

Metode și tehnici de cercetare în științele sociale (MTCS)

Prof. Univ. Dr. Sorin Dan Șandor

Conf. Univ. dr. Raluca Antonie

Cuprins

1. Măsurarea.....	2
Operaționalizarea	2
Niveluri de măsurare	4
Scale	8
2. Observația	11
3. Sondajul de opinie.....	20
Caracteristici ale sondajelor de opinie	21
Tehnicile de sondare	22
Chestionarul	27
4. Interviu.....	35
Interviul de grup	36
Ghidul de interviu	37
Selectarea cazurilor	40
5. Analiza documentelor	41
Tipuri de documente	41
Etapile analizei documentului	45
Analiza de conținut	46
6. Studiul de caz	49

1. Măsurarea

În studierea oricărui fenomen încercăm să vedem în ce măsură respectivul fenomen și unitățile implicate în acesta au anumite caracteristici sau calități. În studierea procesului de învățare al studenților ne interesează să aflăm caracteristicile sau calitățile procesului și ale unităților implicate (studenții). Un student ar putea să aibă următoarele caracteristici: este bărbat, are 20 de ani, este înalt, are un coeficient de inteligență de 120, provine dintr-o familie în care ambii părinți au studii superioare. Aceste caracteristici sunt atributele specifice ale studentului respectiv. O variabilă este un set logic de atribute (de exemplu, variabila sexul persoanei are două posibile atribute, masculin și feminin). Măsurarea presupune aflarea atributului corespunzător fiecărui caz pentru fiecare variabilă care ne interesează (măsurăm o caracteristică, nu variabila în sine așa cum măsurăm greutatea unui obiect nu obiectul în sine). Măsurarea este o operație prin care se atribuie o serie de valori în acord cu proprietățile obiectului studiat (Zamfir, Vlăsceanu, 1993).

Operaționalizarea

Multe studii încearcă să investigheze fenomene destul de complicate în care apelăm la concepte. Conceptele sunt idei generale despre un obiect sau fenomen provenite din adunarea și abstractizarea mai multor idei. Pentru a putea lucra în mod efectiv cu conceptele, pentru a măsura caracteristicile unui concept trebuie să efectuăm operațiunea inversă celei prin care s-a născut acesta și anume operaționalizarea. Prin operaționalizare legăm conceptele de realitate, putând astfel să măsurăm conceptele.

Un exemplu: dacă încercăm să măsurăm satisfacția clienților unui serviciu public trebuie să întreprindem o operaționalizare a conceptului de calitate a serviciului.

Operaționalizarea se efectuează prin identificarea dimensiunilor cele mai importante ale conceptului. Pentru calitate avem două aspecte: cel tehnic (ce primește clientul), și cel funcțional (cum se desfășoară interacțiunea client-furnizor, respectiv evidențiază satisfacția clientului cu privire la legătura ce se stabilește între el și instituția publică sau funcționarul public). Nici un aspect nu trebuie să fie neglijat, mai ales că în administrație aspectul tehnic depinde de multe ori de cel funcțional (de exemplu, lipsa de informare poate face ca anumiți cetățeni să nu-și poată primi drepturile sau serviciile cuvenite).

Fiecare dimensiune trebuie la rândul ei descompusă pe sub-dimensiuni sau factori până când ajungem să putem măsura efectiv ceea ce dorim, prin intermediul unor indicatori. Indicatorii aceștia trebuie să descrie cât mai complet și mai corect dimensiunea (sau sub-dimensiunea) respectivă. Dacă ometem indicatori importanți pentru o dimensiune sau introducem indicatori care nu au legătură cu dimensiunea noastră vom ajunge să măsurăm cu totul altceva decât ne-am propus.

Dimensiunea tehnică a calității se poate operaționaliza mai departe având în vedere caracteristicile tehnice ale serviciului furnizat.

În ceea ce privește factorii funcționali putem menționa următorii indicatori (Zeithaml *et al*, 1990):

1. Aspecte tangibile: clădiri, echipamente, personal, comunicații;
2. Credibilitate: abilitatea de a respecta angajamentele cât mai riguros;
3. Promptitudine: dorința de a ajuta clienții, de a fi cât mai prompt;
4. Competență: abilități și cunoștințe;

5. Politețe: respect, considerație și amabilitate;
6. Onestitate: cinste și corectitudine;
7. Siguranță: lipsa pericolului, a riscului și a îndoielii;
8. Comunicare: informarea clientului la timp și într-un limbaj accesibil;
9. Acces: ușurința cu care clientul poate intra în contact cu furnizorul;
10. Înțelegerea față de client: eforturile de a cunoaște clientul și nevoile sale.

Din acești indicatori se poate construi un indice (sau un index – se folosește și acest termen). Presupunând că am reușit să măsurăm fiecare indicator funcțional pe o scară de la 1 la 10, și că toți factorii funcționali au fost apreciați la maximum, 10.00 și că au aceeași pondere, vom obține indicele calității funcționale de 10.00. Destul de rar indicii iau în calcul ponderi diferite ale diferitelor dimensiuni. Dacă indicele corespunzător aspectului tehnic, evaluat la 7.50 ar conta 70% din aprecierea totală, vom obține măsura variabilei calitatea serviciului $Q=7.50*0.7+10*0.3=8.25$.

Operaționalizarea este un efort destul de susținut și, deseori dificil. Pentru mulți studenți nu este foarte clar care este rostul ei și care ar fi beneficiile pe care le putem avea de pe urma acestei operațiuni. Trebuie avut în vedere că un concept reprezintă un obiect abstract (o imagine mentală) care poate avea o structură destul de complexă. Un astfel de obiect poate avea un număr destul de mare de caracteristici sau atribute specifice. Pentru a avea o imagine cât mai clară asupra acestui obiect trebuie să măsurăm fiecare caracteristică specifică.

Dacă luăm un alt exemplu vom vedea că nu ajungem de la primul pas la dimensiuni pe care să le putem identifica ci trebuie să mergem mai departe cu descompunerea.

Operaționalizarea libertății

În cazul libertății, Freedom House (www.freedomhouse.org) identifică două dimensiuni: libertăți politice și libertăți civile. La acest nivel încă suntem în domeniul abstractului. Libertățile politice sunt împărțite pe alte trei sub-dimensiuni – procesul electoral, pluripartitism și participare, funcționarea guvernului. Pentru fiecare sub-dimensiune apar noi elemente – pentru procesul electoral ne interesează dacă șeful statului a fost ales ca urmare a unor alegeri corecte, dacă legislativul a fost ales într-un astfel de mod și dacă legile electorale și cadrul de desfășurare al alegerilor a fost unul corect. Pentru fiecare astfel de dimensiune avem mai mulți indicatori – pentru alegerea șefului statului ne interesează dacă alegerile au fost considerate drept corecte de către observatori credibili, dacă au existat întârzieri nejustificate în stabilirea datei alegerilor, dacă listele electorale s-au întocmit corect, dacă fiecare candidat a putut să-și desfășoare campania electorală, dacă votul este secret, dacă au existat presiuni asupra alegătorilor, dacă numărarea voturilor a fost făcută într-un mod transparent și corect, dacă fiecare vot are o importanță egală. Practic acești indicatori încearcă să vadă în ce măsură alegerile au fost corect sau nu. Fiecare măsoară o posibilă tentativă de fraudă.

La sfârșitul descompunerii conceptului vom avea o listă de indicatori care ne spun de fapt de ce date vom avea nevoie să obținem în cercetarea noastră. În funcție de indicatorii obținuți vom putea alege metoda și tehnica de cercetare, vom construi instrumentul de cercetare și vom selecta cazurile.

Trebuie să ne gândim și la o altă parte a problemei, modul în care din indicatori vom construi indicii și, în final, vom ajunge la măsurarea variabilei noastre (libertatea). Pentru aceasta cei de la Freedom House acordă pentru fiecare indicator un punctaj de la 0 la 4, aceștia se adună pe cele două dimensiuni (libertăți politice și libertăți civile), calculând un indice pentru anumite intervale de punctaj

(de exemplu, pentru valori ale libertăților civile cuprinse între 36 de puncte și 40 se acordă punctajul 1) și face o medie între cei doi indici rezultați.

Drepturi politice (DP)		Drepturi Civile (DC)	
Scoruri totale	Indice DP	Scoruri totale	Indice DC
36-40	1	53-60	1
30-35	2	44-52	2
24-29	3	35-43	3
18-23	4	26-34	4
12-17	5	17-25	5
6-11	6	8-16	6
0-5 *	7	0-7	7

Tabelul 2-1: Calculul libertății

Această operațiune de agregare a indicatorilor și indicilor este foarte importantă pentru a obține măsurarea variabilei dorite. Dacă dorim să aflăm în ce măsură libertatea influențează existența unei economii de piață, fără această operațiune de agregare am fi în situația în care am avea un număr mare de indicatori pentru libertate și unul destul de mare pentru economia de piață. Nu putem testa relația dintre un număr mare de variabile dependente și un număr mare de variabile independente, dar nici dacă vedem care ar fi relația dintre corectitudinea întocmirii listelor electorale și controlul prețurilor (un indicator al lipsei de libertate a piețelor) nu am rezolvat problema care ne interesează. Noi trebuie să obținem o măsură a libertății și una a economiei de piață pentru ca după aceea să putem vedea care este relația dintre ele.

În funcție de tipul de cercetare pe care-l desfășurăm operaționalizarea are o importanță diferită. În cercetările calitative operaționalizarea este privită într-un mod diferit, pornindu-se de la faptul că se încearcă să se înțeleagă punctul de vedere al fiecărui subiect. În consecință, procesul de operaționalizare ar trebui să fie unul inductiv (Denzin, 1978:103), pornind de la definiții largi și dezvoltat pe baza observațiilor. O altă situație este dată de faptul că nu întotdeauna lucrăm cu concepte – ipotezele ar putea fi formulate folosind doar variabile sau un concept și una sau mai multe variabile. Atunci când lucrurile sunt clare putem folosi direct variabile, ceea ce elimină nevoia de operaționalizare.

Niveluri de măsurare

În 1946 Stanley Smith Stevens a introdus ideea măsurării în științe sociale ghidate de patru niveluri de măsurare. Astfel putem folosi patru tipuri de niveluri de măsurare, primele două **calitative** (sau categoriale) și următoarele două **cantitative**:

1. Nivelul nominal;
2. Nivelul ordinal;
3. Nivelul interval;
4. Nivelul de rapoarte.

Nivelul nominal reprezintă pur și simplu clasificări, în multe cazuri definite ad-hoc. Pentru variabilele măsurate la acest nivel trebuie să ne gândim care sunt posibilele valori pe care le poate lua variabila noastră. Pentru o variabilă cum ar fi sexul persoanei lucrurile sunt simple: avem două posibile

valori sau două categorii, *masculin* și *feminin*. Lucrurile pot fi mai complicate pentru anumite variabile. De exemplu, dacă vrem să discutăm despre variabila *partid politic preferat* trebuie să începem de la partidele politice existente. Lista de partide politice existente în România este destul de mare. Registrul partidelor politice (<http://tmb.ro/index.php/partide-politice>) ne arată că avem 46 de partide politice înregistrate oficial. Deci am putea avea 46 de valori posibile, ceea ce ar îndeplini condiția de exhaustivitate (completitudine) necesară pentru orice variabilă categorială. Totuși, avem prea multe valori și unele valori vor fi întâlnite doar în foarte puține cazuri (câte persoane au ca partid politic preferat Partidul Demnității Naționale sau Forța Civică sau Partidul Prodemo?). O posibilitate este ca să selectăm în rândul categoriilor (valorilor posibile) partidele cele mai importante (cele cu șanse de a intra în Parlament) și să adăugăm alte două categorii – *alt partid* (pentru cei care preferă partidele mai mici) și *nici unul* (pentru cei care nu au un partid politic preferat). În acest fel vom avea o listă mai mică, dar care îndeplinește condiția de exhaustivitate – pentru fiecare caz avem o valoare care să i se potrivească.

O altă condiție pentru variabilele categoriale este aceea a excluziunii reciproce - categoriile sunt construite astfel încât să nu avem un obiect care să poată intra în același timp în două dintre ele. Dacă variabila noastră este *culoarea părului* trebuie să definim categoriile de așa natură încât să putem face diferența între ele. Nu putem folosi în același timp categoria „brunet” și categoria „negru” – cele două se suprapun în mare măsură – trebuie să optăm pentru una dintre ele.

Nivelul la care se construiesc categoriile trebuie să fie același. Nu putem să avem o clasificare pentru cumpărăturile făcute la piață de genul morcovi, fructe, cașcaval, ceapă. Categoria fructe este una mai largă decât celelalte categorii și poate fi folosită doar împreună cu altele de același nivel (legume, brânzeturi).

Valorile variabilelor nominale nu pot fi ordonate (în caz contrar discutăm despre nivelul ordinal). Nu putem spune că valoarea *feminin* este mai mare sau mai mică decât valoarea *masculin*. În practica cercetării sociale vom asocia numere care să desemneze fiecare categorie – de exemplu asociem 1 pentru valoarea *feminin* și 2 pentru valoarea *masculin*. Trebuie să știm că discutăm despre o variabilă măsurată la nivel nominal pentru a nu crede că interpretăm valorile etichetate 1 și 2 ca fiind cifre în adevăratul sens al cuvântului, care pot implica o relație de ordine.

Exemple de măsuri nominale:

- Etnia, cu posibile valori *român*, *maghiar*, *rom* și, pentru celelalte se folosește cel mai des *altă naționalitate*;
- Religia, cu posibile valori *ortodoxă*, *romano-catolică*, *protestantă*, *neo-protestantă*, *greco-catolică*, *altă religie*, *fără religie*;
- Forma de proprietate a unității în care lucrează: *de stat*, *privată*, *cooperatistă*, *organizație guvernamentală*, *alta*, *nu lucrează*.

Un caz aparte este cel al variabilelor dihotomice, în care avem două valori posibile (cum ar fi *da* și *nu*, *promovat* și *nepromovat*, *fumător* și *nefumător*, etc.). Cel mai adesea acestea sunt tratate ca variabile nominale. Trebuie să apreciem nivelul de măsurare al respectivei variabile în funcție de semnificația acesteia. Dacă variabila noastră încearcă să măsoare cât fumează fiecare individ, *fumător* este o valoare mai mare decât *nefumător* - și avem o măsurare la nivel ordinal, și doar dacă ne referim la două categorii de populație diferite, fără a face o ierarhie, avem de a face cu o variabilă măsurată la nivel nominal.

Nivelul ordinal este acela în care putem construi o ierarhie a categoriilor (de exemplu, venitul unei familii îl putem măsura la nivel ordinal introducând categoriile “peste 20 milioane”, “10-,,sub 3 milioane”, „3-5,99 milioane”, “6-9.99 milioane”, etc.; un alt exemplu este cel în care categoriile pornesc de la „foarte mare”, „mare”,..., mergând până la „foarte mic”), fără însă a putea spune cât de mare este distincția între două categorii particulare.

În acest caz numerele atașate fiecărei categorii trebuie să respecte o ierarhie a categoriilor. În mod normal am atașa numărul 1 categoriei cu poziția cea mai bună în ierarhie – cea cu valoarea cea mai mare (1 pentru foarte mare, 2 pentru mare, și așa mai departe). Din considerente legate de interpretarea testelor statistice folosite pentru testarea ipotezelor se recomandă ca numerele atașate să indice faptul că valoarea este mai mare mai degrabă decât poziția în ierarhie (1 – foarte mic, 2 – mic, etc.).

Exemple de măsuri ordinale:

- Mulțumirea față de ..., cu valorile posibile: *deloc mulțumit, nu prea mulțumit, destul de mulțumit, foarte mulțumit*;
- Ultima școală absolvită, cu valorile posibile: *fără școală, patru clase, școala generală, 10 clase, liceu, școala post-liceală, licență, masterat, doctorat*;
- Aprecierea veniturilor familiei, cu valorile posibile: *Nu ne ajung nici pentru strictul necesar, Ne ajung numai pentru strictul necesar, Ne ajung pentru un trai decent, dar nu ne permitem cumpărarea unor bunuri mai scumpe, Reușim să cumpărăm și unele bunuri mai scumpe, dar cu restrângeri în alte domenii, Reușim să avem tot ce ne trebuie, fără să ne restrângem de la ceva*;
- Gradul unui cadru didactic din învățământul superior, cu posibilele valori: *preparator, asistent, lector, conferențiar, profesor*;
- Vechimea în muncă, cu valorile posibile: *mai puțin de 5 ani, între 5 și 9 ani, între 10 și 15 ani, mai mult de 15 ani*;

În momentul în care construim categorii de genul între... și ... pentru o variabilă trebuie să ne gândim care este plaja de valori și să încercăm să construim categorii cu dimensiuni apropiate sau cu o semnificație anume (este greșit ca pentru vârsta indivizilor din întreaga populație să folosim drept categoria cu valoare maximă *peste 40 de ani* – vom avea prea multe cazuri și în respectiva categorie intră o bună parte din populația matură dar și vârstnicii, ceea ce ne-ar reduce posibilitățile de diferențiere între maturi și vârstnici – încercăm mai degrabă să vedem care sunt categoriile de vârstă potrivite pentru copii, tineri, maturi sau vârstnici, sau care sunt vârstele care împart populația în categorii cât mai apropiate ca număr de indivizi sau vom folosi intervale de vârstă care ușurează măsurarea – cum ar fi *între 20 și 29 de ani, între 30 și 39 de ani*, etc.)

Nivelul de interval se folosește pentru variabile măsurate cu ajutorul unor cifre, în cazul cărora punctul de referință (valoarea zero) a fost stabilit arbitrar, cum ar fi în cazul temperaturii, unde 0 pentru scara Celsius a fost stabilit punctul de înghețare al apei. În acest cazuri nu putem stabili rapoarte (dacă astăzi au fost 10 grade și ieri au fost 20 nu putem spune că astăzi a fost de două ori mai rece decât ieri). De asemenea nu putem spune că 0 grade Celsius înseamnă absența temperaturii – sunt posibile și temperaturile negative. De asemenea contează faptul că putem avea și alte sisteme de măsurare a temperaturii, pentru care rezultatele ar fi diferite – dacă folosim gradele Kelvin (care începe de la

temperatura minimă absolută), 0°C reprezintă 273°K ; dacă folosim gradele Fahrenheit, 0°C reprezintă 32°F . În cazul temperaturii măsurate în grade Kelvin zero grade chiar înseamnă absența căldurii.

Un alt exemplu îl reprezintă altitudinea, care este măsurată în mod tradițional în funcție de nivelul Oceanului Planetar. Dacă schimbăm referința s-ar putea ajunge la rezultate surprinzătoare. De exemplu, dacă am măsura altitudinea față de centrul Pământului, cel mai înalt munte din lume nu ar mai fi Everest, ci vulcanul Chimborazo din Ecuador (datorită faptului că Pământul este bombat la ecuator).

În general la nivelul de măsurare interval avem variabile construite pe baza unor convenții – cum ar fi coeficientul de inteligență (IQ). Este greu să concepem în acest caz o persoană care are inteligența egală cu zero (chiar dacă este posibil să obții zero la un test de măsurare a inteligenței). De asemenea este greu să putem spune că o persoană care are coeficientul de inteligență 160 este de două ori mai inteligentă decât o persoană care are $\text{IQ}=80$ – în anumite situații diferența de inteligență este mai mare (de exemplu dacă cei doi ar trebui să înțeleagă mecanica cuantică), în altele mult mai mică (de exemplu, când cei doi merg pe stradă). Un astfel de exemplu ar putea fi și notele obținute de studenți – se presupune că notele măsoară cunoștințele dobândite. Putem spune că un student de nota 8 știe de două ori mai multe lucruri decât un student de nota 4?

