UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

**FACULTATEA RELAȚII INTERNAȚIONALE,
ȘTIINȚE POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE**

DEPARTAMENTUL ȘTIINȚE POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE

ALLA ROȘCA

METODE DE CERCETARE ÎN ȘTIINȚELE POLITICE

Suport de curs

Aprobat de
Consiliul Calității al USM

Chișinău, 2023

CZU: 32:303.4:001.891(075.8)
R 74

Recomandat de Departamentul Științe Politice și Administrative și de Consiliul Facultății Relații Internaționale, Științe Politice și Administrative

Recenzenți: ***Victor MORARU***, *doctor habilitat*, *profesor universitar*, *membru corespondent al AȘM*

Victor Juc, *doctor habilitat*, *profesor universitar*, *membru corespondent al AȘM*

Mariana IAȚCO, *doctor*, *conferențiar universitar*, *USM*

Suportul de curs *Metode de cercetare în științele politice* reprezintă un studiu teoretic, metodologic și practic complex în ajutorul studenților pentru a însuși metodele de cercetare. Scopul cursului este de a contribui la pregătirea teoretică și practică avansată a studenților în crearea și aplicarea unui instrumentariu de cercetare empiric pentru obținerea cunoștințelor științifice, cu oferirea posibilităților ulterioare de a aplica aceste cunoștințe în practica social-politică și a contribui la schimbarea societală.

Materialele prezentate reflectă tendințele actuale din domeniul metodelor de cercetare întru formarea profesională a specialiștilor în domeniul relațiilor internaționale, al științelor politice și administrative. Un element important al cursului este analiza exemplelor de aplicare în practică a teoriei descrise în fiecare temă sau de utilizare a metodelor de cercetare. Exemplele sunt culese din experiența profesională a autoarei de predare a cursurilor privind metodele de cercetare și de realizare a cercetărilor atât în Republica Moldova, cât și în SUA.

Lucrarea este adresată studenților, masteranzilor, doctoranzilor, cadrelor didactice, tuturor celor interesați de tematica respectivă din domeniul științelor politice, relațiilor internaționale, precum și organelor de resort responsabile de efectuarea cercetărilor, analiza datelor și de elaborarea recomandărilor.

Lucrarea este publicată în cadrul Proiectului Biroului Relații cu Diaspora al Guvernului Republicii Moldova „Diaspora Engagement Hub", efectuat in 2022.

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAŢIONALE A CĂRŢII
DIN REPUBLICA MOLDOVA

ROȘCA, Alla.

Metode de cercetare în științele politice: Suport de curs/ Alla Roșca; Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea Relații Internaționale, Științe Politice și Administrative, Departamentul Științe Politice și Administrative. – Chișinău: [Editura USM], 2023. – 233 p.: fig., tab.

Bibliogr.: p. 219-229. – 50 ex.

ISBN 978-9975-62-659-0.

32:303.4:001.891(075.8)

R 74

© Alla ROȘCA, 2023
© Editura Universității de Stat din Moldova, CEP1, 2023

CUPRINS

PRELIMINARII 7

ADMINISTRAREA CURSULUI 10

TEMATICA DE CONȚINUT ȘI REPARTIZAREA ORIENTATIVĂ A ORELOR 10

COMPETENȚE PROFESIONALE ȘI FINALITĂȚI DE STUDII 11

Tema 1. ABORDAREA EMPIRICĂ ÎN ȘTIINȚELE POLITICE 13

1.1. Conceptul și elementele empirismului 13

1.2. Caracteristicile cunoștințelor științifice 16

1.3. Dobândirea de cunoștințe științifice: inducția și deducția 18

Tema 2. PROCESUL DE CERCETARE: SCOPURI ȘI ETAPE 23

2.1. Importanța cercetării științifice în viața politică 23

2.2. Scopul și sarcinile cercetării științifice 25

2.3. Procesul de realizare a cercetării 28

2.4. Asigurarea calității cercetării științifice: validitate și fiabilitate 29

Tema 3. DEFINIREA PARADIGMEI DE CERCETARE 35

3.1. Importanța selectării paradigmei de cercetare 35

3.2. Rolul paradigmelor pozitivistă și post-pozitivistă 36

3.3. Paradigma constructivismului și a constructivismului social 38

3.4. Specificul paradigmei transformative 39

3.5. Esența paradigmei pragmatice 40

Tema 4. SELECTAREA ABORDĂRII DE CERCETARE 45

4.1. Importanța selectării abordării de cercetare 45

4.2. Edificarea blocurilor de cercetare: modelul și metodele de cercetare 47

4.3. Abordări de cercetare în dependență de selectarea paradigmelor, modelelor și metodelor 50

Tema 5. SINTEZA LITERATURII DE SPECIALITATE 54

5.1. Semnificația revizuirii literaturii din domeniu 54

5.2. Utilizarea sintezei literaturii în lucrările științifice 56

5.3. Etapele de efectuare a analizei literaturii 58

Tema 6. ETICA CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE 72

6.1. Semnificația eticii profesionale în cercetare. Principiile de etică 72

6.2. Dilema etică a cercetării în științele sociale 74

6.3. Responsabilitatea cercetătorului, anonimitatea și confidențialitatea 76

6.4. Codurile de etică profesională 78

Tema 7. INSTRUMENTAR DE CERCETARE 83

7.1. Selectarea temei de cercetare și formularea titlului 85

7.2. Esența redactării întrebărilor de cercetare 88

7.3. Definirea variabilelor pentru proiectul de cercetare 90

7.4. Formularea ipotezelor în lucrarea științifică 91

7.5. Semnificația definirii conceptelor 94

Tema 8. METODE CALITATIVE DE CERCETARE 99

8.1. Esența utilizării metodelor calitative în cercetare 99

8.2. Metoda interviului și tipurile de interviu 101

8.3. Metoda interviul de grup focusat (focus grup): tipuri, semnificație și etape de desfășurare 106

8.4. Metoda studiu de caz: tipuri și logica selecției cazurilor 111

Tema 9. METODE DE CERCETARE CALITATIV-PARTICIPATIVE 116

9.1. Metoda calitativ-participativă brainstorming 116

9.2. Analiza SWOT 119

9.3. Utilizarea metodelor „arborele problemei” și „arborele soluțiilor” 123

9.4. Analiza prin metoda „os de pește” 128

Tema 10. METODE MIXTE DE CERCETARE 134

10.1. Importanța utilizării metodelor mixte în cercetare 134

10.2. Modele de utilizare a metodelor mixte 136

10.3. Metoda analizei de conținut (content analysis) 139

Tema 11. METODE CANTITATIVE. SONDAJ DE OPINIE PUBLICĂ 147

11.1. Esența metodelor cantitative 147

11.2. Sondajul de opinie publică ca metodă de cercetare cantitativă 150

11.3. Tipuri de sondaje după scop, modul de colectare a datelor și frecvența de desfășurare 152

11.4. Operaționalizarea și nivelurile de măsurare 156

Tema 12. CREAREA EȘANTIONULUI PENTRU SONDAJUL DE OPINIE PUBLICĂ 164

12.1. Populația și eșantionul 164

12.2. Eșantionul probabilistic: tipuri și utilizare 166

12.3. Eșantionul non-probabilistic 170

Tema 13. ELABORAREA CHESTIONARULUI. UTILIZAREA PLATFORMEI QUALTRICS 178

13.1. Chestionarul și tipul de întrebări 178

13.2. Redactarea întrebărilor pentru chestionar 183

13.3. Ordinea plasării întrebărilor în chestionar. Formularea întrebărilor pentru chestionar în platforma Qualtrics 187

Tema 14. ANALIZA REZULTATELOR ȘI TESTAREA IPOTEZELOR. UTILIZAREA PLATFORMEI STATISTICE SPSS 193

14.1. Utilizarea statisticii descriptive. Analiza univariată 193

14.2. Analiza bivariată și multivariată. Corelația 201

14.3. Regresia și testarea ipotezelor pentru a determina cauzalitatea 207

BIBLIOGRAFIE 219

RECOMANDĂRI METODICE PENTRU LUCRUL INDIVIDUAL AL STUDENTULUI 230

SUBIECTE PENTRU EVALUAREA FINALĂ 232

PRELIMINARII

Prezentarea disciplinei. În condițiile societății de tranziție, ale luptei politice acerbe și campaniilor electorale încinse, ale abundenței informațiilor din diferite surse, atât mass media, media socială, cât și sursele oficiale, exercită o presiune tot mai mare asupra cetățeanului, susținându-l în a se orienta în lumea înconjurătoare. Astfel, pentru a avea posibilitatea de a selecta faptele veridice de informațiile false și părtinitoare este necesar de a poseda instrumentele de cercare pentru o abordare științifică asupra lumii. În condițiile de tranziție spre o societate democratică și a integrării europene, Republica Moldova are tot mai mare nevoie de cadre care să posede cunoștințe avansate privind instrumentele de cercetare pentru a studia și analiza științific atitudinile și fenomenele din societate.

Cursul *Metode de cercetare în științele politice* propune explorarea metodologiei cercetării și servește ca bază pentru studierea instrumentelor de creare științifică. În esență, cursul se concentrează pe metodele prin care oamenii de știință politică și de alte științe sociale studiază fenomenele, comportamentele și natura relațiilor umane. Un aspect important al cursului este accentul pus pe învățarea modelelor și metodelor calitative, cantitative și mixte, la fel și a cadrului teoretic-metodologic al cercetării. Un alt punct important este studierea metodelor de colectare a informației, de analiză și evaluare a datelor, precum și aplicarea instrumentelor de cercetare științifică la studierea fenomenelor politice. Prin prelegeri, dezbateri și lecții practice interactive cu aplicarea de programe computerizate și statistice, pe lângă studierea literaturii de specialitate, acest curs este conceput să implice studenții în dezvoltarea abilităților de cercetare care sunt valoroase pentru dezvoltarea gândirii critice și analitice, precum și în formularea recomandărilor de politici publice care să contribuie la dezvoltarea proceselor democratice din societate.

Actualitatea cursului este determinată de necesitatea ca studenții să studieze metodele de cercetare și să-și formeze abilități practice de a efectua analiza datelor colectate pentru a utiliza aceste cunoștințe și abilități în viața politico-socială după absolvirea studiilor. Devenind în 2022 o țară-candidat de aderare la Uniunea Europeană, Republica Moldova are nevoie tot mai mare de cadre înalt calificate, care să cunoască metodele de cercetare pentru a studia și analiza fenomenele și atitudinile din societate. Astfel, cursul contribuie la formarea cunoștințelor teoretice și practice de colectare a datelor, de analiză științifică și elaborare a concluziilor bazate pe date empirice. Viitorii specialiști în sferele politică și socială, în administrația publică la diferite niveluri, în instituțiile guvernamentale

și organizațiile non-guvernamentale vor beneficia de instrumentele de cercetare și evaluare în activitatea lor de zi cu zi.

Locul și rolul disciplinei în formarea specialistului este imperativ, întrucât contribuie nemijlocit la studierea metodelor și tehnicilor de cercetare, care pot fi utilizate pentru a crea proiecte de cercetare la alte discipline academice. Utilizarea instrumentelor de cercetare studiate la acest curs pot fi aplicate, cu modificările de rigoare referitor la scopul și sarcinile cercetărilor, la alte cursuri paralele sau ulterioare de studiu. Cunoștințele de a selecta tema de cercetare, de a formula titlul, de a defini probleme de cercetare, ipotezele și variabilele independente și dependente și de analiză a datelor și testare a ipotezelor constituie elementele esențiale ale cercetării atât în știința politică, cât și în domeniul administrației publice și al relațiilor internaționale.

Scopul cursului constă în pregătirea teoretică și practică avansată a studenților în crearea și aplicarea unui instrument de cercetare empiric pentru obținerea cunoștințelor științifice, cu oferirea posibilităților ulterioare de aplicare a acestor cunoștințe în practica social-politică și de a contribui la schimbarea societală.

Obiectivele cursului sunt de a pregăti cadre profesionale cu un înalt nivel de cunoștințe despre metodele de cercetarea empirică, cercetare bazată pe observarea obiectivă reală a fenomenelor și atitudinilor; cadre capabile să proiecteze un plan de cercetare acceptabil, adecvat întrebării de cercetare aflate în studiu, să formuleze întrebări de cercetare și ipoteza care urmează să fie testată în cadrul cercetării, să analizeze rezultatele obținute și să formuleze concluzii imparțiale bazate pe date empirice, să utilizeze rezultatele cercetării științifice pentru elaborarea politicilor publice și a strategiilor de dezvoltare social-politice.

Cursul *Metode de cercetare în științele politice* abordează elementele-cheie în procesul de proiectare și desfășurare a unui proiect de cercetare: selectarea temei de cercetare; precizarea unui scop sau a scopurilor cercetării pentru studiu; identificarea întrebărilor și ipotezelor de cercetare; avansarea metodelor și procedurilor de colectare, analiză și interpretare a datelor. Sunt analizate abordările calitativă, cantitativă și mixtă, fiind elucidate și unele metode care corespund acestor abordări. Cursul este structurat în 14 teme care reflectă etapele procesului de cercetare. Informația teoretică este combinată cu efectuarea exercițiilor practice de utilizare a aplicațiilor de pe internet și a platformelor statistice de analiză a datelor.

Un element important al cursului este analiza exemplelor de aplicare în practică a teoriei descrise în fiecare temă sau de utilizare a metodelor de cercetare. Exemplele sunt culese din experiența profesională a autoarei de predare a cursurilor privind metodele de cercetare și de realizare a cercetărilor atât în SUA, cât și în Republica Moldova. La fel, lucrarea include lista literaturii recomandate pentru

fiecare temă și o listă a literaturii la sfârșitul lucrării. În Anexe sunt incluse recomandările pentru lucrul individual și temele pentru examinarea finală.

Totuși, cursul nu are ca scop să propună o abordare exhaustivă a metodelor de cercetare; în schimb, evidențiază trăsăturile esențiale ale designului cercetării. Pentru a profita cel mai bine, cursul *Metode de cercetare în științele politice* ar trebui să fie combinat cu un curs paralel de statistică cu utilizarea programelor SPSS, R sau STATA.

După studierea cursului studenții vor avea formate următoarele competențe: cunoașterea criteriilor de formulare a temei de cercetare, a întrebărilor de cercetare, de delimitare a ipotezelor și variabilelor; aplicarea metodelor cantitative, calitative și mixte de cercetare; utilizarea platformelor pe internet pentru culegerea datelor; evaluarea datelor și testarea ipotezelor prin utilizarea platformei de statistică; interpretarea rezultatelor cercetării și elaborarea recomandărilor.

ADMINISTRAREA CURSULUI

Denumirea disciplinei	Semestrul	Curs	Seminare	Lucrul Individual	Total	Nr. de credite
Metode de cercetare în științele politice	**II**	**15**	**30**	**135**	**180**	**6**

TEMATICA DE CONȚINUT ȘI REPARTIZAREA ORIENTATIVĂ A ORELOR

Nr. d/o	Tematica	Nr. ore		
		Curs	Semi-nar	Lucrul individual
1.	Abordarea empirică în științele politice	2		9
2.	Procesul de cercetare: scopuri și etape	2		9
3.	Definirea paradigmei de cercetare	2	2	9
4.	Selectarea abordării de cercetare		2	9
5.	Sinteza literaturii de specialitate		2	9
6.	Etica cercetării științifice			9
7.	Instrumentar de cercetare: selectarea temei, formularea titlului și elaborarea întrebărilor de cercetare	2	2	9
8.	Metode calitative de cercetare	2	2	9
9.	Metode de cercetare calitativ-participative	2	2	9
10.	Metode mixte de cercetare		2	9
11.	Metode cantitative. Sondaj de opinie publică		2	9
12.	Crearea eșantionului pentru sondajul de opinie publică	1	2	9
13.	Elaborarea chestionarului. Utilizarea platformei Qualtrics		2	9
14.	Analiza rezultatelor și testarea ipotezelor		4	9
15.	Utilizarea platformei statistice SPSS	2	6	9
	Total	**15**	**30**	**135**

COMPETENȚE PROFESIONALE ȘI FINALITĂȚI DE STUDIU

Competențe profesionale la formarea cărora contribuie disciplina „Metode de cercetare în științele politice” sunt preluate din Cadrul Național al Calificărilor din Republica Moldova și redactate în conformitate cu cerințele pieței muncii și cu realizările științifice de ultimă oră în domeniu.

Competențe profesionale	**Finalități de studiu/ Rezultatele învățării**
1	**2**
Capacitatea de analiză și sinteză a informației ce vizează fenomenul politic	● a analiza importanța abordării empirice în sfera sociopolitică pentru asigurarea proceselor democratice în societate; ● a compara abordarea științifică și non-științifică a proceselor și fenomenelor politice și sociale din societate; ● a identifica valoarea respectării eticii și veridicității în cercetarea științifică, asigurării dreptului de autor și eliminarea plagiatului și a interpretării părtinitoare a rezultatelor; ● a analiza responsabilitatea cercetătorului și asigurarea confidențialității și anonimității participanților la cercetare.
Aplicarea diverselor metode și tehnici de analiză a proceselor politice;	● a argumenta importanța aplicării metodelor calitative în studierea câmpului politic și electoral; ● a evalua impactul metodelor mixte de cercetare în analiza științifică a discursului liderilor politici, a textului scris și a mesajelor audio și video din sfera politică; ● a argumenta semnificația metodelor cantitative și în particular a sondajelor de opinie publică în asigurarea cercetării veridice și informării echidistante a cetățenilor despre fenomenele și procesele politice din societate; ● a argumenta necesitatea dezvoltării și modernizării proceselor de cercetare, de includere a noilor metode și a tehnologiilor avansate utilizând programele computerizate și calculele statistice.

1	2
Abilități de a integra cunoștințele în funcție de complexitatea sistemelor și proceselor politice	● a compara aplicarea metodelor calitative și mixte în cercetarea proceselor politice și sociale din țările comunitare și din cele în tranziție spre democrație; ● a evalua ponderea instrumentelor de cercetare cantitative în evaluarea proceselor și fenomenelor politice și sociale din țările democratice și din cele autoritare; ● a compara stilurile democratic și autoritar ale guvernării de integrare a cercetării științifice în procesele politice din diferite câmpuri sociopolitice și electorale; ● a compara aplicarea instrumentelor de cercetare a forțelor de la putere și a opoziției în țările democratice și în cele autoritare; ● a aplica metodele de cercetare științifică în evaluarea acțiunilor forțelor de la putere și a celor din opoziție în Republica Moldova.
Capacitatea de implementare a instrumentului de cercetare	● a identifica impactul utilizării metodelor de cercetare științifică în evaluarea eficienței implementării programelor publice și sociale; ● a identifica impactul diferitor metode de cercetare în evaluarea acțiunilor liderilor politici și ale partidelor politice; ● a compara utilizarea metodelor de cercetare calitative, cantitative și mixte în societățile democratice, autoritare și în cele în tranziție spre democrație; ● a evalua mecanismele de implementare a metodelor de cercetare cantitative și calitative a câmpului politic și electoral din Republica Moldova; ● a propune modalități de cercetare a diferitor procese politice și electorale din Republica Moldova.

Tema 1. ABORDAREA EMPIRICĂ ÎN ȘTIINȚELE POLITICE

Conținuturi:
1.1. Conceptul și elementele empirismului
1.2. Caracteristicile cunoștințelor științifice
1.3. Dobândirea de cunoștințe științifice: inducția și deducția
   a) *Care este esența metodei de inducție în cercetare?*
   b) *Care este esența metodei de deducție în cercetare?*

Obiective:
- să definească conceptul de empirism;
- să determine elementele empirismului și esența lor;
- să compare caracteristicile cunoștințelor științifice cu ale celor non-științifice;
- să compare metoda de inducție cu metoda de deducție;
- să analizeze necesitatea abordării științifice în știința politică.

Termeni-cheie: empirism, cunoștințe empirice, cunoștințe non-empirice, cunoștințe științifice, cunoștințe non-științifice, inducție, deducție.

Repere de conținut

1.1. Conceptul și elementele empirismului

Acumularea cunoștințelor este un proces complex și implică diferite modalități, inclusiv prin metoda de observație și raționament pentru a dobândi dovezi fizice. Cunoștințele sunt acumulate prin procesul științific și diferă de cunoștințele acumulate prin intuiție, credințe sau bunul simț. Cunoștințele științifice sunt acumulate prin metode empirice și astfel sunt empirice. Cunoștințele empirice determină, mai curând, ca toate ipotezele și teoriile să fie testate în raport cu observațiile lumii naturale, decât să se bazeze doar pe raționament a priori, intuiție sau revelație.

Empirismul, folosit adesea de oamenii de știință, spune că „cunoașterea se bazează pe experiență" și că „cunoașterea este tentativă și probabilistică, supusă revizuirii și falsificării continue" (Shelley, 2006). Cercetarea empirică, inclusiv experimentele și instrumentele de măsurare validate, ghidează metoda științifică. Empirismul se referă la utilizarea observației pentru a evalua dacă argumentele sunt sau nu adevărate. Empirismul poate fi considerat mai curând un ideal. În majoritatea

situațiilor din viața reală, judecata personală, opinia și experiența proprie afectează gradul în care putem aplica standardele empirismului. Dar în ultimul timp tot mai mulți politologi folosesc metode empirice pentru a-și spori cunoștințele despre viața politică, încercând în același timp să elimine rolul judecăților subiective.

Conform lui Brady & Collier (2011), în știința politică, ca și în alte discipline, empirismul este abordarea dominantă a înțelegerii lumii. Preferința cercetătorilor pentru metodele empirice sau non-empirice este motivată de convingerile privind natura cunoștințelor și modalitățile de a le acumula. Cei care folosesc metode empirice consideră colectarea sistematică de materiale și/sau analiza datelor ca modalitate de a dobândi cunoștințe. Cei care folosesc metode non-empirice apreciază căile alternative, cum ar fi reflecția asupra experiențelor anterioare sau asupra unui anumit aspect al vieții politice și sociale.

Metodele empirice sunt folosite în studiile sociale în încercarea de a produce rezultate obiective și consecvente. Această abordare este pozitivistă în sensul că lumea socială este percepută ca fiind guvernată de legi sau principii asemănătoare legii care o fac previzibilă. Cunoașterea empirică care se bazează pe observarea și măsurarea atentă a realității obiective ce există „acolo" în lume se mai numește postpozitivistă. Ipotezele postpozitive au reprezentat forma tradițională de cercetare, iar aceste ipoteze sunt valabile mai mult pentru cercetarea cantitativă decât pentru cercetarea calitativă. Această viziune asupra lumii este uneori numită *metoda științifică sau cercetarea științifică*. Se mai numește cercetare pozitivistă/postpozitivistă, știință empirică și postpozitivism. Acest ultim termen se numește postpozitivism deoarece reprezintă gândirea după pozitivism, contestând noțiunea tradițională a adevărului absolut al cunoașterii (Phillips & Burbules, 2000) și recunoscând că nu putem fi absolut pozitivi în ceea ce privește pretențiile noastre de cunoaștere atunci când studiem comportamentul și acțiunile oamenilor.

Tradiția postpozitivistă provine de la scriitori din secolul al XIX-lea, precum Comte, Mill, Durkheim, Newton și Locke, și, mai recent, de la scriitori precum Phillips și Burbules (2000). Postpozitiviștii susțin o filozofie deterministă în care cauzele (probabil) determina efectele sau rezultatele. Astfel, problemele studiate de postpozitiviști reflectă nevoia de a identifica și evalua cauzele care influențează rezultatele, precum cele găsite în experimente. De asemenea, este reducționistă prin faptul că intenția este de a reduce ideile într-un set mic și discret de testat, cum ar fi variabilele care cuprind ipotezele și întrebările de cercetare.

Astfel, dezvoltarea măsurilor numerice ale observațiilor și studierea comportamentului indivizilor devine primordială pentru un postpozitivist. În cele din urmă, există legi sau teorii care guvernează lumea, iar acestea trebuie testate sau verificate și rafinate, astfel încât să putem înțelege lumea înconjurătoare. Astfel, în *metoda științifică* – abordarea acceptată a cercetării de către postpozitiviști – un cercetător începe cu o teorie, colectează date care fie susțin, fie infirmă teoria, apoi face revizuirile necesare și efectuează teste suplimentare.

Phillips și Burbules (2000) susțin că ipotezele-cheie ale acestei poziții sunt următoarele:

1. Cunoașterea este conjecturală (și antifundațională) – adevărul absolut nu poate fi găsit niciodată. Astfel, dovezile stabilite în cercetare sunt întotdeauna imperfecte și falibile. Din acest motiv cercetătorii afirmă că nu demonstrează o ipoteză; în schimb, se indică eșuarea de a respinge ipoteza.

2. Cercetarea este procesul de a face presupuneri și apoi de a rafina sau a abandona unele dintre ele pentru alte presupuneri mai puternic garantate. Majoritatea cercetărilor cantitative, de exemplu, începe cu testarea unei teorii.

3. Datele, dovezile și considerentele raționale modelează cunoștințele. În practică, cercetătorul colectează informații pe baza instrumentelor asupra măsurilor realizate de participanți sau prin observații înregistrate de cercetător.

4. Cercetarea urmărește scopul să elaboreze afirmații relevante, adevărate, care să poată servi la explicarea situației-problemă sau care descriu relațiile cauzale de interes. În studiile cantitative, cercetătorii avansează relația dintre variabile și adresează aceasta în termeni de întrebări sau ipoteze.

5. A fi obiectiv este un aspect esențial al anchetei competente; cercetătorii trebuie să examineze metodele și concluziile pentru părtinire. De exemplu, standardul de validitate și fiabilitate sunt importante în cercetarea cantitativă.

Inițial, metodele empirice au fost echivalate cu utilizarea măsurilor cantitative (de exemplu, analize de conținut, anchete) și cu colectarea și analiza primară a datelor (Bavelas, 1995). În zilele noastre, analizele secundare și cercetările calitative sunt de asemenea considerate empirice. Pare plauzibil să se clasifice cercetarea calitativă ca fiind empirică, în măsura în care oamenii de știință oferă suficiente informații care să permită reproducerea constatărilor lor (de exemplu, strategia de eșantionare, colectarea datelor și analiza). Totuși, această clasificare este, cel mai probabil, discutabilă.

Metodele non-empirice pot fi împărțite în două categorii. Pe de o parte, sunt metodele menite să revizuiască progresul într-un anumit domeniu de cercetare (de exemplu, revizuirea sistematică a literaturii). Pe de altă parte, există metode non-empirice care se bazează pe observații personale, reflecția asupra evenimentelor curente și/sau pe autoritatea sau experiența autorului (reflecții personale, interviul, studii critice, introducerea editorului).

Datorită acestor diferențe între metodele empirice și cele non-empirice, oamenii de știință de obicei tind să aibă o preferință clară pentru metodele empirice sau non-empirice. Acest lucru poate ajunge până la contradicții atât de mari, încât cercetătorii consideră că fiind poziționați „în două tabere" (Stevenson, 2014). Autorii care favorizează metodele empirice au respins în

mod repetat munca omologilor lor ca fiind neverificabilă, subiectivă, irelevantă și neștiințifică. La rândul lor, oamenii de știință care preferă metodele non-empirice au criticat munca empirică ca fiind banală, reducționistă și insuficientă pentru construirea teoriei.

Recent, însă, se pare că ostilitatea dintre aceste două „tabere" scade încet și tot mai mulți cercetători sunt dispuși să folosească atât metode empirice, cât și non-empirice atunci când este nevoie. De fapt, unele dintre cele mai influente publicații în studiile de comunicare și politice au fost cele care folosesc atât metode empirice, cât și non-empirice.

1.2. Caracteristicile cunoștințelor științifice

În procesul de colectare a datelor bazat pe metode empirice cunoștințele acumulate sunt întemeiate pe date reale, pot fi testate; astfel, putem constata că sunt științifice. Cunoștințele științifice implică orice idei despre lume care se bazează pe raționament inductiv și care sunt deschise testării și schimbării. Pe de altă parte, cunoștințele non-științifice se bazează pe intuiție, concepte morale, tradiții și presupuneri. Cunoștințele non-științifice sunt dogmatice, nu se schimbă și nu acceptă modificări.

Care este diferența dintre cunoștințele științifice și cunoștințele non-științifice?

În cercetarea științifică datele sunt colectate folosind diferite tehnici precum observarea, formularea și testarea ipotezelor, colectarea sistematică a datelor, după care urmează un proces logic și sistematic de analiză a datelor pentru a se ajunge la o concluzie. Cercetarea științifică este obiectivă, se bazează pe date colectate din lumea reală.

Pe de altă parte, în cercetarea non-științifică colectarea datelor include doar observația și doar convingerile și așteptările indivizilor sunt luate în considerare pentru a ajunge la o concluzie. Cercetarea non-științifică este subiectivă, se bazează pe impresii personale și implică religii, credințe, percepții morale și idealuri personale.

Diferența-cheie dintre cercetarea științifică și cea non-științifică este că cercetarea științifică poate fi repetată de mai multe ori folosind aceleași metode și date, în timp ce cercetarea non-științifică nu poate fi repetată, deoarece folosește intuiția, experiența personală și convingerile subiective.

Cunoștințele științifice au următoarele caracteristici:

● Sunt verificabile, depind de verificare sau de dovezi tangibile care le susțin. Dovezile care vin să confirme cele spuse pot fi acumulate prin obținerea datelor, prin acumularea experienței sistematice sau prin observații repetate.

Cunoștințele bazate pe prejudicii sau superstiții nu sunt de încredere, nu pot fi verificate și repetate.

● Cunoștințele științifice sunt infirmabile, ceea ce înseamnă că ar trebui să fie posibilă respingerea unei afirmații dacă există dovezi care să o contrazică. Pentru a acumula cunoștințe științifice se definește întrebarea de cercetare și se elaborează ipoteza, o presupunere bazată pe cunoștințele anterioare. În cadrul cercetării ipoteza poate fi confirmată sau infirmată, astfel că ipoteza poate fi respinsă ca fiind neadevărată.

● Sunt provizorii. Cunoștințele științifice ar trebui să fie considerate provizorii sau tentative. Considerăm adevărate anumite afirmații atunci când sunt susținute de dovezi tangibile și până când găsim dovezi contradictorii. Cercetătorii sunt conștienți de faptul că rezultatele cercetărilor lor pot fi completate, îmbunătățite și uneori contestate. Astfel, cunoștințele științifice, acumulate pe parcursul unei perioade istorice, se pot dovedi a fi complet false în următoarele perioade de timp.

● Sunt nenormative. Cunoștințele științifice sunt nenormative prin faptul că nu fac pretenții despre cum ar trebui să fie lumea, nu atribuie anumite valori la anumite cercetări. În timp ce cunoștințele pot fi libere de a atașa anumite valori, în mod evident, cercetătorii au propriile valori și convingeri care le pot ghida alegerea subiectelor de cercetare, precum și modul în care aleg să pună în practică cunoștințele științifice. În altă ordine de idei, cunoașterea care este evaluativă, încărcată de valori și preocupată de prescrierea a ceea ce ar trebui să fie este cunoscută sub denumirea de cunoaștere normativă.

● Cunoștințele științifice sunt transmisibile, ceea ce înseamnă că ar trebui să fie posibil ca alți cercetători, folosind aceleași metode și date, să obțină constatări identice. Pentru ca alți cercetători să poată verifica și reproduce rezultatele, cercetătorii asigură transparența și accesibilitatea bazelor de date obținute. Cerința de a fi transmisibile sugerează că cunoștințele științifice sunt „o activitate socială și este nevoie de câțiva cercetători, care analizează și critică rezultatele celuilalt pentru ca să producă rezultate credibile” (Isaak, 1985). De exemplu, Ghidul de Etică Profesională al Asociației de Științe Politice a SUA stipulează necesitatea asigurării accesului la baza de date, transparenței cercetării și a metodelor utilizate.

● Cunoștințele științifice sunt cumulative. Cercetările efectuate în prezent și cele care vor fi efectuate în viitor au ca temelie rezultatele obținute în cadrul cercetărilor anterioare. În acest context este semnificativă remarca cunoscutului matematician și fizician Isaak Newton, care a explicat că în procesul de cercetare a stat „pe umerii giganților”. Astfel, savantul a subliniat că rezultatele sale se bazează în parte pe cercetările generate de predecesori.

● Este important să înțelegem cunoștințele științifice ca fiind generale. Cu alte cuvinte, ele explică nu un singur fenomen independent, ci mai mult de un fenomen. Promotorii metodelor științifice susțin că cunoștințele care descriu, explică și prevăd mai multe fenomene sau un set de întâmplări similare,,sunt mai de valoare în comparație cu cunoștințele care adresează un singur fenomen sau caz" (Isaak, 2015).

● Cunoștințele științifice sunt explicative, adică oferă o înțelegere sistematică, verificată empiric, a motivului pentru care apare un fenomen. În discursul științific termenul explicativ de cele mai multe ori semnifică că concluzia a fost derivată logic din ansamblul propozițiilor generale și al condițiilor inițiale specifice. Cunoștințele științifice explică cauzalitatea a două evenimente sau tendințe și, în același timp, pot fi predictive și pot anticipa evenimentele viitoare.

● În cele din urmă, cunoștințele științifice sunt parcimonioase. În general, această caracteristică se referă la faptul că dacă sunt două variante de a explica un fenomen, preferabilă este cea mai simplă metodă. În acest caz se aplică principiul Briciul lui Ockham, care ar putea fi rezumat în felul următor: „prezintă explicațiile într-un mod cât mai simplu posibil" (Britannica, 2010).

Tabelul 1.1. Cunoștințele științifice și non-științifice*

	Cunoștințe științifice	**Cunoștințe non-științifice**
Colectarea datelor	Sistemic, după metode clar stabilite	Ocazional, fără metode clar definite
Instrumentele de cercetare	Metode de cercetare bine definite, bazate pe calcule, statistică	Imprecise, ocazionale
Calcule	Valide și fiabile	Non-valide și non-fiabile
Ipoteze	Testabile	Nestabilite, nedefinite sau non-testabile
Concepte	Clar definite, bazate pe cercetările anterioare	Nedefinite sau ambigue
Analiza datelor	Obiectiv, bazat pe metode de calcul și statistice	Subiectiv, intuitiv
Descrierea rezultatelor	Acceptarea sau respingerea ipotezei de cercetare	O analiză subiectivă

* *Sursa*: Adaptat și completat de autoare după: Johnson, J., Reynolds, H., Mycoff, J. (2020), Brady, H., Collier, D. (2011).

1.3. Dobândirea de cunoștințe științifice: inducția și deducția

Dobândirea datelor și acumularea cunoștințelor empirice poate fi făcută prin diferite metode în cercetarea științifică. Sunt cunoscute două metode mai importante de acumulare a datelor, care impun colectarea datelor pentru a confirma o teorie.

a) *Care este esența metodei de inducție în cercetare?*

Abordarea inductivă a cercetării procesează raționamentul din observația specifică pentru a crea cunoștințe generale și a formula o teorie. În inducție observația precedă teoria sau, cu alte cuvinte, metoda presupune de a face concluziile începând de la specific spre general. Metoda inductivă începe prin colectarea de date care sunt relevante pentru subiectul de interes. La început cercetătorul observă fenomenele, le monitorizează și înregistrează observațiile sale (Buttolph & Joslyn, 1991). După ce a acumulat o cantitate substanțială de date, cercetătorul își va lua o pauză ca să analizeze datele și să facă o observație panoramică a datelor. Cercetătorul studiază dacă poate fi observată o regularitate sau dezvoltat un model referitor la fenomenul studiat. Astfel, eventual, poate fi elaborată o teorie care mai apoi va explica și alte cazuri studiate.



Fig. 1.1. Etapele metodei inductive

Dacă studiem cazurile empirice și acumulăm date, după ce avem un număr semnificativ de date, urmează să facem anumite generalizări. De exemplu, cercetătorul Robert Gurr a studiat violența politică, analizând discrepanța dintre condițiile sau situația așteptată și realitățile create (Gurr, 2011). Lucrarea sa *Whymen rebel* (De ce oamenii se răzvrătesc) se referea la anii 1960, când observatorii din lumea occidentală erau profund îngrijorați de violența politică în statele post coloniale, în special din Africa și Asia de Sud-Est, și de mișcările de protest în masă, în special împotriva discriminării rasiale în Statele Unite și a intervenției militare în Vietnam.

Argumentul esențial al modelului lui Gurr era că pentru a înțelege protestul și rebeliunea în general și în cazuri specifice, ar trebui să analizăm trei factori generali: 1) nemulțumirea populară (privarea relativă), împreună cu o analiză a surselor sale; 2) justificările sau convingerile oamenilor cu privire la justificarea și utilitatea acțiunii politice; 3) echilibrul dintre capacitatea oamenilor nemulțumiți de a acționa – adică, modurile în care sunt organizați –

și capacitatea guvernului de a reprima sau de a canaliza furia lor. Însă în continuare, la începutul secolului XXI, realitățile din lumea politică, odată cu instabilitatea din Africa și din lumea islamică, inegalitatea tot mai mare în și între țări și conflictele internaționale au determinat cercetătorii să aducă în discuție noi variabile de cercetare: a) analiza structurilor sociale și politice; b) implicarea teoriei alegerii raționale (rational choice) și altele.

Astfel, acumularea informațiilor referitor la un caz nu este îndeajuns pentru a formula o generalizare. Urmează să studiem mai multe cazuri, să le comparăm între ele pentru a extinde cunoștințele acumulate și a formula o teorie.

Însă, de cele mai multe ori, este dificil de a face cercetări științifice care aplică metoda inducției în forma ei pură. De multe ori cercetătorul începe investigația având deja o anumită presupunere, o idee despre anumite fenomene și relații dintre aceste fenomene, pe care urmează să le cerceteze.

b)*Care este esența metodei de deducție în cercetare?*

Abordarea deductivă a cercetării este preocupată de testarea teoriilor existente prin a aplica cercetarea și a demonstra că este valabilă și în alte cazuri. În deducție, sau în logica deductivă, teoria precedă observația sau, cu alte cuvinte, metoda presupune de a face concluziile începând de la general spre specific. În cazul aplicării metodei deductive un cercetător studiază ceea ce au făcut predecesorii, analizează teoriile existente despre orice fenomen pe care îl studiază și apoi testează ipotezele care reies din acele teorii. Metoda deductivă începe prin formularea unei ipoteze noi în baza unei teorii existente și apoi proiectarea unei strategii de cercetare pentru a testa ipoteza (Patton, 2011). Dacă o relație cauzală sau o legătură pare să fie implicată de o anumită teorie, ar putea fi adevărată în multe alte cazuri. Un design deductiv ar putea testa pentru a vedea dacă această relație sau legătura s-a obținut în circumstanțe mai generale. Deducția începe de la modelul așteptat care este apoi testat împotriva observațiilor.

De exemplu, este cunoscută ipoteza că dacă copiii și adolescenții privesc la televizor multe programe de violență, aceasta îi influențează negativ, ei devenind mai agresivi și violenți. Aceste concluzii au fost vociferate de mai multe organizații profesionale din SUA, precum și de organele legislative (AAP Joint Statement, 2000). Această ipoteză a fost studiată implicând metoda deductivă și analizând diferite condiții, cum ar fi studiile longitudinale pe parcursul a mai multor ani, studii sau experimente de laborator sau comportamentul în familie (Johnson et al., 2002). Astfel, metoda deductivă vine să ofere o premisă inițială pentru formularea unei noi ipoteze, pe care cercetătorii urmează să o confirme sau să o infirme în urma cercetărilor lor.



Fig. 1.2. Etapele metodei deductive

Cercetătorii urmează să decidă de la începutul cercetării despre folosirea metodei deductive sau inductive în analiza lor. Însă de cele mai multe ori nu este atât de ușor de a folosi aceste metode în forma lor pură. Și cu toate că abordările inductive și deductive par destul de diferite, ele pot fi complementare și folosite împreună. În unele cazuri, cercetătorii pot planifica ca studiul lor să includă mai multe componente, una inductivă și alta deductivă. În alte cazuri, un cercetător și-ar putea începe studiul planificând să utilizeze o singură abordare, dar apoi să descopere pe parcurs că cealaltă abordare este necesară pentru a ajuta la dezvăluirea altor cauze și găsirea rezultatelor.

Sarcini de autoevaluare:

1. De ce este importantă studierea metodelor de cercetare empirică? Numiți metodele care se consideră a fi empirice și cele care sunt atribuite la non-empirice.
2. Descrieți modul în care abordările empirice diferite ale unei probleme pot duce la constatări diferite, chiar contradictorii.
3. Care este importanța cunoștințelor științifice în științele politice?
4. Descrieți etapele metodei de inducție în cercetare.
5. Analizați diferența dintre metoda inducției și metoda deducției în cercetare.

Tematica pentru studiul individual:

- Faceți o comparație între metodele empirice și non-empirice de cercetare. Desenați un tabel care include comparația pe următoarele elemente: metodele de colectare a datelor, metodele de verificare, metodele de formulare a concluziilor și posibilitatea de a repeta cercetarea.
- Desenați o schemă care să includă metodele empirice și cele non-empirice.
- Aplicând metoda deducției, descrieți în detalii lucrarea de cercetare pe care o planificați.
- Studiind literatura de specialitate, aduceți un exemplu de utilizare a metodei inducției pentru realizarea unui studiu științific. Descrieți procesul de cercetare și rezultatele obținute.

Bibliografie:

AAP. *Joint Statement on the Impact of Entertainment Violence on Children*: *Congressional Public Health Summit* (26 July 2000). Retrieved from www.aap.org/advocacy/releases/jstmteuc.htm.

BAVELAS, J. Social approaches to communication. In: *Quantitative versus qualitative?* New York: Guilford Press, 1995, p. 49-62.

BRADY, H., COLLIER, D., eds. *Rethinking social inquiry*: *Diverse tools*, *shared standards*. Rowman & Littlefield Publishers, 2011.

BRITANNICA 2020. Retrieved: https://www. britannica. com/topic/ontological-argument

BUTTOLPH, J., JOSLYN, R. *Political Science Research Methods*. CQ Press, 1991.

GURR, T. *Why men rebel*. New York: Routledge, 2011.

ISAAK, A. *Scope and methods of political science*: *an introduction to the methodology of political inquiry*. Dorsey Press, 1985.

ISAAK, G. For a more public political science. In: *Perspectives on Politics*. 2015, vol. 13, no. 2, p. 269-283.

JOHNSON, J., REYNOLDS, H., MYCOFF, J. *Political Science Research Methods*. 9 ed. CQ Press, 2019.

JOHNSON, J., COHEN, P., SMAILES, E., et al. Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood. In: *Science*, 2002, vol. 295, no. 5564, p. 2468-2471.

PATTON, C. Induction, deduction, and cyclical movement: A review of qualitative research methods. In: *The Qualitative Report*, 2011, vol. 16, no. 5, p. 1421-1434.

PHILLIPS, D., BURBULES, N. *Postpositivism and educational research*. Rowman & Littlefield, 2000.

SHELLEY, M. Empiricism. In: ENGLISH, F., ed. *Encyclopedia of educational leadership and administration*. Sage, 2006, p. 338-39.

STEVENSON, R. International communication. In: STACKS, D., SALWEN, M., eds. *An integrated approach to communication theory and research*. 2 ed. Routledge, 2014, p. 169-180.

Tema 2. PROCESUL DE CERCETARE: SCOPURI ȘI ETAPE

Conținuturi:
2.1. Importanța cercetării științifice în viața politică
2.2. Scopul și sarcinile cercetării științifice
2.3. Procesul de realizare a cercetării
2.4. Asigurarea calității cercetării științifice: validitate și fiabilitate

Obiective:
- să definească modul în care oamenii de știință politică folosesc metodele de cercetare empirice pentru a investiga întrebări despre politică și guvernare;
- să determine importanța cercetării științifice în viața politică și socială a societății;
- să compare procesul de validitate a unei cercetări științifice și a validității interne, externe și de construct;
- să analizeze procesul de estimare a fiabilității unei lucrări științifice;
- să evalueze procesul de cercetare și etapele lui;
- să demonstreze necesitatea abordării științifice în știința politică.

Termeni-cheie: cercetare, metode științifice de cercetare, proces de cercetare, etape de cercetare, validitate, validitate internă, validitate externă, fiabilitate, estimarea fiabilității.

Repere de conținut

2.1. Importanța cercetării științifice în viața politică

Definiția termenului „cercetare" trezește multe discuții printre autori în literatura de specialitate și ei încă nu au ajuns la o părere unică. Astfel, majoritatea autorilor susțin că cercetarea se referă la cercetarea științifică și include activitatea de a crea noi cunoștințe sau consideră că „este o anchetă sistematică pentru a descrie, explica, prezice și controla fenomenul observat" (Babbie, 2021). Cercetarea folosește cunoștințele existente într-un mod nou și creativ, astfel încât să genereze noi concepte, metodologii și informații (Box-Steffensmeier et al., 2010). O parte iminentă a cercetării este utilizarea metodelor științifice, care urmează să fie neutre, obiective și raționale.

Metodologia este un sistem de reguli și proceduri explicite pe care se bazează cercetarea și pe baza cărora sunt evaluate afirmațiile pentru cunoaștere.

Cercetarea este analitică și utilizează toate datele disponibile, astfel încât să nu existe ambiguitate în inferență. Precizia este una dintre cele mai critice aspecte ale cercetării științifice. Informațiile trebuie să fie exacte și corecte. Precizia este măsurată cu ajutorul instrumentelor folosite, prin calibrarea instrumentelor și prezentarea rezultatului final al experimentului. Cercetarea urmărește să aibă o structură clar definită și să includă tema, întrebarea cercetării, scopul și obiectivele, ipotezele, metodele de cercetare, semnificația, analiza și concluziile bazate pe date. Cercetarea urmează sa aprobe sau sa infirme ipoteza. Colectarea datelor este utilizată pentru a răspunde la întrebarea de cercetare și pentru a formula concluzii.

Cercetarea este iminentă pentru a ne ajuta să navigăm în lumea înconjurătoare în continuă schimbare. Cercetarea științifică sistematică ne oferă o înțelegere imparțială și realistă despre realitatea înconjurătoare, deoarece cunoștințele științifice se bazează pe dovezi obiective, tangibile. Determinarea rezultatului care ar trebui măsurat și măsurarea acestuia în moduri credibile sunt activități relevante pentru toate domeniile vieții sociale, economice și politice.

O deosebită importanță are cercetarea în sfera politică. Partidele politice, administrația publică și departamentele publice au nevoie de cercetare, de analize științifice, de oameni cu abilități de cercetare pentru a evalua proiecte și politici, pentru a elabora noi strategii și proiecte de dezvoltare bazate pe știință. Dar fără a cunoaște care sunt cele mai relevante rezultate din domeniul cercetării este greu de a face concluzii și a propune noi strategii. Ar trebui să nu ne bazăm pe opiniile subiective ale oamenilor, pe intuiție și pe noroc, ceea ce poate fi foarte controversat. Astfel, avem nevoie de cercetare științifică pentru a crea o înțelegere veritabilă despre lumea înconjurătoare.

Cercetarea are o deosebită importanță în consolidarea valorilor democratice în societate, pentru a asigura eficiența și competitivitatea partidelor și ideilor politice, pentru a evita luarea deciziilor populiste și a asigura implicarea diferitor grupuri ale societății în guvernarea politică. Realizarea cercetărilor și diseminarea rezultatelor științifice contribuie la buna informare a cetățenilor, care mai apoi pot lua decizii fiind bine informați și posedând cunoștințe științifice, nu bazându-se pe zvonuri, teorii conspiraționiste sau propagandă și dezinformare.

Cercetarea este imperativă și pentru membrii clasei guvernate, liderii politici și sociali pentru a avea posibilitatea de a guverna și a lua decizii în cunoștință de cauză. Deosebit de important este ca liderii politici nu doar să cunoască, dar și să urmeze rezultatele cercetărilor pentru a sigura bunăstarea întregii societăți, nu doar pentru beneficiul și interesul îngust de partid sau personal.

În cazul analizei științifice utilizăm o bază de date statistice, metode științifice și efectuăm o analiză sistemică, realizăm analiza datelor. În comparație cu o simplă

descriere, care poate fi folosită la scrierea unui eseu, unde ne expunem numai opiniile proprii, fără a face o analiză exhaustivă, bazată pe metodele de cercetare.

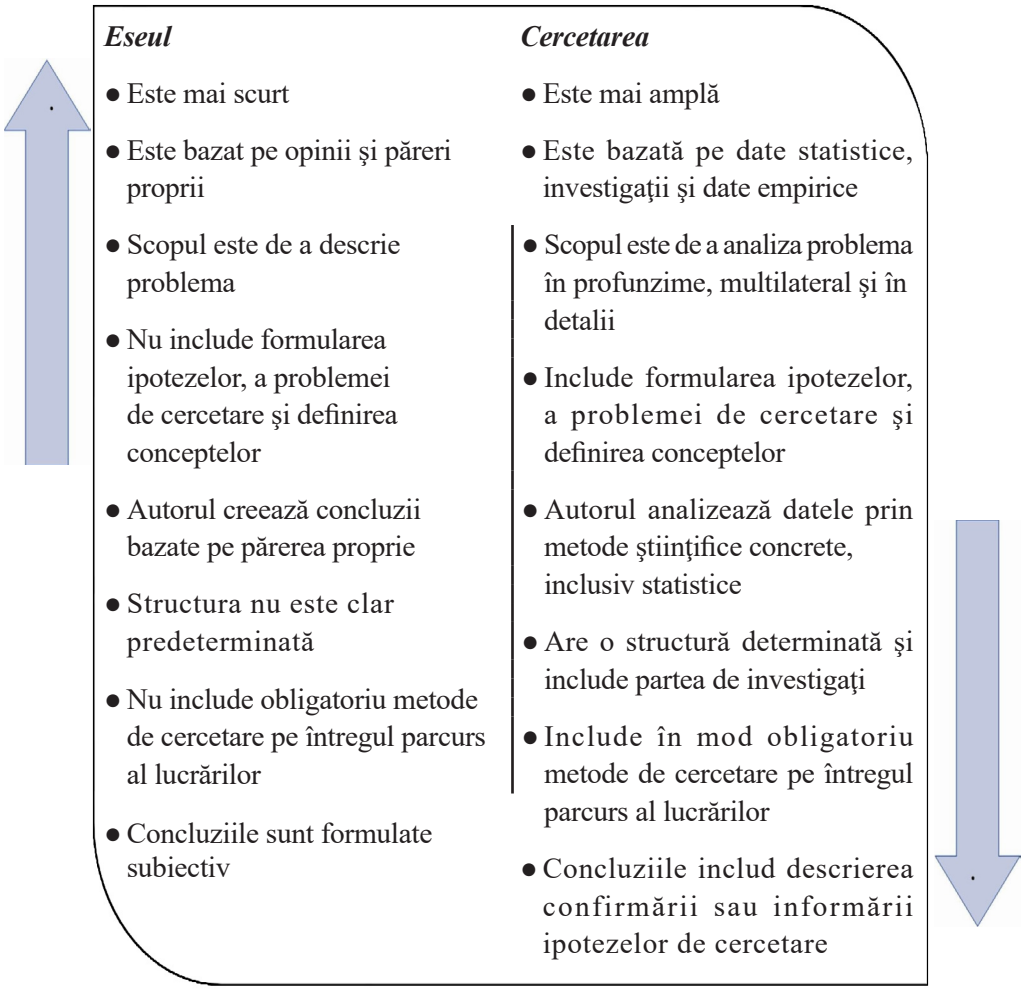


Fig. 2.1. Diferența dintre un eseu și o lucrare de cercetare*

**Sursa*: Elaborată de autoare.

2.2. Scopul și sarcinile cercetării științifice

Scopul cercetării științifice este declarația generală, este acel obiectiv pe care tinde să îl atingă o cercetare. Un scop de cercetare este de obicei formulat ca o declarație generală și poate varia în lungime de la o singură propoziție la un scurt paragraf. Deși formatul exact poate varia în funcție de preferințe și de sarcinile cercetării, toate ar trebui să descrie de ce este necesară cercetarea și ce își propune să realizeze.

