

Разработване, тестване и разпространение на нови методи за събиране на данни за дискриминация спрямо ромите в обществените учреждения (ADinPS)

Проект, финансиран от Европейския съюз
(REC-AG-2019/REC-RDIS-DISC-AG-2019)

**Използване на услуги под прикритие
с цел измерване на дискриминацията
в обществените учреждения**

Ръководство за НПО

Автори: Nikolett Papdi и Agota Scharle



This publication was funded by the European Union's Rights, Equality and Citizenship Programme 2014-2020.

The content of this publication represents only the views of the authors and is their sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.

Проектът „Нови методи в събирането на данни за дискриминация спрямо ромите в обществените учреждения (ADinPS)“ е реализиран между май 2020 г. и февруари 2022 г. от консорциум, ръководен от Центъра за политически изследвания на Централноевропейския университет ([Centre for Policy Studies, CEU](#), Унгария) и включващ Института в Будапеща ([Budapest Institute, BI](#), Унгария), Центъра за междуетнически диалог и толерантност “Амалипе” ([Center for Interethnic Dialogue and Tolerance “Amalipe”](#), България), [ROMEА](#) (Чехия) и [Autonomia Foundation](#) (Унгария).

Проектът имаше за цел да допринесе за борбата с дискриминацията, с която се сблъскват ромите при достъпа си до обществени услуги, посредством разработване, тестване и разпространение на методи за събиране на данни, които да бъдат лесно приложими от НПО и да се използват за редовно и систематично наблюдение на дискриминацията.

По време на проекта три местни НПО - Амалипе (България), ROMEА (Чехия) и Autonomia Foundation (Унгария) - тестваха метода на използване на услуги под прикритие в шест експеримента (по два във всяка страна):

- България: записване в училище, достъп до общински жилища;
- Чехия: записване в училище, наемане на общински помещения;
- Унгария: записване в училище, регистрация на МПС

и получиха данни за дискриминацията, с която се сблъскват ромите при достъпа си до обществени услуги, търсени както чрез онлайн портали, така и чрез лични контакти с доставчиците.

На базата на тестовото използване на метода от трите НПО беше разработено настоящото ръководство.

© Институт за политически анализ, 2021 г., Будапеща.
Настоящата разработка е лицензирана по [CC BY-NC 4.0 license](#).

Проект ADinPS е финансиран от Програмата за права, равенство и гражданство на Европейския съюз (REC) 2014-2020 г.

Съдържанието на настоящата публикация отразява единствено възгледите на авторите и е тяхна лична отговорност. Европейската комисия не поема каквато и да е отговорност за използването на информацията, съдържаща се в нея.

Съдържание

1.	<i>Цел на ръководството</i>	3
2.	<i>Защо и как да се измерва дискриминацията</i>	3
2.1.	Защо е полезно да се измерва дискриминацията?	3
2.2.	Алтернативни методи за измерване.....	4
3.	<i>Използване на услуги под прикритие и етични съображения</i>	5
3.1.	Какво представлява използването на услуги под прикритие?.....	5
3.2.	Етични рискове и стратегии за смекчаване.....	5
3.3.	Загуба на време за обслужване	6
3.4.	Рискуване на неприкосновеността и поверителността на участниците	6
3.5.	Получаване на информирано съгласие и използване на заблуда.....	7
3.6.	Създаване на недоверие на обществено ниво	8
3.7.	Включване на уязвима група: малцинствен етнически произход	9
4.	<i>Планиране на тест</i>	10
4.1.	Избор на услуга за тестване	10
4.2.	Избор на канал за комуникация.....	11
4.3.	Разработване на сценарий.....	12
4.4.	Набиране и подготовка или генериране на аватари	13
5.	<i>Как да осъществите теста</i>	14
5.1.	Избор на размер на извадката	14
5.2.	Съставяне на пълния списък с доставчици на услугата и получаване на данни за контакт	14
5.3.	Защо и как да рандомизирате контролната група	15
5.4.	Планиране на времето.....	15
5.5.	Изпращане на аватарите	16
5.6.	Събиране на данните.....	16
6.	<i>Как се изчисляват и показват резултатите</i>	17
6.1.	Фактори, които могат да повлияят на резултатите	17
6.2.	Индикатори за дискриминация	17
6.3.	Бележка за регресионния анализ	17
6.4.	Създаване на смислени графики.....	18
7.	<i>Допълнителни източници</i>	19
8.	<i>Приложение</i>	20
8.1.	Примерен сценарий за експеримента	20
8.2.	Примерна карта за наблюденията	21
8.3.	Рандомизация.....	22

Използване на услуги под прикритие с цел измерване на дискриминацията в обществените учреждения

Ръководство за НПО

1. Цел на ръководството

Настоящото ръководство има за цел да подпомага НПО, ангажирани със застъпничество за правата на ромите или други дискриминирани групи. Ръководството обяснява защо може да бъде полезно събирането на убедителни доказателства за дискриминация и предоставя практически съвети как да бъдат планирани и осъществявани експерименти, които могат да предоставят такива доказателства. Вниманието е фокусирано върху използването на услуги под прикритие, метод, който е сравнително евтин и лесен за използване.

Методът на използване на услуги под прикритие се основава на употребата на аватари, действащи като потребители на услугите, а ние събираме информацията от техния опит. Дискриминацията се открива чрез сравняване на опита на аватари от групата на преобладаващото население с опита на аватари от дискриминираната група.

Методът има три основни етапа: планиране на експеримента, осъществяване и анализ на данните, като всеки етап изисква определени експертни умения. Етапът на планиране изисква известни познания по статистика, основи на научното наблюдение и добро разбиране на услугата, която трябва да бъде тествана. Етапът на осъществяване изисква известни познания за техниките за събиране на данни и управленски умения. За аналитичния етап са необходими опит в изчистването на данните и познания за инструментите за оценка на противоположното въздействие.

За някои НПО тези умения могат да бъдат присъщи, други може да имат достъп до тях посредством обединяване с партньорски организации. Някои от уменията могат най-добре да бъдат придобити чрез ангажиране на външен експерт. Ако смятате, че може да се наложи да ангажирате външен експерт за аналитичния етап, е важно да го ангажирате още на етапа на планиране. Това е така, защото при този метод внимателното планиране може да направи анализа много по-лесен и доказателствата - много по-надеждни, докато грешките, направени на етапа на планиране, често не могат да бъдат по-късно коригирани.

2. Защо и как да се измерва дискриминацията

2.1. Защо е полезно да се измерва дискриминацията?

