

*Кылышбаева Б.Н.*

## КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ В ИССЛЕДОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ

*B.N. Kylyshbaeva*

### HIGH-QUALITY METHODS IN IDENTITY RESEARCH

УДК: 392.7

*Идентичность изучают с помощью качественных методов, направленных на раскрытие внутренних причинно-следственных связей, мотивов, поведения, позволяют выявлять работу культуры в формировании идентичности и повседневных социальных практик. Специфика качественных исследований заключается в том, что она нацелена на выявление повторяющихся форм человеческих взаимодействий, их понимания и смысла. Полученная таким образом информация о глубинных мотивах дают адекватное представление ее рефлексивности индивида по поводу своей идентичности.*

*Identity is studied by using qualitative methods which are aimed to reveal internal connections of causes and consequences, motivation, behavior. Qualitative methods allow to analyze the activity of consciousness, identify the work of culture in shaping identity and everyday social practices. Information obtained by the qualitative methods provides an adequate representation of its individual reflexivity with regard to its identity.*

Впервые понятие идентичность было использовано в психологии, где впервые его применил З.Фрейд для обозначения процесса и результата эмоционального самоотождествления индивида с другим человеком, группой, образцом. У К.Ясперса идентичность как «сознание Я» представляет собой чувство деятельности, осознание собственного единства и Я, отличное от мира. Позже, подробнее идентичность, особенно его кризис исследовал Э.Эриксон. У него идентичность выступает как чувство, процесс и структура, конфигурация. Эриксон обратил внимание, что итогом подросткового возраста становится более или менее оформившееся представление у человека о себе как о целостной личности, в чем-то схожей с другими, в чем-то отличной. В процессе утверждения в понятийном аппарате понятие идентичность подверглось теоретическому осмыслению, благодаря которому было разделено на персональную идентичность и социальную идентичность. Социальная идентичность предполагает, что человек определяет себя не только как конкретную личность, но и как члена многих социальных групп. В этой логике базовыми структурами социальной идентичности являются гендерная идентичность (основывается на половой принадлежности) и этническая идентичность (основывается на этнической принадлежности). Обе эти структуры базируются на "природной" предопределенности, но в дальнейшем связываются с принадлежностью к различным социальным группам.

В условиях многогранности и многомерности современной жизни практически стало невозможно

создать универсальные описания и объяснения понимания идентичности. Идентичности в современном мире не могут описываться и изучаться на основе принципов, сложившихся в сфере классического знания, так как они обладают новыми характеристиками, которые не могут быть осмыслены в рамках классического подхода.

Исследование идентичности на эмпирическом уровне в основном применяет качественные методы. Методология качественных исследований, обладает, по мнению многих исследователей, значительным эвристическим потенциалом, и, наиболее отвечает поставленной цели, в первую очередь потому, что предполагает индуктивное развитие исследовательской мысли «от субъекта к теории», от живого материала к концептуальным обобщениям. Теоретическим фундаментом качественных методов являются феноменология Э. Гуссерля, "социология повседневности" А. Шюца, этнометодология Г. Гарфинкеля, символический интеракционизм Дж. Мида, Ч. Кули, Томаса, социальный конструктивизм П. Бергера и Н. Лукмана.

Качественные методы в социальных науках корнями уходят в феноменологическую традицию и социальный конструктивизм, где исходным пунктом является тезис о социальном конструировании реальности. Идея социального конструирования подчеркивает деятельностный характер усвоения опыта. Субъект не только воспроизводит социальный порядок, но и может разрушать. С одной стороны, социальные отношения являются объективными, потому что индивид их воспринимает как внеположенную данность, но, с другой стороны, они являются субъективными как социально конструируемые каждодневно. Социальная реальность подвержена трансформации как внутренней, так и внешней. Исследователь может выступать внешней причиной изменений представления респондента о его реальном мире или может повлиять на внутренние процессы развития личности, которые могут привести к изменениям в его реальности. Это с неизбежностью ставит вопрос об объективности и беспристрастности исследователя и полученных результатах. Несколько столетий продолжают дебаты по этому поводу, тем не менее, ученые продолжают получать новые знания с учетом особенности качественных методах. На рефлексии по поводу собственной идентичности субъекта исследования, накладывается интерпретация и восприятие исследователя. Результатом этого взаимодействия является новое представление о социальной реальности, которое до этого могло отсутствовать у

каждого из участников исследования в отдельности и именно это новое представление является предметом анализа в качественном социологическом исследовании. В качественных методиках большое место уделяется позиции и влиянию исследователя на субъект познания.

Качественные методы исследования идентичности - интеграция социологических методов качественного исследования, проективных психологических методов, социально-психологических стандартизированных методов. Основные методы: включенное наблюдение, глубинное интервью, нарративное интервью, свободная беседа, фокус группа, case-study, автобиография, история семьи, ассоциативная методика, рисуночные тесты, семантический дифференциал и др. Исследователь также может использовать различные дополнительные источники информации, включая дневниковые записи, письма, газеты, журналы, книги, видео- и киноматериалы;

Социально-психологические исследования при качественном и количественном подходах различаются стратегиями: по теоретико-методологическим основаниям, по логике и фокусу анализа, по исследовательским целям и задачам, по основным методам и стилю исследования.

