

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ТЕХНІЧНІ, ЯКІСНІ ТА КІЛЬКІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАКУПІВЛІ

Предмет закупівлі: Консультаційні послуги з аналізу контексту й дискурс-аналізу в регіоні Південно-Східна Азія (Послуга з проведення дослідження: культурне середовище та локальні контексти (Індія) в рамках проекту "Підсилення голосу України у світі", фінансованого МФ "Відродження"

Мета дослідження

Визначити та узагальнити дані щодо локальної інфраструктури сфери культури, соціально-політичних, історичних та культурних контекстів, питань ідентичності, корінних народів, інших важливих локальних культурних феноменів, а також чутливих тем та соціокультурних явищ в **Індії**. За наявності в респондентів попереднього досвіду взаємодії з Україною/українцями, дослідити ставлення до України, сприйняття української культури та можливостей співпраці з Україною у сфері культури.

Отримані дані буде покладено у основу подальшого ґрунтового та якісного планування напрямів, проєктів та форматів роботи Замовника, представників сфери культури і дипломатичної служби України у відповідних країнах.

Основні висновки дослідження буде опубліковано та розповсюджено серед фахових спільнот та широкого загалу.

Завдання дослідження

- З'ясувати особливості функціонування локальної інфраструктури у культурній, академічній сферах та сфері громадянського суспільства, специфіку функціонування інституцій (державних та недержавних) та тенденцій у зазначених сферах (зокрема, які особистості, події, проєкти, інституції тощо визначають розвиток цих сфер на даний час, які є припущення щодо розвитку цих тенденцій у коротко- та середньостроковому майбутньому) в **Індії** (далі також – досліджуваній країні).
- З'ясувати особливості суспільно-політичних, історичних та культурних контекстів та публічного дискурсу в досліджуваній країні, зокрема, особливості національної та регіональних ідентичностей, інші регіональні особливості, політики щодо корінних народів і етнічних спільнот та їхні права, особливості колоніальної історії та її сучасного прочитання, інші важливі культурні феномени та чутливі для внутрішньої аудиторії досліджуваної країни теми, пов'язані з особливостями історичного досвіду, а також теми чи уявлення, які впливають на сприйняття України та розвиток культурної співпраці з нею.
- Сформулювати найбільш перспективні культурні сфери, тематики та напрямки, в яких може працювати Замовник або інші українські культурні агенти з місцевими загальнодержавними/локальними акторами у культурній, академічній сферах та сфері громадянського суспільства в досліджуваній країні.

Країна дослідження: Індія.

Профіль цільової аудиторії (досліджувана аудиторія) (далі - ЦА):

- *Культурні менеджери/експерти/діячі* – представники культурних інституцій та культурних середовищ з глибокими знаннями та досвідом роботи у сфері культури цільової країни з акцентом на представленості наступних мистецьких сфер:
 - Музика (академічна та популярна)
 - Візуальне мистецтво (в т. ч. цифрове)
 - Кіно
 - Перформативні мистецтва (танець та театр)
 - Література
- *Академічна та аналітично-дослідницька спільнота* – представники академічних установ (в першу чергу, зацікавлені у розвитку на своїй базі українських або регіональних (східноєвропейських) студій та/або запровадження курсів вивчення української мови) та дослідники в університетах, аналітичних центрах тощо, зосереджені на вивченні культурологічного, антропологічного, соціологічного аспектів у сфері культури досліджуваних країн.
- *Дипломатичне співтовариство* – представники дипломатичної служби: а) послы, культур-аташе, співробітники посольства, відповідальні за питання культури, досліджуваної країни в Україні – чинні та колишні; б) послы, культур-аташе, співробітники посольства, відповідальні за питання культури, України в країні дослідження – чинні та колишні (по одному представнику з кожного боку). До участі в дослідженні повинні запрошуватись спочатку чинні послы (або делеговані ними для участі в інтерв'ю співробітники посольства), у разі неможливості досягти з ними домовленості самостійно Виконавець може звернутись з проханням щодо сприяння до Замовника. Колишні дипломати повинні обіймати необхідну посаду не більше, ніж 10 років тому.
- *Представники інституцій культурної дипломатії іноземних держав у досліджуваних країнах* – зокрема, йдеться про представників [організації кластера EUNIC](#) або подібних, що здійснюють програмну/проектну діяльність у досліджуваних країнах та можуть прокоментувати особливості цієї роботи та виклики, з якими вони стикаються.
- *Представники громадянського суспільства та медіа* – публічні інтелектуали, лідери думок, правозахисники, журналісти тощо, які знаються на питаннях, що стосуються сфери культури, соціально-політичного контексту та інших особливостей публічного дискурсу досліджуваної країни.
- *Представники української діаспори* – громадяни/постійні мешканці цільової країни, які беруть активну участь в організації громадського життя діаспори та/або пов'язаних з Україною культурних подій у цільовій країні та є представниками **щонайменше однієї** з вищезгаданих спільнот.

