ містяни з інших районів міста, працюючі в районі.

Окрім зазначеного, локальна громадськість у м. громадян, які можуть бути серед всіх підтипів налагоджувати співпрацю (контрактну) а саме до взаємодії з широкою громадськістю та в разі по

* за: Як досліджувати публічні простори в Україні? Кушніренко О.К., Шварц К.С. 2020. URL: <https://ua-dobrosluzhivati-publichni-prostori-v-ukraini-napryami-i-metodi>

2.2. Елементи дизайну опитувальника.

Щов опитуванні громадськості з'ясовується?

- Хто із зазначених підтипів присутній в процесі?
- Як саме?
- Якої пори року? Часу (дня, доби)?
- Чи поінформовані про стан змін?
- Як саме поінформовані?

NB! Громадськість не є фаховою спільнотою з про Назагал, фактично ніколи не є носієм узгоджено згодом, ніж отримати в опитуванні).

Для розробки проекту і здійснення реакції важливі в подібності мешканців, а практики, які вони за компетентною й широко обізнаною в питаннях дизай цього, смаки і вподобання, куди узгодити їх опиту Для визначення симпатиків тієї чи іншої використовуються інші методи збору оціночних с

Мета звернення до думки наразі є тільки і орієнтована запитам, фактами чи оціночними судженнями та непередбачуваними владою складовими / формами / т простором. Тут думка є джерелом даних, а орієнтована, складова для аналізу та подальшої підготовки простору, або вже безпосередньо самого процесу

Навіть якщо в нормативних документах, як і в інших (чи алеї) не передбачено звернення до цього процесу, передусім в ситуаціях вже існуючої к виникнення щойно початку з'являється існуючої розгорнути зорганізувати опитування, одним анкетування. Що виступатиме своєрідним «терапі громади, а також кожен раз тим самим процесу

3. Рекомендації з проведення Інтернет (онлайн)

3.1. Ключові засади.

Інтернет (онлайн) отримувати інформацію через соціальні репрезентативні методи, на які можна про реальний стан ситуації. Дані, отримані кількісними показниками, що використовуватимуть

!-Чи справді потреби є саме запитами, а не елементарними питаннями? Анкетування як метод дослідження наближено. Для відповідей на питання не потрібні спеціальні знання. Серед відповідаючих (респондентів) можуть бути люди, які висловлюють заперечливі, конфліктогенні, образливі свої формулювання і не слід вважати їх за правду. Їх наявність передусім як факт наявності, ніж як дорадчий оцінює.

3.3. Базова анкета для Інтернет (онлайн) опитування

Бланк анкети має містити наступні компоненти:

Частина анкети	Приклад запитання і відповіді на нього
<p>Вступна частина (привітання, представлення, пояснення чого проводиться опитування)</p>	<p>Вітання! (тут може бути короткий абзац про дослідження про якому йдеться) Ми хотіли б просити Вашу увагу та прийняти участь в цьому дослідженні. Ваші відповіді будуть використані в огляді і допоможуть нам вивчати потреби громади.</p>
<p>Основний блок (запитання факти, пов'язані з об'єктом дослідження)</p>	<p>Спочатку вступні запитання загальної ситуацію опитування, визначають його «компетентність»</p> <p>Як часто Ви їздите до роботи?</p> <ul style="list-style-type: none"> - щодня - раз на тиждень - іноді, раз на місяць - зрідка, на півроку - час від часу, немає регулярності <p>В який час переважно їдете до роботи?</p> <ul style="list-style-type: none"> - вранці (з 5 год. до 11 год.) - вдень (з 11 год. до 16 год.) - ввечері (з 16 год. до 21 год.) - вночі (з 21 год. до 5 год.) - різному, немає чіткого часу, залежить від ситуації <p>Як далеко від роботи живе?</p> <ul style="list-style-type: none"> - будинок в центрі міста - будинок в центрі міста - будинок в центрі міста - я живу в місті (святий район, звідки їду до роботи) <p>Як Ви зазвичай їдете до роботи?</p> <ul style="list-style-type: none"> - пішки - громадським транспортом (автобус, трамвай, метро) - велосипедом