Scopul cercetării nu este neapărat să se limiteze la unul singur. Uneori este definit un „scop general" al unui proiect și apoi se adoptă două sau trei scopuri de cercetare specifice. În acest caz, trebuie să ținem cont de faptul că la final urmează să includem concluziile referitor la toate scopurile descrise. Astfel, deși a avea mai mult de un scop de cercetare nu este neapărat dezavantajos, urmează să luăm în considerare dacă un singur scop general va funcționa.

Un șir de autori au încercat să dezvolte un set de *scopuri* care sunt specifice subiectelor și întrebărilor găsite în cercetarea științelor sociale și politice. Babbie (2021), de exemplu, a identificat următoarele trei scopuri ale cercetării în științele sociale, inclusiv științele politice: (1) explorarea unui subiect; (2) descrierea unui subiect, situație sau eveniment; (3) explicarea unui fenomen sau a mai multe fenomene. În discuția lor despre metoda comparativă în cercetarea în științe politice, Pennings, Keman și Kleinnijenhuis (2005) au argumentat importanța selectării metodelor de cercetare adecvate pentru realizarea cercetării științifice. Autorii au identificat trei scopuri ale cercetării în viața politică ca fiind susceptibile să identifice: (1) regularități privind relația dintre actorii societali și politici; (2) procesele de instituționalizare a vieții politice și (3) schimbările din societate care apar din primele două forțe.

În lucrările lor, Stallings și Ferris (2001) au identificat un sistem de trei categorii pentru a clasifica scopurile cercetării, denumind scopuri: a) conceptuale, b) relaționale și c) evaluative. Scopul unui studiu conceptual este de a stabili conceptele fundamentale care stau la baza unei probleme. Scopul unui studiu de relație este fie de a descrie relațiile dintre variabile, fie de a investiga potențialul de cauzalitate care rezultă dintr-o relație. În cele din urmă, studiile evaluative sunt concepute pentru a explica sau evalua un eveniment, un program, o politică sau un alt fenomen.

Sarcinile cercetării științifice specifică modul în care studiul va fi realizat. Sarcinile împart scopul de cercetare în mai multe părți mai mici, fiecare dintre acestea reprezentând o secțiune-cheie a proiectului de cercetare. Ca urmare, aproape toate sarcinile cercetării iau forma unei liste numerotate, fiecare afirmație primind de obicei propriul capitol într-o lucrare.

Fiecare dintre sarcinile de cercetare ar trebui să fie definite INTELIGENT: (Din limba engleză SMART: Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Timebound).

Specific – bine definite și fără ambiguitate.

Măsurabil – cum va fi măsurat progresul și cum se va determina când ați realizat acțiunea?

Realizabil – aveți sprijinul, resursele și facilitățile necesare pentru a desfășura acțiunea?

Relevant – este acțiunea esențială pentru atingerea scopului de cercetare?

Limitat în timp – puteți finaliza în mod realist acțiunea în timpul disponibil alături de celelalte sarcini de cercetare?

Pe lângă faptul că sunt SMART, sarcinile de cercetare ar trebui să înceapă cu un verb care să comunice intenția. Unele verbe comune de cercetare includ: a identifica, a explora, a demonstra, a calcula, a examina, a testa, a formula, a propune, a evalua, a compara, a recomanda, a propune.

Cu toate că atât scopul, cât și sarcinile cercetării oferă detalii referitor la cercetare, există unele diferențe dintre scop și sarcini:

Scopul cercetării se concentrează pe ceea ce urmărește să realizeze proiectul de cercetare; sarcinile cercetării se concentrează pe modul în care va fi atins scopul.

Obiectivele cercetării sunt relativ largi; sarcinile cercetării sunt specifice.

Scopul cercetării se concentrează pe rezultatele pe termen lung ale unui proiect; sarcinile cercetării se concentrează pe rezultatele sale imediate, pe termen scurt.

Un scop de cercetare poate fi scris într-o singură propoziție sau un scurt paragraf; sarcinile cercetării trebuie scrise ca o listă numerotată.

Sarcinile cercetării, sau pașii concreți de realizare, pot să fie extrem de variate. Miller (1991) distinge pe baza sarcinilor trei tipuri mari de cercetări:

- *Fundamentale* (pure sau de bază), având ca obiective dobândirea de cunoștințe noi și dezvoltarea teoriei. Alte denumiri ar fi cercetare academică sau teoretică;
- *Aplicate*, orientate spre analiza problemelor sociale și găsirea soluțiilor de rezolvare, contribuind la fundamentarea deciziei (exemple: analiza politicilor publice și unele tipuri de evaluare a programelor);
- *Evaluative*, orientate spre determinarea efectului diferitelor acțiuni (exemplu: evaluarea programelor).

Cercetătorii studiază problemele pe care cred că ar trebui examinate și efectuează cercetări în modul în care cred că sunt dobândite cunoștințele. Fie că sunt conștienți de acest lucru sau nu, cercetătorii din toate disciplinele sunt ghidați în modul în care își desfășoară studiile de pozițiile filozofice subiacente pe care le aduc la masa cercetării (Marsh, 2002).

Bazele acestor poziții sunt construite din ceea ce în filozofie este cunoscut sub numele de ontologie și epistemologie, ambele fiind preocupate de cunoaștere și de modul în care oamenii de știință dezvoltă cunoștințele. Ontologia este domeniul filozofiei care se ocupă de ceea ce putem învăța – ce este „acolo" care poate fi cunoscut. Are de-a face cu natura lumii pe care o putem experimenta. Epistemologia, pe de altă parte, se preocupă de întrebările despre modul în care învățăm – metodele folosite de oameni pentru a dobândi cunoștințe. Se preocupă și de validitatea cunoștințelor; de întrebări despre cum putem ști orice și despre cum putem fi siguri că ceea ce știm este adevărat (Plotkin, 1994).

2.3. Procesul de realizare a cercetării

Procesul de cercetare este unul complex și include anumite elemente indispensabile. Printre ele se numără selectarea subiectelor de cercetare, selectarea bazei de date sau colectarea datelor, formularea scopului și sarcinilor cercetării, determinarea variabilelor dependente și independente, formularea ipotezelor, revizuirea sistemică a literaturii și efectuarea analizei datelor.

Astfel, în linii mari, procesul de cercetare se reduce la următoarele trei faze esențiale: 1) pregătirea cercetării; 2) efectuarea cercetării, 3) finalizarea cercetării. Reieșind din scopurile și sarcinile cercetării științifice, cercetătorul individualizează procesul de cercetare: elaborează un instrument de cercetare specific, selectează metodele de colectare a datelor și de analiză și descrie rezultatele obținute.

Procesul de cercetare poate fi divizat în diferite etape, care reprezintă pașii cei mai importanți ai cercetării. În dependență de gradul de detaliere a procesului, sunt diferite propuneri de a definitiva procesul și autorii pot să determine un număr diferit de etape ale cercetării, de la cinci la zece. Aducem aici un exemplu de cercetare divizat în șase etape:

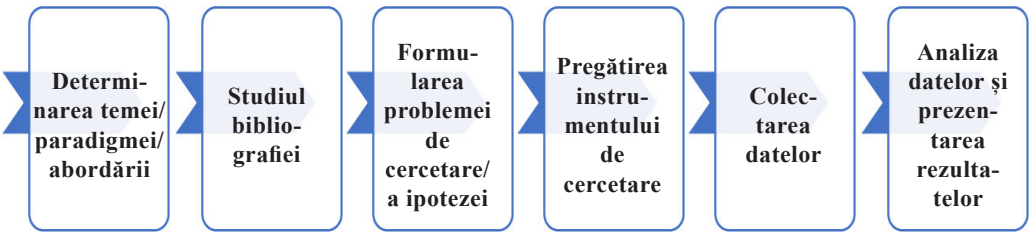


Fig. 2.2. Un exemplu de cercetare prin deducție divizat în șase etape

Cercetarea prin metoda deducției va fi diferită de cea prim metoda inducției, unde la început vor fi colectate datele și mai apoi analizate și formulate generalizări. La fel, diferiți autori propun un număr diferit de etape ale cercetării, unii optând pentru un număr de până la 43! (Mărginean, 2000).

1. La prima fază, de pregătire a cercetării, se atribuie următoarele etape: alegerea temei de cercetare; studiul bibliografiei; formularea ipotezelor; formularea problemelor de cercetare; crearea designul-ui studiului de cercetare (metodologia, paradigma, metodele, fisibilitate, eșantionul, chestionarul, personalul).
2. Cei de-a doua fază, de efectuare a cercetării, include următoarele etape: pregătirea datelor; codificarea răspunsurilor; colectarea răspunsurilor și datelor (de exemplu, prin efectuarea sondajului de opinie publică sau a interviurilor individuale, sau prin colectarea datelor pentru analiza de conținut); ponderarea datelor.
3. La etapa finală se realizează următoarele etape: analiza datelor; reducerea datelor; prezentarea datelor; elaborarea și verificarea concluziilor.

Care este rolul metodelor de cercetare?

Cercetarea nu este definită prin subiectul său, ci mai curând prin metodologia ei. Ceea ce diferențiază abordarea științifică de alte moduri de dobândire a cunoștințelor sunt ipotezele pe care se bazează și utilizarea metodelor de cercetare.

Metodologia științifică este un sistem de reguli și proceduri explicite pe care se bazează cercetarea și pe baza cărora sunt evaluate afirmațiile pentru cunoaștere. Acest sistem de metode nu este nici închis, nici infailibil (Johnson et al., 2020). Mai curând, metodele de cercetare sunt îmbunătățite constant; oamenii de știință caută noi metode și tehnici de observare, inferență, generalizare și analiză. Pe măsură ce acestea sunt dezvoltate și sunt congruente cu ipotezele de bază ale abordării științifice, ele sunt încorporate în sistemul de reguli care formează metodologia științifică.

2.4. Asigurarea calității cercetării științifice: validitate și fiabilitate

În cadrul cercetării urmează să ne asigurăm că datele obținute sunt solide și reaplicabile, iar rezultatele sunt exacte. Pentru aceasta stabilim validitatea și fiabilitatea cercetării (Pennings et al., 2005).

Validitatea unui studiu de cercetare vizează faptul cât de bine rezultatele în rândul participanților la studiu reprezintă constatări adevărate

în rândul persoanelor similare din afara studiului. În termeni simpli, validitatea exprimă cât de bine măsoară un instrument ceea ce este destinat să măsoare. Unele sinonime pentru validitate sunt corectitudine, exactitate, acurateţe. O cercetare „este validă sau adevărată dacă reprezintă cu acurateţe acele trăsături ale fenomenului pe care îşi propune să-l descrie, explice sau teoretizeze" (Crepaz & Chari, 2018).

Validitatea poate determina validitatea de construct sau coerența cercetării, a cauzelor pe care se bazează cercetarea și a concluziilor statistice. Validitatea concluziilor statistice vizează corectitudinea testării ipotezelor. Cu alte cuvinte, acest tip de validitate urmărește dacă s-a folosit procedura corectă de testare; dacă măsurile folosite au fost cele mai potrivite; dacă s-au utilizat suficiente date și dacă relațiile respective sunt suficient de puternice pentru a putea fi observate.

Validitatea internă vizează inferențele în relațiile cauzale pe care se bazează cercetarea. În cazul cercetărilor care nu au la bază raportul de cauzalitate, validitatea internă este înlocuită de credibilitate. Validitatea internă urmărește dacă relațiile de tip cauză/efect testate în interiorul cercetării sunt cele care acționează în cadrul fenomenului studiat și nu altele, omise de cercetare.

Validitatea de construct se referă la caracteristica pe care o măsurăm și la calitatea operaționalizării acesteia, adică la modul în care au fost transpuse conceptele în variabile măsurabile. Constructele sunt niște categorii utilizate în descrierea și înțelegerea raporturilor dintre elementele unui model explicativ.

Validitatea externă se referă la gradul de generalitate a rezultatelor cercetării. Astfel, acestea ar trebui să prezinte valabilitate pentru toată populația la care se referă cercetarea, nu doar pentru o categorie restrânsă. Valabilitatea externă vizează, în genere, cercetările bazate pe eșantionare.

Toate aceste tipuri de validitate se află într-un raport de dependență. Astfel, validitatea concluziilor se situează la temelia validității interne, validitatea internă – la baza validității de construct şi cea de construct constituie fundamentul validității externe. În ceea ce privește cercetările calitative, termenul „validitate" este înlocuit cu termenul „credibilitate". Se pot distinge mai multe tipuri de credibilitate: descriptivă, a interpretării, teoretică, de generalizare și evaluativă.

Fiabilitatea se referă la calitatea sau constanța măsurătorilor noastre; cu alte cuvinte, este o componentă esențială a siguranței în funcționare. Unele

sinonime pentru fiabilitate pot fi demne de încredere și adevărate. O cercetare este fiabilă atunci când vom obține același rezultat de fiecare dată când efectuăm cercetarea. Astfel, rezultatul măsurării reprezintă suma dintre măsura reală și eroarea de măsurare. Spre deosebire de științele exacte, unde instrumentele de măsură sunt precise, în cazul științelor sociale și politice măsurările nu se pot realiza totdeauna cu fidelitate. Astfel, pot apărea diferențe între rezultatele a doi observatori care studiază același fenomen. Mai mult, rezultatul la aceeași întrebare poate să varieze de la un moment de timp la altul, chiar dacă între timp nu au fost identificate schimbări substanțiale.

Fiabilitatea reprezintă raportul dintre varianta adevărată și varianta observată. Ea poate să aibă valori cuprinse între 0 (indicând o lipsă totală de fidelitate) și 1 (indicând o fidelitate totală). În orice caz, fidelitatea se estimează în urma mai multor măsurări. Există mai multe modalități de estimare a fiabilității, cum ar fi:

– *testare-retestare* – putem aplica același instrument de măsurare în două momente de tip diferite;

– *testare paralelă* – pentru a elimina efectele generate de aplicarea aceluiași test, aplicăm teste similare;

– *testarea cu inter-evaluatori* – diferența dintre măsurătorile luate de către doi sau mai mulți observatori asupra acelorași cazuri, folosind același instrument;

– *testare prim metoda înjumătățirii* – împărțim setul de date studiat în două și testăm rezultatele;

– *testarea privind consistența internă* – măsoară dacă mai multe variabile sau itemi care încearcă să măsoare același concept au scoruri similare. Dacă unul dintre itemi nu se potrivește cu ceilalți, înseamnă că nu trebuie să facă parte din măsurătorile care compun conceptul (Crepaz & Chari, 2018).

Astfel, poate o cercetare să fie validă și nu fiabilă? Un test valid va fi întotdeauna fiabil, dar opusul nu este adevărat pentru fiabilitate – un test poate fi de încredere, dar nu valid. Acest lucru se datorează faptului că un test ar putea produce același rezultat de fiecare dată, dar este posibil să nu măsoare de fapt lucrul pe care este proiectat să îl măsoare. De exemplu, diferiți cercetători ar putea obține în mod constant aceleași rezultate într-o evaluare a alegătorilor, deci cercetarea este fiabilă. Cu toate acestea, dacă evaluarea nu măsoară efectiv abilitățile unei populații sau eșantionul este eronat, nu este creat întru-un mod adecvat, atunci nu o putem descrie ca

fiind validă. În acest caz, am aduce exemplul cercetărilor care au fost efectuate de mai mulți cercetători pentru a măsura preferințele în alegeri ale populației, dar cercetările au fost făcute de fiecare dată la sediul aceluiași partid politic. În acest caz, cercetările vor fi valide, vor da același rezultat, dar nu vor fi fiabile, nu vor măsura opinia publică, ci numai opinia membrilor unui partid.

Pe de altă parte, dacă evaluarea a fost, de fapt, o măsură bună a abilităților unei populații cu un eșantion aleatoriu (adică a fost validă), ne-am aștepta ca să fie în general aceeași de fiecare dată când un anumit cercetător a finalizat-o (adică ar fi, de asemenea, fiabilă).

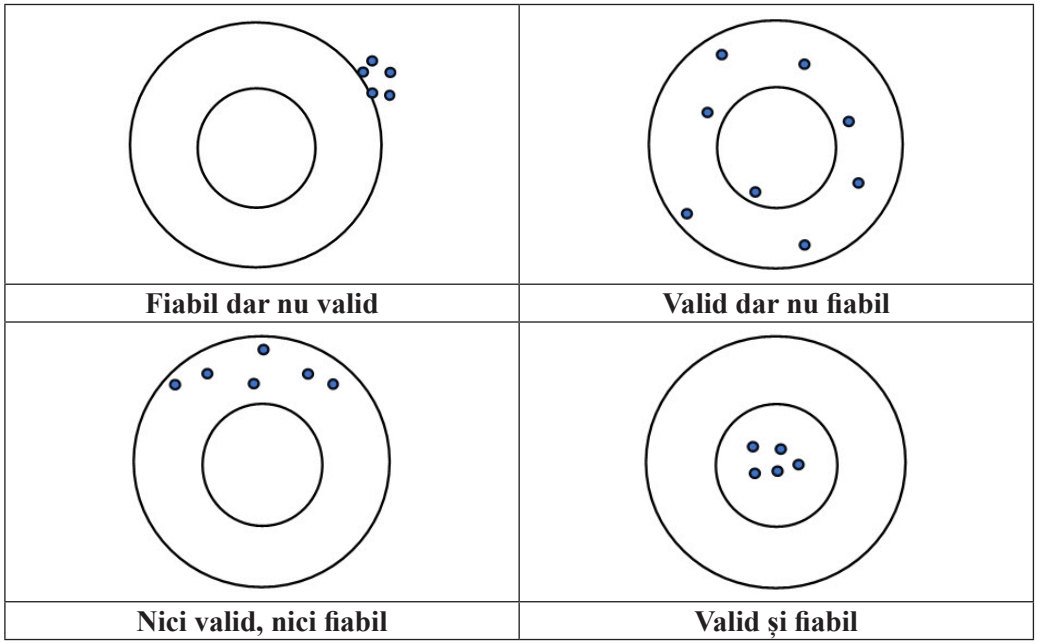


Fig. 2.3. Prezentarea grafică a procesului de validitate și fiabilitate

Sarcini de autoevaluare:

1. Determinați importanța cercetării în viața politică. Explicați diferența dintre un eseu și o cercetare științifică.
2. Analizați și efectuați fazele și etapele cercetării. Care va fi diferența în aplicarea etapelor în cazul cercetărilor deductive și inductive?
3. Analizați scopurile și sarcinile cercetării. Care este diferența dintre ele?
4. Apreciați procesul de validitate și analizați validitatea internă, externă și validitatea de construct.

5. Estimați procesul de fiabilitate. Enumerați și apreciați modalitățile de estimare a fiabilității.
6. Analizați diferențele dinte validitate și fiabilitate.

Tematica pentru studiul individual:

- Luați în considerare următorul caz: un cercetător care planifică un proiect de cercetare cantitativ analizează literatura până a începe cercetarea, iar al doilea cercetător, care își planifică să facă aproximativ același fel de cercetare, analizează literatura după stabilirea tematicii, scopurilor și sarcinilor. Care este părerea dvs. despre aceste cazuri? Argumentați răspunsul.
- Determinați scopul și sarcinile pentru proiectul dvs. de cercetare. Care este diferența dintre scop și sarcini?
- Care sunt diferențele dinte validitate și fiabilitate? Desenați un tabel cu aceste diferențe, care să includă următoarele categorii: semnificația și conținutul, instrumentul utilizat, valoarea și evaluarea.
- Luați în considerare următorul caz: trei cercetători efectuează o cercetare prin sondaj ca să determine preferințele electoratului pentru următoarele alegeri parlamentare la congresul partidului liberal pe parcursul a trei zile: toți în zile diferite. Ei obțin aproximativ aceleași rezultate. Explicați aceste exemple din punctul de vedere al validității și fiabilității cercetărilor. Sunt aceste cercetări valide? Sunt ele fiabile?

Bibliografie:

BABBIE, E. *The practice of social research*. Cengage learning, 2021.

BOX-STEFFENSMEIER, J., BRADY, H., COLLIER, D., eds. *The Oxford handbook of political methodology*. Oxford University Press, 2010.

BRADY, H., COLLIER, D., eds. *Rethinking social inquiry*: *Diverse tools*, *shared standards*. Rowman & Littlefield Publishers, 2011.

CREPAZ, M., CHARI, R. Assessing the validity and reliability of measurements when evaluating public policy. In: *Journal of Public Policy*, 2018, vol. 38, no. 3, p. 275-304.

ISAAK, A. *Scope and methods of political science*: *an introduction to the methodology of political inquiry*. Dorsey Press, 1985.

JENSEN, J., RODGERS, R. Cumulating the intellectual gold of case study research. In: *Public administration review*, 2001, vol. 61, no. 2, p. 235-246.

JOHNSON, J., REYNOLDS, H., MYCOFF, J. *Political Science research methods*. 9 ed. CQ Press, 2020.

KELLSTEDT, P., WHITTEN, G. *The fundamentals of political science research*. Cambridge University Press, 2018.

NIEMI, R., CARMINES, E., MCIVER, J. The impact of scale length on reliability and validity. In: *Quality and Quantity*, 1986, vol. 20, no. 4, p. 371-376.

PENNINGS, P., KEMAN, H., KLEINNIJENHUIS, J. *Doing research in political science*: *An introduction to comparative methods and statistics*. Sage, 2005.

WILLIAMS, K. *Research and writing guide for political science*. Oxford University Press, 2014.

Tema 3. DEFINIREA PARADIGMEI DE CERCETARE

Conținuturi:
3.1. Importanța selectării paradigmei de cercetare
3.2. Rolul paradigmelor pozitivistă și post-pozitivistă
3.3. Paradigma constructivismului și a constructivismului social
3.4. Specificul paradigmei transformative
3.5. Esența paradigmei pragmatice

Obiective:
- să definească importanța selectării paradigmei de cercetare în lucrările științifice;
- să compare esența paradigmei pozitiviste cu a celei post-pozitiviste;
- să analizeze caracteristicile paradigmei constructiviste;
- să evalueze esența paradigmei transformative;
- să analizeze esența paradigmei pragmatice;
- să compare caracteristicile paradigmelor pozitivistă, constructivistă, transformativă și pragmatică din punctul de vedere al ontologiei, epistemologiei, perspectivei teoretice și metodei de cercetare.

Termeni-cheie: paradigmă de cercetare, paradigmă pozitivistă, paradigmă post-pozitivistă, constructivism, constructivism social, paradigmă transformativă, paradigmă pragmatică.

Repere de conținut

3.1. Importanța selectării paradigmei de cercetare

Deși ideile filozofice rămân în mare măsură atenuate în cercetare, ele influențează practica cercetării și urmează să fie identificate pentru fiecare cercetare (Slife & Williams, 1995). Putem utiliza termenul *paradigmă* pentru a defini un set de idei care sunt folosite pentru a înțelege sau a explica ceva, adesea legat de un anumit subiect. Dar cercetătorii folosesc diferiți termeni pentru a identifica viziunile teoretice asupra lumii. Ideile teoretice utilizate pentru a explica careva fenomene sunt numite paradigme (Lincoln et al.,

2011; Mertens, 2010), alții le-au numit epistemologii și ontologii (Crotty, 1998) sau metodologii de cercetare concepute în linii mari (Neuman, 2009). Astfel, paradigma este un set de convingeri și acorduri împărtășite de oamenii de știință despre modul în care problemele ar trebui înțelese și abordate.

Abordarea științei ca sistem unitar și coerent de idei și, implicit, a cercetării științifice se realizează prin intermediul *epistemologiei* – care ne arată cum să cunoaștem realitatea prin cercetare. Epistemologia realizează studiul critic al cunoașterii și cunoștințelor, precum și al mijloacelor cu ajutorul cărora acestea se produc, respectiv acumularea, sistematizarea și participarea la construirea științei în general, a diferitelor ramuri ale acesteia, ca structuri particulare și a celor speciale (Georgescu, 1970).

Epistemologia ne apropie de metodologia cercetării pe care, de altfel, o cuprinde. Epistemologia, ca și cale/modalitate de cunoaștere a realității, are o dimensiune generală, care se referă la teoria cunoașterii științifice (epistemologia generală și teoria generală a cunoașterii). La fel, conține și o dimensiune particulară, legată de o anumită ramură sau de un anumit domeniu al cunoașterii (epistemologia și metodologia cercetării în managementul politic sau epistemologia și metodologia cercetării în economie).

În procesul de cercetare ne bazăm pe metodologia de cercetare și pe abordări ale procesului de cercetare prin metode, tehnici și strategii de cercetare. Pentru elaborarea unui plan de cercetare este util și necesar de explicat clar ideile filozofice care vor servi ca bază pentru cercetare. Aceste informații vor ajuta la explicarea selecției metodelor calitative, cantitative sau mixte pentru culegerea datelor, analiza și procesarea rezultatelor și formularea concluziilor. Astfel, descrierea poate include o secțiune care abordează viziunea filozofică asupra lumii propusă în studiu, o definiție a ideilor de bază ale acelei viziuni și cum a modelat alegerea metodelor de cercetare.

În știința socială există mai multe paradigme predominante, fiecare având propria sa perspectivă ontologică sau, cum explică realitatea, și epistemologică – cum obțin cunoștințele despre realitatea înconjurătoare. Vom analiza în continuare unele dintre cele mai comune paradigme științifice sociale de care ne-am putea ghida în efectuarea cercetării.

3.2. Rolul paradigmelor pozitivistă și post-pozitivistă

Prima paradigmă pe care o vom lua în considerare, *pozitivismul*, susține că toată cunoașterea este autentică, pozitivă și derivă din experiența senzorială. Tradiția pozitivismului vine de la scriitorii din secolul al XIX-lea, precum Comte,

Mill, Durkheim, Newton și Locken (Smith, 1983), și, mai recent, de la scriitori precum Phillips și Burbules (2000). Pozitivismul susține că orice cunoaștere autentică este fie adevărată prin definiție, fie cu sens pozitiv, fapte *a posteriori* derivate de rațiune și logică din experiența senzorială. Pozitivismul este ghidat de principiile obiectivității, cunoașterii și logicii deductive. Cadrul pozitivist operează din ipoteza că societatea poate și ar trebui studiată empiric și științific.

Pozitivismul solicită, de asemenea, o cercetare fără partizanat, una în care cercetătorii urmăresc să-și abandoneze părtinirile și subiectivismul în căutarea unui adevăr obiectiv și empiric. În uzul original pozitivismul include și utilizarea metodelor științifice pentru a descoperi legile conform cărora au loc atât evenimentele fizice, cât și cele umane.

Critica pozitivismului a cunoscut o dezvoltare de-a lungul istoriei, mulți filozofi respingând în linii mari epistemologia socială bazată pe știință, iar alții căutând doar să o modifice pentru a reflecta evoluțiile secolului XX în filozofia științei.

Probabil, cea mai importantă a fost trecerea de la pozitivism la ceea ce numim post-pozitivism. După cum am menționat în Tema 1, post-pozitiviștii consideră că scopul științei este să se mențină cu fermitate la obiectivul de a avea o înțelegere corectă cu privire la realitate, chiar dacă nu putem atinge niciodată acest scop. Deoarece în toate măsurătorile sunt posibile greșeli, post-pozitivistul subliniază importanța mai multor măsuri și observații, fiecare dintre acestea având diferite tipuri de erori. Post-pozitiviștii accentuează necesitatea de a folosi triangularea acestor surse multiple pentru a încerca să obținem o mai bună imagine a ceea ce se întâmplă in realitate.

Pozitiviștii credeau că obiectivitatea este o caracteristică care rezidă în omul de știință. Oamenii de știință sunt responsabili pentru a-și lăsa deoparte convingerile și pentru a vedea lumea așa cum este „cu adevărat". Astfel, post-pozitiviștii resping ideea că orice individ poate vedea lumea perfect așa cum este cu adevărat. Cu toții suntem întru-un fel părtinitori. Deci, cea mai bună speranță a noastră pentru atingerea obiectivității este să triangulăm în mai multe perspective failibile. Astfel, obiectivitatea nu este caracteristica unui individ, este în mod inerent un fenomen social. Este ceea ce mai mulți indivizi încearcă să obțină atunci când critică munca celuilalt. Nu atingem niciodată obiectivitatea perfect, dar o putem aborda.

Cel mai bun mod pentru noi de a îmbunătăți obiectivitatea a ceea ce facem este să o facem în contextul unei comunități mai largi controversate de căutători de adevăr (inclusiv alți oameni de știință) care critică munca celuilalt. Teoriile care supraviețuiesc unui control atât de intens seamănă

puțin cu speciile care supraviețuiesc în lupta evolutivă. Aceasta este uneori numită teoria selecției naturale a cunoașterii și susține că ideile au „valoare de supraviețuire" și că cunoștințele evoluează printr-un proces de variație, selecție și reținere. Au valoare de adaptare și, probabil, indică cât de aproape poate ajunge specia noastră să fie obiectivă și să înțeleagă realitatea.

Astfel, post-pozitivismul rămâne abordarea dominantă atât în ceea ce privește cercetarea, cât și construcția teoriei în sociologia contemporană, în special în Statele Unite (Wacquant,1994). Toate articolele care sunt publicate sunt în prealabil recenzate de cel puțin doi recenzenți anonimi, pentru a determina valoarea lor științifică. La fel, majoritatea articolelor publicate în revistele americane de sociologie și științe politice de astăzi sunt mai degrabă cantitative decât calitative.

3.3. Paradigma constructivismului și a constructivismului social

O altă paradigmă dominantă este *constructivismul*, care susține că indivizii construiesc noi înțelegeri și cunoștințe prin experiență și discursul social. În timp ce pozitiviștii caută „adevărul", constructivismul social presupune că „adevărul" este o noțiune variabilă, construită social și în continuă schimbare. Acest lucru se datorează faptului că, conform acestei paradigme, noi, în calitate de indivizi, creăm noi înșine realitatea prin interacțiunile noastre și interpretările noastre ale acelor interacțiuni.

Ideile constructivismului au fost dezvoltate de Luckmannși Berger (1964), iar mai târziu de Jean Piaget, J.L. Augustin și Guba (Lincoln & Guba, 1985). Mau recent aceste idei au fost avansate de Crotty (1998), Lincoln și colegii (Lincoln et al., 2011) și Martens (2011), printre mulți alții. Cheia perspectivei constructiviste este ideea că contextul social și interacțiunea se încadrează în realitățile noastre. Cercetătorii care operează în acest cadru sunt foarte interesați de modul în care oamenii ajung să fie sau să nu fie de acord din punct de vedere social cu privire la ceea ce este real și adevărat.

Constructivismul sau *constructivismul social* este văzut de obicei ca o paradigmă care apelează mai mult la o cercetare prim metode calitative. Astfel, cercetătorii constructiviști abordează adesea procesele de interacțiune între indivizi. Constructiviștii sociali cred că indivizii caută înțelegerea lumii în care trăiesc și lucrează. Indivizii dezvoltă semnificații subiective – ale experiențelor lor – semnificații direcționate către anumite obiecte sau lucruri. Aceste semnificații sunt variate și multiple, determinând cercetătorul mai degrabă să caute complexitatea punctelor de vedere decât să restrângă semnificațiile în câteva categorii sau idei.

Scopul cercetării este să se bazeze cât mai mult pe opiniile participanților cu privire la situația studiată. Întrebările devin largi și generale, astfel încât participanții pot construi sensul unei situații, de obicei falsificată în discuții sau interacțiuni cu alte persoane. Cu cât întrebările sunt mai deschise, cu atât mai bine, deoarece cercetătorul ascultă cu atenție ceea ce spun sau fac oamenii în mediul lor de viață.

Adesea, aceste semnificații subiective sunt negociate social și istoric. Ele nu sunt pur și simplu imprimate asupra indivizilor, ci sunt formate prin interacțiunea cu ceilalți (constructivismul social) și prin normele istorice și culturale care operează în viața indivizilor. Astfel, cercetătorii constructiviști abordează adesea procesele de interacțiune între indivizi. Intenția cercetătorului este să dea sens (sau să interpreteze) semnificațiile pe care ceilalți le au despre lume. Mai curând decât să înceapă cu o teorie (ca în post-pozitivism), cercetătorii generează sau dezvoltă inductiv o teorie sau un model de semnificație.

3.4. Specificul paradigmei transformative

O altă concepție filozofică despre lume este cunoscută sub numele de *paradigmă transformativă*. În esență, această paradigmă critică se concentrează pe putere, inegalitate și schimbare socială. Spre deosebire de paradigma pozitivistă, paradigma transformativă presupune că știința socială nu poate fi niciodată cu adevărat obiectivă sau lipsită de interpretare. Paradigma funcționează din perspectiva că investigația științifică ar trebui să fie condusă cu scopul de a căuta schimbarea socială. Această poziție a apărut în anii 1980 și 1990 de la autorii care au realizat că ipotezele pozitiviste impuneau legi și teorii structurale care nu se potriveau persoanelor marginalizate din societate sau problemelor de putere și justiție socială, discriminare și optimizare care trebuiau abordate.

Nu există un cadru uniform de literatură care să caracterizeze această viziune asupra lumii, dar include grupuri de cercetători care sunt teoreticieni critici; cercetători de acțiune participativă: marxiști, feministe, minorități rasiale și etnice, persoane cu dizabilități, popoarele indigene și membri ai comunităților lesbiene, gay, bisexuali și transsexuali. Din punct de vedere istoric, scriitorii transformatori s-au bazat pe lucrările lui Marx, Adorno, Marcuse, Habermas și Freire (1996). Printre autori se numără și Fay (1987), Heron și Reason (1997), Kemmis și Wilkinson (1998), Kemmis și McTaggart (2011), Mertens (2009), care la fel au contribuit la dezvoltarea acestei perspective.

În principal, acești cercetători au considerat că poziția constructivistă nu merge suficient de departe în susținerea unei agende de acțiuni care să îi

ajute pe cei marginalizați. O viziune transformatoare asupra lumii susține că ancheta de cercetare trebuie să fie împletită cu politica și cu o agendă de schimbare politică pentru a se confrunta cu opresiunea socială la orice nivel la care are loc (Mertens, 2010). Astfel, cercetarea conține o agendă de acțiuni pentru reformă care poate schimba viețile participanților, instituțiile în care indivizii lucrează sau trăiesc și viața cercetătorului. Mai mult decât atât, trebuie abordate aspecte specifice care vorbesc despre probleme sociale importante ale zilei, probleme precum inegalitatea, oprimarea, dominarea, suprimarea, înstrăinarea și împuternicirea. Cercetătorul începe adesea cu una dintre aceste probleme ca punct focal al studiului (Dill, 2012).

Această abordare presupune, de asemenea, că solicitantul va proceda în colaborare pentru a nu marginaliza și mai mult participanții ca urmare a analizei științifice. În acest sens, participanții pot ajuta la conceperea întrebărilor, la colectarea datelor, la analiza informațiilor sau la colectarea rezultatelor cercetării. Cercetarea transformatoare oferă o voce pentru acești participanți, ridicându-le conștiința sau avansând o agendă de schimbare pentru a le îmbunătăți viața, devine o voce unită pentru reforme și schimbare. Această viziune filozofică asupra lumii se concentrează pe nevoile grupurilor și ale indivizilor din societate care sunt marginalizați sau lipsiți de drepturi (Mertens, 2012).

Prin urmare, perspectivele teoretice pot fi integrate cu ipotezele filozofice care construiesc o imagine a problemelor care sunt examinate, a grupurilor sociale care trebuie studiate și a schimbărilor necesare, cum ar fi perspectivele feministe, discursurile radicalizate, teoria critică, teoria gender și teoria celor cu dizabilități. Deși acestea sunt grupuri diverse, rezumatul oferit de Donna Mertens specifică clar caracteristicile-cheie ale viziunii sau paradigmei transformative, care „acordă o importanță centrală studiului vieților și experiențelor diverselor grupuri care au fost în mod tradițional marginalizate. Cercetarea transformativă folosește o teorie a programului de convingeri despre cum un program funcționează și de ce problemele de oprimare, dominație și relațiile de putere există" (Mertens, 2007).

3.5. Esența paradigmei pragmatice

O altă viziune asupra lumii este oferită de promotorii *paradigmei pragmatice*. Pragmatismul derivă din lucrările lui Peirce (1955), James, Mead și Dewey (Scheffler, 2013). Alți scriitori includ Patton (1985), Murphy (1990) și Rorty (1990). Există diverse forme ale acestei filozofii, dar pentru mulți pragmatismul

ca viziune asupra lumii ia naștere mai degrabă din acțiuni, situații și consecințe decât din condițiile antecedente (ca în post-pozitivism).

Cercetătorii care susțin această abordare subliniază problema de cercetare, formulează întrebări și folosesc toate abordările disponibile pentru a înțelege problema și nu se concentrează atât de mult pe metode. Cercetătorii utilizează paradigma pragmatică în calitate de bază teoretică pentru studiile cu metode mixte și utilizează abordările pluraliste pentru a concentra atenția asupra problemei de cercetare și a obține cunoștințe noi. Cercetătorii Cherryholmes și Morgan subliniază că „pragmatismul … nu este dedicat niciunui sistem de filozofie și realitate. Acest lucru se aplică cercetării cu metode mixte prin aceea că cercetătorii se bazează pe ipoteze atât cantitative, cât și calitative atunci când se angajează în cercetarea lor" (Cherryholmes, 1992) și că „cercetătorii au libertatea de a alege. În acest fel, cercetătorii sunt liberi să aleagă metodele, tehnicile și procedurile de cercetare care răspund cel mai bine cerințelor și scopurilor acestora" (Morgan, 2007).

Pentru discipolii pragmatismului adevărul este ceea ce servește la momentul respectiv și nu se bazează pe o dualitate între realitatea independentă construită de mintea noastră sau în interiorul gândirii noastre. Astfel, în cadrul metodelor mixte de cercetare autorii folosesc atât date cantitative, cât și cercetări calitative pentru că funcționează cel mai bine pentru înțelegerea unei probleme de cercetare (Rossman & Wilson, 1985).

Cercetătorii pragmatiști caută „ce" și „cum" să cerceteze pe baza consecințelor preconizate – unde vor să meargă cu aceasta. Autorii care utilizează metodele mixte de obicei vin cu o justificare de ce combină datele cantitative și cele calitative și explică de ce ele sunt îmbinate.

Pragmatiștii sunt de acord că cercetarea are loc întotdeauna în domeniul social, istoric, politic și în alte contexte. În acest fel, studiile de metode mixte pot include o varietate de abordări, de exemplu: o notă postmodernă sau o tratare teoretică care este reflexivă și include justiția socială și obiective politice. După cum susține Murphy (1990), pentru cercetătorul de metode mixte pragmatismul deschide ușa către mai multe metode, viziuni diferite asupra lumii și diferite ipoteze, precum și diferite forme de colectare a datelor și de analiză.

Astfel, selectarea unei anumite paradigme pentru realizarea cercetării impune selecția anumitor metode de cercetare, selectarea metodelor cantitative, calitative sau mixte. În continuare sunt analizate opțiunile de paradigme și de selecție a metodelor de cercetare.

Tabelul 3.1. Paradigmele și metodele de cercetare*

Paradigma	Ontologia	Epistemologia	Perspectiva teoretică	Metoda
Pozitivistă	Este o singură realitate, un adevăr.	Realitatea poate fi măsurată și accentul se pune pe instrumentele fiabile și valide de a obține rezultate.	Pozitivismul	Metode cantitative
Constructivistă	Realitatea este construită de către indivizi sau grupuri de indivizi.	Realitatea este interpretată. Este folosită pentru a descoperi sensul evenimentelor și al activităților.	Constructivismul	Metode calitative
Transformativă	Realitatea socială este construită și este sub presiune internă.	Realitatea și cunoștințele sunt construite social și sunt influențate de relațiile de putere.	Marxismul Feminismul	Metode mixte
Pragmatică	Realitatea este negociată și interpretată în dependență de utilitate.	Realitatea este interpretată în dependență de problema care urmează să fie rezolvată și cu ce scop.	Pragmatismul	Metode mixte

* Elaborat de autoare după: Phillips, D.C., &Burbules, N.C. (2000), Murphy, J.P. (1990) și Heron, J. & Reason, P. (1997).

Sarcini de autoevaluare:

1. De ce este important să selectăm paradigma de cercetare pentru lucrarea științifică?
2. Care sunt esența și elementele paradigmei pozitiviste în comparație cu ale celei post-pozitiviste?
3. Care sunt caracteristicile paradigmei constructiviste?
4. Ce elemente include paradigma pragmatică? Prin ce diferă ea de celelalte paradigme?
5. Care sunt diferențele dintre paradigmele pozitivistă, constructivistă, transformativă și pragmatică din punctul de vedere al ontologiei, epistemologiei, perspectivei teoretice și metodei de cercetare?

Tematica pentru studiul individual:

- Analizați literatura de specialitate la tema pe care ați selectat-o pentru cercetare. Analizați cel puțin 5 lucrări. Faceți o analiză a lucrărilor în care au fost abordate paradigma pozitivistă și cea constructivistă. Dacă la tema selectată găsiți mai multe lucrări care se referă la alte paradigme, explicați acest fapt și descrieți lucrările respective.
- Utilizând datele din Tabelul 3.1. determinați care din aceste paradigme le veți folosi în cercetarea dvs. Argumentați decizia și descrieți abordarea teoretică propusă.
- Selectați o lucrare academică care a utilizat paradigma transformativă. Descrieți lucrarea, analizați utilizarea paradigmei și explicați cauzele din care autorul/autorii a/au selectat această abordare.
- Selectați o lucrare academică care a utilizat paradigma pragmatică. Analizați utilizarea paradigmei și explicați cauzele utilizării ei.

Bibliografie:

CHERRYHOLMES, C. Notes on pragmatism and scientific realism. In: *Educational researcher*, 1992, vol. 21, no. 6, p. 13-17.

COPILAȘ, E. *Incursiuni în istoria politică și intelectuală a sec*. *XX*. Iași: Ademium, 2014.

CROTTY, M. *The foundations of social research*. *Meaning and perspective in the research process*. Sage, 1998.

DILL, B., KOHLMAN, M. Intersectionality: A transformative paradigm in feminist theory and social justice. In: *Handbook of feminist research*: *Theory and praxis*, 2012, no. 2, p. 154-174.

FAY, B. *Critical social science*: *Liberation and its limits*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1987.

FREIRE, P. *Pedagogy of the oppressed* (revised). New York: Continuum. 1996.

GEORGESCU, Ș. *Epistemologie*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1970.

HERON, J., REASON, P. A participatory inquiry paradigm. In: *Qualitative inquiry*, 1997, vol. 3, no. 3, p. 274-294.

KEMMIS, S., MCTAGGART, R. Participatory Action Research: Communicative Action and the Public Sphere. In: DENZIN, N., LINCOLN, Y., eds. *The SAGE handbook of qualitative research*. 3 ed. Sage, 2005, p. 559-603.

KEMMIS, S., WILKINSON, M. Participatory action research and the study of practice. In: ATWEH, S. KEMMIS, P., WEEKS, P., eds. *Action research in practice*: *Partnerships for social justice in education*. Routledge, 1998, p. 21-36.

LINCOLN, Y., GUBA, E. *Naturalistic inquiry*. Sage, 1985.

LINCOLN, Y., LYNHAM, S., GUBA, E. Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences revised. In: DENSIN, N., LINCOLN, Y., eds. *The SAGE handbook of qualitative research*. 4 ed. Sage, 2011, p. 97-128.

LUCKMANN, T., BERGER, P. Social mobility and personal identity. In: *European Journal of Sociology/Archives Européennes de Sociologie*. 1964, vol. 5, no. 2, p. 331-344.

MERTENS, D. Transformative paradigm: Mixed methods and social justice. In: *Journal of mixed methods research*, 2007, vol. 1, no. 3, p. 212-225.

MERTENS, D. *Transformative research and evaluation*. New York: Guilford, 2009.

MERTENS, D. *Research in education and psychology*: *Integrating diversity with quantitative*, *qualitative*, *and mixed methods*. 3 ed. Sage, 2010.

MERTENS, D. Transformative mixed methods: Addressing inequities. In: *American Behavioral Scientist*, 2012, vol. 56, no. 6, p. 802-813.

MURPHY, J. *Pragmatism*: *From Peirce to Davidson*. Westview Press, 1990.

NEUMAN, W. *Social research methods*: *Qualitative and quantitative approaches*. 7 ed. Pearson, 2009.

PATTON, M. Logical incompatibilities and pragmatism. In: *Evaluation and program planning*, 1985, vol. 8, no. 4, p. 307-308.

PATTON, M. *Qualitative research & evaluation methods*: *Integrating theory and practice*. Sage, 2014.

PEIRCE, C. *Philosophical writings of Peirce*. Courier Corporation, 1955.

PHILLIPS, D., BURBULES, N. *Postpositivism and educational research*. Rowman & Littlefield, 2000.

RORTY, R. Pragmatism as anti-representationalism. In: MURPHY, J., ed. *Pragmatism*: *From Peirce to Davison*. Boulder, CO: Westview, 1990, p. 1-6.

ROSSMAN, G., WILSON, B. Numbers and worlds: Combining quantitative and qualitative methods in a single large-scale evaluation study. In: *Evaluation Review*, 1985, vol. 9, no. 5, p. 627-647.

SCHEFFLER, I. *Four pragmatists*: *A critical introduction to Peirce*, *James*, *Mead*, *and Dewey*. Routledge, 2013.

SLIFE, B., WILLIAMS, R. *What's behind the research? Discovering hidden assumptions in behavioral science*. Sage, 1995.

SMITH, J. Quantitative versus qualitative research: An attempt to clarify the issue. In: *Educational researcher*, 1983, vol. 12, no. 3, p. 6-13.

WACQUANT, L. Positivism. In: OUTHWAITE, W., BOTTOMORE, eds. *The Blackwell dictionary of twentieth-century social thought*. Wiley-Blackwell, 1994.

Tema 4. SELECTAREA ABORDĂRII DE CERCETARE

Conținuturi:

4.1. Importanța selectării abordării de cercetare

4.2. Edificarea blocurilor de cercetare: modelul și metodele de cercetare

4.3. Abordări de cercetare în dependență de selectarea paradigmelor, modelelor și metodelor

Obiective:

- să definească criteriile de selectare a abordării de cercetare;
- să compare metodele de cercetare cantitative și calitative;
- să analizeze modelele de cercetare cantitative, calitative și mixte;
- să analizeze metodele de cercetare în cadrul cercetării cantitative, calitative și mixte;
- să estimeze abordările ce cercetare definite prin metoda integrată a selectării paradigmelor, modelelor și metodelor.

Termeni-cheie: abordarea de cercetare, model de cercetare, cercetare cantitativă, cercetare calitativă, cercetare mixtă, metode de cercetare, cercetarea prin sondaj, interviuri.

Repere de conținut

4.1. Importanța selectării abordării de cercetare

Abordările de cercetare sunt planuri și proceduri care acoperă pași de la ipoteze la metode detaliate de colectare, analiză și interpretare a datelor. Acest plan implică mai multe decizii și acestea trebuie luate în ordinea în care au sens pentru cercetător și nu în ordinea prezentării lor aici. Identificarea unei abordări de cercetare este un pas important timpuriu în planificarea unui proiect

de cercetare. Referitor la abordările de cercetare autorii nu au ajuns la un numitor comun, dar de cele mai multe ori se referă la trei abordări de cercetare: cantitative, calitative și mixte (Neuman, 2009). Aceste trei abordări nu sunt categorii rigide, distincte sau polar opuse. În schimb, cercetările cantitative și calitative reprezintă diferite capete ale continuumului, iar cele mixte se află undeva la mijlocul acestui continuu.

Pentru a decide ce abordare de cercetare să folosească, cercetătorul trebuie să ia în considerare problema de cercetare. Problema în sine poate oferi o indicație privind abordarea care ar putea fi cea mai indicată. De exemplu, cercetarea cantitativă este recomandabilă dacă problema implică identificarea factorilor care influențează sau prezic un rezultat. În plus, experiențele personale ale cercetătorului și nivelul de confort cu anumite abordări la fel vor influența alegerea acestei abordări. În cele din urmă, cercetătorul trebuie să ia în considerare publicul atunci când alege o abordare.

Adesea distincția dintre cercetarea cantitativă și cea calitativă este încadrată în termeni de utilizare a cuvintelor (calitative) mai degrabă decât a numerelor (cantitativă), sau utilizarea întrebărilor închise (ipotezele cantitative) ori a întrebărilor deschise (întrebările de interviu calitative). O abordare mai complexă se bazează pe ipotezele filozofice care sunt abordate în aceste cercetări și pe utilizarea diferitor abordări ale viziunii filozofice asupra lumii (Creswell, 2012).

În planificarea unui studiu de cercetare, cercetătorul trebuie să fie conștient de ipotezele de viziune filozofică asupra lumii pe care le aduc studiului, de designul cercetării cel mai strâns legat de această viziune asupra lumii și de metodele de cercetare care vor fi utilizate.

Astfel, pentru a alege abordarea de cercetare luam în considerare următoarele elemente:

- Paradigma filozofică (pozitivistă, constructivistă, transformativă, pragmatică)
- Modelul de cercetare (calitativ, cantitativ și mixt)
- Metodele de cercetare (conform colectării și analizei datelor: sondajul, interviul, studiul de caz etc.).

Referitor la paradigma de cercetare sau abordarea filozofică a realității, ne-am referit deja în cadrul temei precedente, iar în continuare vom analiza modelul de cercetare și anumite metode de cercetare.

4.2. Edificarea blocurilor de cercetare: modelul și metodele de cercetare

Cercetătorul nu selectează doar un studiu cu metode calitative, cantitative sau mixte; solicitantul decide și asupra unui anumit model de studiu în cadrul acestor trei opțiuni. *Modelele de cercetare* sunt tipuri de analiză în cadrul abordărilor calitative, cantitative și cu metode mixte care oferă o direcție specifică pentru procedurile dintr-un studiu de cercetare. Alții le-au numit *strategii de anchetă* sau *proiecte de cercetare* (Denzin & Lincoln, 2011). Modelele s-au dezvoltat de-a lungul anilor, pe măsură ce tehnologia computerelor a avansat analiza datelor și capacitatea de a analiza modele complexe și pe măsură ce indivizii au articulat noi proceduri pentru efectuarea cercetărilor în științele sociale.

Cercetarea calitativă

Cercetarea calitativă este o abordare de explorare și înțelegere a sensului pe care indivizii sau grupurile îl atribuie unei probleme sociale sau umane. Procesul de cercetare implică întrebări și proceduri emergente, date colectate în mod obișnuit în cadrul proiectului de cercetare, analiza datelor care se construiește în mod inductiv de la detalii la teme generale, iar cercetătorul face interpretări ale semnificației datelor. Raportul final scris are o structură flexibilă.

După cum susțin Kemmis și McTaggart (2000), cei care se angajează în această formă de anchetă susțin un mod de a privi cercetarea care onorează un stil inductiv, un accent pe sensul individual și importanța raportării complexității unei situații. Metodele calitative derivă din cercetarea participativă-acțiune, analiza discursului și alte modalități viabile de a efectua studii calitative.

