

Лекция Ю.А. Кабанова АО теме Качественные методы

Методы анализа и стратегии исследования – это абсолютно разные вещи. То, что Вы провели интервью, например, это совершенно не значит, что Вы провели какой-то осмысленный анализ, к сожалению. Вы провели интервью, то есть Вы собрали какой-то массив данных. Вот представьте себе, если Вы работаете по количественной логике, Вы говорите: «Я собрал табличку, но я с ней ничего не делал, вот она у меня есть». Примерно так же это выглядит, когда Вы просто берет интервью и дальше никак с ним не работаете. Внутри кейса, соответственно, внутри case-study у нас могут быть совершенно разные методы сбора анализа данных. Все, что Вы сегодня упомянули, может быть частью аналитического инструментария либо связанного со сбором данных, либо с анализом данных. То есть в рамках case-study, например, мы действительно можем использовать интервью, мы можем использовать опросы, мы можем использовать какие-то вещи, связанные с этнографией, фокус-группами, естественно, с анализом документов и в том числе, мы можем использовать статистику. Например, если Вас интересуют факторы явки избирателей на выборах в Санкт-Петербурге, и Вы там используете опрос социологический и проводите регрессионные модели. Это тоже будет case-study, просто метод у Вас будет внутри зашит в количественные по сбору и анализу данных. Важно это не путать. Дальше, что важно? Когда мы с Вами говорим, что у нас есть какое-то количество кейсов, надо опять-таки, что мы с ними делаем, и для чего они нам нужны, это к вопросу об исследовательском вопросе. Первый вариант, чтобы описать какой-то объект. То есть мы про него ничего не знаем, мы не понимаем, как к нему подступиться и как его вообще изучать, соответственно, мы идем в это поле и делаем то, что называется thick description какого-то конкретного кейса, чтобы описать этот объект, может быть, он новый для нас. Если же мы идем туда уже с более научной целью, в логике causal inference, то у нас есть 2 варианта: либо мы хотим проверить теорию или проверить какие-то гипотезы. То есть у нас уже есть какая-то теоретическая рамка, мы формулируем на ее основе гипотезы, мы понимаем, как их нужно проверять, идем, изучаем этот кейс и смотрим, подтверждается теория или нет. Ну самое логичное, когда у нас есть теория, проверенная на одном случае, и мы ее проверяем на другом случае. В этом логика такая, научная верификация. Принцип верификации заключается в том, что нам нужно постоянно подтверждать одну и ту же теорию с новыми кейсами или опровергать, такое тоже может быть. И второй вариант – создать новую теорию, то есть, когда у нас в результате нашего кейса складывается некая модель. Когда мы идем с теоретической точки зрения довольно пустые, но в результате case-study мы можем сформулировать какую-то гипотезу, какую-то теорию. Более-менее все первые теории, конечно же, основаны на наблюдении и на анализе каких-то закономерностей. Это даже там, не знаю, в физике, все эти истории про то, что яблоко упало, отчего оно упало, монетка упала с Пизанской башни, отчего она упала и с какой скоростью, это все тоже в этой логике идет. То есть мы приходим, видим какие-то закономерности, формулируем какую-то модель и пытаемся дальше ее проверить. Уже эту новую теорию мы переносим на другой кейс. Что идет дальше? То есть мы определили, зачем нам нужен кейс, сколько нам этих нужно кейсов, дальше нам нужно определить, какие это будут кейсы. И критериев выбора кейсов очень много. Есть довольно большие толстые книжки, которые посвящены методологии case-study, и там довольно много разных стратегий отбора кейсов. Если кратко, это Вам нужно скорее для курсовых работ, недостаточно там написать, что я

изучаю Россию потому, что я живу в России, мне интересна Россия. Нам, конечно, интересна Россия или мне интерес Петербург, это мой родной город. Да этот интерес понятен, но с точки зрения научного знания, общенаучного знания, этот кейс должен добавлять что-то в общую научную логику. Ну, например, какой смысл изучать какого-то конкретного комара? А когда Вы изучаете много разных комаров, например, передачу какой-то атопической болезни, и Вы говорите: «нет, ну этот комар, мы с ним прям сроднились, и мы будем этого комара изучать». А почему именно его? Ну вот, потому что он мне уже как будто бы родной почти что. Это не подойдет. Если эта логика нам на уровне естественных научных дисциплин понятна, то на уровне социальных наук это, к сожалению, не всегда просто ощущается нами. И в этом смысле действительно нужно определять, почему этот кейс важен.