Un caz aparte este rangul într-o ierarhie. Dacă ordonăm persoanele dintr-o populație după vârstă, persoana cea mai în vârstă primește rangul 1, următoarea rangul 2 și așa mai departe am obținut o măsurare la nivel de interval (distanțele sunt egale între două ranguri succesive, dar persoana de pe locul 4 nu este de două ori mai în vârstă decât cea de pe locul 8).

Nivelul de rapoarte: este un nivel de măsurare de interval, dar în plus în acest caz există un punct de referință 0 (zero) care ne indică lipsa caracteristicii. Cifra atașată valorii reprezintă chiar măsura în care avem caracteristica respectivă. Dacă valoarea variabilei *greutate* este de 75 de kilograme, respectiva persoană chiar are 75 de kilograme.

Exemple de variabile măsurate la nivel de rapoarte:

- Vârsta măsurată în ani împliniți;
- Educația măsurată în număr de ani de școală;
- Salariul măsurat în lei/lună;
- Numărul de alegeri locale la care am participat;
- Temperatura măsurată în grade Kelvin.

În rezumat, putem identifica nivelul de măsurare al unei variabile în funcție de anumite caracteristici. Acestea pot fi sintetizate astfel:

Nr. crt.	Nivel de măsurare	Ordine	Distanță egală între două valori succesive	Zero Absolut
1.	Nominal	x	x	x
2.	Ordinal	☺	x	x
3.	Interval	☺	☺	x
4.	Rapoarte	☺	☺	☺

Tabelul 2.2 Caracteristicile celor patru niveluri de măsurare

Posibilitatea de a ordona valorile este prezentă la toate nivelurile, dar nu și la cel nominal (cum putem ordona valori cum ar fi „bărbat”, „femeie”?). Distanța dintre două valori succesive poate apărea doar în cazul unor valori care pot fi ordonate (deci nu și în cazul nivelului nominal). Pentru nivelul

ordinal această caracteristică nu este prezentă - cum facem diferența între „bine” și foarte bine”? . În cazul nivelurilor cantitative, acolo unde avem cifre, distanța dintre două valori succesive este egală (de exemplu, pentru venitul măsurat în lei – diferența între 1 leu și 2 lei este aceeași cu cea între 778 și 779 de lei).

Trebuie spus că există multe variabile care pot fi măsurate pe mai multe niveluri (venitul unei familii poate fi măsurat la nivel ordinal, dar și la cel de rapoarte, dacă vom folosi cifra exactă). Nivelul de măsurare trebuie ales în funcție de necesitățile cercetătorului provenite din metodele de prelucrare statistică pe care vrea să le aplice. Dintr-o variabilă măsurată la nivel de rapoarte se poate obține una ordinală prin operațiuni relativ simple de transformare a datelor, dar operațiunea inversă este imposibilă. Un caz special este cel al variabilelor dummy – un caz particular de variabile dihotomice (variabile care pot lua doar două valori – cel mai adesea 0 – indicând absența respectivei caracteristici și 1 prezența ei). Pentru o variabilă de tip nominal cum ar fi Religia, cu valori de la Ortodox la Fără Religie vom introduce un sistem de variabile dummy astfel:

R1 = 1 dacă este Ortodox și Greco-catolic și = 0 în caz contrar;

R2 = 1 dacă este Romano-catolic și = 0 în caz contrar

R3 = 1 dacă este Protestant și = 0 în caz contrar

R4 = 1 dacă este Neo-protestant și = 0 în caz contrar

R5 = 1 dacă are Altă Religie, Religie Nedecarată și Fără Religie și = 0 în caz contrar

Practic am înlocuit variabila Religie cu variabilele R1-5. Aceste variabile pot fi incluse în teste statistice destinate variabilelor cantitative (cum ar fi regresia), permițându-ne să vedem care este efectul diferitelor credințe religioase (sau absența lor) asupra altor variabile.

În alegerea nivelului de măsurare trebuie să ținem seama și de faptul că variabilele pot să fie:

- Discrete (avem un set de valori este unul restrâns, este imposibil din punct de vedere logic ca să existe valori intermediare – de exemplu, nu putem avea 1.5 copii);
- Continue (număr foarte mare de valori, pot exista valori intermediare – de exemplu putem avea înălțimea de 1,775 metri).

Se recomandă să considerăm variabilele discrete drept nominale sau ordinale iar cele continue interval sau rapoarte. În ghidarea alegerii noastre putem pentru un nivel sau altul de măsurare putem să ne gândim și din punct de vedere al analizelor statistice pe care vrem să le folosim – variabilele nominale sau ordinale se vor folosi în analize pentru care variația (numărul de valori diferite pe care le ia o variabilă) este mică, iar variabilele de tip interval sau raport în analize pentru care variația ar fi bine să fie mare. În consecință, numărul de copii poate fi considerat drept variabilă de tip rapoarte pentru că îndeplinește condițiile specifice din tabelul 2.2 și pentru că, cel puțin teoretic, numărul de copii poate să ia valori foarte diferite – Wikipedia ne spune că recordul se pare că-l deține o femeie din Rusia, care între 1725 și 1765 a dat naștere unui număr de 69 de copii, dar că există un sultan din Maroc (Moulay Ismaïl Ibn Sharif), care a domnit între 1672 și 1727 și a avut un număr de 888 sau 867 de copii.

Scale

Multe concepte din științele sociale au înțelesuri foarte complexe. Operaționalizarea (vezi 2.1.) ne ajută să măsurăm un concept prin intermediul măsurării unor variabile pe care le-am presupun a fi

componente ale respectivului concept. În majoritatea cazurilor indicatorii unor variabile sunt considerați a avea importanță egală, ceea ce nu este adevărat în toate cazurile. În plus, în unele cazuri variabilele să nu fie neapărat independente unele de altele (de exemplu răspundem afirmativ la o variabilă poate duce automat la răspuns afirmativ la o altă variabilă).

Pentru măsurarea conceptelor putem folosi scale. Acestea sunt instrumente care ne permit atașarea unor valori numerice unor observații conform unei reguli, dar într-un mod mai complex decât cel de indice. Un indice se compune din combinarea (de obicei prin însumarea) unor indicatori (valorile variabilelor luate în calcul), câtă vreme scala vine și cu reguli care ne ajută în interpretarea valorii fiecărei observații, dar și a rezultatului final. Cele mai cunoscute scale sunt cele ale lui Thurstone, Likert și Guttman.

Scala **Likert** este o scală ordinală. Procedura este în mare măsură similară: începem cu generarea de propoziții și avem judecători care să le analizeze. Aceștia vor evalua fiecare enunț față de fenomenul studiat, de exemplu pe o scală de la 1 (total nefavorabil față de conceptul nostru) la 5 (total favorabil față de concept).

În primă fază vom respinge itemii care au o corelație slabă cu scorul total obținut prin însumare.

Selectăm un enunț în momentul în care valoarea medie din cuartila 1 este diferită semnificativ statistic față de cuartila 4 (folosim pentru așa ceva testul t de semnificație). Acest lucru înseamnă că respectivele enunțuri fac o discriminare mai bună între răspunsuri.

Pentru fiecare enunț se oferă o gamă de răspunsuri de la 1 la 5 și scorul total se calculează prin însumare. Alte variante propun scoruri de la 1 la 7, de la 1 la 9 sau de la 0 la 4. Uneori se precizează doar valoarea minimă (de exemplu – dezacord total cu afirmația prezentată) și cea maximă (acord total cu afirmația), alteori se prezintă semnificația fiecărui element (exemplu: 1- dezacord total, 2 – dezacord, 3- nici acord, nici dezacord, 4- acord, 5- acord total). În acest ultim caz este important este ca variantele favorabile să fie egale în număr cu cele defavorabile, să fie simetrice (dacă avem acord trebuie să avem și dezacord ca variantă de răspuns) și să avem un element de mijloc neutru.

Se poate crea o confuzie între scala Likert (care măsoară un concept) și itemi Likert (care sunt măsurați pe o scală de la 1 la 5 sau similar). Dacă modul de construire al scalei Likert se folosește destul de puțin (cercetătorii preferă să construiască scale pe baza teoriei și fără să folosească judecători), formatul itemilor Likert este unul foarte popular.

Motivul este că itemii Likert sunt considerați în mare parte din literatură ca fiind măsuri de tip interval. O întrebare cum ar fi *În ce măsură sunteți de acord cu următoarea afirmație?* care propune ca răspuns un număr de la 1 – dezacord total la 5 – acord total ar putea fi considerată ca una la care două valori succesive sunt situate la o distanță egală - ceea ce ar indica măsurare de tip interval. O astfel de abordare poate fi acceptată, dar o abordare mai prudentă ar fi să spunem că itemii Likert sunt ordinali și doar aproximează o măsurare la nivel interval – având în vedere că în sensul cel mai strict nu au proprietățile matematice ale nivelului interval.

În construirea unei scale Likert se recomandă să folosim și itemi formulați negativ, pentru a evita situațiile în care respondenții noștri au tendința de a fi de acord cu orice afirmație. Dacă folosim astfel de itemi trebuie să avem grijă cum calculăm scorul (acordul cu o afirmație negativă este de fapt dezacord cu afirmația pozitivă).

Scorul total obținut poate fi tratat ca o variabilă măsurată la nivel interval.

Dacă dorim să măsurăm discriminarea pe criterii sexuale la locul de muncă am putea încerca să vedem în ce situații se întâlnește acest comportament și cât de des .

Din câte știți dumneavoastră, în cadrul instituției (în ultimii 5 ani), cât de des s-au întâlnit situații în care persoane de un anumit sex să fie discriminate:

		Niciodată	Foarte rar	Rar	Des	Foarte des
1.	La angajare	1	2	3	4	5
2.	La stabilirea sarcinilor de serviciu	1	2	3	4	5
3.	La evaluarea profesională	1	2	3	4	5
4.	La avansarea în grad/treaptă profesională	1	2	3	4	5
5.	La promovarea în funcții de conducere	1	2	3	4	5
6.	La acordarea unor prime, bonusuri, sporuri ș.a.	1	2	3	4	5

În calculul scorului discriminării la locul de muncă pentru fiecare caz se vor aduna scorurile obținute pentru fiecare item, iar pentru a afla scorul total se va face media scorurilor pentru fiecare caz. Interpretarea scorului total se poate face luând în calcul semnificația variantelor de răspuns – scorul total poate lua valori între 6 (cazul în care s-a răspuns 1 – niciodată la toate întrebările) și 30 (cazul în care s-a răspuns foarte des la toate întrebările). Dacă împărțim intervalul de la 6 la 30 în 5 intervale egale putem obține:

- Între 6 și 10 – discriminare inexistentă;
- Între 11 și 15 discriminare întâlnită foarte rar;
- Între 16 și 20 discriminare întâlnită rar;
- Între 21 și 25 discriminare întâlnită des;
- Între 26 și 30 discriminare foarte des.

2. Observația

Observația este cea mai veche metodă științifică. Observația este folosită încă din perioadele pre-istorice. Egiptenii și babilonienii sunt primii care au lăsat surse scrise asupra observațiilor realizate, în special în domeniul astronomiei. Mai târziu, în Evul Mediu științele erau clasificate în științe experimentale și în științe ale observației, acestea din urmă fiind astrologia, agricultura și navigația (Daston și Lunbeck, 2011).

În științele sociale observația a început să fie folosită încă din momentul dezvoltării acestora, mai ales în ceea ce privește diferitele obiceiuri ale societății.

Termenul observație provine din latinescul *observare* - un cuvânt compus din *ob* (la, către) + *servare* : a fi atent, a privi.

În realizarea unei observații trebuie să ne folosim nu doar privirea, dar și celelalte simțuri: auzul, mirosul, gustul sau pipăitul. O observație realizată într-un restaurant nu poate exclude gustul și mirosul (elemente care ne ajută să înțelegem cât mai mult despre calitatea mâncării preparate acolo). Pipăitul poate fi și el folosit într-o serie de observații, de exemplu pentru a afla mai multe despre textura unui material.

Principalele caracteristici ale observației sunt:

- Este directă;
- Se desfășoară cel mai des în mediul natural al subiecților;
- Permite studierea unor subiecți care nu pot sau nu vor să se exprime;
- Permite compararea raportărilor verbale cu comportamentul efectiv;
- Se poate analiza și contextul în care se desfășoară comportamentul studiat.

Tehnicile de observare

Observația se poate desfășura în mai multe feluri (sau tehnici). O primă distincție se face între observații:

- Non-participative, în care observatorul este exterior fenomenului (de exemplu dacă observăm traficul de pe stradă de la geamul ferestrei). Este mai obiectiv, dar nu permite o cunoaștere mai intimă a respectivului fenomen;
- Participative, în care observatorul este integrat în mediu – înțelegem mai mult despre o anumită activitate dacă participăm la ea, despre un anumit grup dacă participăm la activitățile desfășurate de către acesta, dar în același timp prin participare putem să dezvoltăm anumite atașamente (sau dimpotrivă) față de membrii grupului sau față de o anumită activitate;

O a doua distincție se face între observații:

- Deschise, în care observatorul își declară calitatea. Apare aici problema unei posibile modificări de comportament din partea celor studiați (reactivitate), tocmai datorită faptului că se știu observați;
- Ascunse, în care observatorul nu-și declară calitatea. În acest caz nu există probleme referitoare la schimbări de comportament din partea subiecților, fiind posibile mai degrabă din partea observatorului, care poate ajunge să se identifice cu subiecții. Pot exista și probleme de natură etică, începând cu încălcarea vieții private și terminând cu posibilitatea

unui comportament ne-etic din partea observatorului. În ultimul caz, să ne închipuim un cercetător care vrea să studieze viața unor bande de infractori și care ar trebui să se integreze în viața bandei.

Există posibilitatea unor situații intermediare, în care observatorul se integrează în mediu, dar fără a fi un participant propriu-zis.

Din combinarea celor două criterii obținem 4 situații distincte (Kohn, Negre, 1991):

Gradul de participare Slab<----->Puternic	Cercetător - „spion”	Cercetător – „actor social”
	Observator „nedeclarat”	Observator „neutru”
	Gradul de recunoaștere a statutului de cercetător Slab<----->Puternic	

Tabelul 0-1 Tehnici participative și non-participative de observație

În funcție de specificul cercetării putem alege o tehnică sau alta.

Observația este o metodă care poate fi folosită atât calitativ cât și cantitativ. Prima variantă este numită observație naturală (sau etnografie), iar a doua observație sistematică.

Observația naturală se referă la observarea tuturor evenimentelor, comportamentelor și artefactelor dintr-un anumit mediu. Observația se desfășoară în mediul natural al celor observați.

În varianta în care scopul cercetării noastre este înțelegerea activității unui grup avem de a face cu o formă de observație naturală numită etnografie. Etnografia a fost folosită prima dată în antropologie, încă de la începutul secolului XX. Inițial a fost folosită pentru studierea unor triburi primitive, dar aria de studiu s-a extins la orice grup existent. Putem studia o comunitate rurală, un grup de funcționari publici dintr-un anumit serviciu, o bandă de cartier sau oamenii străzii. Etnografia poate include și culegerea de date prin punerea de întrebări (ceea ce ne-ar duce cu gândul la un interviu), dar discuțiile acestea trebuie să fie desfășurate într-un mod cât mai apropiat de discuțiile naturale, fără a asuma rolul de intervievator.

Observația sistematică începe prin a stabili cât mai precis scopul cercetării noastre. Odată stabilit acest scop vom încerca să delimităm cât mai clar comportamentele pe care dorim să le observăm și modul în care dorim să le notăm.

Observația sistematică este foarte potrivită pentru studiul unor comportamente nonverbale sau spațiale. Ea ne cere să construim un sistem de clasificare explicită, exhaustivă și mutual exclusivă a comportamentelor precum și o metodă de eșantionare a spațiului în care facem observația și a perioadelor de timp în care ne desfășurăm studiul.

Astfel, dacă încercăm să observăm modul în care se desfășoară circulația într-un oraș intersecție va trebui să identificăm tipurile de comportament posibile. În principal ne va interesa sensul în care se mișcă mașinile, eventual viteza cu care trec și cât așteaptă la semafor – dacă este cazul; putem face

ceva similar pentru pietoni. Trebuie să alegem locul sau locurile cele mai potrivite pentru studiu. Putem selecta străzile și intersecțiile cele mai importante din localitate. Trebuie avut în vedere factorul timp: există ore de vârf, în week-end circulația este redusă, dimineața oamenii merg la serviciu, după-masa se întorc, ceea ce ar putea modifica radical circulația din intersecție, etc. Observația noastră trebuie să nu negligeze nici una dintre perioadele în care comportamentul poate fi diferit. În momentul în care am lucrat bine s-ar putea să aflăm cum am putea modifica mersul semafoarelor astfel încât să fluidizăm circulația din intersecție.

Calitățile unui observator

Fiecare om care observă o anumită situație s-ar putea să observe lucruri diferite. Dacă încercăm să și atribuim un înțeles celor observate acestea ar putea fi extrem de diferite de la observator la observator, ca și cum fiecare ar fi asistat la situații diferite. În mare măsură putem explica acest lucru prin lipsa unor abilități necesare. Cheia succesului unei observații stă în abilitățile observatorului. Câteva dintre ele sunt comune tuturor tehnicilor de observare:

- Implicare – observatorul trebuie să fie dedicat scopurilor cercetării;
- Capacitatea de a selecta corect elementele esențiale ale situației observate;
- Minuțiozitate - abilitatea de a percepe detalii pe care alții nu le văd;
- Înțelegerea cât mai bună a limbajului verbal și non-verbal (abilitatea de a discerne anumite nuanțe și tonalități ale limbajului, de a înțelege diferite gesturi și expresii ale feței);
- O bună memorie, având în vedere că nu toate observațiile pot fi notate pe loc;
- Calități de redactare a notelor de teren – acestea trebuie să fie clare și concise, dar în același timp să nu omită comportamente sau context relevante;
- Răbdare – pentru a înțelege un anumit eveniment, comportament, grup observațiile pot dura foarte mult (uneori chiar ani). Nu știm niciodată când se va întâmpla ceva important și lipsa de răbdare ne poate lipsi de informații importante.

Pentru observația participativă trebuie să adăugăm câteva abilități legate de interacțiunea cu alte persoane:

- Empatia – capacitatea de a recunoaște și de a împărtăși într-o oarecare măsură sentimentele celorlalți, dar permițând în același timp și distanțarea față de acestea. Este o capacitate foarte utilă pentru a intra în contact cu alți indivizi;
- Calități de ascultător activ – nu trebuie doar să asculte, dar și să transmită interlocutorului acest lucru și că înțelege mesajul transmis;
- Capacitatea de a se adapta unor culturi diferite de cea cu care este obișnuit;
- Capacitatea de integrare în grup - observatorul trebuie să fie acceptat de grup. Poziția cea mai bună este să devină un membru oarecare (dar care are acces la informațiile necesare) și să-i facă pe ceilalți să uite (pe cât posibil) de calitatea sa de observator.