Printre metodele calitative se numără cercetarea narativă, în care cercetătorul studiază viața indivizilor și apoi le prezintă într-o cronologie narativă. Etnografia, o altă metodă calitativă, este un design de anchetă în care cercetătorul studiază tiparele comune de comportamente, limbaj și acțiuni ale unui grup cultural intact într-un cadru natural pe o perioadă prelungită de timp. Colectarea datelor implică adesea observații și interviuri (Riessman, 2008).

Studiul de caz, o altă metodă calitativă, este un design de anchetă găsit în multe domenii, în care cercetătorul dezvoltă o analiză aprofundată a unui caz, adesea a unui program, eveniment, activitate, proces sau a uneia sau mai multor persoane. Cazurile sunt delimitate de timp și activitate, iar cercetătorii colectează informații detaliate folosind o varietate de proceduri de colectare a datelor pe o perioadă susținută de timp (Stake, 1995).

Cercetarea cantitativă

Cercetarea cantitativă, susține Creswell (2012), este o abordare pentru testarea teoriilor obiective prin examinarea relației dintre variabile. Aceste variabile, la rândul lor, pot fi măsurate, de obicei pe instrumente, astfel încât datele acumulate să poată fi analizate folosind proceduri statistice. Raportul final scris are o structură stabilită constând din introducere, literatură și teorie, metode, analiza datelor și prezentarea rezultatelor și discuții.

La fel ca autorii calitativi, unii cercetători cantitativi care se angajează în această formă de anchetă au ipoteze despre testarea teoriilor în mod deductiv, indică Fowler (2008). Cercetătorii consideră măsurile de protecție împotriva subiectivității, adoptă controlul pentru explicații alternative sau contrafactuale și respectă capacitatea de a generaliza și replica rezultatele.

Cercetarea mixtă

Cercetarea cu metode mixte este o abordare a anchetei care implică colectarea de date atât cantitative, cât și calitative, integrarea celor două forme de date și utilizarea unor proiecte distincte care pot implica presupuneri filozofice și cadre teoretice, susțin John Creswell și Vicki Plano Clark (2018).

Ipoteza de bază a acestei forme de anchetă este că integrarea datelor calitative și cantitative oferă o perspectivă suplimentară dincolo de informațiile furnizate fie de datele cantitative, fie de cele calitative. Există mai multe modele de colectare a datelor, de combinare a metodelor calitative cu cele calitative, care depind de scopul cercetării, resursele disponibile și de auditoriul pentru care se realizează cercetarea.

Unii autori se referă la metodele mixte de cercetare care includ posibilitatea de a face o analiză cantitativă, de a face calcule matematice, dar în același timp implică și analiza de conținut. Astfel de metode sunt analiza de conținut (content-analysis) și uneori poate fi și cercetarea prin focus grup.

Metode de cercetare

Metodele de cercetare implică formele de colectare, analiză și interpretare a datelor pe care cercetătorii le propun pentru studiile lor. După cum subliniază Johnson și alți autori (2020), este util să se ia în considerare întreaga gamă de posibilități de colectare a datelor și să se organizeze aceste metode, de exemplu, după gradul lor de natură predeterminată, utilizarea întrebărilor închise versus cele deschise și focalizarea lor pe analiza datelor numerice versus nenumerice.

Metodele *cantitative* includ colectarea de date pe un instrument sau test (de exemplu, un set de întrebări despre atitudinile față de alegeri) sau adună informații pe o listă de verificare comportamentală (de exemplu, observarea unui lucrător implicat într-o abilitate complexă). Una dintre metodele cantitative este cercetarea prin sondaj, care oferă o descriere cantitativă sau numerică a tendințelor, atitudinilor sau opiniilor unei populații prin studierea unui eșantion din acea populație. Sondajul include studii transversale și longitudinale folosind chestionare sau interviuri structurate pentru colectarea datelor – cu intenția de a generaliza de la un eșantion la o populație (Fowler, 2013).

La celălalt capăt al continuumului, în cazul metodelor de cercetare *calitative*, colectarea datelor ar putea implica vizitarea unui loc de cercetare și observarea comportamentului indivizilor fără întrebări predeterminate. Sau efectuarea unui interviu în care individului i se permite să vorbească deschis despre un subiect, în mare parte fără utilizarea unor întrebări specifice (Mosley, 2013).

Metodele calitative includ interviurile, interviurile individuale în profunzime, interviurile colective, focus grupurile și observația sau etnografia (Lindlof & Taylor, 2002). Interviurile de cercetare sunt o metodă importantă de colectare a datelor în cercetarea calitativă. În comparație cu sondajul în scris, interviurile calitative permit un grad semnificativ mai mare de intimitate, participanții dezvăluind adesea informații personale intervievatorilor lor într-un cadru față în față.

Alegerea metodelor depinde de faptul dacă intenția este de a specifica tipul de informații care trebuie colectate înainte de studiu sau de a colecta informațiile de la participanții la proiect. De asemenea, tipul de date analizate poate fi informații numerice culese prin instrumente computerizate sau informații de text înregistrate prin imprimarea vocii participanților.

După realizarea cercetări, cercetătorii fac interpretări ale rezultatelor statistice sau interpretează temele sau modelele care reies din date. În cercetările *mixte*, atât datele cantitative, cât și cele calitative sunt colectate, analizate și interpretate. Datele instrumentului de cercetare pot fi completate cu observații deschise sau datele recensământului pot fi urmate de interviuri exploratorii aprofundate. În cazul metodelor mixte, cercetătorul face inferențe atât în bazele de date cantitative, cât și în cele de date calitative.

După cum am menționat deja, pentru a alege abordarea de cercetare luam în considerare următoarele elemente: paradigma filozofică, modelul de cercetare și metodele de cercetare. În acest fel determinăm câteva modalități de abordări de cercetare.

4.3. Abordări de cercetare în dependență de selectarea paradigmelor, modelelor și metodelor

Viziunea asupra lumii, designul și metodele contribuie toate la o abordare de cercetare care tinde să fie cantitativă, calitativă sau mixtă. Prin selectarea metodelor de cercetare creăm distincții care pot fi utile în alegerea unei abordări. Astfel, selectarea designului de cercetare, a paradigmelor filozofice și a metodelor creează anumite modalități de abordări de cercetare. Scenariile tipice de cercetare pot ilustra modul în care aceste trei elemente se combină într-o cercetare, conform lui Creswell (2018).

- *Abordare cantitativă*: viziune pozitivistă asupra lumii, design experimental și măsuri pre-test și post-test ale atitudinilor, metode cantitative.

În acest scenariu, cercetătorul testează o teorie specificând ipoteze restrânse și colectarea de date pentru a susține sau respinge ipotezele. Se folosește un design experimental în care se evaluează atitudinile atât înainte, cât și după o cercetare experimentală. Datele sunt colectate pe un instrument care măsoară atitudinile, iar informația este analizată folosind proceduri statistice și testarea ipotezelor.

- *Abordare calitativă*: viziune constructivistă asupra lumii, etnografia, proiectarea și observarea comportamentului, metode calitative.

În această situație, cercetătorul caută să stabilească sensul unui fenomen din punctul de vedere al participanților. Aceasta înseamnă identificarea unui grup de partajare a culturii și studierea modului în care acesta se dezvoltă, modele comune de comportament în timp – etnografie. Unul dintre elementele-cheie ale colectării datelor în acest fel este observarea comportamentelor participanților în timpul angajării lor în activități.

O viziune alternativă în cadrul abordării calitative este viziunea transformatoare asupra lumii, designul narativ și interviul deschis. Pentru aceste studii, solicitantul caută să examineze o problemă legată de propria experiență a indivizilor. Pentru a studia acest lucru, sunt colectate povestiri/povești despre experiența individuală folosind o abordare narativă. Persoanele sunt intervievate pentru a studia experiența lor în acea perioadă din viața lor.

- *Abordare cu metode mixte*: viziune pragmatică asupra lumii, colectarea secvențială a datelor atât cantitative, cât și calitative în cadrul proiectului. Studiul începe cu un sondaj amplu pentru a generaliza rezultatele la o populație. Mai apoi, într-o a doua fază, se concentrează pe interviuri calitative, deschise, pentru a colecta opinii detaliate de la participanți care să ajute la explicarea anchetei cantitative inițiale.

Tabelul 4.1. Metode de cercetare calitative, cantitative și mixte*

	Calitative	Cantitative	Mixte
Abordarea teoretică	Constructivistă	Pozitivistă sau post-pozitivistă	Pragmatică
Selectarea	Pentru a înțelege un concept sau fenomen	Pentru a testa o teorie și o ipoteză	A identifica noi variabile și a genera concepte pentru cercetare
	A identifica noi variabile, necunoscute	A identifica factorii care influențează rezultatele Pentru a înțelege factorii care determină rezultatele	
Strategiile	Folosește o abordare subiectivă Abordare deschisă și flexibilă Necesită un număr mare de răspunsuri Cercetătorul este aproape de cel care dă răspuns Utilizează eșantionarea teoretică Utilizează analiza explicativă a datelor Nivel scăzut de măsurare Rezultatele sunt exprimate preponderent prin cuvinte	Abordare închisă și planificată Necesită în număr mare de răspuns Cercetătorul este distant de răspuns Folosește eșantionarea aleatorie Utilizează analiza reductivă a datelor Utilizează analiza matematică și statistică Nivel înalt de măsurare Rezultatele sunt exprimate în tabele, grafice și diagrame	Abordare deschisă și planificată Poate include un număr mare de respondenți, dar poate fi și un număr limitat Utilizează analiza textelor și a datelor Utilizează metode de analiză matematice Rezultatele sunt exprimate prin cuvinte și tabele sau grafice
Metodele de colectare a datelor	Metode nestructurate: Interviul individual sau de grup focalizat Observația, analiza etnografică Studiul de caz Analiza imaginilor și a textelor	Metode structurate: Sondajul de opinie publică Experimentul	Metode mixte: calitative și cantitative Analiza de conținut

* Elaborat de autoare după: Creswell, J.W. (2012) și Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (Eds.) (2011).

Având în vedere posibilitatea abordărilor calitative, cantitative sau cu metode mixte, diferiți factori afectează alegerea unei abordări în detrimentul alteia pentru proiectarea unei propuneri. La viziunea asupra lumii, design și metode se adăuga și problema de cercetare, precum și experiențele personale ale cercetătorului. Dacă un cercetător are mai mare experiență în efectuarea cercetărilor calitative, el va opta, de obicei, pentru această abordare (Patten, 2017).

Mai sunt și astfel de elemente care sunt luate în considerare, cum ar fi disponibilitatea resurselor financiare pentru a efectua cercetarea și timpul care este la dispoziția cercetătorului. Un alt element important, care nu trebuie să fie neglijat, este și publicul, sau audiențele, pentru care va fi efectuată cercetarea și prezentate rezultatele.

Sarcini de autoevaluare:

1. Care sunt criteriile de selectare a abordării de cercetare?
2. Care sunt caracteristicile metodelor de cercetare cantitative? Ale celor calitative? Dar mixte?
3. Care sunt metodele de cercetare în cadrul cercetării cantitative? Dar al celei calitative? Care metode se folosesc când facem o cercetare mixtă?
4. Analizați diferența dintre abordările de cercetare definite prin metoda integrată a selectării paradigmelor, modelelor și metodelor.

Tematica pentru studiul individual:

- Analizați o lucrare academică care are mai multe similitudini cu proiectul de cercetare pe care l-ați selectat. Descrieți abordarea de cercetare din punctul de vedere al paradigmei selectate, modelului de cercetare și al metodelor utilizate.
- Comparați metodele de cercetare cantitative și calitative. Analizați câte o lucrare academică care a utilizat aceste metode și faceți comparație între ele.
- Luați în considerare următorul caz: sunteți un cercetător care are o comandă de a efectua o cercetare referitor la comportamentul tinerilor în alegeri. Cei care au comandat cercetarea sunt interesați de a cunoaște motivele și decizia tinerilor de a vota. Cum veți construi modelul de cercetare și care metodă de cercetare veți adopta?
- Utilizați descrierea abordării de cercetare oferită la această temă și analizați paradigma, modelul de cercetare și metodele pe care le veți utilizata în cercetarea pe care o planificați.

Bibliografie:

CHEEK, J. At the margins? Discourse analysis and qualitative research. In: *Qualitative health research*, 2004, vol. 14, no. 8, p. 1140-1150.

CRESWELL, J. *Educational research*: *Planning*, *conducting*, *and evaluating quantitative and qualitative research*. 4 ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2012.

CRESWELL, J., CLARK, V. *Designing and conducting mixed methods research*. 3 ed. Sage, 2017.

CRESWELL, J., CRESWELL, D. *Research design*. *Qualitative*, *quantitative*, *and mixed methods approach*. Sage, 2018.

DENZIN, N., LINCOLN, Y., eds. *The SAGE handbook of qualitative research*. 4 ed. Sage, 2011.

FOWLER, F. *Survey research methods*. 5 ed. SAGE Publications, 2013.

HAVÂRNEANU, C. *Metodologia cercetării în ştiinţele sociale*. Iaşi: Erota, 2000.

JOHNSON, J., REYNOLDS, H., MYCOFF, J. *Political Science research methods*. 9 ed. CQ Press, 2020.

KEMMIS, S., MCTAGGART, R. Participatory action research. In: DENZIN, N., LINCOLN, Y., eds. *The SAGE handbook of qualitative research*. Sage, 2005, p. 559-603.

LINDLOF, T., TAYLOR, B. *Qualitative communication research methods*. Sage, 2002.

MOSLEY, L., ed. *Interview research in political science*. Cornell University Press, 2013.

NEUMAN, W. *Social research methods*: *Qualitative and quantitative approaches*. 7 ed. Pearson, 2009.

PATTEN, M. *Understanding research methods*: *An overview of the essentials*, 10 ed. Routledge, 2017.

RIESSMAN, C. *Narrative methods for human science*. Sage, 2008.

STAKE, R. *The art of case study research*. Sage. 1995.

YIN, R. *Case study research and applications*. *Design and methods*. Sage, 2017.

Tema 5. SINTEZA LITERATURII DE SPECIALITATE

Conținuturi:
5.1. Semnificația revizuirii literaturii din domeniu
5.2. Utilizarea sintezei literaturii în lucrările științifice
5.3. Etapele de efectuare a analizei literaturii

Obiective:
- să definească semnificația revizuirii și analizei literaturii din domeniul analizat și din domenii adiacente;
- să determine diferite abordări în utilizarea sintezei literaturii în lucrările științifice;
- să analizeze etapele de efectuare a analizei literaturii în cercetare;
- să demonstreze necesitatea utilizării analizei literaturii în lucrările cantitative, calitative și mixte;
- să estimeze importanța analizei literaturii pentru determinarea temei de cercetare, scopurilor și sarcinilor și formularea ipotezelor de cercetare;
- să analizeze semnificația depistării omiterilor și decalajelor în literatura de specialitate pentru planificarea unei noi cercetări.

Termeni-cheie: cercetare științifică, analiza literaturii de specialitate, cercetare calitativă, cercetare cantitativă, planificarea cercetării, sinteza literaturii.

5.1. Semnificația revizuirii literaturii din domeniu

Ar fi practic imposibil să scriem ceva nou despre un anumit subiect fără a cunoaște mai întâi mai multe despre acest subiect. Ce s-a mai scris pe această temă în trecut? Care sunt autorii care au studiat această temă? Care este perioada de timp care a fost analizată? Care aspect a rămas nestudiat până în prezent? Pentru a răspunde la aceste și alte întrebări referitor la subiectul analizat, cercetătorii realizează analiza literaturii, printre alte investigații.

O cercetare integră implică revizuirea lucrărilor anterioare pe această temă pentru a argumenta și clarifica o întrebare de cercetare. Printre argumentele pentru a face o analiză a literaturii se numără următoarele: (1) a vedea ce a fost și ce nu a fost investigat; (2) a dezvolta explicații generale pentru observarea variațiilor unui comportament sau ale unui fenomen (Miller et al., 2002); (3) a identifica potențialul relațiilor dintre concepte și a identifica ipotezele care pot fi cercetate;

(4) a afla cum au definit și măsurat alții conceptele-cheie; (5) a identifica sursele de date pe care alți cercetători le-au folosit; (6) a dezvolta proiecte de cercetare alternative; (7) a descoperi modul în care un proiect de cercetare este legat de munca altora (Marshall & Rossman, 1989).

Adesea, cercetătorii au la început numai o idee vagă despre o temă pe care ar dori să o cerceteze și nu au formulat încă întrebarea specifică de cercetare. O revizuire a cercetărilor anterioare poate fi utilă pentru a clarifica un subiect prin identificarea întrebărilor de cercetare pe care le-au adresat alții. Astfel, în cazul cercetării referitor la participarea tinerilor la alegeri aceasta este tema generală, care poate fi specificată în mai multe teme de cercetare.

În alte cazuri, se poate formula o întrebare de cercetare prea specifică, care probabil nu va identifica toate componentele implicate în a găsi răspunsul la întrebarea de cercetare. De exemplu: faptul că tinerii nu sunt implicați în activitatea de voluntariat influențează nivelul scăzut de participare la vot? Revizuirea literaturii despre participarea tinerilor la alegeri va dezvălui, cel mai probabil, că întrebarea este una dintre multiplele care vizează răspunsul la întrebarea de cercetare mai generală: care sunt factorii care influențează slaba participare a tinerilor la alegeri? Această întrebare constituie un subiect de cercetare, în timp ce prima întrebare este, probabil, prea îngustă pentru a iniția un proiect de cercetare.

După ce luăm cunoștință de articolele și cărțile publicate anterior putem ajunge la concluzia că ele nu răspund în mod adecvat la întrebarea noastră de cercetare. Astfel, putem planifica un proiect de cercetare pentru a răspunde la o întrebare mai veche într-un mod nou. O investigație poate replica un studiu pentru a confirma sau contesta o ipoteză sau poate extinde înțelegerea noastră referitor la un concept. Replicarea este una dintre pietrele de temelie ale muncii științifice. Susținând aceeași ipoteză în moduri diferite sau confirmând rezultatele din cercetările anterioare folosind aceleași date și metode, dar în condiții și timp diferit, creștem credibilitatea în rezultatele obținute. Prin urmare, replicarea poate ajuta la construirea unui consens sau la identificarea subiectelor care necesită investigații suplimentare.

În alte situații, cercetarea poate începe cu o ipoteză sau cu dorința de a dezvolta o explicație pentru o relație care a fost deja observată. Aici, o analiză a literaturii poate dezvălui rapoarte de observații similare făcute de alții și poate dezvolta explicații generale pentru o relație prin identificarea teoriilor care explică fenomenul de interes. Cercetarea va fi mai valoroasă dacă se oferă o explicație generală a relației observate sau presupuse decât un simplu raport al verificării empirice a unei relații.

În plus, analiza literaturii poate oferi posibilitatea de a verifica plauzibilitatea și semnificația unei ipoteze. Uneori putem începe proiectul de cercetare având numai o ipoteză simplă. Dar, deoarece este neobișnuit pentru fenomenele politice să fie legate sau cauzate numai de un factor sau variabilă, este important să cercetăm și

alte posibile cauze și să analizăm și alte variabile. Astfel, putem dezvolta formularea ipotezelor din proiectul nostru de cercetare.

Analiza literaturii ne permite să scoatem în vileag ce nu a fost studiat până în prezent la tema cercetată de noi, care aspecte ale temei respective nu au fost abordate până în prezent. În acest fel putem depista acei factori care vor fi incluși în cercetare și putem determina acele variabile care vor fi analizate. Astfel, argumentăm originalitatea științifică și descriem cum va contribui lucrarea noastă la avansarea cercetării la acest subiect.

5.2. Utilizarea sintezei literaturii în lucrările științifice

Dincolo de întrebarea de ce avem nevoie de analiza literaturii este problema adițională a modului în care literatura este utilizată în lucrările științifice și propuneri de cercetări. Descrierea literaturii poate lua diferite forme, în dependență de tipul lucrării de cercetare. De obicei, un articol științific va include sinteza literaturii, care urmează după introducere. În cazul unei teze de masterat sau de doctorat, revista literaturii va fi o schiță detaliată a subiectelor și referințelor dezvoltate într-un întreg capitol, de obicei al doilea. O propunere de cercetare sau de proiect trebuie să fie scurtă și să furnizeze un rezumat al studiilor majore asupra problemei de cercetare și nu neapărat urmează să fie complet dezvoltat și cuprinzător în acel moment.

În general, analiza literaturii poate lua mai multe forme. Harris Cooper (2010) a discutat patru tipuri: recenzii de literatură care (a) integrează ceea ce au făcut și spus alții, (b) critică lucrările academice anterioare, (c) construiesc punți între subiecte conexe și (d) identifică problemele centrale dintr-un domeniu. Cu excepția criticii lucrărilor academice anterioare, majoritatea tezelor au ca scop integrarea literaturii, organizarea ei într-o serie de subiecte conexe (de multe ori de la subiecte generale la altele mai restrânse) și rezumă literatura prin evidențierea problemelor centrale.

Indiferent de formă, o altă considerație este modul în care ar putea fi analizată literatura de specialitate, în funcție de faptul dacă a fost selectată o abordare calitativă, cantitativă sau mixtă (Webster & Watson, 2002).

În *cercetarea calitativă* cercetătorii folosesc literatura în concordanță cu ipotezele de învățare de la participant, fără a prescrie întrebări la care trebuie să li se răspundă din punctul de vedere al cercetătorului. Unul dintre motivele principale pentru realizarea unui studiu calitativ este că studiul este exploratoriu. Acest lucru înseamnă de obicei că nu s-a scris mult despre subiectul sau populația studiată, iar cercetătorul caută să asculte participanții și să construiască o înțelegere bazată pe ceea ce aude.

Cu toate acestea, utilizarea literaturii de specialitate în cercetarea calitativă variază considerabil. În studiile teoretice sau etnografice, literatura despre un

concept cultural sau o teorie critică este amplasată la începutul studiului în calitate de cadru de orientare. În lucrările de teorie fundamentală revista literaturii este folosită pentru a pregăti scena pentru studiul respectiv.

Există mai multe modele pentru încorporarea sintezei literaturii de specialitate într-un studiu calitativ, dar de cele mai multe ori ea este inclusă în introducere sau într-o secțiune separată la începutul lucrării. Includerea analizei literaturii la sfârșitul lucrării se face de obicei în lucrările teoretice pentru a face o comparație a rezultatelor și nu este prea des folosită (Fink, 2019).

În cazul în care cercetătorul include analiza literaturii în introducere, aceasta oferă un fundal util pentru descrierea problemei care a condus la necesitatea studiului, cum ar fi: cine a scris despre aceasta, cine a studiat-o și importanța studierii problemei. Această încadrare a problemei depinde, desigur, de studiile disponibile.

Astfel, pentru a determina locul cel mai potrivit pentru descrierea literaturii într-un studiu calitativ vom analiza mai mulți factori. Putem întemeia decizia noastră reieșind din analiza publicului cercetării. Este recomandabil, de asemenea, de a se lua în considerare că analiza literaturii la începutul textului sau într-o secțiune separată are scopul de a încadra problema, iar la sfârșit – pentru a realiza o comparație cu rezultatele obținute.

Cercetarea *cantitativă*, pe de altă parte, include o cantitate substanțială de literatură la începutul unui studiu pentru a oferi orientarea teoretică și a servi drept bază pentru întrebările sau/și ipotezele de cercetare. Deci, este folosită pentru a introduce o problemă sau pentru a descrie în detaliu literatura existentă într-o secțiune intitulată „Revista literaturii" sau „Literatura conexă", ori o altă denumire similară. De asemenea, sinteza literaturii poate introduce o teorie – o explicație pentru relațiile așteptate care să descrie aspectul teoretic ce va fi utilizat și să sugereze de ce este util de a examina o teorie. În acest model, cercetătorul cantitativ folosește literatura în mod deductiv, ca un cadru teoretic care servește ca temelie pentru întreaga cercetare (Neuman, 2009).

Astfel, într-un studiu cantitativ literatura de specialitate urmează să fie utilizată în mod deductiv – ca bază pentru avansarea întrebărilor sau ipotezelor de cercetare. Revista literaturii de la începutul studiului urmează să introducă o teorie și să contribuie la dezvoltarea ipotezelor, iar la sfârșitul studiului – pentru a compara rezultatele și concluziile.

Într-un studiu cu *metode mixte*, cercetătorul folosește o abordare calitativă sau cantitativă a literaturii, în funcție de tipul de strategie utilizat. Într-o abordare secvențială, literatura este prezentată în fiecare fază într-un mod consecvent cu metoda utilizată. De exemplu, dacă studiul începe cu o fază cantitativă, atunci este probabil ca cercetătorul să includă o analiză substanțială a literaturii care ajută la stabilirea unei rațiuni pentru întrebările sau ipotezele de cercetare.

Dacă studiul începe cu o fază calitativă, atunci literatura de specialitate este substanțial mai mică după volum, iar cercetătorul o poate încorpora mai mult în finalul studiului – o abordare inductivă (Timans et al., 2019).

Dacă cercetarea avansează un studiu convergent cu pondere egală și accent pe datele atât calitative, cât și cantitative, atunci literatura poate lua forme calitative sau cantitative (Williams, 2014). Decizia asupra formei utilizate se bazează pe publicul care va citi lucrarea. Literatura utilizată într-un proiect cu metode mixte va depinde de strategie și de ponderea relativă acordată cercetării calitative sau cantitative în studiu.

Astfel, într-un studiu cu metode mixte, literatura urmează să fie utilizată într-un mod care să fie în concordanță cu tipul major de strategie calitativă sau cantitativă din studiu. Și indiferent de tipul de studiu, vom lua în considerare că revista literaturii are ca scop să integreze, să analizeze critic și să construiască punți între subiectele abordate sau să identifice noi subiecte de analiză.

5.3. Etapele de efectuare a analizei literaturii

O revizuire a literaturii înseamnă localizarea, analiza și prezentarea studiilor despre subiectul studiat. Adesea acestea sunt studii de cercetare (din moment ce efectuați un studiu de cercetare), dar pot include și articole conceptuale sau articole de opinie care delimitează cadrul de abordate a subiectelor. Nu există o modalitate unică de a efectua o analiză a literaturii, dar mulți autori procedează într-un mod sistematic pentru a depista, evalua și rezuma literatura (Fink, 2019).

De cele mai dese ori se întreprind următorii pași privind analiza literaturii:

- De la început identificăm cuvintele-cheie, care sunt utile în localizarea materialelor într-o bibliotecă academică. Aceste cuvinte-cheie pot apărea din identificarea unei probleme, a interesului pentru un subiect sau pot rezulta din lecturi preliminare.
- Luând în considerare aceste cuvinte-cheie, inițiem căutarea computerizată în bazele de date. La fel, putem utiliza căutarea în bazele de date ale bibliotecilor universitare și ale celor publice, care au bogate colecții de literatură de specialitate. Bazele de date generale, inclusiv Google Scholar, Web of Science, EBSCO, ProQuest și JSTOR, acoperă o gamă largă de discipline. Alte baze de date, cum ar fi ERIC, Sociofile sau PsycINFO, se specializează pe anumite discipline.
- Inițial, încercăm să localizăm aproximativ 50 de articole academice sau cărți care se referă la tema de cercetare. Stabilim o prioritate în căutarea articolelor științifice și cărților, deoarece acestea pot fi într-un număr foarte mare. Precizăm dacă aceste articole și cărți există în biblioteca academică cu care lucrăm sau dacă trebuie să le obținem print-un împrumut interbibliotecar. Parcurgem acest grup

inițial de articole sau capitole din cărți și le selectăm pe cele care sunt esențiale pentru subiectul de cercetare.

- Pe măsură ce identificăm literatură utilă, începem să proiectăm o hartă sau o schemă logică a literaturii. Aceasta este o imagine vizuală sau o figură a grupărilor de literatură pe tema de cercetare, care ilustrează modul în care studiul se va adăuga la literatura existentă.
- La următoarea etapă redactăm rezumatele celor mai relevante articole. Un rezumat bun al unui articol de jurnal include următoarele puncte: menționează problema abordată; precizează scopul sau obiectivul central al studiului; prezintă pe scurt informații despre eșantion, populație sau subiecte; examinează rezultatele-cheie care se referă la studiu; scoate în evidență diferite aspecte și metode care nu sunt abordate în aceste studii.
- Includem referințe precise la literatură folosind un *ghid de stil* adecvat sau *manuale de stil*. Manualele de stil oferă îndrumări pentru crearea unui stil academic al unui manuscris, cum ar fi un format consistent pentru citarea referințelor, crearea de titluri, prezentarea tabelelor și figurilor și utilizarea unui limbaj nediscriminatoriu. Un principiu de bază în revizuirea literaturii este de a folosi un stil de referință consistent pe tot parcursul lucrării. Manualul de publicare al Asociației Americane de Psihologie (APA Style, 2019) este cel mai popular manual de stil folosit în domeniile științelor sociale, la fel ca și Manualul de stil din Chicago (The Chicago Manual of Style, 2017). Unele reviste și-au dezvoltat propriile variații ale ghidurilor de stil și urmează să ținem cont de ele dacă dorim să publicăm în aceste reviste.
- După recapitularea literaturii, asamblăm recenzia literaturii, structurând-o tematic sau organizând-o pe concepte importante. Finisăm revizuirea literaturii de specialitate cu un rezumat al temelor majore și cu sugestii despre modul în care studiul aduce o contribuție la literatura de specialitate și abordează un aspect care a fost ignorat până acum. În literatura de specialitate de cele mai multe ori sunt descrise recomandări ca rezumatul literaturii să includă următoarele cinci componente: (1) introducerea; (2) revizuirea literaturii care se referă la variabilele independente; (3) analiza literaturii care descrie variabila dependentă; (4) analiza studiilor care sunt foarte aproape de studiul pe care urmează să-l realizăm; (5) în final se face un rezumat al celor mai importante studii (Creswell, 1994).
- Sinteza literaturii ar putea scoate în evidență și deficiențele cercetării problemei în cauză, precum și problemele legate de metodele utilizate. În acest fel putem depista acele variabile care urmează să fie incluse în cercetare și acele metode, pe care le vom folosi pentru a analiza

datele. Astfel, putem să argumentăm originalitatea cercetării pe care o planificăm și să descriem cum va contribui lucrarea la avansarea cercetării la acest subiect.

Analiza literaturii urmează să fie corelată direct cu întrebarea de cercetare din lucrarea data și să creeze un fundament științific solid pentru ipotezele formulate în cercetarea propusă. Astfel, analiza literaturii poate fi efectuată la diferite etape ale cercetării. Poate deveni și prima etapă. Sau chiar etapa preliminară cercetării, pentru a determina problemele existente în științele sociale și politice și pentru a depista aspectele controversate care urmează a fi studiate. Analiza literaturii nu este numai o sinteză a rezultatelor sau un rezumat a ceea ce este și nu este cunoscut până în prezent la tematica dată, dar în același timp identifică zonele de controversă din literatură și formulează întrebări care necesită cercetări suplimentare. Scopul analizei literaturii este de a oferi o bază de cunoștințe pe subiect și de a identifica domeniile de studii anterioare pentru a preveni dublarea și pentru a acorda credit altor autori. La fel, trebuie identificate lacunele în cercetare, conflictele și contradicțiile în studiile anterioare, întrebările rămase deschise din alte cercetări. Astfel, analiza literaturii poate servi drept o bună bază pentru a justifica cercetarea curentă. Este imperativ de a plasa propria cercetare în contextul literaturii existente, justificând motivul pentru care este nevoie de un studiu suplimentar.



Fig. 5.1. Importanța analizei literaturii în cercetare

Exemple:

Exemplul 1

Mai jos este dat un exemplu de revistă a literaturii din articolul „Mass media, opinia publică și politica externă a Republicii Moldova: între două realități (Public Opinion, Mass Media, and Foreign Policy of the Republic of Moldova: Between the Two Realms), publicat de autoare în Revista de Studii Române (Journal of Romanian Studies) nr. 3 din 2021. Revista literaturii a inclus analiza literaturii la tema abordată în articol pentru a determina cadrul teoretic, aspectele care au fost studiate până în prezent și cele care nu au fost abordate, pentru a formula problemele de cercetare și ipoteza studiului. Articolul a fost destinat cititorilor din SUA și include o trecere în revistă a literaturii americane referitor la subiectul analizat și în același timp analiza literaturii din spațiul post-sovietic și din Republica Moldova.

Trecerea în revistă a literaturii

Recent cercetătorii se referă tot mai des la problema studierii opiniei publice și a politicii externe, în special a relației dintre ele, stabilind noi sfere de cercetare. În dezbaterea în curs despre opinia publică, mass media și politica externă, până în prezent nu există încă un acord asupra modului în care publicul ajunge să aibă opinii cu privire la politica externă și dacă acele opinii influențează sau ar trebui să determine politica externă a statului.

Majoritatea analizelor referitor la opinia publică și influența ei asupra politicii externe au fost realizate în Statele Unite ale Americii (SUA) cu începutul său la scurt timp după al Doilea Război Mondial. Cercetătorii americani au examinat opinia publică acordată în susținerea sau respingerea politicilor internaționaliste ale Washingtonului, ajungând, în cele din urmă, la conceptualizarea „consensului Almond-Lippman", care a rămas o noțiune dominantă până în anii 1970. Acesta a postulat că opinia publică (1) este volatilă, (2) nu are coerență sau structură și (3) are un impact redus sau nu influențează politica externă.[1]

Al doilea val al cercetărilor, începând cu anii 1990, a coincis cu o extindere a datelor despre atitudinile publice și un progres în metodologii, ducând la o regândire a atitudinilor publice și a relației și rolurilor lor în politica externă.[2]

---

[1] Gabriel Almond, "Public Opinion and National Security", *Public Opinion Quarterly*, 20, (1956): 371-8; Walter Lippmann, *Essays in the Public Philosophy* (Boston: Little Brown, 1955).

[2] Ole Holsti. "Public Opinion and Foreign Policy: Challenges to the Almond-Lippmann Consensus Mershon Series: Research Programs and Debates". *International Studies Quarterly*, 36, no. 4 (1992): 439-66.

În consecință, o viziune revizionistă a unui public care este rezonabil, deși nu complet informat, a înlocuit primele două elemente menționate mai sus ale „consensului Almond-Lippman"[3]*. Adăugând la numărul de considerații, Eugene Wittkopf a demonstrat legăturile dintre atitudinile de partizanat, preferințele politice și crearea convingerilor de bază*[4]*; Jon Hurwitz și Mark A. Peffley au caracterizat atitudinile publicului din perspectiva valorilor de bază generale*[5]*, iar Ole Holsti a comparat atitudinea publicului cu atitudinea elitelor*[6]*. A treia componentă a „consensului Almond-Lippmann" a generat cea mai mare atenție în noile orientări de cercetare și, de asemenea, mai puțin acord. Astfel, deși unii cercetători susțin că opinia publică are doar un rol limitat în formularea politicii externe*[7]*, analizele cantitative ale altor autori sugerează că schimbările în opinia publică preced schimbările în cheltuielile pentru apărare*[8]*, de exemplu, voturile în Congres*[9] *și deciziile prezidențiale privind utilizarea forței*[10]*.*

Al treilea val de cercetări asupra opiniei publice i-a determinat pe cercetători să ia în considerare modul în care o serie de factori condiționali au afectat influența opiniei publice, deși nu a apărut nicio abordare dominantă. Thomas Risse-Kappen a analizat o serie de variabile condiționale, inclusiv structurile interne[11]*; Douglas Foyle a examinat atitudinile președinților americani vis-a-vis de opinia publică*[12]*,*

---

[3] Benjamin Page, Robert Shapiro, *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans-'Policy Preferences* (Chicago: University of Chicago Press, 1992); Daniel Drezner, "The Realist Traditiona in American Public Opinion", *Perspectives on Politics*, 6, no. 1 (2008): 51-70.

[4] Eugene Wittkopf, *Faces of Internationalism: Public Opinion and Foreign Policy* (Durham, NC: Duke University Press, 1990).

[5] Jon Hurwitz, and Mark A. Peffley, "How are Foreign Policy Attitudes Structured? A Hierarchical Model", *American Political Science Review*, 81, no. 4 (1987): 1099-129.

[6] Ole Holsti, *Public Opinion and American Foreign Policy* (Michigan: The University of Michigan Press, 2004).

[7] Lawrence Jacobs, and Benjamin Page, "Who Influences US Foreign Policy?", *American Political Science Review*, 99, no. 1 (2005): 107-23.

[8] Thomas Hartley, Bruce Russett. "Public Opinion and the Common Defense: Who Governs Military Spending in the United States?", *American Political Science Review*, 86, (1992): 361-87.

[9] James Meernik and Elizabeth Oldmixon "The President, the Senate, and the Costs of Internationalism", *Foreign Policy Analysis*, 4, no. 2 (2008): 187-206.

[10] James Patrick, John Oneal, "The Influence of Domestic and International Politics on the President's Use of Force", *The Journal of Conflict Resolution*, 35, no. 2 (1991): 307-32.

[11] Thomas Risse-Kappen, "Ideas do not float freely: transnational coalitions, domestic structures, and the end of the cold war", *International Organization*, 48, no. 2 (Spring 1994): 185-214.

[12] Douglas Foyle, *Counting the Public in Presidents*, *Public Opinion*, *and Foreign Policy* (New York: Columbia University Press, 1999).

Thomas Knecht și Brandice Canes-Wrone au evaluat etapele de luare a deciziilor[13] *în concordanță cu popularitatea președintelui țării*[14]. *Pe măsură ce un număr tot mai mare de cercetători din SUA au devenit interesați de tematica opiniei publice*[15], *ei au inclus alte variabile*, *inclusiv vârsta*, *genul*, *rasa*, *religia*, *clasa socială și educația și au analizat influența acestor factori la formarea opiniei publice*.

În plus, *autorii din alte țări au încorporat acești factori în cercetarea lor atunci când au analizat situația din țările lor*, *iar variabilele socioeconomice și demografice s-au dovedit a fi valoroase în studierea mediului de formare a opiniei publice*. *Cercetătorii concentrați pe studierea opiniei publice au inclus și alți factori*, *cum ar fi sistemele de convingeri și încrederea respondenților*[16]. *Cele mai frecvente variabile explicative în formarea opiniei publice cu privire la politica externă a SUA găsite în literatura nord-americană*, *în general susținute și de datele sondajelor*, *sunt orientarea ideologică și apartenența la partide politice*. *Cu toate acestea*, *atunci când afilierea politică este folosită ca variabilă în cercetările din alte țări*, *cu un număr mare de partide politice*, *cum ar fi Brazilia*, *s-a dovedit să nu aibă aceeași influență semnificativă în formarea opiniei publice*[17].

În contextul războiului din Vietnam, *studiile din SUA au identificat*, *pentru prima dată*, *internaționalismul cooperant și militant ca fiind doi vectori principali ai opiniei publice americane privind politica externă*. *Internaționalismul cooperativ este axat pe atingerea unor obiective comune prin acțiuni de colaborare non-militare*, *iar internaționalismul militant susține folosirea forței militare pentru atingerea obiectivelor de politică externă sau ca strategie de autoapărare*[18]. *Internaționalismul militant este explicat din percepția politicii externe americane până în 1992 și este asociat cu necesitatea de a proteja interesele americane vis-à-vis de URSS*[19].

---

[13] Thomas Knecht, *Paying Attention to Foreign Affairs. How Public Opinion Affects Presidential Decision Making* (Pennsylvania: Pennsylvania State University Press, 2011).

[14] Brandice Canes-Wrone, *Who Leads Whom?: Presidents*, *Policy and the Public* (University of Chicago Press, 2005).

[15] David Fite, Mark Genest, Clyde Wilcox, "Gender Differences in Foreign Policy Attitudes: A Longitudinal Analysis", *American Politics Quarterly*, 18, no. 4 (1990): 492-513.

[16] Benjamin Page, Marshal Bouton, *The Foreign Policy Discontent. What Americans Want from our Leaders but Do Not Get* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 2006).

[17] Ana Paula, Borges Pinho, "Brazil's global aspirations and the public: an assessment on perspectives, drivers, and consistency", *Mural Internacional*, 9, no. 2 (2018): 163-74.

[18] Eugene Wittkopf, "The structure of foreign policy attitudes: An alternative view", *Social Science Quarterly*, 62, no. 1 (1981): 108-23.

[19] Richard Herrmann, "American Perceptions of Soviet Foreign Policy: Reconsidering Three Competing Perspectives", *Political Psychology*, 6, no. 3 (1985): 375-441.

În același timp, atunci când studiem atitudinile în materie de politică externă a unei țări precum Moldova, cândva parte a Uniunii Sovietice, urmează să analizăm condițiile geopolitice relevante acestui stat. Metodologia cercetării care se concentrează în principal pe perspectiva SUA urmează să fie adaptată pentru a se adresa politica externă a statului mic, care are specificul său în materie de politică externă și relații internaționale.

Literatura americană de specialitate a studiat, de asemenea, rolul mass media ca un factor important în crearea opiniei publice și a politicii externe[20]*. Relația complexă dintre opinia publică, mass media, elite și evenimentele care modelează atitudinile publice este studiată în special în ceea ce privește utilizarea forței de către SUA în legătură cu declanșarea războaielor. De exemplu, Adam J. Berinsky*[21] *examinează opinia publică împreună cu o imagine complexă a interacțiunii dintre mass media, elite și evenimente de pe teren, în timp ce Matthew Bauman și Tim Groeling subliniază rolul pe care îl joacă mass media în furnizarea de informații publicului*[22]*. Nu există un consens cu privire la importanța mass media în formarea opiniei publice, dar există un acord general că sprijinul public este determinat de interacțiunea dintre elite și mass media ca sursă de informare. Există, de asemenea, un acord general că mass media și elitele sunt mediatori importanți între evenimentele care au loc în realitate și sprijinul public pentru politică, dar evenimentele externe nu influențează direct proporțional sprijinul public pentru politica externă. Autorii menționați mai sus nu au validat și nici nu au respins „consensul Almond-Lippmann", dar au subliniat unanim necesitatea unor cercetări suplimentare în acest domeniu.*

Interesul din ce în ce mai mare pentru studierea tematicii opiniei publice a condus la o examinare suplimentară a influenței mass media asupra agendelor de politică externă din alte țări democratice occidentale[23]*. În timp ce unii cercetători au confirmat „consensul Almond-Lippman", alții l-au respins*[24]*. Majoritatea*

[20] Mattew Bauman and Fhillip Potter, "The Relationship Between Mass Media, Public Opinion and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis", *Annual Review of Political Science*, 11 (2008): 39-65.

[21] Adam J. Berinsky, *New Directions in Public Opinion. New Directions in American Politics*, 3rd ed. (New York: Routledge, 2019).

[22] Matthew Bauman, Tim Groeling, *War Stories: The Causes and Consequences of Public Views of War* (Princeton University Press, 2010).

[23] Richard C. Eichenberg, *Public Opinion and National Security in Western Europe: Consensus Lost?* (United Kingdom: Palgrave Macmillan UK, 1989).

[24] Stefan Walgrave, Stuart Soroka, Michiel Nuytemans, "The Mass Media's Political Agenda-Setting Power: A Longitudinal Analysis of Media, Parliament, and Government in Belgium (1993 to 2000)", *Comparative Political Studies*, 41, no. 6 (2008): 814-36.

cercetărilor comparative au fost efectuate în democrațiile liberale[25], *unde există o separare clară a puterilor în stat*, *cetățenii au drepturi civile depline și există libertatea mass media*.

După dizolvarea Uniunii Sovietice în noile state independente au apărut noi oportunități pentru analiza relației dintre opinia publică și politica externă. *În perioada sovietică*, *în URSS nu au fost efectuate sondaje independente de opinie publică*, *cetățenii nu erau obișnuiți să-și exprime liber opiniile*, *iar cercetătorii nu acumulase experiențe profesionale cu anchete independente pe probleme de politici publice și politică externă*. *În plus*, *există particularități în cercetarea opiniei publice în societățile de tranziție*, *spre exemplu Federația Rusă și fostele republici sovietice*, *care urmează să fir luate în considerare de către cercetători*. *Acestea ar fi efectele persistente ale campaniilor de propagandă din perioada Războiului Rece*, *care au creat sentimentele antiamericane și care astăzi sunt alimentate de campaniile de dezinformare și defăimare ale Kremlinului*. *În plus*, *formarea opiniei publice din Rusia lui Putin are loc în condițiile monopolizării de către Kremlin a mass media din această țară*. *Drept urmare*, *Putin dictează politica externă mai degrabă decât să răspundă acesteia*; *guvernul său ia decizii de politică externă aplicând un model unificat și extrem de centralizat*[26], *care sunt mai apoi pur și simplu raportate de mass media controlată ca fait accompli*.

Cercetarea opiniei publice și a politicii externe în fostele republici sovietice este la început de cale și, *ca urmare*, *există puține baze de date disponibile*. *Cu atât mai mult*, *lipsa fondurilor pentru cercetare face dificilă colectarea sistematică a datelor detaliate*. *Sondajele de opinie publică efectuate și publicate în timpul campaniilor electorale de partidele politice nu sunt de încredere*, *sau dacă și sunt exacte nu sunt făcute publice și cercetătorii nu au acces la baza de date colectată pentru a verifica rezultatele*.

Țările care făceau anterior parte din URSS sunt rareori incluse în studiile internaționale și în studiile comparative; *cu excepția Statelor Baltice*[27], *care sunt acum membre ale Uniunii Europene* (*UE*). *În cea mai mare parte*, *lucrările recente au examinat opinia publică privind integrarea și extinderea UE în țările care*

---

[25] Thomas Risse-Kappen, "Public Opinion, Domestic Structure, and Foreign Policy in Liberal Democracies", *World Politics*, 43 (1991): 479-512.

[26] Olga Oliker, Christopher Chivvis, Keith Crane, Olesya Tkacheva, Scott Boston, "Russian Foreign Policy in Historical and Current Context: A Reassessment", *Defense Technical Information Center*, 1, no. 1 (2015).

[27] Piret Ehin, "Determinants of public support for EU membership: Data from the Baltic countries", *European Journal of Political Research*, 40, (2001): 31-56.

ulterior au devenit parte a Uniunii[28] *și opinia publică din țările Parteneriatului Estic față de UE*[29]*. Doar câțiva savanți studiază opinia publică și politica externă în alte foste state sovietice, precum Rusia, Kazahstan și Ucraina*[30].

Există doar câteva studii axate pe opinia publică și politica externă a Republicii Moldova, care examinează viziunea grupurilor etnice cu privire la integrarea în UE[31] *și compară rezultatele cu cele ale altor țări post-sovietice*[32]*. Alte studii analizează indicatorii sărăciei pentru a explora relația dintre opinia publică și politica externă. Think tank-urile moldovenești și ONG-urile, precum Institutul de Politici Publice și WatchDog, publică rezultatele sondajelor și analizelor lor de opinie publică și politică externă online în limba română, dar dificil de accesat de către publicul internațional*[33].

Astfel, majoritatea studiilor au analizat în mod specific opinia publică și influența acesteia asupra politicii externe americane în contextul unei culturi democratice caracterizate de o economie de piață, separarea puterilor în stat, existența societății civile și libertății presei. Încă lipsesc cercetările pe această temă în alte societăți, cum ar fi cele conduse de lideri autoritari, care au instaurat controlul asupra instituțiilor de stat și au monopolizat mass media. Destrămarea fostei Uniuni Sovietice a scos în evidență faptul că opinia publică în fostele republici a fost puțin analizată sau complet ignorată de comunitatea științifică internațională, cu rare excepții a studiilor referitor la Statele Baltice și Federația Rusă. Astfel, a devenit clar ca noile condiții deschid diverse oportunități ca realitățile din aceste state nou-formate, care tind să-și reformeze economia și să implementeze reforme

---

[28] Paul Dekker, Albert van der Horst, Suzanne Kok, Lonneke van Noije, Charlotte Wennekers, "Europe's Neighbors. European neighborhood policy and public opinion on the European Union", *European Outlook*, no. 6 (July 2008),

[29] Giselle Bosse, "Ten years of the Eastern Partnership: What role for the EU as a promoter of democracy?" *European View*, 18, no. 2 (2019): 220-32.

[30] Marlene Laruelle, Dylan Royce, "Kazakhstani Public Opinion of the United States and Russia: Testing Variables of (Un)Favorability", *Central Asia Survey*, 38, no. 2 (2019): 197-216; Richard Rose, Neil Munro, "Do Russians See Their Future in Europe or the CIS?" *Europe-Asia Studies*, 60, no. 1 (2008): 49-66.

[31] Sergiu Buscaneanu, "Public Opinion and the Attitudes of the Ethnic Groups on European Integration of Moldova (2000-2008)", *Romanian Journal of European Affairs*, 9, no. 3 (2009): 80-92.

[32] Mamuka Tsereteli, "*Georgia and Moldova*", *in Putin's Grand Strategy: The Eurasian Union and Its Discontents*, eds. S. Frederick Starr and Svante Cornell (Washington D.C.: Joint Transatlantic Research and Policy Center, Johns Hopkins University-SAIS, 2014), 134-44.

[33] Valeriu Pașa, Vasile Cantarji, Irina Sterpu, „Conținutul spațiului informațional televizat din Republica Moldova și felul în care acesta modelează comportamente electorale. Cu o evaluare a influenței ruse asupra opțiunilor geopolitice", *WatchDog*, (19 February 2018).

democratice, să fie studiate și analizate. În cele cincisprezece state nou-formate politica lor externă ar urma, de asemenea, să fie examinată în tandem cu opinia publică existentă.

Acest articol adresează necesitatea de a elucida influența mass media și a opiniei publice asupra politicii externe în noile state create după destrămarea URSS și analizează relația dintre opinia publică, mass media și politica externă în Republica Moldova. Cazul Republicii Moldova este relevant din mai multe considerente. În primul rând, Moldova și după mai mult de 30 de ani de independență este încă o țară în tranziție, care implementează reforme democratice și încearcă să-și croiască drum pe arena internațională. Polarizarea în bază de preferințele politice și lupta dintre trecutul totalitar sovietic și reformele democratice fac din Moldova un studiu de caz distinctiv referitor la relația dintre opinia publică, mass media și politica externă. În al doilea rând, situată în zona de „străinătate apropiată" a interesului deosebit pentru Federația Rusă, la granița directă cu Uniunea Europeană (UE), cu legături culturale cu România și fosta ei dependență economică de Uniunea Sovietică, Moldova a adoptat o politică externă dublă, oscilantă între Vest (Uniunea Europeană) și Est (Comunitatea Țărilor Independente). De la stabilirea independenței sale, politica „multivectorală"[34] a Moldovei nu a fost capabilă să gestioneze conflictele etnice și politice, care au complicat semnificativ procesul de creare a unui stat suveran și stabilire a identității sale naționale. Conflictele separatiste din Transnistria și Găgăuzia, diviziunea etnică manifestată referitor la denumirea limbii națiunii titulare – moldovenească sau română – la fel și presiunile economice ale Rusiei și manipularea prețurilor la gaze, problemele cu care se confruntă economia Republicii Moldova sunt doar câteva repere politice majore pe care le-a avut Moldova de la stabilirea independenței. Dezacordurile politice, lingvistice, etnice și ideologice au dus la crearea unei societăți divizate, în care jumătate din populație exprimă sentimente pro-europene, iar cealaltă jumătate pro-ruse. În al treilea rând, Moldova este o țară puțin studiată, în special în ceea ce privește relația dintre opinia publică, mass media și politica externă, motiv pentru care cercetările în acest domeniu sunt binevenite.

