

Тема. Аналіз документів.

1. Поняття – документ. Види документів.
2. Особливості програми при застосуванні аналізу документів.
3. Традиційний аналіз документів.
4. Формалізований аналіз документів.

1. У кожному суспільстві існують спеціальні засоби обміну інформацією, які називаються документами. Вони надають в розпорядження соціолога як об'єктивні факти, так і закріплені в цих документах прояви суспільної свідомості.

Найбільш зваженим є наступне визначення того що ж являє собою документ: «Документ - це матеріальний об'єкт з інформацією, закріпленою створеним людиною способом для передачі її в часі і просторі».

Класифікація документів

У соціології документи класифікують наступним чином:

За способом фіксації інформації, тобто яким чином інформація закріплена на своєму носії: рукописні і друковані документи, фото, відео, аудіо і т.д.

За цільовим призначенням: документи, створені в цілях, що не стосуються безпосередньо соціологічного дослідження (**нецільові**), і **цільові** (спровоковані самим дослідником, наприклад, біографії емігрантів).

За ступенем персоніфікації, тобто в є них автор чи ні, документи класифікуються як особисті і безособові.

Особисті: картки індивідуального обліку (бібліотечні формуляри, анкети), характеристики, рекомендаційні листи, щоденники, заяви, листи, мемуари, документи поіменного голосування.

Бзособові: статистичні та інші архіви, інформаційні матеріали на сторінках газет, протоколи зборів і засідань.

За статусом документа вони класифікуються як **офіційні**, тобто створені різними органами і установами, і **неофіційні**, тобто створені приватними особами для своїх потреб.

Офіційні: урядові матеріали, постанови, заяви, комюніке, стенограми офіційних засідань, документи державної та відомчої статистики, архіви і поточні документи різних організацій, ділова кореспонденція, протоколи судових органів, фінансова звітність.

Неофіційні: особисті матеріали, складені приватними громадянами, безособові документи (власні статистичні узагальнення).

За джерелами інформації документи діляться на первинні і вторинні.

Первинні документи складаються на основі прямого спостереження або опитування, безпосередньої реєстрації подій, що відбуваються.

Вторинні документи - це узагальнення або опис, зроблений на основі даних первинних документів.

Особлива група документів: матеріали всіх видів засобів масової інформації.

В цілому слід пам'ятати, що класифікація документів не повинна бути самоціллю. Вона тільки допомагає досліднику, особливо на початкових етапах, визначитися в морі документів, вибрати саме ті джерела, які відповідають темі і обсягу дослідження.

Своєчасно і вміло проведена класифікація служить як би орієнтиром, що вказує вченому, як можливо швидше відібрати документи для будь-якого дослідження.

2. Програма аналізу документів складається за загальною схемою програми соціологічного дослідження. Об'єктом виступає - сукупність документів, в яких відображено тему і проблему дослідження. Предметом дослідження є відображення, стан і тенденції розвитку теми або проблеми в змісті документів.

Вибірка.

Рішення кожної дослідницької завдання вимагає визначення того, яка кількість документів потрібно вивчити, щоб дані про обсяг були достовірними, тобто виникає питання про побудову вибірки. При побудові вибірки виникає необхідність відбору джерела інформації та відбору документів.

Відбір джерел інформації.

Якщо важливі всі документи - створюється випадкова вибірка.

Якщо документи нерівнозначні, то розробляються критерії розшарування. Питання про те, якого роду джерела інформації повинні потрапити до вибірки, може вирішуватися і за допомогою експертної оцінки.

3. Існує два основних типи аналізу:

- традиційний;
- формалізований кількісний (контент-аналіз).

Під традиційним аналізом мається на увазі все різноманіття розумових операцій, спрямованих на інтерпретацію відомостей, що містяться в документі, з певної проблеми, що цікавить дослідника.

Традиційний аналіз - це ланцюжок розумових, логічних побудов, спрямованих на виявлення суті аналізованого матеріалу. Основним недоліком традиційного аналізу є суб'єктивність.

Вимоги до проведення традиційного аналізу у вигляді формалізованого переліку питань.

1. Який контекст документа?
2. Хто автор документа?
3. З якою метою створено документ?
4. Яка надійність самого документа?
5. Яка достовірність зафіксованих у ньому даних?
6. Яке суспільне значення, резонанс документа?
7. Який фактичний зміст документа?

8. Який оціночний зміст документа?
9. Які висновки можна зробити про факти, що містяться в документі?
10. Які висновки можна зробити про оціночні установки, що містяться в документі?
11. Які висновки можна зробити щодо автора документа?
12. Чи достатньо повні відомості, що містяться в проаналізованому документі?

У традиційному аналізі розрізняють зовнішній і внутрішній аналіз.