Grila (sau ghidul de observație)

Observația folosește ca instrument de cercetare grila (sau ghidul de observație, un alt termen folosit este cel de fișă de observație). O grilă de observație trebuie să conțină următoarele elemente (câteva indicații am menționat vorbind despre observația sistematică):

- comportamentele care ne interesează;
- locul sau locurile în care vrem să ne desfășurăm cercetarea;
- perioada de timp în care facem observația și durata acesteia;
- modul în care se notează observațiile.

În etnografie nu folosim o astfel de grilă. Etnograful notează comportamentele care i se par cele mai importante. Pentru observația sistematică putem să avem o grilă extrem de structurată, mergând până la un grad de detaliere foarte mare, caz în care observatorul trebuie să noteze doar frecvența unor comportamente sau gradul în care caracteristica este întâlnită. Un astfel de exemplu ar fi următorul:

Grilă de observație pentru învățare activă

Scopul cercetării este determinarea gradului în care profesorul încurajează învățarea activă.

Grila este structurată, observatorul trebuind să identifice în ce măsură comportamentul profesorului are anumite caracteristici. La final scorurile pentru fiecare caracteristică se însumează, obținându-se scorul profesorului.

Numele profesorului: _____ Clasa: _____ Data: _____

Comportamentul profesorului

Transmite cunoștințe	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	Facilitează cunoașterea
Distant și formal	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	Cald și prietenos
Mediul clasei este rigid	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	Mediul clasei este flexibil
Cunoaștere bazată pe autoritate	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	Cunoaștere bazată pe descoperire
Pune accentul pe gândire unitară	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	Pune accentul pe gândire diversă
Planifică și conduce toate activitățile	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	Permite elevilor să intervină în planificare și conducere
Evaluează singur munca elevilor	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	Implică elevii în evaluarea muncii lor
Evaluarea se face doar în scopul notării	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	Evaluarea se face pentru diagnosticare

Scorul final: _____

Comentarii: _____

Sursa: <http://www.cabarrus.k12.nc.us/pdf/ActiveLearningObsInstru.1.pdf> accesat ultima dată la 01.04.2007

O astfel de grilă va fi completată la încheierea fiecărei ore observate de către fiecare observator (putem avea unul sau chiar mai mulți observatori). Pentru fiecare profesor ar fi bine să avem mai multe

astfel de grile, pentru a putea măsura cât mai bine gradul în care acesta încurajează învățarea activă în rândul elevilor.

Grilele de observație nu sunt întotdeauna atât de detaliate și nici modul lor de completare atât de simplu. Uneori ni se oferă doar anumite clasificări și indicații despre modul de notare a observațiilor, dar observațiile trebuie notate pe larg în vederea obținerii unor informații cât mai bogate (asemănătoare cu informațiile calitative), care sunt ulterior codificate și transformate în informație cantitativă.

Unul dintre primele studii în care observația sistematică a fost aplicată în cercetarea organizațională a fost cel desfășurat de Mintzberg la începutul anilor 1970. Acest studiu a încercat să descrie specificul activității manageriale. Primul pas a fost cel legat de identificarea comportamentelor de interes. Mintzberg a identificat cinci activități majore ale managerilor: întâlniri planificate, întâlniri neplanificate, muncă de birou, convorbiri telefonice, tururi prin organizație cu scopul de a verifica activitatea angajaților.

Modul de notare a fost unul original: au fost folosite trei înregistrări diferite:

- una cronologică – pentru fiecare activitate desfășurată s-a notat ora la care s-a întâmplat, natura activității și durata sa;
- o înregistrare referitoare la documentele care au fost primite sau trimise, în care au fost descrise conținutul lor și acțiunile care au fost luate pentru a răspunde la corespondență;
- o înregistrare vizavi de convorbirile personale – s-a notat cu cine s-a vorbit, cine a inițiat discuția și durata discuției.

Pentru fiecare activitate a managerilor observațiile au fost notate în mai multe înregistrări – fiecare scrisoare primită sau trimisă de către manager s-a notat a fost notată atât cronologic cât și ca document. În total au fost descrise 890 de documente, precum și acțiunile generate de acestea și 368 de interacțiuni verbale.

Pe baza ideilor lui Mintzberg o cercetare ulterioară (Martinko și Gardner, 1990) a încercat să vadă ce-i diferențiază pe managerii buni de cei mai slabi din punct de vedere al utilizării timpului. Aici avem și o selecție a managerilor observați – au fost selectați 41 de directori de școală, doar cei cu performanțe medii și peste medie.

Într-o grilă de observație putem include și câteva reguli de observare, începând cu cele legate de condițiile prealabile și continuând cu cele legate de notarea observațiilor. În ceea ce privește ultimul tip de reguli, ele pot fi respectate cu ajutorul tehnicii moderne, observațiile putând fi filmate.

Condiții prealabile:

1. familiarizarea cu obiectivele cercetării;
2. cunoașterea unităților de observație: fiecare comportament observat trebuie să fie corect inclus în grila de observație;
3. trebuie să notăm și elementele de context începând cu spațiul în care se desfășoară acțiunea, dar și alte elemente care pot să influențeze evenimentele;
4. observațiile se notează cât mai repede cu putință (este evident că un observator „spion” nu va putea lua note decât după ce a ieșit din mediul studiat);
5. notăm ce vedem și nu interpretările noastre asupra fenomenului – interpretările se fac în general, după ce am adunat datele. Nu vom nota „studenții sunt plictisiți” pentru că de fapt vedem că „studenții nu sunt atenți, unii se uită pe pereți, alții pe geam, sunt studenți care

casă frecvent” și interpretarea să fie alta – poate că aflăm dintr-o altă notiță că studenții au avut deja 8 ore în ziua respectivă și atunci putem interpreta că sunt obosiți.

Pentru o observație desfășurată fără grilă de observație trebuie să notăm cu grijă toate elementele observate. Ne interesează în mod special anumite amănunte:

1. descrierea locației în care are loc observația, momentul de timp în care se desfășoară observația, alte elemente care pot să influențeze observația;
2. descrierea observatorului și a poziției sale față de evenimente (distanța, gradul de implicare în evenimentele observate, modul care se face observația și în care se notează observațiile);
3. descrierea participanților cu toate caracteristicile observabile (putem observa vârsta, sexul, modul în care sunt îmbrăcați, modul în care vorbesc – dacă suntem suficient de apropiați);
4. descrierea acțiunilor participanților – cine inițiază interacțiunea, comportamente verbale și non-verbale, eventuale incidente.

Descrierile trebuie să fie detaliate. În momentul în care citim astfel de note trebuie să fim capabili să ne imaginăm cât mai clar locul, personajele și evenimentele despre care este vorba.

Pentru o observație desfășurată la ghișeele de relații cu publicul ale direcției taxe-impozite ale unei instituții vom avea în primul rând o descriere a locației.

Plata impozitelor se face într-o încăpere mare, pătrată (circa 7 metri pe 7) și înaltă. Pereții sunt zugrăviți în alb. În încăpere, pe trei laturi există 10 ghișee făcute din placaj negru, având pe partea spre cetățeni o sticlă decupată în partea de jos, pentru a putea permite cetățenilor să dea banii sau documentele solicitate, să folosească POS-ul și să primească chitanțele. Lângă ghișeul numărul 10 este amplasată o masă pe care cetățenii își pot aranja documentele (vezi schița). Încăperea nu are alte decorațiuni interioare. Pe fiecare ghișeu sunt lipite foi A4 conținând informații utile pentru cetățeni.

Ghișeul numărul 1 este ghișeul de informații, la ghișeele 2-9 se pot plăti taxele și impozitele locale, iar la ghișeul 10 este folosit pentru obținerea atestatelor fiscale. În ziua observației erau deschise doar ghișeele 1, 3, 4, 5, 7 și 10. La fiecare ghișeu avem câte un funcționar. La ghișeul numărul 7 este un funcționar de sex masculin, în rest avem doar funcționare. Vârsta funcționarilor este între 30 și 50 de ani. În spațiul fiecărui ghișeu avem un scaun, un calculator, o imprimantă și un POS.

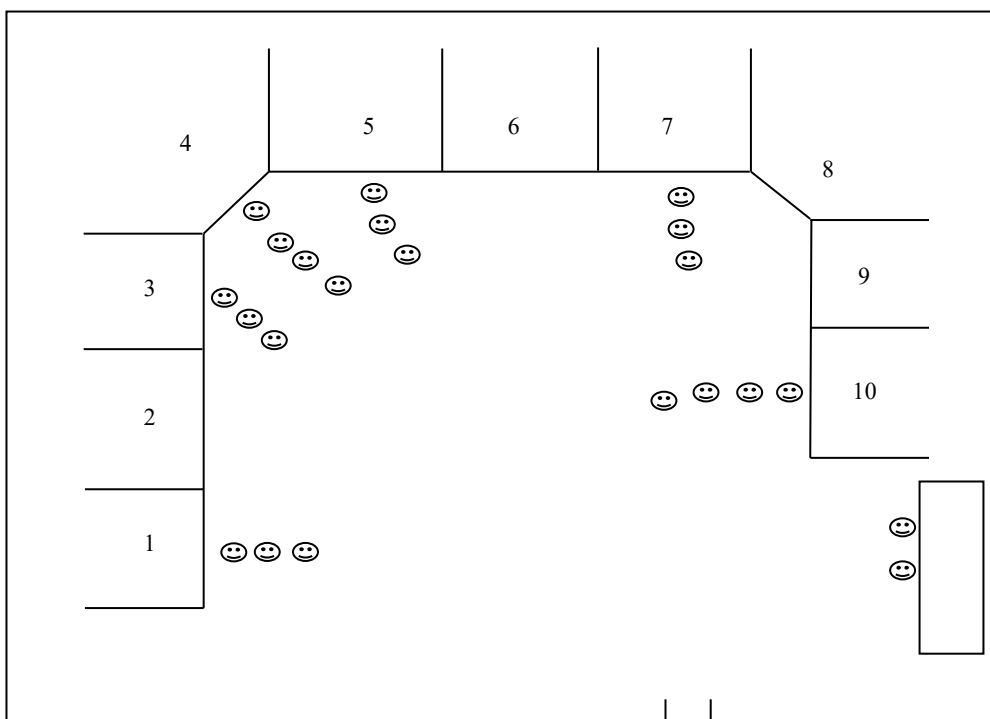


Figura 0-1 Schița locației observației

Cetățenii se așează la coadă la ghișeul dorit. În ziua observației numărul cetățenilor a fost era destul de mare, la ghișeele deschise fiind în permanență coadă.

În încăpere este foarte cald, cetățenii care vin de la frigul de afară și-au descheiat hainele de iarnă, dar unii dintre ei resimt căldura prea mare.

Se continuă cu observatorul.

Observatorul este student în anul II Administrație Publică, cunoaște locația din timpul stagiului de practică desfășurat în anul I. Vârsta sa este 21 de ani și este de sex masculin. Pentru această observație a fost ales ghișeul cu numărul 4, care are un spațiu mai mare. Observatorul a luat loc lângă funcționara de la ghișeu și a pus o serie de dosare în fața sa pentru a părea că o ajută pe funcționara respectivă și a ascunde faptul că în acest timp se notează observațiile. Observația a început odată cu deschiderea programului, la orele 7.30 și s-a încheiat la orele 12.00.

Putem nota aici descrierea unui participant care este prezent la fiecare interacțiune.

Funcționara de la ghișeul 4 este de sex feminin, are circa 50 de ani și lucrează la acest serviciu de circa 15 ani. Este o persoană serioasă, destul de impunătoare, cu o voce destul de puternică. Lucrează cu destulă pricepere la calculator. Verifică cu atenție actele de identitate prezentate, precum și chitanțele eliberate la imprimantă.

Pentru fiecare interacțiune vom descrie cetățeanul care se prezintă la ghișeu și ce se întâmplă (inclusiv eventualele incidente). Aceste descrieri pot fi amănunțite, prezentând până și cele mai puțin însemnate detalii, sau pot selecta doar amănunțele mai interesante.

Ora 8.36 Cetățeanul care se prezintă la ghișeu este un tânăr de circa 25 de ani, destul de scund (circa 1.60-1.70), îmbrăcat sport, brunet, cu părul lung prins într-o coadă. Vorbește foarte încet și cu accent. Funcționara de la ghișeu îi cere cartea de identitate, dar acesta a uitat-o acasă. Nu își cunoaște nici CNP-ul. În cele din urmă funcționara trebuie să-l caute în baza de date după nume și

adresă. Prima căutare nu a fost fructuoasă pentru că nu s-a înțeles destul de bine felul în care se scrie numele. Funcționara îl roagă să repete numele, cerând la un moment dat precizări („se scrie cu zs sau sz?”), și reușește să-l găsească în baza de date. Cetățeanul este rugat să confirme că are de plătit impozite pentru o casă și o motocicletă. După ce acesta confirmă, i se comunică suma și este întrebat dacă dorește să plătească cu cardul sau în numerar. În acest moment la ghișeu revine cetățeanul de la 7.52, care-și uitase cartea de identitate. Funcționara ia din sertar documentul respectiv și îl înmânează acestuia, după care întreabă din nou despre modul de plată. I se răspunde că în numerar, primește banii și dă restul și chitanțele. Durata totală : 5 minute.

Fiecare astfel de interacțiune este notată în acest fel până la încheierea observațiilor. Fiecare va fi analizată ca un caz aparte.

Acces și identitate

Mediul în care dorim să facem observația poate fi clasificat în (Silverman, 2010):

- medii închise sau private (organizații, familii, grupuri) în care accesul este mai dificil și în care trebuie să facem apel la anumite persoane care ne pot facilita accesul. Într-o instituție publică trebuie să cerem în mod oficial permisiunea, care ni se va acorda (sau nu) de către șeful instituției sau o altă persoană care are atribuții în domeniul respectiv. În spații mai puțin formale putem cere sprijinul unui membru al organizației sau grupului care poate să ne introducă în locația în care dorim să ne desfășurăm observația.

- medii publice (locuri publice, cum ar fi pe stradă, în parc, într-un magazin, ș.a.) în care accesul este liber. Dacă dorim să studiem activitățile unui anumit grup va trebui uneori să solicităm și aici permisiunea – fie întregului grup, fie să solicităm sprijinul unei anumite persoane. În alte situații accesul este mai ușor – dacă dorim să studiem galeria unei anumite echipe de fotbal putem să ne așezăm în sectorul lor obișnuit de pe stadion și, dacă încurajăm echipa lor favorită, avem șanse bune de a fi acceptați în grup.

Accesul prin intermediul unei persoane are anumite avantaje. Este mai ușor și deseori persoana respectivă este sau devine informatorul nostru principal asupra modului de funcționare a grupului sau organizației. Trebuie să fim atenți în alegerea persoanei care ne introduce în grup. Asocierea cu o anumită persoană poate aduce și dezavantaje – ni se vor ascunde informațiile care nu trebuie să fie aflate de către cel care ne-a prezentat grupului. În cazul în care suntem introduși într-un anumit serviciu dintr-o instituție publică de către șeful serviciului respectiv s-ar putea ca subordonații acestuia să-și modifice comportamentul în prezența noastră.

Accesul se poate face în anumiți termeni. Unele aspecte sunt legate de confidențialitatea datelor: dacă putem folosi numele reale ale organizației sau grupului precum și a membrilor săi, dacă vom avea acces la toate activitățile și evenimentele sau doar la unele, gradul în care putem participa la activități, ș.a.

Pentru situațiile în care suntem observatori nedeclarați apare problema asumării unei identități. Dacă dorim să studiem în mod participativ viața studenților în administrație publică de la Cluj am putea să ne introducem în grupul lor asumându-ne identitatea de student și folosind o legendă – am fost transferați de la un alt program de administrație publică al altei universități. O astfel de legendă poate fi susținută doar având acordul conducerii departamentului, în caz contrar legenda putând fi demontată

relativ ușor. Identitatea trebuie aleasă astfel încât să poată fi păstrată o perioadă cât mai lungă de timp, de preferință cât mai apropiată de caracteristicile și cunoștințele pe care le avem.

Observația în administrația publică

În administrația publică observația nu este folosită la adevărata sa valoare. O primă cauză este explicarea problemelor prin cauze sociale sau economice (de genul: sărăcia este datorată situației economice generale, salariilor mici, educației reduse, provenienței dintr-o familie cu mijloace reduse, etc.). În anumite cazuri astfel de explicații nu sunt suficiente, comportamentul putând fi cauza reală, iar pentru studiul comportamentelor observația este cea mai bună metodă.

O a doua cauză este costul în timp și forță de muncă pentru a face suficiente observații referitoare la un grup mare de oameni sau la o comunitate. Cercetările efectuate pe astfel de teme durează perioade mari de timp, exact ceea ce lipsește de obicei în multe cercetări. Ca să dăm un exemplu, cercetarea unui clasic al observației, William Foot Whyte, *Street Corner Society: The Social Structure of an Italian Slum* (1943) a durat 5 ani!

Observația se poate dovedi utilă în multe cazuri. Să luăm doar un exemplu: în cazul în care desfășurăm un program de training pentru funcționari în domeniul relațiilor cu publicul, cum ne putem da seama cel mai bine de succesul sau insuccesul programului? Posibilitatea cea mai corectă este să observăm cum se desfășoară relațiile cu publicul. Cel mai mare avantaj al observației este faptul că este directă: lucrăm direct cu fenomenul studiat. Un alt exemplu ar fi cel legat de subiecte în care trebuie să evaluăm anumite aspecte vizibile (de exemplu curățenia de pe stradă).

3. Sondajul de opinie

Sondajul de opinie este și va rămâne încă multă vreme vedeta cercetărilor sociale. În domeniul administrației publice Wright et al (2004:755), analizând conținutul a 143 de articole științifice bazate pe cercetare cantitativă apărute în șase reviste de vârf din domeniu în perioada 1996-1998, au aflat că sondajul de opinie a furnizat 73% dintre datele folosite, analiza documentelor 21.1%, observația 3.4%, experimentul de laborator 0.1%, iar în alte 4% din cazuri metoda nu a fost clar specificată.

Prin opinie se înțelege o stare sau predispoziție mentală față de un anumit referent. Opinia se compune din credințe și atitudini. Un model al funcționării atitudinilor și credințelor în sistemul administrativ-politic ne arată că pe baza modului în care funcționează instituțiile se nasc opiniile. Opiniile influențează diferitele acțiuni legate de instituții, iar din aceste acțiuni apar sau se modifică anumite cereri sau un anumit sprijin față de instituții (Lehnen, 1976:32).