Методи збору та аналізу інформації:

1. **Основний метод збору даних** – напівструктуровані глибинні експертні інтерв'ю (далі – ГІ) з представниками ЦА. Орієнтовна тривалість інтерв'ю – 1-1,5 години. ГІ проводяться відповідно до узгодженого з Замовником опитувальника для якісного інтерв'ю, що містить узгоджений перелік тем і тематичних блоків, які потрібно розкрити, у вигляді основних та додаткових питань (з простором для уточнень). Результатом проведення ГІ є аудіозапис та його текстові розшифровки мовою оригіналу (мовою проведення інтерв'ю).

У разі відмови респондента говорити під запис, результатом вважатимуться максимально деталізовані **письмові нотатки**. Нотатки не повинні бути абсолютно дослівним відтворенням слів респондента, однак повинні містити всю отриману від нього присутню інформацію максимально наближено до оригіналу. Узагальнений, тезовий виклад думок респондента можливий як додатковий інструмент аналізу, але не замінює детальні нотатки.

2. **Додатковий метод збору даних** – аналіз вторинної літератури: відкритих джерел (академічна література, медіаматеріали, вебсайти державних органів, неурядових організацій, проєктів тощо) 1) перед проведенням ГІ: для попереднього занурення в тематику дослідження, щоб на самих ГІ інтерв'юер(и) могли ставити уточнюючі питання, орієнтуватись в контексті того, про що говорить респондент тощо; 2) після проведення ГІ: для верифікації названих респондентами подій, проєктів, явищ, осіб, інституцій тощо, зокрема, шляхом онлайн-пошуку чи додаткового запиту на уточнення до самого респондента, для якомога точнішого і ілюстративнішого представлення отриманої інформації та надання коротких інформаційних довідок про названі респондентами події, проєкти, явища, особи, інституції тощо у фінальному аналітичному звіті. Також, аналіз релевантних відкритих джерел використовується нарівні з результатами ГІ для відповіді на поставлені в дослідженні завдання при написанні фінального тексту звіту.
3. **Основний метод аналізу отриманих результатів** – якісний контент-аналіз текстових розшифровок аудіозаписів інтерв'ю/текстів нотаток; робота з іншими первинними і вторинними джерелами.

Відбір та підготовка інтерв'юерів та координаторів дослідження

Дослідницька команда Виконавця має складатись з аналітиків (аналізують отримані матеріали та пишуть фінальний аналітичний звіт (див. вимоги до нього у Розділі II)), інтерв'юерів (безпосередньо проводять інтерв'ю з респондентами) та координатора, відповідальних за документацію, комунікацію та технічний супровід проєкту. За потреби, декілька ролей можуть виконуватись одними і тими ж людьми, наприклад, аналітики можуть бути одночасно і інтерв'юерами, оскільки після проведення етапу кабінетного дослідження краще розумітимуться на тематиці ГІ і зможуть ставити релевантні уточнюючі питання. За умови, що різні ролі виконують різні люди, вони зобов'язані інструктувати одне одного з тією ж метою, що описана вище. Кваліфікаційні вимоги до інтерв'юерів та аналітиків передбачають досвід проведення подібних досліджень, вільне володіння відповідною мовою (англійською та/або іншими мовами, якими спілкуються респонденти у відповідних країнах) для вільного спілкування з респондентами, обізнаність з політичними та культурними особливостями досліджуваної країни та специфіки комунікації з окремими професійними ЦА (в т. ч з представниками владних інститутів та дипломатичного корпусу).