Acest studiu ia în considerare particularitatea sferei mediatice din Moldova, marcată de prezența unor instituții de presă străine, în special TV, radio, ziare și agenții de presă rusești, care promovează interesele Kremlinului.

[34] Gnedina, E. Multi-Vector' Foreign Policies in Europe: Balancing, Bandwagoning or Bargaining? In: *Europe-Asia Studies,* 2015, vol. 67, no. 7, p. 1007-1029.

În perioada realizării studiului, anul 2021, radiodifuzorii și editorii ruși reușesc să mențină o prezență de mare profil în Republica Moldova prin încheierea de parteneriate cu instituțiile media din Moldova, care redistribuie aceste produse mediatice. Studiul dat va aborda această realitate analizând separat mass media din Republica Moldova și cea rusă, redistribuită în țară…[35]

Exemplul 2

În cadrul cursului „Metode de cercetare" studenților de la Universitatea Xavier, SUA, le-a fost recomandată lista de mai jos de reviste științifice americane, de indice bibliografice și de cărți pentru a realiza analiza literaturii. Sinteza literaturii presupune analiza acelor surse care oferă explicații pentru fenomenul studiat și care susțin plauzibilitatea ipotezelor formulate pentru cercetarea dată. De asemenea, ar urma să se adreseze modul în care cercetarea dată se corelează cu alte cercetări și să se utilizeze literatura existentă pentru a documenta semnificația cercetării în cauză.

Reviste ale Asociațiilor Naționale și Regionale de Științe Politice

- *American Journal of Political Science. 1957-2023*
- *American Political Science Review. 1906-2023*
- *Journal of Politics. 1939-2023*
- *Social Science Quarterly. 1920-2023*
- *Western Political Quarterly. 1948-2023*

Reviste specializate și multidisciplinare

- *Academy of Political Science. Proceedings. 1910-2023*
- *Campaigns and Elections: The Journal of Political Action. 1980-2023*
- *Comparative Political Studies. 1969-2023*
- *Comparative Politics. 1968-2023*

[35] Termenul „mass media rusă" din acest articol va fi folosit pentru a desemna multitudinea de mass media produse în Rusia și redistribuite de instituțiile media din Moldova.

- *Comparative Strategy*: *An International Journal*. *1970-2023*
- *Electoral Studies*. *1982-2023*
- *European Journal of Political Science*. *1973-2023*
- *Foreign Affairs*. *1922-2023*
- *Foreign Policy*. *1970-2023*
- *International Affairs*. *1922-2023*
- *International Political Science Review*. *1980-2023*
- *International Studies Quarterly*. *1957-2023*
- *Journal of Communist Studies*. *1985-2023*
- *Journal of Policy Analysis and Management*. *1981-2023*
- *Policy Studies Journal*. *1972-2023*
- *Policy Studies Review*. *1981-2023*
- *Political Science Quarterly*. *1986-2023*
- *Public Policy*. *1953-2023*

Indexe bibliografice și colecții de abstracte

- *ABC Pol Sci*: *A Bibliography of Contents*. *1969-2023*
- *Combined Retrospective Index to Scholarly Journals in Political Science*. *1886-1974*.
- *Current Contents*/*Social and Behavioral Science*. *1974-2023*
- *International Bibliography of the Social Science – Political Science*. *1953-2023*
- *SAGE Public Administration Abstracts*. *1974-2023*

Recenzii de carte

- *Book Review Digest*. *1905-2023*
- *Book Review Index*. *1965-2023*
- *Current Book Review Citations*. *1976-2023*
- *Political Science Reviewer*. *1971-2023*

Sarcini de autoevaluare:

1. Care este importanța studierii literaturii de specialitate pentru a efectua o cercetare?
2. La ce etapă a cercetării se efectuează analiza literaturii?
3. Care sunt etapele de efectuare a analizei literaturii?
4. Cum apreciați semnificația studierii literaturii de specialitate pentru planificarea unei noi cercetări?
5. Care este practica utilizării analizei literaturii în lucrările de cercetare cantitative, calitative și mixte?
6. Care este importanța analizei literaturii pentru determinarea temei de cercetare, scopurilor și sarcinilor și pentru formularea ipotezelor de cercetare?

Tematica pentru studiul individual:

- Selectați cuvintele-cheie pentru cercetarea pe care o planificați. Includeți cel puțin 15 cuvinte. Efectuați o căutare bibliografică online utilizând aceste cuvinte și determinați cuvintele derivative. Desenați o schemă cu cuvintele-cheie și cu cuvintele derivative utilizând programele din Internet.
- Utilizați o bază de căutare bibliografică computerizată și alcătuiți lista literaturii pentru proiectul de cercetare pe care îl planificați. Includeți cel puțin 30 de surse din reviste științifice și cărți academice și descrieți etapele de efectuare a analizei literaturii.
- Desenați o hartă sau o schemă a literaturii pentru cercetarea pe care o planificați.
- Faceți un sumar al literaturii analizate și includeți următoarele componente: (1) lucrările anterioare în domeniu la general; (2) punctele de legătură între subiectele conexe; (3) problemele și lipsurile/omiterile în literatură referitor la unele subiecte și metode de abordare; (4) aspecte care nu au fost analizate și urmează a fi studiate.

Bibliografie:

COOPER, H. *Research synthesis and meta-analysis*: *A step-by-step approach*. 4th ed. Sage, 2010.

COPPEDGE, M., GERRING, J., et al. Conceptualizing and measuring democracy: A new approach. In: *Perspectives on Politics*, 2011, vol. 9, no. 2, p. 247-267.

FINK, A. *Conducting research literature reviews*: *From the internet to paper*. Sage, 2019.

GRANT, W. *Research Methods in Politics*. Bloomsbury Publishing, 2008.

GRAZIANO, A., RAULIN, M. *Research methods*: *a process of inquiry*. 6 ed. Pearson, 2000.

KEITH, P. *Introduction to social research*: *Quantitative and qualitative approaches*. Sage, 2013.

MARSHALL, C., ROSSMAN, G. *Designing qualitative research*. Sage, 1989.

MILLER, D., SALKIND, N. *Handbook of research design & Social measurement*. Sage, 2002.

PATTEN, M. *Understanding research methods*: *An overview of the essentials*. 10 ed. Routledge, 2017.

Publication Manual of the American Psychological Association. 7th ed. American Psychological Association, 2019.

The Chicago Manual of Style. 17th ed. The University of Chicago Press Editorial Staff, 2017.

WEBSTER, J., WATSON, R. Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. In: *MIS Quarterly*, 2002, vol. 26, no. 2, p. 13.

WILLIAMS, K. *Research and Writing Guide for Political Science*. New York: Oxford University Press, 2014.

Tema 6. ETICA CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE

Conținuturi:
6.1. Semnificația eticii profesionale în cercetare. Principiile de etică
6.2. Dilema etică a cercetării în științele sociale
6.3. Responsabilitatea cercetătorului, anonimitatea și confidențialitatea
6.4. Codurile de etică profesională

Obiective:
- să definească conceptele de etică profesională;
- să determine principiile de etică și cele trei domenii de preocupare etică;
- să analizeze dilema etică în cercetarea socială;
- să estimeze responsabilitatea cercetătorului de a respecta etica profesională la efectuarea investigațiilor științifice;
- să analizeze importanța asigurării anonimității și confidențialității celor implicați în cercetare;
- să estimeze valoarea și eficiența codurilor de etică profesională.

Termeni-cheie*:* etică profesională, principii de etică, dilema etică în cercetarea socială, confidențialitate, anonimitate, cod de etică profesională.

Repere de conținut

6.1. Semnificația eticii profesionale în cercetare. Principiile de etică

Realizarea unui studiu științific nu include numai folosirea metodelor științifice, dar depinde și de integritatea etică cu care este realizată cercetarea și prezentarea rezultatelor. Etica cercetării însumează principiile morale care îi ghidează pe cercetători să efectueze și să raporteze cercetarea fără înșelare sau intenție de a dăuna participanților la studiu sau membrilor societății în ansamblu, fie în cunoștință de cauză, fie în neștiință.

În lucrările lor, Sales și Folkman (2000) susțin că dacă cercetarea trezește anumite dubii referitor la integritatea și etica analizei, aceasta erodează credibilitatea și oamenii nu prea sunt dispuși sa-i acorde careva atenție. Este imperativ ca

cercetătorii să identifice conflictele de interese și să găsească rezolvarea dilemelor etice în planificarea cercetării, recrutarea participanților și menținerea încrederii lor în procesul cercetării.

Etica cercetărilor include diferite sfere, în particular competența profesională, integritatea cercetătorului, responsabilitatea științifică, respectul față de drepturile persoanelor, respectul diversității etnice și rasiale și responsabilitatea socială. Cercetătorii Israel și Hay (2006) sugerează că pentru a anticipa problemele etice este avantajos să luăm în considerare etica cercetării până a începe proiectul de cercetare.

În cercetarea științifică abaterea de la etica de cercetare nu vizează numai cazurile de plagiat și de falsificare a datelor și rezultatelor, care constituie abateri flagrante de la normele de etică de cercetare, dar despre care se discută mai des. Abaterile de la etica de cercetare pot fi mai subtile și pot apărea în domeniul demonstrării autenticității; protejarea datelor personale în procesul colectării datelor prin formele din Internet de colectare a datelor și rolul oamenilor de știință în cercetările interculturale (Code of Ethics, 2018).

Principiile de etică vizează toate etapele de cercetare și de obicei sunt grupate în trei domenii de preocupare etică: (1) integritatea scopului propus, (2) integritatea procesului de analiză și comunicare, prezentarea rezultatelor și (3) integritatea de a implica în cercetare persoane fizice, subiecte umane. Dacă cercetătorii prezintă transparent datele referitor la integritatea procesului de analiză și de comunicare, complementar la posedarea competențelor tehnice și de calcul, valoarea cercetării va crește cu mult. În continuare ne vom referi succint la aceste trei domenii de preocupare etică.

1. Primul domeniu este descrierea clară a detaliilor cercetării și a scopului propus în cercetarea dată. Cercetătorii urmează să informeze onest despre beneficiarii sau sponsorii care au contribuit la finanțarea investigației. Acest lucru este deosebit de important în cercetările politice, când sunt implicate anumite partide politice sau lideri politici. La fel, este important ca la începutul cercetării să fie clar formulate și dezvăluite scopurile cercetării, dar și limitele impuse pentru cercetarea dată. Nicio analiză nu poate acoperi totul. Dar cercetarea urmează să fie deschisă pentru toate rezultatele posibile, cu toate că pot fi găsite și rezultate nedorite sau nefavorabile pentru cei care efectuează sau au comandat cercetarea. În același rând, cercetătorii analizează toate cauzele posibile ale fenomenului studiat, fără a omite unele aspecte importante, care pot influența rezultatele.

2. În ce privește a doua preocupare etică, metodica efectuării cercetării, ne referim la implicarea metodelor adecvate de cercetare și la comunicarea

onestă a rezultatelor. Cerințele pentru respectarea eticii cercetării și comunicării rezultatelor sunt bazate pe principiile de bază ale cercetării științifice – de a fi onest, obiectiv, precis, exact și de a reda integral rezultatele. Analiza trebuie să nu ascundă faptele, să nu manipuleze datele sau rezultatele sau să ia în considerare numai informația care va duce la anumite rezultate scontate. De asemenea, este imperativ ca cercetătorii să dezvăluie onest modalitatea de colectare și obținere a datelor, la fel să raporteze despre deficiențele și datele incomplete și să evalueze impactul unor astfel de deficiențe asupra constatărilor lor.

Raportarea rezultatelor este deosebit de importantă în cazul cercetării în științele politice, deoarece implică sfera cercetării, politicii și elaborării politicilor (Piccio & Mattoni, 2020). Uneori pot apărea conflicte de interese în cazul în care cercetătorii sunt invitați să efectueze cercetări la comanda politicului, unde sponsorii anticipează anumite rezultate, fără a se ține cont de rezultatele cercetării.

3. Al treilea domeniu de preocupare etică ține de faptul că impactul cercetării se referă la indivizii implicați în cercetare. Dacă cercetarea vizează aspecte personale deosebit de sensibile din viața indivizilor, participanții vor fi rugați să semneze Formularul de consimțământ de a participa la cercetare. Principiul-cheie este ca indivizii implicați în cercetare să participe benevol și să fie informați despre scopul și sarcinile cercetării până la începerea ei. Astfel de cercetări sunt de cele mai multe ori efectuate în domeniile de pedagogie, psihologie sau medicină. În domeniul politic de cele mai dese ori urmează să asigurăm anonimitatea participanților, să nu divulgăm numele complet, dacă participanții solicită acest lucru.

6.2. Dilema etică a cercetării în științele sociale

Pentru a efectua cercetările, oamenii de știință urmează să ia mai multe decizii referitor la planificarea, proiectarea și culegerea informațiilor. În acest caz, un element important al cercetării este și implicarea indivizilor în cercetările calitative, dar și a celor cantitative și a celor mixte. În multe cazuri, oamenii care efectuează cercetări în domeniul științelor sociale se confruntă cu un conflict între două drepturi: 1) dreptul la cercetare și de a dobândi cunoștințe și 2) dreptul participanților la viața privată și la demnitate. O decizie de a nu desfășura un proiect de cercetare deoarece intervine sau contravine cu bunăstarea participanților este o limită a primului dintre aceste drepturi. O decizie de a efectua cercetări în ciuda unei practici dubioase din punct de vedere etic (de exemplu, neinformare) este o limită a celui de-al doilea drept. Aceasta este dilema etică a cercetării în științele sociale (Gallagher et al., 1995).

Nu există răspunsuri corecte sau greșite la această dilemă. Oamenii se atașează de beneficiile și costurile cercetării în științele sociale, în funcție de mediul, convingerile și experiența lor. De exemplu, în timp ce analiștii de politici subliniază beneficiile care pot parveni din prezicerea cu acuratețe a efectelor politicilor publice, liberalii sunt întotdeauna atenți la posibilele pericole la adresa libertății individuale și a respectării vieții private. Ei tind să pună la îndoială faptul că beneficiile oricărui studiu justifică asumarea riscurilor, fie și mici, de a invada sfera individuală.

Cu toate acestea, în planificarea unei cercetări, autorii au obligația de a cântări cu atenție beneficiile sau contribuțiile potențiale ale unui proiect propus în raport cu costurile pentru participanți. Astfel de costuri includ intimidări la adresa demnității, anxietatea, jena, pierderea încrederii în relațiile sociale, pierderea autonomiei și a autodeterminării și scăderea stimei de sine. Beneficiile potențiale ale unui anumit studiu sunt progresele care pot rezulta din cunoștințele teoretice sau aplicate acumulate, câștigurile participanților la cercetare (inclusiv compensarea monetară), satisfacția de a aduce o contribuție la știință și o mai bună înțelegere a fenomenelor sociale cercetate.

Cercetarea care implică subiecți umani trebuie să respecte anumite standarde etice pentru a se asigura că subiecții nu sunt lezați. Înainte ca un cercetător să poată începe să obțină date, subiecții cercetării trebuie, în mod normal, să semneze un formular de consimțământ informat. Acest formular rezumă scopurile studiului și posibilele riscuri de a fi subiect. Dacă cercetătorii doresc să studieze minorii (sub 18 ani), în mod normal trebuie să obțină o semnătură de la un părinte sau tutore legal. Consimțământul informat este o cerință pentru majoritatea cercetărilor „reale" din zilele noastre, dar problemele etice apar cu privire la semnificația „consimțământului". Pentru ca consimțământul să aibă o semnificație reală, potențialii subiecți de cercetare trebuie să aibă dreptul de a refuza să participe la un proiect de cercetare fără nicio penalizare. În caz contrar, ei se pot simți presați să participe la proiect fără a dori cu adevărat să facă acest lucru. Acest rezultat ar încălca ceea ce ar trebui să însemne „consimțământul" în procesul de cercetare. Uneori, subiecților li se promite o mică recompensă (în SUA adesea între 10 și 50 USD) pentru participarea la un proiect de cercetare, dar ei sunt totuși complet liberi să refuze acest lucru, iar acest mic stimulent nu este considerat a fi o presiune nejustificată pentru a refuza de a participa la cercetare.

Procesul de echilibrare a beneficiilor potențiale cu costurile posibile este în mod necesar subiectiv, o chestiune pe care cercetătorul trebuie să o determine individual. Oamenii de știință fac judecăți individuale cu privire la practica

cercetării în lumina propriilor valori. Alegerile sunt legate de valorile noastre și ar trebui să cântărim aceste valori cu atenție atunci când luăm decizii etice. În plus, deciziile etice trebuie luate individual în fiecare caz, deoarece procesul prin care se iau deciziile este la fel de important ca și alegerea finală.

6.3. Responsabilitatea cercetătorului, anonimitatea și confidențialitatea

În procesul de efectuare a cercetării în domeniul științelor sociale este imperativ ca cercetătorul să respecte etica profesională și drepturile celor implicați în cercetare. Practica consimțământului informat este cea mai generală soluție la problema privind modul de promovare a cercetării în științele sociale fără a încălca drepturile și bunăstarea individuală.

Condițiile asociate cu consimțământul informat sunt informarea participanților despre cercetare și înțelegerea despre toate beneficiile și prejudiciile, la fel și participarea pe bază de voluntariat. Principiul consimțământului informat nu ar trebui, totuși, să fie considerat o cerință absolută a tuturor cercetărilor din științele politice. Deși de obicei de dorit, nu este absolut necesar în studiile în care nu este implicat niciun pericol sau risc. Cu cât riscul pentru participanții la cercetare este mai grav, cu atât este mai mare obligația de a obține consimțământul informat (Gillies & Alldred, 2012).

În același timp, cercetătorii rămân responsabili pentru posibilele efecte negative asupra participanților, cu toate că aceștia din urmă au consimțit să ia parte la cercetare. Informarea participanților nu transferă total responsabilitatea de la cercetători la cei care participă la proiectul de cercetare.

Invaziile în sfera personală sunt de mare îngrijorare pentru toți, în special când informațiile cu caracter personal sunt ușor de obținut. Aceasta se referă în primul rând la dreptul la intimitate, adică libertatea individului de a alege timpul și circumstanțele în care să se simtă confortabil și liber de a comunica și a participa la cercetare. În al doilea rând, măsura în care atitudinile, credința, comportamentul și opiniile sale urmează să fie împărțite cu alții sau să fie adunate, depozitate și păstrate poate fi ușor depășită în timpul unei investigații sau după finalizarea acesteia.

Este imperativ ca cercetătorii să ia în considerare trei aspecte importante în timp ce colectează informații private și să se asigure de respectarea garanțiilor pentru protejarea informațiilor cu caracter personal al participanților la cercetare:

1) sensibilitatea cu privire la colectarea și difuzarea informațiilor cu caracter personal;

2) locul unde va avea loc cercetarea;

3) gradul de diseminare a informațiilor obținute.

Două metode comune de a proteja participanții la cercetare sunt anonimatul și confidențialitatea. Obligația de a proteja anonimatul participanților la cercetare și de a păstra confidențialitatea datelor de cercetare este una cuprinzătoare. Ar trebui întotdeauna îndeplinită, cu excepția cazurilor în care se fac aranjamente prealabile cu participanții (Wolcott, 2009).

Anonimitatea, sau culegerea de date fără a obține informații personale, de identificare, marchează că nimeni (inclusiv cercetătorul) nu poate identifica personal participanții la studiu. Aceasta semnificând că nicio informație de identificare personală nu poate fi colectată într-un studiu anonim. Informațiile de identificare personală includ, dar nu se limitează la, nume, adrese, adrese de e-mail, numere de telefon, numere de identificare emise de guvern (de exemplu, numere de securitate socială), fotografii și adrese IP. Astfel, orice studiu efectuat față în față în persoană sau electronic nu poate fi considerat anonim.

Confidențialitatea, sau colectarea informației și separarea sau modificarea oricărei informații personale de identificare de către participanți, semnifică că doar cercetătorul cunoaște identitățile participanților. În acest caz sunt luate măsuri riguroase pentru a se asigura că identitățile participanților nu sunt dezvăluite. Participanților la cercetarea în științe politice adesea li se spune că informațiile pe care le furnizează vor fi tratate ca fiind confidențiale; adică, deși cercetătorii sunt capabili să identifice informațiile unui anumit participant, ei nu le vor dezvălui public.

Confidențialitatea este cel mai bine asigurată printr-un management adecvat al datelor și păstrarea securității. Pot fi utilizate numere de identificare și nu numele real al participanților în cazul cercetărilor cantitative, sau pseudonime în cercetările calitative (Piccio & Mattoni, 2020). Acest lucru permite ca informațiile de identificare personală să fie stocate separat de datele personale. În ceea ce privește securitatea datelor, susțin Piccio și Mattoni (2020), cercetătorii ar trebui să respecte toate măsurile de securitate, cum ar fi păstrarea datelor pe hârtie și creion în dulapuri de fișier încuiate și protejarea datelor electronice prin parolă și distrugerea datelor după finalizarea cercetării.

La fel ca majoritatea drepturilor, confidențialitatea poate fi renunțată voluntar. Participanții la cercetare pot renunța voluntar la dreptul lor de

confidențialitate fie permițând unui cercetător accesul la subiecte și setări sensibile, fie acceptând că raportul de cercetare poate identifica participanții după nume. În aceste cazuri, este necesar consimțământul informat al participanților.

6.4. Codurile de etică profesională

Există diverse reglementări care guvernează cercetarea în științe sociale, acestea includ statutele statutare, consiliile de evaluare etică, etica personală a cercetătorului individual și codurile etice ale asociațiilor profesionale. Toate aceste mecanisme joacă un rol important în asigurarea respectării practicilor etice de cercetare.

Societățile profesionale ale oamenilor de știință din domeniul social au elaborat coduri de etică care includ cerințele de etică în domeniul respectiv. Aceste coduri cuprind consensul de valori în cadrul profesiei și ajută cercetătorul individual prin a delimita și explica care sunt cerințele de etică profesională și care acțiuni sunt interzise. Codurile de etică sunt scrise pentru a acoperi preocupările generale și problemele specifice care sunt frecvent întâlnite în timpul cercetărilor efectuate în cadrul unei anumite profesii. Codurile sensibilizează cercetătorul referitor la obligații și la domeniile problematice în care există un acord cu privire la o practică etică adecvată.

De obicei, în SUA pe lângă instituțiile academice sunt instituite comisii de evaluare instituțională (Institutional Review Board IRB), care analizează propunerile de cercetare. Aceste comisii examinează propunerile de cercetare la etapa depunerii cererilor și monitorizează proiectele la etapa implementării lor, ca să fie respectată etica cercetării și să fie semnat formularul de consimțământ al participanților la cercetare.

La fel, diferite asociații profesionale din SUA au adoptat și publicat Coduri de etică profesională sau Declarații de etică care includ cerințele de respectare a principiilor de etică, discuții despre potențialele dileme de etică și soluțiile de soluționare a lor. Printre ele putem număra:

- Codul de etică al Asociației Americane de Sociologie, adoptat în 2018 (https://www.asanet.org/about/ethics/?hilite=code+ethics);
- Codul de etică al Asociației Americane de Educație și Cercetare, adoptat în 2011 (https://www.aera.net/About-AERA/AERA-Rules-Policies/Professional-Ethics);
- Ghidul de etică profesională în științele politice al Asociației Americane de Științe Politice, actualizat în 2022 (https://apsanet.org/ethics)

- Declarația de Etică a Asociației Americane de Antropologie, adoptată în 2012 (https://ethics.americananthro.org/category/statement/);
- Principiile etice ale psihologilor și Codul de conduită ale Asociației Americane de Psihologie, modificate în 2016 (https://www.apa.org/ethics/code).

În Republica Moldova la fel sunt constituite comitete de evaluare etică, etică personală a cercetătorului individual și coduri etice ale asociațiilor profesionale. Unul dintre aceste comitete este Comisia de Atestare a Consiliului Național pentru Acreditare și Atestare (CNAA), care a aprobat Codul de etică al cercetătorilor și cadrelor universitare (ANACEC, 2018). Corespunzător, Senatul Universității de Stat din Moldova a aprobat Codul de etică și integritate academică al Universității de Stat din Moldova (USM, 2018).

În Republica Moldova la fel au fost discutate și adoptate Coduri și Ghiduri de etică profesională, care specifică regulamentul profesional de conduită. Printre ele se numără următoarele:

- Codul de etică al cadrului didactic adoptat de Ministerul Educației al Republicii Moldova și actualizat în 2016 (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://mecc.gov.md/sites/default/files/document/attachments/codul_de_etica_ro_4.pdf);
- Codul de conduită a funcționarului public, adoptat de Parlamentul Republicii Moldova și modificat în 2018 (https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=94526&lang=ro);
- Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, completat în cadrul Consiliului de Presă din Republica Moldova în 2011 (https://consiliuldepresa.md/ro/page/codul-deontologic-al-jurnalistului-din-r-moldova);
- Codul deontologic al avocaților din Republica Moldova, completat în 2016 (http://uam.md/index.php?pag=news&id=934&rid=1687&l=ro

Astfel, adoptarea și ajustarea cadrului legislativ la cerințele normelor de etică este imperativă și nu se realizează în măsură suficientă. Mai este necesar de a asigura aplicarea în practică a acestor cerințe și de a asigura un mecanizam concret de implementare a lor. Condițiile imperative pentru respectarea codurilor de etică profesională ar fi și funcționarea unui stat bazat pe drept, în care activează cadre profesionale puternice și eficiente, organizații și instituții profesionale responsabile.

Exemplu:

Principii ale eticii cercetării și analizei datelor distribuite în prealabil de autoare studenților de la cursul „Metode de cercetare în științele politice”.

Fiți sinceri

- *Nu ascundeți fapte, nu modificați datele, nu falsificați rezultatele și nu folosiți numai date care susțin concluziile.*
- *Prezentați rezultatele în mod direct și neînșelătoare. Nu ajustați scalele pentru a da aspectul unei creșteri semnificative atunci când creșterea este minoră sau nesemnificativă. De asemenea, nu sugerați un nivel de precizie care nu este prezent.*

Fiți neprecupețiți

- *Raportați toate datele și rezultatele care se referă la o concluzie, nu doar cele care o susțin.*
- *Identificați avertismentele și explicațiile alternative care pot califica concluziile dvs., chiar dacă nu există date care să evalueze aceste avertismente sau explicații alternative.*
- *Raportați sursele de date, metodologiile de colectare a datelor, posibilele lacune și deficiențe și impactul asupra constatărilor.*
- *Fiți riguroși, meticuloși și obiectivi în analize, concluzii și comunicări.*

Fiți utili

- *Încercați să produceți informații care să ajute părțile interesate și interesul public.*
- *Comunicați informațiile și rezultatele în modul pe care ne-experții îl pot înțelege cu ușurință.*

Fiți atenți

- *Informația este putere, fiți conștienți de posibilele consecințe negative. Abordați posibilele consecințe negative ale analizei dvs. implicând analize suplimentare, luând în considerare interesele părților afectate și identificând avertismente relevante în constatări.*
- *Respectați interesul subiecților umani ale căror date sunt analizate. Ei au dreptul la intimitate și pot deține clauze inofensive. Respectați principiile de etică a cercetării.*

Sarcini de autoevaluare:

1. Cum definiți conceptul de etică profesională?
2. Descrieți cele trei domenii de preocupare etică.
3. Care este dilema etică în cercetarea socială?
4. Descrieți responsabilitatea cercetătorului la efectuarea investigațiilor științifice.
5. Care este importanța anonimității și a confidențialității?
6. Care este diferența dintre asigurarea anonimității și a confidențialității?
7. Care este eficiența adoptării codurilor de etică profesională?
8. Aduceți exemple de coduri de etică profesională din Moldova și descrieți esența lor.

Tematica pentru studiul individual:

- Luând în considerare esența dilemei etice a cercetării în științele sociale, considerați următoarea situație: urmează să efectuați o cercetare pentru proiectul dvs. academic și nu aveți finanțarea respectivă pentru a o realiza. În acest timp un lider politic din țară s-a interesat de cercetările dvs. Liderul politic vă asigură că veți avea suportul financiar deplin pentru această cercetare, dar beneficiarul vă sugerează insistent care rezultate ale acestei cercetării „trebuie" să fie prezentate. Cum veți proceda?
- Analizați diferența dintre asigurarea anonimatului și a confidențialității și explicați cum veți respecta anonimatul și/sau confidențialitatea în cadrul proiectului de cercetare pe care vi la-ți propus.
- Analizați Codul de etică și deontologie profesională a personalului științific și științifico-didactic din Republicii Moldova și din cadrul Universității de Stat din Moldova. Explicați normele de bună conduită a cercetătorului din aceste documente și definiți principalele abateri, fraude științifice. Care dintre ele sunt considerate cele mai grave?
- Determinați cu ce fel de probleme de ordin etic ar putea să vă confruntați când desfășurați cercetarea dvs. Cum o să le adresați? Care vor fi acțiunile dvs?

Bibliografie:

AERA. *Code of Ethics*. American Educational Research Association. (Feb. 2011). Retrieved from https://www.aera.net/Portals/38/docs/About_AERA/CodeOfEthics (1).pdf

ANACEC. *Codul de etică și deontologie profesională a personalului științific și științific-didactic.* (2018). https://www.anacec.md/files/cod-etica.pdf

ASA. *Code of Ethics*. American Sociological Association. (June 2018). Retrieved from https://www.asanet.org/wp-content/uploads/asa_code_of_ethics-june2018.pdf

EVAN, B., XIAOHU, W. *Essential statistics for public managers and policy analysts.* 4 ed. CQ Press, 2017.

GALLAGHER, B., CREIGHTON, S., GIBBONS, J. Ethical dilemmas in social research: No easy solutions. In: *The British journal of social work*, 1995, vol. 25, no. 3, p. 295-311.

GILLIES, V., ALLDRED, P. The ethics of intention: research as a political tool. In: MILLER, T., BIRCH, M., et al. *Ethics in qualitative research*. Sage, 2012, p. 43-61.

ISRAEL, M., HAY, I. *Research ethics for social scientists.* Sage, 2006.

PICCIO, D., MATTONI, A. Ethics in Political Science Research. In: IPHOFEN, R., ed. *Handbook of research ethics and scientific integrity*. Springer, 2020.

PUTINA, N. *Etica profesională*. Suport de curs. Chișinău: CEP USM, 2021.

SALES, B., FOLKMAN, S. *Ethics in research with human participants*. American Psychological Association. 2000.

SIEBER, L., TOLICH, M. *Planning ethically responsible research* (*Applied social research methods*). Sage, 2012.

USM. *Codul de etică și integritate academică al Universității de Stat din Moldova* (2018). https://usm.md/wp-content/uploads/Codul-de-Etica-si-Integritate-Academica-al-USM.pdf

WOLCOTT, H. *Writing up qualitative research*. 3 ed. Sage, 2009.

Tema 7. INSTRUMENTAR DE CERCETARE

Conținuturi:

7.1. Selectarea temei de cercetare și formularea titlului
7.2. Esența redactării întrebărilor de cercetare
7.3. Definirea variabilelor pentru proiectul de cercetare
7.4. Formularea ipotezelor în lucrarea științifică
7.5. Semnificația definirii conceptelor

Obiective:

- să definească sursele pentru selectarea temei de cercetare și fezabilitatea ei;
- să determine importanța și etapele de formulare a titlului lucrării de cercetare și a întrebărilor de cercetare pentru realizarea cercetării;
- să determine variabilele dependente, independente, antecedente și de intervenție;
- să analizeze importanța formulării ipotezelor pentru efectuarea cercetării, esența ipotezelor corelative, corelaționale și a ipotezelor nule;
- să demonstreze necesitatea edificării blocurilor de cercetare și în particular definirea variabilelor, formularea ipotezelor și definirea conceptelor pentru asigurarea eficientă a cercetării:
- să estimeze importanța selectării temei de cercetare, a formulării titlului și întrebărilor de cercetare pentru asigurarea eficienței proiectului de cercetare.

Termeni-cheie: proces de cercetare, temă de cercetare, întrebări de cercetare, etape de cercetare, variabile de cercetare, variabile dependente și independente, ipoteze, unitate de analiză a ipotezei, concepte.

Repere de conținut

Cercetarea științifică este întâi de toate un proces rațional care ne permite să examinăm fenomenele sau problemele pe care le avem de rezolvat și să obținem răspunsuri precise plecând de la investigații. Acest proces

se caracterizează prin faptul că e sistematic, riguros și conduce la achiziția de noi cunoștințe. Sunt culese date observabile și verificabile, utilizând modele empirice. Procesul de cercetare se distinge astfel de simpla tatonare circumstanțială a practicianului. Kathari (2004) afirmă că cercetarea este un demers riguros care are ca scop „identificarea unor răspunsuri care necesită investigații în mediul real. Ea tinde să descopere legea și se bazează pe principiul explicației".

Cercetarea este un proces sistematic de „a genera o nouă cunoaștere", susține Miller (2002). Procesul de cercetare este o activitate de investigații obiective a cunoștințelor asupra unor probleme din viața reală. Funcțiile cercetării sunt de a descrie, de a explica, de a înțelege, de a controla, de a prezice fapte, fenomene și conduite. Astfel, cercetarea are scopul de a elucida mecanismul de producere a faptelor și de a explica corelația dintre ele.

Procesul de cercetare este unul complex și include anumite elemente indispensabile. Etapele esențiale ale unei cercetări includ depistarea problemei, determinarea metodei de cercetare, colectarea și analiza datelor și prezentarea raportului final. Aceste etape se divizează într-un proces detaliat, care include elemente indispensabile pentru realizarea cercetării. Printre ele se numără selectarea subiectelor de cercetare; selectarea bazei de date sau colectarea datelor; formularea scopului și sarcinilor cercetării; determinarea variabilelor dependente și independente; formularea ipotezelor; revizuirea sistemică a literaturii; colectarea datelor și efectuarea analizei datelor; formularea concluziilor; prezentarea raportului final și, dacă este necesar, formularea recomandărilor sau a propunerilor pentru strategii sau politici publice.

În dependență de gradul de detaliere a procesului, cercetarea de obicei se rezumă la următoarele etape, conform lui Pennings (2005):

1) determinarea temei de cercetare
2) formularea problemei de cercetare
3) efectuarea analizei literaturii
4) pregătirea instrumentului de cercetare
5) colectarea datelor
6) efectuarea analizei datelor
7) prezentarea rezultatelor.

Astfel, în continuare vom analiza instrumentele cercetării sau atributele generale ale cercetării și vom oferi unele îndrumări pentru efectuarea cercetării.

7.1. Selectarea temei de cercetare și formularea titlului

Selectarea temei de cercetare poate fi dificilă uneori, deoarece nu întotdeauna suntem convinși care anume poate fi o temă anumită, care mai apoi va fi cercetată. Pentru a selecta tema de cercetare, la început ar fi bine să determinăm care este interesul nostru științific pentru o anumită problemă. Dacă această problemă ne interesează, urmează în continuare să înțelegem dacă este și o problemă de cercetare.

Pattern (2017) susține că pentru a determina dacă acest subiect este o problemă de cercetare urmează să analizăm dacă răspunde la următoarele întrebări:

- Care va fi impactul cercetării?
- Cum teoria va fi aplicată în practică în domeniul respectiv?
- Care va fi beneficiul acestei cercetări?
- Cum va impulsiona cercetările ulterioare?
- Este această temă specifică? Este focusată pe un anumit aspect și nu este generală, largă și ambigue?
- Este această temă fezabilă? Avem acces la baza de date pentru a studia problema? Avem capacitățile de a analiza datele prin metodele selectate?
- Dispunem de resursele umane pentru a efectua cercetarea prin metodele selectate? Cum vor fi remunerați cei implicați în cercetare și participanții?
- Dispunem de resursele financiare pentru cercetare? De unde va parveni suportul financiar? Este o contribuție proprie?
- Care este durata de timp necesară pentru a realiza cercetarea prin metodele selectate?

Dacă răspunsurile la aceste întrebări sunt pozitive, purcedem la formularea problemelor de cercetare, a ipotezelor și la elaborarea variabilelor. Dacă stabilim că nu putem da răspunsuri pozitive la aceste întrebări, revizuim tema propusă și ne gândim să selectăm altă temă de cercetare.

Ideile pentru selectarea temei de cercetare pot parveni din diferite surse:

- După cum am menționat deja, la început alegem tematica care ne trezește interesul.

- O altă sursă de idei poate fi și analiza literaturii, revizuirea enciclopediilor de specialitate, dicționarelor și analelor de literatură din biblioteci și bazele de date online.
- Proiectele și programele publice, documentele și strategiile guvernamentale și ale organizațiilor non-guvernamentale pot servi surse de idei pentru temele de cercetare.
- Dezbaterile de la conferințele științifice, discuțiile cu colegii și cercetătorii în domeniu pot oferi mai multe indicii despre tema de cercetare.
- La fel, discuțiile cu practicienii din domeniul respectiv pot dezvălui multe probleme din sfera socială sau politică pentru a fi analizate (McNabb, 2015).

După selectarea temei de cercetare urmează să analizăm încă o dată dacă este fezabilă, dacă avem acces la baza de date pentru a efectua analiza respectivă și dacă dispunem de finanțarea respectivă pentru a efectua cercetarea.

Următoarea etapă este de a formula *titlul proiectului*. Procesul de creare a unui titlu pentru cercetare este foarte importantă, mai ales atunci când este vorba de a prezenta rezultatele cercetării în forma unui articol pentru a-l publica în reviste academice. Titlul cercetării este primul lucru pe care editorii și recenzenții revistelor îl văd atunci când se uită la lucrare și singura informație pe care colegii cercetători o vor vedea într-o bază de date sau într-o interogare a motorului electronic de căutare. S-a demonstrat că titlurile bune care sunt concise și care conțin toți termenii relevanți cresc numărul de citări și scorurile Altmetric.

Prin urmare, titlul ar urma să cuprindă toate aspectele relevante ale studiului, inclusiv subiectul specific și problema investigată. De asemenea, ar trebui să prezinte aceste elemente într-un mod care este accesibil și va captiva cititorii.

Pot fi identificate câteva etape mai importante în procesul de formulare a titlului:

1. Răspundeți la câteva întrebări-cheie despre lucrarea dvs. de cercetare. La ce se referă cercetarea? Ce ați realizat prin această lucrare? Încercați să răspundeți la aceste întrebări cât mai scurt posibil. Puteți crea aceste întrebări parcurgând fiecare secțiune a lucrării dvs. și găsind cele mai relevante informații pentru a crea un titlu de cercetare.
2. Identificați cuvintele-cheie utilizate în cercetare. Se recomandă să selectăm aproximativ 5-8 cuvinte-cheie care să reprezinte cele mai importante aspecte ale cercetării.

3. Formulați prima varianta a titlului folosind aceste cuvinte-cheie. Probabil că această variantă a titlului este foarte detaliată și lungă. Iată de ce la etapa următoare va fi necesar de revăzut titlul.
4. Creați o variantă de lucru și un subtitlu. La această etapă pot fi formulate câteva variante de lucru. Eliminați toate cuvintele inutile și redundante care nu sunt esențiale pentru studiu sau pe care cercetătorii nu le-ar folosi cel mai probabil într-o căutare în baza de date electronică.
5. Eliminați orice cuvinte și expresii neesențiale din titlu. Urmează să țineți cont că este recomandabil ca titlul să conțină maximum 16 cuvinte. Dacă este mai scurt, este mai bine. Cel mai important element al cercetării urmează să fie amplasat la începutul propoziției, iar subiectul de cercetare la sfârșit. Uneori autorii formulează titlul care include și subtitlu. În acest caz subtitlul vine să includă unele detalii despre metodologie sau metoda de cercetare, spre exemplu – „…: studiu de caz".

De obicei autorii formulează titlul ca să includă problema de cercetare sau elementele mai importante. Nu se recomandă de inclus în titlul rezultatele cercetării. Unii autori adoptă practica de a formula câteva proiecte/variante de titlu la începutul desfășurării proiectului și după terminarea cercetării definitivează varianta de titlu.

Exemplu:

Pentru a ajuta studenții cursului „Metode de cercetare în științele politice" să determine tematica pentru proiectul de cercetare, a fost oferită următoarea schemă de analiză a interesului personal.

Procesul de identificare a temei de cercetare pentru studenți:

1. *Selectați un subiect în cadrul parametrilor stabiliți de proiectul de cercetare pentru acest curs academic, reieșind din chestionarul elaborat pentru cercetare.*
2. *Selectați un subiect de interes personal pentru dvs. și aflați mai multe despre el. Cercetarea și scrierea unei lucrări vor fi mai plăcute dacă scrieți despre ceva ce vi se pare interesant.*
3. *Selectați un subiect pentru care puteți găsi o cantitate gestionabilă de informații. Faceți o căutare preliminară a surselor de informații pentru a determina dacă sursele bibliografice și bazele de date electronice*

accesibile vă vor satisface necesitățile. Dacă găsiți prea multe informații, poate fi necesar să vă restrângeți subiectul; dacă găsiți prea puține, poate fi necesar să vă extindeți subiectul.

4. *Fiți original. Selectați un subiect unic și inovativ.*
5. *Discutați tema de cercetare în grupul de studiu, cu colegii.*
6. *Încă nu puteți identifica un subiect despre care să scrieți? În acest caz consultați profesorul.*

7.2. Esența redactării întrebărilor de cercetare

De obicei, atunci când ne confruntăm cu un proiect de cercetare nu avem la început o întrebare de cercetare bine formulată. Unii vor începe prin a spune „Sunt interesat de subiectul X", unde X poate fi reflectarea în mass media a unei probleme de politică, atitudinile publice cu privire la un lider politic sau un alt fenomen politic sau social. Alții s-ar putea să nu aibă niciun interes sau subiect specific în minte. Astfel, prima sarcină majoră într-un proiect de cercetare este de a găsi un subiect și de a traduce un interes general pentru un subiect într-o întrebare sau o serie de întrebări de cercetare gestionabile.

Determinarea unei întrebări de cercetare adecvate va face ca un proiect de cercetare să aibă un început bun prin definirea și limitarea domeniului investigației și determinarea informațiilor care trebuie colectate pentru a răspunde la întrebarea de cercetare. O întrebare neclară, insuficient de bine formulată duce inevitabil la pierdere de timp și energie și nu va ajuta la determinarea variabilelor dependente și independente, la crearea ipotezelor și la realizarea analizei.

Conform lui Williams (2014), de obicei întrebarea de cercetare este compusă din două părți, include o dependență a unui fenomen, o variabilă, de alt fenomen, o altă variabilă. După formularea ipotezei și realizarea cercetării stabilim dacă această dependență este valabilă sau nu. Elaborarea întrebărilor corecte de cercetare este un prim pas în procesul de cercetare. Dezvoltarea unei întrebări de cercetare implică actualizarea continuă a cunoștințelor cu privire la subiect și rafinarea ideilor la toate etapele, susțin Kellstedt și Whitten (2018). Este recomandat ca întrebarea de cercetare să fie cât mai specifică și concisă, pentru a asigura claritatea cercetării. Autorii din domeniu sugerează să evităm folosirea cuvintelor sau termenilor care nu adaugă la semnificația întrebărilor de cercetare.

Pe lângă efectuarea unei analize a literaturii, este deosebit de util să cerem părerea experților în domeniu, a mentorilor și a colegilor. Astfel de perspective se

pot dovedi benefice nu doar pentru formularea întrebărilor de cercetare, ci și pentru elaborarea celorlalte componente ale cercetării. La fel, este important să evităm cele mai frecvente două greșeli în formularea întrebărilor de cercetare: formularea unei întrebări ca contribuție anticipată și formularea unei întrebări ca metodă.

Întrebările de cercetare constituie elementul esențial al cercetării și determină clar calea pe care o vom parcurge realizând cercetarea atât cantitativă, cât și calitativă. Fiind bine formulate, întrebările de cercetare vor constitui un pas concret pentru determinarea ipotezelor cercetării și pentru selecția variabilelor dependente și independente. La fel, o întrebare de cercetare este importantă pentru formularea ipotezelor și testarea ipotezelor și astfel asigură realizarea eficientă a întregului proces de cercetare.

Exemplu:

Studenții cursului „Metode de cercetare în științele politice" au avut drept scop să analizeze nivelul scăzut al interesului elevilor față de procesul de a vota și participarea scăzută la alegeri. Aceste sarcini urmau să fie transformate în întrebări de cercetare. Primele variante propuse au fost următoarele:

1. *Nivelul scăzut al interesului elevilor față de procesul de vot.*
2. *Participarea scăzută la alegeri a elevilor.*
3. *Elevii nu sunt interesați de tematica alegerilor.*

Studenții considerau la început că aceste enunțuri pot fi acceptate în calitate de întrebări de cercetare.

Deşi importante, faptele singure nu sunt suficiente pentru a da explicații științifice și nu sunt suficiente pentru a formula o întrebare de cercetare. Ceea ce lipseşte aici este o relație, anume – asocierea, dependența sau covarianța valorilor unei variabile cu valorile alteia. Cercetătorii sunt, în general, interesați de modul în care să avanseze și să testeze generalizările referitoare la un concept sau altul.

Astfel, după consultarea în grup și cu profesorul, întrebările de mai sus au fost reformulate în întrebări de cercetare adecvate:

1. *Care este efectul necunoașterii pentru cine să voteze asupra interesului elevilor față de procesul de vot?*
2. *Cum influențează lipsa la membrii familiei a tradiției de a participa la alegeri asupra participării tinerilor la alegeri?*
3. *Nivelul de interes față de politică determină nivelul de interes față de alegeri?*

7.3. Definirea variabilelor pentru proiectul de cercetare

După formularea întrebărilor de cercetare, următorul pas este să propunem o explicație pentru fenomenul care va fi analizat în continuare. Pentru a propune o explicație, definim alte fenomene care ar putea avea tangență cu fenomenul studiat și ar explica corelarea dintre aceste fenomene. Pentru a ajuta la clarificarea relațiilor dintre fenomene, cercetătorii se referă la fenomene ca variabile și disting mai multe tipuri. O variabilă este un concept cu variație sau, pur și simplu, concepte care variază (Berman & Wang, 2018). Mai exact, variabilele reprezintă persoane sau obiecte care pot fi manipulate, controlate sau doar măsurate în cadrul cercetării.

Dacă ne referim la *variabile,* după semnificația cuvântului „variabilă" ne așteptăm ca valoarea conceptelor pe care le identificăm ca variabile să varieze sau să se schimbe. Un concept care nu se schimbă în valoare se numește constantă și nu poate fi folosit pentru a investiga o relație. Uneori se așteaptă ca un concept să varieze și astfel să fie potrivit pentru includerea într-un proiect de cercetare, doar pentru ca un cercetător să descopere mai târziu că conceptul nu variază în contextul în care este utilizat. De exemplu, o studentă care își propune să realizeze un sondaj pentru a fi distribuit colegilor ei de grupă a intenționat să cerceteze dacă studenții care au făcut serviciul în armată sau care au un membru al familiei în armată au atitudini diferite față de serviciul militar. Dar ea a descoperit că niciunul dintre studenți din grupa ei nu avea legături cu serviciul militar: a nu avea legături cu serviciul militar s-a dovedit a fi o constantă. Drept urmare, studenta trebuie să se gândească la alți factori care ar putea explica diferențele în atitudinea studenților față de serviciul militar.

În literatura de specialitate se identifică mai multe tipuri de variabile:

- *Variabilele independente* (VI) – influențează, afectează sau cauzează un alt fenomen. VI mai sunt numite variabile explicatorii sau manipulate. Astfel, un fenomen despre care credem că ne va ajuta să explicăm caracteristicile unui fenomen cercetat sau comportamentul unui lider se numește variabilă independentă. Se crede că variabilele independente influențează, afectează sau provoacă un alt fenomen.
- *Variabilele dependente* (VD) – sunt cauzate, depind de sau sunt o funcție a unei variabile independente. VD mai sunt numite variabile care sunt explicate sau de rezultat. O variabilă dependentă este considerată a fi cauzată, depinde de sau poate fi o funcție a unei variabile independente. Prin urmare, în cazul în care un cercetător vrea să cerceteze dacă un nivel de educație mai înalt va duce mai

târziu la creșterea veniturilor; cu alte cuvinte, dacă acel venit poate fi explicat prin educație, atunci anii de educație formală ar fi variabila independentă, iar venitul ar fi variabila dependentă.

- *Variabilele de intervenție* – se situează între o variabilă independentă și o variabilă dependentă și ajută la explicarea procesului prin care una o influențează pe cealaltă. O variabilă care apare mai aproape în timp de variabila dependentă și este ea însăși afectată de alte variabile independente se numește variabilă de intervenție (Blanche et al., 2006). De exemplu, cercetătorul ar putea presupune că educația formală ar putea să influențeze ca persoana să se informeze. Persoana vrea să ia o decizie în cunoștință de cauză și se informează referitor la concurenții electorali, ceea ce, la rândul său, determină prezența la vot. La fel, nivelul de educație ar putea determina nivelul simțului datoriei civice de a vota.

Tabelul 7.1. Variabilele independente, dependente și de intervenție

Nivelul de educație	Simțul datoriei civice	Decizia de a participa la alegeri
	Cunoașterea poziției candidaților	
(*Variabilă independentă*)	(*Variabilă de intervenție*)	(*Variabilă dependentă*)

Explicațiile propuse pentru fenomenele politice sunt adesea mai complicate decât simpla identificare a unei variabile independente despre care se crede că explică variația unei variabile dependente. De obicei, este nevoie de mai mult de un fenomen pentru a explica în mod adecvat majoritatea comportamentului politic. Uneori, pe lângă faptul că susțin că variabilele independente sunt legate de variabila dependentă, cercetătorii indică relații între variabilele independente. În special, am putea dori să determinăm care variabile independente apar înaintea altor variabile independente și să indicăm care dintre ele au un efect mai direct, spre deosebire de indirect, asupra fenomenului pe care încercăm să-l explicăm (variabila dependentă).

7.4. Formularea ipotezelor în lucrarea științifică

Până acum am discutat diferite etape ale procesului de cercetare: selectarea temei de cercetare și identificarea întrebării de cercetare pentru a descrie aceste fenomene. În continuare, cercetătorul decide care sunt ipotezele și definește conceptele utilizate.

Ipotezele sunt afirmații explicite care indică modul în care cercetătorul crede că fenomenele (și variabilele) sunt corelate (Creswell & Creswell, 2018). Ipotezele sunt presupuneri, dar de natură educată, care reprezintă explicația propusă pentru unele fenomene și care indică modul în care se crede că o variabilă independentă afectează, influențează sau modifică o variabilă dependentă. Deoarece ipotezele sunt relații propuse, ele se pot dovedi a fi corecte sau incorecte. Pentru a testa o ipoteză în mod adecvat și persuasiv, aceasta trebuie formulată corespunzător.

De fapt, limbajul nostru de zi cu zi este plin de ipoteze, deși este posibil să nu fie formulate corect. Când ne întrebăm de ce o anumită țară se confruntă cu tulburări sociale și decidem că acestea au loc din cauza că populația este analfabetă, săracă și diversă din punct de vedere etnic, propunem ipoteze legate de alfabetizare, nivel economic, omogenitate etnică și stabilitate politică. Dar în viața de zi cu zi nu întotdeauna facem pasul următor, de a efectua o cercetare ca să stabilim dacă ipotezele formulate de noi sunt corecte.

