

Тема. Проблеми соціологічного аналізу тексту.

План.

1. Контент-аналіз.
2. Етнографічні методи.
3. Конверсаційний аналіз.
4. Наративна семіотика.
5. Аналіз груп.
6. Критичний дискурс-аналіз.

1. Контент-аналіз.

В рамках даного методу найменші компоненти тексту (знаки) кодуються (закріплюються за певною категорією), систематизуються та групуються відповідно до певних процедур. Метою контент-аналізу є з'ясування, як лінгвістичні структури впливають на формування значень повідомлення як і зміст повідомлення впливає аудиторію (як аудиторія сприймає текст).

Джерелами даних можуть бути інтерв'ю, відкриті питання, нотатки про польові дослідження, розмови або будь-який прояв комунікації (наприклад, книги, есе, дискусії, заголовки газет, мови, ЗМІ, історичні документи). Одне дослідження може аналізувати різні форми тексту у своєму аналізі. Щоб проаналізувати текст за допомогою контент-аналізу, текст повинен бути закодований або розбитий на керовані категорії коду для аналізу. Після того, як текст закодований у кодові категорії, коди можуть бути додатково класифіковані за кодовими категоріями для ще більшого узагальнення даних.

Використання контент-аналізу

1. Визначення наміру, спрямованості чи комунікативних тенденцій окремої особи, групи чи установи.
2. Опис настановних та поведінкових реакцій на повідомлення.
3. Визначення психологічного чи емоційного стану людей чи груп.
4. Виявлення міжнародних відмінностей у комунікативному змісті.
5. Виявлення закономірностей у комунікативному контенті.

Концептуальний аналіз визначає наявність та частотність понять у тексті.

У концептуальному аналізі для вивчення вибирається поняття, і аналіз включає кількісну оцінку і підрахунок його наявності. Основна мета полягає в тому, щоб перевірити частоту його появи. Умови можуть бути явними чи неявними. Явні терміни легко ідентифікувати. Кодування неявних термінів складніше: необхідно визначити рівень імплікації та суб'єктивності (питання надійності та достовірності). Отже, кодування неявних термінів передбачає використання словника чи правил контекстного перекладу.

Скорочуючи текст до категорій, дослідник може зосередитися та закодувати певні слова чи шаблони, які визначають питання дослідження.

Загальні етапи проведення концептуального контент-аналізу:

1. Визначення рівня аналізу: слово, зміст слова, словосполучення, речення, теми.
2. Визначення кількості понять, які потрібно закодувати:

3. Кодування частоти.

4. Відмінності понять.

Чи повинен текст кодуватись точно так, як він з'являється, чи кодуватись однаково, коли він з'являється в різних формах? Який рівень імплікації є допустимим? Що за слова, які мають на увазі поняття чи слова, які явно формулюють поняття? Наприклад, «небезпечна» або «ця людина страшна» або «ця людина може завдати мені шкоди». Ці сегменти слів можуть не заслуговувати на окрему категорію через неявне значення «небезпечний».

5. Правила кодування текстів. Після прийняття рішень кроків 1-4 дослідник може розпочати розробку правил перекладу тексту в коди. Це дозволить зробити процес кодування організованим та послідовним. Дослідник може закодувати саме те, що він хоче закодувати. Валідність процесу кодування забезпечується, коли дослідник послідовний у своїх кодах, що означає, що вони дотримуються своїх правил перекладу. У контент-аналізі дотримання правил перекладу еквівалентно валідності.

6. Інформація, що не відноситься до теми: чи слід її ігнорувати (наприклад, загальноживані англійські слова, такі як «the» та «and») або використовувати для перегляду схеми кодування у разі, якщо це покращить результат кодування?

7. Кодування тексту: вручну або за допомогою програмного забезпечення. Використовуючи програмне забезпечення, дослідники можуть вводити категорії та виконувати кодування автоматично, швидко та ефективно за допомогою програмного забезпечення. Коли кодування виконується вручну, досліднику набагато легше розпізнавати помилки (наприклад, друкарські помилки, орфографічні помилки). Під час використання комп'ютерного кодування можна очистити текст від помилок, щоб увімкнути всі доступні дані. Це рішення про ручне та комп'ютерне кодування найбільш актуальне для неявної інформації, де підготовка категорій необхідна для точного кодування.

8. Аналіз результатів: висновки та узагальнення. Визначення, що робити з нерелевантним, небажаним текстом, що не використовується: переглянути, ігнорувати або переглянути схему кодування.

Концептуальний контент-аналіз може дати лише кількісну оцінку інформації. Як правило, можна виявити загальні тенденції та закономірності.