НПО, работещи с дискриминирани групи, стават свидетели на дискриминация в ежедневната си работа по правило: те знаят, че има дискриминация и също така знаят какви форми може да приеме. За тях може да не изглежда очевидна ползата от измерването.

Надеждните доказателства могат да бъдат много полезни, когато НПО искат да убедят държавни служители, политици или широката общественост в необходимостта от политически действия. Те могат да бъдат полезни и за убеждаване на спонсорите в необходимостта от дейностите на НПО. Повечето хора имат недостатъчен личен опит с ромите и не са наясно колко често и по какви начини последните могат да се сблъскат с дискриминация, така че са склонни да подценяват проблема.

Показването на примери за дискриминация в медиите или съдебни дела може да бъде много ефективно за повишаване на осведомеността. Въпреки това, за да убедим държавните служители да вложат средства и да реформират съществуващите политики, е по-добре да разполагаме с надеждни цифри: статистически данни и анализи на въздействието, доказващи дискриминация. Ако НПО представят само отделни случаи, политиките винаги могат да ги отхвърлят, заявявайки, че проблемът не е системен и че тези случаи са просто индивидуални грешки на конкретни лица.

Събирането на информация за дискриминацията може също така да бъде полезно за подобряване на модела на дейностите на НПО. Те могат да проверяват дали собствените им възприятия за това къде и как се случва дискриминацията се потвърждават от научния анализ и да адаптират дейността си при необходимост.

Друг аргумент за НПО да провеждат подобни експерименти е, че в много страни никой няма да направи това вместо тях. Правителствените агенции, отговорни за осигуряването на равни възможности, често нямат мотивация и/или капацитет да събират доказателства или се фокусират само върху откриването на дискриминация в частния сектор. Изследванията могат да инвестират в някои задълбочени проучвания, но нямат стимул (нито капацитет) да наблюдават редовно дискриминацията в обществените учреждения.

В настоящото ръководство ще покажем примери за измерване на дискриминацията в общественения сектор, но методът може да бъде адаптиран и към частния сектор.

2.2. Алтернативни методи за измерване

Използването на услуги под прикритие не е единственият метод за измерване на дискриминацията. Алтернативните методи включват:

- анкети, с които директно се питат хората за техните възприятия за дискриминация;
- статистически анализ на действителния достъп до училища, здравеопазване, работни места и други, важни за равните възможности и благосъстоянието.

Тези инструменти са много полезни и могат да предоставят надеждни доказателства, но имат някои недостатъци. Анкетите са скъпи и може да не уловят истинските нагласи сред хората, знаещи, че дискриминацията не е социално приемлива, или да подценят дискриминацията, когато хората са по-малко осъзнати или по-малко чувствителни, за да я забележат. Анализът на действителния достъп до позиции или услуги изисква високи нива на експертност и зависи от наличието на качествена информация за достъп, групова идентичност и други качества, които могат да повлияят на резултатите, но не са пряко свързани с дискриминацията (като напр. местоживеене).

Ситуационното тестване е подобен инструмент, но се използва в малък мащаб с цел доказване на дискриминация в правни случаи ([Rorive 2008](#)).

Сравнено с тези други методи, важно ограничение на използването на услуги под прикритие е, че то е най-подходящо за тестване на дискриминацията в първата фаза на достъп до услугата, тъй като свързаните рискове обикновено са по-високи в по-късните фази на процеса.

3. Използване на услуги под прикритие и етични съображения

3.1. Какво представлява използването на услуги под прикритие?

Използването на услуги под прикритие (или проучване чрез проверка / тест за дискриминация) е специална форма на наблюдение на участниците. Участникът (или аватар) действа като потребител на услугата и тайно наблюдава доставчика на услугата; с други думи, методът включва заблуда. В нашия случай вниманието е фокусирано върху това колко достъпни са услугите и основно ни интересува дали ромите са подложени на дискриминация в това отношение. Участниците следват предварително определен сценарий, който конкретизира техните действия, както и отговорите на възможно поведение и въпроси на доставчика на услугата.

- По отношение на етичните съображения служителите в обществените учреждения и потребителите на услугата се считат за участници в изследователските проекти, но можете да контролирате единствено действията и реакциите на потребителя на услугата;
- Вашата организация, като посредник на обмена между двете страни, носи отговорност да направи изпълнението на предварително договорения сценарий възможно за потребителя на услугата;
- Изключително важно е потребителят на услугата да следва сценария възможно най-точно, за да сведе до минимум етичните рискове и да може да наблюдава потенциално дискриминационно поведение.

3.2. Етични рискове и стратегии за смекчаване

Настоящият раздел посочва етичните проблеми и проблемите със защитата на данните, които могат да възникнат при провеждането на експерименти с използване на услуги под прикритие (ЕИУП) и дава препоръки за това как да бъдат смекчени свързаните рискове стъпка по стъпка, така че да се установят най-добрите практики за НПО.

Таблицата по-долу показва етичните рискове, свързани с всеки канал за комуникация на ЕИУП. След като вземете решение какъв да бъде Вашият канал, се уверете, че сте прочели внимателно и разбирате свързаните рискове и начините, по които можете да ги сведете до минимум.

Таблица 1. Рискове, свързани с използването на различни канали за комуникация

Канали за комуникация	Потенциални етични рискове						Уязвима група
	Загуба на време за обслужване	Неприкосновеност и поверителност		Проблеми със съгласието		Недоверие	
		ПУ	СОУ	ПУ	СОУ		
На живо	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
По телефон	Да	Не	Да	Да	да	Да	Да
По телефон чрез аватар	Да	Не	Да*	Не	Да	Да	Не
Фейсбук/месинджър	Не	Не	Не	Не	Не	Да	Не
Ел. поща/писмо	Не	Не	Да*	Не	Да	Да	Не

Съкращения: ПУ = Потребител на услугата; СОУ = служител в обществено учреждение; Да = да, има риск; Не = нулев или малък риск; * Само в случай на лоши мерки за защита на данните

3.3. Загуба на време за обслужване

За да наблюдавате редовните и обичайни нагласи и поведение на доставчиците на услугата, трябва да планирате сценарии, наподобяващи ситуации от реалния живот. Това изисква използването на известно **време за обслужване**, което може да бъде скъпо. Етичните съображения са по-големи, ако услугата е в недостиг или скъпа за предоставяне.

Можете да намалите този риск, като:

- Изключите услугите, които са особено скъпи, както и всички спешни услуги;
- Планирате възможно *най-кратки* сценарии;
- Се фокусирате върху *обмена на информация*, а не върху реалното използване на услугата;
- Не очаквате от доставчиците на услугата да отговарят на въпроси, които не са тясно свързани с техните длъжности и отговорности. Ограничете въпросите до техните компетенции;
- Намалите сложността на случаите до взаимодействие *само между двама души*.