Ori de câte ori propunem o explicație pentru orice fenomen, ne angajăm în etapele preliminare ale formulării ipotezelor. Una dintre diferențele dintre a face acest lucru în conversația de zi cu zi și a face acest lucru ca parte a unui proiect de cercetare științifică este că, în cercetare, formularea ipotezelor este doar începutul unui proces care va include un test al ipotezelor noastre. În viața de zi cu zi, rareori întreprindem o cercetare amplă pentru a testa ipotezele pe care le formulăm.

Modul clasic de testare a ipotezelor este cel prin intermediul ipotezei nule. *Ipoteza nulă* (se notează, de regulă, cu H0) stabilește că nu există relație dintre cele două concepte, că eventualele deosebiri dintre doi parametri sunt întâmplătoare. Ipoteza care se testează în opoziție cu ipoteza nulă se numește *ipoteză alternativă* și se notează cu H1 (din limba engleză – hypothesis). Ipoteza alternativă se va accepta atunci când se respinge ipoteza nulă, și invers.

Cercetătorii Berman și Wang (2018) reiterează că, în dependență de propunerile referitor la relațiile dintre concepte, putem formula mai multe ipoteze. Ipotezele se deduc din teorie, fiecare propoziție dintr-o teorie eventual poate fi o ipoteză. Astfel și rolul ipotezelor este de testare și de verificare a teoriei. Într-un sens mai larg, ipotezele descriu în termeni concreți care sunt așteptările în cazul studiului pe care îl realizăm. Pentru ca ipotezele pe care le avansăm să fie credibile trebuie să avem o coerență externă, adică să nu contrazicem ceea ce se cunoaște deja (în cazul în care nu ne-am propus tocmai acest lucru), precum și o consistență internă, adică să nu avem contradicții între ipoteze.

Presupunem că avem o ipoteză:

H1 – între variabilele A și B avem o relație.

Noi vom testa, de fapt, ipoteza contrară, numită ipoteza nulă:

H0 – între variabilele A și B nu există nicio relație, variabilele sunt interdependente.

În momentul în care reușim să respinge ipoteza nulă putem spune că se confirmă ipoteza de la care am plecat, ipoteza alternativă. O cercetare bună se construiește în jurul unei ipoteze bune și nu în jurul unei anumite metode de investigație, oricât de sofisticată ar fi. Metoda se subordonează ipotezei și nu invers.

Ipotezele bine formulate au următoarele caracteristici, conform lui O'Sullivan et al. (2017):

- Ipotezele trebuie să fie afirmații empirice, care descriu viața socială, și nu normative, bazate pe valoarea judecății. Cercetătorii ar trebui să fie capabili să precizeze modul în care conceptul central este legat de alte concepte.
- Sunt caracterizate de posibilitatea de a se referi la generalitate; astfel, propun relații care se referă la mai multe apariții ale unui fenomen decât la o singură apariție. Formulând ipotezele putem asigura că vom încerca să extindem scopul cercetării noastre dincolo de un singur caz.
- Sunt plauzibile. Prin urmare, un cercetător ar trebui să aibă un motiv logic pentru a crede că ipoteza ar putea fi confirmată și să justifice de ce relația din fiecare ipoteză ar putea fi susținută.
- Sunt specifice. Cercetătorul trebuie să indice nu doar existența corelației dintre fenomene, dar și direcția relației așteptate între două sau mai multe variabile. Conceptele folosite într-o ipoteză ar trebui să fie, de asemenea, bine definite, astfel încât sensul lor să nu fie ambiguu.
- Sunt formulate într-o manieră care să corespundă modului în care cercetătorul intenționează să testeze ipotezele. O ipoteză trebuie să fie în concordanță cu datele disponibile.
- Sunt testabile. Ipotezele trebuie să fie posibile și fezabile pentru a obține date care să permită testarea ipotezei. Uneori lipsa finanțării unei cercetări sau timpul limitat la fel pot face ca un proiect de cercetare să nu poată fi realizat.

O ipoteză este o explicație sugerată și este în primul rând *testabilă* – dacă nu puteți utiliza experimente sau date pentru a decide dacă o idee este adevărată sau falsă, atunci nu este o ipoteză. Ipotezele pentru care fie confirmarea, fie infirmarea dovezilor este imposibil de adunat, nu sunt supuse testării și, prin urmare, sunt inutilizabile în scopuri empirice. Ipotezele enunțate în formă tautologică sunt de asemenea netestabile. O tautologie este o afirmație care leagă două concepte care înseamnă în esență același lucru.

Pe lângă propunerea unei relații între două sau mai multe variabile, o ipoteză specifică sau implică, de asemenea, tipurile sau nivelurile de actor politic sau de entitate la care se crede că se aplică ipoteza. Această entitate se numește *unitatea de analiză a ipotezei*, conform lui Berman și Wang (2018) și, de asemenea, trebuie selectată cu precauție. O unitate de analiză clar definită structurează și facilitează colectarea datelor pentru măsurarea variabilelor de interes.

Cercetătorii în domeniul științelor politice sunt interesați să înțeleagă comportamentul sau proprietățile tuturor tipurilor de actori politici (indivizi, grupuri, state, agenții guvernamentale, organizații, regiuni, națiuni) și evenimente (alegeri, războaie, conflicte). Tipul particular de actor al cărui comportament politic este numit într-o ipoteză este unitatea de analiză pentru proiectul de cercetare, susține Baglione (2019*).* Într-un studiu de comportament electoral, de exemplu, alegerile ar putea fi unitățile de analiză în următoarea ipoteză: dacă un concurent electoral cheltuiește cu mult mai mulți bani în alegeri, el are șanse cu mult mai mari de a învinge în comparație cu alți candidați. În acest caz analizăm un număr anumit de cazuri de alegeri (unitate de analiză a ipotezei) ca să stabilim dacă ipoteza se adeverește.

7.5. Semnificația definirii conceptelor

În viața noastră de zi cu zi folosim etichete sau *concepte* pentru a numi și a descrie caracteristicile mediului nostru. De exemplu, descriem unii politicieni ca fiind liberali și alții ca conservatori, unii colegi ca fiind timizi și alții ca fiind extroverți. Aceste atribute, sau concepte, sunt utile ca să observăm și să înțelegem aspecte ale mediului nostru înconjurător și ne ajută în procesul de comunicare.

Conceptele contribuie, de asemenea, la identificarea și delimitarea disciplinelor științifice în cadrul cărora se desfășoară cercetarea. De fapt, o disciplină își păstrează în mare măsură identitatea, datorită faptului că diferiți cercetători din cadrul ei împărtășesc aceleași concepte. Știința politică se preocupă de concepte precum democrația, puterea, reprezentarea, justiția și egalitatea.

Totuși, granițele disciplinelor nu sunt destul de bine definite sau rigide. Oamenii de știință politică, sociologii și antropologii împărtășesc un interes comun în modul în care noii membri ai unei societăți sunt socializați cu normele și convingerile acelei societăți, de exemplu. Cu toate acestea, pentru că o anumită disciplină are un nivel minim de consens în ceea ce privește conceptele sale mai semnificative, cercetătorii pot comunica de obicei mai ușor cu alți cercetători din aceeași disciplină decât cu cercetătorii din alte discipline.

Conceptele sunt reprezentarea mentală sau imaginea pe care o formăm după abstractizarea și generalizarea calităților pe care obiectele și fenomenele le au în comun. Conceptele pot fi explicate prin aducerea *definițiilor*, care specifică semnificația unei unități lexicale, ca de exemplu un cuvânt sau frază. Conceptul este o abstractizare și o generalizare a obiectelor după calitățile lor comune, iar definițiile specifică semnificația și oferă explicații. Definițiile aduc o descriere, care urmează să fie concisă și obiectivă.

Multe concepte de care se ocupă politologii sunt abstracte și nu au un sens complet, precis sau comun. Acest lucru împiedică comunicarea privind cercetarea și creează incertitudine în ceea ce privește măsurarea unui fenomen. În consecință, un cercetător trebuie să explice ce se înțelege prin concept, astfel încât cei care citesc și evaluează cercetarea să poată decide dacă sensul este în acord cu propria înțelegere a termenului.

Cercetătorii în acest caz oferă definiții și pot recurge la ajutor în definirea conceptelor prin revizuirea și împrumutarea (cu referințe și eventual cu modificări) definițiilor dezvoltate de predecesorii din acest domeniu. De exemplu, un cercetător interesat de atitudinile politice și comportamentul publicului ar găsi următoarele definiții ale conceptelor-cheie din literatura existentă:

- *Participarea politică*: „Acele activități ale cetățenilor privați care au ca scop mai mult sau mai puțin direct influențarea selecției personalului guvernamental și/sau acțiunile pe care le întreprind.” (Verba & Nie, 1972)
- *Violența politică*: „Toate atacurile colective din cadrul unei comunități politice împotriva regimului politic, a actorilor acestuia – inclusiv a grupurilor politice concurente, precum și a titularilor în funcție – sau a politicilor acestuia.” (Gurr, 2011)
- *Eficacitate politică:* „Sentimentul că acțiunea politică individuală are sau poate avea un impact asupra proceselor politice – că merită să-și îndeplinească îndatoririle civice.” (Sulitzeanu-Kenan & Halperin, 2013)

Definițiile clare ale conceptelor sunt importante dacă dorim să dezvoltăm ipoteze specifice și să evităm tautologiile. De asemenea, sunt importante, astfel încât cunoștințele pe care le dobândim din ipotezele noastre să fie transmisibile și empirice. Din aceste motive, măsurarea variabilelor este un aspect critic al procesului de cercetare și necesită o gândire și o considerație semnificativă.

Exemplu:

Studenții de la cursul „Metode de cercetare în științele politice", care au planificat un proiect de cercetare pentru a studia atitudinile de vot ale elevilor, au elaborat întrebări de cercetare, ipoteze și au determinat variabilele dependente și independente. Pentru fiecare întrebare de cercetare pot fi formulate câteva ipoteze de cercetare, ipoteze nule și determinate variabilele independente și dependente.

1. ***Ipoteza de cercetare (H1):*** *Dacă elevii nu cunosc unde să voteze, acest lucru va cauza nivelul scăzut al interesului față de alegeri.*
   Ipoteza nulă (H0)1: *Cunoștințele despre unde să voteze nu influențează în niciun mod nivelul interesului față de alegeri.*
   Ipoteza de cercetare (H2): *Dacă elevii nu cunosc pentru cine să voteze, acest lucru va cauza nivelul scăzut al interesului față de alegeri.*
   Ipoteza nulă (H0)2: *Cunoștințele despre pentru cine să voteze nu influențează în niciun mod nivelul interesului față de alegeri.*
   Variabila independentă (VI)1: *Gradul de cunoaștere a locului unde să voteze.*
   VI2: *Gradul de cunoaștere a candidaților în scrutinul electoral.*
   Variabila dependentă (VD): *Gradul de interes față de alegeri.*
2. ***H1:*** *Tradiția părinților de a participa sau nu la alegeri determină participarea scăzută la alegeri a elevilor.*
   H0: *Faptul că membrii familiei participă sau nu la alegeri nu determină în niciun mod faptul cum participă la vot elevii.*
   VI: *Frecvența participării părinților la scrutinele electorale.*
   VD: *Gradul de participare la vot a elevilor.*
3. ***H1:*** *Lipsa interesului față de politică cauzează interesul scăzut față de alegeri.*
   H0: *Interesul față de politică nu influențează interesul față de alegeri.*
   VI: *Nivelul de interes al elevilor față de politică în general.*
   VD: *Nivelul de interes al elevilor față de alegeri.*

Sarcini de autoevaluare:

1. Care sunt diferitele surse pentru selectarea temei de cercetare?
2. Cum determinăm dacă o temă de cercetare este fezabilă?
3. Caracterizați importanța formulării titlului lucrării de cercetare.
4. Cum se formulează întrebările de cercetare? Care este importanța lor?
5. Care este esența definirii variabilelor dependente și independente în proiectul de cercetare?
6. Aduceți un exemplu de variabile dependente, independente și de intervenție.
7. Care este importanța formulării ipotezelor pentru efectuarea cercetării?
8. Explicați necesitatea edificării blocurilor de cercetare și în particular a definirii variabilelor, formulării ipotezelor și definirii conceptelor.

Tematica pentru studiul individual:

- Care este părerea dvs. despre următoarea temă de cercetare: „Cercetare experimentală referitor la efectele dezinformării și informării false care duc la erodarea încrederii în valorile democratice în timpul pandemiilor globale și în special în perioada COVID-19?" Care este părerea dvs. referitor la acest titlu? Dacă ar fi să îl formulați din nou, cum l-ați reformula? Argumentați răspunsurile.
- Considerați următoarea temă de cercetare: „Impactul religiei asupra deciziei de vot a tinerilor". Formulați ipotezele pentru această cercetare.
- La aceeași temă de cercetare determinați variabila dependentă și variabilele independente. Care ar fi variabilele de intervenție în acest caz? Argumentați răspunsul dvs.
- Pentru o temă de cercetare referitor la comportamentul electoral au fost propuse următoarele ipoteze: 1) „Se consideră că tinerii ar trebui să participe mai activ la vot" și 2) „Alegătorii care susțin partidul liberal admiră preponderent muzica clasică". Evaluați formularea ipotezelor și apreciați calitatea lor. Explicați și argumentați răspunsul dvs.
- Formulați două ipoteze astfel încât în prima ipoteză variabila *participarea la vot* să fie variabilă dependentă, iar în cea de-a doua să fie variabilă independentă.
- Analizați conceptele care vor fi folosite în cercetarea planificată de dvs. Cercetați literatura de specialitate și definiți conceptele selectate. Indicați dacă sunt anumite divergențe în formularea conceptelor la diferiți autori. Specificați formularea care va fi acceptată și utilizată în lucrarea dvs.

Bibliografie:

BABBIE, E. *The practice of social research*. Cengage learning, 2021.

BAGLIONE, L. *Writing a research paper in political science: A practical guide to inquiry, structure, and methods*. CQ Press, 2018.

BERMAN, E., WANG, X. *Essential Statistics for Public Managers & Policy Analysts*. Sage, 2018.

BLANCHE, M.T., BLANCHE, M.J.T., DURRHEIM, K., & PAINTER, D., eds. *Research in practice: Applied methods for the social sciences*. Juta and Company Ltd., 2006.

COPPEDGE, M., GERRING, J., et al. Conceptualizing and measuring democracy: A new approach. In: *Perspectives on Politics*. 2011, vol. 9, no. 2, p. 247-267.

CRESWELL, J., CRESWELL., D. *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* Sage Publications, 2018.

GURR, T. *Why men rebel*. New York: Routledge, 2011.

KELLSTEDT, P., WHITTEN, G. *The fundamentals of political science research*. Cambridge University Press, 2018.

MCNABB, D. *Research methods for political science: Quantitative and qualitative methods*. Routledge, 2015.

O'SULLIVAN, E., RASSEL, G., et al. *Research methods for public administrators.* Routledge, 2017.

PATTEN, M. *Understanding research methods: An overview of the essentials*. 10 ed. Routledge, 2017.

PENNINGS, P., KEMAN, H., KLEINNIJENHUIS, J. *Doing research in political science: An introduction to comparative methods and statistics*. Sage, 2005.

REMLER, D., VAN RYZIN, G. *Research methods in practice: Strategies for description and causation*. 2 ed. Sage, 2014.

SULITZEANU-KENAN, R., HALPERIN, E. Making a difference: Political efficacy and policy preference construction. In: *British Journal of Political Science*, 2013, vol. 43, no. 2, p. 295-322.

TAN, W. *Research methods: A practical guide for students and researchers.* New Jersey: World Scientific Publishing, 2017.

VERBA, S., NIE, N. *Participation in America: Political democracy and social equality.* Harper & Row, 1972.

WILLIAMS, K. *Research and writing guide for political science.* Oxford University Press, 2014.

Tema 8. METODE CALITATIVE DE CERCETARE

Conținuturi:

8.1. Esența utilizării metodelor calitative în cercetare
8.2. Metoda interviului și tipurile de interviu
8.3. Metoda interviul de grup focusat (focus grup): tipuri, semnificație și etape de desfășurare
8.4. Metoda studiu de caz: tipuri și logica selecției cazurilor

Obiective:

- să definească esența și caracteristicile cercetării calitative;
- să determine metodele de asigurare a siguranței datelor și a validității cercetărilor cantitative;
- să analizeze elementele interviului și tipurile de interviu;
- să compare interviul individual și interviul de grup;
- să analizeze caracteristicile interviului focusat și utilizarea acestei metode în viața politică;
- să demonstreze necesitatea abordării științifice și utilizarea metodelor calitative în viața politică.

Termeni-cheie: cercetare calitativă, triangulare, interviu, interviu în persoană, interviu individual în profunzime, interviu la telefon sau online, ghid de interviu, interviu de grup focusat, studiu de caz.

Repere de conținut

8.1. Esența utilizării metodelor calitative în cercetare

Cercetarea calitativă este definitivată prin implicarea unei abordări interpretative și naturaliste a fenomenului studiat, unde cercetătorii realizează studiile lucrurilor în mediu lor natural. Cercetătorii Denzin și Lincoln (2011) susțin că cercetarea calitativă desemnează orice studiu empiric în științele umane și sociale care are următoarele caracteristici:

- este concepută în mare parte dintr-o perspectivă comprehensivă;
- își elaborează obiectul de studiu într-un mod deschis și amplu;

- include o culegere de date efectuată cu metode care nu implică în momentul culegerii nicio cuantificare, nicio prelucrare chiar;
- dă prilejul unei analize calitative a datelor în care cuvintele sunt analizate direct prin intermediul altor cuvinte, fără să fie trecute printr-o operație numerică;
- se termină cu o povestire sau o teorie.

Unii critici ai metodei calitative de cercetare pun în discuție siguranța datelor și validitatea cercetării. Totuși, specifică susținătorii metodelor calitative, siguranța poate fi atinsă și în cercetarea calitativă, prin folosirea unor metode standardizate de luare a notițelor pe teren, de elaborare a transcrierilor, precum și prin compararea analizelor efectuate asupra aceluiași set de date de către alți cercetători (Flick, 2008).

În acest caz utilizăm *metoda de triangulare*, o tehnică de validare prin care cercetătorul suprapune și combină mai multe tehnici de culegere a datelor pentru a compensa distorsiunile inerente fiecăreia dintre ele. După cum afirmă Natow (2020), metoda triangulării poate fi aplicată la culegerea datelor, la verificarea cercetătorului și a cadrului teoretic, la fel și la selectarea metodologiei și a perspectivelor cercetării.

Triangularea datelor include câteva dimensiuni – timpul, spațiul, persoanele și încearcă să pună în relief originalitatea și anvergura punctelor de vedere adunate, datorită lărgirii eșantionului. Cercetătorul caută medii sau contexte diferite pentru a evidenția convergențele și divergențele rezultatelor produse și descrie cu lix de amănunte discursurile participanților.

Triangularea cercetătorului implică participarea mai multor persoane la cercetare, astfel comparându-se observațiile și interpretările acestora. Datele culese de un cercetător trebuie să fie puse la dispoziția altor cercetători pentru ca aceștia să le poată analiza și confirma.

Triangularea teoretică se asigură în cazul în care interpretarea datelor se va face aplicând mai multe cadre teoretice. Combinarea diferitor teorii va da cercetătorului posibilitatea să ia în considerare mai mult de un singur unghi de interpretare.

Triangularea metodologică presupune recurgerea la mai multe tehnici de culegere a datelor pentru a obține forme de expresie și de discurs variate: observații, interviuri, desene, produceri de texte scrise, reducându-se slăbiciunile și distorsiunile inerente fiecăreia dintre ele.

Triangularea perspectivelor prevede îmbinarea mai multor perspective ale cercetării calitative, reliefându-se punctele forte ale fiecăreia.

Generalizarea datelor într-o cercetare calitativă poate fi asigurată prin *combinarea cercetării calitative cu măsurările cantitative* ale populației.

Metodele de cercetare, după cum am menționat mai sus, sunt interșanjabile și pot fi folosite la diferite etape ale proiectului de cercetare. De regulă, metodele calitative se aplică mai ales în fazele preliminare ale cercetării, în care sunt analizate problemele și sunt identificate alternativele și soluțiile. Conform lui Creswell (2007), acestea se pot folosi însă și la etapa finală, de interpretare a datelor și de formulare a recomandărilor. La etapa preliminară, cele mai importante activități sunt definirea conceptelor, structurarea materialelor, precum și crearea unei imagini de ansamblu. În procesul de analiză, aspectele de ordin calitativ au aceeași importanță ca și datele și abordările statistice.

Enumerarea și descrierea tuturor metodelor de analiză calitativă ar fi greu de realizat în acest text, deoarece aceasta este o ramură în continuă dezvoltare și diferiți autori dau prioritate diferitor metode. Printre metodele calitative se numără studiul de cercetare narativă, studiul fenomenologic, studiul de teorie fundamentală, studiul de etnografie și studiul de caz. Cele mai răspândite metode sunt interviul și observația.

Alte metode, care sunt organizate sub formă de discuții de grup și la care participă reprezentații instituțiilor implicate și partenerii sociali, sunt interviul de grup focusat (focus grup) și brainstormingul, în cadrul căruia poate fi utilizată analiza SWOT, „arborele problemei" și diagrama „os de pește". Aceste metode, fiind clasificate și ca metode participative, sunt atribuite, la fel, la categoria metodelor calitative. Ne vom referi pe scurt la ele în continuare, incluzând și posibilitatea de a utiliza resursele online pentru implementarea acestor metode de analiză.

8.2. Metoda interviului și tipurile de interviu

Interviul este o încercare de a obține informații prin intermediul unor întrebări și răspunsuri din cadrul unor convorbiri. 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 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 individual este o metodă de a obține informații de la o persoană în formă de întrebări și răspunsuri. Valoarea interviului individual este de a se referi în detalii la tema de cercetare și de a afla răspunsuri de la subiect.

Există mai multe posibilități de clasificare a interviurilor:

– *După genul de convorbire*, distingem interviuri *față în față* sau *prin telefon*. În perioada pandemiei COVID-19 s-au efectuat și multe interviuri *prin internet*, ca fiind o alternativă a interviului față în față. Unii autori consideră că există și metoda prin poștă, dar acest gen de interviu este propriu mai mult sondajului de opinie publică. Primul tip este considerat a fi mai corect din punct de vedere științific, știindu-se ce importanță au componentele non-verbale într-o comunicare. Varianta efectuării interviului online, prin intermediul internetului, are avantajul accesibilității la distanțe mari și 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, *interviuri semistructurate*, în care avem stabilite doar întrebările de bază care vor fi adresate și *interviuri nestructurate* (sau discuții informale), în care discuțiile se poartă liber pe baza unei anumite tematici.

Interviurile *individuale* pot fi de tip conversație sau interviu bazat pe ghid, interviu structurat. Diferența dintre aceste tipuri ține de nivelul de formalizare a întrebărilor și de metodele de analiză a datelor folosite. Interviurile de tip conversație, susțin Esposito și Evans-Winters (2021), pot fi folosite mai ales la etapa inițială a cercetării, pentru a acumula informația care mai apoi poate fi utilizată la crearea chestionarului. Interviurile structurate și semistructurate, bazate pe ghid, pot fi folosite la etapa finală a cercetării, pentru a obține informații standardizate și pentru a decide frecvența cu care revine o anumită părere.

Interviul este un instrument de analiză util pentru identificarea problemelor, soluțiilor și evaluarea implementării. Valoarea interviului rezidă în posibilitatea de a depista problemele, dar în același timp de a culege informații cu privire la soluțiile acestor probleme. Interviul oferă posibilitatea de a colecta părerile experților, ale liderilor sociali și politici. Pentru a realiza proiecte de cercetare în domeniul politic este important să aflăm părerea oficialilor guvernamentali, a experților în domeniu, a liderilor politici de la putere și din opoziție.

Pentru a organiza un interviu, urmează să parcurgem câțiva pași bine determinați:

- La început se selectează persoanele pentru interviu. În cadrul metodelor calitative, selectarea participanților nu neapărat urmează să fie efectuată în baza selecției aleatorii, ca și în cazul cercetării cantitative. Selectarea persoanelor pentru interviu poate fi făcută în dependență de scopul și sarcinile cercetării și să aibă o formă deliberată. Cantitatea în acest caz

nu este neapărat un criteriu; în cazul cercetărilor calitative nu suntem atât de interesați de problema dimensiunii eșantionului (Lofland, 1971). În principiu, numărul interviurilor poate să varieze între 5 și 50, în dependență de obiectivele cercetării, tipul participanților și informațiile obținute. La un moment dat poate apărea problema saturației, afirmă Aurini et al. (2021) – în cazul în care cercetătorul nu mai obține informații noi din noile interviuri. În acest caz putem considera că am obținut un eșantion adecvat.

- Pregătirea către interviu se efectuează în dependență de tipul interviului. Pentru interviul nestructurat intervievatorul urmează să studieze problemele analizate în prealabil, să cunoască literatura în domeniu și să fie pregătit să adreseze întrebări. În cazul interviurilor informale, lista cu întrebări nu se consideră a fi obligatorie. Uneori este mai fructuoasă o discuție liberă pe marginea subiectului. De la un interviu la altul se pot adăuga întrebări, iar lista de întrebări se poate modifica pe durata procesului de intervievare.

Pentru interviul structurat, urmează sa alcătuim ghidul de interviu sau o listă cu întrebările prestabilite, bine formulate și cu o structură logică. În cazul interviului structurat, acesta se aplică la toți participanții la fel, respectând formatul și consecutivitatea întrebărilor.

- Interviurile pot avea loc față în față sau la telefon. Recent, în perioada pandemiei COVID-19 (2019-2021) tot mai mult s-au organizat interviuri online, care încorporează elemente ale interviurilor față în față și ale celor prin telefon. La fel, interviurile prin internet pot fi individuale sau în grup (Keen et al., 2022).
- Pentru a realiza interviul, la început este necesar de invitat persoana dată la interviu și de obținut un răspuns afirmativ. De obicei, se trimite o scrisoare sau un e-mail cu o cerere, care să includă o prezentare a scopului și sarcinilor cercetării, stabilirea principiilor interviului și timpul pentru interviu.
- Interviurile urmează să fie înregistrate audio sau video cu acordul celui intervievat. Ulterior, interviurile se transcriu. Dacă este necesar, se recomandă ca o primă transcriere a interviului să fie oferită persoanei intervievate pentru a verifica reflectarea corectă a opiniilor formulate în cursul interviului. Dacă a fost specificat că interviurile sunt anonime, nu se publică numele persoanei și poziția acesteia. Dacă a fost obținut

consimțământul intervievatului de a publica numele, se indică numele celui care a participat la interviu.

- După efectuarea interviului se recomandă de a trimite o scrisoare sau un e-mail de mulțumire și textul final al interviului pentru a fi aprobat de cel intervievat.
- Analiza rezultatelor interviurilor include scrierea raportului de totalizare și elaborarea recomandărilor. Toate opiniile exprimate în interviuri trebuie rezumate și comparate. Toate opiniile comune și divergente sunt definite și inventariate. Raportul final trebuie să cuprindă o listă a persoanelor intervievate în cazul în care interviurile nu au fost anonime.

Clasificarea informațiilor se poate face sub forma unui tabel care să surprindă principalele mesaje din interviuri, grupate în funcție de problemele generale puse în discuție. La final, se elaborează lista problemelor identificate în urma interviurilor, precum și lista recomandărilor exprimate în interviuri care țin de aria problemei în cauză.

Avantajele interviurilor includ posibilitatea cercetătorului să direcționeze discuția din cadrul interviului în albia dorită și să includă întrebări care pot scoate în evidență anumite detalii sau explicații. În urma interviului structurat cercetătorul poate să depisteze problemele care persistă și să determine care sunt recomandările cel mai des invocate.

Dezavantajele unui interviu includ faptul că informația colectată este filtrată de părerile subiective ale celor intervievați și informația este colectată într-un loc prestabilit, nu într-un habitat natural. Un alt dezavantaj este că nu toate persoanele pot sa-și articuleze la fel de bine gândurile și astfel pot apărea interpretări neadecvate și imprecise.

Exemplu:

Pentru un proiect de cercetare referitor la rolul opiniei publice și al mass media în formarea politicii externe a Republicii Moldova autoarea a organizat în 2020 șase interviuri cu experții mass media și în relații internaționale. Ghidul de interviu structurat include întrebările care au fost adresate tuturor celor intervievați. Interviurile au fost organizate online pe parcursul a 45-60 de minute. Experții au fost invitați la interviu print-o scrisoare de invitație prin e-mail. Cei care au dat consimțământul să participe la interviu au primit informații despre scopul cercetării și lista cu întrebări. Cu acordul participanților interviurile au

fost înregistrate. Participanții au dat consimțământul ca interviurile să nu fie anonime, dar să fie utilizat numele și locul lor de muncă.

Ghidul de interviu a inclus următoarele întrebări:

1. Aș aprecia părerea dvs. referitor la rolul opiniei publice privind politica externă. Credeți că opinia publică influențează politica externă a Republicii Moldova (RM)? Dacă da, în ce condiții? Dacă nu, de ce nu?

2. Credeți că guvernanții iau în considerare rezultatele sondajelor de opinie când iau decizii referitor la politica externă?

3. Credeți că în procesul de luare a deciziilor președinții RM țin cont de opinia publică?

4. O întrebare mai concretă: susținerea pentru aderarea RM la Uniunea Europeană a fost cea mai înaltă (76,2%) pe parcursul anului 2007, când Partidul Comuniștilor era la guvernare. Dvs. cum ați explica acest fenomen?

5. La fel, pe parcursul anilor 2018-2019 susținerea pentru UE a crescut de la 42% la 59% și președinte al RM era Igor Dodon, un susținător al legăturilor RM cu Rusia. Dvs. ce părere aveți referitor la acest proces?

6. Credeți ca opinia publică reacționează la deciziile actorilor externi? La deciziile luate de UE, de Federația Rusă, de SUA?

7. Care credeți că este rolul mass media în crearea opiniei publice în RM? În luarea deciziilor referitor la politica externă a RM?

8. Credeți că în RM, în condițiile în care mass media, și îndeosebi audiovizualul, este controlată de interesele politice, magnați, media influențează opinia publică? Dar luarea deciziilor de politică externă a RM?

9. În 2014 în RM încrederea în mass media era de 60%, în 2016 – de 30% și în 2021 – de 37%. Care este părerea dvs. referitor la faptul că mass media a pierdut din încredere începând cu 2015?

10. Care credeți că este rolul mass media din Rusia, difuzată în Moldova, în formarea opiniei publice?

11. La sfârșit aș aprecia să-mi spuneți dacă ați dori să mai adăugați ceva referitor la rolul opiniei publice și al mass media în formularea politicii externe a Republicii Moldova?

După interviu participanților li s-a prezentat transcrierea interviului pentru verificare. După aprobarea textului fiecărui participant i-a fost trimis un e-mail de mulțumire pentru participarea la interviu.

8.3. Metoda interviul de grup focusat (focus grup): tipuri, semnificație și etape de desfășurare

Interviul de grup focusat, sau focus grup, este o discuție organizată cu un grup selectat de participanți, cu scopul de a obține opinii colective despre un anumit subiect. Focus grupurile pot fi folosite pe cont propriu sau folosite împreună cu alte metode de cercetare (Wilkinson, 1998). Un focus grup este o metodă de cercetare calitativă și se călăuzește de epistemologia obstrucționismului. Ideea este că realitatea nu se bazează doar pe observație, ci și pe semnificații pe care indivizii le construiesc prin experiențele și interpretările lor personale, care sunt de obicei definite cultural și situate istoric, susține Freitas et al. (1998). Prin urmare, un focus grup nu este menit să caute generalizări sau să demonstreze ipoteze. În schimb, focus grupul poate fi utilizat pentru a explora și explica un subiect dintr-o poziție care este apropiată de perspectivele unui anumit grup de oameni, cu o încercare de a oferi perspective utile în înțelegerea unei populații mai largi sau a unui fenomen general.

De obicei focus grupurile se organizează cu participanții care provin dintr-un grup cu trăsături principale similare (de exemplu, părinți, studenți, reprezentanți ai minorităților naționale etc.). În acest caz se asigură condițiile ca toți participanții să se simtă confortabil în timpul sesiunii. Discuțiile din cadrul focus grupurilor trebuie să fie conduse de către un facilitator neutru, nepărtinitor, care va asigura ca toți participanții să aibă posibilitate să-și expună părerile și să preîntâmpine ca cineva să domine discuția.

Metoda focus grupurilor a apărut inițial în domeniul marketingului, în scopul de analiză a impactului strategiilor de marketing la începutul anilor 1920 în SUA. În timpul celui de-al Doilea Război Mondial cercetătorii Robert Merton și Paul Lazarfield organizau focus grupuri pentru a analiza eficiența propagandei. Merton a conceput procedura în care doisprezece participanți la un post de radio reacționau la știri pozitive sau negative prin apăsarea butoanelor roșu și verde. Mai târziu, Merton a creat o procedură de interviu pentru a obține o perspectivă suplimentară asupra reacțiilor subiective ale participanților (Morgan, 1996).

În continuare focus grupurile sunt folosite în diferite domenii de cercetare pentru a afla părerile și a înțelege opiniile diferitor grupuri de oameni. În domeniul științelor politice interviurile de grup focusat sunt utilizate pe larg în perioada campaniei electorale, pentru a afla părerea cetățenilor despre candidați și reacția diferitor grupuri la materialele de propagandă electorală.

În funcție de componența grupului, putem avea:
- interviu de grup natural, cum ar fi funcționarii dintr-un birou. În acest caz trebuie să evităm includerea persoanelor cu autoritate, cum ar fi șeful de birou, deoarece grupul nu va participa deschis la discuție în prezența șefului;
- interviul de grup focusat, care este special constituit pentru a organiza discuția. Grupul trebuie să fie cât mai omogen pentru a evita dificultățile de comunicare;
- panelul de experții, în care experții din domeniu sunt invitați să identifice o soluție sau să evalueze un program, strategie etc.

În funcție de numărul participanților, putem avea:
- interviul în grupuri mici (diade – 2 persoane și triade – 3 persoane) și
- interviul în grupuri mari (între 8 și 12 persoane, dar preferabil nu mai mult de 12 persoane).

Și după media de participare – față în față sau online.

Focus grupurile pot fi organizate cu implicarea clientului, dar la fel și fără participarea celor care solicită cercetarea. Astfel, din experiența proprie putem conchide că este mai binevenit ca clientul să nu fie prezent în timpul cercetării, pentru a evita reacțiile necontrolate în caz că participanții vor exprima păreri negative despre activitatea organizației sau a persoanei respective. Experții care sunt în camera pentru experți analizează echidistant procesul de interviu în grup și fac analiza, care este prezentată mai apoi organizației/liderului politic care a solicitat cercetarea.

Pentru a organiza un focus grup reușit, considerăm necesare următoarele etape:
- Stabilirea temei de cercetare și a numărului de sesiuni de focus grupuri. Selectarea participanților se efectuează în dependență de organizarea grupurilor separate sau mixte. Ședințele separate se organizează pentru diferite grupuri de participanți (de exemplu, profesori, părinți sau membrii ai unui partid politic). Se determină numărul participanților și se trimit invitațiile. Selectarea participanților se face print-un interviu telefonic pentru a tria participanții la anumite grupuri sau a-i elimina. Nu se admit participanți care se cunosc între ei sau sunt rude.
- Asigurarea condițiilor pentru desfășurarea focusgrupului. Se recomandă o camera separată, destinată pentru această ocazie. În cazul companiilor profesionale de cercetare care se concentrează pe metoda focusgrupurilor, camerele separate sunt adiacente cu o camera pentru observatori, cu izolare fonică și cu vizibilitate unilaterală. Sesiunile de obicei se înregistrează pentru a fi utilizate în cadrul cercetării, dacă în

prealabil a fost obținut consimțământul participanților. Participanții se anunță despre acest lucru din timp.

- Invitarea unui moderator imparțial și experimentat. De obicei, cercetătorii discută din timp strategia de focus grup cu moderatorul, se face schimb de păreri despre ghidul de interviu și durata sesiunii. Impactul moderatorului este important pentru a asigura succesul sesiunilor de focus grup.
- Pregătirea ghidului de interviu include aproximativ 5-10 întrebări pentru discuție. În cazul organizării câtorva sesiuni cu grupuri diferite, ghidul de interviu se modifică în dependență de sesiunea organizată. Subiectele se determină cu mare grijă. Sesiunea se recomandă să nu dureze mai mult de 1,5-2 ore.
- Informarea participanților în prealabil. Participanților li se comunică din timp tematica discuțiilor. Sesiunea începe cu un subiect de ordin general, o întrebare „de introducere" sau „de încălzire", ca apoi să urmeze discuția propriu-zisă. Moderatorul oferă tuturor posibilitatea de a se implica în egală măsură și nu admite monopolizarea discuției de unul sau câțiva participanți.
- După eveniment se transcrie informația adunată și se alcătuiește raportul final de sinteză. Raportul final include părerile comune, exprimate la toate sesiunile, precum și cele divergente, exprimate de unele grupuri sau de unii participanți. Raportul va conține unele dintre cele mai des exprimate opinii și cele mai des utilizate afirmații.
- Formularea recomandărilor. Raportul final poate să conțină și recomandări referitor la strategiile de a îmbunătăți situația discutată în focus grupuri. În caz că acest punct nu a fost parte din contractul dintre client și firma de cercetare, raportul conține numai concluziile expuse în cadrul focus grupurilor. În acest caz clientul analizează transcrierile și face de sine stătător concluziile pentru a trasa un plan de activitate pentru viitor.

Printre avantajele focus grupurilor se numără generarea de opinii colective referitor la o problemă și posibilitatea formulării concluziilor. Focus grupurile sunt surse perfecte pentru a înțelege adevăratele sentimente și percepții ale grupurilor țintă selectate. Această metodă oferă acces la părerile existente printre diferite grupuri vis-à-vis de o idee, un candidat sau un produs. Focus grupurile sunt o completare ideală pentru alte metode calitative sau cantitative, cum ar fi sondajele de opinii.

Deoarece un focus grup implică mai mulți participanți, dezavantajele utilizării acestei tehnici sunt în general legate de interacțiunile dintre participanți: indivizii pot fi influențați de alții din grup și unii participanți

pot domina discuțiile și astfel denatura rezultatele. La fel, rezultatele dintr-un grup mic nu pot fi întotdeauna generalizate la o populație mai mare.

Focus grupurile pot fi folosite pentru multe obiective, inclusiv pentru a: evalua opinia, dezvolta noi perspective, evalua idei, produse sau servicii, dezvolta înțelegerea utilizării limbii și a culturii, schimba perspectivele oamenilor și a da voce anumitor grupuri marginalizate. Cu toate acestea, focus grupurile pot să nu fie o metodă potrivită pentru formularea constatărilor generalizabile și predicțiilor sau pentru demonstrarea ipotezelor.

Exemplu:

Câteva focus grupuri au fost organizate de către autoare în cadrul campaniei electorale locale din New Orleans, LA, SUA. Un candidat la funcția de membru al consiliului municipal a apelat la serviciile grupului de experți pentru a organiza focus grupuri referitor la gradul de vizibilitate a candidatului. În acest caz au fost organizate câteva focus grupuri: 2 – după vârsta alegătorilor și 2 – după nivelul de educație. Acest model de focus grup poate fi adaptat la diferite țări și la diferite tipuri de alegeri.

La început se anunță că discuția va fi înregistrată pentru a se evita orice denaturare a transcrierii conversației. Detaliile discuției vor rămâne confidențiale, doar un rezumat al părerilor tuturor persoanelor implicate în program, fără referință la numele acestora, va fi făcut public. (*Despre fătul că discuția va fi înregistrată se anunță participanții în prealabil și dacă cineva nu este de acord, nu se invită la discuție.*) *Discuția are loc într-o încăpere specială predestinată pentru interviurile focusate, cu cameră pentru experți cu vizibilitate unilaterală și cu aparat de înregistrare a conversației.*

Ghidul de interviu focusat semistructurat

Scopul interviului focusat este de a afla informații despre un anumit candidat în alegerile locale. Participanții au fost aleși după o convorbire telefonică. Focus grupul este planificat să dureze aproximativ o oră jumătate – două.

Numele moderatorului _____

Funcția _____

Data _____

1. Întrebarea introductivă de a iniția discuția. *Suntem aici pentru a discuta despre apropiatele alegeri locale.*

- *Cum apreciați situația economică și politică din orașul dvs. la moment?*
- *Cum este situația în comparație cu cea de acum un an?*

2. Întrebări de bază. *Aceste întrebări dau posibilitatea să aprofundăm discuția.*

- *Urmăriți situația politică din orașul dvs.?*
- *De obicei participați la alegerile locale sau nu? Planificați să participați la alegerile locale din acest an?*

3. Întrebările următoare. *După stabilirea cunoștințelor și sentimentelor generale ale grupului, moderatorul identifică aspecte specifice.*

- *Care este poziția dvs. referitor la candidații care și-au anunțat candidaturile la alegerile curente?*
- *V-ați decis deja pentru cine o să votați?*
- *Dvs. ați participat la vot (în cadrul alegerilor preliminare) pentru alegerea candidaților în consiliul municipal?*
- *Planificați să participați la alegerile locale (în ziua alegerilor) din acest an?*
- *Care sunt trăsăturile principale după care o să faceți alegerea referitor la candidați?*

4. Întrebările care definesc aspectul scontat

- *Care sunt trăsăturile principale după care o să faceți alegerea referitor la candidați?*
- *Este important ca un candidat să aibă experiență în administrația publică pentru ca dvs. să votați pentru el?*
- *Participați la discuțiile cu candidații? Dacă da, care aspect al discuțiilor este mai important pentru dvs.?*
- *Citiți proiectele/propunerile/programele electorale ale candidaților? Care aspecte sunt mai importante pentru dvs.?*
- *Care este poziția dvs. referitor la promisiunile candidaților? Câtă încredere aveți în aceste promisiuni?*
- *Pentru dvs. mai mult cântărește partea cu promisiunile economice sau aspectele sociale?*

5. Întrebări privind definirea imaginii candidaților. *Se prezintă fotografiile candidaților la alegeri una câte una.*

- *Se zice că fiecare persoană are un animal cu care se asociază după caracter. Dar este important cum văd și alți oameni această persoană. O să discutăm despre cum vedeți voi fiecare candidat. Cum vedeți candidatul Nr.1? Care este asociația care vă vine în minte în legătură cu candidatul Nr.1? Cu ce animal o să-l asociați ?De ce? Care trăsături credeți că vă fac să indicați la această asociere?*
- *Care este asociația în legătură cu candidatul Nr.2? De ce? Care trăsături indică această asociere?*
- *Acum o să discutăm despre candidatul Nr.3. Care este asociația care vă vine în minte în legătură cu candidatul Nr.3? De ce? Care trăsături credeți că vă fac să indicați la această asociere?*
- *Nr.3. ….*
- *Nr.4. ….*
- *După ce am discutat toți candidații și putem face comparație, vreți să faceți anumite schimbări în descrierea candidaților? Poate v-ați schimbat opinia după ce v-ați gândit la toți?*

6. Întrebări de final /Concluzie. *Este momentul în care moderatorul poate revizui anumite subiecte pentru a aduna mai multe date.*

- *Există și altceva decât întrebările deja discutate despre care ați dori să vorbiți?*
- *Vreți să adaugi ceva la ceea despre ce s-a vorbit deja?*

8.4. Metoda studiu de caz: tipuri și logica selecției cazurilor

Studiul de caz reprezintă o metodă calitativă cuprinzătoare și profundă a unui singur caz sau a unui număr mic de cazuri, dar și a contextului în care acesta se desfășoară. Acestea au un design neexperimental în care cercetătorul are puțin control asupra evenimentelor și sunt de obicei denumite cercetări cu nu număr mic de cazuri sau cu un singur caz. Studiul de caz este singura cercetare care poate fi folosită pentru a răspunde la întrebări despre evenimente importante, dar rare sau singulare (Yin, 2017).

Studiul de caz se referă la colectarea și prezentarea de informații detaliate despre un anumit participant sau un grup mic, incluzând frecvent relatările

subiecților înșiși. O formă de cercetare descriptivă calitativă, studiul de caz privește intens un participant individual sau un grup mic, formulând concluzii doar despre acel participant sau grup și numai în acel context specific. Cercetătorii nu se concentrează pe descoperirea unui adevăr universal, generalizabil și nici nu caută de obicei relații cauză-efect; în schimb, se pune accent pe explorare și descriere (Gomm at al., 2000). Mai recent studiile de caz sunt folosite pentru a testa teorii și pentru a elucida mecanismele cauzale în moduri în care studiile cantitative nu le-ar putea realiza.

Flyvbjerg (2011) identifică patru caracteristici care sunt specifice studiului de caz: 1) Cel mai important este accentul pus pe alegerea unității de studiu și pe delimitarea sa în detrimentul considerentelor legate de metoda de cercetare. 2) În continuare contează faptul că studiul de caz este intensiv, fiind mai complet, mai bogat și mai detaliat. 3) Evoluția în timp a cazului este inclusă în studiul său. 4) 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.

Strategiile pentru a selecta studiile de caz pot fi grupate astfel: metoda *diferenței* și metoda *acordului*. Metoda *diferenței* este o strategie comparativă, în care cercetătorul selectează cazurile în care rezultatele diferă, compară cazurile și caută singurul factor pe care cazurile nu îl au în comun și concluzionează că acest factor este cauzal. Metoda *acordului* este o strategie comparativă, în care cercetătorul selectează cazurile care au același rezultat și identifică acele condiții sau factori cauzali pe care cazurile îi au, de asemenea, în comun (George & Bennett, 2005).

Studiile de caz pot fi divizate în câteva categorii, în funcție de scopul pentru care vrem să le folosim. Cercetătorii folosesc diferite denumiri ale acestor categorii: studiile de caz ideografice mai sunt numite exploratorii; studii de caz de generare a ipotezei sau studii descriptive; studii de testare a ipotezei sau studii explicative (Beach & Pedersen, 2016).

- Studiile de caz *ideografice* sau *exploratorii* urmăresc să descrie, să explice sau să interpreteze un episod istoric singular fără intenția de a generaliza dincolo de caz.
- Studiile de caz *de generare a ipotezei* sau *descriptive* examinează unul sau mai multe cazuri în scopul dezvoltării unor propuneri teoretice mai generale, care pot fi testate în cercetările viitoare.
- Corespunzător, studiile de caz *de testare a ipotezelor* sau *explicative* presupun testarea relațiilor empirice ipotetice.

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 subgrupurilor;
- selectarea cazurilor cu maximum de informație – cazuri extreme sau deviante, cazuri cu maximă variație, cazuri critice.

Studiul de caz este una dintre cele mai puțin standardizate metode, dar principalele etape ale sale pot fi descrise după cum urmează:

1. Selectarea cazului după scopul și teoria testată.
2. Colectarea datelor. Toate sursele de date ar putea fi folosite pentru informații, inclusiv interviuri, analize de documente, anchete etc.
3. Descrierea cazului. Rezultatele studiului de caz sunt prezentate sub formă narativă. Raportul final asupra studiului de caz conține o analiză a factorilor mai importanți care influențează procesul, comparația dintre diferite cazuri, modelul conceptual care descrie cele mai importante elemente care rezultă din analiza cazurilor.

Studiile de caz sunt aplicate pe scară largă, începând cu analiza unei probleme și terminând cu evaluarea programelor și proiectelor. Astfel, metoda poate fi folosită în situațiile în care nu există suficiente condiții pentru a colecta un număr mare de date și cazuri. Studiul de caz poate fi un instrument eficient în cadrul cercetărilor mixte pentru înțelegerea și elucidarea mecanismelor cauzale ale asociațiilor statistice detectate prin cercetarea cantitativă.

Sarcini de autoevaluare:

1. Determinați esența și caracteristicile cercetării utilizând metode calitative.
2. Care sunt posibilitățile de asigurare a siguranței datelor și a validității în cazul cercetării calitative?
3. Analizați elementele esențiale ale interviului și descrieți diferite tipuri de interviuri.
4. Care sunt etapele pregătirii și desfășurării interviului individual?
5. Analizați caracteristicile interviului focusat și utilizarea acestei metode în viața politică.
6. Faceți o comparație a utilizării metodei interviului de grup focusat în campania electorală și în sfera economică, de marketing al produsului.

7. Analizați avantajele și riscurile utilizării metodei interviului în cercetare și în practica de jurnalism. Comparați utilizarea metodei interviului în cercetare și în practica de jurnalism.
8. Evaluați semnificația metodei studiului de caz și elucidați logica selecției cazurilor.

Tematica pentru studiul individual:

- Ați decis să analizați eficiența studiilor la facultatea dvs. și să efectuați o cercetare prin interviuri individuale. Pe cine o să intervievați? Câte interviuri veți realiza? Ce fel de interviu veți planifica? Alcătuiți un ghid de interviu pe care îl veți folosi.
- Construiți un tabel cu avantajele și dezavantajele focus grupurilor. Explicați fiecare poziție și aduceți argumente întru susținea afirmațiilor dvs.
- Aveți un plan de cercetare a unui spot electoral al unui candidat și planificați să efectuați un focus grup. În timpul desfășurării discuțiilor depistați că majoritatea participanților se cunosc foarte bine, sunt rude. Care sunt acțiunile dvs.?
- Lucrați într-o companie de cercetare în calitate de cercetător și în orașul în care locuiți primăria a organizat doi ani la rând în fiecare trimestru focus grupuri pentru a determina satisfacția populației referitor la activitatea primăriei. În prezent conducătorul dvs. vă cere să mai faceți o cercetare. O să efectuați cercetarea? Ce fel de cercetare veți realiza? Argumentați alegerea răspunsului.

Bibliografie:

AURINI, J., HEATH, M., HOWELLS, S. *The how to of qualitative research*. 2 ed. SAGE Publications, 2021.

BABAN, A. *Metodologia cercetării calitative*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2002.

BAILEY, A., HUTTER, I., HENNINK, M. *Qualitative Research Methods*. 2 ed. SAGE Publications, 2020.

BEACH, D., PEDERSEN, R. *Causal case study methods*: *Foundations and guidelines for comparing*, *matching*, *and tracing*. University of Michigan Press, 2016.

BRADY, H., COLLIER, D., eds. *Rethinking social inquiry*: *Diverse tools*, *shared standards*. Rowman & Littlefield Publishers, 2011.

BRINKMANN, S., KVALE, S. *InterViews*: *Learning the craft of qualitative research interviewing*. SAGE Publications, 2014.

CRESWELL, J. *Qualitative inquiry and research design*: *Choosing among five approaches*. SAGE Publications, 2007.

ESPOSITO, J., EVANS-WINTERS, V. *Introduction to intersectional qualitative research*. SAGE Publications, 2021.

FLYVBJERG, B. Case Study. In: NORMAN K., DENZIN, Y., eds. *The Sage Handbook of Qualitative Research*. 4 ed. Sage, 2011, p. 301-316.

FREITAS, H., OLIVEIRA, M., JENKINS, M., POPJOY, O. The focus group, a qualitative research method. In: *Journal of education*, 1998, vol. 1, no. 1, p. 2-22.

GEORGE, A., BENNETT, A. *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press, 2005.

KEEN, S., LOMELI-RODRIGUEZ, M., JOFFE, H. From challenge to opportunity: virtual qualitative research during COVID-19 and beyond. In: *International journal of qualitative methods*, 2022, vol. 21, p. 2-11.

KRUEGER, R., CASEY, M. *Focus groups*: *A practical guide for applied research*. SAGE Publications, 2014.