Зовнішній аналіз - це аналіз "історичного контексту" документа, тобто аналіз документа у власному розумінні цього слова і всіх тих обставин, які супроводжували його появу. **Мета зовнішнього аналізу** - встановити вид документа, його форму, час і місце появи, хто був його автором і ініціатором, які цілі переслідувалися при його створенні, наскільки він надійний і достовірний, який його контекст.

Внутрішній аналіз - це дослідження змісту документа. По суті, вся робота соціолога спрямована на проведення внутрішнього аналізу документа, що включає виявлення відмінності між фактичним і літературним змістом, встановлення рівня компетенції автора документа в справах, про які він висловлюється, з'ясування його особистого ставлення до написаного. Ставлення автора найчастіше виступає джерелом спотворень.

4. Формалізований аналіз.

Застосовується при необхідності позбутися від суб'єктивності традиційного аналізу і знаходиться ближче до кількісних методів.

Контент-аналіз - являє собою переклад в кількісні показники масової інформації (текстової, аудіовізуальної, цифровий) з подальшою статистичною її обробкою.

Його ідея дуже проста і повторює ту, що лежить в основі будь-якого іншого кількісного методу в соціології, будь то анкетування або спостереження. Треба порахувати найбільш часто повторювані слова або теми, наприклад в газетному матеріалі, і визначити, що за цим криється. **Особливість полягає саме в застосуванні статистичних процедур для аналізу однотипних текстів.**

Принципи застосування контент аналізу.

1. Застосування методу рекомендується у всіх випадках, коли потрібна висока ступінь точності або об'єктивності аналізу.

2. Контент-аналіз зазвичай застосовується при наявності великого за обсягом і несистематизованого матеріалу.

3. Контент-аналіз корисний у тих випадках, коли категорії, важливі для цілей дослідження, характеризуються певною частотою появи в досліджуваних документах, наприклад при роботі з відповідями на відкриті запитання анкет або глибинних інтерв'ю.

4. Контент-аналіз дає хороші результати, коли велике значення для досліджуваної проблеми має сама мова джерела інформації, його специфічні характеристики.

Основними напрямками використання контент-аналізу є:

- виявлення і оцінка характеристик тексту як індикаторів певних сторін досліджуваного об'єкта;
- з'ясування причин, що породили повідомлення;
- оцінка ефекту впливу повідомлення.

Вимога до об'єктивності аналізу робить необхідним переклад досліджуваного матеріалу на мову гіпотез в одиницях, які дозволяють точно описати характеристики тексту. Для цього необхідно:

- **виробити категорії аналізу;**
- **виділити одиниці аналізу;**
- **виділити одиниці рахунку.**

Категорії аналізу - це поняття, відповідно до яких будуть сортуватися одиниці аналізу (одиниці змісту). З їх допомогою описується предмет дослідження. Сукупність категорій створює концептуальну схему контент-аналізу

При розробці категорій важливо враховувати, що від їхнього вибору буде залежати характер отриманих результатів.

Категорії повинні бути вичерпними, тобто охоплювати всі частини змісту, що визначаються завданнями даного дослідження, це відповідає вимозі взаємовиключення. (Одні і ті ж частини не повинні належати різним категоріям).

Категорії необхідно дати вичерпне визначення (перерахувати всі вхідні в неї елементи - частини змісту). При проведенні формалізованого змісту потрібно чітко вказати ознаки, за якими певні одиниці відносяться до певних категорій.

Концептуальна схема створюється трьома шляхами:

1. Категорії підбираються експертним шляхом на основі уявлень про предмет. Наприклад, експерти назвали перелік найактуальніших соціально-економічних проблем. Їх перелік може послужити номінальною шкалою категорій в контент-аналізі преси, з метою дослідження образу соціальної реальності, що формується тією чи іншою газетою.

2. Категорії підбираються з тексту, який необхідно досліджувати. Використовується коли необхідно сформулювати гіпотези про предмет.

3. Категорії обираються на прагматичній основі, тобто дослідник спирається на власні теоретичні уявлення про предмет дослідження, на історико-культурний і соціальний аналіз ситуації, які відображені в операціоналізації. Наприклад, політичний клімат повоєнної Швеції в пресі досліджувався К.Розенгреном по 9 ціннісним категоріям: свобода, демократія, рівність, соціалізм, безпека, трудова зайнятість, економічне зростання, стан навколишнього середовища, соціальне регулювання.

Категорії тісно пов'язані з предметом дослідження, а одиниці аналізу характеризують об'єкт і операціоналізуються в концептуальну схему текстових референтів. (В операціоналізації категоріям аналізу відповідають ознаки).

Одиницею аналізу - смисловою і якісною - є та частина змісту, яка виділяється як елемент, що підводиться під ту чи іншу категорію. (В операціоналізації одиницям аналізу відповідають індикатори).