Вот здесь на слайде Вы можете видеть разные варианты того, как можно определять кейсы. Ну, например, *typical* – это самый типичный кейс. В логике того, что, если Вы можете, например, себе линию кейсов, которые распределены по каким-то шкалам. У нас есть X, у нас есть Y, то самый центральный, самый нормальный кейс будет самым типичным, он дает нам какую-то хорошую репрезентативность. То есть, это самый такой средний и понятный. Есть другие варианты. Мы можем взять логику, например, *diverse cases*, тогда мы, наоборот, берем из этого континуума 2 самых крайних случая. Когда у нас есть 2 показателя, X и Y у нас разные, соответственно у нас есть 2 кейса, находятся в значении 0:0 и в значении 1:1. Получается так, что это *diverse cases*. У нас есть то, что называется *extreme cases*, *deviant cases* это более-менее про аутистов. То есть нам действительно интересны случаи, которые выбиваются из некоторой такой общей логики. У нас есть кейсы, которые называются *influential*. Опять-таки, это скорее количественная логика выбора кейсов.

Если Вы понимаете, что такое влиятельное наблюдение, Вы наверняка уже знаете, у Вас были кол. методы. Влиятельные наблюдения – это те, благодаря включение которых в модель, модель начинает более-менее работать. То есть, например, я однажды проводил исследование, неважно какое, и у меня получалось все, как предсказано в модели. У меня, например, все факторы, которые я в гипотезы включал, они все работали прекрасно, но как только я убрал Москву, то модель у меня перестала работать. Это значит, что Москва была очень влиятельным наблюдением, и она брала на себя очень большую долю объяснительных факторов. Соответственно, она мне общую модель мешала сделать, но я потом мог сделать из нее отдельный кейс и объяснить, почему именно так.

Но, и конечно, есть логика *most similar* и *most different*. Это еще с Джона Стюарт Милли идет, это логика различий, логика сходств, когда у нас есть несколько кейсов. В чем разница? *Most similar cases* это когда мы берем с Вами два кейса, которые по всем условно независимым переменным одинаковы, но они отличаются по одной независимой переменной и по исходу. То есть, у нас есть два абсолютно идентичных кейса, но у них разные исходы и при этом, у них есть 1 независимая переменная, которая разная. И у нас есть основания полагать, что именно эта переменная (раз все остальные одинаковые) влияет на исход. И таким образом, мы можем строить некие казуальные механизмы. В идеале, конечно, такие случаи очень редко где найдешь. Мы живем в социальном мире, который очень сложный, но логика здесь такая. А *most different* наоборот, кейсы очень разные, они по всем переменным отличаются, кроме одной, и при этом у них одинаковый исход. То есть у них одинаковы исход, одна переменная, которая

их объясняет, и все остальные переменные разные. Это тоже дает нам основания полагать, что именно эта переменная повлияла на то, что у них один и тот же исход. Это как бы разные варианты, я потом просто пришлю Вам какие-то, может быть, статьи на этот счет, чтобы Вы более подробно про это прочитали, потому что понятно, за один сегодняшний семинар трудно все это уместить.

Ну, и наконец, последнее здесь про case-study, это то, что нам важно определить дизайн уже непосредственно того, что мы делаем с кейсами. Если мы делаем внутрикейсовый анализ, то нас интересует один кейс. Логика НУГа, как ее Александр Юрьевич формулирует, это скорее Cross-Case analysis, когда у нас есть много случаев, мы их пытаемся сравнивать. Есть еще логика внутри случая, Илья говорил про Process-Tracing, это как раз Within-Case (внутри кейса). Давайте теперь посмотрим на следующие методы, я здесь пока просто перечислил методы и определил условно на анализ мнений, на анализ ситуаций и немного вкратце про каждый подход расскажу. Смотрите, действительно, многие из нас работают с текстами. Значит, если Вы пишете в курсовой или другой работе анализ текста, к сожалению, это не подходит, потому что непонятно, какой анализ текста Вы используете. Анализ текста – это традиция, которая идет с самых древних времен, и у нас есть довольно много методик, как мы этот текст можем анализировать. Здесь необязательно использовать качественные или количественные методы, то есть, можно использовать и те, и те. Условно, есть метод герменевтический, который идет еще с интерпретации библейских текстов, что нужно понимать текст, объясняем целое через части и части объясняем через целое. Герменевтический круг используют, например, философы, политические философы. Ну и на самом деле, многие интерпретивисты могут в том числе считать себя какими-то такими герменевтиками в этом смысле. Дальше у нас идет интерпретация, связанная с дискурс-анализом. Дискурс-анализ, особенно критический дискурс-анализ – здесь важно, что это не просто пересказ текста. У нас есть довольно много разных методик дискурс-анализа и, как правило, особенно если речь идет о критическом дискурс-анализе, то, во-первых, мы должны учитывать контекст, потому что дискурс — это текст + контекст. И во-вторых, наша методика, особенно в критическом дискурс-анализе, должна отражать какие-то властные отношения, которые представляются в этом тексте. Ну, например, у нас есть критический анализ, как с помощью дискурса сильные группы доминируют над слабыми группами. То есть нужно понять сначала контекст, в котором было это высказывание, потом форма, в которой было обобщено это высказывание. Третье, это само высказывание и его направленность. У нас есть критический дискурс-анализ Шанталя Муфф и Лакло, который определенно другим образом деконструирует. Там логика идет как бы деконструкции текста и вычленения каких-то структур, которые, например, нам показывают что-то про дискриминацию, про какие-то отношения к разным группам и так далее. Если вы решили использовать дискурс-анализ, он для Вас важен, то просто берете методологию и ее применяете. То, что я сказал про Муфф, это только варианты, там полно всего: методы анализа символической политики, и чего там только нет.