Качественные методы не противопоставляются количественным методам исследования, но и не являются их дополнением или формой пилотажа. Выбор метода определяется целями и задачами исследователя, а так же глубиной изученности проблемы. При выборе методов исследования следует исходить из следующих сравнительных характеристик. Качественные методы не дают большого массива, основаны на индукции, позволяют сделать более глубокий анализ, дают максимальную возможность для свободной генерации новых идей, а также возможность изучать респондентов, которые в более формальной ситуации не поддаются изучению.

Однако, существует большая вероятность субъективизма в анализе, сложность анализа полученных данных, необходимость участия профессиональных исследователей. Существует вероятность давления коллег и лидеров. Если в фокус группе есть «лидер» с сильным мнением, то его «заводящие» рассуждения повлияют на мнение/выражение мнения других участников группы.

Наиболее часто применяемой является фокус-группа. Фокус-группа - представляет собой групповое фокусированное полустандартизированное интервью, проходящее в форме групповой дискуссии и направленное на получение от участников субъективной информации о том, как они воспринимают различные явления. При проведении фокус-группы необходимо соблюдать следующие требования. Материально-техническое оснащение должно включать: список вопросов, карточки с именами для участников дискуссии, демонстрационную доску, маркеры, бумагу, видеокамеру

или другие записывающие устройства для стенографирования. Для успешного проведения фокус-группы модератору необходимо приготовить список вопросов для организации групповой дискуссии. Функция наблюдателей - фиксировать все происходящее во время групповой дискуссии. Затем вместе с модератором обрабатывают результаты проведенной групповой дискуссии.

К другим требованиям, которые необходимо выполнить относятся следующие:

1. организация места и времени проведения фокус-групп;
2. обеспечение необходимого технического оснащения;
3. критерии отбора (рекрутирования) участников;
4. подготовка топик-гайда;
5. выбор методических приемов в зависимости от планируемого уровня обсуждения получаемой информации;
6. подготовка материалов, необходимых для использования конкретных методик;
7. обработка и интерпретация данных;
8. формы представления результатов.

Важно выбрать время - вечернее или в выходные дни, чтобы респонденты были отдохнувшие и сытые, возможно до работы предложить им чай или кофе. Помещение - просторное, с соответствующей мебелью. Как правило, для достаточно эффективного проведения фокус-группы используется специальная фокус-комната, которая оснащена аудио- и видеозаписывающей аппаратурой. Часто такая комната бывает оборудована зеркалом Гезелла (специально тонированным стеклом, имеющим эффект односторонней видимости), разделяющим ее со смежной звукоизолированной комнатой, из которой возможно наблюдение за ходом дискуссии, а также его необходимая корректировка.

При проведении фокус группы ход дискуссии фиксируется на аудио или видео носители, затем производится анализ транскриптов. Итоговой частью проведения фокус группы является процесс транскрипта полученной информации с последующим написанием аналитического отчёта, составляемый путём интерпретации, содержательного анализа, контент-анализа, инвент - анализа и других приёмов. Конечным продуктом проведения фокус группы является отчёт с выводами и рекомендациями.

Особое внимание следует уделить составлению вопросов для интервью. Поскольку длительность стандартной фокус-группы составляет от полутора до двух часов, считается правильным подготовить около четырех или пяти вопросов. Обсуждаемые вопросы должны располагаться в следующем порядке: по сложности и существу – от простого и «размытого» к сложному и более конкретному; по эмоциональной окраске – от позитива к негативу. После подготовки списка вопросов обычно проду-

мывается подробный сценарий проведения фокус-группы.

Рекрутируются как правило, от 6 до 8 человек, специально отобранные и приглашены для исследования. Возможные критерии отбора - социально-демографические, статусные, материальные и т.д. характеристики, связанные с задачами исследования. Исключаются неконтактные и неуравновешенные люди. Наиболее распространенный способ рекрутирования - "снежный ком". Работа респондента в фокус-группе оплачивается или отмечается подарком. Качество рекрутирования участников фокус-группы во многом определяет успех исследования. При планировании и проведении фокус-группы выделяют пять этапов: вступление, фоновые вопросы, основные вопросы, дополнительные вопросы, окончание дискуссии. Необходимым условием эффективного качественного исследования

является создание исследовательской группы и активное взаимодействие всех ее членов между собой на всех этапах исследования.

Качественные исследования можно определить как тип исследования, в котором наблюдаемые формы поведения соотносятся с поведенческой логикой (стратегиями) объекта изучения, включая значения, придаваемые этим действиям. Специфика качественных исследований заключается в том, что она нацелена на выявление повторяющихся форм человеческих взаимодействий, их понимания и смысла с точки зрения объекта исследования. Полученная таким образом информация о глубинных мотивах, осознания «Я» дают адекватное представление ее рефлексивности индивида по поводу своей идентичности, ее становлении и трансформации.

**Рецензент: д. соц. н. Бектурганов К.**

---