LOFLAND, J. *Analyzing social settings*: *A guide to qualitative observation and analysis*. Belmont, CA: Wadsworth, 1971.

MORGAN, D. Focus groups. In: *Annual review of sociology*, 1996, vol. 22, no. 1, p. 129-152.

NATOW, R. The use of triangulation in qualitative studies employing elite interviews. In: *Qualitative research*, 2020, vol. 20, no. 2, p. 160-173.

WILKINSON, S. Focus group methodology: A review. In: *International journal of social research methodology*, 1998, vol. 1, no. 3, p. 181-203.

Tema 9. METODE DE CERCETARE CALITATIV-PARTICIPATIVE

Conținuturi:

9.1. Metoda calitativ-participativă brainstorming
9.2. Analiza SWOT
9.3. Utilizarea metodelor „arborele problemei" și „arborele soluțiilor"
9.4. Analiza prin metoda „os de pește"

Obiective:

- să definească metoda de analiză brainstorming și să explice etapele de desfășurare a analizei utilizând această metodă;
- să determine particularitățile metodei SWOT, enumerând avantajele și limitările aplicării acestei metode;
- să analizeze caracteristicile metodei „arborele problemei" și condițiile de aplicare a acestei metode;
- să demonstreze importanța efectuării analizei prin metoda „arborele soluțiilor" ca urmare a analizei „arborele problemei" pentru elaborarea concluziilor și strategiilor în cazul realizării unei cercetări;
- să estimeze importanța metodelor de cercetare calitativ-participative SWOT, „arborele problemei" și „os de pește" pentru a asigura eficacitatea cercetării științifice în domeniul politic și administrativ.

Termeni-cheie: brainstorming, analiza SWOT, analiza „arborele problemei", metoda „arborele soluțiilor", analiza „os de pește".

Repere de conținut

9.1. Metoda calitativ-participativă brainstorming

Brainstormingul este frecvent invocată, considerându-se că are posibilități reale de a genera noi idei sau este utilizată pentru identificarea și analiza problemelor și găsirea soluțiilor. Numele provine din cuvintele englezești *brain* (creier) și *storming* (furtună), ceea ce în limba română ar avea echivalentul *asalt de idei.* Este considerată, de asemenea, o metodă de cercetare calitativ-participativă, utilizată în cadrul proiectului de cercetare atât la începutul procesului, pentru a genera noi

idei, cât și la sfârșitul cercetării, pentru a găsi soluții de gestionare a problemei. Brainstormingul, conform Seeber et al. (2017), poate fi utilizat și independent, dar de cele mai dese ori este inclus ca parte componentă a unui focus grup sau a unui atelier de lucru pentru a elabora strategii politice sau proiecte publice.

Tehnica brainstormingului de grup urmează regulile lui Alex Osborn (1963), care instruiesc ca membrii grupului să respecte următoarele reguli în timpul discuțiilor:

- să nu critice sau să nege nicio idee expusă în cadrul discuțiilor;
- să nu ezite să se bazeze pe ideile expuse anterior și să le dezvolte;
- să se simtă liberi în a genera cele mai neobișnuite idei;
- să genereze cât mai multe idei.

Aceste concepte de bază au fost supuse de mai multe ori modificărilor și cercetătorii includ sau exclud unele reguli (Putman et al., 2009). Discuțiile referitor la eficiența și eficacitatea elementelor brainstormingului continuă până în prezent și cercetătorii nu au ajuns la un numitor comun.

Se cunosc mai multe tipuri de brainstorming. De exemplu, Faure (2004) definește următoarele tipuri:

- Brainstormingul *individual* implică o singură persoană care utilizează tehnici de cartografiere mentală sau asocierea de cuvinte pentru a genera și a analiza ideile referitor la problema în discuție.
- Brainstormingul *dirijat de grup* include mai multe persoane, care sunt rugate să noteze propunerile lor pe o foaie. Aceste notițe sunt colectate și distribuite arbitrar la alți membri ai grupului, care sunt rugați să genereze noi idei și să îmbunătățească ideile de pe notițele primite. Această procedură este repetată de trei sau mai multe ori.
- Brainstormingul *structurat* la fel include mai mulți participanți. În cadrul sesiunii participanții sunt rugați la început să mediteze referitor la propunerile lor, apoi să noteze o singură idee pe notiță. Moderatorul invită participanții să-și împărtășească ideile unul câte unul și să le lipească pe o coală de hârtie (flip-chart). În continuare ideile asemănătoare sunt grupate la un loc.
- Brainstormingul *verso* este organizat în cazul în care este dificil de a genera idei constructive. În acest caz, brainstormingul verso invită participanții să genereze idei pornind de la contrariu, pentru cazul cel mai negativ. Colectând ideile negative, critice, cercetătorul are posibilitatea de a le revizui și de a genera idei pozitive.

Tehnica de brainstorming a cunoscut mai multe modificări referitor la forma de organizare și desfășurare, modalitatea de a genera idei și de a selecta modalitatea de soluționare a problemei. Autorii propun câteva variante de organizare a brainstormingului (Wilson, 2013).

Prezentăm aici un sumar al etapelor și principiilor esențiale care asigură eficiența sesiunilor:

- Planificarea procesului include stabilirea numărului sesiunilor și al problemelor care vor fi puse în discuție. Este util a informa în prealabil participanții la brainstorming despre tema discutată pentru a spori eficacitatea discuțiilor.
- Selecția și invitarea participanților implică studierea părților interesate în soluționarea problemei în discuție. Se alcătuiește lista potențialilor participanți. Includerea experților, precum și a persoanelor care sunt noi în domeniu poate fi benefică pentru generarea ideilor noi și inovatoare. Este recomandabil ca numărul de participanți să fie de la 3 la 12. Un număr mai mare de participanți poate duce la crearea interrelațiilor în cadrul grupului care ar distrage de la o discuție echidistantă.
- Un facilitator nepărtinitor și profesionist organizează și moderează sesiunea de brainstorming. Moderatorul ghidează participanții în timpul sesiunii, asigură respectarea regulilor propuse și invită participanții să-și expună idele.
- Regulile de brainstorming se fac cunoscute la început și se asigură respectarea lor pe parcursul întregii sesiuni. Procedura de stimulare a implicării fiecărui participant poate include ideea ca fiecare participant să noteze independent 3-5 idei, ca apoi să discute ideile în cadrul grupului. La fel, participanții pot grupa ideile care au afinități în idei comune.
- Se recomandă ca sesiunile să nu depășească 45-60 de minute ca să fie eficiente. După generarea ideilor incipiente, în continuare participanții sunt rugați să se concentreze pe modificarea sau îmbunătățirea ideilor deja propuse.
- O sesiune de generalizare poate să urmeze. Sesiunile de generalizare de obicei se organizează după 2-3 zile, astfel încât ideile propuse să fie analizate și revăzute. La sesiunea de generalizare pot fi invitați participanții la prima sesiune, dar și noii participanți, ca sa fie asigurată o imparțialitate față de ideile generate de primul grup. Participanții evaluează fezabilitatea ideilor și selectează acele idei care vor fi implementate.
- Rezultatele brainstormingului sunt sintetizate și analizate și corespunzător participanții sunt informați despre rezultatele sesiunilor.

Avantajele brainstormingului țin de posibilitatea de a stimula participanții să genereze mai multe idei, care poate nu au fost cunoscute sau explorate în trecut. Ideile inovatoare pot fi implementate în practică după desfășurarea brainstormingului și contribui la soluționarea problemei analizate. Ideile generate în cadrul brainstormingului pot servi, la fel, pentru elaborarea temelor și problemelor de cercetare.

Dezavantajele și limitările brainstormingului includ riscul ca sesiunile să fie dominate de o singură persoană mai vorbăreață sau care are intenții de a domina discuția. La fel, există pericolul ca participanții să fie afectați de fenomenul 'gândire de grup', care ar putea reduce din originalitatea sesiunii sau să limiteze eficacitatea ei. Daca grupul este fascinat de o idee și acordă prea mult timp pentru a o discuta, aceasta limitează posibilitatea de a genera noi idei, posibil și mai eficiente. La fel, este pericolul că moderatorul are idei preconcepute despre problema în discuție și nu este echidistant referitor la toate ideile expuse.

În cadrul brainstormingului pot fi folosite mai multe metode de analiză, inclusiv analiza SWOT, „arborele problemei" și „arborele soluțiilor", precum și diagrama „os de pește", la care ne voi referi în continuare.

9.2. Analiza SWOT

Una dintre cele mai răspândite metode de evaluare calitativă folosită pentru o analiză detaliată, în profunzime, a anumitor fenomene, incluzând atât factorii interni, cât și cei externi, este analiza așa-numită SWOT. Metoda se utilizează la identificarea argumentelor pro și contra, a impactului mediului extern, precum și a factorilor de risc (Gurel & Tat, 2017).

Denumirea analizei este acronimul din limba engleză pentru *strengths* (puncte forte), *weaknesses* (puncte slabe), *opportunities* (oportunități) și *threats* (amenințări). Este o metodă calitativă participativă, care a fost creată și utilizată inițial în domeniul marketingului și al planificării strategice în afaceri. Mai recent metoda SWOT și-a făcut drum și în alte domenii, ca de exemplu științele educației, științele politice și administrative. La fel, factorii de analiză SWOT sunt utilizați deja și pentru a face o analiză cantitativă, computerizată (Shinno et al., 2006).

Analiza SWOT poate fi realizată individual, dar și prin sesiuni de brainstorming la care participă toți reprezentanții principalelor instituții, partenerilor sociali și ai grupurilor țintă vizați. Sesiunile speciale de brainstorming se organizează pentru a se evalua fiecare secțiune a analizei SWOT, iar rezultatele analizei sunt prezentate în matricea SWOT.

Analiza SWOT este de obicei încadrată într-o casetă cu patru cadrane, care permite o evaluare după cele patru titluri de secțiuni.

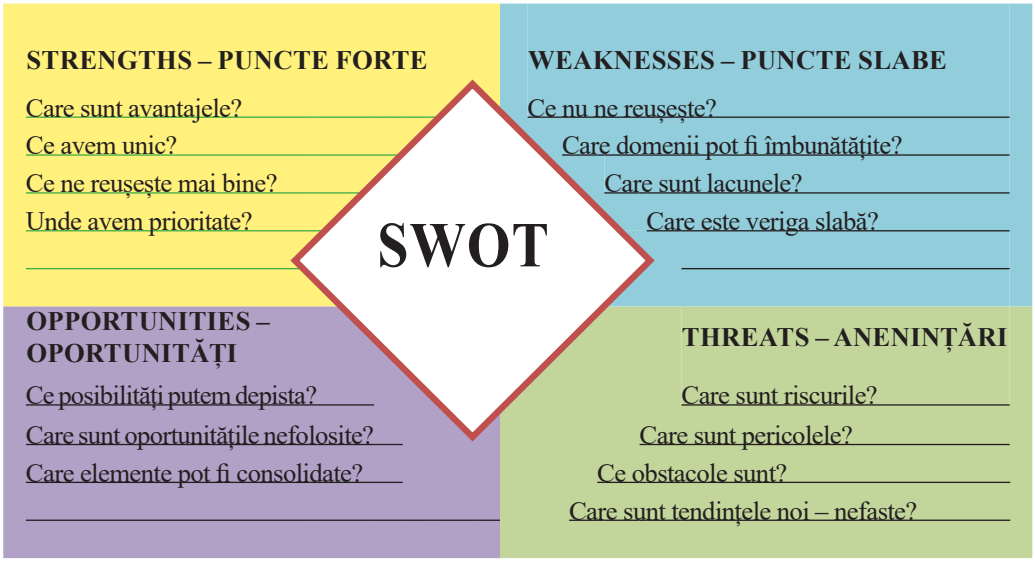


Fig. 9.1. Matricea clasică SWOT*

* Exemplul este elaborat de autoare utilizând șablonul SWOT descărcat de pe site-ul https://templatelab.com/swot-analysis-templates/#google_vignette

În același timp, metoda SWOT include analiza atât a factorilor interni, cât și a factorilor externi ai organizației care este analizată. Factorii interni pot include analiza performanței liderilor, a personalului, a resurselor financiare, structura organizației, a relațiilor cu publicul ș.a.m.d. Analiza acestor factori este urmată de determinarea punctelor forte și a punctelor slabe. Printre factorii externi sunt dezvoltarea economică, cadrul legal existent, dezvoltarea elementelor sociale și tehnologice curente. În acest caz, la fel vor fi analizate oportunitățile și amenințările pentru cazul analizat.

Karyono și Agustina (2019) propun următoarele etape de analiză SWOT:

- selectarea participanților;
- selectarea informației esențiale;
- crearea unui mediu favorabil pentru participanți, a localului ude se va desfășura activitatea;
- realizarea activității;
- analiza rezultatelor.

După realizarea analizei, rezultatele pot fi compilate și propuse strategii SWOT. Metoda SWOT a fost adaptată și utilizată și în cazul cercetărilor în perioada pandemiei COVID-19 (Hesami Arani et al., 2021). Etapele de sinteză și analiză urmează după completarea tuturor enunțurilor în cele patru rubrici ale SWOT.

Uneori pot fi supuse votării în cadrul grupului pentru a determina care sunt cele mai importante puncte forte, puncte slabe, oportunități și amenințări.

Alcătuirea matricei strategiilor SWOT poate urma după completarea și analiza matricei SWOT. Matricea strategiilor SWOT va include propuneri de soluționare a problemei analizate.

Tabelul 9.1. Matricea strategiilor SWOT

Factori externi	**Puncte forte (S)**	**Puncte slabe (W)**
Oportunități (O)	Strategiile S-O	Strategiile W-O
Amenințări (T)	Strategiile S-T	Strategiile W-T

- Strategiile S-O vizează oportunitățile care corespund cel mai bine punctelor forte alese.
- Strategiile W-O permit depășirea punctelor slabe, pentru a urmări oportunitățile.
- Strategiile S-T identifică modalități de exploatare a punctelor forte pentru a reduce vulnerabilitatea față de amenințările externe.
- Strategiile W-T stabilesc un plan de defensivă pentru a aborda amenințările externe, luând în considerare forțele interne.

Analiza SWOT este aplicată la diferite niveluri de analiză – de la nivelul individual la nivelul organizațional, național și la nivelul internațional. Poate fi utilizată în cazul cercetărilor de către instituțiile educaționale, organizațiile guvernamentale și non-guvernamentale, în cadrul proiectelor naționale și internaționale. La fel, cele patru compartimente din analiza SWOT pot fi adaptate la necesitățile cercetării; astfel, numărul lor poate fi mărit până la 12 (Farhangi et al., 2012).

Avantajele analizei SWOT țin de caracterul general al metodei, de faptul că permite a elabora o viziune generală pentru a depista punctele forte și slabe, dar și pentru a formula strategii de dezvoltare. Analiza SWOT formează un model de gândire ca abordare și tehnică de analiză. Acest model oferă oportunitatea de a limita agenda în etapele de formare, colectare și interpretare la etapa inițială a cercetării și după aceasta arată punctele pe care se bazează deciziile. Metoda poate fi aplicată la etapa elaborării unui proiect de cercetare, pentru a scoate în evidență diferite aspecte care vor fi incluse în cercetare.

Printre limitările metodei SWOT este faptul că nu acordă prea mare atenție la detaliile concrete și absența comparației cu alte cazuri. Uneori, în cadrul analizei SWOT nu este atât de ușor de a identifica diferite variabile ca fiind oportunități sau obstacole. La fel, analiza permite evaluarea situației curente, însă pentru elaborarea strategiilor urmează să luăm în considerare evoluția evenimentelor și a faptelor.

Astfel, în cadrul unei cercetări analiza SWOT poate fi aplicată în corelație cu alte metode cantitative și calitative pentru a spori eficiența analizei. Metoda SWOT poate servi drept un punct inițial al proiectului de cercetare, ca mai apoi să continuăm cu o analiză mai aprofundată și detaliată.

Exemplu:

Analiza SWOT a fost utilizată de către autoare în cadrul unui brainstorming efectuat pentru un ONG din New Orleans, LA, USA. Scopul a fost de a analiza activitatea acestui ONG referitor la informarea tinerilor din comunitatea dată despre participarea la vot. Tema a fost propusă de liderii ONG-ului pentru a analiza problema ratelor joase ale participării tinerilor la vot și cum poate ONG să contribuie mai eficient la informarea tinerilor din familii cu venituri joase despre importanța procesului de vot și posibilitățile de a participa la vot.

Activitatea a fost organizată cu participarea membrilor bordului de directori, conducătorilor administrației publice locale, conducătorilor unor școli din districtul respectiv, a reprezentanților părinților și ai organizațiilor de elevi, la fel și a experților în educație. După efectuarea analizei SWOT, organizația poate folosi această informație pentru a valorifica punctele forte și a lua decizii informate; pentru a evalua riscul legat de punctele slabe și pentru a planifica evenimentele care ar eficientiza activitatea propusă în viitor.

Rezultatele obținute în urma analizelor SWOT au fost folosite pentru a formula întrebările de cercetare și pentru alcătuirea chestionarului cercetării în cadrul cursului „Metodele de cercetare în științele politice".

Tabelul 9.2. Analiza activității unui ONG local de a informa tinerii despre participarea la vot

	Factori care contribuie la atingerea obiectivelor	*Factori care împiedică atingerea obiectivelor*
Factori interni	*Puncte forte* (*S*)	*Puncte slabe* (*W*)
	• *ONG are legături cu comunitatea locală*	• *Practica redusă a ONG de a organiza evenimente comunitare și de a implica tinerii în procesul de vot*

	● *ONG are legături cu școlile din localitate*	● *Lipsa tradițiilor ONG de a organiza evenimente/ discuții despre alegeri în scoli*
	● *Școlile și profesorii sunt interesați ca elevii să participe la alegeri*	● *Interesul scăzut pentru alegeri din partea elevilor din cartierele vulnerabile*
	● *ONG are legături cu părinții, și unii părinți participă la evenimentele comunitare*	● *Interesul scăzut față de politică al tinerilor din cartierele vulnerabile*
Factori externi	*Oportunități* (*O*)	*Amenințări* (*T*)
	● *Acțiuni comune și discuții ale ONG cu școlile din localitate*	● *Absența legăturilor dintre politicieni/candidați/ lideri politici și ONG, la fel și legătura cu tineri/ programe pentru tineretul din cartierele vulnerabile*
	● *Acțiuni comune ale ONG cu părinții*	● *Absența legăturilor dintre unele grupuri de tineri din cartierele vulnerabile și organizațiile comunitare locale, inclusiv ONG dat*
	● *Evenimente pentru tineri și competiții referitor la alegeri*	● *Lipsa temelor despre importanța alegerilor în planul de studii școlar*
	● *Campanii de informare despre vot ca un drept, obligație, privilegiu sau responsabilitate*	● *Incapacitatea școlilor de a implica elevii în discuții participative despre importanța alegerilor*
	● *Organizarea de către ONG a evenimentelor/discuțiilor despre procesul de vot al tinerilor cu implicarea mass media*	● *Lipsa tradițiilor de a vota în unele familii din localitate*
	● *Acțiuni/concursuri/ evenimente în media socială, organizate de ONG*	

9.3. Utilizarea metodelor „arborele problemei” și „arborele soluțiilor”

Analiza „arborelui problemelor”, numită și analiza situațională sau doar analiza problemei, este o metodă care contribuie la găsirea soluțiilor prin cartografierea anatomiei cauzei și efectului în jurul unei probleme într-un mod similar cu o hartă mentală, dar cu mai multă structură. Metoda „arborele problemei”

poate fi realizată în cadrul sesiunilor de brainstorming, dar în același timp poate fi aplicată și independent. Fiind o metodă calitativ-participativă poate aduce o valoare adăugată proiectului de cercetare pentru a analiza detaliile unei probleme, care au fost depistate în cadrul cercetărilor cantitative sau calitative.

Metoda „arborelui problemei" constă în analiza situației prin identificarea problemelor majore și a principalelor relații cauzale dintre acestea. În cadrul analizei „arborelui problemei" toate părțile implicate identifică și analizează dificultățile împreună, creând asumarea și angajamentul în rândul părților implicate (beneficiari, organizații de implementare, autoritățile locale).

Putem identifica trei etape în procesul analitic de elaborare a arborelui problemelor (Snowdon et al., 2008):

1. La prima etapă se identificară problema și se determină cauzele și efectele unei situații de problemă. Problema va fi vizualizată în formă de diagramă, numită „arborele problemei", pentru a determina mai bine relațiile de cauză-efect. Dintre problemele identificate, trebuie selectată problemă principală, „în discuție", care este plasată pe trunchiul arborelui.

2. Determinarea relației „cauză-efect" a problemei prin adresarea întrebărilor despre care este cauza și care sunt consecințele acestei probleme. În consultare cu participanții, moderatorul stabilește o ierarhie a cauzelor și efectelor: cauzele care afectează în mod direct problema analizată sunt plasate mai aproape de trunchi, iar cauzele indirecte – mai departe. Toate cauzele și consecințele sunt grupate în același mod (folosind întrebarea de ghidare „ce cauzează aceasta?"). După acest proces, arborele problemelor ar trebui revizuit și validat de către participanți (Laureta et al., 2022). Astfel, cauzele sunt plasate în calitate de rădăcini ale arborelui, iar consecințele formează coroana arborelui.

3. La cea de-a treia etapă se analizează situația și se discută posibilele soluții.

Arborele problemelor, împreună cu arborele obiectivelor și analiza strategiilor, este o metodologie în trei pași pentru identificarea problemelor principale, împreună cu cauzele și efectele acestora, ajutând planificatorii de proiecte să formuleze obiective clare și gestionabile și strategiile de realizare a acestora. Valoarea acestui tip de evaluare este mai mare dacă se desfășoară într-o sesiune de brainstorming cu părțile interesate, oferind posibilitatea de a stabili o viziune comună asupra situației (Haimes et al., 1990).

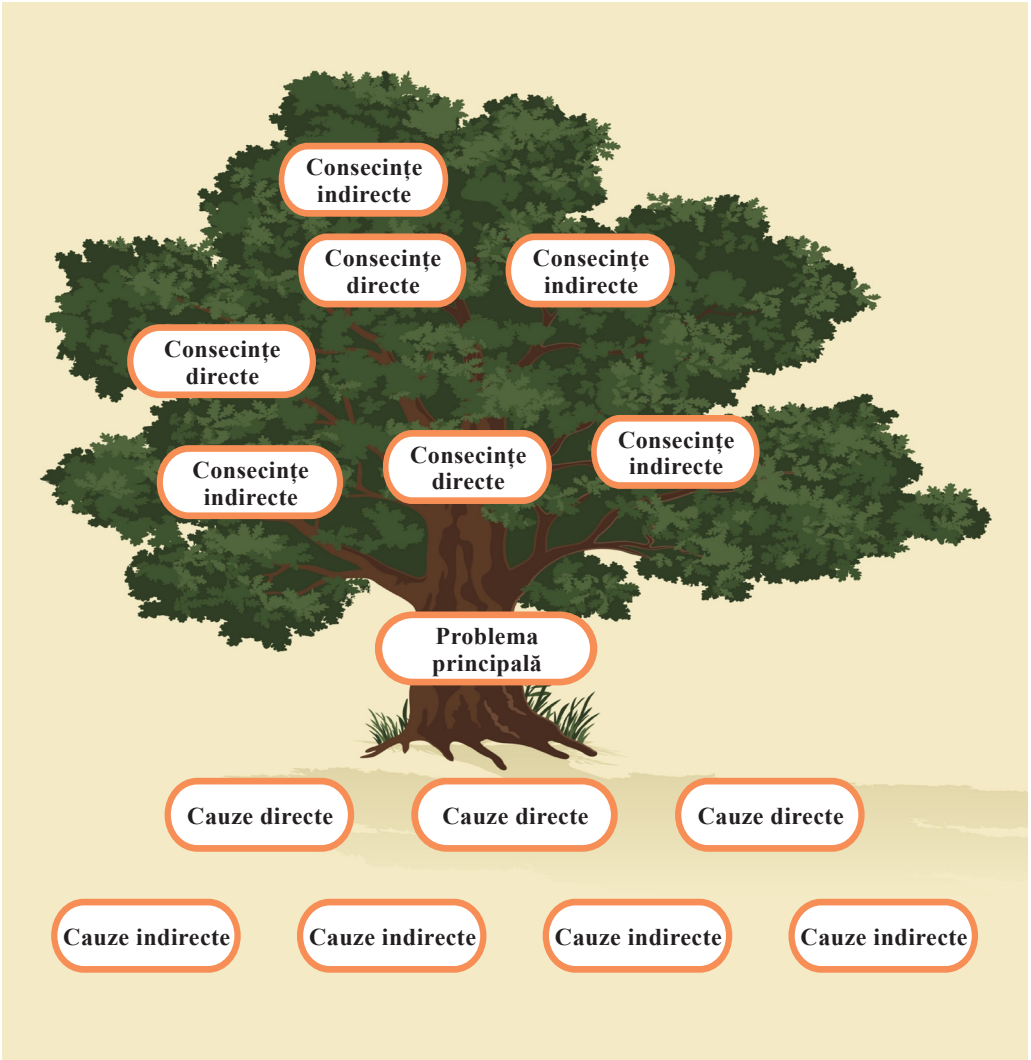


Fig. 9.2. Analiza prin metoda „arborele problemei”*

* Adaptat și completat de autoare. Șablonul arborelui este descărcat de pe site-ul – https://templatelab.com/family-tree-templates/

În continuare se poate organiza o sesiune de definire a strategiilor care urmează să fie implementate. Această etapă analitică este mai complicată și mai dificilă, deoarece implică sintetizarea unei cantități semnificative de informații și efectuarea unei judecăți complexe cu privire la cea mai bună strategie de implementare. În practică, trebuie găsit un echilibru pentru a aborda interesele diferitelor părți interesate, cerințele politice și constrângerile financiare. Cu toate acestea, meritele potențiale și dificultățile asociate cu abordarea problemelor în

moduri diferite trebuie analizate în complex. Întrebările tipice care ar trebui adresate sunt: Ce intervenții au mai multe șanse să aducă rezultatele dorite? Sunt aceste intervenții sustenabile pe termen lung? Sunt disponibile mijloace financiare? Avem capacitatea tehnică de a implementa acțiunile? Acestea și alte întrebări, inclusiv problemele de mediu, sociale și economice, precum și politicile și cadrul legal, vor ajuta la excluderea acelor strategii care nu pot fi implementate în acest proiect. Astfel, vor fi identificate strategiile realiste ce vor oferi cele mai multe beneficii celor care se confruntă cu problemele în cauză.

Metoda „arborele problemei" este practicată în conjuncție cu metoda „arborele soluțiilor", care permite a identifica soluțiile pentru problemele depistate. În cazul arborelui soluțiilor cauzele directe devin scopuri și cauzele indirecte devin activități. Consecutiv, efectele directe devin rezultate și efectele indirecte devin impact.

Transformarea „arborelui problemelor" în „arborele soluțiilor":

Consecințele directe – Rezultate

Consecințele indirecte – Impact

Problema principală – Soluția principală

Cauzele directe – Obiective

Cauzele indirecte – Activități

Avantajele metodei „arborele problemei" țin de o posibilitate mai bună de definire a problemelor, a cauzelor și a consecințelor lor. Acesta poate fi primul pas în găsirea de strategii pentru a soluționa problema. Cu ajutorul acestei metode se pot identifica mai productiv care sunt actorii implicați la fiecare etapă și care ar fi soluțiile mai oportune. „Arborele problemei" se referă la problemele curente, ceea ce permite o mai mare concentrate asupra lor pentru a avea o mai bună înțelegere a esenței lor și a posibilităților de soluționare. Metoda „arborele problemelor" poate fi utilizată pentru a găsi unele detalii mai particulare în cazul în care planificăm un proiect de cercetare, îndeosebi poate fi utilizată ca o etapă preliminară pentru elaborarea unor chestionare.

Dezavantajele metodei sunt legate de faptul că uneori este dificil de a înțelege și a defini cauzele și consecințele problemelor, care pot fi interconectate și contradictorii. La fel, pentru a organiza brainstormingul și a utiliza metoda „arborele problemei" este necesar să fie incluse toate părțile implicate, acțiune uneori dificil de realizat.

Analiza „arborelui problemei" este esențială în multe forme de planificare a proiectelor pentru părțile interesate și beneficiari. Prin urmare, această metodă ajută experții și planificatorii de proiecte să formuleze obiective clare și gestionabile, cum să soluționeze problemele apărute. Procesul poate fi o metodă utilă pentru cercetători de a scoate în evidență unele detalii referitor la cauzele problemelor analizate și la posibilele variante de soluționare a acestora.

Exemplu:

În cadrul proiectului studenților de la cursul „Metode de cercetare în științele politice" a fost organizat un brainstorming cu utilizarea metodei „arborele problemei", unde a fost discutată problema privind participarea în număr mic a tinerilor la vot. La discuție au fost invitați reprezentanții școlilor, ai administrației publice locale, liderii ONG și experții în domeniu. Studenții au pregătit și au moderat discuția. Mai jos este prezentat rezultatul discuției cu aplicarea metodei „arborele problemei".

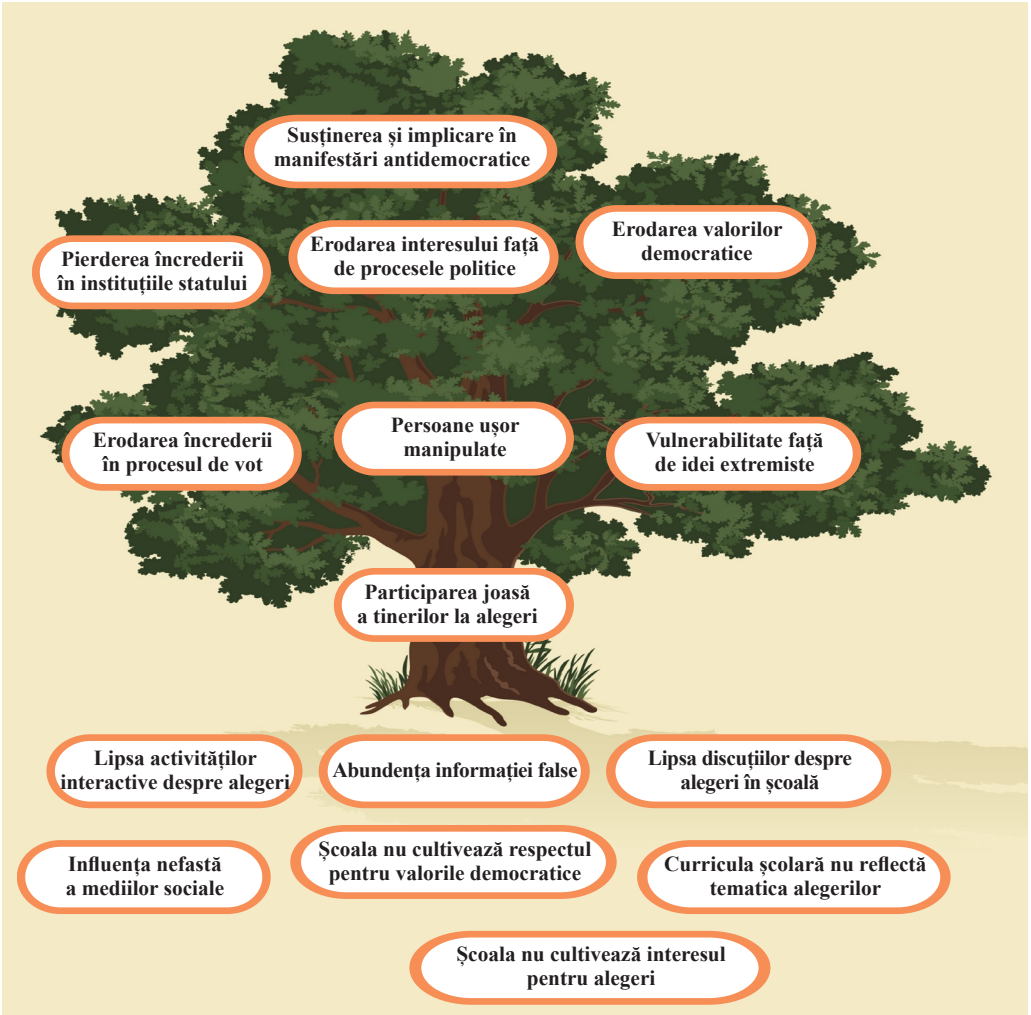


Fig. 9.3. Cauzele participării slabe a tinerilor la alegeri*

* Elaborată de autoare. Șablonul arborelui este descărcat de pe site-ul – https://templatelab.com/family-tree-templates/

După crearea „arborelui problemelor”, următorul pas poate fi crearea „arborelui soluțiilor”. În acest caz înlocuim problemele cu soluțiile posibile și organizăm în continuare discuția brainstorming ca să analizăm toate soluțiile optimale.

9.4. Analiza prin metoda „os de pește”

O altă metodă folosită în cadrul brainstormingului poate fi metoda „os de peste”, cunoscută și sub numele de diagramă cauză-efect, sau diagrama Ishikawa, după numele teoreticianului japonez, pionierul utilizării metodei respective pentru a analiza cauzele principale ale unei probleme. Indiferent de domeniu, diagrama „os de pește” poate ajuta la clasificarea celor mai mulți factori care creează o problemă. Metoda presupune întâi de toate găsirea cauzelor principale ale problemei, în contrast cu elaborarea unei soluții imediate care s-ar putea dovedi mai târziu incorectă. Astfel șansele de a rezolva problema cresc cu mult.

Diagramă „os de pește”[36] își ia numele de la faptul că seamănă cu forma unui schelet de pește. Capul diagramei reprezintă problema pe care doriți să o investigați. Coloana vertebrală a scheletului conectează vertebrele, care reprezintă o serie de cauze probabile. Cauzele înrudite sunt grupate în categorii. Diagramele „os de pește” au fost concepute inițial pentru a controla calitatea proceselor de producție, dar pot fi utilizate și pentru a genera noi idei, a găsi cauzele principale ale unei probleme sau pentru a îmbunătăți un proces care se confruntă cu dificultăți (Li et al., 2011).

Diagrama „os de pește” poate fi utilizată în cadrul cercetărilor în cazul în care este necesar de a depista toate cauzele unei probleme. De multe ori metoda se utilizează în cadrul cercetărilor care vizează proiecte de dezvoltare economică în diferite țări, dar poate fi utilizată și în cazul altor cercetări, cum ar fi, de exemplu, mediul coruptibil în Federația Rusă (Astafurova & Golomanchuk, 2021).

Recomandările pentru organizarea analizei prin metoda „os de pește” variază în dependență de disciplina în care este utilizată, tematică pusă în discuție și de alți factori (Timmermans et al., 2022). Cele trei etape – de pregătire, de desfășurare a analizei și analiza datelor obținute – includ următoarele aspecte:

- La etapa de pregătire se invită un moderator și se pregătește un local pentru a desfășura discuția. Se invită participanții și se face cunoscută tema care va fi pusă în discuție.
- În procesul desfășurării analizei prin metoda „os de pește” se identifică problema. Moderatorul descrie în detaliu problema care va fi analizată. În continuare se identifică toate elementele care ar putea avea o contribuție la această problemă. Poate fi vorba despre persoane implicate,

[36] Un model de diagramă ‘os de pește’ online poate fi descărcat de pe următorul site: https://templatelab.com/fishbone-diagram-templates/

sisteme, organizare instituțională, proceduri, echipamente, materiale etc. Se detașează 3-4 elemente principale care influențează problema. Aceste elemente pot fi analizate și sub formă de categorii de cauze care generează problema. Metoda poate fi folosită pentru analiza problemelor în diferite domenii. În cazul proiectelor publice, principalele cauze pot fi de natură instituțională (funcțiile instituțiilor locale, numărul și amplasamentul instituțiilor, suprapunerea funcțiilor etc.), procedurală (lacune în legislație, reglementări contradictorii), financiară (resurse insuficiente, slab administrate), sau pot avea legătură cu resursele umane (cunoștințe, competențe, număr de angajați).

- Identificarea posibilelor cauze: pentru fiecare dintre elementele luate în calcul se identifică cauzele. Aceste cauze se prezintă sub formă de linii așezate în forma de „os de pește". În cazul în care este vorba de o cauză mai largă și mai complexă, cel mai bine e să fie împărțită în mai multe subcauze.
- Analiza diagramei: la această etapă se poate utiliza discuția în grup pentru a determina cele mai principale cauze. În acest caz putem utiliza metoda celor cinci De ce? (Ask 5 Why's?) referitor la fiecare categorie pentru a identifica toate obstacolele care stau în calea bunei performanțe a proiectului și cauzele acestora. La etapa analizei determinăm primatul cauzelor pe care ar trebui să le abordăm mai întâi. Selectăm apoi 1-3 cauze care vor avea cea mai mare probabilitate de a rezolva problema luând în considerare fezabilitatea (cost, suport, interval de timp etc.) și probabilitatea de a reuși.

Printre avantajele metodei „os de pește" este faptul că este un instrument ușor de înțeles și de completat și indică clar relația dintre cauză și efect. Metoda este volatilă și poate fi aplicată pentru o serie de probleme. Aplicarea metodei „os de pește" într-o echipă este benefică pentru a înțelege mai bine cauzele problemei și pentru a stabili metodele de depășire a lor. Metoda „os de pește" poate fi folosită la etapa planificării proiectului de cercetare pentru a determina toate cauzele ale unei probleme, ca după aceea să urmeze cercetările cantitative.

În același timp, printre dezavantajele metodei se numără faptul că nu ajută la selectarea primatului cauzelor problemei. În diagramă toate cauzele sunt ponderate în mod egal și participanții sunt lăsați să determine de sine stătător care cauze sunt prioritare. Rezultatele din diagramă sunt bazate pe opinii expuse în cadrul brainstormingului, și nu pe fapte. O bună practică ar fi ca aceste rezultate să fie testate și prin alte metode. La fel, diagrama este mai puțin utilă în cazul în care avem cauze complexe, în acest caz poate deveni greu de utilizat.

Exemplu:

În cadrul proiectului de cercetare a cauzelor participării slabe la vot a tinerilor din scoli, studenții cursului „Metode de cercetare în științele politice" au utilizat metoda „os de pește". Brainstormingul a fost organizat referitor la problema privind deficiența de comunicare și de informare slabă a tinerilor referitor la procesul de vot constatată într-o organizație non-guvernamentală (ONG) cu care am colaborat. La efectuarea analizei au participat reprezentanții școlilor, administrației publice locale, liderii ONG și experții în educație.

Rezultatele analizei eficienței ONG de a informa tinerii despre procesul de alegeri au fost discutate și analizate la diferite niveluri: personalul, liderul, cultura ONG, competențele personalului, metodele utilizate de ONG și lipsa de spațiu și asigurarea cu tehnica de calcul. Studenții au utilizat rezultatele discuției pentru proiectele lor de cercetare.

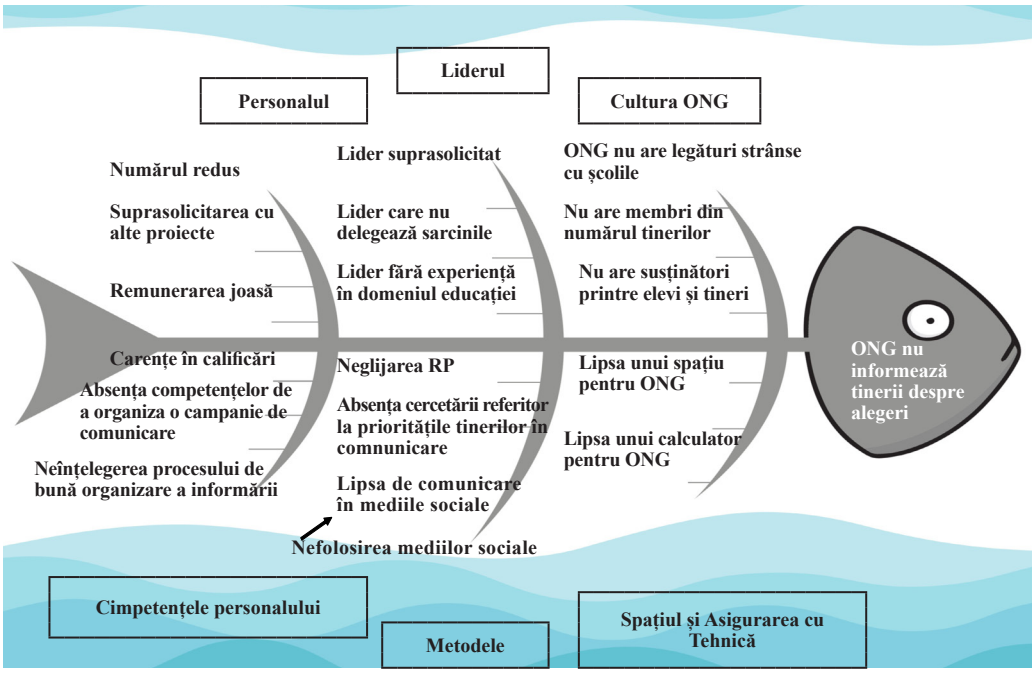


Fig. 9.4. Analiza eficienței campaniilor informaționale despre alegeri ale unui ONG*

* Exemplul este elaborat de autoare și șablonul este descărcat de pe site-ul: https://templatelab.com/fishbone-diagram-templates/

La etapa analizei diagramei obținute se evidențiază câteva soluții asupra cărora organizația ar trebui să se concentreze în timpul apropriat ca să soluționeze problema. În cadrul brainstormingului după analiza cauzelor problemei se analizează și posibilele soluții.

După ce participanții au discutat cauzele, s-a ajuns la concluzia de a da prioritate problemelor ce țin de tehnologiile noi de comunicare, și anume: utilizarea rețelelor sociale preferate de tineri, atragerea noilor membri și conlucrarea cu școlile locale.

Astfel, diagrama „os de pește" este un instrument util care poate ajuta la găsirea cauzelor principale ale unei probleme, antrenând toate părțile implicate pentru a conlucra la rezolvarea problemelor. Rezultatele obținute pot fi dezvoltate și completate prin alte metode de cercetare.

Sarcini de autoevaluare:

1. Care sunt caracteristicile metodei brainstorming și care sunt etapele de desfășurare a analizei utilizând această metodă?
2. Descrieți metoda SWOT și enumerați situațiile în care poate fi utilizată această metodă de cercetare.
3. Care sunt avantajele și limitările utilizării analizei SWOT?
4. Care este valoarea adăugată a utilizării metodei „arborele problemei" în cercetare?
5. Care sunt etapele de dezvoltare a analizei de la metoda „arborele problemei" la „arborele soluțiilor"?
6. Descrieți etapele analizei prin metoda „os de pește".
7. Care este importanța metodelor de cercetare calitativ-participative SWOT, „arborele problemei și „os de pește" pentru a asigura eficacitatea cercetării științifice în domeniul politic și administrativ?

Tematica pentru studiul individual:

- Utilizați matricea online SWOT și completați-o cu analiza problemei privind participarea redusă a studenților în activitățile sportive ale universității. Faceți analiza factorilor externi și interni și alcătuiți un plan strategic de soluționare a problemei.
- Analizați avantajele și dezavantajele metodelor cantitative-participative în comparație cu metodele calitative și mixte.

- Completați matricea online a „arborelui problemei" referitor la problema că mulți studenți nu finisează studiile universitare. După analiza cauzelor și consecințelor completați încă un șablon – „arborele soluțiilor".
- Utilizând șablonul online „os de pește", faceți analiza problemei privind vizualizarea joasă a site-ului unui ONG cu care colaborați. Analizați cauzele problemei și propuneți unele idei pentru a soluționa problema.

Bibliografie:

OSBORN, A. *Applied imagination*: *Principles and procedures of creative problem-solving*. 3 ed. Charles Scribner's Sons, 1963.

ASTAFUROVA, O., GOLOMANCHUK, A. Data and factors analysis of anti-corruption environment components of Russian public authorities. In: *SHS Web of Conferences*, 2021, vol. 109 (01007).

FARHANGI, A., FAR, M., DANAEI, A. Development SWOT matrix for strategic planning in media organizations. In: *International journal of business and commerce*, 2012, vol. 1, no. 5, p. 1-12.

FAURE, C. Beyond brainstorming: Effects of different group procedures on selection of ideas and satisfaction with the process. In: *The Journal of creative behavior*, 2004, vol. 38, no. 1, p. 13-34.

GUREL, E., TAT, M. SWOT analysis: A theoretical review. In: *The journal of international social research*, 2017, vol. 10, p. 994-1006.

HAIMES, Y.Y., LI, D., TULSIANI, V. Multiobjective decision-tree analysis 1. In: *Risk Analysis*, 1990, vol. 10, no. 1, p. 111-127.

HESAMI ARANI, M., MOSLEMZADEH, M., FALLAHZADEH, O., et al. Assessment of COVID-19 control strategies in a steel industry using a SWOT matrix. In: *Toxicology and Industrial Health*, 2021, vol. 37, no. 6, p. 353-364.

KARYONO, O., KANIA A. Determining the priority strategy in the implementation of E-Government through SWOT analysis model. In: *Budapest International Research and Critics Institute Journal* (*BIRCI Journal*), 2019, vol. 2, no. 2, p. 66-74.

LAURETA, R., BALDO, D., NUNAG, J., et al. Problem tree analysis for farm communities along Bicol River Basin, Camarines Sur, Philippines. In: *Asia Pacific Journal of Sustainable Agriculture*, *Food and Energy*, 2022, vol. 10, no. 1, p. 15-21.

LI, S., LEE, L. Using fishbone analysis to improve the quality of proposals for science and technology programs. In: *Research Evaluation*, 2011, vol. 20, no. 4, p. 275-282.

PUTMAN, V., PAULUS, P. Brainstorming, brainstorming rules and decision making. In: *The Journal of Creative Behavior*, 2009, vol. 43, no. 1, p. 29-40.

SANYAL, M., DAS, S., BHADRA, S. Challenges towards implementation of e-Government project in West Bengal, India: A fishbone analysis in order

to find out the root causes of challenges. In: *ICT and Critical Infrastructure*: *Proceedings of the 48th Annual Convention of Computer Society of India*. Vol. II: *Hosted by CSI Vishakapatnam Chapter.* Springer International Publishing, 2014, p. 749-759.

SEEBER, I., DE VREEDE, G., MAIER, R., WEBER, B. Beyond brainstorming: Exploring convergence in teams. In: *Journal of Management Information Systems*, 2017, vol. 34, no. 4, p. 939-969.

SHINNO, H., YOSHIOKA, H., MARPAUNG, S., HACHIGA, S. Quantitative SWOT analysis on global competitiveness of machine tool industry. In: *Journal of Engineering Design*, 2006, vol. 17, no. 03, p. 251-258.

SMITH, R. *Business process management and the balanced scorecard*: *using processes as strategic drivers*. John Wiley & Sons, 2010.

SNOWDON, W., SCHULTZ, J., SWINBURN, B. Problem and solution trees: A practical approach for identifying potential interventions to improve population nutrition. In: *Health Promotion International*, 2008, vol. 23, no. 4, p. 345-353.

TIMMERMANS, L., HUYBRECHTS, I., DECAT, P., et al. Recommendations for Researchers on Synchronous, Online, Nominal Group Sessions in Times of COVID-19: Fishbone Analysis. In: *JMIR Formative Research*, 2022, vol. 6, no. 3, e34539.

WILSON, C. *Brainstorming and beyond*: *A user-centered design method.* Newnes, 2013.

Tema 10. METODE MIXTE DE CERCETARE

Conținuturi:

10.1. Importanța utilizării metodelor mixte în cercetare
10.2. Modele de utilizare a metodelor mixte
10.3. Metoda analizei de conținut (content analysis)

Obiective:

- să definească importanța utilizării metodelor mixte în cercetare;
- să determine diferite modele de utilizare a metodelor mixte;
- să analizeze metodele mixte convergente, metodele mixte secvențiale explicative și metodele mixte secvențiale exploratorii;
- să analizeze etapele desfășurării analizei de conținut în cercetarea mixtă;
- să estimeze oportunitățile utilizării metodelor mixte în cercetarea din sfera politică și în perioada electorală.

Termeni-cheie: metode mixte de cercetare, metode mixte convergente, metode mixte secvențiale explicative, metode mixte secvențiale exploratorii, analiză de conținut.

Repere de conținut

10.1. Importanța utilizării metodelor mixte în cercetare

În procesul de elaborare a proiectului de a cercetare este important a defini abordarea cercetării, la fel paradigma filozofică, care în mare parte va determina utilizarea metodelor calitative sau cantitative. Astfel, dacă decidem să punem accentul pe analiza cuvintelor și a discursului sau dacă preferăm analiza datelor, decizia va implica și selectarea diferitor metode de cercetare. Însă în unele cazuri cercetătorii decid să folosească ambele metode (atât calitative, cât și cantitative) într-o singură cercetare; astfel, această cercetare este considerată *mixtă* (mixed method research MMR).

Se cunosc diferite abordări ale conceptului de metode mixte și cercetătorii nu au ajuns la un punct comun în acest sens. Unii autori consideră metodele mixte ca o combinare în sine a instrumentelor calitative și cantitative. În acest caz metoda mixtă de cercetare se consideră combinarea metodelor calitative și a celor cantitative pentru colectarea datelor, a tehnicilor de referință și a analizei cu scopul de a atinge un nivel mai mare de profunzime în înțelegerea fenomenelor studiate. Discuțiile continuă și în ce privește epistemologia cercetării, beneficiile combinării metodelor și utilizarea lor în diferite domenii de cercetare (Timans et al., 2019).

În ultimii zece ani metodele mixte de cercetare au căpătat o răspândire tot mai mare și tot mai des sunt folosite în articolele publicate în reviste de specialitate.[37] Metodele mixte capătă o instituționalizate mai pronunțată fiind descrise tot mai des și în manualele de metode ale cercetării (Sommer, 2011). În plus, în 2007 în SUA au apărut publicații științifice cu scopul de a constitui o comunitate internațională și multidisciplinară de cercetători-proponenți ai metodelor mixte (Timans et al., 2019). Contribuții la cercetările prin metoda mixtă sunt aduse din diferite domenii, inclusiv sociologie, științe ale educației, psihologie, evaluarea proiectelor și programelor, în același rând din domeniile științelor politice și administrative.

În cazul utilizării atât a metodelor cantitative, cât și acelor calitative în cadrul metodei mixte apare întrebarea dacă urmează să folosim aceste două metode prin *confirmare* sau *complementare*. Folosirea abordării de confirmare mai este numită *triangulare.* De exemplu, în cadrul unei cercetări se utilizează forma de confirmare și datele se colectează prin interviuri, focus grup și sondaje de opinie publică referitor la problema analizată. Cercetătorii urmăresc scopul să confirme că rezultatele nu depind de metoda de selectare a datelor (Slonim-Nevo & Nevo, 2009).

În alte cazuri, autorii susțin că cea mai mare valoare în combinarea tipurilor de date constă în capacitatea unui tip de a compensa deficiențele celeilalte metode (Brewer & Hunter, 2006). În acest caz ipoteza este că orice tip de date poate produce doar un anumit tip de cunoaștere.

Importanța cercetării cu implicarea metodelor mixte rezidă într-o abordare a anchetei care implică colectarea de date atât cantitative, cât și calitative, integrarea celor două forme de date și utilizarea unor proiecte distincte care pot

[37] *A se vedea*: Journal of Mixed Methods Research (Revista de metode mixte). https://journals.SAGEpub.com/home/mmr

implica diferite presupuneri filozofice și cadre teoretice. În acest caz integrarea datelor calitative și cantitative oferă o perspectivă suplimentară dincolo de informațiile furnizate fie de datele cantitative, fie de cele calitative.