Дальше качественный и количественный контент анализ, это любимые методы не только студентов, но и всех более-менее исследователей. Не знаешь, что писать – пиши контент анализ, это стандартная логика. Контент анализ, есть такой метод, действительно, он есть и качественный, и количественный. Но! Здесь опять-таки важно понимать, что у него есть определенная процедура. Просто пересказ текста не работает. Я подробнее расскажу про него чуть позднее.

Самый продвинутый анализ текста – это Text mining, когда у Вас есть большой корпус текстов, несколько тысяч, может миллион этих текстов, Вы с помощью методов уже машинного обучения, с помощью алгоритмов компьютерных вычлениваете разные направленности этого текста. Таким образом, например, анализируются отношения к органам власти, к разным этническим группам. Вот у нас одна лаборатория в Вышке занимается активно текст майнингом, где они показывают некое тематическое моделирование.

Базовая вещь, что важно? Первое, когда Вы анализируете документы, нужно определить корпус текстов, это самое главное. Корпус текста должен быть полным, то есть он должен полностью покрывать Ваш объект исследования. Дальше мы выбираем, какую-то конкретную методику. То есть Вы говорите, что я сторонник дискурс-анализа, тогда Вы должны сказать, какого конкретно дискурс-анализа, и как конкретно этот метод позволяет Вам вычленивать эти смыслы. Чтобы все понимали, насколько те выводы, которые Вы получили, насколько они укладываются в некоторую логику мысли. Потому что понятно, все качественные методы, как и количественные, могут оспариваться, но я придерживаюсь такой традиции, мне кажется, что это правильно и так далее, тому подобное. Следующее – это, собственно, определение кодирования смыслов, то есть, каким образом Вы переводите текст, какие-то конкретные высказывания или слова в концепты, которые Вам нужны для анализа.

Вот, например, это конкретная методика контент анализа. Первое, мы определяем корпус текста. Например, это документы. Дальше мы определяем категорию, что Вас интересует в этих документах. Например, Вы хотите понять, как фреймируется ситуация с коронавирусом в этих документах. Мне пришла идея в голову, когда я смотрел, что в разных официальных документах регионов по-разному пишут, например, «режим повышенной готовности» и прочее, прочее. Особенно это заметно в дискурсе политиков, разные интерпретации того, что происходит. Дальше мы определяем единицу анализа. Если у Вас количественный контент анализа, то мы, конечно, больше говорим про слова. Например, как часто употребляется слово «коронавирус». Либо для Вас единицей анализа является тема, соответственно, Вы кодируете конкретно тему того или иного куска текста. Ну, и наконец, если Вы про качественный контент анализ говорите, то это может быть и весь текст в целом. Вы сравниваете между собой разные выступления или разные новости из СМИ. После этого создается определенный протокол кодирования, Вы четко прописываете, особенно когда у нас есть некий исследовательский проект, то нам нужен такой протокол кодирования. То есть, мы понимаем, что в определенную категорию будут относиться такие-то слова или такие-то смыслы. Или, например, вот так мы кодируем отрицательные отношения к чему-либо, а так мы кодируем положительные отношения. Могут быть разные варианты. После этой системы кодов мы начинаем кодирование. Либо мы кодируем каждый текст одним значением, либо у нас будет в каждом тексте несколько кусочков, которые будут закодированы по-разному. Ну, и наконец, мы уже проводим анализ. Опять-таки на этом у нас ничего не заканчивается. Когда должны провести анализ: либо мы выявляем некие паттерны, если это количественный анализ, то там все довольно просто, мы проводим частотный анализ, но это проще сказать, чем сделать. Мы проводим частотный анализ, мы можем временную какую-то шкалу построить. То есть, нас, например, интересует, как часто употребляется то или иное слово во времени или в пространстве то же самое может происходить. Если же мы говорим про качественный контент анализ, то, как правило, мы говорим про некие тенденции. Опять-

таки, здесь уже включается интерпретация, но чем строже Вы подойдете к этому вопросу, тем строже Вы будете относиться к процедуре вот именно собирания информации, тем более фундированы будут ваши, даже качественные какие-то интерпретивистские выводы. Это что касается анализа текста.