Un termen foarte des folosit este cel de sistem al opiniei publice, subliniindu-se astfel

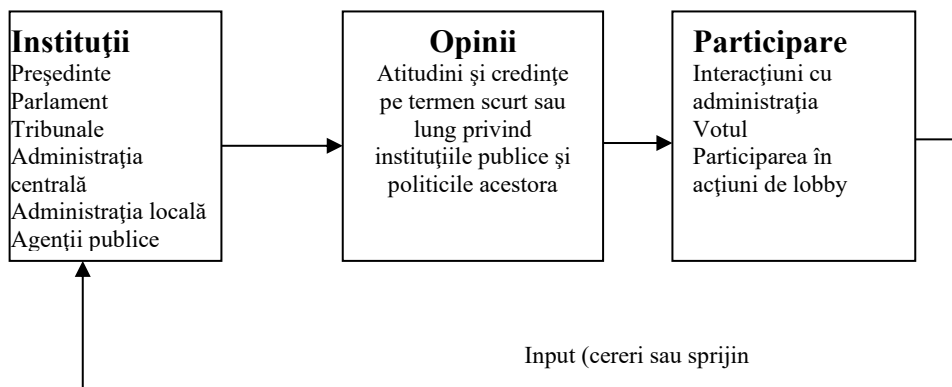


Figura 0-2 Modul de funcționare al atitudinilor și credințelor în sistemul politico-administrativ

complexitatea acesteia. Când vorbim despre opinia publică trebuie să avem în vedere trei aspecte fundamentale:

1. **Intensitatea opiniei:** variază foarte mult de la om la om, sau de la problemă la problemă. Dacă vom cere opinia unui român despre o situație similară petrecută în România și în Haiti, răspunsul va fi cel mai probabil același, dar problemele haitienilor nu sunt privite ca fiind la fel de importante și sentimentul față de ele este redus în intensitate;
2. **Importanța subiectului:** subiectele nu sunt la fel de importante pentru fiecare. De exemplu, protecția liliecilor este un subiect care nu va interesa prea mulți oameni;
3. **Stabilitatea opiniilor:** mulți oameni politici sau cercetători se plâng de lipsa de stabilitate a opiniei publice. Cel mai șocant exemplu este cel al invadării Cambodgiei de către Statele Unite ale Americii în timpul războiului din Vietnam. Procentul celor care aprobau o astfel de măsură era de doar 7%, dar după ce Nixon a luat această decizie procentul a crescut la 50%. În probleme complexe sau confuze, opiniile au tendința să se modifice în permanență, orice informație nouă putând să schimbe radical opiniile populației.

În studierea opiniei publice trebuie luate în calcul toate aceste trei aspecte. Dacă opiniile despre un subiect nu sunt suficient de intense, dacă subiectul nu este considerat suficient de important și dacă părerile nu sunt stabile, atunci este greșit să ne bazăm pe opinia publică.

Caracteristici ale sondajelor de opinie

Sondajul de opinie este o metodă indirectă de colectare a datelor. Spre deosebire de cele două metode descrise anterior fenomenul nu se mai desfășoară în fața noastră. Datele sunt obținute întrebând persoanele care au anumite cunoștințe despre fenomenul care ne interesează – numiți respondenți.

Sondajul de opinie este o metodă cantitativă. Totuși, nu este exclusă nici posibilitatea de a colecta și date de natură calitativă cu ocazia unui sondaj – putem pune anumite întrebări și să permitem subiecților să răspundă în forma și detalierea pe care o doresc.

Sondajul de opinie este o metodă care poate fi folosită în egală măsură pentru toate posibilele obiective ale unei cercetări: prin sondaj putem face un studiu exploratoriu, unul descriptiv sau unul explicativ.

Dacă vom considera recensămintele (cercetare în care avem de a face cu întrebări puse unor respondenți) ca făcând parte dintre sondaje avem de a face cu o istorie foarte lungă. Babbie (2010) ne oferă exemplul unei mărturii care se regăsește în Biblie când Moise a realizat un astfel de recensământ. Primele mărturii despre recensăminte provin din Babilon, fiind datate în jurul anului 3800 î.e.n. (Kuhrt, 1995). Primul sondaj de opinie realizat cu scopuri jurnalistice a fost realizat în 1824 de către un reporter care vroia să afle cine va ieși președinte al SUA în alegerile din acel an. O cercetare sociologică mai serioasă a încercat să realizeze Karl Marx în 1880, când un chestionar despre starea muncitorilor din Franța a fost publicat în *La Revue Socialiste* și a fost și multiplicat și distribuit în 25.000 de exemplare¹.

Sondajul de opinie are 5 caracteristici esențiale (Hyman, 1973)

1. presupune un număr mare de cazuri;
2. selectarea acestora trebuie făcută după criterii riguroase de eșantionare;
3. datele trebuie colectate în situații normale, cât mai apropiate de viața de zi cu zi;
4. colectarea se face în conformitate cu proceduri standardizate;
5. datele sunt într-o formă măsurabilă cantitativ, cea mai simplă fiind prezența sau absența unui atribut.

Sondajul de opinie se realizează prin aplicarea unei liste de întrebări standardizată numită chestionar prin intermediul unei anumite tehnici unor respondenți care constituie o parte (un eșantion) din întreaga populație.

Există anumiți factori care influențează calitatea răspunsurilor respondenților. Aceștia sunt:

- cadrul de desfășurare în care vor fi furnizate răspunsurile: cel mai bun ar fi acela în care respondentul se simte cel mai bine, de obicei casa sa;
- tema anchetei: există teme interesante și neinteresante, teme mai mult sau mai puțin sensibile, teme la care vrea să răspundă și teme la care nu vrea să răspundă;
- personalitatea operatorului poate influența favorabil sau defavorabil calitatea răspunsului. Este foarte important ca anchetatorul să trezească încrederea celui interviuat, să-i câștige atenția și să-l determine să răspundă cât mai complet și mai corect. În caz că nu se întâmplă așa, operatorul de sondaj poate fi o sursă majoră de erori;
- ora și ziua desfășurării anchetei trebuie să fie cât mai pe placul celui interviuat, astfel încât acesta să aibă și timpul necesar și dispoziția cea mai potrivită;

¹ Textul întrebărilor în limba engleză poate fi găsit la adresa <http://www.marxists.org/archive/marx/works/1880/04/20.htm>
Nu avem informații despre rezultatele sondajului.

- structura chestionarului poate influența și ea. Un chestionar prea lung, prea stufos, prea greu de înțeles poate genera erori care să compromită șansele de succes ale cercetării.

Tehnicile de sondare

Tehnicile prin care se poate realiza un sondaj de opinie sunt următoarele:

- față în față – presupune interacțiunea dintre operator și respondent – operatorul citește întrebările și notează răspunsurile subiecților;
- prin poștă – întrebările sunt trimise prin poștă și sunt returnate cercetătorului în același mod;
- telefonic – convorbirea se desfășoară prin intermediul telefonului;
- electronic – întrebările pot fi trimise prin intermediul poștei electronice (e-mail) și recepționate în același fel sau pot fi postate pe un site;
- chestionarul auto-administrat – cercetătorul distribuie întrebările, subiecții răspund la ele și cercetătorul colectează ulterior răspunsurile.

Fiecare tehnică are avantajele și dezavantajele sale.

Tehnica față în față

Se mai folosește pentru această tehnică numele de sondaje prin interviu. Am preferat această denumire „față în față” pentru a nu induce confuzii cu următoarea metodă (interviul).

Cercetătorii trimit pe teren operatori care să ia legătura cu respondenții, să le citească întrebările și să noteze răspunsurile. Pentru o cercetare cu un număr mare de respondenți, răspândiți pe o arie mai mare, avem nevoie de un număr mare de operatori. Pentru o cercetare exploratorie, cu un număr mic de respondenți, putem avea un singur operator (poate fi chiar cercetătorul).

Această tehnică obține răspunsurile cele mai bune. Dacă o întrebare nu este înțeleasă operatorul poate explica sensul întrebării. Sinceritatea răspunsurilor este sporită – respondenții se simt obligați să fie mai sinceri decât în cazul celorlalte tehnici (cu excepția unor subiecte sensibile, când ar fi de preferat aplicarea unei tehnici care nu presupune interacțiunea cu operatorul). Operatorul de sondaj poate folosi elemente de limbaj non-verbal pentru a evalua gradul în care respondentul este sincer. De asemenea operatorul poate colecta informații suplimentare fără a pune întrebări (informații despre respondent cum ar fi aspectul fizic sau despre locuința sa).

Rata de răspuns este mai mare decât pentru alte tehnici, fiind mai greu să refuzi pe cineva în persoană decât la telefon, sau să arunci o scrisoare la coș sau să nu răspunzi la un e-mail.

Numărul de întrebări dintr-un chestionar poate fi destul de mare decât pentru alte tehnici, având în vedere că durata unei întrevederi cu o persoană poate fi mai mare decât cea a unei convorbiri telefonice.

Există și dezavantaje. Costul este cel mai mare din toate tehnicile – operatorii trebuie plătiți și mai există și costuri de deplasare. Durata este iarăși destul de mare. Operatorii trebuie instruiți. De asemenea, interacțiunea cu operatorii poate distorsiona rezultatele.

Operatorii trebuie să respecte anumite reguli pentru a asigura succesul unui sondaj față în față. Acestea se referă în principal la:

- Aspectul general al operatorului. Aspectul operatorului este foarte important încă din momentul în care respondentul este abordat. Un operator extrem de voinic, îmbrăcat în haine de piele cu ținte și cu o părul aranjat într-o creastă de cocoș de culoare roșie va avea foarte multe refuzuri. Aspectul

operatorilor trebuie să fie unul plăcut și îmbrăcămintea lor trebuie să fie una apropiată de cea a majorității posibililor respondenți;

- Comportamentul operatorului. Având în vedere că respondentul trebuie să fie convins să răspundă sincer la un număr mare de întrebări legate de opiniile sale și de viața sa (uneori chiar aspecte sensibile ale acestora) comportamentul operatorului trebuie să fie unul care să-l stimuleze în acest sens (dar fără a influența răspunsurile). Operatorul trebuie să-l facă pe respondent să se simtă confortabil și să-i creeze o senzație de încredere. Operatorul trebuie să fie capabil să-și dea seama ce abordare funcționează cu fiecare persoană – cât de prietenos trebuie să fie, cât poate insista pentru obținerea unui răspuns, cât de relaxat ar trebui să pară și cât de formal sau informal poate să se adreseze respondenților. Chiar dacă între operator și respondent se stabilește o relație plăcută nu trebuie să uite scopul întrevederii – obținerea informațiilor dorite. În cazurile în care respondenții sunt foarte vorbăreți, furnizează multe amănunte nesolicitate pentru fiecare răspuns sau ajung să schimbe subiectul operatorul trebuie să-i readucă la subiect (o operațiune care cere mult tact);

- Buna cunoaștere a cercetării – operatorii trebuie să cunoască destul de bine tema cercetării. Dacă dorim să aflăm opiniile studenților despre calitatea educației primite în universități operatorii ar trebui să fie familiarizați cu subiectul, altfel va fi mai greu să înțeleagă referințele subiecților și să-i convingă că înțeleg subiectul. O bună cunoaștere a chestionarului este și ea foarte importantă – întrebările nu se citesc prima dată în fața respondentului, trebuie să înțelegem la ce se referă fiecare întrebare pentru a o putea citi bine și a putea da eventuale lămuriri.

- Respectarea instrucțiunilor – întrebările trebuie citite exact așa cum sunt formulate (orice mică schimbare poate duce la modificări mari în răspunsuri) și răspunsurile trebuie înregistrate exact. Dacă întrebarea permite un răspuns liber, pe larg, operatorul trebuie să noteze acest răspuns exact așa cum a fost formulat.

- Evitarea influențării respondentului. Întrebările se citesc pe un ton neutru și pe un ton similar și cu un conținut echilibrat se răspunde la eventualele nelămuriri ale subiecților. Operatorul nu trebuie să-și trădeze în nici un fel părerile personale despre subiectele tratate în chestionar;

- Obținerea de răspunsuri complete – în cazul unor întrebări cu răspuns liber s-ar putea ca respondentul să furnizeze un răspuns incomplet sau care nu are legătură cu subiectul. Operatorul poate să ceară explicații suplimentare sau să solicite și un alt răspuns.

Sondajul telefonic

Respondenții pot fi mai ușor contactați prin telefon. Operatorii vor lua legătura cu respondenții, le vor citi întrebările și vor înregistra răspunsurile.

Sondajul prin telefon este mult mai rapid și mai puțin costisitor decât unul față în față. Calitatea datelor este ceva mai mică decât în primul caz, dar mai mare decât pentru alte tehnici. Sinceritatea poate fi verificată folosind indicii verbale (tonalitate, ezitări ș.a.). Durata poate fi redusă și mai mult dacă operatorii stau în fața unui calculator și introduc datele pe măsură ce le primesc (interviuri asistate de calculator).

Și în cazul acestei metode operatorii trebuie să fie instruiți și plătiți. Interacțiunea cu operatorii poate distorsiona rezultatele. Trebuie aplicate și aici regulile prezentate pentru tehnica anterioară (minus cea legată de aspectul general – aici sunt importante vocea și tonalitatea operatorului).

Rata de răspuns este ceva mai mică decât în cazul primei tehnici având în vedere că este mai ușor să refuzi pe cineva la telefon decât în persoană.

Numărul de întrebări care poate fi adresat este cel mai mic dintre toate tehnicile având în vedere . Selectarea cazurilor este mai dificilă – nu toți subiecții au telefon (de exemplu, în zona rurală), nu avem la dispoziție cărți telefonice pe baza cărora să facem selecția. Pentru selectarea cazurilor se poate practica metoda RDD – random digit dialing (formarea de numere generate aleatoriu). Este destul de dificil să combini telefonul fix cu cea mobilă.

Sondajul prin poștă

În cazul acestei tehnici se trimit chestionarele împreună cu o scrisoare explicativă și un plic timbrat autoadresat pentru returnarea chestionarului. Scrisoarea indică autorul cercetării, explică scopul cercetării, încearcă să convingă subiecții să răspundă la întrebări, promițându-le că răspunsurile lor vor rămâne anonime. Plicul timbrat autoadresat are rolul de a simplifica munca respondenților – după ce vor răspunde nu trebuie decât să pună chestionarul în plic și să-l expedieze.

Costul este redus. Nu există erori datorate operatorilor. Numărul de întrebări care pot fi adresate poate fi destul de mare.

Durata unui astfel de sondaj este cea mai mare dintre toate – trebuind să așteptăm ca poșta să trimită chestionarele, subiecții să se hotărască să răspundă la ele și să le expedieze înapoi.

Rata de răspuns este mică, recomandându-se să fie trimise scrisori ulterioare (în care vom atașa noi chestionare) pentru a spori rata de răspuns. Se folosesc inclusiv stimulente materiale (inclusiunea unor bancnote în scrisoare, alte forme) pentru a mări această rată. Se pot trimite și scrisori anterior efectuării sondajului, prin care să se ceară permisiunea de a efectua un sondaj.

Sondaje realizate prin mijloace electronice

Sondajele realizate prin mijloace electronice (e-mail sau postare pe site) sunt ultima noutate în domeniul sondajelor de opinie. Este chiar o modă să postezi pe un site întrebări la care soliciți răspunsul vizitatorilor respectivului site. Televiziunile încearcă să facă bani din astfel de „sondaje”, prin care ești întrebat dacă ești de acord sau nu cu o anumită afirmație și primești un număr la care trimiți răspunsul Da și un altul la care răspunzi Nu (evident contra cost).

Există preocupări serioase pentru realizarea de sondaje profesionale. Cel mai des contactarea respondenților se face folosind e-mailul. Subiecții primesc un mesaj prin care sunt invitați să completeze un chestionar care se află la o anumită adresă (putem să punem un astfel de instrument pe situl nostru personal sau să folosim serviciile unor situri specializate). Printr-un clic ajung la adresa respectivă, unde pot completa răspunsurile. Datele sunt automat introduse în baza de date, simplificând mult sarcina cercetătorului.

Avantajele acestei tehnici sunt evidente: costurile sunt mult reduse, viteza poate să fie destul de mare (în general se răspunde rapid la comunicările prin e-mail, mesajele la care nu s-a răspuns tind să rămână fără răspuns în continuare).

Există însă și probleme. Nu putem contacta toată populația – există categorii de populație care nu au acces la Internet sau nu știu să-l folosească (în general populația mai în vârstă, sau cei cu mai puțină educație sau cei din zona rurală). Selectarea cazurilor este foarte dificilă – nu știm care sunt

adresele respondenților și ce caracteristici au persoanele cu o anumită adresă, dacă fac parte din populația vizată sau nu.

Lista de întrebări trebuie să fie scurtă, navigarea în listă și completarea cât mai ușoară. Există posibilitatea de a introduce obligativitatea completării răspunsurilor la o întrebare, dar și riscul ca răspunsul să fie dat doar pentru că trebuie completat ceva în acel câmp.

Rata de răspuns este una destul de mică, putând fi mărită prin mesaje ulterioare sau prin oferirea de stimulente (extrem de populară este în cercetările de marketing înscrierea în loterii la care se pot câștiga bani și obiecte). De asemenea poate ajuta promisiunea de a trimite respondenților rezultatele cercetării.

Chestionarul auto-administrat

Și sondajul prin poștă ar putea fi considerat un chestionar auto-administrat, al fel cele realizate prin mijloace electronice. Ne vom referi aici în principal la un alt mod de distribuție a chestionarelor, în care chestionarele sunt împărțite personal de către cercetător (sau de către persoane care-l ajută) spre completare și colectate ulterior în același mod.

Putem să studiem astfel o populație de studenți – chestionarele sunt distribuite în sala de curs și colectate tot în sala de curs (lăsând timp suficient pentru completarea chestionarelor – am putea să le colectăm înainte de cursul următor). La fel putem studia opiniile unor funcționari publici – distribuim chestionarele la începutul programului și le putem colecta la sfârșit. În general putem apela la o astfel de tehnică când nu știm adresele sau numerele de telefon ale membrilor respectivului grup, dar știm unde-i putem găsi.

Dacă am fi încercat realizarea unui sondaj față în față am fi întâmpinat probleme legate de timp – nu toți posibili respondenți fiind disponibili în momentul respectiv. Dacă le lăsăm timp pentru completarea chestionarelor disponibilitatea lor crește (în timpul unei zile de lucru există șanse destul de bune să găsească timp pentru a completa un chestionar).

Costurile sunt mai mici decât în cazul unui sondaj prin poștă, iar timpul de răspuns mai mic.

O problemă care poate apărea este legată de calitatea răspunsurilor. Faptul că în anumite situații avem sprijinul unor persoane (în cazul studenților ne-ar putea ajuta profesorii, în cazul unei organizații avem nevoie de sprijinul unor structuri, cel mai adesea fiind implicat serviciul de resurse umane) poate face ca datele obținute să fie influențate de temerea că răspunsurile vor ajunge pe mâna șefului (într-un sondaj legat de folosirea timpului de către funcționarii publici desfășurat în 1998 am aflat că unii funcționari lucrau între 20 și 26 de ore pe zi și că nici unul nu avea o activitate efectivă mai mică de 8 ore zilnic). Pentru a evita acest lucru procesul de colectare al chestionarelor completate trebuie să încerce să fie cât mai neutru (de exemplu putem amplasa o cutie în care respondenții să pună chestionarele completate) pentru a garanta anonimitatea răspunsurilor.

Rata de răspuns

O problemă des discutată este legată de rata de răspuns pe care o au diferitele tehnici de sondare.

Rata de răspuns se calculează cel mai simplu după formula:

$$\text{Rata de răspuns} = \frac{\text{Număr respondenți}}{\text{Număr total cazuri din eșantion}}$$

În cazul în care în eșantion avem și persoane care nu făceau parte din populația dorită (cum ar fi minorii sau firmele în sondajele adresate cetățenilor) deci nu erau eligibile (se întâmplă destul de des în cazul sondajelor prin e-mail sau telefon) formula devine:

$$\text{Rata de răspuns} = \frac{\text{Număr respondenți}}{\text{Număr total cazuri din eșantion} - \text{Număr cazuri ne-eligibile}}$$

Putem estima numărul cazurilor ne-eligibile din eșantion pe baza metodei alocării proporționale – presupunem că numărul de cazuri ne-eligibile este identic în tot eșantionul – atât pentru cazurile cunoscute cât și pentru cele necunoscute.