Надійність та достовірність

Три критерії складають надійність контент-аналізу:

1. Стабільність: схильність кодувальників постійно перекодувати одні й самі дані одним і тим самим способом протягом певного періоду часу.

2. Відтворюваність: тенденція групи кодерів класифікувати належність до категорій однаковим чином.

3. Точність: ступінь, у якому класифікація тексту статистично відповідає стандарту чи нормі.

Переваги контент-аналізу

1. Безпосередньо досліджує спілкування за допомогою тексту

2. Дозволяє проводити як якісний, так і кількісний аналіз

3. Надає цінну історичну та культурну інформацію з часом
4. Забезпечує близькість до даних
5. Кодована форма тексту може бути піддана статистичному аналізу
6. Ненав'язливі засоби аналізу взаємодій
7. Дає уявлення про складні моделі людського мислення та використання мови.
8. За правильного виконання вважається щодо «точним» методом дослідження.
9. Контент-аналіз – доступний та недорогий метод дослідження.

Недоліки контент-аналізу

1. Може зайняти дуже багато часу
2. Схильний до підвищеної помилки, особливо коли реляційний аналіз використовується для досягнення більш високого рівня інтерпретації.
3. Часто позбавлений теоретичної бази або надто ліберально намагається зробити осмислені висновки про взаємозв'язки та наслідки, що маються на увазі в дослідженні.
4. За своєю суттю є редуکتивним, особливо під час роботи зі складними текстами.
5. Дуже часто має тенденцію просто складатися з кількості слів
6. Часто ігнорує контекст, у якому було створено текст, і навіть стан речей після створення тексту.

2. Етнографічні методи.

Це сукупність методів, які мають на меті інтерпретувати тексти на тлі культурних структур або використовувати тексти для реконструкції цих культурних структур. Особливістю даних методів є участь етнографа (явна чи неявна) у повсякденному житті людей як спостерігача, у процесі якого збираються необхідні дані для дослідження. Важливу роль грає аналіз контексту – лінгвістичних особливостей, ситуації, невербальних особливостей комунікації та специфіки довкілля, у якій здійснювалася комунікація. Тексти у вигляді документів грають тут допоміжну роль. Метою етнографічного аналізу виступає виявлення культурних та лінгвістичних патернів та ключових для існування певної соціальної групи подій та зрештою – розуміння того, як організовані соціальні дії у специфічних умовах.

Етнографічні дослідження припускають участь самого дослідника у деяких життєвих ситуаціях досліджуваних людей. Такі дослідження можуть включати спостереження за людьми, залучення їх у бесіди та неформалізовані інтерв'ю. Зазвичай, етнографія застосовується щодо малих груп, хоча можливі й етнографічні дослідження великих організацій та спільнот.

Участь дослідника в етнографічному дослідженні може бути як відкритою (невключеною), так і прихованою (включеною). У разі невключеного дослідження соціолог не ховається і досліджувані знають, що проводиться дослідження. При включеному - соціолог зазвичай бере участь у дослідженні як рядовий член тієї чи іншої групи.

Спочатку етнографічні методи були розроблені під час польових досліджень антропологів-функціоналістів. Так, наприклад, антрополог Б. Малиновський жив серед папуасів, вивчав мову та намагався зрозуміти їхню культуру. Ці дослідження вимушено мали відкритий характер, оскільки білий дослідник у жодному разі не міг стати, хоча б тимчасово, членом будь-якої групи чорношкірих людей. Місцеві жителі взагалі погано уявляли, хто він такий, і, певно, вважали його представником колоніальної влади.

Подібні методи використовувалися і соціологами школи Чикаго, які досить часто вдавалися до включених досліджень. На відміну від Малиновського, це було значно простіше зробити, оскільки вони мали справу з людьми, етнічно схожими із самими дослідниками. У дослідженнях школи Чикаго методи спостереження та неформалізованого інтерв'ю комбінувалися з методами формалізованого інтерв'ю та збору особистих даних. Прикладами цих досліджень, які вже стали класичними, є дослідження волоцюг, вуличних банд і молодіжної злочинності.

Методи етнографічного дослідження:

1. Порівняльно-історичний метод, розроблений родоначальниками еволюційної школи. Суть цього у тому, що з реконструкції минулих історичних епох використовуються матеріали сучасності чи недавнього минулого, які розглядаються як пережитки, релікти цього віддаленого минулого. Метод відіграв велику роль у науково-обґрунтованій реконструкції історії первісного суспільства, історії культури, релігії тощо. Викликає заперечення та трактування багатьох явищ як пережитків дуже віддаленого минулого – неясно, чому ці «пережитки» продовжують жити тисячоліття. Він враховує як загальні, основні закони поступального розвитку, і впливу місцевих чинників, взаємозумовленість явищ у людському колективі, залежність від конкретних умов його життя.

