

Разработка количественного опроса в прикладных городских исследованиях

Ольга Воробьева

Введение

Прикладные городские исследования, касающиеся благоустройства общественных территорий, на сегодняшний день в России проводятся самыми разными акторами. Часть таких исследований выполняют сами архитекторы, получившие заказ на благоустройство территории; часть иницируют и проводят городские активисты, уставшие от многолетних попыток изменить ситуацию; часть организуют чиновники местных администраций. Некоторые проводятся профессиональными социальными исследователями – социологами и антропологами. В результате весьма разнятся как методология самих исследований, так и качество полученного материала и анализа данных. Поскольку стандарт прикладного урбанистического исследования в России только складывается, необходимо не только сформировать высокую планку качества проводимых исследований, но и дать социальным исследователям и прикладным деятелям – архитекторам, сотрудникам администраций, активистам – надежный инструмент, при помощи которого можно получить систематизированные релевантные данные.

Основная часть российских проектов благоустройства, формально требующих проведения социокультурного исследования, относится к двум федеральным программам Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства: Всероссийский конкурс лучших проектов создания комфортной городской среды в малых городах и исторических поселениях¹ и отчасти «Формирование комфортной городской среды». На основе этих проектов в Центре компетенций

Воробьева Ольга Владимировна, магистр культурной антропологии, исследователь и методист Центра компетенций по развитию городской среды и умному городу Ленинградской области; Российская Федерация, 197022, Санкт-Петербург, наб. реки Карповки, д. 5, литер П, корп. 27, тел.: +7 905 286 72 84 E-mail: Helga.sparrow@gmail.com

В статье рассмотрена методология создания опросника как части комплексного прикладного исследования городской среды, нацеленного на благоустройство определенной территории. Опросник рассматривается как вторая, количественная часть такого исследования, которая разрабатывается на основе качественной полевой работы с применением антропологических методов – включенного наблюдения на заданной территории, блиц-интервью с посетителями территории и глубинных интервью с экспертами (сотрудниками администрации, краеведами, активистами и др.), интервью-прогулок, ментальных карт. Представленный вариант опросника составлен на основе ряда предпроектных исследований, проведенных в 2019–2020 годах Центром компетенций по развитию городской среды и умному городу Ленинградской области, с учетом выявленной продуктивности вопросов вплоть до конкретных формулировок.

Предлагаемый опросник состоит из четырех последовательных блоков. Первый блок посвящен самоотчетам респондентов об актуальных сценариях использования территории (время и регулярность посещения, способы добраться до территории, субъективная безопасность и другие актуальные параметры). Второй – пожеланиям горожан относительно будущего благоустройства (желаемые функции, объекты и услуги). Третий – идентичности горожан, локальным нарративам и символическому пространству города (давность проживания семьи в городе, ассоциативные эксперименты относительно образа города и структуры городских объектов, каркас достопримечательностей, вернакулярная история города). Четвертый – расширенным социально-демографическим характеристикам, релевантным для понимания социального ландшафта города в контексте возможных стратегий использования физической городской среды (возраст и количество детей, принадлежность к городским сообществам, тип занятости и, как следствие, возможности для использования среды). Помимо получения количественных данных этот опросник также может использоваться для выявления некоторых качественных аспектов в ситуации невозможности

1. Прежнее название – «Исторические поселения и малые города».

по развитию городской среды и умному городу Ленинградской области (ЦКЛО)² была разработана методология прикладного городского исследования, учитывающая основные внешние факторы и условия:

- проведение нескольких исследовательских проектов в разных городах одного региона параллельно;
- дефицит времени на полевую работу;
- один исследователь на все проекты;
- сжатые сроки: исследование в рамках подготовки проекта благоустройства считается предпроектным и поэтому занимает суммарно не более месяца на каждый город, при этом оно должно быть таким, чтобы на его основе могли работать архитекторы, проектировщики и иные специалисты.

Таким образом, классические антропологические методы, такие как длительное включенное наблюдение и многочисленные глубинные интервью со всеми необходимыми участниками, которые в перспективе могли бы заменить в урбанистике количественную социологическую часть [Алексеевский, 2015], оказываются неприменимыми. Кроме того, подготовка проектов в 2020 году осложнялась карантинными ограничениями, фактически закрывшими доступ в классическое поле с физическим соприсутствием, наблюдением привычных для горожан стратегий использования среды и face-to-face communication. Поэтому возникла необходимость разработать комбинированный подход, сочетающий качественные и количественные элементы. Выезд в поле предполагал визуальный анализ среды, наблюдение, ряд блиц-интервью с прохожими (они могли быть как местными жителями, так и оказавшимися по какому-то делу гостями территории), а также отдельные глубинные интервью – как кабинетные, так и интервью-прогулки – так называемые go-along, или мобильные интервью ([Kusenbach, 2003; Запорожец, 2017; Веселова и др., 2017]), – а также интервью с представителями администрации и другими экспертами с применением ментальных карт ([Линч, 1982; Kitchin, 1994; Митин, 2017] и многие другие).