3.4. Рискуване на неприкосновеността и поверителността на участниците

Дори да използвате фалшиви самоличности за клиентите, при взаимодействие на живо доставчикът на услугата може да разпознае клиента на по-късен етап, което може да повлияе негативно на използването на услугата в бъдеще. Ако взаимодействието има негативни последици за длъжностното лице (например бъде докладвано на началника му) и лицето бъде наказано за поведението си, това може да породи негативни чувства у него към

дискриминираната група като цяло. Съществува и малък риск потребителите на услугата и служителите вече да се познават.

Фалшивите клиенти могат да запомнят имената на служителите и да ги разпознаят в бъдеще, тъй като служителите нямат друг избор, освен да участват в експеримента с истинската си самоличност. И накрая, служителите в обществените учреждения могат да се сблъскат с негативни последици, ако информацията за тяхното поведение бъде разкрита на техния работодател (или на други лица), като например да не получат увеличение на заплатата или да бъдат наказани като пример за останалите.

Можете да намалите тези рискове, като:

- избягвайте контактите на живо при възможност. Използвайте алтернативни канали, като телефон, електронна или обикновена поща;
- не поставяйте лицата в изследването на места, където могат да бъдат идентифицирани от длъжностни лица или обратното (например избягвайте родното им място и мястото на пребиваване);
- анонимизирате данните, предоставени от лицата в изследването, преди да ги анализирате;
- зададете псевдоними на потребителите на услугата, за да осигурите тяхната анонимност;
- ограничете броя на лицата, участващи в обработката на която и да е чувствителна информация, до необходимия минимум;
- не споделяйте каквато и да е чувствителна информация чрез ненадеждни платформи;
- следите кой и кога е осъществил достъп до данните;
- не разкривате каквато и да е лична информация на индивидуално ниво на трети страни;
- не проучвате допълнително индивидуалната работа на служителите в обществените учреждения и не публикувате и не споделяте с доставчика на услугата каквато и да е информация за индивидуалната им работа. Ако и когато информирате доставчика на услугата за изследователския проект, разяснете предварително, че няма да разкривате ничие поведение.

3.5. Получаване на информирано съгласие и използване на заблуда

При експерименти, включващи хора, основно изискване е участниците да бъдат напълно информирани за изследването, но ЕИУП е изключение от общото правило, тъй като се основава на заблуда.

Използването на заблуда в метода на използване на услуги под прикритие е абсолютно необходимо за гарантиране на валидността на резултатите. Първо, служителите в обществените учреждения не трябва да знаят за експеримента, защото ако знаят, вероятно биха променили поведението си, което би нарушило целта на изследването. Второ, потребителите на услугата не трябва да знаят, че експериментът е фокусиран върху етническата дискриминация, защото експериментът разчита на техните наблюдения и ако те знаят какво трябва да наблюдават, е вероятно да го открият. Последното е известно като предубедено потвърждаване. Поради това

истинската цел на изследването, която е измерване на дискриминацията, трябва да бъде скрита от потребителите на услугата.

Потенциални рискове: (1) възможно е потребителите на услугата да се притеснят, когато разберат за истинската цел на изследването и (2) служителите в обществените учреждения могат да се почувстват измамени, ако научат за неволното си участие в изследването.

Можете да намалите тези рискове, като:

- Избягвайте при възможност участието на физически лица като клиенти, избирайки онлайн канали, при които могат да се използват аватари;
- информирайте потребителите на услугата за основните аспекти на проекта, като неговата същност (тайно наблюдение по метода на използването на услуги под прикритие), ролята им на наблюдатели, целта на изследването, която е измерване на ефективността на услугите в обществения сектор. Не им казвайте, че ще наблюдават и за потенциално расистко поведение (за да избегнете предубеденото потвърждаване);
- поискате от потребителите на услугата разговор след приключване на експеримента, с други думи, да ги накарате да осъзнаят истинската цел на изследването, която е измерване на дискриминацията. Тъй като предварително сте ги информирали за основните условия, има много малка вероятност да реагират с гняв или да се разстроят. Информирането им *едва след експеримента* също така гарантира, че събраните от вас данни няма да бъдат предубедени (т.е. това помага да се избегне предубеденото потвърждаване);
- предложете множество възможности за оттегляне от експеримента на различни негови етапи;
- планирайте експеримента по такъв начин, че да отразява ежедневните срещи между потребителите на услугата и доставчиците. Искате да наблюдавате „нормално“ и „обичайно“ поведение, а не да го промените;
- не излагате служителите в обществените учреждения на необичайни или неподходящи преживявания, които не могат да бъдат приети за присъща част от тяхната длъжност и ежедневна работа.

3.6. Създаване на недоверие на обществено ниво

Въпреки че може да е необходимо и оправдано използването на заблуда в даден изследователски експеримент, трябва да сме наясно и да смекчим отрицателните странични ефекти. Заблудата може да засегне общото доверие на обществото в изследванията, когато същите имат различни негативни последици, например може да застраши бъдещи изследователски програми. Това може да породи недоверие към служителите в обществените учреждения, ако / когато бъде оповестено дискриминационното им поведение. И накрая, това може да отслаби доверието между държавните органи, изследователската общност и НПО, особено ако нивото на доверие е вече сравнително ниско.

Можете да намалите тези рискове, като използвате стратегия за разпространение, която

- избягва езика на конфронтация и гарантира, че държавните органи не се чувстват застрашени;
- подчертава потенциалните положителни реакции (напр. възможности за учене и сътрудничество за намаляване на дискриминацията);

- признава всички положителни констатации и инициативи от страна на държавните органи;
- изобразява проблема като често срещано предизвикателство (вместо да го формулира като проблем между „нас“ и „тях“);
- се фокусира върху засегнатите обществени услуги, вместо да прави общи твърдения за дискриминация в обществените учреждения.

От полза може да бъде и информирането на агенциите, към които е насочен експериментът ви (или информирането на централния орган, ако администрацията е много децентрализирана), преди публикуването на каквито и да е резултати и договарянето на времето за публикуване с тях.

3.7. Включване на уязвима група: малцинствен етнически произход

В случай че експериментът ви включва хора с малцинствен етнически произход, горните рискове се увеличават и са необходими допълнителни предпазни мерки. Ако в експеримента участват физически лица, те трябва да бъдат защитени от всякакви вреди по време на експеримента и всякакви по-късни последици от участието им. Освен това експериментът не трябва да подсилва или възпроизвежда стереотипи. Например, ако експериментът включва изпращане на заявка по електронна поща и органът отговори положително с молба подателят да потвърди интереса си, трябва да има последващо съобщение от аватара с обяснение, че вече не се нуждае от услугата (и посочване на основателна причина), в противен случай това може да възпроизведе стереотипа, че ромите не са отговорни.