РОЗДІЛ I. Основні стадії та процедури дослідження

1. Кабінетне дослідження перед польовим етапом

Під кабінетним дослідженням перед польовим етапом мається на увазі аналіз відкритих джерел (академічна література, медіа матеріали, вебсайти державних органів,

неурядових організацій, проєктів тощо), для попереднього занурення в тематику дослідження, коректнішого укладання опитувальника, а також сутнісного наповнення фінального звіту відповідно до поставлених завдань.

2. Укладання інструментарію дослідження

2.1 Укладання опитувальника для проведення ГІ

Для проведення ГІ Виконавець у співпраці з Замовником укладає та погоджує опитувальник. Такий опитувальник має бути розрахований на розмову тривалістю 1-1.5 год з кожним респондентом. Структура опитувальника має відповідати завданням дослідження, описаним вище.

Доречно розширювати окремі блоки питань уточнюючими питаннями для різних підгруп ЦА, залежно від їхньої спеціалізації (наприклад, представникам української діаспори та українського дипломатичного корпусу у досліджуваній країні буде доречно ставити більше питань про досвід взаємодії місцевого населення з українцями, досвід втілення проєктів, пов'язаних з Україною, сприйняття України тощо; при інтерв'юванні ж місцевих культурних менеджерів більшу увагу вартує приділити тому, що вони можуть розповісти про локальну інфраструктуру сфери культури).

Таким чином, опитувальник має бути адаптований під підгрупи ЦА та специфіку досліджуваної країни.

Виконавець зобов'язується переходити до проведення ГІ тільки після фінального погодження опитувальника.

2.2 Укладання інформованої згоди (далі – ІЗ)

З огляду на дослідницьку етику та плани Замовника в подальшому публікувати основні висновки з дослідження, існує потреба укласти інформовану згоду для респондентів. В ній має зазначатись, що респондент(ка) дає згоду на використання змісту ГІ та окремих його/її цитат в узагальненому вигляді, або з зазначенням його/її імені, прізвища та посади. Якщо респондент бажає залишатись конфіденційним, про це має бути зазначено у відповідній графі інформованої згоди. Якщо респондент не має змоги підписати інформовану згоду перед початком проведення ГІ, текст згоди зачитується під запис інтерв'юером перед початком проведення ГІ, і респондент дає усну згоду. З огляду на майбутню публічність результатів дослідження, важливо отримати чітку згоду або бажання лишатись конфіденційним від кожного респондента.

2.3 Укладання листа респондентам

В такому листі має зазначатись, що респондент запрошується до участі в дослідженні, яке робиться Виконавцем на замовлення Українського інституту, має бути надано короткий опис мети, методології та інших необхідних деталей щодо дослідження. Також цей лист має попереджати про майбутню публічність дослідження та ведення запису під час ГІ як умови його проведення. Також має бути зазначено, що за бажання респондент може лишитись конфіденційним. Текст листа має бути погоджений з Замовником перед початком комунікації з потенційними респондентами.

2.4 Укладання бази потенційних респондентів

Планова структура вибірки респондентів

В межах досліджуваної країни дослідження має охопити:

Підгрупи ЦА	Кількість інтерв'ю
Культурні експерти/менеджери/діячі по секторах: музика (академічна та/або мейнстримна (популярна)), візуальне мистецтво, кіно, перформативні мистецтва (танець та/або театр), література	5-7
Академічна та дослідницько-аналітична спільнота	2-3
Представники дипломатичного корпусу	2
Представники іноземних інституцій культурної дипломатії, котрі працюють у досліджуваних країнах	2-3
Представники громадянського суспільства та медіа	2-4
Представники української діаспори	2-3
Всього:	17-21

Обґрунтування розміру та структури вибірки

Виконавець може варіювати вибірку у межах запропонованого обсягу – 17-21 респондент – виходячи зі специфіки країни чи потреби збалансувати представлені підгрупи ЦА, збільшити/зменшити кількість респондентів у конкретній категорії відповідно до таблиці після погодження з Замовником (однак не менше 17). Загальна структура фінальної вибірки та будь-які її зміни мають бути обґрунтовані та погоджені із Замовником. Обираючи респондентів, слід обов'язково дотримуватися збалансованості не лише по ЦА, а й по секторах культури. Зокрема, в межах підгрупи ЦА “Культурні експерти/менеджери” валідною вважатиметься вибірка, яка включатиме експертів в усіх сферах, що цікавлять Замовника, а саме: музика (академічна та/або популярна), візуальне мистецтво, кіно, перформативні мистецтва (танець та/або театр), література. На противагу цьому, вибірка, де відверто переважатимуть представники однієї сфери, валідною не вважатиметься. Виходячи зі специфіки досліджуваної країни, Виконавцю важливо застосовувати і додаткові критерії збалансування, зокрема географічний (запрошувати експертів з різних міст/регіонів/представників організацій різного географічного спектру діяльності), гендерний (прагнути до рівної представленості чоловіків та жінок серед респондентів), критерій досвіду (ті, що давно і плідно співпрацюють з Україною та ті, які мають дотичний досвід та бажання розвивати співпрацю або не мають досвіду взагалі), організаційний (представники державних та недержавних, комерційних та неприбуткових організацій).