Сбор полевых данных в сложившихся условиях обычно занимает полный день и состоит из следующих этапов. Исследователь начинает выездную работу с посещения администрации, где проводит глубинные интервью со следующими специалистами: с главой администрации или заместителем главы администрации – об общем городском контексте в рамках района или области, глобальных городских проблемах и стратегии городского развития; со специалистом по ЖКХ – о состоянии городской инфраструктуры, количестве и расположении рекреационных зон (с использованием карты города или ментальной карты); со специалистом по социальной и молодежной политике – о социальном контексте, организованном досуге горожан, календарных праздниках и местах их проведения, неформальных практиках горожан, известных администрации, о заметных активистах любой направленности, а также о социальных проблемах и возможных очагах напряженности. На этом этапе отбираются территории, которые необходимо осмотреть, чтобы понять общую структуру общественных пространств города и распределение между ними конкретных рекреационных функций. После стационарных интервью исследователь вместе с сотрудниками администрации объезжает на машине (или обходит пешком, если они расположены компактно) примечательные точки, осматривая каждую и параллельно продолжая интервью в формате go-along. Объехав таким образом все территории, включая целевую, исследователь прощается с администрацией и идет пешком на нужную территорию, оценивая по пути удобство пешей дороги для разных групп пользователей, в том числе маломобильных.

2. Подробнее: <https://sreda47.ru/>, <https://vk.com/gorodsreda47>.

полноценной полевой работы – как, например, в ситуации эпидемиологических ограничений 2020–2021 годов. Совокупные данные качественного и количественного этапов положены в основу разработки проекта благоустройства и востребованы как архитекторами и проектировщиками, так и самими горожанами на мероприятиях по соучаствующему проектированию и иным типам вовлечения жителей в благоустройство городской среды.

Ключевые слова: прикладные исследования; урбанистика; благоустройство; общественное пространство; методология; опрос

Цитирование: Воробьева О. В. (2021) Разработка количественного опроса в прикладных городских исследованиях // Городские исследования и практики. Т. 6. № 2. С. 85–95. DOI: <https://doi.org/10.17323/usp62202185-95>

Оказавшись на территории, исследователь тщательно ее обходит, фотографируя и заносит в полевой дневник наблюдения о ее устройстве, практиках посетителей и собственных ощущениях от пребывания (климатический комфорт, запах, звуковой фон, качество покрытия, возможность реального использования существующих рекреационных объектов и т.д.), а также проводя блиц-интервью с посетителями разных возрастных групп (как правило, за один выезд получается от 5 до 15 блиц-интервью, некоторые из них перерастают в walk-along³, если у информанта есть время и желание показать какое-то конкретное место на территории). Блиц-интервью строится в основном вокруг уличных и досуговых практик информанта, причем не только на данной территории, но и в городе в целом, поскольку проект благоустройства в том числе призван закрывать дефициты рекреационной инфраструктуры города. Конкретное содержание блиц-интервью зависит от типа территории и проходящих на ней мероприятий, а также от возраста и социальных обстоятельств информанта. Также исследователь интересуется местными «знаменитостями» – людьми, связанными с этой территорией, или активными горожанами и группами в целом.

Материалы интервью и полевого дневника ложатся в основу количественного опроса, фокус-групп с актуальными и потенциальными стейкхолдерами, отчета о социальной ситуации, а также соответствующих разделов конкурсной заявки. Качественное исследование на этом не заканчивается – впереди еще несколько фокус-групп со стейкхолдерами определенных типов (местные активисты, бизнес, молодежь, педагоги, работники культуры и т.д. в зависимости от типа территории), иногда глубинные интервью с конкретными деятелями из этих групп, а также количественный опрос, проходящий параллельно с фокус-группами.

Несомненно, исследовательский этап – только первый шаг в многоаспектной процедуре разработки проекта благоустройства с общественным участием (о вариантах вовлечения жителей в подобные проекты см., напр.: [Brenner, 2009; Санофф, 2015]). Важно, что попытки устраивать судьбу города, особенно центральной его части, без участия жителей и учета их мнений может привести к различным

3. Здесь: пешая исследовательская интервью-прогулка.

формам протеста (о типах такой низовой мобилизации см.: [Семенов, 2019]), поэтому вовлечение жителей для современной муниципальной власти важно не только как декларативное следование демократическим принципам, но и как вполне прагматическая попытка избежать недовольства горожан и повысить свой социальный капитал.

Подробности полного цикла разработки проекта такого типа в ЦКЛО описаны в [Vorobeva, Manzhula, 2021] на примере города Гатчины. Однако авторы работ, посвященных разработке подобных проектов в России, редко уделяют достаточно внимания исследовательской части и фокусируются на разнообразии форм и методологий вовлечения горожан, а также на практических аспектах решения сложных случаев в общественных обсуждениях [Снигирева, 2016; Снигирева, 2017; Методическое руководство..., 2019]. Поэтому задача данной статьи – отразить именно прикладной исследовательский этап проектов благоустройства.

Основное внимание будет уделено методологии формирования количественного опросника: какие блоки вопросов и в каком порядке имеет смысл задавать респондентам, а также какого рода данные из качественного этапа исследования необходимо использовать при составлении анкеты. Прототипом обсуждаемой в данной статье анкеты послужили наработки социологов Центра развития городской среды Удмуртской республики (см., напр. [Отчет по результатам..., 2019] и опросники в других их исследованиях). Эффективность всей анкеты и отдельных формулировок отлажена и проверена в ходе работы в ЦКЛО на восьми больших опросниках, составленных для подготовки к Всероссийскому конкурсу лучших проектов создания комфортной городской среды в малых городах и исторических поселениях в 2020 году (города Сясьстрой, Новая Ладога, Волхов, Ивангород, Светогорск, Подпорожье, Коммунар, Мурино), а также на четырех сокращенных опросниках для конкурса «Формирование комфортной городской среды» (поселки Токсово, Сосново, Кисельня, Ульяновка).