Може да се наложи да обмислите:

- избягване на контакт на живо;
- използване на псевдоними и избягване на родни места и места на пребиваване, за да се гарантира анонимността и поверителността на участника;
- много задълбочена подготовка на потребителите на услугата за действието под прикритие, с включени сценарии за излизане;
- включване на професионални актьори, а не на непрофесионални доброволци като потребители на услугата (при възможност);
- предлагане на разговор на потребителите на услугата за обсъждане на всякакви лоши преживявания.

4. Планиране на тест

Настоящата глава ви дава насоки за най-важните решения при планирането на експеримент. След като вземете своите решения, е добре да проверите отново дали са възможни подобрения на модела с цел свеждане до минимум на рисковете, изброени в глава 3. Приложението включва конкретен пример за планиране на експеримент.

4.1. Избор на услуга за тестване

Изборът на услугата зависи отчасти от вашите застъпнически цели и от практическите и етичните ви съображения.

Първо, помислете за вашия опит на терен и програма за застъпничество:

- Кои са услугите, при които е забелязана дискриминация?
- Кои са тези, при които ограниченият достъп има дълготрайни негативни последици?
- Правителството наясно ли е със / признава ли дискриминацията при тези услуги?
- Ако откриете доказателства за дискриминация при тази услуга, как ще използвате информацията?

Второ, помислете за осъществимостта на тестването на избраните услуги. Изключете услугите, които са:

- много скъпи или животоспасяващи (напр. бърза помощ)
- задължителни или обикновено инициирани от публичен орган (например ваксинация, редовни здравни прегледи на деца или скрининг за рак на белия дроб при възрастни)
- достъпни за повечето хора, които се нуждаят от тях (за разлика от например общински жилища)
- предоставяни автоматично и при които служителите в обществените учреждения имат много малка или нулева възможност да решат как да реагират на клиента и по този начин не могат да го дискриминират.

Трето, помислете за някои практически въпроси, които ще улеснят тестването:

- Често ли се използва услугата (ще изглежда ли подозрително внезапното увеличаване на броя на запитванията)?
- Може ли да бъде ползвана от лица, които не живеят в населеното място? Актуална ли е за новодошлите?
- Могат ли клиентите да поискат информация за услугата без личен контакт (например по електронна поща, Фейсбук или други уеб интерфейси), така че да можете да изберете кой канал е ефективен за тестване?
- Ако услугата е за деца, можете ли да осъществите теста, без да включвате деца в експеримента?
- Налице ли е обичайно дискриминация, когато лица се обръщат за първи път към доставчика на услугата? Ако дискриминацията се случва главно на по-късен етап (например при общинските жилища или други услуги, където процесът на оценяване

е дълъг и има списък с чакащи), ще бъде много по-трудно тестването чрез използване на услуги под прикритие.

- Ще е необходимо ли задълбочено познаване на населеното място, за да направите достоверно запитване за услугата? Ако е така, това може да увеличи времето и парите, изразходвани за теста.
- Има ли доставчикът на услугата много офиси? Ако има поне 60 местни офиси, това ще ни помогне да генерираме достатъчно наблюдения, без да предизвикваме подозрения.

4.2. Избор на канал за комуникация

След като направите първоначален избор за всички възможни услуги, трябва да помислите за обичайния достъп до тях от широката общественост и дискриминираното малцинство. Дали хората обикновено се обаждат по телефона, пишат на електронната поща или ползват Фейсбук месинджър? Или коментират на страницата на доставчика във Фейсбук? След като разберете кои канали обикновено се използват от доставчика и от клиентските групи, трябва да прецените два основни фактора: цената на използване на канала и риска контактът да изглежда подозрителен/нереалистичен.

Ако каналът е нереалистичен (т.е. ако членовете на общности, обичайно имащи малък достъп до такъв канал, започнат да го използват), доставчикът на услугата може или да стане подозрителен, или да не разпознае искането като идващо от човек в неравностойно положение и може да не отговори по обичайния начин. Този риск може да провали експеримента ви. В същото време някои от обичайните канали могат да бъдат много скъпи и да носят повече етични рискове, както е посочено в Таблица 1.

При преценката на тези фактори е важно да се има предвид, че дискриминацията може да засегне по-широка група, а не само общността, с която работите. Така например може да се окаже, че ромите, идващи от сегрегирана общност, никога не използват електронна поща, но може да има други роми, живеещи в по-интегрирани среди, които често използват този канал за връзка с доставчиците на услугата и стават обект на дискриминация чрез него. Също така използването на онлайн платформи нараства бързо и доставчиците може да са все по-отворени за запитвания, идващи чрез тези канали.

Таблица 2. Практически предимства и недостатъци на основните канали

	Лично (на живо)	По телефон	Фейсбук, месинджър	Електронна поща	С писмо
Трябва да участват реални лица (скъпо)	да	не	зависи	не	не
Лесно създаване на аватар	не	да	не	да	да
Лесно включване на силни маркери*	да	не	да	да	да
Взаимодействие в реално време с клиент/служител: скъпо	да	да	зависи	не	не
Много вероятно е дискриминация	да	да	не	не	не

* маркерите се използват, за да се гарантира, че доставчикът на услугата разпознава аватара като принадлежащ към дискриминираната група.

Таблицата показва, че няма един канал, който да е най-ефективен във всички случаи. Запитванията на живо или телефонните запитвания може би са най-добри за улавяне на дискриминацията, тъй като са по-спонтанни и служителите са по-малко наясно, че отговорите могат да бъдат записани или проследени по-късно. Недостатъкът е, че тези канали се нуждаят от аватари на реални хора, които трябва да бъдат платени (ако са професионални актьори) или добре обучени (ако са доброволци), което е скъпо. Освен това е необходимо много повече време за събиране на същия брой наблюдения¹ в сравнение със съобщенията по електронна поща, които могат да бъдат изпратени до много получатели наведнъж. Електронните пощи имат допълнителни предимства: писмените отговори са по-лесни за анализ чрез автоматизирани методи (което понижава разходите) и дават ясен резултат (има ли отговор или не).