- автомобілем

Що Ви зазвичай робите (світло в ів а ф е к і н л

Для конкретної місцевості надається практик (не формувати зайвих фантаз наданому прикладі варіанти формулюв

- гуляю наодинці
- гуляю з дитиною
- гуляю з друзями / близькими людьми
- їжджу на велосипеді / роликах /
- влаштовую пікнік
- рибалю
- засмагаю
- читаю
- вигуляю домашніх тварин
- граю в рухливі ігри
- займаюсь спортом, користуюсь спо
- призначаю ділові зустрічі
- призначаю зустрічі
- слухаю музику, прогулюючись на бе
- відвідую ресторани, кав'ярні
- відвідую магазини поряд
- відвідую салон краси поряд
- відвідую секцію/клуб поряд
- купую каву/напої і гуляю
- відвідую атракціони
- спостерігаю за (концерти, конкурс
- спостерігаю за іншими людьми
- милуюся краєвидами
- інше (вказати) _ _ _ _ _

Наступні запитання розкривають особливі деталі інформацію про ситуацію

Чи задоволені ви в приватному просторі»

- дуже задоволений
- задоволений
- не дуже задоволений
- дуже незадоволений
- мені байдуже

Що Вас приваблює в приватному просторі»

Для конкретної місцевості надається список можливих дій в зоні приватного простору (наприклад, конфліктних). В наданому прикладі перелік.

	дуже приваблює	в і д н о с н е приваблює	н е в а ж л и в о
--	----------------	---------------------------	-------------------

природа (зелен			
галявини та дер			
річковий берег			
можливість прогуляти			
свіже повітря			
лабіринт			
парк атракціоні			
можливість в			
пікнік			
спортивний майс			
дитячі майданч			
рибалка			
тиша, спокій			
можливість не			
подивитися, себ			
близькість в			
проживання			
можливість вик			
як місце для зу			
можливість			
спортом (п			
тренажеру)			
можливість ка			
велосипеді			
можливість			
домашню тварину			
Ваш варіант			

Чи маєте Ви потреби, які неможливо в просторі»

- ні, не маю
- так, маю (вказати, які саме) _____

Які зміни Ви бачите в «назрілому» місті?

- ніяких
- я хочу _____

Якщо прості речі (наприклад, навколо є супротив громади щодо змін простору) і т.ін.ст.ти дають раціональну відповідь на конфлікт.

Чи відома «квартова» теза про предмет?

В описі тези про конфліктну ситуацію щодо конфлікту. Тільки факти і характеристики чи критики/підтримки.

- так
- ні

	<p>Який з варіантів вирішення ситуації</p> <ul style="list-style-type: none"> - Лаконічний опис пропозиції 1 - Лаконічний опис пропозиції 2 - Лаконічний опис пропозиції ... - Ваш варіант_ _ _ _ _
<p>Демографічна (запитання стать, вік, стан)</p>	<p>Ваша стать</p> <ul style="list-style-type: none"> - чоловік - жінка <p>Ваш вік</p> <ul style="list-style-type: none"> - до 18 років - 18-25 років - 26-40 років - 41-60 років - 61-80 і більше років <p>Чи є у Вас діти?</p> <ul style="list-style-type: none"> - так (скільки _ _ _ _) - ні опитування завершено <p>Якогочасу ви народилися?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 0-1 рік - 1-3 роки - 4-6 років - 7-10 років - 11-14 років - 15-17 років <p>Іноді задають запитання, які стосуються опитуваних. В контексті – це питання щодо інформації, яку від неї – як правдиво – сприятиме розробці ТЗ чи отриманню форм. Інакше лише зайва трата часу опитуваних.</p> <p>Сфера Вашої діяльності</p> <ul style="list-style-type: none"> - приватний підприємець - фрілансер (вільнозайнятий) - державний службовець - кваліфікований працівник з освіти - керівник підрозділу - найманий робітник (службовець, р - студент - пенсіонер - домогосподар - безробітний - інше_ _ _ _ _