2. Метод типологічного аналізу, тобто. виділення групи подібних чи однакових явищ в різних народів, прибічники дифузійзму і гребнеріанства перетворювали в якийсь абсолют, з якого ці явища поширювалися світом. Інші критики еволюціонізму намагалися абсолютизувати вплив місцевих чинників та особливостей. Американські вчений (Вісслер) розглядаючи культуру американських індіанців як систему, яка залежить від екологічних умов (ареал маїсу, ареал оленя-карибу і т.д.). У цьому методі аналізу кожна культура чи ареал виявляється лише зборами культурних особливостей, а чи не цілісної системою.

3. Метод комплексного підходу. Суть у тому, що дані будь-якої науки не можуть дати повне та правильне уявлення про всю складність історії людської культури. Тому необхідно комплексне використання їх матеріалів (аналіз різних явищ).

4. Метод просторового визначення, тобто визначення, як розселення самих народів, і особливостей їх культури. Він широко застосовується при складанні етнографічних атласів.

5. Метод масового кількісного аналізу, тобто з'явилася можливість з урахуванням великої кількості даних провести аналіз явищ, користуючись статистико-математичною методикою.

6. Метод анкетування, основна суть – до опитувального листа виноситься група питань, отримані відповіді фіксуються у певній стандартизованій формі. Метод дозволяє виявити додаткові джерела (демографічні, дані статистики, страхових листування тощо). Цей метод ефективний щодо етнічних процесів сучасності. Недолік методу – який завжди вірний відбір типологічних груп для аналізу та виділення специфічних ознак культури.

3. Конверсаційний аналіз.

Конверсаційний аналіз. Даний метод виник та отримав обґрунтування в етнометодології Г. Гарфінкеля. Мета методу – виявлення генеративних (що описують правила виробництва та породження висловлювань) принципів та процедур, які учасники комунікації використовують для створення структури та порядку комунікативної ситуації. Зазвичай цей метод має справу з текстами у вигляді транскрипцій конкретних випадків комунікації (розмов) у їхній конкретній послідовності. У цьому досліджуються природні, а чи не експериментальні ситуації, й у разі можливо використання елементів етнографічних методів (зокрема, аналізу невербальних феноменів тощо. буд.).

Конверсаційний аналіз – це детальний аналіз розмови, що відбувається у природних ситуаціях. Цей аналіз пов'язаний з виявленням лежать основу структур розмови, у взаємодії покупців, безліч з досягненням порядку через взаємодія.

Досліджується не просто розмова як така, якийсь об'єкт інтересу, а саме розмова, яка сталася в соціальній взаємодії. Конверсаційний аналіз пов'язаний з організацією такої розмови у контексті взаємодії. Для проведення таких досліджень використовують записи природних розмов та їх транскрипції для інтенсивного аналізу послідовності взаємодії.

Витоки конверсаційного аналізу – в етнометодології – соціологічному підході, розробленому США під керівництвом Гарольда Гарфінкеля і Харвея Сакса.

В етнометодології існують дві базові ідеї, які знайшли чітке відображення у конверсаційному аналізі: індексальність та рефлексивність. Перше означає, що значення дії, яке в конверсаційному аналізі, по суті, означає вимовлені слова та висловлювання, включаючи паузи та звуки, залежить від контексту, в якому його використовують.

Рефлексивність означає, що вимовлені слова конституюють соціальний світ, в такий спосіб, що роблять щось більше, ніж замінюють щось. У цих способах етнометодологія точно збігається з двома аспектами кількісного дослідження – із спрямованістю на контекстуальне розуміння дії та онтологічною позицією, пов'язаною з конструкціонізмом.

Як такий, конверсаційний аналіз – це багатогранний підхід – частково теорія, частково метод отримання, частково метод аналізу.

Конверсаційний аналіз ґрунтується на трьох базових передумовах.

Розмова структурована. Розмова містить інваріантні патерни – тобто вона структурована. Учасники усвідомлюють правила, що у основі патернів. Як результат, фахівці з конверсаційного аналізу утримуються від спроб вивести мотивацію того, що говорить з того, що він сказав, або приписати їхню розмову

індивідуальним характеристикам. Така інформація не є необхідною, оскільки фахівець з конверсаційного аналізу зорієнтований на структури, які проявляються в розмові.

Розмова будується контекстуально. Дія виявляється у розмові та розмову як такої необхідно аналізувати в термінах його контексту. Це означає, що ми повинні намагатися зрозуміти, що людина говорить у термінах розмови і, отже, розглядати розмову як таку, яка демонструє певну послідовність, або патерн.