10.2. Modele de utilizare a metodelor mixte

Deși există o mulțime de modele în domeniul metodelor mixte, cele mai răspândite sunt cele *convergente*, *mixte secvențiale explicative* și *mixte secvențiale exploratorii* în dependență de secvența și scopul utilizării metodelor calitative și a celor cantitative. Ordinea efectuării cercetărilor depinde, bineînțeles, de întrebarea de cercetare și de scopul cercetării. În unele cazuri autorii organizează interviuri la începutul cercetării ca să determine categoriile mai importante care să fie utilizate pentru a formula întrebările sondajului de opinie (Lamont & White, 2008).

În cazul utilizării metodelor mixte *convergente*, cercetătorul îmbină datele cantitative cu cele calitative pe care le colectează de obicei în același timp. După colectarea datelor, cercetătorul integrează informațiile în interpretarea rezultatelor generale, iar contradicțiile sau constatările incongruente sunt explicate sau analizate în continuare în acest model.

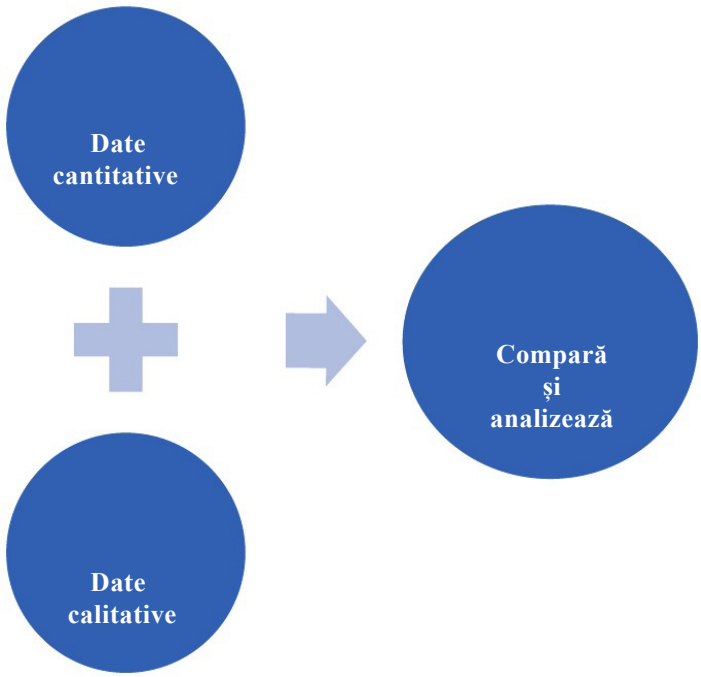


Fig. 10.1. Metoda mixtă *congruentă*

Metoda mixtă *secvențială explicativă* este una în care cercetătorul efectuează mai întâi cercetări cantitative, analizează rezultatele și apoi se bazează pe rezultatele obținute pentru a le explica mai detaliat prin cercetare calitativă. Este considerată explicativă deoarece rezultatele inițiale ale datelor cantitative sunt explicate în continuare cu datele calitative.

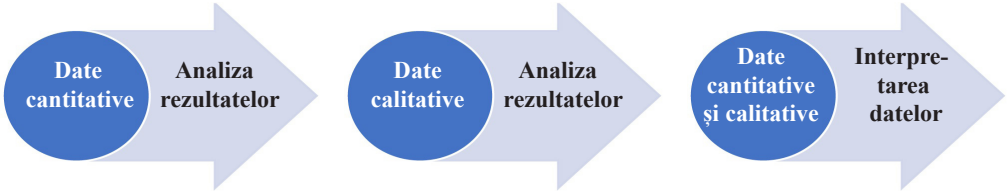


Fig. 10.2. Metoda mixtă *secvențială explicativă*

Metoda mixtă *secvențială exploratorie* este secvența inversă din designul secvențial explicativ: cercetătorul începe mai întâi cu o fază de cercetare calitativă și explorează punctele de vedere ale participanților. Datele sunt apoi analizate, iar informațiile sunt utilizate pentru a construi o a doua fază cantitativă. La fel, în continuare datele calitative sunt explicate împreună cu datele cantitative.

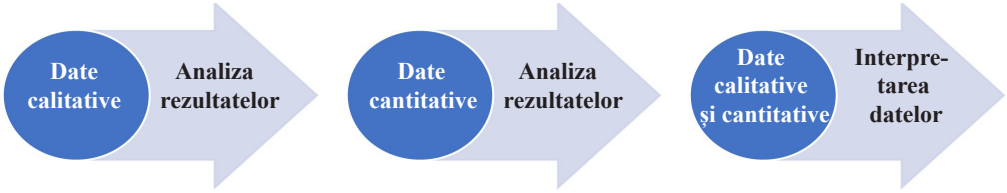


Fig. 10.3. Metoda mixtă *secvențială exploratorie*

Indiferent de scopul metodelor combinate, conceptul de metode mixte a ridicat o problemă suplimentară: paradigmele ar trebui să fie legate de metode? În analiza noastră anterioară am subliniat că paradigmele sunt legate de metodele de cercetare. De exemplu, apare întrebarea: dacă un cercetător a folosit o atitudine inductivă, calitativă emergentă într-un studiu, înseamnă oare aceasta că el sau ea trebuie să utilizeze abordări de colectare a datelor calitative, cum ar fi observațiile și interviurile? Alternativ: un studiu deductiv, bazat pe teorie, în paradigma cantitativă ar trebui să fie întotdeauna legat de proceduri de colectare a datelor cantitative, cum ar fi anchetele și experimentele?

Presupunerea din spatele corelării paradigmelor cu metodele a fost că o astfel de abordare încuraja cercetătorii să aleagă între tipuri de metode cantitative și calitative, nu însă să le combine. Utilizarea mai multor metode

a evidențiat această problemă și apoi a urmat „dezbaterea paradigmelor". Autorii au exprimat diferite păreri, iar pragmatiștii au afirmat că, de fapt, există o falsă dihotomie între abordările calitative și cantitative și că cercetătorii ar trebui să folosească cât mai eficient ambele paradigme în înțelegerea fenomenelor sociale (Guba & Lincoln, 1994).

După combinarea paradigmelor filozofice în cercetarea mixtă au apărut alte întrebări: pot fi combinate alte aspecte ale procesului de cercetare, cum ar fi partea de introducere, literatura analizată, formularea scopului și întrebările de cercetare? Discuțiile continuă și de cele mai dese ori cercetătorii aplică metoda celor două abordări, sau a metodologiei mixte în cadrul proiectării cercetării. În acest caz cercetătorul combină aspectele calitative și cantitative pe parcursul a mai multor pași metodologici din proiectul de cercetare (Lancy, 1993).

Paradigmele ar putea fi combinate în introducere, în revizuirea literaturii și utilizarea teoriei, în declarația scopului și în formularea întrebărilor de cercetare. Această abordare adaugă complexitate unui design și folosește avantajele paradigmei calitative și cantitative (Creswell, 2017). Mai mult, designul general reflectă probabil cel mai bine procesul de cercetare, de a lucra cu modelele de gândire inductivă și deductivă într-un singur studiu de cercetare. Pe partea negativă, aceasta necesită o cunoaștere sofisticată a ambelor paradigme, transmite legătura dintre paradigme care pot fi inacceptabile pentru unii și necesită ca autorii să aplice o combinație de paradigme necunoscute multor cercetători.

Astfel, într-un studiu de design metodologic mixt se găsesc metode mixte în care autorul colectează atât date calitative, cât și cantitative. Este prezentă atât analiza cuvintelor și temelor, cât și analiza statistică. În termenii lui Rossman și Wilson, există o utilizare „integrată" a metodelor, care combină „cuvinte și numere" (Rossman & Wilson, 1985). De asemenea, metodele mixte pot avea mai multe scopuri: triangularea sau convergerea constatărilor, elaborarea rezultatelor, folosirea unei metode pentru a informa alta, descoperirea paradoxului sau a contradicției și extinderea amplorii cercetării.

Procesul de implementare a metodelor mixte este determinat de scopul cercetării, când devine clar că este fixabil să utilizăm această metodă, este rațional și avem acces la date. În acest caz elaborăm metodologia de cercetare ca să includem ambele metode de cercetare, atât calitative, cât și cantitative, și analizăm datele în dependență de metoda aleasă. Raportul final include descrierea fazelor cercetării, constatările și, dacă este necesar, și recomandările.

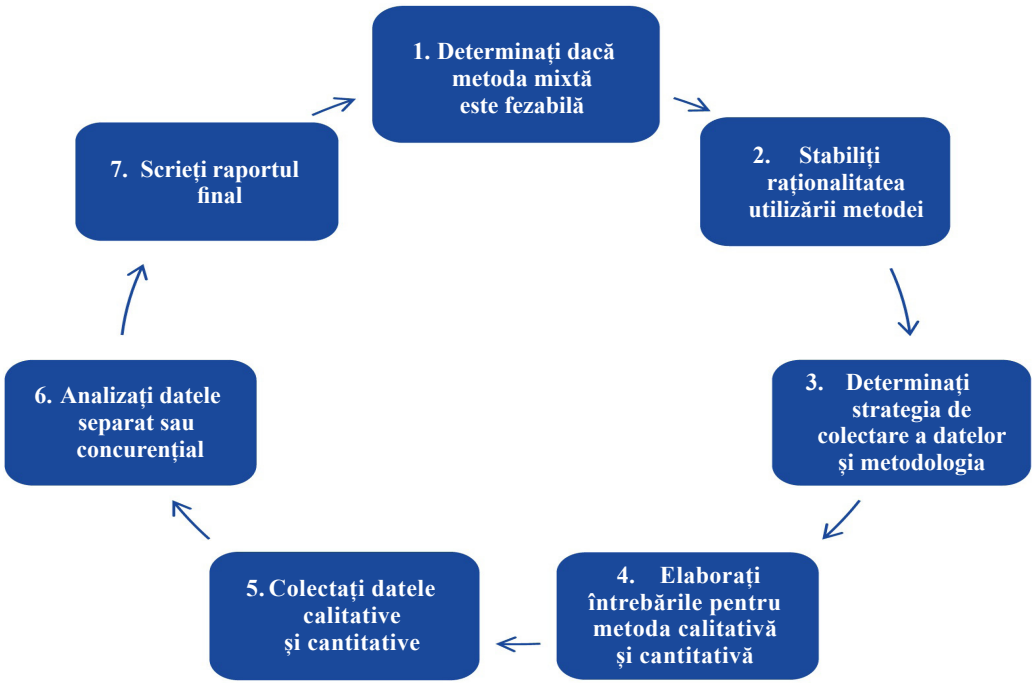


Fig. 10.4. Un exemplu de implementare a metodelor mixte

O altă abordare a metodelor mixte este definirea unor metode de cercetare, care combină elemente calitative, de analiză semantică cu elemente cantitative, de analiză statistică a datelor, și aceste metode sunt numite metode cantitativ-calitative. Astfel, metoda analiza de conținut (content analysis) este considerată ca un exemplu de metodă de analiză mixtă. Ne vom referi în continuare la descrierea analizei de conținut și vom oferi un exemplu de utilizare a metodei în cadrul unui proiect de cercetare mass media.

10.3. Metoda analizei de conținut (content analysis)

Analiza de conținut este o metodă calitativ-cantitativă sau mixtă, de culegere și analiză a conținutului textului, a cuvintelor, imaginilor, simbolurilor și ideilor. Analiza se referă la textul scris, precum și la cel audio și video, care servește ca mediu de comunicare. Metoda include lectura sau observarea sistematică a textelor sau artefactelor cărora li se atribuie etichete, numite coduri, pentru a indica prezența unor piese de conținut semnificative (Neuman, 2009).

Prin codarea sistematică a conținutului unui set de texte cercetătorii care utilizează metoda analizei de conținut pot analiza tiparele de conținut cantitativ folosind metode statistice sau pot folosi metode calitative pentru a analiza semnificațiile conținutului din text. Analiza cantitativă a conținutului se poate conforma cu metoda științifică și poate produce constatări de încredere. Analiza calitativă a textelor este necesară pentru a înțelege semnificațiile lor mai profunde și interpretările probabile de către public – cu siguranță, scopul final al analizei conținutului media. Însă analiza calitativă a conținutului poate fi dificil de realizat și în același timp de respectat fiabilitatea științifică. Conform lui Neuendorf (2016), o combinație a aspectelor calitative și cantitative pare a fi abordarea ideală.

Metoda analizei de conținut își are începutul în analiza conținutului ziarelor de la sfârșitul secolului XIX, care mai apoi a fost utilizată în analiza literaturii. De-a lungul anilor, cu dezvoltarea domeniului comunicării de masă, metoda analizei de conținut a fost utilizată pe larg pentru a analiza în profunzime conținutul media și logica mass media. În perioada de după cel de-al Doilea Război Mondial cercetătorul Harold Lasswell (1948) a formulat cinci întrebări, care mai apoi au devenit semnificative pentru a descrie actul de comunicare, dar, la fel, și principiile de bază ale analizei de conținut: „Cine, ce spune, prin ce mijloc, cui, cu ce efect?”. Urmând această linie de cercetare, autorii analizei de conținut au dezvoltat cinci scopuri principale ale analizei de conținut, și anume: 1) să descrie caracteristicile de substanță ale conținutului mesajului; 2) să descrie caracteristicile de formă ale conținutului mesajului; 3) să facă inferențe către producătorii/emițătorii de conținut; 4) să facă inferențe către receptorii de conținut; 5) să prezică efectele conținutului asupra publicului (Weber, 1990).

Mai mulți autori, printre care Berelson (1952), sunt de acord că etapele majore ale analizei de conținut pot fi următoarele, fapt confirmat și de cercetările efectuate de autoare:

1. Faza de organizare include formularea temei, a problemei de cercetare și a ipotezelor. Tema va fi definită clar și concis, dar să nu se confunde cu problema de cercetare. Formularea ipotezelor include o presupunere care este propusă pentru verificare, care poate fi confirmată sau infirmată. Obiectivul este determinarea scopului general, care este fixat de cercetător sau de o instanță exterioară și asigură cadrul pragmatic sau teoretic în care vor fi utilizate rezultatele obținute.

2. Următoarea etapă include *alegerea documentelor* care vor fi incluse în analiză. Klaus Krippendorff (2018) s-a referit la aceste materiale drept „*unități de eșantionare*" și le-a definit ca „unități care se disting pentru includerea selectivă într-o analiză". Lista materialelor relevante pentru subiectul cercetătorului formează astfel un „cadru de eșantionare". Alegerea documentelor poate fi făcută după metoda recensământului (selectarea tuturor elementelor), aleatoriu sistematic sau randomizarea (selectarea unui număr *n* de unități), intenționat (selectarea mass media mai reprezentativă), cota-parte (selectarea prin cotă) și stratificat (selectarea aleatorie din diferite zile sau săptămâni). Astfel, materialele selectate trebuie să corespundă regulilor reprezentativității, omogenității și pertinenței.
3. Detalierea metodei de cercetare include determinarea segmentului de conținut și a unităților de înregistrare. Unitatea de înregistrare este *unitatea de semnificație* care trebuie codată. Ea corespunde segmentului de conținut luat în considerare ca unitate de bază în vederea efectuării numărătorii. *Unitatea de înregistrare* poate fi la nivel semantic (după temă) sau/și la nivel lingvistic (cuvinte sau fraze). În analiza de conținut, criteriul de decupaj pentru unitățile de temă și cuvinte este de ordin semantic. În dependență de scopul cercetării, mai pot fi incluse și unități de înregistrare, referitor la tonalitatea articolului (pozitivă, negativă, neutră sau constructivă), la autor și la volum. În aceste cazuri criteriul de decupaj este orientarea articolului selectat și indicarea autorului. Referitor la volum, criteriul este stabilit în relație de coli de autor, cm, coloană, rând sau pagină pentru publicațiile scrise. Pentru producția audiovizuală pot fi utilizate drept unități de măsurare minutele și orele de transmisie audio și video.
4. Procesarea datelor. Această etapă este în multe privințe cea mai importantă parte a oricărei analize de conținut, deoarece cercetătorul trebuie să măsoare conținutul în așa fel încât să se raporteze la subiectul de cercetare. La această etapă se alcătuiește instrumentul de lucru, sau *grila de conținut*. Cercetătorul codează acest conținut, astfel încât măsurile acestuia să fie atât valide, cât și de încredere.

5. Analiza rezultatelor. La etapa finală analizăm rezultatele, tragem concluziile și realizăm generalizările acolo unde este posibil. Interpretăm rezultatele cu atenție, deoarece analiza cantitativă doar cuantifică informațiile, după care urmează analiza calitativă de interpretare a rezultatelor. Astfel, pot fi identificate tendințele și modelele generale.

Cercetarea prin metoda analizei de conținut poate fi realizată manual sau utilizând programe de calculator sau automatizate. Dacă cercetarea se face manual, se poate utiliza hârtia și pixul. La fel, poate fi utilizat programul computerizat Excel, care, după părerea noastră, este mai avantajos din punctul de vedere al eficienței folosirii timpului. În ultima perioadă tot mai des este utilizată analiza de conținut computerizată (West, 2001), sunt folosite programe de calculator cu diferite software pentru analiza de conținut[38]. Prin utilizarea softului, cercetătorii pot introduce categorii și pot obține codificarea automată, rapidă și eficientă, realizată de către programul de calculator. Dar în acest caz apar probleme de context, și anume: fiabilitatea inter-coder, în ce context sunt utilizate anumite cuvinte și cum vor fi ele evaluate.

Cu toate acestea, codificatorii umani pot fi încă folosiți pentru analiza conținutului, deoarece sunt adesea mai capabili să identifice semnificații nuanțate și latente în text. Unele studii consideră că codificatorii umani au fost capabili să evalueze o gamă mai largă și să facă inferențe bazate pe semnificații latente în comparație cu analiza de conținut computerizată (Conway, 2006). Când codarea se face manual, cercetătorul poate, la fel, recunoaște erorile mult mai ușor (de exemplu, greșeli de scriere, ortografie, lacune în codare).

Dacă utilizați codificarea computerizată, textul poate fi curățat de erori pentru a include toate datele disponibile. La fel, cele mai recente programe computerizate pot fi deja „antrenate" să stabilească fiabilitatea inter-coder. Această decizie de codare manuală *versus* computer este cea mai relevantă pentru informațiile implicite, unde pregătirea categoriei este esențială pentru o codificare precisă.

Printre avantajele metodei de analiză de conținut se numără faptul că permite analiza diferitor surse de comunicare, inclusiv textul scris, audio și video. Metoda

[38] Unele exemple de software pentru analiza de conținut online: Profiler Plus (https://profilerplus.org/), Online Utility (https://www.online-utility.org/text/analyzer.jsp), AtlasTi (https://atlasti.com/).

este neobstructivă și include atât operațiuni cantitative, cât și calitative. Prin analiza textelor, această metodă oferă posibilitatea de a cunoaște în profunzime conținutul din punct de vedere istoric și cultural și oferă posibilitatea de a cunoaște complexe modele de gândire și de utilizare a limbajului. În același timp, metoda analizei de conținut include cuantificarea unităților de conținut, determinarea proporțiilor lor în raport cu întregul text și/sau cu alte documente.

Dezavantajele includ faptul că metoda analizei de conținut în mod inerent este reductivă, mai ales referitor la textele complexe care conțin mai multe teme. Dacă cercetătorul nu a construit un proiect de cercetare bine argumentat, analiza de conținut poate să se reducă la numărarea unor cuvinte, fără să aibă o bază teoretică și un scop bine determinat. Un alt dezavantaj poate fi că se neglijează contextul istoric în care sunt exprimate ideile din textul analizat, precum și starea de lucruri care apare până la apariția textului și după publicarea documentului analizat. Un remediu în acest caz ar putea fi explicarea contextului istoric în partea introductivă a lucrării de analiză.

Exemplu:

În cadrul proiectului de la FRISPA, USM, studenții au utilizat analiza de conținut pentru a studia reflectarea în presa din Republica Moldova a interesului național. Prin metoda selectării intenționate s-a ales un ziar în limba romană (Ziarul de Gardă), unul în limba rusă (Komsomoliskaia Pravda) și postul de televiziune Moldova 1, emisiunile de știri de seară. Apoi s-a determinat eșantionul de cercetare prin setarea pasului de numărare: fiecare al treilea număr de ziar și emisiune TV. În calitate de unități de analiză au servit articolele care abordează tematici precum: dezvoltarea economică, sistemul educațional, ocrotirea sănătății, combaterea corupției, coeziunea politică, dialogul interetnic, integrarea teritorială, politica externă și integrarea în UE. După stabilirea acestor categorii de tematici, au fost selectate unitățile de înregistrare sub formă de mențiune a cuvintelor care detaliază aceste tematici: interes național, suveranitate, patrie, neutralitate, coeziune socială, dialog intercultural, integritate teritorială, combaterea corupției, dialog interetnic și integrarea în UE. La fel, a fost analizată tonalitatea articolului (pozitivă, neutră, negativă și constructivă), a fost notat autorul și a fost calculat volumul materialelor în pagini sau minute.

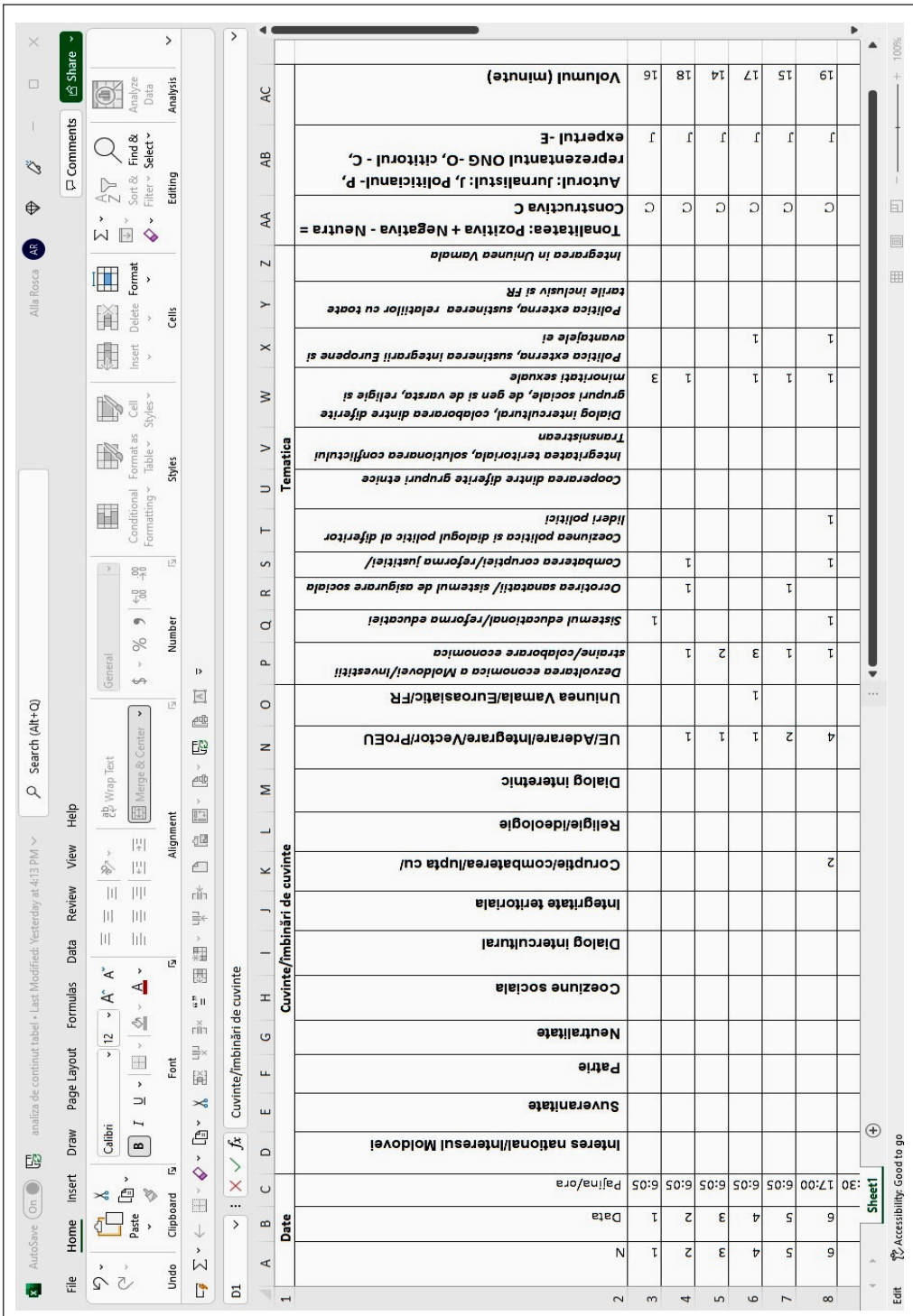


Fig. 10.5. Crila pentru analiza de conținut în programul Excel

Studenții au făcut analiza cantitativă și calitativă, unde au inclus rezultatele numerice ale utilizării unităților de conținut. În același timp au realizat analiza calitativă prin a descrie contextul utilizării acestor cuvinte, îmbinări de cuvinte și enunțuri. A fost analizată și orientarea materialelor publicate sau difuzate audio sau video și au fost incluși și autorii acestor informații.

Sarcini de autoevaluare:

1. Care este importanța utilizării metodelor mixte în cercetarea din domeniul politic?
2. Explicați necesitatea de a utiliza diferite modele de utilizare a metodelor mixte.
3. Analizați esența metodelor mixte convergente, metodelor mixte secvențiale explicative și a metodelor mixte secvențiale exploratorii.
4. Care sunt etapele de desfășurare a analizei de conținut?
5. Cum se determină unitățile de înregistrare și unitățile de conținut care vor fi analizate în analiza de conținut? Cum se alcătuiește matricea de cercetare prin analiza de conținut?

Tematica pentru studiul individual:

- Analizați un articol academic în care a fost utilizată o metodă mixtă de cercetare și descrieți tipul de metodă mixtă utilizată. Explicați logica cercetării și argumentați utilizarea metodei.
- Explicați procesul de implementare a metodelor mixte dint-un articol academic pe care l-ați studiat.
- Argumentați în care cazuri este cel mai potrivit să utilizăm metoda analizei de conținut în cercetarea din cadrul științelor politice.
- Ați decis să analizați luările de cuvânt ale președintelui/ei țării pentru a determina orientarea de politică externă a țării prin metoda analizei de conținut. Formulați tema și problema de cercetare, ipotezele și alegeți documentele care vor fi analizate. Specificați unitățile de înregistrare și alte categorii care vor fi analizate. Alcătuiți matricea de cercetare prin analiza de conținut.

Bibliografie:

BERELSON, B. *Content analysis in communication research.* Glencoe: Free Press, 1952.

BREWER, J., HUNTER, A. *Foundations of multimethod research*: *Synthesizing styles*. Sage, 2006.

CONWAY, M. The subjective precision of computers: A Methodological comparison with human coding in content analysis. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2006, 83 (1): 186-200.

CRESWELL, J. *Educational research*: *Planning*, *conducting*, *and evaluating quantitative and qualitative research*. 4 ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2012.

GUBA, E., LINCOLN, Y. Competing paradigm in qualitative research. In: N.K. DENZIN & Y.S. LINCOLN, eds. *Handbook of qualitative research*. Sage, 1994, p. 105-117.

KRIPPENDORFF, K. *Content analysis*: *An introduction to its methodology*. Sage, 2018.

LAMONT, M., WHITE, P., eds. *Workshop on interdisciplinary standards for systematic qualitative research*: *Cultural anthropology*, *law and social science*, *political science*, *and sociology programs.* Washington, DC: Natl. Sci. Found, 2008.

LANCY, D. *Qualitative research in education*: *An introduction to the major traditions*. New York: Langman, 1993.

LASSWELL, H. The structure and function of communication in society. In: BRYSON, L., eds. *The communication of ideas*. New York: Harper and Row,1948.

NEUENDORF, K. *The content analysis guidebook.* Sage, 2016.

NEUMAN, W. *Social research methods*: *Qualitative and quantitative approaches*. 7 ed. Pearson, 2009.

ROSSMAN, G., WILSON, B. Numbers and worlds: Combining quantitative and qualitative methods in a single large-scale evaluation study. In: *Evaluation Review*, 1985, vol. 9, no. 5, p. 627-647.

SLONIM-NEVO, V., NEVO I. Conflicting findings in mixed methods research: An illustration from an Israeli study on immigration. In: *Journal of Mixed Methods Research*, 2009, vol. 3, no. 2, p. 109-28.

SOMMER, H. More than method: A discussion of paradigm differences within mixed methods research. In: *Journal of mixed methods research*, 2011, vol. 5, no. 2, p. 150-166.

TIMANS, R., WOUTERS, P., HEILBRON, J. Mixed methods research: What it is and what it could be. In: *Theory and Society*, 2019, vol. 48, p. 193-216.

WEBER, R. *Basic content analysis* (*Quantitative applications in the social sciences*). Sage, 1990.

WEST, M. The future of computer content analysis: Trends, unexplored lands, and speculations. In: *Progress in Communication Sciences*, 2001, p. 159-176.

Tema 11. METODE CANTITATIVE. SONDAJ DE OPINIE PUBLICĂ

Conținuturi:

11.1. Esența metodelor cantitative
11.2. Sondajul de opinie publică ca metodă de cercetare cantitativă
11.3. Tipuri de sondaje după scop, modul de colectare a datelor și frecvența de desfășurare
11.4. Operaționalizarea și nivelurile de măsurare

Obiective:

- să definească esența metodelor cantitative;
- să determine esența metodei sondajului de opinie;
- să analizeze tipurile de sondaje după scopul lor, modul de colectare a datelor și baza frecvenței de desfășurare;
- să analizeze tipurile de sondaje realizate în sfera politică;
- să compare nivelurile de măsurare: nivelul nominal, nivelul ordinal, nivelul interval, nivelul de rapoarte;
- să estimeze importanța aplicării metodelor cantitative în viața politică pentru a asigura accesul cetățenilor la informații veridice și nepărtinitoare.

Termeni-cheie: metode cantitative, sondaj de opinie publică, tipuri de sondaje, sondaj în persoană, sondaj prin telefon, sondaj prin poștă, sondaj în internet, studii transversale, studii longitudinale, sondaj de tip panel, anchetă de cohortă, operaționalizare, nivel de măsurare.

Repere de conținut

11.1. Esența metodelor cantitative

Cercetarea cantitativă poate fi definită ca un proces de investigare care examinează o problemă identificată, în baza unei teorii identificate, care se bazează pe testarea unei probleme de cercetare măsurată prin numere și analizată cu tehnici statistice. Astfel, cercetarea cantitativă presupune analiza datelor numerice. O definiție mai tehnică este oferită de Brady și Collier (2011), care definesc metodele cantitative ca „o abordare printr-o metodologie puternic orientată spre analiza statistică, utilizarea regresiei și a rafinamentelor econometrice ale regresiei…”. Autorii scot în evidență analiza statistică a datelor și elaborarea

structurii modelelor de regresie care sunt utilizate frecvent în domeniul științelor politice.

Scopul cercetării cantitative este de a examina anumite cazuri sau aspecte ale fenomenelor pentru a determina dacă generalizările predictive ale unei teorii sunt adevărate sau pentru a testa ipotezele cauzale.

Ca rezultat, există mai multe ipoteze-cheie care stau la baza metodelor de cercetare cantitative, astfel că:

- cercetarea trebuie să rămână independentă de cercetător prin utilizarea experimentelor, chestionarelor sau inventarelor;
- cercetătorul nu devine parte a cercetării și nu interferează cu aceasta;
- teoriile și ipotezele sunt testate în ordinea cauzei-efect, cu cercetări bazate în primul rând pe forme deductive ale logicii identificate a priori de către cercetător;
- scopul cercetării este de a dezvolta generalizări care să contribuie la teorie și să permită cercetătorului să înțeleagă, să explice și să prezică un anumit fenomen.

Metodele cantitative sunt de obicei utilizate într-un punct avansat în procesul științific, îndeosebi pentru testarea ipotezei, adică confirmarea sau infirmarea ei. Astfel, ele au un caracter predominant deductiv și în multe cazuri sunt asociate cu analiza teoriei și cu recomandarea cursurilor de acțiune în jurul problemelor specifice. În cazul folosirii metodelor cantitative în cadrul cercetării mixte, metodele cantitative pot fi utilizate după evaluarea rezultatelor celor calitative, sau concomitent.

Cercetarea de obicei începe prin a crea o întrebare de cercetare care are scopul de a produce cunoștințe despre lumea empirică. În ceea ce privește întrebările de cercetare, principala diferență între metodele cantitative și cele calitative există de obicei în tipul de întrebări care sunt formulate.

La elaborarea cercetării, cercetătorii cantitativi sunt tentați mult mai probabil decât omologii lor să-și bazeze proiectele pe logica experimentelor. De exemplu, cercetătorii cantitativi adesea scot în evidență importanța grupurilor de control, testelor preliminare și alte elemente care le oferă oportunitatea de a menține un (ii) factor (i) constant în încercarea lor de a face inferențe cauzale.

În studiile cantitative, eșantionarea se bazează pe logica probabilității pentru a produce reprezentativitate statistică. În plus, în cercetarea cantitativă eșantionarea se face înainte de colectarea datelor. Preocuparea principală pentru cercetătorii cantitativi este generalizarea, extrapolarea rezultatelor pentru întreaga populație. Metodele cantitative mai sunt utilizate uneori și de cercetătorii calitativi pentru a analiza datele colectate prin metode calitative.

În cazul colectării datelor cercetătorii cantitativi administrează un chestionar pregătit anterior sau urmăresc un experiment care se desfășoară fără ca cercetătorii să fie implicați direct. De obicei, cercetătorii cantitativi au adesea un plan detaliat de acțiune care este elaborat înainte de începerea unui studiu, spre deosebire de cei calitativi, care au o abordare mai fluidă a studiilor lor. Acest lucru este valabil și pentru analiza datelor. Tehnicile de cercetări cantitative des utilizate includ metode cu un nivel înalt de structură, precum chestionare și înregistrări sistematice de observare. Metodele cantitative utilizează eșantioane reprezentative pentru o populație mai mare pentru a trage concluzii și a generaliza la acest nivel superior. În plus, există tehnici care permit măsurarea și reducerea probabilității de eroare (Babbie, 2021).

În studiile cantitative metodele de analiză a datelor sunt planificate în avans și apar apoi după colectarea datelor. Ca urmare, cercetătorilor cantitativi nu li se oferă de obicei oportunitatea de a-și modifica metodele de colectare a datelor în timpul unui proiect. Datele cantitative sunt ușor codificate în formate numerice. Ca rezultat, este mult mai ușor de introdus date cantitative în programe de calculator, cum ar fi Excel, decât de introdus date calitative. În plus, există o serie de programe care analizează datele statistice, cum ar fi SPSS, R și Stata. Deși există programe pentru interpretarea datelor calitative, acestea nu sunt utilizate la fel de extensiv ca cele pentru analiza datelor cantitative.

La etapa desfășurării analizei, cercetătorii cantitativi au o varietate de mijloace pentru a testa semnificația statistică și validitatea datelor pe care le analizează. Unul dintre punctele principale ale cercetării cantitative este studiul relațiilor cauzale; astfel, o parte a procesului implică manipularea diverșilor factori care ar putea influența un fenomen de interes, controlând în același timp și alte variabile care ar putea afecta rezultatul.

De exemplu, în cazul în care un cercetător ar examina dacă variabila de gen a jucat un rol în faptul că o persoană a primit un loc de muncă, ar fi important să se controleze alte variabile, cum ar fi educația sau experiența anterioară de muncă. Acești factori pot determina, de asemenea, motivul pentru care o persoană ar primi o ofertă de angajare. Cu toate acestea, în ciuda rezultatelor care pot fi produse de aceste modele, este de menționat că un principiu major al cercetării cantitative este că corelația nu implică cauzalitate, doar faptul că acești factori pot fi corelați nu indică că un factor servește drept cauză pentru celălalt. Cu alte cuvinte, o relație falsă este întotdeauna un rezultat posibil al analizei datelor.

La etapa presetării rezultatelor, cercetătorii cantitativi prezintă rapoarte bazate pe interpretarea statisticilor. Dar și în acest caz este important să ne asigurăm că a fost evitată părtinirea în eșantion și că au fost utilizate metode adecvate de

analiză a datelor pentru a evita părtinirea în analiza cantitativă (Johnson & Reynolds & Mycoff, 2020).

Criticile aduse cercetării cantitative se referă, în primul rând, la faptul că metodele de cercetare cantitativă au fost adoptate din științele fizice; astfel, susțin criticii, toate cazurile sunt tratate ca și cum ar fi la fel. Conceptele complexe sunt transformate în numere, iar elementele lor unice sunt disipate ca rezultat. În plus, oamenii pot atribui cu ușurință semnificații diferite unui lucru chiar și atunci când experimentează aceleași fenomene.

În al doilea rând, criticii susțin că metodele cantitative sunt părtinitoare, deoarece nu reușesc să ia în considerare rădăcinile culturale unice și alte aspecte ale grupurilor marginalizate de oameni. Astfel, potrivit criticilor, atunci când vine vorba de populații care au fost excluse politic, utilizarea metodelor cantitative poate să nu fie adecvată.

În al treilea rând, unii critici susțin că metodele de cercetare cantitativă au ca rezultat scoaterea indivizilor din cadrul lor natural pentru a examina aspecte foarte limitate ale opiniilor și preferințelor indivizilor. Pentru acești critici, contextul este foarte important și, prin scoaterea acțiunilor din context, este imposibil să înțelegem adevăratul sens al opiniilor respondenților.

Metodele cantitative analizează efectele care pot fi măsurate obiectiv. Cu toate acestea, metodele cantitative pot fi susceptibile în cazul unor erori umane, deoarece ele depind de acțiunea cercetătorilor care selectează variabilele pentru a fi studiate. Erorile pot apărea la diferite etape ale cercetării, atât la început – în cazul elaborării programului de cercetare și al scrierii chestionarului, cât și la etapa formulării concluziilor.

Cercetarea cantitativă este utilizată pe scară largă în științele naturale și sociale: biologie, chimie, psihologie, economie și sociologie. Cercetarea cantitativă este pe larg utilizată și în științele politice și administrative, îndeosebi în campaniile electorale pentru a determina preferințele politice ale alegătorilor. Printre metodele cantitative se numără sondajul de opinie publică și experimental, la care ne vom referi în cele ce urmează.

11.2. Sondajul de opinie publică ca metodă de cercetare cantitativă

Sondajul este definit ca „colectarea de informații de la un eșantion de indivizi prin răspunsurile lor la întrebări" (Check et al., 2011). Sondajele pot avea o varietate de forme, iar cercetătorii unui sondaj colectează răspunsuri ca să fie reprezentative pentru populația țintă. Cercetătorii își aleg sursele de date pentru sondaj în dependența de accesul la date, sursele financiare disponibile și timpul acordat cercetării. Adesea cercetătorii se bazează pe datele sondajelor deja existente, culese de diferite instituții de opinie publică sau companii de cercetare, fără a proiecta și a administra propriile sondaje. Dacă cercetătorii decid să creeze

propriul sondaj, sunt multe lucruri care trebuie luate în considerare. O atenție sporită se acordă proiectării chestionarului, creării întrebărilor, alegerii metodelor de eșantionare adecvate pentru efectuarea cercetării, astfel ca să asigure validitatea și fiabilitatea cercetării (Fowler, 2013).

Pentru a crea un plan de cercetare prin metoda sondajului, indică Fink (2016), identificăm mai întâi scopul cercetării. Astfel, scopul principal este de a răspunde la o întrebare (sau întrebări) despre variabile de interes, determinând variabilele dependente și independente. La etapa următoare descriem de ce o metodă de anchetă este tipul preferat de abordare pentru acest studiu. În acest caz menționăm că avantajele modelelor de anchetă sunt economia designului, schimbarea rapidă în colectarea datelor și flexibilitatea de a crea tipurile de întrebări care ne interesează. În continuare decidem dacă sondajul va fi în secțiune transversală cu datele colectate la un moment dat în timp sau dacă va fi în secțiune longitudinală cu datele colectate de-a lungul timpului. La fel, se specifică forma de colectare a datelor.

Printre avantajele cercetării prin sondaj – în special sondajele online – se numără și faptul că ele au un cost relativ mic per participant. Un alt avantaj este că colectarea datelor este mult mai ușoară cu anchetele, care tind să utilizeze surse de date ușor de citit, ce pot fi compilate și analizate după cum este necesar pentru cercetarea dată. În altă ordine de idei, tehnicile de cercetare calitative, de exemplu interviul individual, pot da naștere la răspunsuri mai diverse. Dar capacitatea de a analiza aceste subiecte devine un proces mult mai dificil sau imposibil în cazul în care avem un număr foarte mare de date.

Dimensiunea eșantionului este un alt avantaj al cercetărilor prin sondaje. Sondajele permit să ajungem la mii de posibili participanți dacă este necesar, ceea ce asigură un eșantion mai precis și să elaborăm concluzii bine fundamentate. Un alt avantaj ar fi sinceritatea răspunsurilor celor intervievați în cadrul cercetării. Anonimul sondajelor permite oamenilor să se simtă mai sinceri cu răspunsurile lor. Sondajele oferă răspunsuri mai oneste decât alte tipuri de metodologie de cercetare, mai ales dacă este clar că răspunsurile vor rămâne confidențiale.

În același timp, cercetarea prin sondaj este predispusă la erori ale cercetătorilor, în cazul în care se fac ipoteze despre eșantion care ar putea să nu fie exacte. De exemplu, dacă efectuați un sondaj prin e-mail, s-ar putea întâmpla ca multe comunități cu venituri mici să nu aibă acces la e-mail, astfel încât vocea lor nu va fi auzită în datele dvs. Cercetătorul trebuie să se asigure de fiecare dată când planifică o cercetare că are un eșantion reprezentativ din care să colecteze date.

Un alt punct slab al cercetării prin sondaj este rigiditatea. Înainte de a elabora proiectul de sondaj, trebuie să luăm în considerare toate răspunsurile posibile și apoi să programam sondajul. Dacă nu reușim să luăm în considerare toate variantele de răspunsuri, este mai mult ca posibil să pierdem date. De exemplu, dacă participantul

dorește să ne spună ceva adăugător, dar nu are spațiu în chestionar pentru a face acest lucru, vom pierde acele date.

Diferite tipuri de sondaje ajută la furnizarea de informații importante sau critice sub formă de date semnificative, care sunt utilizate în continuare de cercetători. Datele colectate oferă informații utile numai atunci când chestionarul administrat este conceput cu atenție pentru a promova ratele de răspuns și a include atât întrebări deschise, cât și opțiuni de întrebări și răspunsuri închise. Există o varietate largă când vine vorba de sondaje și putem identifica tipurile acestora în funcție de frecvența administrării lor, de modul de colectare a datelor sau de modul de desfășurare.

11.3. Tipuri de sondaje după scop, modul de colectare a datelor și frecvența de desfășurare

Cercetarea prin sondajul de opinie publică este una dintre metodele cantitative des folosite atât în marketing, cât și în sfera politică și a administrației publice. Sondajul oferă factorilor decizionali posibilitatea de a depista lacunele existente și de a identifica soluții pentru problemele cu care se confruntă sau pentru valorificarea oportunităților existente. Gama informațiilor care poate fi obținută cu ajutorul unui sondaj este diversă și depinde de tipul sondajului pe care îl efectuăm. În cadrul cercetărilor prin sondaj putem delimita trei tipuri principale: a) explorativ, b) descriptiv și c) cauzal (Guo et al., 2020).

Sondajele de tip explorativ se axează pe descoperirea de idei și perspective, spre deosebire de colectarea de date precise din punct de vedere statistic. De aceea, cercetarea exploratorie este cea mai potrivită ca început al planului de cercetare. Este cel mai frecvent utilizat pentru definirea în continuare a problemelor companiei, a zonelor de creștere potențială, a cursurilor alternative de acțiune și a antecedenței domeniilor care necesită cercetare statistică. Când vine vorba de sondaje online, cel mai frecvent exemplu de cercetare exploratorie are loc sub forma unor întrebări deschise.

Sondajele de tip descriptiv sunt o cercetare de natură explicativă, de a defini o opinie, atitudine sau comportament deținut de un grup de oameni pe un anumit subiect. Spre deosebire de cercetarea exploratorie, cercetarea descriptivă este planificată în prealabil și este structurată astfel încât informațiile colectate dint-un eșantion pot fi extinse statistic asupra unei populații. Acest lucru va permite măsurarea semnificației rezultatelor asupra populației generale, precum și modificarea opiniilor, atitudinilor și comportamentelor respondenților de-a lungul timpului.

Sondaje de tip cauzale sunt concepute pentru a investiga relațiile cauză-efect dintre variabile. Cercetătorii își propun să înțeleagă impactul unei variabile asupra alteia și să stabilească o legătură cauzală. Anchetele cauzale implică adesea modele

experimentale, în care cercetătorii manipulează o variabilă (variabilă independentă) pentru a observa efectul acesteia asupra unei alte variabile (variabilă dependentă). În unele cazuri sunt folosite grupuri de control pentru a izola impactul variabilei independente și pentru a minimiza factorii de confuzie. Cercetarea poate lua forma unei proiectări longitudinale: anchetele cauzale se pot extinde pe o perioadă mai lungă pentru a observa efectele variabilei independente în timp.

Tipuri de sondaje după modul de colectare a datelor

Colectarea datelor în sondajele de opinie poate fi efectuată în diferite forme. Sondajele pot fi efectuate personal, prin poștă, telefon sau internet. Indiferent de modul în care este executat sondajul, există întotdeauna compromisuri între avantaje și dezavantaje. Unele dintre cele mai importante compromisuri implică costul, ratele potențiale de răspuns, congruența eșantion-populație, lungimea chestionarului și costurile de prelucrare a datelor.

Tabelul 11.1. Tipurile și caracteristicile sondajelor în dependență de forma de colectare a datelor*

Tipul de sondaj	Cost per total[a]	Rata de răspunsuri[b]	Eșantionul – congruența populației	Lungimea chestionarului[c]	Costul procesării datelor
Personal	Ridicat	Ridicat – mediu	Ridicat	Lung – mediu	Ridicat
Prin telefon	Mediu	Mediu	Mediu	Mediu – scurt	Ridicat-mediu
Prin poștă	Scăzut	Scăzut	Mediu	Mediu – scurt	Mediu
Email	Scăzut	De obicei scăzut	Scăzut	Mediu – scurt	Ridicat – jos
Internet	Scăzut	Depinde, dar de obicei scăzut	Scăzut	Mediu – scurt	Ridicat – jos
Administrație	Scăzut	Înalt dacă grupul este convocat	Depinde de procedura de selecție	Variabil	Ridicat – jos
Remitere / preluare	Scăzut	Scăzut	Scăzut	Scurt	Scăzut

a) costul de a proiecta, administra și procesa sondajul;
b) presupune populația țintă: ridicată = mai mare de 75%; medie = 30-75%; joasă = mai puțin de 30%;
c) lungimea se poate referi la numărul de întrebări sau la timpul de a completa chestionarul.

* Adaptat și completat de autoare după: Dillman, 2014; Fowler, 2013; Johnson, 2020

Colectarea datelor *în persoană*, sau interviuri față în față, implică un cost mai ridicat, deplasarea intervievatorilor în teritoriu și necesită mai mult timp pentru efectuarea cercetării. Dar în acest caz rata de răspunsuri poate fi mai ridicată. Acest tip de colectare a datelor este mai frecvent în cazul sondajelor de amploare, cu un chestionar mai amplu, de obicei la nivel național.

În ultimul timp o deosebită răspândire capătă sondajele efectuate *prin telefon*. Aici la fel avem colectarea datelor de către intervievatori, care vorbesc cu cei intervievați. Colectarea datelor se face prin telefon și datele se depozitează într-un software electronic[39], ceea ce permite eficientizarea analizei datelor colectate. O altă modalitate este *sondajul prin telefon automatizat* (din limba engleză – robocall), care sunt apeluri efectuate cu un apelator automat sau care conțin un mesaj efectuat cu o voce preînregistrată sau artificială. Aceste sondaje urmează să fie scurte (4-5 întrebări) și permit să reducă esențial timpul de colectare a datelor. Dezavantajele lor includ numărul mare de refuzuri și numărul limitat de întrebări.

În comparație cu sondajele în persoană și cele prin telefon, sondajele *prin poștă* au de obicei un număr mai redus de răspunsuri. Cercetătorii susțin că expedierea unei scrisori de informare înaintea sondajului propriu-zis poate reduce numărul de refuzuri. La fel, unul dintre avantajele acestui tip de sondaj este că respondenții pot să utilizeze timpul cel mai convenabil ca să completeze sondajul și apoi să trimită răspunsurile prin poștă. Includerea unui plic cu adresa unde să fie trimise răspunsurile este considerată foarte binevenită.

Sondajele *prin e-mail* la fel sunt mai des folosite în ultimul timp și au avantajul de a fi mai puțin costisitoare și mai rapide. Însă numărul de non-răspunsuri poate fi mare și acest tip de sondaj de obicei se folosește în corelație cu alte metode de colectare a datelor. La fel, alte tipuri de sondaje, spre exemplu sondajul *prin internet*, efectuat cu *ajutorul administrației* sau prin *predare-colectare*, pot fi utilizate în combinație cu metodele calitative sau cantitative de colectare a datelor.

Unii autori pledează pentru utilizarea metodelor mixte pentru cercetarea prin sondaj atunci când nicio metodă nu este adecvată pentru a aborda obiectivele planificate de cercetare, pentru a reduce potențialul de eroare de măsurare și de non-răspuns și pentru a adapta mai bine metodele de studiu la eșantionul vizat (Dillman & Smyth et al., 2014). De exemplu, o abordare de cercetare prin sondaj cu metode mixte poate începe cu distribuirea unui chestionar și continua cu interviuri telefonice pentru a clarifica răspunsurile neclare la sondaj (Singleton & Straits, 2009).

[39] Exemplu de astfel de software: CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Tipuri de sondaje potrivit frecvenței de desfășurare

Sondajele pot fi clasificate și în dependență de frecvența cu care se desfășoară cercetările și de scopul acestor cercetări. În acest caz sunt cunoscute următoarele tipuri: *studii transversale*, *studii longitudinale* și *studii retrospective* (Dillman & Smyth, 2014).

1. *Studii transversale*. Aceste anchete sunt administrate unui eșantion mic dintr-o populație mai mare într-un interval de timp scurt. Acest tip oferă cercetătorului un rezumat rapid a ceea ce cred respondenții la acel moment dat. Aceste sondaje sunt scurte și gata să dea răspuns și pot măsura opinia într-o anumită situație.

Putem aduce exemple de studii transversale în domeniul psihologiei în cazul că este selectat un eșantion mic pentru a studia problema reușitei școlare la copii în timpul pandemiei COVID-19. Informația obținută depistează situația din acel moment istoric. Dacă cercetătorul dorește să efectueze o cercetare mai aprofundată, el poate implementa un sondaj longitudinal.