4.3. Разработване на сценарий

След като изберете услугата и правилния канал, трябва да определите **ситуация**, в която можете да наблюдавате взаимодействието между клиента и доставчика на услугата. В идеалния случай ситуацията трябва да бъде:

- относително проста, така че да можем да сравняваме ситуациите, инициирани от различни клиенти, и да измерваме всички разлики в начина, по който доставчикът се справя със ситуацията, но:

¹ Можете да съкратите необходимото време, като включите много аватари, но това ще затрудни тълкуването на резултатите, тъй като аватарите ви ще имат различни личностни черти. В идеалния случай вашите аватари трябва да се различават само в едно отношение: принадлежност към дискриминираната група.

- трябва все пак да има място за преценка (дискриминация)
- отговорът не трябва да изисква много усилия от страна на доставчика на услугата.

Последното съображение е важно за избягване на етични рискове и за улесняване на анализа на резултатите. Най-добре е ситуацията да се отнася до една услуга, да се фокусира върху получаването на информация за услугата (вместо да се правят опити за използване на услугата) и върху често възникващите проблеми.

В повечето случаи е добре да изберете 3 до 4 въпроса, които да зададете, и да използвате въпроси, при които длъжностното лице има някакъв избор как да отговори. За това е важно да разберете дали съществуват закони или правила, уреждащи начина на отговор.

Когато започнете да работите по сценария, може да ви е от голяма полза да намерите надежден вътрешен човек (някой, който работи за доставчика на услугата), който да ви разкаже за типичните взаимодействия и въпроси, с които се сблъскват ежедневно. Тъй като съществува риск вътрешните лица да разкрият експеримента ви, докато той е все още в ход, най-добре е да се обърнете към тях чрез неформални мрежи за подобна информация и ако е възможно, да не им казвате за експеримента или поне да избягвате да споменавате метода на тестване.

След изработване на проекта на сценария трябва да напишете действителните думи, които ще бъдат използвани от аватарите. Важно е да уловите правилния език и тон, така че вашите аватари да изглеждат възможно най-реални и обикновени, в противен случай те ще бъдат разкрити като измамници или няма да предизвикат обичайните форми на дискриминация, които искате да измерите.

За случаите на разговори на живо или по телефона също трябва да планирате как да реагира вашият аватар в зависимост от първоначалните реакции на доставчика на услугата. В тези сценарии трябва да планирате възможност за излизане, т.е. да опишете как този аватар да излезе от ситуацията, ако се почувства зле от случващото се или ако прецени, че не може да продължи да играе ролята на аватара.

4.4. Набиране и подготовка или генериране на аватари

Аватарите трябва да бъдат реалистични и да представляват типичния клиент. За всеки сценарий имате нужда от два типа аватари: един, представляващ преобладаващото население, и един, представляващ дискриминираната група. Важно е доставчикът на услугата да може да види тази разлика много ясно. Това може да се гарантира чрез използване на повече от един „маркер“ или знаци, „показващи“ на доставчика на услугата кой аватар принадлежи на малцинството. Добър маркер може да бъде:

- име или фамилия, които са много по-разпространени сред малцинството, отколкото сред преобладаващото население;
- адрес, свързан с район, за който е известно, че е населен от малцинството;
- снимка, показваща типичен представител на малцинството (например с видимо потъмна кожа или носещ характерна шапка или шал);
- споменаване на името на организация, която ясно работи за/с малцинството (например танцова група или вечерни учители, помагачи на деца в неравностойно положение);
- използване на думи или акцент, типични за малцинствената група и не често срещани в групата на преобладаващото население;

Опишете основните характеристики на вашия аватар и се уверете, че цялата информация, която

ще бъде споделена с доставчика на услугата по време на тестването, съответства на тези характеристики. Така например, ако опишете своя аватар като млада жена от ромски произход с основно образование, тогава всички подробности за „нея“: име, фамилия, домашен адрес, електронна поща, снимка, стил на писане, граматически грешки и т.н. трябва отговарят на този образ.

Във всички случаи е много важно да изберете или създадете аватари, които са възможно най-сходни един с друг и единствената важна разлика между тях е маркерът на характеристиката, която очаквате да предизвика дискриминация. Ако аватарите не могат да бъдат съвсем еднакви (например когато ангажирате реални лица), тогава е важно те да не се различават по начини, които могат да повлияят на доставчика на услугата. Например, трябва да са от един и същи пол и сходни по възраст, външен вид и облекло.

5. Как да осъществите теста

Този раздел ви дава насоки за практическите аспекти на осъществяването на теста. В някои от аспектите може да се нуждаете от подкрепата на външни експерти.

5.1. Избор на размер на извадката

Изборът на размер на извадката и подборът на извадката изискват известни статистически експертни умения, така че консултация може да ви бъде от полза. Когато решавате за размера на извадката (колко доставчици на услугата или техните местни единици да включите в тестването), трябва да имате предвид, че по-голямата извадка подобрява надеждността на резултатите, но обикновено струва повече, както при управлението на процеса на тестване, така и при анализа на данните. В някои случаи извадката е ограничена от организационните параметри на услугата, която искате да тествате: ако например доставчикът има 100 местни единици, няма да можете да имате извадка от 500.

За количествен анализ ще ви е необходима доста голяма извадка. Въз основа на съществуващите емпирични изследвания за надеждна оценка на дискриминацията ще е необходима окончателна извадка от около 300 или повече наблюдения. Размерът на извадката може да бъде малко по-малък, когато се очаква дискриминацията да бъде по-широко разпространена и лесна за улавяне (например при телефонни разговори или срещи на живо), и по-голям, ако се очаква дискриминацията да приеме много фини форми (например в писмени отговори). Освен това, ако използвате електронна поща или писма, трябва да предвидите липсата на отговори, т.е. че крайната извадка от отговори може да бъде много по-малка от броя на изпратените съобщения.

За качествен анализ е необходима по-малка извадка от поне 20 случая може да даде ценна информация.

5.2. Съставяне на пълния списък с доставчици на услугата и получаване на данни за контакт

За да начертаете вашата извадка, ви е необходим пълен списък на местните единици на доставчика на услугата. Ако имате късмет, този списък ще е достъпен на официален уебсайт, като например на министерството, контролиращо дадената услуга. В някои случаи списъкът не е публикуван, но можете да търсите в публична база данни, за да откриете услугата на определени места, които да използвате за съставянето на пълния списък (при възможност посредством някакво автоматизирано решение вместо ръчно копиране и поставяне на всяко едно). Ако пълният списък не е лесно достъпен, може да се свържете с изследователи, неправителствени организации и/или частни фирми, които вероятно вече са правили това за собствени цели и е

възможно да са готови да го споделят или продадат на разумна цена. Или, ако имате добри лични контакти в правителството, можете да поискате списъка от тях.