Особенности проведения анкетирования

Прежде чем перейти к составу опросника, необходимо сделать несколько предварительных замечаний о его дальнейшем использовании. Опросники, посвященные

благоустройству определенной территории и запускаемые при поддержке местной администрации, имеют следующие особенности.

Во-первых, они размещаются прежде всего в открытом доступе в тематических группах социальных сетей (в нашем случае «ВКонтакте»), что обеспечивает стихийную выборку. В результате нет репрезентативности как по гендеру (как правило, это 70% женщин на 30% мужчин), так и по возрасту (абсолютное большинство респондентов приходится на возраст 30–50 лет). В разных городах применялись разные стратегии квотных выборок в дополнение к основной стихийной (например, распространение опросника через членов молодежных сообществ в привычных для молодежи каналах или раздача бумажных вариантов анкет старшему поколению, анкетирование их по телефону волонтерами с занесением ответов в общую систему), однако они существенно не меняли приведенную пропорцию. Единственным исключением стал опрос в одном моногороде, где администрации удалось договориться с заводским профсоюзом, благодаря чему пропорция перевернулась: на 30% женщин оказалось 70% мужчин. Тем не менее в таких исследованиях половозрастной репрезентативности выборки не удалось добиться ни разу. Вследствие этого при необходимости проверить тот или иной параметр приходится обсчитывать половозрастные срезы по отдельности, а также по возможности охватывать *underrepresented groups* («мало представленные группы») качественными методами.

В идеале, если позволяют человеческие и финансовые ресурсы, онлайн-опрос стоит дополнить очным – с кластерной стихийной выборкой, опрашивая посетителей территории с шагом в определенное число человек (это эффективно при отсутствии данных о параметрах генеральной совокупности), или же с квотной выборкой, опрашивая на территории представителей тех групп, которые систематически плохо попадают в стихийную выборку (например, мужчин и пожилых людей). Однако в ситуации локдауна такая стратегия была исключена.

Во-вторых, даже поддержка администрации (распространение ссылки на опрос по официальным каналам, привлечение к распространению неофициальных местных «лидеров мнений» и неофициальных платформ вроде типовых групп «ВКонтакте» «Подслушано такой-то город», распространение бумажных анкет в муниципальных учреждениях)

не гарантирует массового заполнения таких опросников. Практика показала, что для города в 10–20 тыс. жителей среднее число заполнивших – 300–400 человек, для города в 90 тыс. – до 1500 респондентов.

Состав опросника

Задача опросника – сбор информации от жителей данного города (городского района) по нескольким тематическим блокам. Сюда входят и вопросы, призванные компенсировать дефицит качественной полевой работы, и вопросы собственно количественного характера, направленные на выявление частотности тех или иных взглядов, мнений и воспринимаемых проблем. Для Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды в малых городах и исторических поселениях релевантны следующие блоки: актуальное состояние территории, пожелания к благоустройству, идентичность горожан и социально-демографические характеристики. Для менее комплексных проектов, таких как, например, «Формирование комфортной городской среды», остается три блока за вычетом истории и идентичности (хотя, с точки зрения антрополога, именно он и оказывается наиболее интересным).

В начале опроса необходимо привести карту-схему территории, подписав основные объекты и указав границы территории проектирования.

При формулировании ответов к закрытым вопросам лучше использовать абсолютные, а не относительные значения. Например, ощущение времени, «дальности» и «долготы» может не коррелировать у исследователя и жителей небольшого города, а также у жителей между собой. То есть градация «до 10 минут пешком – 10–20 минут пешком – до 10 минут на транспорте – 10–30 минут на транспорте» лучше, чем «близко – довольно близко – довольно далеко – далеко». Также стоит указывать только те варианты ответов, которые релевантны для исследования. Например, в вариантах ответа на вопрос «Как далеко от территории вы проживаете?» нужно не перечислять все возможные районы города, а сгруппировать их в 3–4 блока с указанием границ каждого, причем первый блок должен включать жилые зоны, непосредственно прилегающие к территории, а последний – упоминать наиболее отдаленные районы (лучше дублировать официальные названия граничных улиц

вернакулярными названиями районов, если они известны исследователю).

В беседах о городской среде и рядовые пользователи территории, и сотрудники администрации склонны смешивать реальную и желательную модальности. Поэтому необходимо разнести вопросы, касающиеся существующего положения, и запросы пожеланий респондентов по меньшей мере по двум разным блокам опроса.

Первый раздел: актуальное состояние

В первом разделе опросника необходимо выяснить следующую информацию об актуальном использовании территории: время и длительность посещения (регулярность, сезонность, время суток), сценарии использования, ценности и проблемы территории, история и личные воспоминания, безопасность нахождения. Важно помнить, что эти сведения респонденты предоставляют в рамках самоотчетов, поэтому не стоит относиться к указываемой ими, например, частоте и длительности посещений как к финальным данным: необходимо сопоставлять эти ответы с другими исследовательскими материалами (например, типами ответов о стратегиях использования территории, а также данными наблюдения). Кроме того, первый блок позволяет определить релевантность респондента опросу: необходимо выяснить дальность его проживания от данной территории и длительность дороги до этого места.

Вопросы о районе проживания, длительности дороги до места, времени и длительности посещения – закрытые, без варианта «Другое». Среди вариантов ответов к вопросам об особенностях посещения должен быть вариант «Не прихожу». Это выглядит парадоксально, однако подробный анализ остальных ответов таких респондентов может позволить понять скрытые или системные проблемы территории, особенно если она находится в пешей доступности от данного респондента.