Джерела формування бази потенційних респондентів

Для реалізації дослідження Виконавець самостійно здійснює пошук респондентів, використовуючи зазначені нижче та інші доступні джерела.

- База контактів Виконавця.
- Відкриті джерела (платформи, довідники, сайти інституцій тощо).
- Метод «снігової кулі»: збір рекомендацій та контактів від респондентів, залучених у дослідження після завершення інтерв'ю.

Усю комунікацію з такими потенційними респондентами Виконавець веде самостійно.

- Складений у форматі бази даних перелік потенційних респондентів у кожній досліджуваній країні має бути погоджений із Замовником до початку комунікації та досягнення домовленостей з ними. Перелік потенційних респондентів має бути орієнтовно вдвічі більшим за фінальну кількість інтерв'ю, аби в разі відмови або відсутності відповіді від одних потенційних респондентів у Виконавця була змога оперативного звертатись до інших. Щодо кожного респондента фіксується така інформація: ім'я та прізвище (українською та мовою оригіналу/латиницею), фах, посада, місце роботи, контактна інформація, місто проживання, мова спілкування, джерело рекомендації/контактної інформації, коментарі та рекомендації щодо організації взаємодії в ході дослідження (за потреби).

3. Польовий етап дослідження

Організація взаємодії з респондентами та проведення ГІ

Безпосередня організація та проведення інтерв'ю за допомогою засобів проведення онлайн-зустрічей з використанням відеозв'язку для максимального відтворення умов безпосереднього діалогу, або особисто. У разі технічної неможливості чи особистих переваг особливо цінного респондента, допускається запис аудіо/телефонного інтерв'ю (бажано, аби таких інтерв'ю було не більше 5 на всю вибірку). Перед інтерв'ю необхідно поінформувати респондента щодо процедури інтерв'ю, правил його проведення та прав учасника опитування, отримати його інформовану згоду на участь в інтерв'ю за встановленим зразком (пріоритетно – шляхом підпису інформованої згоди, або шляхом надання усної згоди під запис).

4. Етап аналізу результатів дослідження – обробка результатів та формування звітності

Послідовність реалізації (детальні строки окреслюються в договорі):

1. Опрацювання вихідних матеріалів (аудіозаписів), транскрибування аудіозаписів, підготовка нотаток українською або англійською мовою.
2. Безпосередній аналіз інтерв'ю методом якісного контент-аналізу текстів/нотаток/аудіозаписів.
3. Кабінетне дослідження під час та після польового етапу: аналіз відкритих джерел (академічна література, медіаматеріали, вебсайти державних органів, неурядових організацій, проєктів тощо), для верифікації названих респондентами подій, проєктів, явищ, осіб, інституцій тощо, зокрема, шляхом онлайн-пошуку чи додаткового запиту на уточнення до самого респондента, для якомога точнішого і ілюстративнішого представлення отриманої інформації та надання коротких інформаційних довідок про названі респондентами події, проєкти, явища, особи, інституції тощо у фінальному аналітичному звіті (тобто, очікується, що після проведення ГІ Виконавець також робитиме додаткове кабінетне дослідження для кращої інтерпретації та узагальнення отриманих в ГІ даних).
4. Формування деталізованого аналітичного звіту українською або англійською мовою обсягом орієнтовно 10-15 тис. слів відповідно до запропонованої структури, що міститиме відповіді на всі основні питання дослідження.

5. Погодження аналітичного звіту українською або англійською мовою з Замовником, за потреби доопрацювання звіту відповідно до зауважень Замовника. Верстка, переклад на інші мови та публічне обговорення/презентація результатів дослідження організуються після повного завершення дослідження спільно Замовником та Виконавцем і регулюються окремими домовленостями.