Ще ви трябва не само името и местоположението на всяко единица, но и тяхната информация за контакт. В зависимост от това кой канал сте избрали да използвате, ще имате нужда от адрес, телефонен номер, електронен адрес, профил във Фейсбук и т.н. Когато има няколко обществени телефонни номера или електронни адреса, трябва да използвате този, който е най-вероятно да бъде използван от действителни клиенти.

В зависимост от начина на получаване на информацията данните за контакт може да не са актуални или да съдържат грешки. Важно е да ги проверите, особено ако искате да използвате електронна поща, тъй като високият дял лоши адреси ще намали крайната ви извадка (а също така ще бъде труден за идентифициране и пропускане).

5.3. Защо и как да рандомизирате контролната група

Методът за използване на услуги под прикритие измерва дискриминацията чрез сравняване на опита на две групи клиенти: дискриминираното малцинство и преобладаващото население (или техни подгрупи). Методът предоставя надеждни доказателства, само когато тези две групи бъдат свързани с доставчици на услуги на случаен принцип, така че да взаимодействат със сходни доставчици. Това гарантира, че всяка разлика в опита им с доставчиците може да бъде приписана на етническия произход (или друга защитена характеристика) на аватарите, а не на конкретния доставчик. За такава рандомизация на първо място ще ви е необходим пълен списък с доставчици на услугата и известна информация за тях, като например местоположение, институционална форма (ако има вероятност тя да повлияе на дискриминацията) и дял на малцинството в местното население или потребителите на услугата.

За да разпределите аватарите по услуги, трябва да разделите извадката на две групи на случаен принцип. В идеалния случай можете да направите това с помощта на статистически софтуер, като същевременно се уверите, че подгрупите имат сходни важни характеристики: напр. съдържат сходен брой местоположения с високи дялове от малцинството. Ако такъв софтуер не е наличен, можете да използвате по-прост метод, например да подредите списъка с местоположения според някаква характеристика, която не може да има каквато и да е връзка с дискриминация, като например първата буква от името на улиците. Първата половина от така изготвения списък ще бъде вашата подизвадка за първия аватар, а втората половина - за втория аватар. Можете да проверите отново дали двете подизвадки са сходни, напр. чрез преброяване на броя на големите и средни градове във всяка от тях (вижте допълнителното обяснение в приложението).

5.4. Планиране на времето

Времето на провеждане на вашия експеримент трябва да бъде съобразено с услугата, която искате да тествате. Някои услуги могат да бъдат достъпни по всяко време на годината или по всяко време на деня, докато други са със сезонен характер. Например родителите обикновено записват децата си в детска градина през септември или януари, докато записването в училище в повечето страни започва през септември, така че запитванията за тези услуги трябва да бъдат планирани преди тези дати. Също така аматьорска танцова група обикновено би потърсила общинско място за представления през лятото. За разлика от горните, запитване за услуги за намиране на работа може да бъде иницирано по всяко време през годината.

След като разработите в детайли ситуацията и разпределите аватарите по учрежденията от списъка, трябва да планирате и времето за връзка с доставчиците на услугите. Ако използвате аватари на живо, е важно и двата аватара да планират своите посещения или контакти приблизително за едно и също време през деня. Ако изпращате съобщения по електронна поща, е добре да го правите на части, а не наведнъж (за да не бъдат уловени като спам), като смесвате аватарите във всички части. Това означава изпращане на първите 20% от съобщенията на всички

аватари в понеделник и вторите 20% във вторник, а не изпращане на първите 40% от съобщенията на първия аватар в понеделник и след това същото за втория аватар във вторник.

5.5. Изпращане на аватарите

Когато ангажирате реални хора за експеримента, е необходимо да ги обучите: те трябва да разбират главната цел на експеримента, сценария, както и какво да наблюдават и как да докладват.

Когато ангажирате аватари на живо, трябва да ги подготвите и за събиране на информация за случващото се. Това може да стане чрез попълване на кратка карта за наблюденията веднага след напускане на доставчика на услугата. В приложението е дадена примерна карта за наблюденията.

Когато използвате съобщения по електронната поща, не забравяйте да използвате новосъздадените акаунти в продължение на няколко дни преди извършването на теста: изпратете и получите няколко съобщения от тях. Това намалява риска съобщенията ви да попаднат в папката за спам.

5.6. Събиране на данните

Методите за събиране на информация за отговора на доставчика на услугата зависят основно от използвания канал за комуникация. При контакти на живо или по телефона информацията трябва да бъде записана от аватара в картата за наблюденията. Технически можете да записвате разговорите с помощта на скрит микрофон, но това би нарушило правата за неприкосновеност на персонала на доставчика на услугата, така че не е препоръчително.

Ако използвате писмена комуникация (социални медии, уеб чат, електронна поща и т.н.), отговорите могат да бъдат лесно събрани. Те обаче трябва да бъдат кодирани, т.е. описани по отношение на измерваните показатели, а това може да отнеме много време при получаване на много отговори. Проектирането на картата с кодовете също изисква известен аналитичен опит.

Преди да кодирате отговорите, е важно първо да премахнете етническите маркери (имена, електронни адреси и т.н.), така че кодиращите да не бъдат повлияни от тях. Това е особено важно при кодиране на качеството на отговора, което може да включва известна лична преценка. Поради същите причини е добре двама отделни души да кодират субективните променливи: това може да бъде използвано с цел премахване на систематичното повлияване, идващо от личността на кодиращия. Ако включите опитен експерт в аналитичната фаза, е най-добре да му предоставите кодовете и на двамата (всички) кодиращи.

При кодирането е препоръчително да използвате няколко индикатора, описващи качеството на отговорите: брой на отговорите (с изключение на съобщенията за грешки), скорост на получаване на отговор (измерена в работни дни), брой на отговорите на въпросите, услужливост и любезност на отговора и т.н. Въпреки че някои от тях включват субективна преценка, в някои случаи само тези показатели улавят дискриминацията и можете да спестите време, ако кодирате няколко качества в първия етап, вместо да се връщате към етапа на кодиране, след като не бъде открита дискриминация при „твърдите“ показатели.

6. Как се изчисляват и показват резултатите

Ако вашите извадки са били правилно определени и сте разпределили аватарите по учрежденията на случаен принцип, дискриминацията може лесно да бъде изчислена чрез сравняване на средните стойности на крайните резултати на двете групи. Например, ако сте изпратили съобщения по електронната поща и вашият ромски аватар е получил отговор от 76% от доставчиците, а не-ромският ви аватар от 83% от тях, разликата от 7% (83-76) се дължи на дискриминация. Настоящият раздел обяснява няколко проблема, които могат да усложнят този прост подход: трябва да се справите с тях, за да сте сигурни, че резултатите ви не са повлияни.