Dintre tehnicile prezentate cea mai mare rată de răspuns posibilă o are sondajul față în față, urmat de sondajele telefonice, cele auto-administrate, cele prin poștă și cele realizate prin mijloace electronice. Rata efectivă de răspuns poate varia foarte mult în funcție de populația studiată, natura și importanța problemei studiate.

Rata de răspuns este deseori folosită pentru a indica validitatea cercetării. O rată de răspuns scăzută indică un număr mare de non-răspunsuri. Importanța problemei non-răspunsurilor este dată de diferența dintre persoanele care răspund și cele care refuză să fie chestionate. Dacă cele două grupuri au caracteristici diferite s-ar putea ca și răspunsurile lor să fie diferite și în consecință rezultatele obținute să nu reflecte corect opiniile întregii populații.

De aceea se recomandă să se încerce mărirea ratei de răspuns. Câtva mijloace posibile sunt:

1. Contactarea în avans, pentru a informa subiecții despre sondaj. Poate fi folositor trimiterea unui mesaj din partea unei persoane sau organizații cu o anumită autoritate care sprijină cercetarea (în cazul unui sondaj național efectuat pe instituții publice locale în 2008 am obținut o rată mai bună de răspuns dacă am obținut o scrisoare de sprijin din partea Unității Centrale pentru Reforma Administrației Publice din Ministerul Administrației și Internelor);
2. În cazul în care persoanele nu au putut fi contactate se recomandă să se încerce din nou; în zile diferite sau la ore diferite în cazul sondajelor față în față sau telefonice
3. Pentru sondajele poștale sau electronice se recomandă trimiterea unui nou mesaj pentru a reaminti subiecților să completeze chestionarul;
4. Modul de redactare al chestionarului trebuie să fie adecvat tehnicilor folosite – în termeni de lungime, claritate, dificultate de completare;
5. Oferirea de stimulente (financiare sau de altă natură) poate duce la creșterea ratei de răspuns. Nu trebuie uitat însă că și aici avem o problemă: diferite grupuri răspund în mod diferit la astfel de stimulente;
6. Perioada de timp în care se desfășoară sondajul de opinie – se recomandă să nu alegem perioada sărbătorilor (Crăciun, Paște, ș.a.) sau a concediilor (iulie și august).

Nu există o rată de răspuns recomandată. Autorii care fac astfel de recomandări tind deseori să fie prea optimiști. Babbie (2010:364), pe baza studierii literaturii de specialitate, consideră că o rată de 50% este adecvată pentru analiză, 60% este considerată bună și 70% este foarte bună. Literatura de specialitate a constatat însă o scădere spectaculoasă a ratei de răspuns a sondajelor. De Leeuw și de Heer (2002) au aflat din studiul mai multor sondaje efectuate în mai multe țări că rata de răspuns a sondajelor a scăzut în toate țările. Scăderea diferă de la țară la țară, diferența fiind dată de ratele diferite

de refuz. În general putem pune ratele scăzute de răspuns pe seama unor factori cum ar fi creșterea spectaculoasă a numărului de sondaje, o mai mare lipsă de încredere a subiecților, sufocarea acestora cu diferite mesaje (în special cele publicitare), posibilitățile sporite de a evita contactarea (de exemplu introducerea dispozitivelor de identificare a apelurilor telefonice a dus la scăderea ratei de răspuns pentru sondajele telefonice, interfoanele reduc rata de răspuns a sondajelor față în față). Sondajele realizate prin mijloace electronice au avut un start spectaculos, ratele de răspuns fiind foarte bune. Foarte rapid acestea au scăzut pentru că nu mai erau o noutate și pentru că a sporit mult cantitatea de mesaje nedorite (spam).

Sunt autori care consideră că rata de răspuns nu este o problemă majoră a sondajelor de opinie. Langer (2003) menționează o serie de sondaje de opinie în care mărirea ratei de răspuns nu a modificat deloc rezultatele și consideră că ar trebui să investim resurse mai degrabă în îmbunătățirea designului cercetării decât în sporirea ratei de răspuns.

Chestionarul

Instrumentul de bază al sondajului de opinie este chestionarul. Chestionarul poate fi construit doar în momentul în care știm foarte clar cum se prezintă problema studiată. Din cauza complexității realității sociale trebuie să descompunem problemele de-a lungul diferitelor dimensiuni. Fiecare dimensiune trebuie descompusă în indicatori. Doar ca urmare a acestei operaționalizări putem ajunge la măsurare. În momentul în care știm ce vrem să măsurăm vom traduce indicatorii în întrebări care să apară în chestionar.

Pentru ca să putem construi un chestionar bun trebuie să avem o cunoaștere cât mai bună a subiectului, să avem o schemă explicativă a fenomenului (o teorie), să cunoaștem cât mai bine populația care va fi chestionată și să stăpânim tehnica de construcție a chestionarului.

Chestionarul cuprinde o parte introductivă (poate fi o pagină separată, în cazul în care chestionarul este auto-administrat), în care se precizează cine este cercetătorul, care este afilierea sa și care este scopul cercetării. De asemenea în partea introductivă subiecții sunt asigurați că răspunsurile lor vor rămâne confidențiale. În cazul unor sondaje față în față sau telefonice aceste informații vor fi citite de către operatori. Rolul acestei introduceri este să câștige încrederea subiecților.

De exemplu cercetarea efectuată de către Gallup pentru Barometrul de Opinie Publică din mai 2007 operatorul preciza următoarele:

Bună dimineța / bună ziua / bună seara, mă numesc și sunt operator de interviu la GALLUP ROMANIA. Am dori să cunoaștem opiniile (părerile) oamenilor în legătură cu situația din România și despre problemele cu care se confruntă în viața de familie de zi cu zi.. Pentru a discuta aceste aspecte, dumneavoastră ați fost ales la întâmplare, ca într-o loterie. Dacă sunteți de acord să ne răspundeți la întrebări, sperăm să nu vă răpim mai mult de 30 de minute. Răspunsurile pe care le vom obține nu le vom comunica nimănui în această formă. Ne interesează doar numărarea persoanelor care au o părere sau alta.

După introducerea urmează întrebările propriu-zise, deseori și cu instrucțiuni pentru operator sau subiecți (în cazul chestionarelor auto-administrate).

Formularea întrebărilor

Există câteva recomandări în ceea ce privește formularea întrebărilor:

1. Folosiți un limbaj accesibil. Chestionarul trebuie să fie cât mai ușor de înțeles. Dacă întrebările vor fi redactate într-un limbaj care folosește cuvinte pretențioase sau termeni tehnici mulți respondenți nu vor înțelege nimic sau vor înțelege greșit, iar răspunsurile vor fi inutilizabile. Trebuie să folosim un limbaj pe care-l pot înțelege toți posibili respondenți;

2. Întrebările trebuie să fie clare – înțelesul lor nu trebuie să fi ambiguu. Dacă fiecare respondent înțelege altceva din întrebarea noastră răspunsurile nu sunt utilizabile. La fel se întâmplă dacă întrebarea este prea vagă. Întrebarea „Ce credeți despre situația din țară?” este prea vagă, fiecare respondent putându-se referi la altceva. Trebuie să precizăm cât mai clar din ce punct de vedere ne interesează aprecierea respectivei situații (social, economic, politic, administrativ, ș.a.);

3. Folosiți întrebări scurte – cu cât o întrebare este mai lungă, cu atât șansele ca acestea să nu fie înțelese sau ca respondentul să nu mai fie atent cresc;

4. Evitați negațiile și dubbele negații, întrebările formulate „nu credeți că...” sau „nu credeți că nu...” putând induce confuzii;

5. Formulați întrebările cât mai neutru cu putință. Întrebările pot influența răspunsurile într-o direcție sau alta. O întrebare de genul „Pentru fiecare leu primit de către un salariat statul ia taxe și impozite în valoare de 1 leu. Cum considerați că este nivelul de impozitare al muncii?” va duce la răspunsuri majoritar „mare” sau „foarte mare”. Dacă spunem „În Uniunea Europeană impozitul pe venituri este în medie de 38%. Cum considerați că este nivelul de impozitare al muncii din România?” vom obține rezultate opuse. Cel mai bine este să evităm orice element care să poată influența răspunsul;

6. Întrebările trebuie formulate astfel încât să micșorăm cât mai mult efectul dezirabilității sociale – tendința de a da răspunsuri acceptabile din punct de vedere social. Dacă întrebăm „Ați copiat vreodată la un examen?” dezirabilitatea îi împinge pe respondenți să nege. Dacă am formula întrebarea „Cât de des ați copiat la examene” reducem efectul dezirabilității;

7. Evitați întrebările duble. Întrebarea „Cât de corecți și eficienți sunt funcționarii publici din instituția X?” nu ne permite să aflăm nici cât de corecți sunt, nici cât de eficienți. Ca să aflăm aceste lucruri vom pune două întrebări – una legată de corectitudine și una legată de eficiență;

8. Nu testați ipotezele printr-o întrebare. Este tentant să întrebăm „Credeți că mai buna pregătire a funcționarilor publici va duce la o mai bună funcționare a instituțiilor?”, dar este greșit. Ipotezele nu se testează prin referendum, ci va trebuie să măsurăm fiecare variabilă (pregătirea funcționarilor și funcționarea instituțiilor) și să vedem ce relație există între acestea.

Modul de formulare al întrebărilor poate să influențeze mult răspunsurile. Fiecare termen folosit poate schimba semnificativ rezultatele obținute. Babbie (2010:349) dă exemplul a două sondaje efectuate în SUA în 1986. În primul 62.8% dintre respondenți spuneau că se cheltuiesc prea puțini bani pentru programele de „asistență socială pentru săraci”, în al doilea doar 23.1% afirmă că se cheltuiesc prea puțini bani pentru programele de „protecție socială”.

Tipuri de întrebări

În funcție de subiectul lor putem avea întrebări:

- factuale: referitoare la anumite comportamente sau situații cunoscute de subiecți. Exemple: venitul familiei, dacă a fost la vot, cu cine a votat la ultimele alegeri, etc.;
- de opinie: referitoare la atitudinile și credințele celor chestionați;

- de cunoștințe: se folosesc pentru a cunoaște cât mai bine persoana investigată. Uneori acestea pot constitui chiar scopul cercetării. Ne-am putea propune să aflăm care este competența civică a populației și vom apela la întrebări de genul „Menționați numele unui parlamentar din județ”, „Cum se numește prefectul?”, „Care instituție răspunde de curățenia străzilor?” și multe altele de acest gen. Nivelul de cunoștințe poate fi folosit și ca nivel de control al valabilității opiniilor. De exemplu, o proastă opinie despre o instituție s-ar putea să provină din necunoașterea atribuțiilor acesteia sau a realizărilor ei;
- întrebări de identificare (sau clasificare), referitoare la anumite caracteristici socio-demografice cum ar fi sexul, vârsta, ocupația, educația ș.a.

Trebuie să avem grijă ca fiecare întrebare să se adreseze respondenților potriviți. Apare necesitatea introducerii unor **întrebări filtru**, pentru că nu toată lumea poate sau trebuie să răspundă la toate întrebările (de exemplu, dacă punem o întrebare referitoare la promptitudinea funcționarilor de la serviciul de stare civilă al Primăriei X trebuie să folosim o întrebare filtru care să ne spună dacă cei chestionați au apelat la respectivul serviciu și la întrebarea de bază vor răspunde doar cei care au apelat la respectivele servicii).

S1 În ultimul an ați apelat la serviciul de Stare Civilă?

1. Da
2. Nu ->trece la întrebarea S3

S2 Cum apreciați promptitudinea funcționarilor din acest serviciu?

1. Foarte slabă
2. Slabă
3. Medie
4. Bună
5. Foarte bună

S3 ...

Din punct de vedere al formei răspunsului cerut avem **întrebări închise** și **întrebări deschise**, existând posibilitatea să avem și întrebări mixte (semideschise sau semiînchise).

O întrebare închisă este aceea în care există variante de răspuns care sunt oferite subiectului sau în care operatorul este instruit să încadreze răspunsul liber primit. Întrebările S1 și S2 de mai sus sunt exemple de întrebări închise, respondenții fiind obligați să aleagă o variantă de răspuns din cele oferite.

Întrebările deschise permit respondentului să formuleze răspunsul în modul în care dorește, permițând astfel obținerea de răspunsuri mai bogate din punct de vedere al informației, răspunsuri la care poate nu ne așteptam. Aceste răspunsuri sunt notate exact așa cum au fost formulate de către respondent. Varietatea răspunsurilor poate crea probleme ulterioare în interpretarea datelor. La întrebarea „Vă rugăm să menționați ce competențe trebuie să aibă un funcționar public” răspunsurile primite au variat foarte mult, câteva exemple fiind „orientare spre cetățean”, „buna pregătire”, „cunoștințe de lucru cu calculatorul”, „muncă”, „conștiinciozitate”, „experiență în domeniu” „cunoștințe administrative”, „exploatarea tehnicii informatice”, „inteligent”, „cunoștințe de operare PC”, „respectul față de lege” ș.a. Aceste răspunsuri trebuie să fie post-codificate - trebuie să realizăm o grupare a lor pentru a găsi dimensiunile majore care pot fi construite. Unele răspunsuri pot fi grupate ușor - „cunoștințe de lucru cu calculatorul”, „exploatarea tehnicii informatice”, „cunoștințe de operare PC” se referă la același lucru. Pentru altele este mai dificil.

Întrebările mixte oferă variante de răspuns, dar care s-ar putea să nu epuizeze variantele de răspuns și atunci oferă și o variantă de completare cum ar fi “Alta și anume...”, cerând subiectului să precizeze care este aceasta. Dacă vrem să aflăm care este religia respondentului putem să-i oferim variantele cele mai des întâlnite, dar dacă împărtășește una dintre ele putem să întrebăm care este aceasta.

R1. Care este religia dvs.?

- | | |
|---|----------------------|
| 1. Ortodoxă | 3. Greco-catolică |
| 2. Romano-catolică | 4. Alta. Care? _____ |
| 3. Protestantă (calvină, evanghelică, luterană, reformată) | 5. Nu sunt religios |
| 4. Neo-protestantă (penticostală, adventistă, baptistă, evanghelistă) | 6. Nu știu |
| | 7. Nu răspund |

Formularea variantelor de răspuns

Elaborarea variantelor de răspuns trebuie făcută cu mare grijă. Variantele oferite trebuie să fie clare, cât mai complete (în caz că există posibilitatea altor răspunsuri, se apelează la întrebări mixte), și, în cazul în care se cere un singur răspuns ca variantele să fie mutual exclusive (altfel subiectul s-ar putea să aibă probleme, fiind pus să aleagă între două variante care sunt adevărate).

Problema întrebărilor cu posibilități multiple de răspuns merită tratată. În general se recomandă evitarea acestora dacă se dorește să aflăm mai mult despre fiecare din itemii în chestiune.

De exemplu, putem pune întrebarea:

La care dintre serviciile următoare ale Primăriei ați apelat în ultimul an ?:(încercuiți toate variantele corecte)

1. Urbanism;
2. Gospodărie locală;
3. Cultură;
4. Economic;
5. Patrimoniu;
6. Nici unul.

O astfel de abordare este potrivită în momentul în care nu dorim să facem distincții între variante. Se poate face o ierarhizare cantitativă, dar una calitativă va fi realizată doar prin alte întrebări. Vom avea probleme și cu codificarea răspunsurilor (lucru foarte important în prelucrarea statistică a datelor) pentru că având mai multe răspunsuri posibile, numărul de combinații este prea mare. Dacă dorim să obținem mai multe informații despre interacțiunea cu fiecare serviciu putem pune întrebări de forma:

Cât de des ați apelat în ultimul an la serviciul X al Primăriei:

- ☐ niciodată ☐ o dată ☐ de 2-3 ori ☐ mai mult de patru ori

Întrebarea va fi pusă pentru fiecare serviciu în parte.

În momentul alegerii unui tip sau altul de variante de răspuns trebuie să avem în minte nivelul de măsurare la care dorim să ajungem. Variantele de răspuns pot fi:

- Dihotomice, de tipul **Da/Nu**, mai potrivite pentru întrebări de tip factual, dacă există sau nu ceva, sau cum ar fi întrebarea referitoare la sexul subiectului;
- Răspunsurile pot fi de tipul unor scale nominale (între care nu există relații), cum ar fi:

În ultimele 12 luni, în gospodăria Dvs. veniturile bănești au provenit în principal din ... ?

(se încercuiește sursa principală de venit corespunzătoare tuturor membrilor gospodăriei, în ultimele 12 luni)

1. salariu de la stat	4. ajutor șomaj/alocație de sprijin	7. venituri pe cont propriu
2. salariu de la firmă privată	5. alocație copil	8. profit din afacere
3. salariu de la firmă mixtă	6. bursă	9. muncă de zilier

- Dacă este vorba despre opinii, răspunsurile trebuie să fie mai nuanțate, mergându-se pe ideea unor scale de tip ordinal, mai ales pe ideea cunoașterii intensității opiniei (se folosește și în cazul întrebărilor factuale, când se dorește aflarea intensității unui fenomen). Există mai multe posibilități și aici. Putem avea:

În ce măsură cunoașteți acțiunile primarului și consilierilor locali din ultimul an?

1. În foarte mare măsură 2. În mare măsură 3. În mică măsură 4. Deloc
9. NR/NS

sau:

În orice societate, unii oameni se consideră bogați, alții se consideră săraci. Dvs. unde vă situați pe următoarea scară? (se arată scala de mai jos și se bifează poziția potrivită!)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
sărac					bogat				

Într-o astfel de scală vom obține o cuantificare mai exactă a nivelului perceput al avuției subiectului.

Vedem în exemplul de mai sus că am introdus și o instrucțiune pentru operator. Operatorul sau subiecții (pentru chestionarele auto-administrate) primesc astfel de instrucțiuni pentru a ști cum aleg și cum notează variantele de răspuns.

Variantele de răspuns cele mai des întâlnite sunt:

1. Mult mai bună 2. Mai bună 3. La fel 4. Mai proastă 5. Mult mai proastă
1. Foarte mulțumit 2. Destul de mulțumit 3. Nu prea mulțumit 4. Deloc mulțumit
1. Acord total 2. Acord parțial 3. Dezacord parțial 4. Dezacord total 9. NS/NR

NS/NR înseamnă Nu știu/Nu răspund și este recomandat să fie inclusă ca variantă de răspuns dacă nu dorim să forțăm un răspuns, pentru că există mulți oameni care nu au o părere sau nu știu sau nu vor să răspundă. Uneori non-răspunsurile apar în cele mai neașteptate locuri. În 1998, efectuând un sondaj în zona Pittsburgh (SUA) am obținut cel mai slab procentaj de răspunsuri tocmai referitor la sexul persoanelor! Numerotarea cu 9 sau 99 și nu cu numărul corect al variantei de răspuns se folosește pentru diferențierea populației care nu știe sau nu răspunde în vederea unor viitoare prelucrări statistice.