Сезонность и суточные колебания посещаемости более актуальны для природных территорий (парков, скверов), чем для собственно городских (улиц, площадей). Градация в вопросе о длительности пребывания будет зависеть от типа территории: для природных это часы (например, менее получаса – от 30 минут до часа – от часа до трех – более 3 часов – не прихожу), для городских территорий – более

короткие промежутки (например, менее 15 минут – от 15 до 30 минут – от 30 минут до часа – более часа – не прихожу).

Вопрос о стратегиях *использования территории* – самый важный в этом блоке и требует наибольшей предварительной подготовки. Для этого на этапе качественного исследования фиксируются все возможные варианты использования территории (по данным интервью с администрацией, блиц-интервью с посетителями и собственных наблюдений на территории) с учетом сезонности, возможных проводимых мероприятий (от календарных праздников до ярмарок) и др. Ответы точно должны включать следующие варианты: «Прохожу насквозь (транзит)», «Гуляю в одиночестве», «Гуляю с друзьями или родственниками» (проверка одновозрастных компаний), «Гуляю с детьми» (проверка пригодности для детей), «Гуляю с коляской» (инфраструктура для коляски иная, чем для самостоятельно ходящих детей). В случае городских территорий (улицы, площади) необходимо включить вариант «Живу/работаю в прилегающих домах». Остальные варианты обнаруживает полевая работа, они значительно различаются в зависимости от типа территории. Вариант «Другое» обязателен (хотя при добросовестной полевой работе он часто остается незадействованным, что можно расценивать как показатель качества предварительного исследования). Если территория сложно устроена, то можно поделить ее на участки. Тогда если территория вытянутая – например, это улица – и посещение одной части может быть не связано с другими, то можно на каждый участок сделать отдельную страницу опроса – или же задать этот вопрос при помощи таблицы с типами активностей (по вертикали) и выделенными зонами (по горизонтали), если территория более «концентрированная» (например, парк, площадь). В последнем случае прямо перед вопросом необходимо дать схему зонирования территории, пояснив, какие части как называются в данном вопросе.

Важным аспектом восприятия территории является ее субъективная *безопасность*. При формулировке вопросов на эту тему важно помнить, что безопасность бывает двух типов: *safety* (физическая безопасность: нет вероятности поскользнуться, провалиться, попасть под машину и др.) и *security* (социальная безопасность: ощущение, что на посетителя не нападут хулиганы, бандиты, алкоголики и др.). Для одних территорий актуальнее один из этих

параметров, для других – сразу оба. Кроме того, в вопросах о безопасности важно учитывать суточные интервалы (безопасно ли находиться на территории утром, днем, вечером и ночью). Еще одним важным диагностическим вопросом является детская безопасность: насколько родители готовы отпустить ребенка гулять в этом месте одного.

После серии закрытых вопросов необходимо выяснить основные *ценности и проблемы* территории при помощи необязательных открытых вопросов, поскольку они содержат важную для проектировщиков информацию. С выявленными ценностями при реализации проекта необходимо обращаться максимально аккуратно, поскольку случайное или намеренное разрушение значимых для жителей объектов и явлений (всеми любимой ивы, стихийных воскресных сборов пенсионеров под гармонь и т. д.) может поставить под угрозу весь проект, грозя социальным взрывом. Высказанные в ответах проблемы – это то, что рефлексировается жителями и лежит у них «на поверхности» и показывает наиболее «больные» для горожан места (более системные проблемы этим вопросом выяснить сложно). Обращивать такие вопросы можно следующим образом: при сплошном чтении выделять отдельные мотивы, подсчитывая частотность упоминания каждого; после – кластеризовать мотивы по более крупным категориям и при возможности составить ассоциативные карты проблем и ценностей, показав взаимосвязь отдельных кластеров между собой.

История и личные воспоминания о территории – важные вопросы для понимания смыслового контекста и символической ценности этого места в глазах горожан. «Расскажите, пожалуйста, об истории этой территории» – открытый вопрос, более релевантный для городских территорий (улиц, площадей) и исторических парков, чем для обычных городских парков и скверов. Вопрос нужен для того, чтобы выделить особенности и события, субъективно важные для горожан, а не те, которые эксперты (администрация, краеведы и др.) считают общеизвестными в городе. Также в ответах на этот вопрос встречаются городские легенды и нарративы иного типа (былички, прозвища, паремии, инвективы и пр.), значимые для дальнейшего формирования бренда территории. Важно задавать этот вопрос именно в такой формулировке, поскольку иные («Знаете ли вы об истории данной территории?», «Что вы

знаете об истории данной территории?») вызывают массу нерелевантных ответов типа «да/нет», «много/мало». Некоторых респондентов раздражает этот вопрос, что вызывает ответы вида «Гугл в помощь», однако исследователю очевидно, что реально бытующие локальные нарративы и их интернет-репрезентация с большой вероятностью не совпадают. Тем не менее стоит действительно проверить подобный запрос в интернете, чтобы отфильтровать ответы, скопированные из «Википедии» и с краеведческих сайтов.

Вопрос «Какие у вас есть личные воспоминания, связанные с территорией?» (вариант: «Расскажите о своем самом ярком воспоминании, связанном с территорией») позволяет выяснить сразу несколько важных аспектов: общее восприятие территории горожанами (позитивное, но-стальгическое или негативное, как чего-то опасного и неприятного), утраченные функции территории (их восстановление может быть встречено горожанами с особенной теплотой; кроме того, в форме Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды есть соответствующий пункт), элементы локальной идентичности (городские легенды, былички и иные нарративы) и другие существенные особенности, которые нельзя «достать» другими вопросами.