6.1. Фактори, които могат да повлияят на резултатите

Резултатите ще бъдат повлияни или изопачени, ако подгрупите на доставчиците, отговарящи на вашите аватари, се различават по начини, свързани с дискриминационно поведение. Това може да се случи, ако разпределянето на аватарите по доставчиците не е било напълно случайно, както и ако е имало систематична разлика между аватарите при извършването на тестовете. Например, ако един от аватарите е посетил доставчика сутринта, а другият е отишъл там следобед, това може да повлияе на резултата. Или ако единият аватар изпрати съобщенията си по електронната поща в четвъртък, а другият ги изпрати в петък, последният може да получи по-малък процент отговори.

6.2. Индикатори за дискриминация

Дискриминацията може да се прояви в много форми. На практика е полезно да се съсредоточим върху разликите в отговорите, които могат да възпрепятстват достъпа до услугата, като време на изчакване, количество детайли, точност на предоставената информация или тон на гласа, който може да обезкуражи клиента от заявяване на услугата.

Например, когато правите запитвания по електронната поща, можете да използвате следните индикатори:

- Брой на отговорите (с изключение на съобщенията за грешки);
- скорост на получаване на отговор (измерена в работни дни);
- брой отговори на въпросите;
- услужливост и любезност на отговора.

При контактите на живо можете да добавите допълнителни аспекти на поведението на длъжностните лица, като например:

- търпение на длъжностното лице
- превишаване на необходимия минимален отговор
- подозрителност/ предположение, че има нещо съмнително в искането.

6.3. Бележка за регресионния анализ

Ако по някаква причина разпределянето на аватарите по доставчиците не е било случайно или процентът на отговорите е много нисък или неравномерен, може да се използва регресионен анализ за откриване и, до известна степен, коригиране на изопачените резултати. Ако например по-големи местни единици са по-склонни да отговорят, а също е и по-малко вероятно да дискриминират, простото сравнение на резултатите между аватарите би обрисувало твърде положителна картина. Това може и трябва да бъде коригирано чрез регресионен анализ. Този анализ изисква статистическа експертиза.

6.4. Създаване на смислени графики

Препоръчително е използването на графики, изобразяващи разликите в резултатите на аватарите по лесно сравним начин, например лентова графика, където можете да видите резултатите непосредствено един до друг. Използването на други визуални формати, като инфографики на видеоклипове, може значително да повиши ефективността на вашите усилия за разпространение.² Създаването на ясни и убедителни графики изисква известна експертиза или опит, така че може да е добре да ангажирате външни експерти, ако нямате такива умения.

² Например, това видео представя експеримент с чужденци, свързващи се с футболни клубове (достъпно на <https://youtu.be/GGkQWiuTmXo>), което достигна до много по-широка аудитория от академичната статия, на която се основава (Gomez-Gonzalez 2021).

7. Допълнителни източници

- Adman, P. and Jansson, H. (2017) 'A field experiment on ethnic discrimination among local Swedish public officials.' *Local Government Studies*, 43:1, pp. 44-63, DOI: <https://doi.org/10.1080/03003930.2016.1244052>
- Ahmed, A. and Hammarstedt, M. (2008) 'Discrimination in the Rental Housing Market: A Field Experiment on the Internet.' *Journal of Urban Economics* 64(2):362-372, September 2008, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jue.2008.02.004>
- Bartoš, V., Bauer, M., Chyřilová, J. and Matějka, F. (2016) '[Attention discrimination: Theory and field experiments with monitoring information acquisition.](#)' *American Economic Review*, 2016
- Bertrand, M. and Duflo, E. (2017) 'Field experiments on discrimination.' In: *Handbook of economic field experiments*, 2017 – Elsevier, DOI: <https://doi.org/10.1016/bs.hefe.2016.08.004>
- Bradbury, M. D. and Milford, R. L. (2016) 'Measuring Customer Service: Georgia's Local Government Mystery Shopper Program.' *State and Local Government Review*, 35, 3, pp. 206-213, DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0160323X0303500306>
- Butler M. D., and Crabtree C. (2017) 'Moving Beyond Measurement: Adapting Audit Studies to Test Bias-Reducing Interventions.' *Journal of Experimental Political Science* 4, pp. 57-67
- Einstein, K. L. and Glick, D. M. (2017) 'Does race affect access to government services? An experiment exploring street-level bureaucrats and access to public housing.' *American Journal of Political Science* 61(1), pp. 100-116
- Gaddis S. M. (2018) 'An Introduction to Audit Studies in the Social Sciences.' In: Gaddis S. (eds) *Audit Studies: Behind the Scenes with Theory, Method, and Nuance. Methodos Series (Methodological Prospects in the Social Sciences)*, vol 14. Springer, Cham, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-71153-9_1
- Gomez-Gonzalez, C., Nessler, C. and Dietl, H.M. (2021) 'Mapping discrimination in Europe through a field experiment in amateur sport.' *Humanities and Social Science Communications* 8, 95, DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00773-2>
- Hemker, J. and Rink, A. (2017) 'Multiple dimensions of bureaucratic discrimination: Evidence from German welfare offices.' *American Journal of Political Science* 61(4), pp. 786-803
- Simonovits, G., Simonovits, B., Vig, Á., Hobot, P., Németh, R. and Csomor, G. (2021) 'Back to "normal": the short-lived impact of an online NGO campaign of government discrimination in Hungary.' *Political Science Research and Methods*, pp. 1-9
- White, A. R., Noah N. L. and Faller, J. K. (2015) 'What Do I Need to Vote? Bureaucratic Discretion and Discrimination by Local Election Officials.' *American Political Science Review* (February), pp. 1-14

8. Приложение

8.1. Примерен сценарий за експеримента

Този експеримент тества дискриминацията при записване в училище, която е много актуална за ромската общност. Услугата се предоставя от училищата и може да бъде тествана на местно ниво, тъй като директорите на училища обикновено разполагат с известна свобода на действие, когато решават кого да приемат в училището си. В настоящия експеримент контактът с училищата става по електронната поща, която може би не е най-типичният канал, използван от родителите, но не е и необичаен (и вероятно е станал по-широко използван по време на пандемията).

Извадката (т.е. училищата от общия списък, с които решаваме да установим контакт) включва училища, в които делът на учениците в неравностойно положение е под 40 % и изключва такива, в които има много малко деца в неравностойно положение, живеещи в района на училището. Извадката трябва да включва поне 500 училища (или повече при възможност).