Формат звітності за кожною стадією

- **Після закінчення етапу кабінетного дослідження:** повідомлення Замовника про це та перехід до наступного етапу.
- **Протягом етапу розробки інструментарію:** звітування фінальними Word-документами: опитувальник, ІЗ, лист респондентам, перелік потенційних респондентів. Перехід до наступного етапу відбувається тільки після затвердження усіх перелічених документів із Замовником. Замовник може вносити в них правки та повертати на доопрацювання.
- **Протягом польового етапу дослідження:** звіт у формі щотижневого оновлення статусу поступу дослідження у спеціальній Excel-таблиці онлайн з такою інформацією: наповнення/уточнення/доповнення бази потенційних респондентів, кількість досягнутих домовленостей щодо проведення інтерв'ю, кількість проведених інтерв'ю, коментарі та зворотній зв'язок від респондентів, інші коментарі Виконавця.
- **Після закінчення польового етапу дослідження:** складений у форматі бази даних фінальний перелік респондентів, аудіозаписи інтерв'ю, текстові розшифровки аудіозаписів та/або нотатки інтерв'ю українською або англійською мовою.
- **Протягом етапу аналізу результатів дослідження:** звіт у формі щотижневого оновлення статусу поступу цього етапу дослідження у спеціальній Excel-таблиці онлайн.
- **Фінальна звітність:** надання фінального аналітичного звіту українською мовою та додатків до нього (див. Розділ II.).

РОЗДІЛ II. Результати наданих послуг з проведення дослідження щодо сприйняття України за кордоном у досліджуваній країні

Результатами проведеного дослідження вважаються фінальний аналітичний звіт та додатки до них:

1. **Фінальний аналітичний звіт**
 - Результати дослідження представлені у вигляді **аналітичного звіту**, що містить відповіді на основні питання дослідження. Такий повний деталізований аналітичний звіт обсягом орієнтовно 10-15 тис. слів з цитатами, висновками, рекомендаціями у форматі Word готується українською або англійською мовою.
2. **Додатки до аналітичного звіту**
 - **Складений у форматі бази даних фінальний перелік респондентів з коментарями Виконавця** щодо актуальної контактної інформації (електронна пошта/ номер телефону/ обліковий запис у соцмережі), інформації про поточну посаду та місце роботи респондента, місто проживання, мову спілкування, із зазначенням джерела отримання інформації про потенційного респондента, тощо. За умови відмови респондентів поширювати особисті дані, має бути відповідна помітка про це.

- **Аудіозаписи інтерв'ю (аудіофайли)** (як виняток, допускаються нотатки – файли у форматі Word з детальним викладенням змісту інтерв'ю у вигляді тексту у разі, якщо респондент не дав згоду на диктофонний запис інтерв'ю; допускається не більше 5 інтерв'ю, зафіксованих таким чином).
- **Текстові розшифровки аудіозаписів інтерв'ю** (текстові версії аудіозаписів інтерв'ю мовою оригіналу).

Загальні вимоги до подачі інформації в аналітичному звіті

- Інформація має бути викладена зрозуміло, детально, у відповідному контексті з аргументацією та обґрунтуванням, прикладами та посиланнями на вторинні джерела, не бути перевантаженою вузькоспеціалізованою термінологією.
- Звіт має містити прямі і непрямі цитати з інтерв'ю респондентів за можливості із вказанням особи (якщо це дозволяє інформована згода). При цьому, звіт повинен прагнути до балансу між репрезентативністю прямої мови і оригінальної думки респондентів з одного боку і аналітичними узагальненнями авторів звіту, що базуються, зокрема, на результатах кабінетного дослідження перед та після проведення ГІ, з іншого. Цитати з ГІ мають бути мінімально відредаговані літературно (не містити суто розмовних зворотів). Редагування цитат, яке змінює їхній зміст, не допускається.
- Цитати подаються у лапках, курсивом з нового рядка, з додатковим відступом по 1 см. з кожного боку. Підпис до цитати зазначається у форматі: ім'я-прізвище респондента, афіліація. Якщо респондент дав згоду тільки на зазначення, до якої ЦА дослідження він відноситься, зазначити: представник фахового середовища, сфери « ___ » (конфіденційно); представник владних інститутів (конфіденційно); представник дипломатичного корпусу (конфіденційно); представник українського фахового середовища за кордоном (конфіденційно).
- Звіт має містити релевантну візуалізацію даних: зображення, таблиці, «зажирнення» ключових слів/ словосполучень/ речень).
- Власні назви, імена-прізвища мають відтворюватися повно і коректно, зокрема надаватися повні/офіційні назви інституцій, організацій, проєктів з посиланнями. Написання має бути верифіковано на етапі другого уточнюючого кабінетного дослідження.
- Фінальний звіт подається на затвердження Замовнику після професійного редагування і коректури.
- Замовник залишає за собою право на три ітерації правок отриманих текстів фінальних аналітичних звітів.