Также в первый блок добавляются личные вопросы, важные для понимания актуальной ситуации в конкретном месте. Например, если на территории есть уникальный объект (музей, родник, «чудотворный» объект и т. д.), необходимо спросить о его посещаемости. Если у территории есть значимые «конкуренты» в городе – о том, как жители принимают решения о посещении того или иного места. Если сложная транспортная обстановка – о транспортной безопасности вокруг территории и т. д.

Второй раздел: пожелания к территории

В реальности подобные опросы, подготовленные неспециалистами, зачастую ограничиваются вторым блоком, где респондентам задают прямые вопросы о том, что они хотели бы видеть на территории. По факту прогностическая сила подобных вопросов, особенно заданных в контексте прохождения онлайн-анкетирования, весьма невелика: как отмечает Михаил Алексеевский, «результаты подобного рода ис-

следований зачастую оказываются почти бесполезными, потому что при подобной постановке вопроса люди склонны либо говорить банальности, выступая “за все хорошее против всего плохого” (ответы типа “Хочу, чтобы в парке было чисто/красиво/уютно”), либо предлагать какие-то косметические улучшения, мало меняющие суть парка (“Хочу больше скамеек/урн/цветов”)» [Алексеевский, 2015].

Тем не менее совсем отказаться от этих вопросов невозможно хотя бы в силу формальных требований конкурсов по благоустройству. Поэтому наиболее рациональным оказывается расположение этого блока сразу за блоком о текущем состоянии: у респондента уже актуализировались воспоминания о территории, и его желания с некоторой вероятностью окажутся более продуманными. Также важно, что почти все вопросы этого раздела закрытые, но предполагают несколько вариантов ответа, а также вариант «Ничего» и «Другое» с возможностью дописать свое.

В идеале стоит спрашивать горожан не об объектах, которые они хотят видеть на территории, а о функциях, которые она может нести. Однако бывает, что объекты не соотносятся с функциями напрямую (например, функция «читать книгу» не зависит напрямую от объекта «стойка буккроссинга», а арт-объекты не соотносятся буквально ни с какой функцией), поэтому целесообразен вопрос и об объектах. В качестве вариантов стоит перечислять только те объекты/функции, которые возможно реализовать (например, в рамках данного конкурса может быть запрещено капитальное строительство, или по финансовым причинам может быть невозможен фонтан и т. д., поэтому такие объекты не стоит указывать в качестве вариантов выбора).

С точки зрения дизайна опроса важно продумать варианты ответа на вопрос «Что (вариант: какие объекты) бы вы хотели видеть на территории?» Первым вариантом рекомендуется общее благоустройство – ответ типа «Скамейки, урны, освещение (дорожки)», поскольку в подавляющем большинстве случаев это первый из сформулированных запросов. Технически для исследователя этот ответ на вопрос не имеет смысла, поскольку, во-первых, эти элементы и так предполагаются любым проектом благоустройства, а во-вторых, его всегда выбирают 80–90% респондентов. Однако если этот вариант ответа не включить или поставить в середину, то вопрос окажется «замусорен» бесконечными вариациями на эту тему, дописанны-

ми в ответе «Другое», что заметно усложнит обработку. Остальные варианты даются в соответствии с предварительной концепцией и техническими возможностями. Вариант «Другое» обязателен.

Для понимания дальнейшей капитализации территории уместен вопрос о желаемых услугах, а для событийно-культурного наполнения – вопрос о желаемых мероприятиях. Как правило, в список ответов входят творческие, детские, спортивные мероприятия, возможно, ярмарки или массовые праздники, экологические мероприятия – экскурсии, бердвотчинг, акции раздельного сбора и т. д.; культурно-исторические мероприятия – реконструкции, квесты, костюмированные массовые праздники, литературные вечера и т. д. в зависимости от типа территории и возможных устроителей из числа местных сообществ.

Также важен вопрос об антипатиях: «Чего вы категорически НЕ хотели бы видеть на территории после благоустройства?». Он дополняет вопрос из первого блока о проблемах территории в качестве источника данных о «болевых точках» и ценностях горожан. К нему также необходимо привлечь особое внимание проектировщиков (хотя стоит быть готовым к тому, что некоторые ответы на этот вопрос окажутся взаимоисключающими).

Третий раздел: история города и идентичность горожан

Этот раздел важен для понимания более общего городского контекста, локальных нарративов, представлений горожан о своей истории, структуре городского пространства, иерархии различных городских территорий – иными словами, идентичности жителей конкретного города. В идеале такая информация собирается качественными методами, однако в отсутствие подобной возможности наиболее базовые аспекты, а также их относительную распространенность можно выяснить и с помощью такого опросника. В контексте прикладного предпроектного исследования ответы на эту группу вопросов могут помочь проектировщикам сформировать позитивную повестку, основанную на ценностях, актуальных для горожан, воплести в новое пространство узнаваемые символы и аллюзии на уникальные для данного города сюжеты, а не только отталкиваться от высказанных проблем и недовольств.

Вопрос о давности проживания семьи респондента в данном городе показал

себя крайне продуктивным для понимания идентичности жителей: как правило, «укорененность» семей в городе коррелирует с большей погруженностью в локальные тексты, тогда как средняя глубина в 1–2 поколения оказывается связана с субъективно малым количеством информации о городе («Не знаю ничего о городе, я переехал(а) сюда 3/10/25 лет назад») и доминированием в первую очередь «глубоко исторической», книжной информации о давно прошедших эпохах, а не семейного локального знания о том, что и как было в городе на протяжении советского периода. В нашем случае особенно важной оказывалась ситуация, когда семьи большинства респондентов заселили город в момент его основания (если это основание было связано с индустриализацией 20–30-х годов XX века): тогда гордость за свой город оказывается вписана в семейный нарратив потомков «первопоселенцев». Проверить эти наблюдения помогают следующие вопросы раздела.