Uneori măsurarea poate fi mai precisă dacă folosim o întrebare deschisă. De exemplu, la întrebările referitoare la vârstă sau la venitul familiei.

Formatul chestionarului

Numărul optim de întrebări din chestionar diferă de la un subiect la altul. Cu cât problema studiată este mai complexă și cercetătorul mai ambițios, tendința va fi să fie cât mai multe întrebări. Totuși, chestionarul nu trebuie să devină prea lung, obosind și subiectul și operatorul. Trebuie avut în vedere în principal viteza cu care poate fi completat. Cu cât întrebările sunt mai complexe, cu atât timpul de completare crește. Ca durată, dacă este vorba de un sondaj pe stradă acesta trebuie să dureze maximum 5-10 minute, iar în cazul unui la domiciliu maximum 45 de minute. În consecință și numărul de întrebări trebuie să se limiteze la câteva zeci, foarte rar putând să atingă 100 de întrebări.

Nu există o ordine recomandată a întrebărilor: o întrebare poate apărea la începutul sau la sfârșitul chestionarului. Se recomandă să se înceapă cu întrebări simple, plăcute, cel mai adesea factuale, cu rolul de a sparge gheața. Se practică gruparea întrebărilor pe structuri logice sau tematice (de exemplu grupăm toate întrebările legate de opiniile politice ale respondentului într-o singură secțiune). Este bine să încercăm introducerea în alte secțiuni a unor întrebări de control pentru a verifica răspunsurile primite – există posibilitatea ca subiecții să răspundă asemănător la întrebările dintr-o anumită secțiune. Întrebările de identificare se pun cel mai adesea la final, fiind considerate a fi mai plictisitoare pentru respondenți.

Întrebările se numerotează sau codifică pentru a ușura introducerea datelor. Numerotarea întrebărilor ține cont de secțiuni - dacă avem o secțiune legată de politică putem codifica întrebările POL1, POL2, POL3, ș.a.

Instrucțiunile de completare trebuie să fie cât mai clare cu putință. Operatorii folosesc destul de des foi separate pe care notează răspunsurile (în general pentru a evita consumul suplimentar de hârtie) și sunt instruiți cum să noteze răspunsurile. În cazul chestionarului auto-administrat subiecții trebuie să fie anunțați cum să noteze răspunsurile (bifează căsuța corespunzătoare, încercuiesc numărul variantei de răspuns, notează cu X, scriu răspunsul liber într-un spațiu special de pe foaia respectivă, aleg o singură variantă de răspuns sau pot alege mai multe).

Formatul general al chestionarului trebuie să fie unul cât mai agreabil. Un chestionar plăcut la vedere are șanse mai mari să fie completat decât unul neîngrijit. Dimensiunea caracterelor trebuie să fie suficient de mare pentru a ușura lectura întrebărilor, spațiul destinat notării răspunsurilor libere trebuie să fie suficient de mare pentru a permite exprimarea pe larg a opiniilor respondenților. În general trebuie să evităm să „îngheșuim” chestionarul pentru a face economie de hârtie – parcurgerea acestuia trebuie să fie cât mai ușoară.

Pentru a obține un chestionar cât mai bun trebuie să-l pretestăm. Întotdeauna putem să scăpăm anumite lucruri din vedere: putem avea întrebări neclare, variante de răspuns incomplete sau eronate, instrucțiuni de completare ambigue, ba chiar putem omite anumite întrebări care ar fi relevante pentru problema studiată. Ca să evităm astfel de lucruri se recomandă ca să dăm chestionarul unui grup de oameni (ar putea fi câțiva prieteni, colegi ș.a., dar aleși astfel încât să cunoască subiectul) care să completeze chestionarul și să ne sesizeze posibilele erori.

Eșantionare non-probabilistică

1. Eșantioane de conveniență

Un astfel de eșantion a fost selectat din motive legate de resursele de timp pe care le avem la dispoziție. Un sondaj pe stradă (cum a fost cel din 1824) sau în rândul colegilor de muncă sau școală se

desfășoară pe eșantioane de conveniență. Cercetările efectuate de studenți pentru lucrările de diplomă sau disertație folosesc și ele eșantioane de conveniență: persoanele alese pentru chestionare sunt alese astfel încât cercetătorului să-i fie cât mai ușor să colecteze datele. Trebuie avut grijă ca respondenții să facă parte din populația vizată – nu vom întreba un coleg de școală atunci când ne interesează problemele pensionarilor – și va trebui să avem un număr suficient de cazuri (minimum 30) pentru a putea realiza anumite analize statistice.

2. Eșantionare pe cote

Într-o astfel de eșantionare încercăm să replicăm cât mai exact caracteristicile întregii populații. Modalitatea de lucru seamănă cu cea folosită în exemplul eșantionării pentru Barometrul de Opinie Publică 2007. Tabelul 4.4. ne prezintă de fapt cum am alege cazurile pentru o eșantionare pe cote după două caracteristici: aria culturală și tipul de localitate. Am aflat că din aria care cuprinde județele Bacău, Neamț, Suceava și Vrancea va trebui să obținem 66 de chestionare din comunele sărace. Am putea să alegem 3 operatori și să-i trimitem în zonă, fiecare având sarcina să culeagă câte 22 de chestionare din zona respectivă. Alegerea cazurilor cade în sarcina operatorilor.

Numărul de caracteristici luate în considerare poate fi mult mai mare. În exemplul de mai sus s-ar putea ca operatorii să selecteze doar persoanele întâlnite în birtul satului sau persoanele vârstnice care stau în poarta casei lor. Pentru a evita astfel de situații este bine să luăm în calcul caracteristici cum ar fi sexul, vârsta, educația, etnia ș.a.

Faptul că operatorii fac selecția cazurilor poate să ducă la părtinire (în engleză *bias*). Operatorii vor alege mai degrabă un anumit tip de persoane, ceea ce ar putea duce la o lipsă de reprezentativitate a eșantionului.

Pentru a folosi cu succes eșantionarea pe cote trebuie să cunoaștem bine populația. Gallup a folosit cu succes eșantionarea pe cote până în 1948, când a eșuat în predicția președintelui ales în acel an. Motivul este legat de modificările din populație din perioada celui de al doilea război mondial (în special o masivă strămutare spre orașe) care nu au fost surprinse în eșantionul lui Gallup. Dacă nu cunoaștem populația ar fi bine să ne ferim de generalizări.

3. Eșantionare de tip „bulgăre de zăpadă”

Este o metodă care se folosește atunci când studiem o populație mai greu de găsit (ar putea fi amatori de filatelie sau persoane fără adăpost). Nu avem liste de pe care să-i selectăm și sunt foarte slab reprezentați în totalul populației. Ne bazăm pe faptul că persoanele cu aceleași interese sau probleme se cunosc între ei. Procedăm la fel ca și când am face un om de zăpadă: pornim de la un bulgăre de zăpadă - primul caz identificat. Vom întreba fiecare respondent dacă ne pot indica și alți membri ai populației, vom merge la aceștia și continuăm operația. Operațiunea seamănă cu rostogolirea bulgărelui prin zăpadă și are un efect similar – eșantionul devine tot mai mare.

Eșantionul obținut nu este unul reprezentativ și poate fi folosit doar pentru studii exploratorii sau descriptive.

Din punct de vedere al modului de utilizare a eșantioanelor putem distinge între eșantioane:

- De folosință unică – în care eșantionul este folosit o singură dată pe parcursul unei cercetări;
- Panel – în care același eșantion este folosit de mai multe ori în cadrul unei cercetări. Este util pentru a realiza o cercetare longitudinală (de exemplu când dorim să aflăm cum evoluează anumite opinii de-a lungul unei perioade de timp). În acest caz trebuie să păstrăm datele de contact ale

fiecărui respondent, să-l contactăm și chestionăm în fiecare val de sondare și să introducem datele respectând codul atașat fiecărui caz, pentru a putea vedea evoluția în timp a fiecărui caz;

- Multi-fazice – în care o parte din informație este colectată de la toți indivizii din eșantion, iar o altă parte este colectată în același timp, sau după un anumit timp de la un sub-eșantion. Cea mai simplă aplicare este atunci când avem un chestionar pentru tot eșantionul și, întrebări diferite pentru anumite grupuri din eșantion – am putea avea un set de întrebări pentru bărbați și unul pentru femei. În alte situații putem folosi un prim sondaj pentru a identifica diferitele grupuri din eșantion și un al doilea sondaj pentru a pune întrebări diferite pentru fiecare grup din eșantion.

4. Interviu

Interviul este tot o metodă indirectă, în care nu avem acces la fenomenul studiat și încercăm să obținem datele necesare întrebând persoanele care au anumite cunoștințe despre fenomenul care ne interesează – numiți intervievați.

Interviul este o metodă de cercetare calitativă – folosim un număr mic de cazuri, dar încercăm să obținem informații cât mai bogate de la fiecare subiect. Metodele cantitative încearcă să afle aceleași lucruri de la un număr cât mai mare de cazuri, rămânând la suprafața fenomenului. În cazul metodelor calitative încercăm să mergem în adâncime, încercând să aflăm cât mai multe lucruri de la fiecare subiect, surprinzând atât elementele specifice fiecărui caz cât și elementele comune tuturor.

Interviul este o încercare de a obține informații prin intermediul unor întrebări și răspunsuri din cadrul unor convorbiri. Există multe exemple în viața de zi cu zi. Astfel, pentru a obține un loc de muncă, o etapă care prin care a trecut aproape orice angajat este cea a interviului, în care angajatorul sau reprezentanții săi au încercat să afle în ce măsură candidatul este potrivit pentru postul vizat. În presă citim aproape zilnic interviuri cu o personalitate sau alta prin care ziariștii încearcă să afle cât mai multe lucruri despre anumite probleme sau despre personalitatea interviuatului. Unele talk-showuri pot fi considerate un alt tip de interviu, unul care se desfășoară în grup. În acest caz moderatorul este cel care pune o întrebare și din diferitele răspunsuri date de invitați și din discuțiile acestora încearcă să obțină cât mai multă informație.

Există diferențe între aceste tipuri de investigație și interviul ca metodă calitativă de cercetare. King și Horrocks (2010) identifică următoarele caracteristici:

Caracteristicile interviului	Interviu de investigație (ex: cu un politician)	Interviu cu o celebritate	Interviu la angajare	Interviul ca metodă de cercetare
Modul de interogare	Interogativ și confrontațional	Respect, se încercă convingerea interviuatului spre confidențe	Poate fi o provocare, dar lasă interviuatul să-și prezinte atuurile	Bazat pe întrebări deschise, nedirecționate, încearcă să stabilească un raport cu interviuatul
Dinamica de putere	O posibilă miză mare pentru interviuat și partidul său Intervievatorul trebuie să demonstreze că poate trece de barierele interlocutorului	Interviatul poate avea controlul; întrebările pot fi aprobate în avans Intervievatorul poate avea nevoie în continuare de invitat	Puterea este în mâna interviuatorilor, în limita regulilor din organizație	Balanța trebuie să fie echilibrată
Vizibilitatea	Mare	Mare	Detaliile sunt confidențiale, rezultatul este public	Grad mare de confidențialitate, anonimitatea răspunsurilor este asigurată în majoritatea

				cazurilor
--	--	--	--	-----------

Tabelul 0-2 Caracteristicile diferitelor tipuri de interviuri

Există mai multe posibilități de clasificare a interviurilor:

- După genul de convorbire distingem interviuri față în față sau prin telefon (unii autori consideră că există și prin poștă, dar acest gen de interviu este propriu sondajului). Primul tip este considerat a fi mai corect din punct de vedere științific, știindu-se ce importanță au componentele non-verbale într-o comunicare, în vreme ce al doilea tip are avantajul duratei mai scurte și a economiei de bani;
- După numărul de participanți, putem avea interviu individual sau de grup;
- După gradul de structurare există interviuri structurate, în care avem practic de a face cu aplicarea unui ghid de interviu asemănător unui chestionar, semi-structurate, în care avem stabilite doar întrebările de bază care vor fi adresate și nestructurate (sau discuții informale), în care discuțiile se poartă liber pe baza unei anumite tematici.

Interviul de grup

În cazul interviului de grup avem de a face cu o discuție cu un grup de persoane care pot interacționa între ele. Există un avantaj – într-un sondaj de opinie sau într-un interviu individual interlocutorul poate să spună ce dorește, fără a fi contrazis sau criticat. Într-un interviu de grup părerea emisă de fiecare participant poate fi contrazisă, sprijinită, completată de către ceilalți. Participantul care a emis o anumită părere poate să revină asupra ei, în funcție de spusele celorlalți. Există acest aspect interactiv și membrii grupului sunt din start conștienți de acest lucru. Vom obține astfel altceva decât opinii individuale care pot fi exprimate doar în particular ci opinii care sunt exprimate într-un cadru social, care printr-o discuție se pot transforma (mult mai asemănător cu ceea ce se întâmplă în realitate).

Un alt avantaj al interviului de grup este legat de costurile de timp și bani – în loc să interviuăm 10 persoane pe rând putem să le interviuăm în același timp.

În funcție de componența grupului, putem avea:

- Interviul clasic de grup, în care grupul este unul natural (cum ar fi funcționarii dintr-un birou). Trebuie să evităm includerea într-un astfel de grup a unor persoane cu autoritate (cum ar fi șeful de birou) – în loc să aflăm opinia grupului vom afla opinia șefului;
- Focus grupul este un interviu structurat aplicat asupra unui grup special constituit cu ocazia interviului. Grupul respectiv trebuie să fie unul cât mai omogen pentru a evita dificultățile de interacționare – dacă vrem să aflăm opiniile unor categorii mai largi vom efectua mai multe focus-grupuri, pe grupuri cât mai omogene. Se folosește mult în domeniul marketingului, în care se urmărește aflarea opiniilor despre anumite produse sau servicii.
- Paneluri de experți – în care experți din domeniu încearcă să identifice o soluție sau să evalueze un anumit obiect, program ș.a.

Dimensiunea grupului este între 8 și 12 membri, durata tipică variază între o oră și două ore, rareori reușind să ajungem la durata maximă.

Conducerea grupului este un lucru destul de dificil. O astfel de întâlnire de grup presupune un set de probleme care trebuie atinse, dar altfel desfășurarea este destul de liberă. Conducătorul introduce temele de discuție pe rând și după aceea lasă fiecare participanții să-și exprime liber părerile. Intervențiile sunt rare doar atunci când discuția se abate de la subiect, când anumite opinii trebuie

clarificate, când un participant monopolizează discuția, când discuția trenează sau atunci când consideră că subiectul a fost epuizat și ar trebui să se treacă la altă temă.

Conducătorul grupului trebuie să fie un bun ascultător, să-i sprijine pe participanți să-și exprime opiniile, dar în același timp trebuie să aibă o bună capacitate de analiză astfel încât să-și dea seama pe care curs al discuției să-l încurajeze și pe care să-l oprească, ce idei noi apar și cum pot fi aprofundate, să înțeleagă nu doar vorbele participanților, dar și elementele de comunicare non-verbală. El trebuie să posede o bună cunoaștere a subiectelor abordate. În plus, trebuie evitată cu orice preț influențarea membrilor grupului într-o direcție sau alta. În momentul în care conducătorul grupului lasă să se înțeleagă că are anumite opinii despre o anumită problemă, membrii grupului vor fi tentați să-i ofere ce dorește acesta să audă.

Datorită timpului relativ limitat și a numărului mare de participanți numărul de întrebări care poate fi adresat este unul redus, foarte rar reușindu-se să se ajungă la 10 întrebări. Interviuul de grup se desfășoară pe baza unui ghid de interviu în care sunt prezentate subiectele care trebuie atinse pe parcursul conversației, eventual și informațiile care trebuie obținute pentru fiecare dintre ele (astfel încât dacă anumite informații nu sunt furnizate voluntar să punem întrebări suplimentare). În principiu trebuie să abordăm toate subiectele din ghidul de interviu. În cazul în care ne apropiem de finalul întâlnirii fără a fi reușit să abordăm toate subiectele și știm că nu putem prelungi durata discuției este preferabil să ne limităm la subiectele cele mai importante.

Selectarea participanților la un interviu de grup este relativ simplă – fie luăm grupul natural în întregime (cu excepția discutată, cea a șefului), fie identificăm un număr de persoane care îndeplinesc condițiile dorite și le invităm să ia parte la discuție. Pentru a-i convinge să participe la discuție se practică oferirea unor stimulente, dar se recomandă ca acestea să fie de valoare mică.

Ghidul de interviu

Pentru interviurile individuale putem avea interviuri structurate, semi-structurate sau nestructurate (sau discuții informale).

Diferențele se văd în primul rând în ceea ce privește ghidul de interviu:

- interviurile structurate se bazează pe un ghid care va cuprinde toate întrebările care vor fi puse pe parcursul unui interviu;
- interviurile semi-structurate – în ghid sunt precizate întrebările cele mai importante, precum și câteva posibilități de continuare, în funcție de răspunsul interviuevatului. Intervievatorul pune fiecare întrebare din ghid, dar are libertatea ca în funcție de răspunsul primit să exploreze în adâncime problema în modul pe care-l consideră cuvenit;
- discuția informală nu se bazează pe un ghid de interviu. Tot ce avem este o temă pe care dorim să o discutăm cu interlocutorul nostru.

În alegerea gradului de structurare al interviului trebuie să luăm în considerare aspecte cum ar fi:

- obiectivul cercetării (pentru o cercetare descriptivă putem folosi un ghid structurat, pentru una explicativă ar fi bine să avem o anumită libertate);
- măsura în care dorim să comparăm cazurile între ele (pentru aceasta trebuie să punem aceleași întrebări);

- bogăția informației – un interviu informal ne furnizează informația cea mai bogată, putând indica noi aspecte ale fenomenului studiat sau noi informații despre interlocutor;
- gradul în care stăpânim domeniul (cu cât știm mai multe despre un domeniu, cu atât suntem mai capabili să scriem un ghid mai structurat);
- capacitățile intervievatorului (pentru începători se recomandă folosirea unui ghid structurat, o discuție informală cere mai multă experiență);
- particularitățile interlocutorilor – există persoane care prefera să se exprime liber, fără a fi încorsetați de o anumită structură a discuției, dar și altele care se simt ajutate de existența unei structuri și au nevoie de întrebări pentru a-și putea exprima opiniile.

Întrebările folosite în interviuri

Din punct de vedere al subiectului lor întrebările pe care le punem în cadrul unui interviu pot să fie legate de experiențele, comportamentele, opiniile, valorile, simțămintele, cunoștințele sau caracteristicile socio-demografice ale subiecților.

Există întrebări principale, care se regăsesc în interviuri și urmăresc să afle unele dintre lucrurile de mai sus și întrebări suplimentare prin care putem cere detalii suplimentare, explicații sau completări.

Trebuie să fim atenți la formularea întrebărilor. Știm deja că modul de formulare al întrebării poate influența opinia exprimată. Influența formulării se poate resimți și asupra cantității de informație din fiecare răspuns.

Întrebările folosite trebuie să fie întrebări deschise. Folosim aici un sens mai larg decât cel în care am definit întrebările deschise din chestionare. Nu oferim variante de răspuns, dar trebuie să facem mai mult – să deschidem discuția cât mai larg, invitând interlocutorul să ne răspundă cât mai pe larg la întrebări.