Орієнтовна структура звіту

I. Вступ

У вступі окреслюються цілі та завдання дослідження, презентується методологія дослідження та його обмеження, коротко характеризується сучасний стан та основні виклики політичних і культурних відносин між Україною і досліджуваною країною і яким чином їх вирішенню посприяє це дослідження.

II. Основна частина

Наповнення та структура цього розділу аналітичного звіту відповідає завданням дослідження, описаним вище.

II. 1 Локальна інфраструктура у культурній, академічній сферах та сфері громадянського суспільства досліджуваної країни

У цьому розділі Виконавець узагальнює та описує результати кабінетного та польового етапів дослідження щодо особливостей локальної інфраструктури у культурній, академічній сферах та сфері громадянського суспільства, специфіки функціонування інституцій (державних та недержавних) та тенденцій у зазначених сферах (зокрема, які особистості, події, проекти, інституції тощо визначають розвиток цих сфер на даний час, які є припущення щодо розвитку цих тенденцій у коротко- та середньостроковому майбутньому).

II. 2 Культурні, історичні та соціально-політичні контексти, особливості публічного дискурсу досліджуваної країни

У цьому розділі Виконавець узагальнює та описує результати кабінетного та польового етапів дослідження щодо важливих для розбудови культурної співпраці з Україною контекстів та особливостей публічного дискурсу досліджуваної країни, зокрема, особливостей національної та регіональних ідентичностей, інших регіональних особливостей досліджуваної країни, політики щодо корінних народів і етнічних спільнот та їхніх прав, особливостей колоніальної історії та її сучасного прочитання, інших важливих культурних феноменів та чутливі для внутрішньої аудиторії досліджуваної країни тем, пов'язаних з особливостями історичного досвіду, а також тем чи уявлень, які впливають на сприйняття України та розвиток культурної співпраці з нею.

II. 3 Найперспективніші сфери, теми і напрямки для розвитку співпраці з Україною у культурній, академічній сферах та сфері громадянського суспільства

У цьому розділі Виконавець, спираючись передовсім на результати польового етапу дослідження, визначає найбільш важливі і перспективні напрямки, теми та сфери співпраці з місцевими акторами у сфері культури в досліджуваних країнах, з якими зможе працювати Замовник або інші українські культурні агенти.

III. Висновки та рекомендації

У цьому розділі Виконавець підсумовує результати дослідження та дає рекомендації.

РОЗДІЛ III. Оцінка ризиків

Упередження та неправильне тлумачення: ненавмисне упередження або неправильне тлумачення даних може вплинути на достовірність і надійність результатів дослідження. Замовник заохочує Виконавця для зниження власної упередженості щодо контексту досліджуваних країн за потреби залучати місцевих партнерів в кожній досліджуваній країні для більш ретельного підбору респондентів, допомоги в організації та/або проведенні ГІ, аби на ньому була присутня людина, яка орієнтується в місцевому контексті і може достатньо швидко і влучно ставити уточнюючі питання.

Однак, надто сильне покладання на місцевих партнерів, які недостатньо ознайомлені з українським контекстом і завданнями дослідження, може викликати занепокоєння щодо їхньої потенційної упередженості. Тому вкрай важливо знайти релевантних і надійних місцевих експертів, проінструктувати їх щодо мети та завдань дослідження, за потреби

– прояснити окремі українські культурні наративи та контекст перед проведенням ними або з їхньою допомогою ГІ з респондентами.

Мовні бар'єри: мовні відмінності між дослідниками та місцевим населенням можуть перешкоджати ефективному спілкуванню та збору даних. Тому наявність дослідників або проінструктованих запрошених експертів зі знанням англійської є обов'язковим, знання інших мов, поширених в Індії, буде значною перевагою.