Има четири аватара: родители от ромски/неромски произход с основно образование и родители от ромски/неромски произход със средно образование, които се свързват с училището за информация. Ако е малко вероятно ромите с по-ниско образование да използват електронната поща, може да бъде използвана алтернативна настройка: неформален наставник на семейството, който влиза в контакт с училището (за родители от ромски и неромски произход с основно образование).

Ромските маркери са фамилното име на майката и името на детето. Родителят/менторът пише на училището, като задава шест въпроса, някои от които са необходими за достоверното звучене на писмото, а други - за генериране на вариации в отговорите. В повечето от зададените въпроси се посочват някои правителствени разпоредби, но училищата прилагат свои собствени правила. Последният въпрос касае безплатната храна, която се предоставя от общината, но училището вероятно разполага с информация за това. Това е особено добър тест, ако училището полага усилия да бъде полезно.

Съобщението, изпратено по електронната поща от аватари от средната класа, е следното:

Уважаеми г-н/г-жо директор [поздрав, съобразен с пола на директора]

Казвам се [много често срещано неромско/ромско име от средната класа]. Бих искала да се преместя във вашия квартал, тъй като сестра ми живее там и отглежда трите си деца сама. Тя има нужда от помощ и реших, че бихме могли да се справяме по-лесно, ако живея близо до нея. В момента работя в дом за стари хора (вече четвърта година) и бих искала да намеря подобна работа след преместването си. Големият ми син ще отиде в интернат през есента, но по-малкият тъкмо ще е навършил 6 години и бих искала да намеря училище за него близо до новия ни дом. Това е причината да ви пиша. Бихте ли ми помогнали, като отговорите на въпросите ми? Какъв е крайният срок за кандидатстване? Кога и как можем да кандидатстваме във вашето училище? Какъв е дневният график на училището: кога децата могат да се приберат вкъщи следобед? Задължително ли е оставането до 16 часа? В кой клас започва изучаването на чужди езици? И накрая, може ли детето ми да получава безплатна училищна храна (например, ако майката е самотен родител)?

Моля да ми помогнете да намеря добро място за [често срещано име от средната класа за момчета] и да отговорите на въпросите ми.

С уважение,

[много често срещано неромско/ромско име от средната класа]

Резултатите от експеримента могат да бъдат измерени с няколко индикатора: процент на отговорите, брой въпроси, на които е отговорено, тон на отговора или споменаване на бариери и т.н.

8.2. Примерна карта за наблюденията

Карта за наблюденията при посещение на живо в държавно или общинско учреждение.

При възможност картата трябва да бъде попълнена от аватара веднага след посещението.

КАРТА ЗА НАБЛЮДЕНИЯТА

Аватар:

Местоположение:

Дата:

Час на влизане в държавното учреждение:

Час на излизане от държавното учреждение:

Работно време в деня на посещението:

Аспекти за наблюдение

Обстоятелства

1. Колко души чакат в учреждениято и колко места за сядане има за чакащите?
2. Топло ли е?
3. Колко време остава до края на работното време/обедната почивка?
4. Някакви други обстоятелства, които биха могли да повлияят на поведението на администраторите?
5. Каква е обичайната процедура за работа с чакащите клиенти: клиентите теглят номер при пристигането си? има човек, който разпределя клиентите по служителите? други?
6. Има ли охрана на входа? Ако да, къде е той (наблюдава влизащите на входа, разговаря с работниците в кафенето и т.н.) в момента на влизане?
7. Има ли служители от ромски произход (рецепционист, охрана, администратори, работник в кафене) в учреждениято? Ако да, какви?

Други клиенти

8. По време на посещението има ли (други) клиенти от ромски произход в офиса или извън него? Има ли някаква видима, забележима характеристика на присъствието им (брой, поведение, облекло и т.н.), която може да ги отличава от клиентите от неромски произход?
9. Имаше ли взаимодействие между други клиенти от ромски произход и някой от служителите от офиса? (Това изисква известно време, прекарано в наблюдение, преди началото на взаимодействието в офиса.)

Администратор / служител

10. Какъв беше администраторът? Мъж или жена, на 20-30 години, на 40-50 години или над 50; изглеждаше ли да е от дискриминираното малцинство (напр. с видимо увреждане) или пък с различна прическа /облекло от обичайното официално облекло?

Качество на вашето собствено взаимодействие

11. Какво или кой ви помогна да се ориентирате? Табели, охрана, друг клиент?
12. Как бихте описали помощта, предоставена от офиса (поздрав, услужливост, начин на предоставяне на информацията, метакомуникация и т.н.)

13. Колко дълго трябваше да чакате?
14. Беше ли разбираемо казаното от администратора (т.е. разбираемо за лице, което не е запознато с официалните процедури)? Как реагира той или тя, когато поискахте допълнителни обяснения?
15. Имаше ли позоваване на вашия ромски произход (ако да, какво) или някаква отрицателна или положителна разлика в начина, по който администраторът подходи към вашия случай?
16. Общи впечатления.

Съдържание на собственото ви взаимодействие

17. От кого и каква информация получихте в офиса (относно вашия случай):

(от кого:)..... (каква информация:).....

(от кого:)..... (каква информация:).....

(от кого:)..... (каква информация:).....

18. Имаше ли въпрос, на който служителят не ви отговори?

19. Защо не ви отговори?

8.3. Рандомизация

За да разберете как да разделите извадката на случаен принцип, представете си експеримент с училища. Имате малки и големи училища, някои от които държавни, а други - частни. Как да ги разделите на две групи (една, с която да се свърже аватарът от ромски произход, а другата – аватарът от неромски произход)? Кой от тези методи ви дава извадка на случаен принцип?



Първият метод (а) изглежда да е на „случаен“ принцип, но всъщност не е: той не гарантира, че училищата от която и да е част на списъка ще имат приблизително равен шанс да бъдат избрани в една или друга подгрупа. Вторият метод (б) гарантира горното, но не е достатъчно прецизен, тъй като извадката е много малка. Последният метод (в), наречен стратифицирана извадка на случаен принцип, е най-надежден в случая.

Рандомизираната извадка е важна. Ако двете подгрупи се различават по начин, включващ дискриминация, резултатите от експеримента няма да бъдат надеждни, а повлияни. Например ако големите училища дискриминират по-малко, метод (а) на групиране ще покаже по-малка

дискриминация, ако аватарът от ромски произход бъде изпратен в лявата подгрупа, и по-голяма дискриминация, ако същият бъде изпратен в дясната подгрупа (включваща повече големи училища). Ако имате много по-голям брой училища (или знаете от наличните изследвания, че размерът на училището не влияе на дискриминацията), (б) е също надежден метод за разделяне на училищата.