Întrebarea „Cât de satisfăcut sunteți de calitatea cursului de metode de cercetare?” pare una deschisă, dar în realitate restrânge gama de răspunsuri – vom răspunde că suntem satisfăcuți într-o măsură mai mare sau mai mică. O întrebare cu adevărat deschisă ar suna „Care este părerea ta despre cursul de metode de cercetare?”. O astfel de întrebare permite exprimarea de păreri mai pe larg și ne va furniza și o mare varietate de răspunsuri care vor furniza informații despre diferite aspecte ale acestui curs.

Întrebările folosite în interviuri trebuie să respecte regulile menționate pentru întrebările din chestionar: să fie formulate într-un limbaj accesibil, să fie clare, să fie scurte, fără a conține negații și duble negații, să fie formulate și citite cât mai neutru cu putință, să nu fie întrebări duble.

Nici într-un interviu nu trebuie să întrebăm subiecții ce părere au despre ipotezele noastre. Există un tip de întrebare care face referire la o posibilă relație cauzală – întrebarea „de ce?”, care în diferite formulări se regăsește ca , folosită ca întrebare principală sau întrebare suplimentară în cazul multor ghiduri de interviu. Patton (1999) ne avertizează să folosim o astfel de întrebare în forma aceasta doar cu mare grijă – numărul de răspunsuri poate fi foarte mare, referindu-se la un număr prea mare de posibile cauze, alteleori nici interlocutorul nu cunoaște prea bine cauza sau nu este capabil să o exprime. Recomandarea ar fi să formulăm întrebarea cât mai specific. În plus, atunci când încercăm să găsim relații cauzale ar fi bine să le identificăm noi în faza de analiză a datelor, decât să cerem interlocutorilor să le identifice.

Putem să întrebăm direct „Care sunt motivele pentru care ai obținut o notă mai slabă la examen?” – și vom afla care sunt motivele cel mai importante în viziunea interviuatului. Ne interesează părerea sa, dar știm că orice părere poate fi subiectivă. Un fost coleg de liceu, în prezent profesor la o universitate din Arabia Saudită, mi-a povestit că studenții de acolo consideră că o notă slabă denotă că l-au supărat cu ceva pe profesor. Un răspuns care ne oferă o astfel de cauzalitate nu ne ajută să înțelegem motivul real pentru care nota la examen a fost mai slabă.

Alte întrebări cum ar fi „Cum te-ai pregătit pentru examen?”, „Cum s-a desfășurat examenul?” ar putea să ne furnizeze informații din care să putem trage noi concluziile cele mai potrivite. Nu trebuie doar să întrebăm care sunt cauzele, putem să întrebăm care au fost faptele și să încercăm să tragem noi concluziile.

În multe ocazii se recomandă ca întrebările să fie însoțite de anumite prefațări: tema se poate anunța: „aș dori să vorbim despre modul în care s-a desfășurat examenul”, introducerea întrebării se poate face prin folosirea unor exemple „unii studenți consideră că examenul la metode de cercetare este diferit de alte examene. Tu ce crezi?” sau a unor controverse „unii spun că examenul este foarte greu, altora li s-a părut ușor. Care este părerea ta?” sau prin inversarea rolurilor „să presupunem că mâine ar trebuie să dau și eu acest examen. La ce ar trebui să mă aștept?”

Ghid de interviu semi-structurat

Scopul interviului este aflarea unor informații despre un anumit program de training aflat în derulare. Interlocutorii vor fi persoane implicate în desfășurarea programului.

Numele interlocutorului _____

Funcția _____

Data _____

Bună ziua, numele meu este _____.

Scopul acestui interviu este să aflăm părerea dumneavoastră despre acest program de training în care sunteți implicat. Sunt interesat în special de problemele pe care le-ați întâmpinat și de recomandările pe care le aveți.

Dacă sunteți de acord, voi înregistra această convorbire, pentru a putea evita orice denaturare a conversației noastre. Tot ce vom vorbi aici rămâne confidențial, doar un rezumat al părerilor tuturor persoanelor implicate în program, fără referință la numele acestora, va fi făcut public.

Pentru început vă rog să ne spuneți ce responsabilități aveți în acest program. (*Notă: în funcție de răspuns se pot adresa alte întrebări pentru clarificare*).

Aveți cunoștință să fi existat probleme în selecția participanților în program? (*Notă: dacă da, se continuă cu întrebări cum ar fi: Care au fost acestea?, Știți de ce au apărut?, Cum au fost rezolvate? Sau Ce sugestii aveți pentru rezolvarea unor astfel de probleme?*).

Cum s-au luat deciziile referitoare la conținutul trainingului? (*Notă: se poate continua cerând informații despre persoanele care au avut un cuvânt de spus, despre aportul instructorilor sau cel al participanților, despre modul în care aceștia au fost implicați*).

Ce s-a întâmplat în timpul sesiunilor de lucru? (Notă: după ce se primește răspunsul se poate continua cu întrebări cum ar fi: Cum ați aprecia prestația instructorilor?, Cum au fost prezentările?, A fost încurajată participarea activă?, Pe ce s-a pus accentul, pe teorie sau pe practică?).

Au existat probleme legate de materialele și echipamentele necesare pentru curs? (Notă: se vor cere detalii și explicații).

Ce alte probleme au mai existat? (Notă: se vor cere detalii și explicații).

Care ar fi elementele pozitive ale acestui program? De ce credeți acest lucru? (Notă: se va insista pe explicarea motivelor pentru care acestea au fost menționate).

Ce părere aveți despre întregul program? (Notă: se va insista pe aspectele care nu au apărut mai devreme în discuție).

Ce alte lucruri ar merita știute despre program? (Notă: se vor cere detalii și explicații).

Selectarea cazurilor

Pentru selectarea cazurilor putem folosi toate metodele aplicabile unui număr mic de cazuri prezentate în tabelul 3.2. – avem 16 posibilități. Vom folosi metoda de selectare cea mai potrivită pentru a atinge obiectivele cercetării. Dacă dorim să descriem un fenomen am putea să alegem cazuri tipice, omogene, stratificate sau bazate pe teorie. Dacă dorim să generăm o teorie putem încerca să maximizăm variația sau să căutăm cazuri critice. Dacă dorim să verificăm o teorie vom căuta cazuri extreme sau deviante, cazuri confirmatoare sau neconfirmatoare, cazuri în care avem o anumită intensitate sau putem să selectăm cazurile pe baza teoriei. Dacă nu cunoaștem populația putem apela la metoda bulgărelui de zăpadă.

Trebuie să alegem persoanele care ne pot furniza informațiile cele mai bune despre subiectul care ne interesează. Nu vom afla prea multe despre ce s-a întâmplat în meciul de aseară dacă întrebăm pe cineva care nu l-a văzut. Cel mai bun informator în acest caz ar putea fi un jucător (care are informațiile din participarea directă la joc), un spectator (a văzut meciul, s-ar putea să fie obiectiv și are și informații legate de atmosfera în care s-a desfășurat meciul) sau cineva care s-a uitat la meci la televizor (a putut fi mai detașat, a văzut și o serie de reluări ale fazelor de joc). În funcție de informațiile care ne interesează (și de posibilitățile pe care le avem) putem alege subiecții noștri din una sau mai multe dintre categoriile menționate.

În general trebuie să avem în vedere că putem înțelege mai bine un fenomen dacă ne este prezentat din mai multe puncte de vedere. Dacă vrem să înțelegem ce se întâmplă într-un program din învățământul superior ar fi bine să vedem perspectiva studenților, a profesorilor, eventual cea a secretariatului. Chiar dacă aceste perspective ar putea să fie contradictorii putem continua cu interviurile până când reușim să înțelegem cum funcționează programul (sau măcar cum și-au format profesorii și studenții păreri atât de diferite despre programul respectiv).

Câte cazuri ar trebui să selectăm? Răspunsul este – atâtea de câte avem nevoie pentru a ne atinge obiectivul. Dacă după 5 cazuri am reușit să descriem, să evaluăm sau să explicăm fenomenul care ne interesează putem să ne oprim, dacă suntem convinși că noi cazuri nu ne-ar aduce informații noi. Altfel trebuie să continuăm până reușim. Dacă numărul de cazuri devine tot mai mare și tot nu am reușit poate ar trebui să ne gândim că nu am ales metoda sau chiar tema potrivită și ar trebui să căutăm o altă metodă sau o altă temă de cercetare.

5. Analiza documentelor

Documentele în accepțiunea științelor sociale semnifică un obiect sau un text care oferă o informație despre un fenomen social. Metoda analizei documentelor încearcă să rezolve problema obținerii datelor în cazul în care nu putem urmări fenomenul care nu ne interesează și nu avem posibilitatea să interogăm persoane care cunosc fenomenul. Vom cerceta subiectul folosind urmele lăsate de către acesta (urme directe sau obiecte sau urme indirecte – texte în care este reflectat subiectul nostru). Metoda mai este folosită pentru verificarea și completarea datelor obținute prin alte metode.

În funcție de modul de aplicare metoda poate fi folosită pentru colectarea de date cantitative și calitative. În funcție de documentele disponibile putem folosi metoda pentru a face cercetări cu obiective extrem de diverse, acoperind toate obiectivele posibile. Metoda este una discretă, în care nu întâmpinăm probleme de reactivitate.

Avantaje ale analizei documentelor sunt:

- Este mult mai ieftină;
- Se poate acoperi o arie geografică sau temporală mai mare;
- Se pot face studii la nivel național cu un buget mic.

Dezavantajele metodei sunt:

- Documentele au fost întocmite cu alte scopuri decât cele ale cercetării noastre. De aceea se poate întâmpla să avem la dispoziție doar o parte din informația de care avem nevoie și într-un format care s-ar putea să nu fie cel dorit;
- Informațiile despre modul în care au fost întocmite documentele este în general redusă;
- Documentele sunt la fel de bune ca și cei care le-au produs – putând reflecta în mod incorect, incomplet sau subiectiv fenomenul prezentat;
- Situația se poate să se fi modificat între timp. Dacă folosim mai multe seturi de astfel de documente, provenind din perioade diferite de timp s-ar putea să nu putem să le coroborăm chiar dacă provin din perioade apropiate. (multe situații s-au modificat semnificativ de la un an la altul);
- Documentele pe care ne bazăm se poate să fi fost produse cu un alt scop decât cel presupus, uneori se poate chiar să fi fost alterate astfel încât să apere un anumit punct de vedere (în domeniul sondajelor de opinie, mai ales cele cu tematică politică, apar foarte des acuze de falsificare a datelor).

Tipuri de documente

Documentele pot fi de mai multe tipuri. Putem face deosebiri între documente publice sau documente private (Caplow, 1970), documente cifrice (în care informația este exprimată sub formă de cifre) sau necifrice, documente scrise, statistice sau vizuale, ș.a.

Încercând să îmbinăm mai multe clasificări vom spune că documentele pot fi:

- Documente oficiale;
- Date statistice;
- Datele obținute în cadrul altor cercetări și baze de date ale instituțiilor publice;
- Documente private;
- Materiale de presă (ziare, radio, TV, situri specializate);

- Opere de artă (literatură, teatru, muzică, sculptură, pictură, film, arhitectură);
- Alte produse ale activității umane (obiecte extrem de variate, toate obiectele produse de om care nu intră în categoriile de mai sus).

Documentele oficiale

În această categorie intră orice document emis de către o autoritate a statului.

O primă categorie de documente este reprezentată de cele cu caracter normativ - Constituția, legile, ordonanțele, hotărârile de guvern, ordinele miniștrilor, hotărârile consiliilor locale și județene, regulamentele diferitelor instituții. Atunci când studiem un anumit fenomen legislativ trebuie să începem prin a studia reglementările care guvernează respectivul domeniu. Reglementările pot fi un obiect separat de studiu – putem vedea care este impactul reglementării, în ce măsură este respectată, cum a fost adoptată, cum ar putea fi îmbunătățită.

Mai avem diferitele raportări ale instituțiilor statului (execuția bugetară, raportări contabile, rapoarte privind starea unor anumite sectoare de activitate ș.a.), informațiile publice pe care trebuie să le furnizeze fiecare instituție (organigrama, declarații de avere, programe și strategii, ș.a.) precum și comunicatele de presă. Tot la capitolul documente oficiale intră și corespondența instituțiilor statului cu alte instituții sau cu cetățeni (inclusiv dosarele acestora pe baza cărora au solicitat diferite prestații – de la pensie la autorizații de construcție).

Unele documente au fost deja făcute publice. Altele ar putea fi solicitate și obținute ca informații de interes public. Există însă unele informații care sunt secret de stat sau secret de serviciu, care nu vor putea fi accesate. Există și probleme legate de protecția datelor personale – multe dintre documentele oficiale fac referire la situațiile concrete ale unor persoane și trebuie să avem grijă să solicităm copii ale documentelor respective în care datele de identificare au fost șterse.

Statisticile

Cea mai importantă statistică este constituită de recensământ. Alte statistici economice, sociale, culturale ș.a. pot fi folosite într-o cercetare, ca metodă principală de culegere a datelor, sau pentru completarea informațiilor. Statisticile sunt esențiale în documentarea și prezentarea fenomenului studiat, cifrele de aici permițându-ne să precizăm dimensiunea fenomenului.

Cea mai importantă sursă de statistici pentru România este Institutul Național de Statistică, care prezintă o varietate de statistici în buletine lunare și în Anuare Statistice. Acestea sunt și disponibile online la adresa www.insse.ro. Un anuar statistic cuprinde informații despre geografie, populație, piața forței de muncă, veniturile cheltuielile și consumul populației, locuințe și utilități publice, asistență socială, sănătate, educație, cultură și sport, prețuri, activitate economică, știință, finanțe și justiție, la nivel național și defalcat pe diferite grupări (unități teritoriale, sex, tip de proprietate ș.a.) pe ultimul an încheiat, dar și pe anii anteriori, permițând și studierea evoluției statisticilor care ne interesează.

O altă sursă importantă de statistici (pentru România și Uniunea Europeană) este Eurostat – date disponibile la ora aceasta doar în engleză, franceză și germană (online la: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>).

Mai există și alte instituții internaționale care dau publicității diferite date statistice pe teme specifice (putem afla date despre muncă de la Organizația Internațională a Muncii, despre agricultură de la FAO – Food and Agriculture Organization ș.a.)

Datele obținute în cadrul altor cercetări și baze de date ale instituțiilor publice

Datele folosite în cercetări pot fi clasificate în primare (colectate de către cercetător), secundare (colectate de către alți cercetători) și terțiare (corectate și interpretate de către alți cercetători). În momentul în care folosim datele colectate în cadrul altor cercetări sau bazele de date ale unor instituții pentru analize proprii facem ceea ce se numește analiza datelor secundare.

Există cercetări ale căror rezultate sunt făcute publice până la nivelul bazelor de date rezultate (în general avem de a face cu sondaje de opinie, nu vom găsi datele unor cercetări calitative). Avantajul folosirii unor astfel de date este conferit de numărul mare de cazuri și aria mai largă de cuprindere a acestor cercetări (pe plan național sau chiar internațional). Există și dezavantajul faptului că datele au fost colectate în alte scopuri decât cele în care am dori noi să le folosim. Unele variabile care ne interesează nu au fost măsurate, iar altele într-un mod care s-ar putea să nu fie cel pe care l-am fi folosit noi.

Ca surse de astfel de date menționăm Leibniz Institute for Social Sciences (www.zacat.gesis.de) care oferă bazele de date pentru o serie de cercetări de larg interes derulate la nivel european (inclusiv în România), printre care Eurobarometrul și European Values Survey. În România, fundația Soros a desfășurat în perioada 1994-2007 o serie de sondaje cuprinzând teme variate (inclusiv legate de administrația publică), date care pot fi accesate online la adresa http://www.soros.ro/ro/program_articol.php?articol=107.

Un caz aparte de documente bazelor de date folosite de către instituțiile publice pentru evidența diferiților clienți și a relațiilor cu aceștia. Pe baza acestor date se pot face o serie de analize (inclusiv statistice). De exemplu din baza de date de evidență a șomerilor am putea afla lucruri legate de descrierea șomerilor sau am putea vedea ce relații există între durata șomajului și factori cum ar fi pregătirea, sexul, vârsta ș.a. Astfel de date pot fi obținute destul de greu, doar după înlăturarea datelor de identificare și după negocieri dificile cu instituțiile publice.

Documentele private

Acestea pot aparține unor firme sau persoane.

În cazul firmelor acestea oglindesc activitatea lor și sunt greu de obținut, din frica divulgării unor informații care pot fi folosite de către concurență. Documente cum ar fi regulamentele de ordine interioară, alte regulamente și proceduri, hotărârile consiliului de administrație sunt documente care trebuie studiate în momentul în care dorim să studiem organizația respectivă.

În cazul persoanelor documentele pot fi extrem de variate, de la diferitele acte oficiale care reflectă anumite caracteristici ale persoanei respective (din fișa medicală am putea vedea istoricul stării sale de sănătate, din cartea de muncă activitatea sa profesională, ș.a.) la documente cu caracter personal. În mod tradițional au fost apreciate documente cum ar fi jurnalele personale sau scrisorile, reflectând aspecte importante din viața respectivelor persoane. William I. Thomas și Florian Znaniecki au studiat viața țăranilor polonezi din America și Europa pe baza scrisorilor schimbate între țăranii polonezi emigranți în America și familiile lor din Europa.

Astfel de documente, mai ales dacă au o anumită vechime sunt dificil de obținut. Thomas și Znaniecki au oferit sume de bani pentru a colecta într-un final 764 de scrisori.

În ultimii ani astfel de documente s-au mutat în mare măsură într-un alt mediu – cel al Internetului, unele dintre ele putând fi accesate de către oricine (pagini personale sau bloguri), ceea ce facilitează mult colectarea datelor.

Materialele de presă

Articolele din ziare sau emisiunile de la radio sau televiziuni constituie și ele o reflectare (chiar dacă incompletă și nu întotdeauna corectă) a faptelor care se petrec în jurul nostru. Dacă dorim să studiem corupția în administrația publică folosind edițiile electronice ale ziarelor vom fi capabili să identificăm un număr foarte mare de cazuri, descrise pe larg.

În selectarea materialelor cele mai relevante va trebuie să încercăm să vedem care articole merită incluse în analiză și care trebuie respinse. În general se încearcă evitarea materialelor senzationaliste, gen tabloid, care suferă de multe exagerări și inexactități. Mai trebuie verificate și eliminate documente care sunt de fapt scrise la comandă. În general se recomandă să fie abordate medii de presă cu orientări diferite. Dacă o sursă apropiată puterii acuză un politician din opoziție de corupție este bine să privim cu circumspecție acuzele respective. Dacă surse apropiate de opoziție reiau acuzațiile respective cazul merită mai mult interes.

Modul în care reflectă presa anumite elemente poate fi și el un obiect de studiu. Putem să vedem care sunt temele abordate în presă, modul în care sunt prezentate ș.a.

Opere de artă

Arta reprezintă o reflectare a realității. Reflectarea nu este întotdeauna fidelă (în cazul picturii supra-realiste este uneori greu să recunoaștem care este subiectul tablourilor). Totuși, putem să înțelegem mult despre o societate prin studiul operelor de artă produse în societatea respectivă. Chiar și în cazul operelor de ficțiune valorile societății respective (sau măcar cele ale autorului) sunt imprimate în opera de artă. Multe evenimente prezentate artistic sunt de fapt reflectarea unor evenimente reale.