Вопрос об *уникальности* города и его отличиях от других городов направлен на выявление границы между собой и другими. Ответы на него отражают рефлексию горожан о собственном месте жительства и их ценности: практика показывает, что ценности выявляются скорее этим вопросом, чем вопросом «Чем вам дорог ваш город?», ответы на который почти сплошь сводились во всех изученных нами городах к идее «это моя родина» (поэтому такой вопрос был исключен из опросника). Единственным исключением могут стать новые города, выросшие с нуля за последние годы: как правило, большинство недавно переехавших способно сформулировать, чем именно их привлекло новое место жительства. Часть ответов может отражать не столько ценности, сколько «болевы точки»: горожане таким образом говорят о проблемах (например, «алкоголики, наркоманы, грязь уникальная»), что также необходимо учитывать.

Особенно информативным для понимания общего восприятия города обычно оказывается *ассоциативный эксперимент* – запрос трех ассоциаций с городом. Обрабатывать ответы на него проще всего при помощи визуальных средств (например, программы «Облако слов», которая демонстрирует сопоставительные «веса» каждой идеи). Удобство такой формы вопроса в том, что исследователю фактически не нужен ручной подсчет, поскольку вариативность обозначения одних и тех же феноменов гораздо ниже, чем в обычных

открытых вопросах. После необходимо определить семантические поля нескольких наиболее популярных вариантов ответов, чтобы понять, в каких категориях воспринимают город его жители.

Вопрос об *истории города* направлен на выяснение субъективного восприятия истории и актуализованности у горожан тех или иных исторических эпох в контексте данного места. Иногда в ответах попадают городские легенды. Также важны соотношение данных ответов и пропущенных вопросов и детализированность ответов. Важные выводы можно сделать из сравнения ответов на данный вопрос с ответами на вопрос о давности проживания семьи в городе. Практика показала, что в данном вопросе наиболее успешна формулировка «Перечислите основные вехи истории вашего города», поскольку другие формулировки приводят к избытию «мусорных» ответов («да/нет», «много/мало»).

Для выяснения значимых для горожан *персоналий*, а также для проверки действительной (не)распространенности среди горожан знания о тех или иных знаменитостях, которые важны с точки зрения специалистов (историков, работников культуры и администрации и т.д.), стоит задать вопрос о важных для города людях. Вопрос обрабатывается вручную (респонденты порой указывают одного и того же деятеля в разной форме имени либо с орфографическими ошибками). Несколько лидирующих персоналий необходимо направить местным экспертам за развернутыми комментариями о роли этих людей для города. Часто это местные деятели, информация о которых в открытых источниках почти не представлена (директора заводов, школ, знаменитые на весь город врачи и др.), или же, если речь идет об известных исторических личностях (например, о таких, как В. И. Ленин, С. М. Киров, А. В. Суворов и др.), то их связь с этим местом может быть неочевидной и не вытекать напрямую из их общеизвестной биографии.

Вопрос о том, *куда можно повести иногороднего гостя*, направлен на выяснение списка достопримечательностей, которые горожане воспринимают как внешнюю репрезентацию себя другим (в отличие от вопроса об уникальности и вопроса на ассоциации, которые связаны с образом города «для внутреннего пользования»). Кроме того, этот вопрос позволяет сформировать список доминант и общественных пространств, которые уже сейчас

используются горожанами и могут пригодиться в построении воображаемой карты города. Если этот список заметно отличается от списков на основе ответов на вопросы об «уникальности» и «ассоциациях», это также важная информация для анализа.

Четвертый раздел: социально-демографические характеристики

В этом блоке помимо классических социально-демографических вопросов (пол, возраст, занятия) нужно выяснить информацию, важную для понимания целевых групп проектирования, а также особенности коммуникации с жителями конкретного города.

Необходимым параметром оказывается выяснение наличия в семье *детей*. Варианты ответа включают не просто «да/нет», но и уточнение возраста детей: 0–3 года, 4–7 лет, 8–14 лет, поскольку для каждой из этих возрастных групп необходима своя инфраструктура, и их наличие обуславливает тип времяпрепровождения и мобильность семьи.

Полезно выяснять также официальные и неофициальные *сообщества*, в которые входит респондент: этот вопрос может пролить свет на городские сообщества по интересам и потенциальные целевые группы, которые могли бы заинтересоваться территорией и которые можно было бы привлечь для событийного наполнения или иной помощи в проекте (по меньшей мере, с кем стоило бы собрать отдельную фокус-группу). Вопрос релевантен и в случае подробной полевой работы, поскольку всегда есть опасность упустить кого-то из важных акторов территории, особенно потенциальных. Если сообщество представлено в социальных сетях, необходимо его найти и выявить активистов – как правило, это либо администраторы паблика или группы, либо наиболее частые комментаторы. Установление контакта и сотрудничества с этими людьми поможет впоследствии при проведении дополнительных глубинных интервью и приглашении их и членов их сообществ на фокус-группы и проектировочные сессии, а также будет полезно в качестве наработки социального капитала для поддержки проекта.