Аналіз ґрунтується на даних. Фахівці з конверсаційного аналізу відкидають попередні теоретичні схеми, а натомість стверджують, що характеристики розмови у кожному емпіричному випадку мають виводитися індуктивно з даних.

Вважається, що соціальні дії виявляються в деталях і тому специфічні деталі взаємодії не можна ігнорувати просто так, як незначні, при цьому, не порушуючи цілісність і ефективність аналізу. Звідси – важливість уважного ставлення до дрібних деталей (включаючи тривалість пауз, тривалість звуків і т.д., що є ознакою конверсаційного аналізу).

Цей метод вимагає від аналітика детального транскрибування природної розмови. Існують базові позначення, які використовують фахівці з конверсаційного аналізу. Наприклад, число в дужках означає тривалість мовчання, яке зазвичай вимірюється в десятих частках секунди. Так, (0.3) вказує на тривалість мовчання в три десяті секунди. Розділові знаки використовують для визначення характеристик вимови мови, а не як граматичні символи і т.д.

Завдяки своєму предмету дослідження конверсаційний аналіз добре підходить для досліджень організацій у різних напрямках. Його використовують як метод вивчення бізнес-компаній, досліджуючи, як розмова впливає на організаційні структури. Наприклад, під час формальних та неформальних нарад. Народи розглядаються як послідовність розмов, що дозволяє людям передавати інформацію. Конверсаційний аналіз може надати способи розуміння цих контекстів взаємодії шляхом вивчення способу організації розмови на нарадах.

Ще можливі способи застосування конверсаційного аналізу в організаціях - це його використання для прийняття рішень у конфліктних і спірних ситуаціях, в інтерв'ю при прийомі на роботу та ін.

4. Наративна семіотика.

Наративна семіотика (структурна семантика). Мета даного методу – визначити цінності та установки, що лежать в основі тексту. Для цього здійснюється реконструкція наративної структури текстів – «структури уявлень», яка формує зв'язок між поверхневою та глибинною структурами тексту. Наративна структура – це сукупність формальних моделей, які сегментують та організують дискурс. Ці моделі відображають глибинну структуру наративу, що є фундаментальною системою цінностей, норм і установок, яку можна використовувати для опису специфіки певної соціальної групи, особистості (авторів наративів). Даний метод може застосовуватися

скрізь, де досліджуються історії (літературні твори різних жанрів, нарративні та біографічні інтерв'ю тощо).

Одиницями аналізу семіотик є тексти, що мають нарративну організацію, а всередині них – семи, як цеглинки, з яких вибудовується значення. Це покладає великий тягар відповідальності на аналітика, але має вирішальне значення для розуміння того, з яких елементів складаються висловлювання в синтагматичному вимірі і які елементи можуть заміщати які в парадигматичному вимірі. Що стосується мови як формалізованої системи ця стратегія дає очевидні переваги.

Попелюшка!

5. Аналіз груп.

SYMLOG (система для багаторівневого аналізу груп) – сукупність методів для дослідження груп різних видів, але переважно малих груп (сім'я, команда, клас учнів тощо). Мета методу – проаналізувати поле соціальної взаємодії групи, взаємовідносини людей друг з одним (вербальне і невербальне поведінка, зміст ідей цінності, які відтворюються у процесі комунікації, тощо. буд.). Основними вимірами у своїй виступають сила впливу групи, емоційне дистанціювання, поведінкова орієнтація акторів. Технологічно даний метод схожий із контент-аналізом і вимагає спеціальної підготовки. Області застосування методу – аналіз конкретних інтеракцій у малих групах (транскрибовані діалоги), протоколів спостережень, нарративних інтерв'ю (та інших нарративів), стереотипів тощо.

6. Критичний дискурс-аналіз.

Критичний дискурс-аналіз (КДА). Даний метод спрямований на опис взаємного впливу мови та соціальної структури (яке, як правило, не усвідомлюється людьми). У його рамках здійснюється дискурсивний вимір влади, домінування, гегемонії, нерівності (дискурс виступає засобом їх маскування, легітимації та відтворення). Зрештою, метод орієнтований не лише на критичний аналіз дискурсних структур, а й на перетворення соціальної практики з метою демократизації та більш справедливого перерозподілу різних форм влади у суспільстві. Завдяки важливій ролі контексту в КДА він передбачає широке використання соціологічного та політологічного матеріалу. Метод застосовний та ефективний для аналізу таких областей (явлень) соціального життя, як масова комунікація, економіка, демократія та політика, організаційний аналіз, педагогіка, формування ідентичностей тощо.