У дослідженнях повідомлень масових комунікацій, де контент - аналіз поширений найбільш широко, визначилися деякі "стандартні" смислові одиниці.

1. Поняття, виражене окремим словом, терміном або поєднанням слів. Застосування такої смислової одиниці вельми доцільно при вивченні стилю того чи іншого джерела інформації, а також способів, за допомогою яких джерело інформації організовує повідомлення, передає свої наміри тим, кому воно направлено.

2. Тема, виражена в одиничних судженнях, смислових абзацах, цілісних текстах. Тема є важливою смисловою одиницею при аналізі спрямованості інтересів, ціннісних орієнтацій, установок тих, хто передає повідомлення. Тому, хто проводить аналіз, доводиться визначати тему і її кордони всередині тексту. Вибір теми в якості одиниці аналізу має на увазі також внутрішній поділ тексту на певні частини (одиниці контексту), всередині яких тема може бути визначена.

3. Імена людей, географічні назви, назви організацій, згадка якої-небудь події. Виділення такого роду фактів як смислової одиниці обумовлено тим впливом, який, на думку комунікатора, вони можуть створити на реципієнта. З іншого боку, частота і тривалість проміжку часу, з якими вони присутні в повідомленні, можуть послужити показниками важливості, значущості для досліджуваного об'єкта.

До стандартних одиниць аналізу також зараховують:

- слово або символ (наприклад, дата);
- частина речення, або кілька речень, абзац, вся стаття;
- кадр, кіно або телефраза - невеликий фрагмент змісту з чіткими рамками), телепрограма.

Для того, щоб знайти ознаки категорії в одиницях аналізу, встановити, що саме на неї спирається комунікатор в великих текстових фрагментах, використовуються списки ключових слів, які належать цій категорії.

Більш тонкими прийомами є:

- спостереження за інтенсивністю ознак,
- ставлення автора до категорій (+, -, 0)
- модальність суджень - могло б статися, хотілося б,
- дієслівні модифікації, що вказують на минуле, сьогодення, майбутнє.

Одиниці рахунку можуть і збігатися і не збігатися з одиницями аналізу.

У першому випадку підрахунок зводиться до визначення частот згадки виділеної смислової одиниці по відношенню до інших категорій.

У другому випадку одиницею рахунку вибирають фізичну протяжність або площу текстів, заповнену змістовними одиницями: кількість рядків, абзаців, квадратних міліметрів, знаків, колонок - в друкованих текстах;

тривалість трансляції по радіо чи телебаченню, метраж плівки при магнітофонних записах.

Інструментарій.

- У традиційному аналізі перелік формалізованих питань.
- В контент аналізі - класифікатор, бланк контент-аналізу, (протокол) аналізу.

Інструментарій контент - аналізу.

- 1. Класифікатор контент-аналізу.**
- 2. Бланк контент-аналізу.**
- 3. Протокол підсумків аналізу.**

1. Класифікатор контент-аналізу - це загальна таблиця, в яку зведено всі категорії і підкатегорії аналізу і одиниці аналізу (або список). Його призначення гранично зафіксувати в яких одиницях аналізу виражається кожна категорія, яка використовується в дослідженні. (Ка правило це операционалізація записана в стовпчик).

2. Реєстраційна картка або бланк в якому відзначають кількість одиниць рахунку, характеризують одиниці аналізу.

3. Протокол виконують на основі всіх бланків.

Для дослідження методом контент-аналізу виділяють деякі загальні одиниці рахунку, що відповідають різним дослідницьким вимогам.

1. Час-простір.

Підрахунок в цій системі придатний в основному при дослідженні повідомлень, переданих засобами масової комунікації. За одиниці рахунку тут приймаються числа рядків, абзаців, квадратних сантиметрів площі, знаків, колонок в друкованих текстах, присвячених тому чи іншому питанню.

2. Поява ознак в тексті.

Така система рахунку має на увазі необхідність відзначати наявність певної характеристики змісту - в будь-якому її прояві (ознаці) - в кожній з одиниць контекстів (тобто частин на які розбитий текст або повідомлення). Таким чином, кодувальник фіксує або наявність, або відсутність ознаки. Такого роду вимірювання є номінальним.

3. Частота появи.

Найпоширенішим способом є підрахунок частоти вживання, коли фіксується кожна поява будь-якої ознаки даної характеристики.

Підрахунок оціночних характеристик тексту дозволяє підійти до дослідження установок автора повідомлення і до виявлення намірів, якими було продиктовано повідомлення.

Завдання.

- 1. на семінарському занятті провести традиційний аналіз документу (за списком з 12 питань, див. Лекцію). Документом виступатиме пост в соціальній мережі (тема посту «Спосіб життя» або «Стиль життя» мережа на вибір Facebook, Twitter, Instagram)**