Вопрос «Откуда вы узнали об этом опросе?» направлен на проверку каналов коммуникации, которые команда проекта решила использовать для информирования горожан. В список ответов могут входить: ВК-группа самого проекта (если есть), ВК-группы администрации и наибо-

лее «многолюдные» городские паблики, а также паблики, посвященные данной территории, если они существуют (перечислить конкретные), «От друзей или родственников», «Из газет и электронных изданий (перечислить названия)» и др. Вариант «Другое» поможет выявить неучтенные каналы коммуникации.

В последнем необязательном вопросе респондентам предлагается оставить свою электронную почту, если они заинтересованы в информировании о дальнейших событиях. По этим спискам впоследствии необходимо сформировать новостную рассылку, а также адресно приглашать на participative мероприятия (проектировочные сессии, обсуждения проекта и т. д.).

Заключение

В статье рассмотрена методология создания опросника как части комплексного прикладного исследования городской среды, нацеленного на благоустройство определенной территории. Опросник рассматривается как вторая, количественная часть такого исследования, которая разрабатывается на основе качественной полевой работы с применением антропологических методов – включенного наблюдения, блиц-интервью и глубинных интервью, интервью-прогулок, ментальных карт.

Совокупные данные качественного и количественного этапов кладутся в основу разработки проекта благоустройства и востребованы как архитекторами и проектировщиками, так и самими горожанами на мероприятиях по соучаствующему проектированию и иным типам вовлечения жителей в благоустройство. Дело в том, что подобные мероприятия, как правило, не собирают репрезентативной выборки, и данные предпроектного социального исследования могут «дать голос» недостаточно представленным группам и позволить учесть мнения не только присутствующих на сессии, но и тех, кто не смог ее посетить. Репрезентативность такого исследования также не абсолютна, поскольку условия проведения опроса обычно не позволяют сделать полноценную квотную выборку, однако в спектре мнений и взглядов, выявленных в ходе качественного и количественного этапов, как показывает практика, обычно нет значимых лакун.

Предлагаемый опросник состоит из четырех последовательных блоков. Первая часть посвящена самоотчетам респондента

тов об актуальных сценариях использования территории, вторая – пожеланиям горожан относительно будущего благоустройства, третья – идентичности горожан, локальным нарративам и символическому пространству города, четвертая – расширенным социально-демографическим характеристикам, релевантным для понимания социального ландшафта города применительно к возможным стратегиям использования физической городской среды.

Опросник рекомендуется использовать в комплексе, а не в качестве единственного исследовательского метода: во-первых, самоотчеты жителей по поводу времени посещения и стратегий использования территории могут отличаться от реального функционирования этого места; во-вторых, пожелания горожан к благоустройству обычно воспроизводят наиболее очевидные дефициты, не выявляя скрытых и более системных потребностей, а также не давая позитивной повестки; в-третьих, сам опросник (в особенности варианты ответов на наиболее значимые вопросы) строится на основе предшествующих наблюдений и интервью. Однако в совокупности качественные и количественные методы дают всем участвующим в проекте благоустройства сторонам «рельефные» данные о сложившейся социальной ситуации вокруг рассматриваемой территории – как с точки зрения воплощаемых в среде практик и стратегий использования, так и с точки зрения символической ценности, восприятия городского пространства и идентичности горожан.

Источники

- Алексеевский М. Д. (2015) Прикладная городская антропология // Управление развитием территорий. № 1. С. 20–24.
- Веселова Н. В., Вандышев М. Н., Прямикова Е. В. (2017) Об основных векторах развития метода интервью // Социологические исследования. № 1. С. 44–56.
- Запорожец О. Н. (2017) «Мобильные методы»: исследование жизни в движении // Социология: методология, методы, математическое моделирование. № 44. С. 37–72.
- Линч К. (1982) Образ города / пер. с англ. В. Л. Глазычева; сост. А. В. Иконников; под ред. А. В. Иконникова. М.: Стройиздат.
- Методическое руководство по проведению проектных семинаров – публичных встреч с жителями, посвященных выработке общественных заданий на благоустройство территории (2019) Центр территориального развития Удмуртской Республики. Режим доступа: <http://udmurt.center/tpost/sx4aie9pti-metodicheskoe-rukovodstvo-po-provedeniyu>.

- Митин И. И. (2017) Ментальные карты города: история понятия и разнообразие подходов // Городские исследования и практики. Т. 2. № 3. С. 64–79.
- Отчет по результатам социологического исследования: «Набережная, Воткинск» (2019) Исследование Центра территориального развития Удмуртской Республики. Режим доступа: <http://udmurt.center/tpost/u6h7tab-ngm-naberezhnaya-votkinskogo-pruda> (дата обращения: 30.11.2020).
- Санофф Г. (2015) Соучаствующее проектирование. Вологда: Проектная группа 8.
- Семенов А. В. (2019) Корни травы: паттерны низовой городской мобилизации в России. Социологические исследования. № 12. С. 29–37.
- Снигирева Н. (2016) Как вовлечь жителей в проектирование общественных пространств. Методические рекомендации. Казань: Проектная группа 8.
- Снигирева Н. (2017) Рекомендации по организации общественного участия в реализации проектов комплексного благоустройства городской среды. М.: Минстрой России.
- Brenner N. (2009). What is Critical Urban Theory // City. Vol. 13. No. 2–3. P. 198–207.
- Kitchin R. (1994) Cognitive Maps: What Are They and Why Study Them? // Journal of Environmental Psychology. Vol. 14. No. 1. P. 1–19.
- Kuzenbach M. (2003) Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool // Ethnography. Vol. 4. No. 3. P. 455–485.
- Vorobeva O., Manzhula E. (2021) Smartization in Gatchina: A Case of a Russian Town // International Journal of E-Planning Research. Vol. 10. No. 4. P. 1–16.