Что касается «анализа мнений», что я условно назвал. Могут быть разные варианты. Интервью, когда мы говорим с одним человеком, фокус-группы или опрос. У них базовая вещь связана с тем, что интервью – метод сбора данных, так же как фокус-группы и опрос. То есть, нам, как я уже и сказал, после этого нужно закодировать данные и обработать их. Опять-таки, что у нас возникает, какая проблема или общая задача, если мы говорим, что мы все с Вами будем делать интервью? Во-первых, у нас возникает проблема, связанная со сбором. По идее интервью должно быть репрезентативным. Трудно этого добиться, потому что люди, у которых берут интервью, это представители каких-то элит, и сделать полностью репрезентативную выборку трудно. Но есть методы, которые позволяют эту репрезентативность повышать, метод снежного кома и прочие методы. Вторая проблема это, собственно, концепты и вопросы, которые Вы используете. Но начнем с вопросов. Во-первых, они должны быть понятными, и они не должны наводить интервьюера на какой-то ответ, который Вас интересует. Есть определенная история, связанная с зависимыми переменными и независимыми. По идее Вы должны эти моменты держать в голове. У Вас есть, условно, вопросы, которые отвечают на зависимые переменные, то есть как раз про тот исход, который Вам интересен. Есть вопросы, которые отвечают на независимые переменные, могут быть вопросы, отвечающие за контекст. Вопросы должны быть понятными, и они не должны содержать ответ в себе, не должны наталкивать к тому ответу, которого Вы ждете. Вторая проблема – концепции. Можно привести следующий пример: когда я изучаю электронное участие, мало кто понимает, что такое электронное участие. Я сам не всегда могу понять, что это значит, а если я приду к представителю органу власти и спрошу, как у Вас развивается электронное участие, то вряд ли я получу тот ответ, который вообще был понятен и адекватен, потому что для многих органов власти этот термин не существует, они используют другие слова. И важно понимать, как эти концепты, которыми Вы оперируете в своей теории, они, условно говоря, переводятся на язык профессиональных тех людей, у которых Вы берете то или иное интервью. Это очень важно, чтобы вопросы для интервью были понятны для респондентов.

Следующий этап это кодировка и анализ. И здесь, опять таки, применяются выбранные Вами методики анализа текста, потому что интервью это ничто иное, как текст. У Вас также идёт дальше кодировка, для этого есть специальные программы, можно вручную кодировать, но в целом, это та же самая процедура, как если бы Вы кодировали средства массовой информации или документы. И анализ, все инструменты, которые можно использовать, они все применимы, это может быть дискурс анализ, это может быть статистика просто, если Вам интересно, как часто применяется то или иное слово в определённом контексте. Есть более продвинутые технологии, типа когнитивного картирования, но я не буду сейчас на ней подробно останавливаться, но можете просто в интернете почитать. Это, условно, когда мы составляем карту мышления того человека, которого Вы спрашиваете, то есть, как в её или его голове выстраиваются причинно-следственные связи относительно какого-то события или явления. Это если кратко. Ну и наконец, «анализ ситуаций». Здесь можно упомянуть включённое наблюдение, это графический подход или экспериментальный метод. Но мы вряд ли будем использовать

такие методы, они не совсем вкладываются в тематику нашего НУГа. Но здесь важно, опять таки, что на этапе определения дизайна нужно определиться с теми условиями, в которых проходит либо наблюдения, либо этнография, либо эксперимент. Я читаю литературу, где пишут, что это методы самые трудно верифицируемые, потому что, например, съездил кто-то куда-то в какое-то племя и что-то там обнаружил. И непонятно, это он обнаружил, потому что он так интерпретировал или он это обнаружил, потому что сам подтолкнул к этому своим участием и так далее. Важно четкое определение условий, в которых происходит процесс наблюдения или эксперимента. А второе это, собственно, сбор эмпирических данных, который сопровождается разными методами.

Ну и последние две штуки. Первое это Process tracing. Про него я Вам советую прочитать статью Маргариты Андреевны Завадской и Михаила Сергеевича Турченко, которую они публиковали в Полисе на русском языке, называется она «Казуальный механизм vs нагромождение фактов». Это метод, который позволяет внутри одного кейса построить причинно-следственные связи. Очень часто этот метод сравнивают с поиском, например, убийцы в каких-нибудь детективах. Вы собираете какие-то кусочки доказательств и потом выстраиваете какую-то логическую цепочку, и каждое звено цепочки является следствием и причиной чего-то, и, соответственно, все это является необходимым или не достаточным условием, и Вы эту цепочку проверяете на данных и выводите какую-то казуальность. То есть вы не просто описываете кейс, вы не просто пересказываете, что происходило, а Вы действительно выстраиваете какую-то цепочку причин и следствие и можете её проверить.