	<p>Як аназв е д е н и х н и ж ч е о ц і н о к н а й т о ч н і ш е с т а н ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - грошей не вистачає навіть на при - грошей вистачає лише на придбанн - грошей достатньо для придбання купівлі інших товарів необхідно - купівля більшості товарів до (холодильник, телевізор) не викл чи квартиру не в змозі; - грошей достатньо, щоб ні в чому
В дя ч н і с т ь	Дякуємо, що приділили Ваш час нашом

3.4. Процес створення і поширення анкети Інтер

Для створення та поширення анкет и п л м a o t ж ф o a r м в и и , к o я р к и

Google Forms

<https://www.surveymonkey.com/>

<https://onlinetestpad.com/>

Для поширення анкети можна використати соціальні мережі. Інтернет-приклад: Фейсбук, ТікТок, Телеграм, специфіка користувачів цієї соціальної мережі (якщо розміщується в соціальній мережі робити окремий аналіз, потім особливостей аудиторії соціальних мереж) а саме: вік, статус, є відмінності в тому, як люди певного віку, які такими самими за віком тільки в іншій мережі.

Важливо аналізувати отримані дані (якщо це візуалізовані в таблиці та діаграми) – це аналіз суміщення відповідей на одні запитання з іншими опитуваних (наприклад, вік; в чому і чому відрізняються практиками та місцем проживання) – це аналіз повномірним покладання на отримані дані, а звідси підстави для висновків, ніж для доведень і спростувань. Дані зібрані в такий спосіб не можуть вважатися конкретної групи осіб, які самостійно згадали відповіді.

В оголошенні про опитування вказувати термін для надання інформації можна вважати тижнем (в дві години) – це означає, що загальна ситуація навколо досліджуваного предмета стаються непередбачувані зміни, опитування триває

4. Додаткові методи.

Під час зустрічей з активною громадою (члени під- зібрались від 30 до 100 осіб), у зв'язку з тим, що не всі мають смартфони, для ефективності якого треба мати смартфони. В атакрийзуспорсіїчібі омогаєні отримати інформацію від безпосередньо присутніх осіб, предметом подальшої дискусії або підтвердження

Ефективнішим методом за інабөрветдо(псөнвләйвну)л иодгөие опитування ідувачів простору парку (анкети не мобільного Інтернету анкета може бути електрозапитує й одразу вніодсиктоьнкірнефнроміацрїсоби). Таким безпосередніх користувачів. Волонтерами з прозокрема активні члени громади, які окрім збпроговориваннїмюпбігльш детально отримувану від опитування волонтери мають пройти інструктаж компетентна особа). Також ефективнішим методом опитування простору парку відвідувачами

4.1. Корисна література

Зазначені два посібники не є вичерпним переліком створених і написаних саме для ознайомлення громадських організацій з базовими засадами соці

- Богдан О. Що варто знати про соціо-довідництво громадських активістів. К.т.а Друсхі хі з а цїт8к0р в д:е н2и0 http://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Bogdan_SocResearch.pdf
- Як досліджувати публічні простори в Україні. Петрелниксак А., Кушніренкю.: О. В А ДІВУКТЄ к8 20.20. У <https://ua.boell.org/uk/2020/07/29/yak-doslidzhuvati-publichni-prostori-v-ukraini-napryami-i-metodi>

5. Резюме.

Дані рекомендації спрямовані на загальне ро самоврядування українських пмітсутв аонснновщодют екронне міського-паркуітв.ру

Основним фокусом методичних рекомендацій є благоустрою самостійно проводити з'ясування до опитування. наПроддеавлеанкети є базовою основ інструментарію для опитування, який міститиме варіанти відповідей.

Втім, ключовою рекомендацією для місьблїах оадмірн те, що дослідження мають проводити компетентні мала або штатну особу, або на контрактній впроваджувала дослідницьку діяльність в контек