Dar chiar dacă operele respective sunt produsul integral al fanteziei autorului tot pot fi folosite pentru scopuri științifice. Keane (1999) folosește romane pentru a testa noi teorii din management - *Împăratul muștelor* al lui William Golding pentru a testa modelul structurilor disipative propus de Ilya Prigogine și Orașul și stelele al lui Arthur C. Clarke (un roman SF) pentru a testa conceptul de autopoiesis al lui Maturana și Varela.

Alte produse ale activității umane

Putem studia activitatea umană și din prisma artefactelor pe care le producem. Există o serie întreagă de produse care ne dau o idee despre activitățile umane care le-au produs.

Siturile instituțiilor publice au un cert caracter oficial. Dincolo de documentele care pot fi găsite pe astfel de situri putem studia chiar siturile ca produs al activității umane. Ele pot fi analizate din numeroase puncte de vedere – ca obiect de studiu în sine sau ca reflectare a unor caracteristici ale instituțiilor respective.

Analiza paginilor web a unor instituții publice

Chiar dacă guvernarea electronică este mai mult decât un web-site, o analiză a paginilor de web ale unor instituții ne poate ajuta să înțelegem mai multe despre respectivul fenomen.

Analiza s-a făcut pe baza unor criterii de măsurare aplicate pe o scară de la 1 – slab la 5 –foarte bun. S-au identificat trei posibile utilizări ale paginilor web: informare, consultare și participare activă. Modul în care se pot realiza acestea sunt:

- 1) Informație: structură, raport de activitate, adrese de contact, orar, obiective, proiecte; Accesibilitate: harta sitului, actualizare regulată, arhivă, baze de date, index sau mașini de căutare, lizibilitate, timp de găsire a informației;
- 2) Consultare: informații și politici de comunicare, posibilitatea de a trimite sugestii prin email, sondaje, timpul de răspuns la solicitări, buletine de informare;
- 3) Participare activă: forumuri de discuții, paneluri de cetățeni, achiziții publice, audieri online.

Au fost selectate câteva instituții publice ale căror pagini au fost analizate conform criteriilor de mai sus. Rezultatele au fost:

Instituții publice	Informație	Consultare	Participare activă	Scor general
Guvern	2.75	1.37	1	Slab (1.70)
Ministerul Administrației Publice Locale	2.66	1.5	1	Slab (1.72)
Ministerul Informațiilor Publice	2.16	1.5	1	Slab (1.55)
Ministerul Comunicațiilor și TI	3.86	3.15	1	Mediu (2.67)
Camera Deputaților	4.25	3.58	1	Mediu (2.94)
Senatul	2.93	1.94	1	Slab (1.95)
Președinția	2.43	1.5	1	Slab (1.64)
Avocatul Poporului	2.83	1.66	1	Slab (1.83)
Curtea Constituțională	1.95	1.3	1	Slab (1.41)
Primăria București	1.75	1.2	1	Slab (1.31)

Tabelul 0-1 Evaluarea paginilor web ale unor instituții publice

Sursa: Corneliu Bjola, *Strategies for Developing Information Societies: The case of Romania*, 2001 IPF Interim Report, p. 30.

Etapele analizei documentului

În analiza documentelor există patru etape:

1. Găsirea documentelor: un lucru nu foarte ușor, mai ales în România. În funcție de natura documentelor respective trebuie să identificăm locațiile în care s-ar putea găsi astfel de documente și să obținem accesul la ele. Cu cât caracterul lor este mai sensibil s-ar putea ca accesul să fie obținut mai dificil. Afișarea multor documente pe Internet face mult mai ușoară găsirea unor documente multe altele au rămas în continuare pe hârtie;
2. Evaluarea documentelor. În această fază trebuie să evaluăm măsura în care documentele sunt utile pentru cercetarea noastră, dacă ne oferă sau nu informațiile de care avem nevoie. Vom renunța la documentele de care nu avem nevoie;
3. Selectarea documentelor: în cazul (fericit) în care avem mai multe documente decât avem nevoie putem selecta un eșantion din ele folosind una dintre metodele prezentate în tabelul 3.2.
4. Verificarea documentelor: se impune o evaluare a modului în care au fost produse documentele respective pentru a fi siguri că documentele reflectă corect realitatea. Documentele unui program

trebuie privite critic, din punctul de vedere al informației conținute. O atenție deosebită trebuie acordată atât cantității informației, cât și calității acesteia. Harry P. Hatry (2005) oferă o clasificare a principalelor probleme care pot apărea în procesul de analiză a documentelor și a metodelor de ameliorare a acestora.

	Problema	Modalități de ameliorare
1.	Date lipsă sau incomplete	• Cercetarea documentației conexe; • Intervievarea personalului implicat în program pentru acoperirea a cât mai multe lipsuri; • Reevaluarea obiectivelor și intențiilor cercetării (eventuala modificare sau anulare a unora dintre ele); • Excluderea datelor lipsă sau estimarea cât mai exactă a valorilor lipsă;
2.	Date disponibile într-o formă agregată (date terțiare)	• Cercetarea înregistrării datelor, dacă acestea există și sunt disponibile; • Realizarea unor colecții de date noi, originale; • Renunțarea la datele detaliate care nu sunt disponibile;
3.	Date care nu sunt comparabile	• Realizarea , acolo unde este posibil, a operațiilor prin care datele pot deveni comparabile; • Concentrarea atenției asupra procentelor și mai puțin asupra valorilor absolute; • Renunțarea la aceste date, atunci când problema este insurmontabilă.

Tabelul 0-2 Posibilități de îmbunătățire a datelor provenite din analiza documentelor

Analiza de conținut

Ca tehnică prin care să transformăm documentele în date folosim analiza de conținut. Se aplică pentru toate documentele menționate mai sus (cu excepția bazelor de date, acestea pot fi analizate fără a fi nevoie de analize suplimentare). Tehnica a fost dezvoltată pentru analiza textului (inclusiv pentru transcrieri ale interviurilor), dar poate fi adaptată și pentru alte materiale. Holsti (1969:14) definește analiza de conținut ca fiind „orice tehnică pentru efectuarea de inferențe prin identificarea caracteristicilor specificate ale mesajelor”. Pe noi ne interesează în această secțiune doar partea legată de identificarea caracteristicilor, efectuarea inferențelor fiind legată de analiza datelor (capitolul 5).

Analiza de conținut poate fi cantitativă sau calitativă. Putem să analizăm conținutul manifest al textului analizând termenii cuprinși în material. Cea mai simplă formă este să numărăm cât de des se întâlnesc anumiți termeni în conținut. În funcție de lista celor mai des întâlnite cuvinte putem să ne dăm seama care este conținutul textului. O variantă mai avansată este aceea în care cuvinte cu același înțeles sunt grupate și le numărăm ulterior. Putem merge mai departe în analiza unor propoziții sau a unor bucăți de text care au același subiect. Putem și să ne orientăm spre conținutul latent al documentului – ne uităm la înțelesul său și descriem acest înțeles.

Vom începe prin a identifica principalele dimensiuni sau caracteristici ale materialelor noastre și vom dezvolta un sistem de codificare pentru fiecare caracteristică. Măsurarea fiecărei caracteristici poate fi realizată într-un mod cantitativ sau calitativ. Să presupunem că vrem să analizăm cărțile de metode de cercetare din biblioteca facultății. Primul pas este să identificăm caracteristicile care ne

interesează și care pot fi măsurate utilizând materialele aflate la dispoziție (cărțile). Ar fi o serie de caracteristici care ne pot interesa – dacă este orientată spre cantitativ sau calitativ, dacă prezintă analiza datelor sau se rezumă la colectarea datelor, ce programe folosește autorul pentru analiza datelor, țara de origine a autorilor, dacă este o carte bună sau nu.

Putem să măsurăm dacă o carte de metode de cercetare este orientată mai degrabă spre cantitativ sau calitativ numărând numărul de rânduri destinate prezentării cantitativului sau calitativului sau scriind părerea noastră așa cum este. Modul în care definim o carte drept bună sau slabă poate fi diferit de la caz la caz. Putem să-i dăm o notă (ceea ce ar fi o măsurare cantitativă) sau să scriem opinia noastră completă („Cartea prezintă metodele de cercetare folosind un limbaj destul de simplu și cu exemple folositoare. Pe măsură ce conținutul devine mai dificil înțelesul începe să se piardă. Există anumite noțiuni prezentate eronat – cum ar fi în capitolul 16, iar partea de analiză de date omite prezentarea unor anumite tehnici statistice foarte utile”).

Pentru fiecare carte vom încerca să măsurăm toate caracteristicile definite mai sus. Rezultatele acestor măsurători sunt datele pe care le vom analiza pentru a afla ce ne-am propus – fie o descriere a tuturor cărților din bibliotecă, fie pentru a testa anumite ipoteze (cum ar fi: o carte este bună atunci când acordă o atenție sporită metodelor cantitative, folosește SPSS-ul ca program pentru analiza datelor și este scrisă de către un autor american).

Mai jos avem metodologia și rezultatele unui studiu de analiză a conținutului unor emisiuni televizate.

Active Watch - Agenția de Monitorizare a Presei
Analiza detaliată a agendei televiziunilor naționale

Dimensiunea principală - analiză globală a jurnalelor de televiziune, în care au fost urmăriți următorii indicatori (*agenda setting*):

- Tema știrilor: politic, administrativ, externe, economic-financiar, fapt divers, sărbători oficiale etc.;
- Durata știrilor identificate;
- Poziționarea știrilor identificate în cadrul jurnalelor;
- Frecvența subiectelor de interes public. Au fost incluse știrile în care erau prezentate informații despre activitatea instituțiilor statului, despre cheltuirea fondurilor publice sau orice alt tip de informație care ar fi putut afecta un număr considerabil de oameni;
- Prezența mărcilor senzaționaliste și/sau dramatice în cadrul știrilor analizate

Dimensiunea secundară - analiză particulară pe știrile care au abordat subiecte despre activitatea instituțiilor statului și despre scena politică internă. În cazul acestor știri au fost urmăriți următorii indicatori:

- Vizibilitatea actorilor prezentați în știri (cu intervenție directă sau prin menționare).
- Atitudinea jurnaliștilor față de actorii identificați – negativă, neutră sau pozitivă.
- Contextul în care au apărut sau au fost menționați actorii identificați: activitate instituțională, electoral, conflictual, acțiuni de imagine etc.
- Respectarea prezumției de nevinovăție în cazul unor procese judiciare.

Perioada monitorizată: 1 – 7 martie 2009, 1 – 7 aprilie 2009, 1 – 7 mai 2009

Posturi monitorizate: Antena 1, Antena 3, Pro TV, Realitatea TV și TVR 1

Emisiuni analizate: **Observator** (ediția de la ora 19, Antena 1), **Știri** (ediția de la ora 21, Antena 3), **Știrile Pro TV** (ediția de la ora 19, Pro TV), **Realitatea orei 21** (ediția de la ora 21, Realitatea TV) și **Telejurnal2** (TVR 1)

Rezultate:

Scena politică a beneficiat de o prezentare limitată în agenda televiziunilor. Singura excepție a fost postul Antena 3 care a dedicat cel mai amplu spațiu acestui segment (19,51% din durata totală a știrilor difuzate). La polul opus s-a plasat postul public de televiziune, TVR 1, care a alocat doar 3,1% din durata totală a știrilor prezentării acțiunilor și evenimentelor provenite de pe scena politică internă.

Realitatea TV a acordat un spațiu mai generos tratării subiectelor administrative (peste 22% din durata totală a știrilor), în timp ce Antena 3 a alocat doar 14% din agendă subiectelor din această categorie. Antena 3 s-a distins prin interesul acordat subiectelor politice (aproape 20% din durata totală a știrilor), spre deosebire de Realitatea TV care a dedicat puțin peste 7% din durata totală a știrilor evenimentelor politice interne.

În cazul posturilor generaliste Antena 1 și Pro TV, subiectele legate de activitatea instituțiilor statului (administrative) au avut ponderi apropiate (peste 13% în cazul Pro TV și peste 11% în cazul Antena 1).

Într-un clasament al celor mai critice posturi de televiziune s-au remarcat postul Antena 1 (cu 18 prezentări negative la adresa actorilor menționați în știri) și Pro TV, cu alte 10 prezentări negative.

De asemenea, cel mai criticat actor din viața publică a fost Traian Băsescu, cu un cumul de 10 prezentări negative. Acesta a fost urmat de Emil Boc, care a fost criticat de 6 ori în intervalul monitorizat.

Cele mai multe apariții au fost cumulate de membrii Guvernului (206), urmați de Traian Băsescu (136) și membrii alianței PSD+PC (112). Paradoxal, partenerii de coaliție ai PSD+PC, membrii PD-L, au înregistrat doar 36 de apariții în intervalul monitorizat.

Sursa: Active Watch, Agenția de Monitorizare a Presei, *Un om a mușcat o știre*, ediția a treia, 2009, disponibilă la http://www.activewatch.ro/uploads/Ethics%20of%20TV%20News_3.pdf

6. Studiul de caz

Studiul de caz este metoda cea mai potrivită atunci când dorim o investigație completă și în profunzime a unui subiect, dar și a contextului în care acesta se desfășoară. Celelalte metode discutate mai sus nu reușesc întotdeauna să descopere toate aspectele realității, câtă vreme studiile de caz își propun să descopere tocmai astfel de aspecte ascunse.

Flyvbjerg (2011) identifică patru caracteristici care sunt specifice studiului de caz. Cel mai important este accentul pus pe alegerea unității de studiu și pe delimitarea sa în detrimentul considerentelor legate de metoda de cercetare. În al doilea rând contează faptul că studiul de caz este intensiv, fiind mai complet, mai bogat și mai detaliat. În al treilea rând evoluția în timp a cazului este inclusă în studiul său. În ultimul rând studiul de caz nu neglijează relația cazului cu exteriorul, de aceea delimitarea granițelor cazului este importantă pentru a vedea ce intră în caz și ce rămâne în contextul acestuia.

În multe cărți despre metodele de colectare a datelor (sau de cercetare), studiul de caz nu este menționat. Acest lucru se întâmplă datorită faptului că nu avem de a face cu o metodă în sine, ci mai degrabă cu o metodă care folosește la rândul ei alte metode, cum ar fi:

1. analiza documentelor;
2. observația participativă sau non-participativă;
3. interviul;
4. sondajul de opinie;
5. experimentul.

În funcție de scopul pentru care vrem să le folosim, există mai multe tipuri de studii de caz (Yin, 2002):

1. *Exploratorii*, în care cercetarea de teren și colectarea de date poate fi făcută înainte de definirea ipotezelor. Acest tip de studiu poate fi considerat ca unul preliminar pentru anumite cercetări;
2. *Descriptive*, în care cazurile sunt legate de o teorie. Descriem cum se leagă fiecare aspect al cazului de teoria avansată, încercând să vedem cum funcționează relațiile de tipul cauză-efect;
3. *Explicative*, în care căutăm să găsim relațiile cauzale care explică fenomenul studiat.

În legătură cu administrația publică putem reține mai multe utilizări:

1. Pentru a explica legături cauzale complexe care intervin în acțiunile din viața reală;
2. Pentru a descrie contextul în care au fost întreprinse acțiunile;
3. Pentru a descrie acțiunile;
4. Pentru a explora acele situații în care acțiunea evaluată nu are un set clar de rezultate.

Studiile de caz se pot concentra asupra unui caz sau asupra mai multora.

Studiul cu un singur caz se folosește pentru a genera, confirma sau infirma o teorie într-o situație unică sau extremă, folosind deseori date longitudinale. Cazul este ales înainte de a începe colectarea datelor.

Studiile de caz multiple ne oferă concluzii mai convingătoare, folosind compararea dintre cazuri. Ne permit atât studierea fiecărui caz în parte, cât și studierea fiecărei caracteristici în mai multe cazuri. Cazurile alese nu sunt cazuri unice sau extreme.

Selectarea cazurilor trebuie să fie în funcție de teoria testată. În studiile de caz trebuie să avem o anumită variație în valorile variabilei sau variabilelor studiate, care va fi analizată. Dintre strategiile de selectare a cazurilor cele mai potrivite pentru selectarea studiilor de caz sunt:

- eșantionarea probabilistă - simplă care permite generalizarea rezultatelor la nivelul întregii populații sau stratificată, care ne permite să generalizăm rezultatele și la nivelul sub-grupurilor;
- selectarea cazurilor cu maximum de informație – cazuri extreme sau deviante, cazuri cu maximă variație, cazuri critice.

Referințe:

1. Babbie, Earl, *Practica cercetării sociale*, Polirom, 2010
2. Behn, Robert D., *Why measure performance? Different purposes require different measures*, 2003, Public Administration Review, Nr. 5 vol. 63, pp. 586-606
3. Caplow, Theodore, *L'Enquête sociologique*, Armand Colin, 1970
4. Daston, Lorraine, Elizabeth Lunbeck, *Histories of scientific observation*, University of Chicago Press, 2011
5. de Leeuw, Edith, Wim de Heer, *Trends in Household Survey Nonresponse: A Longitudinal and International Comparison* în Robert M. Groves, Don A. Dillman, John L. Eltinge, Roderick J. A. Little (ed.), *Survey Nonresponse*, Wiley, 2002, pp. 41–54
6. Denzin, Norman K., *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*, 2nd ed., McGraw-Hill, 1978
7. Flyvbjerg, Bent, *Case Study* în Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln (editori), *The Sage Handbook of Qualitative Research*, 4th Edition, Sage, 2011 pp. 301-316
8. Holsti, Ole R., *Content analysis for the social sciences and humanities*, Addison-Wesley, 1969
9. Jenkins, William I., *Policy Analysis: A Political and Organisational Perspective*, Martin Robertson, 1987
10. Keane, John F., *Piggy and the Eternal City: Science Fiction as Testing Ground for New Management Theory*, *Emergence: Complexity and Organization*, 1999, October 1, p. 2-42
11. King, Nigel, Christine Horrocks, *Interviews in Qualitative Research*, Sage Publications, 2010
12. Kohn, Ruth C., Pierre Negre, *Les voies de l'observation. Repère pour les pratiques de recherche en sciences humaines*, Nathan, 1991
13. Kuhrt, Amelie, *The Ancient Near East c. 3000–330 B.C.E.* Vol 2, Routledge, 1995
14. Langer, Gary, *About Response Rates*, Public Perspective, , 2003, May/June, p. 16-18
15. Lehn, Robert G., *American Institutions*, Political Opinion & Public Policy, Dryden Press, 1976
16. Patton, Carl V., David S. Sawicki, *Basic Methods of Policy Analysis and Planning*, 2nd ed., Prentice Hall, 1993
17. Ragin, Charles C., *Constructing Social Research*, Pine Forge Press, 1994
18. Silverman, David , 2010, *Doing Qualitative Research*, 3rd edition, Sage Publications
19. Wright, Bradley E., Lepora J. Manigault, Tamika R. Black, *Quantitative Research Measurement in Public Administration: An Assessment of Journal Publications*, 2004, Administration & Society nr. 35(6): 747–64
20. Yin, Robert K., *Case Study Research: Design and Method*, Sage Publications, 1989
21. Zamfir Cătălin, Lazăr Vlăsceanu, *Dicționar de sociologie*, Babel, 1993