QUANTITATIVE SURVEY DESIGN IN APPLIED URBAN STUDIES

Olga V. Vorobyeva, MA in Cultural Anthropology, Researcher and Methodologist, Competence Center for Urban Environment and Smart City Development of Leningrad Region; 5 bldg. Letter P 27, Karpovka River Embankment, St. Petersburg, 197022, Russian Federation, tel.: +7 905 286 72 84
E-mail: Helga.sparrow@gmail.com

Abstract. This article is dedicated to methodology of survey design included in a complex applied urban study to support projects developing public spaces. The survey is the second quantitative part of a study design based on qualitative fieldwork involving anthropological research methods, such as participant observation, short interviews, in-depth interviews, go-along interviews, and mind maps. The current version of the questionnaire is a result of several pre-project research cases conducted by the Competence center for urban environment and smart city development of Leningrad region during 2019–2020, with the questions sharpened in different iterations of the survey.

The survey consists of 4 parts. The first part is dedicated to the self-reported usage of the territory; the second to citizens' visions of the future public space; the third to the symbolical urban space, local narratives and the identity of the inhabitants; and the fourth to socio-demographic issues and possible strategies for using the space. Besides the quantitative data, the survey also reveals some qualitative aspects, especially in case of a shortage of face-to-face fieldwork, such as during the lockdown of 2020. The qualitative and quantitative data form the basis of an urban development draft project, providing insight into the social context for architects and the public, who participate in democratic design sessions and other activities.

Keywords: applied research; urban studies; public spaces; public amenities; methodology; survey

Citation: Vorobyeva O. (2021) Quantitative Survey Design in Applied Urban Studies. *Urban Studies and Practices*, vol. 6, no 2, pp. 85–95. (in Russian) DOI: <https://doi.org/10.17323/usp62202185-95>

References

- Alekseyevskiy M.D. (2015) Prikladnaya gorodskaya antropologiya [Applied Urban Anthropology]. *Upravleniye razvitiyem territoriy* [Territory Development Management], no 1, pp. 20–24. (in Russian)
- Brenner N. (2009) What is Critical Urban Theory. *City*, vol. 13, no 2–3, pp. 198–207.
- Kitchin R. (1994) Cognitive Maps: What are They and Why Study Them? *Journal of Environmental Psychology*, vol. 14, no 1, pp. 1–19.
- Kuzenbach M. (2003) Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool. *Ethnography*, vol. 4, no 3, pp. 455–485.
- Lynch K. (1982) *Obraz goroda* [The Image of the City]. Moscow: Strojizdat. (In Russian)
- Metodicheskoye rukovodstvo po provedeniyu proyektnykh seminarov–publichnykh vstrech s zhitelyami, posvyashchennykh vyrabotke obshchestvennykh zadaniy na blagoustroystvo territorii (2019) [Methodological Guide in Democratic Design Sessions–Public Meetings with Citizens Dedicated to Development of Design Assignments for Public Amenities]. Izhevsk: Tsentr razvitiya gorodskoy sredy Udmurtskoy respubliky [Izhevsk: Center of Urban Environment Development in Udmurt Republic]. (in Russian)
- Mitin I.I. (2017) Urban Mental Maps: History of the Term and the Diversity of Approaches. *Urban studies and practices*, vol. 2, no 3, pp. 64–79. (in Russian)
- Otchet po rezul'tatam sotsiologicheskogo issledovaniya: «Naberezhnaya. Votkinsk» (2019) [Report of sociological research “Votkinsk embankment”]. *Issledovaniye Tsentra razvitiya gorodskoy sredy Udmurtskoy respubliky* [Center of Urban Environment Development in Udmurt Republic]. Available at: <http://udmurt.city/sociology#!/tproduct/171230492-1572606900339> (accessed 30 November 2020). (in Russian)
- Sanoff H. (2015) *Souchastvuyushcheye proyektirovaniye* [Democratic Design]. Vologda: Proyekt'naya gruppa 8 [Vologda: Project group 8]. (in Russian)
- Snigireva N. (2016) Kak vovlech zhitel'ey v proyektirovaniye obshchestvennykh prostranstv. Metodicheskiye rekomendatsii [How to involve citizens to public spaces development. Methodical recommendations]. Kazan: Proyekt'naya gruppa 8 [Kazan: Project group 8]. (in Russian)
- Snigireva N. (2017) Rekomendatsii po organizatsii obshchestvennogo uchastiya v realizatsii proyektov kompleksnogo blagoustroystva gorodskoy sredy [Recommendations on Organizing of Public Participation in Complex Urban Development Projects]. M.: Minstroy Rossii [Moscow: Ministry of Construction]. (in Russian)
- Veselova N.V., Vandyshev M.N., Pryamikova E.V. (2017) Ob osnovnykh vektorah razvitiya metoda interv'yuy [On the main developments in the methodology of interviewing]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], no 1, pp. 44–56. (in Russian)
- Vorobeva O., Manzhula E. (2021) Smartization in Gatchina: A Case of a Russian Town. *International Journal of E-Planning Research*, vol. 1, no 4, pp. 1–16.
- Zaporozhets O.N. (2017) «Mobilnyye metody»: issledovaniye zhizni v dvizhenii [Mobile methods: studying the life in motion]. *Sotsiologiya: metodologiya. metody. matematicheskoye modelirovaniye* [Sociology: Methodology, Methods, Mathematic Modelling], no 44, pp. 37–72. (in Russian)