2. *Studii longitudinale*. Sondajele longitudinale sunt acele anchete care ajută cercetătorii să facă o observație și să colecteze date pe o perioadă lungă de timp. Există trei tipuri principale de studii longitudinale: *anchete de tendințe*, *anchete de grup* și *anchete de cohortă*.

a) *Sondajele de tendințe* sunt implementate de cercetători pentru a înțelege schimbarea sau transformarea procesului de gândire al respondenților de-a lungul unui timp. Ei folosesc aceste sondaje pentru a înțelege cum se schimbă dispozițiile și opiniile oamenilor în timp.

b) Un alt tip de anchetă longitudinală este un *sondaj de tip panel*. Cercetătorii administrează aceste sondaje aceluiași set sau grup de oameni de-a lungul anilor. Acești indivizi furnizează date demografice, gospodărești și comportamentale, ceea ce poate face mai ușoară efectuarea de studii viitoare. Cercetarea de tip panel oferă avantajul de a avea un acces rapid la respondenți, cu o rată mai mare a răspunsurilor și o procesare mai rapidă.

c) Al treilea tip de anchetă longitudinală este *ancheta de cohortă*. În acest tip de anchetă, categoriile de persoane care îndeplinesc criterii și caracteristici similare specifice formează publicul țintă, o cohortă. Nu este necesar ca aceiași oameni să creeze un grup pentru următoarea cercetare. Cu toate acestea, oamenii care formează un grup ar trebui să aibă anumite asemănări și unele exemple de creare a eșantionului pot fi: grupurile expuse la un anumit risc (locuitorii din Cernobâl) sau ale unei populații „captive" (militari).

3. *Studii retrospective*. Un sondaj retrospectiv este un tip de studiu în care respondenții răspund la întrebări pentru a raporta evenimente din trecut. Prin implementarea acestui tip de sondaj, cercetătorii pot aduna date bazate pe

experiențele și convingerile anterioare ale oamenilor. În acest fel, spre deosebire de un sondaj longitudinal, pot economisi costul și timpul necesar.

Tipuri de sondaje pe baza obținerii datelor

Există și alte tipuri de sondaje, cum ar fi sondaje aleatorii prin eșantion (pentru a înțelege opinia publică sau atitudinea) și tipul de studii de preselecție individuală (Ruel et al., 2015).

Sondajul de opinie publică aleatorie/tip de atitudine este organizat în cazul în care o agenție are nevoie de date fiabile și proiectabile despre atitudinile și opiniile cetățenilor sau ale unui grup select de cetățeni și este esențial să se efectueze un sondaj valid, aleatoriu. În ultimul timp sondajele prin interviu telefonic sunt mai frecvente decât interviurile în persoană, deoarece sunt mult mai puțin costisitoare și acționează ca un instrument standard pentru culegerea de informații.

Cercetarea de tip preselecție individuală – chestionare postate în ziare, poștă, internet (Sue & Ritter, 2012), este organizată atunci când o agenție are o nevoie politică de a crea un proces de sondaj care să permită oricărei persoane interesate să răspundă și poate efectua un proces de selectare individuală de a participa la cercetare. Un sondaj poate fi plasat în internet sau poate fi distribuit în locații publice, cum ar fi primăria sau biblioteca, trimis direct prin e-mail, sau publicat în buletinul informativ al orașului ori în ziarul local. În acest caz este obligatoriu de menționat faptul obținerii datelor – printru-un sondaj cu preselecție individuală. Acest lucru denotă că sondajul nu este aleatoriu și nici reprezentativ; în baza acestor rezultate nu putem formula concluzii referitor la întreaga populație.

11.4. Operaționalizarea și nivelurile de măsurare

Efectuarea cercetării empirice include colectarea datelor, pe lângă alte elemente, documentarea informațiilor și analiza lor. Abordând Tema 7 ne-am referit la importanța creării instrumentelor de cercetare și, în special, a definirii conceptelor și a formulării ipotezelor. Dar pentru a măsura conceptele și a testa ipotezele este nevoie de procesul de operaționalizare, care ar asigura definirea măsurării unui fenomen care nu este direct măsurabil, deși existența lui este dedusă din alte fenomene. *Operaționalizarea* definește un concept neclar, astfel încât să fie clar distins, măsurabil și înțeles prin observația empirică. Într-un sens mai larg, definește extensia unui concept, descriind ce este și ce nu este o instanță a acelui concept.

Uneori sunt disponibile operaționalizări alternative multiple sau concurente pentru același fenomen. Repetarea analizei cu o operaționalizare după alta poate determina dacă rezultatele sunt afectate de operaționalizări diferite. În acest

caz verificarea este robustă. Dacă rezultatele sunt (substanțial) neschimbate, se spune că rezultatele sunt robuste față de anumite operaționalizări alternative ale variabilelor verificate.

În mod practic, operaționalizarea este legată de definirile teoretice care descriu realitatea și se efectuează prin identificarea dimensiunilor cele mai importante ale conceptului. Astfel, prin operaționalizare legăm conceptele de realitate ca să măsurăm conceptele. Niciun aspect nu trebuie să fie neglijat, mai ales că uneori aspectul tehnic depinde de cel funcțional. Fiecare dimensiune trebuie, la rândul ei, descompusă pe subdimensiuni sau factori până când ajungem să putem măsura efectiv ceea ce dorim, prin intermediul unor indicatori. Acești indicatori trebuie să descrie cât mai complet și mai corect dimensiunea (sau subdimensiunea) respectivă. Dacă omitem indicatori importanți pentru o dimensiune sau introducem indicatori care nu au legătură cu dimensiunea noastră, vom ajunge să măsurăm cu totul altceva decât ceea ce ne-am propus.

Pentru operaționalizarea conceptului de „*libertate*", de exemplu, Freedom House[40] identifică *drepturi politice* și *libertăți civile*. Drepturile politice sunt împărțite pe alte trei subdimensiuni – procesul electoral, pluripartitism și participare, funcționarea guvernului. Pentru fiecare subdimensiune 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 a alegerilor a fost unul corect. La fel, libertățile civile sunt împărțite în libertatea de exprimare și convingere; drepturile de asociere; supremația legilor și autonomia personală și drepturile individuale. 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.

În continuare, indicatorii trebuie transformați în indici și, la final, se măsoară conceptul *libertatea*. La Freedom House pentru fiecare indicator se acordă un anumit punctaj: pentru drepturile politice pe o scară de la 0 la 40 și pentru libertățile civile pe o scară de la 0 la 60. Statutul *libertății* în lume al unei țări sau al unui teritoriu depinde de scorul său agregat în drepturile politice, pe o scară de la 0 la 40, și de scorul său agregat în libertățile civile, pe o scară de la 0 la 60. Scorurile totale pentru drepturile politice și libertățile civile sunt ponderate în mod egal în acest calcul, ceea ce duce la următoarele intervale posibile:

---

[40] Freedom House este o organizație non-profit din Washington, SUA, cunoscută pentru susținerea valorilor democratice, a libertăților și drepturilor omului. (https://freedomhouse.org/issues)

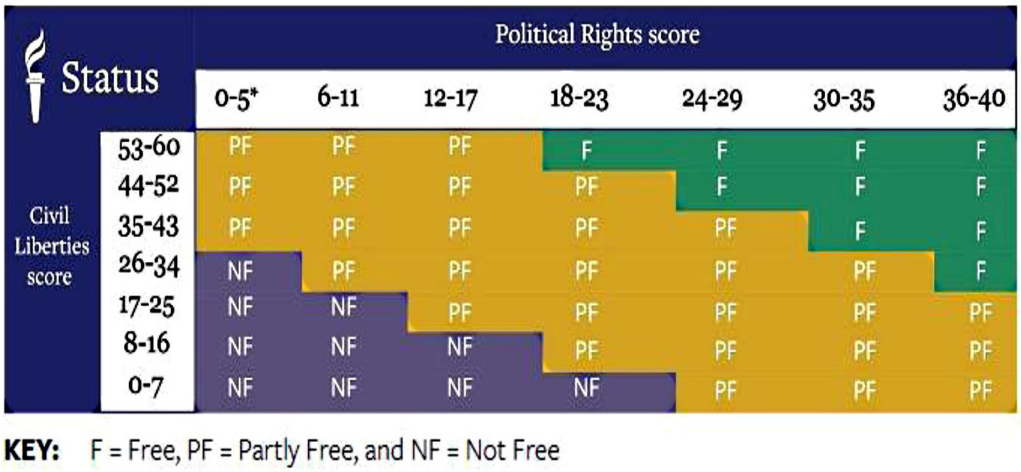


Fig. 11.1. Freedom House: cheia pentru scorurile privind libertățile civile și drepturile politice*

* *Sursa*: Freedom House (https://freedomhouse.org/reports/freedom-world/freedom-world-research-methodology)

În funcție de tipul de cercetare pe care îl desfășurăm, operaționalizarea are o importanță diferită. În cercetările cantitative procesul de operaționalizare ar trebui să fie unul deductiv. Însă dacă nu lucrăm cu concepte, iar ipotezele sunt formulate folosind doar variabile, nu este nevoie de operaționalizare. În acest caz putem folosi direct variabilele pentru măsurare.

În cercetare este importantă precizia măsurării; prin urmare, măsurarea ar trebui să conțină cât mai multe informații posibil despre atributul sau comportamentul măsurat. Cu cât măsurarea este mai precisă, cu atât testul nostru al relațiilor dintre două variabile poate fi mai complet și mai informativ. Putem măsura precizia folosind niveluri de măsurare.

Niveluri de măsurare

Când luăm în considerare precizia măsurătorilor noastre, ne referim la nivelul de măsurare. Nivelul de măsurare indică tipul de informații pe care credem că le conțin măsurătorile noastre și proprietățile matematice care determină tipul de comparații ce pot fi făcute într-un număr de observații asupra aceleiași variabile.

Astfel, literatura de specialitate indică patru tipuri de niveluri de măsurare, redate mai jos în ordinea complexității (de la simplu la complex). Proprietățile nivelurilor inferioare sunt cuprinse în cele ale nivelurilor superioare:

1. Nominal (categorial)
2. Ordinal (care indică ordinea)
3. Interval (indică intensitatea)
4. Raport (de proporții).

Primele două tipuri de măsurare sunt specifice măsurătorii nenumerice, care utilizează simboluri și numerale, iar celelalte două – măsurătorii numerice.

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. Acestea sunt simple nume învestite cu funcția de clasificare și nu stabilesc o relație de tipul mai mic – mai mare între atributele variabilei. Pentru o variabilă cum ar fi cazul variabilei *gen* atributele unei variabile se impun de la sine. Însă în cele mai multe situații setul de atribute derivă din teoria în cadrul căreia desfășurăm cercetarea și de contextul practic. Dacă cercetarea se desfășoară în Republica Moldova, setul de atribute pentru variabila *religie* ar include *ortodox*, *protestant*, *baptist*, *altă religie*, *ateist*, *nicio religie*. În Statele Unite, de exemplu, ar trebui adăugate atribute ca *budiști*, *mormoni*, *musulmani*, în timp ce dacă cercetarea s-ar realiza într-o țară din Orientul Mijlociu, nu ar fi suficient să includem atributul *musulman*, ci ar urma să specificăm diverse denominații ale acestei religii. La fel, dacă vrem să discutăm despre variabila *partid politic preferat*, trebuie să începem de la partidele politice existente și urmează să selectăm din lista partidelor politice din Moldova[41]. Această sarcină poate fi deloc ușoară: pe parcursul anilor, în Moldova erau înregistrate până la 63 de partide politice.

Unul dintre cele mai utilizate exemple este cel al mărcilor de automobile: Audi, BMW, Honda, Toyota, Tesla, altă marcă și fără automobil. La fel, pot fi părțile de vorbire: substantiv, verb, pronume, adjectiv, articol, numeral, altele.

Un caz aparte este cel al *variabilelor dihotomice*, în care avem două valori posibile (cum ar fi fumător și nefumător etc.). Cel mai adesea acestea sunt tratate ca variabile nominale.

Nivelul ordinal permite ordinea de rang (1, 2, 3 etc.) după care datele pot fi sortate, dar nu permite totuși un grad relativ de diferență între ele. Utilizarea unei scări ordinale implică o afirmație de „mai mare decât" sau „mai mică decât" (o declarație de egalitate este, de asemenea, acceptabilă) fără ca noi să putem spune cât de mai mare sau mai mică. Diferența reală dintre rangurile 1 și 2, de exemplu, poate fi mai mare sau mai mică decât diferența dintre rangurile 5 și 6.

[41] Lista partidelor politice din Republica Moldova. Agenția de servicii publice. (https://www.asp.gov.md/ro/informatii-utile/lista-partidelor-politice-din-republica-moldova)

Nivelul ordinal poate construi o ierarhie a categoriilor, de exemplu, nivelul de educație îl putem măsura la nivel ordinal introducând categoriile: fără școală, școala primară, gimnaziu, liceu, școală de meserie, școală profesională, colegiu, licență, masterat, doctorat, postdoctorat. Categoriile de mulțămire la fel se codează ca măsuri ordinale: deloc mulțumit, nu prea mulțumit, neutru, destul de mulțumit, foarte mulțumit. La nivelul ordinal se codează de obicei veniturile familiei, vechimea în muncă.

Un alt exemplu poate fi rangul unui student la absolvire. De exemplu, poziția Mariei este 2 și poziția lui Ion este 10. În acest caz nu se poate de spus că poziția Mariei este de cinci ori mai bună decât cea a lui Ion. Afirmația nu ar avea deloc sens. Scalele ordinale permit doar clasarea elementelor de la cel mai mare la cel mai mic. Măsurile ordinale nu au valori absolute, iar diferențele reale dintre rangurile adiacente pot să nu fie egale. Tot ce se poate spune este că o persoană este mai sus sau mai jos într-o ierarhie, dar nu se pot face comparații mai precise.

Nivelul de interval permite măsurarea gradului de diferență dintre articole, dar nu și raportul dintre ele. Exemplele includ scalele de temperatură cu scara Celsius sau Fahrenheit; data la care este măsurată dintr-o epocă arbitrară (cum ar fi AD); locația în coordonate Carteziene și direcția măsurată în grade de la Nordul adevărat sau magnetic.

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 ca punctul de înghețare a apei. În aceste cazuri nu putem spune că 0 grade Celsius înseamnă absența temperaturii – sunt posibile și temperaturile negative.

La fel, variabilele sunt constituite pe baza unor convenții și nu putem stabili rapoarte. De exemplu, coeficientul de inteligență (IQ). Este greu să concepem în acest caz o persoană care are inteligenta 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 IQ 160 este de două ori mai inteligentă decât o persoană care are IQ 80 – în anumite situații diferența de inteligență este mai mare (de exemplu, dacă cei doi ar trebui să înțeleagă fizica nucleară), în altele mult mai mică (de exemplu, când cei doi joacă fotbal).

Nivelul de raport își ia numele de la faptul că măsurarea este estimarea raportului dintre o magnitudine a unei mărimi continue și o unitate de măsură de același fel (Michell, 1999). Nivelul de raport este un nivel de măsurare de interval, dar în plus în acest caz există un punct de referință 0 (zero) care indică lipsa caracteristicii. Cifra atașată valorii reprezintă chiar măsura în care avem caracteristica respectivă. Exemple de variabile măsurate la nivel de rapoarte includ 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.

Spre deosebire de scalele de intervale, măsurările la nivelul de raport pot fi comparate folosind diviziunea. Foarte informal, multe scale de raport pot fi descrise ca specificând „cât" din ceva (adică o cantitate sau o magnitudine). Scala raportului este adesea folosită pentru a exprima un ordin de mărime, cum ar fi temperatura în ordine de mărime (temperatura).

Tabelul 11.2. Niveluri de măsurare*

Nivelul de măsurare	Proprietatea	Caracteristicile	Exemple	Tipuri de măsurări
Nominal	Identificare	Calitativ, categorial	Categorii de religie, partide politice, tipuri de automobile	Frecvențe absolute, frecvențe relative, valoare modală
Ordinal	Identificare, magnitudine	Calitativ, categorial	Grupuri socio-economice	Frecvențe absolute, frecvențe relative, valoare modală, frecvențe cumulate
Interval	Identificare, magnitudine, intervale egale	Cantitativ, arbitrar categorial, continuu	Scoruri IQ, scale de atitudini	Frecvențe absolute, frecvențe relative, valoare modală, frecvențe cumulate, medie, mediana, abaterea standard de la medie
Raport	Identificare, magnitudine, intervale egale, punct zero	Cantitativ, arbitrar categorial, continuu	Tipuri de reacție, număr de răspunsuri	Frecvențe absolute, frecvențe relative, valoare modală, frecvențe cumulate, medie, mediana, abaterea standard de la medie

* *A se vedea*: Graziano, A., Raulin et al. (2000), Grant (2008).

Sondajul de opinie şi modul de măsurare

În mod frecvent, datele pe care trebuie să le colectăm dictează alegerea nivelului de măsurare. De exemplu, dacă înregistrăm apartenența de gen și starea civilă, acestea sunt cu siguranță date nominale. Cu toate acestea, dacă înregistrăm valori de timp și temperatură, acestea pot fi fie de nivel interval, fie scale de raport.

De fiecare dată va trebui să decidem ce scară de măsurare urmează să utilizăm. De exemplu, este posibil să dorim să comparăm grupurile de venituri ordinale – scăzut, mediu, ridicat – sau să măsuram veniturile folosind valorile valutare ale acestora, care este o scală de raport. În aceste situații este de dorit să

înregistrăm datele folosind nivelul de măsurare cel mai înalt al spectrului ori de câte ori este posibil. Dacă dorim, putem oricând să recodăm nivelurile superioare până la nivelurile inferioare, cum ar fi conversia scalelor de raport în date ordinale și nominale. Totuși, dacă înregistrăm doar nivelul nominal sau ordinal de măsurare, nu îl putem recoda ulterior la un nivel superior, deoarece nu avem detaliile necesare. De exemplu, putem recoda înregistrările de nivel raport de venituri, în cazul în care am înregistrat salariul persoanei – de 19 mii/lunar, după aceea putem să recodam în nivel ordinal – nivel înalt de venituri. Cu toate acestea, dacă avem doar grupurile de venituri ale subiecților, nu putem recupera indicatorii valorii veniturilor fiecărei persoane în cifre concrete. În cazul nostru, dacă am înregistrat numai grupul de venituri – nivel înalt de venituri, nu mai putem recupera care este salariul concret al intervievatului.

Un tip special de întrebare de sondaj folosește un set de răspunsuri ordonate, astfel încât un răspuns să fie mai mare decât altul, numit *scara Likert*. Termenul este numit după inventatorul acestuia, Rensis Likert. În general, acest termen este folosit pentru orice întrebare care are aproximativ 5 sau mai multe opțiuni posibile. Un exemplu ar putea fi: „Cum ați evalua activitatea primarului orașului?” 1 = foarte incompetent, 2 = oarecum incompetent, 3 = nici incompetent, nici competent, 4 = oarecum competent, sau 5 = foarte competent. Răspunsurile în scara Likert sunt fie ordinale, fie cu intervale. Mai mulți autori ar argumenta că este nivelul de interval, deoarece atunci când sunt bine construite, există distanță egală între fiecare valoare.

Sarcini de autoevaluare:

1. Care este esența metodelor cantitative? Care este diferența dintre metodele cantitative și cele mixte?
2. Definiți caracteristicile metodei sondajului de opinie.
3. Explicați necesitatea de a utiliza metoda sondajului de opinie.
4. Care sunt tipurile de sondaje după scopurile lor? După modul de colectare a datelor?
5. Care sunt tipurile de sondaje după frecvența de desfășurare a lor?
6. Care este esența operaționalizării?
7. Care niveluri de măsurare cunoașteți?
8. Analizați nivelurile de măsurare.

Tematica pentru studiul individual:

- Dați o apreciere avantajelor și dezavantajelor cercetărilor cantitative în comparație cu metodele calitative și mixte.

- Formulați o temă și problemă de cercetare care ar fi binevenită să fie cercetată prin metoda sondajului de opinie. Creați modelul de cercetare în care să includeți paradigma științifică utilizată, strategiile și metodele de colectare a datelor. Indicați variabila dependentă și variabilele independente și formulați ipoteza de cercetare.
- Analizați câteva articole științifice referitor la viața politică din Republica Moldova care se bazează pe rezultatele sondajelor de opinie publică realizate în țară. Descrieți metodele de realizare a sondajelor și tipul sondajului. Analizați cum sunt folosite rezultatele pentru a aduce argumente pentru testarea ipotezei și pentru a formula concluzii.
- Analizați Barometrul de Opinie Publică din Republica Moldova, realizat de Institutul de Politici Publice din Moldova. Descrieți ce tip de sondaj de opinie publică este acesta? Descrieți metoda de colectare a datelor și analizați avantajele și dezavantajele acestei cercetări.
- Utilizați Barometrul de Opinie Publică din Republica Moldova și aduceți exemple de diferite niveluri de măsurare.

Bibliografie:

BABBIE, E. *The practice of social research*. Cengage learning, 2021.

BACKSTROM, C., HURSH-CÉSAR, G. *Survey research*. Literary Licensing, 2012.

BRADY, H., COLLIER, D., eds. *Rethinking social inquiry*: *Diverse tools*, *shared standards*. Rowman & Littlefield Publishers, 2011.

CHELCEA, S. *Metodologia cercetării sociologice*. *Metode cantitative şi calitative*. Bucureşti: Editura Economică, 2004.

CRESWELL, J., CRESWELL, D. *Research design*: *Qualitative*, *quantitative*, *and mixed methods approaches*. Sage publications, 2017.

FINK, A. *How to conduct surveys*. 6 ed. Sage, 2016.

FOWLER, F. *Survey research methods*. 5 ed. SAGE Publications, 2013.

GRANT, W. *Research Methods in Politics*. Bloomsbury Publishing, 2008.

GRAZIANO, A., RAULIN, M. *Research methods*: *a process of inquiry*. 6 ed. Pearson, 2000.

KALTON, G. *Introduction to survey sampling*. SAGE Publications, 1983.

LEVY, P., LEMESHOW, S. *Sampling of populations*: *methods and applications*. John Wiley & Sons, 2013.

MANHEIM, J., RICH, R., WILLNAT, L. *Empirical political analysis*: *Research methods in political science*. Longman Publishing Group, 2002.

MICHELL, J. *Measurement in psychology*: *A critical history of a methodological concept*. Cambridge University Press, 1999.

ROTARIU, T., ILUȚ P. *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*. Iași: Polirom, 2017.

Tema 12. CREAREA EȘANTIONULUI PENTRU SONDAJUL DE OPINIE PUBLICĂ

Conținuturi:

12.1. Populația și eșantionul
12.2. Eșantionul probabilistic: tipuri și utilizare
12.3. Eșantionul non-probabilistic

Obiective:

- să definească esența metodelor cantitative;
- să explice crearea eșantionului pentru sondajele de opinie;
- să analizeze metodele de eșantionare probabilistice: aleatorie sistematică, metoda stratificată, cluster și în mai multe etape;
- să analizeze metodele eșantionului non-probabilistic: eșantionarea de conveniență, de oportunitate, intenționat, bulgărele de zăpadă;
- să evalueze diferențele dintre eșantionarea probabilistică și cea non-probabilistică;
- să estimeze importanța aplicării metodelor cantitative în viața politică pentru a asigura accesul cetățenilor la informații veridice și nepărtinitoare.

Termeni-cheie: metode cantitative, sondaj de opinie publică, eșantion probabilistic, eșantion non-probabilistic, metodă de eșantionare aleatorie sistematică, metodă de eșantionare stratificată, metodă de eșantionare cluster și în mai multe etape, metode de eșantionare non-probabiliste.

Repere de conținut

12.1. Populația și eșantionul

Pentru a efectua sondajul de opinie este nevoie ca cercetătorul să decidă referitor la colectarea datelor pentru cercetare, la intervievarea întregii *populații* (totalitatea de indivizi sau subiecte care sunt cercetate) sau la selectarea unei părți de populație pentru a determina calitățile totalității – un *eșantion*. Cu toate că la prima vedere pare foarte clar care este întreaga populație sau întreaga totalitate, uneori este necesar să adaptăm și să precizăm aceste informații. În știința politică,

pentru a determina totalitatea sau populația care ar reprezenta totalitatea în cazul realizării sondajelor de opinie publică, de obicei se apelează la datele statistice din registrul populației, la rezultatele recensământului recent sau la numărul de alegători înscriși în registrul de stat al alegatorului.

Un *eșantion* este orice subset de unități colectate într-un fel de la o populație care va da posibilitatea de a determina calitățile întregii populații. Deoarece este imposibil de a intervieva toată lumea, o abordare mai practică este selectarea doar a „câțiva" membri ai populației pentru efectuarea investigațiilor (Levy et al., 2013).

Necesitatea de a enumera oameni și proprietăți s-a impus din cele mai vechi timpuri, iar dilema de a cerceta toată populația sau a selecta un grup reprezentativ a fost pentru prima dată utilizată în 1662 de către John Graunt pentru a estima populația Londrei. Or, alți autori aduc diferite informații despre primatul utilizării eșantionului, indicând că prima publicație despre eșantion a apărut în Norvegia în 1895, descrisă de Anders Kiaer (Squire, 1988). Un exemplu mai des citat referitor la utilizarea eșantionului este despre alegerile prezidențiale din SUA din 1936. Revista populară de atunci *Literary Digest*, pentru a prezice dacă președintele democrat în exercițiu Franklin D. Roosevelt sau Alfred Landon, candidatul republican, vor câștiga alegerile a întrebat 10 milioane de oameni și a primit răspunsuri de la peste 2 milioane, unul dintre cele mai mari sondaje realizat până în prezent. Sondajul a prezis o victorie zdrobitoare pentru Alfred Landon: 57% față de 43% a lui Roosevelt. Însă rezultatele reale au fost de 62% pentru Roosevelt față de 38% pentru Landon. Eșantionul de 2 milioane a *Literary Digest* a fost colectat din revista de telefoane și nu a fost un subeșantion aleatoriu al întregului electorat: numai americanii mai înstăriți aveau telefon. În același timp, un eșantion substanțial mai mic, dar mai reprezentativ, condus de o companie mică tocmai începută de George Gallup, a prezis corect o victorie pentru Roosevelt (Squire, 1988).

Decizia unui cercetător de a colecta date pentru o populație sau pentru un eșantion este de obicei luată pe motive practice. Dacă timpul, finanțele și alte costuri nu ar fi considerații majore, ar fi aproape întotdeauna mai bine să colectăm date pentru o populație, pentru că atunci am fi siguri că cazurile observate au reflectat cu exactitate caracteristicile populației de interes. În cazul unei cercetări pe un număr mare de subiecți posibili (cum ar fi un sondaj la nivel național), este evident că nu dispunem de resurse și de timp pentru a întreba întreaga populație. Vom intervieva doar o parte din ea – un eșantion. Dar dacă discutăm despre

o instituție cu un număr redus de angajați, este mai eficient să-i includem pe toți în cercetarea noastră.

Deoarece cercetarea este costisitoare și necesită timp, cercetătorii trebuie să cântărească avantajele și dezavantajele analizei utilizând o populație sau un eșantion. Avantajele selectării unui eșantion sunt economiile de timp și de bani. Dezavantajul este că informațiile bazate pe un eșantion sunt de obicei mai puțin precise sau mai supuse erorilor decât informațiile colectate de la o populație.

Mărimea eșantionului și modul în care sunt aleși membrii acestuia determină calitatea, valabilitatea și fiabilitatea inferențelor despre întreaga populație. Lucrurile importante de clarificat sunt metoda de selecție și numărul de observații care trebuie realizate. Atributele de cel mai mare interes în cercetarea empirică sunt indicatorii numerici sau cantitativi, precum mediile sau procentele. Aceste măsuri – sau statistici eșantion, așa cum sunt cunoscute – sunt folosite pentru a aproxima parametrii sau valorile corespunzătoare ale populației.

Reprezentativitatea eșantionului (calitatea de a avea aceeași distribuție a caracteristicilor ca și populația din care este extras) este criteriul după care este estimată validitatea externă a sondajului. Dacă am realizat un sondaj pe un eșantion reprezentativ, putem generaliza rezultatele la nivelul întregii populații. Dacă eșantionul nu este reprezentativ, rezultatele sunt doar indicative. Există două mari tipuri de eșantionare: probabilistică și non-probabilistică, la care ne vom referi în continuare.

12.2. Eșantionul probabilistic: tipuri și utilizare

Eșantioanele sunt imagini reduse cât mai fidele ale întregii populații statistice care permit studierea corectă a unui set de caracteristici. În acest caz, spunem despre un eșantion că este reprezentativ pentru populație, în caz contrar este nereprezentativ.

Un eșantion reprezentativ pentru o populație îndeplinește două condiții principale: 1) o condiție cantitativă în sensul că talia sa trebuie să fie suficient de mare pentru studii statistice; 2) o condiție calitativă în sensul că extragerea indivizilor din populație trebuie făcută aleator. Eșantioanele în care pentru fiecare individ al populației se cunoaște probabilitatea (șansa) de a fi inclus în eșantion se numesc eșantioane *probabilistice*. În situația în care nu se cunoaște probabilitatea de selectare a indivizilor, avem de a face cu eșantioane *non-probabilistice*.

Eșantionul *probabilistic* este un eșantion în care fiecare unitate din populație are șansa (mai mare decât zero) de a fi selectată în eșantion, iar această probabilitate poate fi determinată cu precizie. Combinația acestor trăsături face

posibilă producerea de estimări imparțiale ale totalurilor populației, prin ponderarea unităților eșantionate în funcție de probabilitatea lor de selecție.

Aceste cunoștințe permit cercetătorului să calculeze cât de exact eșantionul reflectă populația din care este extras. Se cunosc mai multe metode de creare a eșantioanelor probabilistice.

Într-un exemplu simplu, dacă dorim să estimăm preferințele de vot ale adulților care locuiesc pe o anumită stradă, vizităm fiecare gospodărie de pe strada respectivă, identificăm toți adulții care locuiesc acolo și selectăm aleatoriu câte un adult din fiecare gospodărie. (De exemplu, putem aloca fiecărei persoane un număr aleatoriu, generat dintr-o distribuție uniformă între 0 și 1, și selectăm persoana cu cel mai mare număr din fiecare gospodărie). Intervievam apoi persoana selectată. Dar pentru a efectua sondaje de opinie publică care să analizeze preferințele de vot ale unei populații mai mari se utilizează diferite metode de alcătuire a eșantionului probabilistic.

Dintre acestea fac parte *metoda aleatorie simplă*, *metoda aleatorie sistematică*, *metoda stratificată*, *cluster* și *metoda aleatorie în mai multe etape* (Fink, 2016). Aceste moduri diferite de eșantionare probabilă au două lucruri în comun: 1) fiecare element are o probabilitate cunoscută diferită de zero de a fi eșantionat și 2) implică o selecție aleatorie la un moment dat.

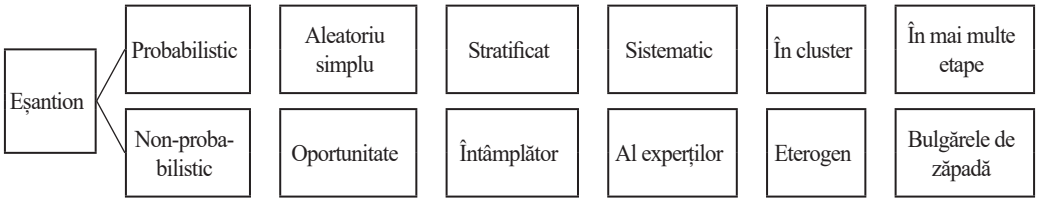


Fig. 12.1. Eșantion probabilistic și non-probabilistic

Tipuri de eșantionare probabilistică (*O'Sullivan et al*., *2017*)

- Eșantionarea *aleatorie simplă* este o metodă complet aleatorie de selectare a subiecților. Aceasta poate include atribuirea de numere tuturor subiecților și apoi utilizarea unui generator de numere aleatorii pentru a alege numere aleatorii. Experimentele clasice cu bile și urne sau bilețele și căciuli sunt alte exemple al acestui proces (presupunând că bilele sau bilețelele sunt suficient de amestecate). Membrii ale căror numere sunt alese sunt incluși în eșantion. Mai recent se utilizează numerele aleatorii generate de programe pe calculator.
- O altă procedură de a pune în practică metoda simplă aleatoare este cunoscută sub denumirea „metoda pasului". Procedura pasului mai este

cunoscută ca *eșantionarea simplă sistemică*. În această situație este necesară o listă care să cuprindă toate elementele populației vizate, fiecărui element fiindu-i atribuit un număr de la 1 la N. După care se stabilește un pas de eșantionare, de obicei egal cu raportul dintre mărimea populației (N) și mărimea eșantionului (n): N/n.

- Eșantionarea aleatorie *stratificată* este recomandată pentru a avea reprezentanța tuturor straturilor populației, de exemplu: genul, locul de trai, nivelul de venituri sau vârsta. Aceasta implică necesitatea de a cunoaște aceste caracteristici până la începerea cercetării și selectării eșantionului. În timpul efectuării sondajului respondenții sunt selectați aleatoriu; astfel, aceste straturi de populație pot fi prezente sau nu în cercetare. Eșantionarea aleatorie stratificată ne permite să includem în eșantion reprezentanți ai acestor straturi, astfel încât să reprezinte aceste straturi din populație. De exemplu, daca populația statistică care urmează să fie studiată este compusă din 55 procente femei și 45 procente bărbați, eșantionul urmează să includă la fel 55 procente femei și 45 procente bărbați. La fel referitor și la alte straturi ale populației.
- Eșantionarea *sistematică* este o metodă simplă, în care se alege fiecare „al X-lea" participant dintr-o populație statistică. Numărul X se determină prin împărțirea numărului populației la numărul eșantionului (de exemplu, fiecare al 90-lea este selectat).
- Eșantionarea *aleatorie în cluster* este o modalitate de a selecta aleatoriu participanții dintr-o listă prea mare pentru o eșantionare aleatorie simplă sau în cazul în care nu avem accesul la o listă a populației statistice. Se realizează în câteva etape: se împarte populația în grupe de dimensiuni egale numite clustere și se extrage aleatoriu subiecții din clustere folosind una dintre metodele simple. De exemplu, dacă doriți să alegeți 1000 de participanți din întreaga populație a SUA, probabil că este imposibil să obțineți o listă completă a tuturor. În schimb, cercetătorul selectează aleatoriu zone (adică orașe sau județe) și selectează aleatoriu din interiorul acestor limite.
- Eșantionarea aleatorie *în mai multe etape* folosește o combinație de tehnici. De exemplu, se poate de la început de împărțit populația în diferite clustere, ca mai apoi de selectat eșantionul după principiul stratificat.

Determinarea dimensiunii eșantionului

Problema privind determinarea mărimii eșantionului apare în cazul realizării sondajelor pe o populație mare de respondenți și nu este posibil de obținut

răspunsuri de la toată lumea. Deci, creăm un eșantion aleatoriu de indivizi care reprezintă populația în ansamblu.

După cum am menționat, la început luăm în considerare dimensiunea populației. La etapa următoare calculăm marja de eroare, care poate lua valori între 1 și 5 procente pentru eșantioanele reprezentative. Marja de eroare este exprimată în termeni de numere medii. Putem seta cât de multă diferență vom permite între numărul mediu al eșantionului și numărul mediu al populației. De exemplu, sondajele Barometrului de Opinie Publică anunță că eroarea maximă este de ± 3%.

Marja de eroare scade brusc atunci când crește dimensiunea eșantionului, fiind mai mare de o mie de respondenți. Dar modificări similare peste n=1.250 fac o diferență foarte mică în marja de eroare. Este destul de prohibitiv să se eșantioneze peste n=1.500, iar mărimea eșantionului adăugat nu ar produce mult mai multă siguranță. Mărirea dimensiunii eșantionului de la 2.000 la 5.000 reduce marja de eroare de la 2,19 la 1,39, o diferență de doar 0,80 (Fowler, 2013).

Tabelul 12.1. Marja de eroare pentru mărimea populației*

Numărul populației (n)	Marja de eroare (%)
200	7,1
400	5.0
1000	3,2
1200	2,9
2000	2,2
3000	1,8
5000	1,4

* *Sursa*: Fowler (2013).

Astfel, majoritatea organizațiilor profesionale de sondaje, atât în SUA, cât și în alte țări, indiferent de numărul populației analizate, folosesc aproximativ aceleași dimensiuni de eșantion: de la 800 la 1.500 atunci când eșantionează populația adultă a unor țări. De exemplu, sondajele naționale în SUA, cu o populație de aproximativ 331 milioane de oameni, utilizează un eșantion de o mie de respondenți. Barometrul de Opinie Publică, un sondaj național din Moldova, cu o populație de aproximativ 3 milioane de oameni, utilizează la fel un eșantion de aproximativ o mie de respondenți. Aceste dimensiuni ale eșantionului echilibrează reprezentativitatea cu costul efectuării sondajului.

Un pas separat este calcularea intervalului de încredere, care determină că media reală se încadrează în marja de eroare. Cele mai comune intervale de încredere sunt 90%, 95% și 99%. Calculăm abaterea standard, care determină cât de mult vor varia răspunsurile pe care le primim unul față de celălalt și față de numărul mediu. O abatere standard scăzută înseamnă că toate valorile vor fi grupate în jurul numărului mediu, în timp ce o abatere standard mare înseamnă că sunt răspândite într-un interval mult mai larg, cu cifre periferice foarte mici și foarte mari. O alegere sigură este o abatere standard de 0,5, care vă asigură că dimensiunea eșantionului este suficient de mare.

După încheierea fazei privind colectarea datelor, seturile de date pot fi ponderate pentru a compensa diferitele cauze posibile ale dezechilibrului din eșantion. În cazul utilizării unui eșantion, diferite persoane au o probabilitate diferită de a fi selectate pentru sondaj, și acest lucru trebuie să fie luat în considerare din punct de vedere statistic. Cu cât este mai mare unitatea în care locuiesc sau lucrează oamenii sau cu cat este mai mic grupul etnic, cu atât sunt mai mici șansele de a fi intervievate. În acest caz datele respective se ponderează.

În unele situații, după colectarea datelor în sondajul de opinie avem un număr mare de non-răspunsuri și rezultatele nu corespund cu straturile de populație; astfel, datele vor trebui ponderate pentru a reprezenta corect populația. În alte cazuri, atunci când gospodăriile au probabilități de selecție egale, dar o persoană este intervievată din fiecare gospodărie, acest lucru oferă persoanelor din gospodăriile mari o șansă mai mică de a fi intervievate. Acest lucru poate fi luat în considerare folosind ponderi de sondaj. În mod similar, gospodăriile cu mai mult de o linie telefonică au o șansă mai mare de a fi selectate într-un eșantion de formare aleatorie cu cifre, iar ponderile pot fi ajustate pentru această situație.

12.3. Eșantionul non-probabilistic

Alături de aceste proceduri de eșantionare probabilistice, în practica de cercetare sunt utilizate și o serie de tehnici mai puțin riguroase în ceea ce privește selectarea celor care vor compune un eșantion. Lipsa de rigurozitate se referă mai ales la neacordarea unei atenții speciale calculării sau egalizării șanselor fiecărui individ din populația vizată de a face parte din eșantion. Eșantioanele obținute în acest fel sunt denumite eșantioane *non-probabilistice*. Astfel de eșantioane se constituie în situațiile în care persoanele se oferă voluntar pentru a fi investigate sau răspund la chestionare publicate în ziare, sau apelează telefonic un post de radio ori de televiziune pentru a răspunde la întrebări. La fel, cercetătorul poate să apeleze la colegii săi dintr-o instituție în care își desfășoară activitatea pentru a efectua cercetarea sau la persoane întâlnite pe stradă ori în anumite spații publice.

Un eșantion *non-probabilistic* este unul în care fiecare element din populație are o probabilitate necunoscută de a fi selectat. Printre acestea pot fi menționate *eșantionarea de conveniență*, *eșantionarea intenționată* și *eșantionarea de cotă*. Un alt tip de eșantion neprobabil este *bulgărele de zăpadă*, când cei intervievați sunt rugați să furnizeze nume adecvate pentru cercetarea ulterioară; este de obicei folosit pentru a cerceta grupe specifice de respondenți care mențin un profil scăzut (O'Sullivan et al., 2017).

Tipuri de eșantionare non-probabilistică

- Eșantionare de *oportunitate* sau *convenabilă*: după cum sugerează și numele, aceasta implică colectarea unei mostre dintr-un loc convenabil pentru dvs.: blocul dvs., universitatea dvs. Uneori numită eșantionare accidentală sau eșantionare directă.
- Eșantionarea *întâmplătoare*: în cazul în care un cercetător alege subiecții la întâmplare, încercând să simuleze aleatoriu. Cu toate acestea, rezultatul poate să nu fie deloc aleatoriu și este adesea afectat de părtinire de selecție.
- Eșantionarea *experților*: în această metodă, cercetătorul extrage eșantionul dintr-o listă de experți în domeniu.
- Eșantionarea *eterogenității* / Eșantionarea *diversității*: un tip de eșantionare în care alegeți în mod deliberat membrii, astfel încât toate punctele de vedere să fie reprezentate. Totuși, aceste opinii pot fi sau nu reprezentate proporțional.
- *Bulgărele de zăpadă*: unde participanții la cercetare recrutează alți membri pentru studiu. Această metodă este deosebit de utilă atunci când participanții ar putea fi greu de găsit. De exemplu, un studiu asupra persoanelor traficate.

Probabilitatea de selecție este necesară pentru utilizarea teoriei statistice pentru a face inferențe. Din acest motiv, eșantioanele probabilistice sunt preferate eșantioanelor non-probabilistice atunci când este posibil (Babbie, 2021). Precizia estimărilor eșantionului poate fi determinată numai pentru eșantioanele probabilistice.

Diferite tipuri de sondaje ajută la furnizarea de informații importante sau critice sub formă de date semnificative, care sunt utilizate în continuare de cercetători. Datele colectate oferă informații utile numai atunci când chestionarul administrat este conceput cu atenție pentru a promova ratele de răspuns și include atât întrebări închise, cât și opțiuni de întrebări și răspunsuri deschise. Există o varietate largă când vine vorba de sondaje și putem determina care tipuri de sondaje să utilizăm în dependență de scopul cercetării, de finanțare și de timpul disponibil.

Exemplu:

Crearea unui eșantion reprezentativ aleator la care a participat autoarea pentru un sondaj realizat față în față în New Orleans, SUA, pentru o structură a Departamentului Justiției – Consent Decree.

Eșantionarea a fost realizată în mai multe etape, începând cu zone geografice specificate, fiecare dintre acestea fiind împărțită în continuare în grupări geografice mai mici, până când au fost identificate gospodăriile individuale, cu eșantionare aleatorie utilizată în fiecare etapă (Kalton, 1983). Din considerente economice și de fezabilitate, s-a decis să fie realizate 600 de interviuri. Astfel, numărul dorit de interviuri finalizate în acest studiu a fost de 600, luate de la locuitori din 20 de cartiere ale orașului, care asigurau o marjă de eroare de aproximativ 4% pentru sondaj.

S-a presupus o rată de răspuns de 50% din cauza refuzurilor sau a respondenților indisponibili. În consecință, dimensiunea eșantionului a fost dublată la 1.200 de cazuri. Pentru a obține un eșantion de această dimensiune, a fost nevoie de selecția a 60 de gospodării per cartier. După ce s-a determinat ce traseu de recensământ să fie ales din fiecare cartier, 10 blocuri au fost extrase aleatoriu pentru a determina grupuri de 6 unități de locuințe per bloc (Backstom, 1981). Eșantionarea în grupuri de șase unități locative este un compromis bun între cererea de precizie a eșantionării și restricția de fonduri financiare. Pe măsură ce numărul de unități crește, precizia scade. Cartierele, precum și sectoarele de recensământ și blocurile de recensământ, variază în ceea ce privește dimensiunea și numărul de gospodării, creând astfel o părtinire în selecția gospodăriilor pentru eșantion. Prin urmare, probabilitățile de selecție trebuie ponderate proporțional cu gospodăriile, utilizând procedura de eșantionare probabilistică proporțională cu mărimea populației (PPS). Selectarea cartierelor și blocurilor cu PPS se realizează prin cumularea unităților de locuințe din întreg orașul, atribuind unei zone geografice atâtea numere cât dimensiunea acesteia. Totalurile cumulate ale unităților de locuințe oferă gospodăriilor o modalitate de a avea o probabilitate egală de selecție în eșantion (Manheim et al., 2002).

În loc să vorbim despre persoanele care locuiesc în New Orleans, vorbim despre toți rezidenții unităților de locuințe din New Orleans. Ambele grupuri sunt, pentru scopurile practice, aceleași. Valoarea principală a eșantionării aleatorii a zonei în mai multe etape este aceea că se poate generaliza nu reședințele, ci locuitorii.

Selectarea cartierelor

Prima etapă a procedurii de eșantionare a început cu alegerea aleatorie a 20 de cartiere din totalul de 72 de cartiere (*numărul total de cartiere a fost obținut de la Centrul de Date al Comunității din Greater New Orleans* (*GNOCDC*) http://www.datacenterresearch.org/maps/reference-maps/). *Mai întâi, a fost calculat un interval de eșantionare luând în considerare numărul total de gospodării din New Orleans* (*142.158*) *și împărțindu-l la 20, numărul de cartiere dorite pentru eșantion. Astfel, a fost calculat intervalul de eșantionare pentru fiecare unitate de locuințe – 7.108, care a servit ca punct de eșantionare.*

În continuare, dintr-un tabel de numere aleatorii a fost extras numărul 2.024, determinându-se punctul de plecare pentru eșantion și stabilindu-se, de asemenea, unitatea locativă desemnată a primului cartier. Punctul de plecare și intervalul de eșantionare au fost apoi adăugate împreună pentru a oferi unitatea de locuință desemnată a celui de-al doilea cartier (*2.024 + 7.108 = 9.132 de gospodării*). *Intervalul a fost adăugat din nou pentru a determina unitatea locativă desemnată a celui de-al treilea cartier. Acest proces a continuat până când toate cele 20 de cartiere au avut o unitate de locuințe desemnată. Cartierele selectate și caracteristicile demografice asociate acestora sunt prezentate în tabelul ce urmează.*

Tabelul 12.2. Cartierele selectate și caracteristicile demografice asociate acestora

Cartierele	Afro-Americani	Albi	Hispanici	Venitul gospodăriei	Venituri joase
1	2	3	4	5	6
Audubon	4.8%	85.0%	5.0%	$134,503	18.0%
Behrman	81.5%	8.4%	7.3%	$39,944	23.3%
Bywater	33.1%	56.1%	6.7%	$43,504	24.4%
City Park	7.6%	82.9%	6.1%	$70,853	11.0%
East Riverside	41.4%	50.0%	5.4%	$52,538	26.8%
French Quarter	4.4%	87.6%	3.8%	$95,246	7.2%
Gentilly Woods	69.3%	23.0%	2.2%	$42,061	24.5%
Lake Terrace & Oaks	25.9%	57.1%	8.0%	$132,629	11.0%
Leonidas	62.0%	30.7%	4.4%	$48,563	31.4%
Little Woods	92.6%	3.0%	2.3%	$43,849	25.4%
Lower Garden District	18.9%	67.2%	8.2%	$94,332	20.6%

1	2	3	4	5	6
Marlyville/Fontaine-bleau	23.9%	63.9%	6.0%	$85,352	17.6%
Milan	59.0%	32.3%	6.0%	$59,215	24.3%
Old Aurora	54.5%	35.6%	5.6%	$66,498	14.1%
Plum Orchard	95.7%	0.8%	2.5%	$33,973	20.7%
Seventh Ward	87.4%	6.6%	3.8%	$32,442	44.1%
St. Claude	81.1%	14.0%	3.1%	$28,149	46.7%
Tall Timbers/Brechtel	69.8%	21.4%	4.6%	$56,165	26.5%
U.S. Naval Support Area	67.0%	24.0%	6.0%	$42,289	22.9%
West End	11.0%	74.6%	8.3%	$94,606	17.7%

Selectarea sectoarelor

În următoarea etapă a fost selectat câte un sector de recensământ din fiecare dintre cele 20 de cartiere. Câte un singur sector a fost necesar, deoarece dimensiunea eșantionului dorit a fost de 1.200 de gospodării sau 60 de gospodării per cartier. Media pentru un sector a fost de 1.105 gospodării. Deoarece trebuia selectat un singur sector, intervalul de eșantionare a fost numărul total de gospodării dintr-un cartier. A fost extras un număr aleatoriu pentru fiecare cartier, între 1 și numărul de unități locative din cartier. Acest număr era unitatea locativă desemnată pentru selectarea sectorului de recensământ.

Selectarea blocurilor

În etapa următoare au fost selectate 10 blocuri de recensământ din fiecare dintre cele 20 de sectoare de recensământ. La fel ca în etapele anterioare, intervalele de eșantionare au fost calculate pentru fiecare sector de recensământ prin împărțirea numărului total de gospodării dintr-un sector la 10. Apoi au fost extrase numere aleatorii între 1 și intervalul de eșantionare din fiecare sector. Acest număr a furnizat atât punctul de plecare al eșantionului, cât și unitatea de locuit desemnată pentru primul bloc de recensământ. Punctul de pornire și intervalul de eșantionare au fost apoi adăugate împreună pentru a furniza unitatea de locuință desemnată a celui de-al doilea bloc de recensământ. Intervalul a fost adăugat din nou pentru a determina unitatea locativă desemnată a celui de-al treilea bloc. Acest proces a continuat până când 10 blocuri de recensământ au fost selectate într-un sector.

Selectarea gospodăriilor

Etapa finală a constat în identificarea celor 6 unități de locuit (case și apartamente individuale) care vor fi incluse în eșantion. Pentru a localiza unitățile gospodărești din bloc, am scăzut unitatea locativă desemnată din bloc din totalul cumulat de unități locative care include acel bloc. Aceasta a dat poziția primei unități a blocului. De exemplu, pentru a localiza poziția relativă a primei unități din cartierul Leonidas (Sectorul 130), primul bloc 1000 (23 – 19 = 4) este format din a patra unitate urmată de încă cinci unități. Eșantionul din primul bloc de recensământ din cartierul Leonidas constă, așadar, din a patra, a cincea, a șasea, a șaptea, a opta și a noua unități de locuințe din bloc. Pentru al doilea bloc din cartierul Leonidas, eșantionul de unități locative sunt unitățile 18, 19, 20, 21, 22 și 23 (132 – 114 = 18).

Selectarea persoanei care va fi intervievată

Ce individ trebuie intervievat din gospodăria respectivă este o problemă, având în vedere că este probabil să locuiască mai mult de o persoană într-o gospodărie. Pentru a oferi oricărui adult o probabilitate cunoscută de a fi selectat, intervievatorilor li s-au eliberat cheia de selecție a respondenților care îi instruiau pe cine să intervieveze în fiecare gospodărie specifică. Cheia a determinat cine urma să fie intervievat în baza următoarelor criterii: câți adulți locuiau în gospodărie și câți dintre ei erau femei. În plus, au fost utilizate cote bazate pe etnie, rasă și gen pentru a se asigura că respondenții la sondaj sunt reprezentativi pentru populația orașului.

Calcularea cotelor

Au fost calculate cotele bazate pe gen și apartenența etnică pentru a asigura reprezentativitatea eșantionului[42]*. Cotele au fost derivate din cifrele populației din American Community Survey 1-Year Estimates of New Orleans și includ numai acei rezidenți care aveau 18 ani și mai mult. Cotele eșantionului pentru sondajul comunitar se găsesc în secțiunea de jos a tabelului ce urmează.*

[42] American Factfinder, http://factfinder2.census.gov/faces/nav/jsf/pages/searchresults.xhtml?refresh=t#none. Tables B01001B, B01001D, B01001F, B01001H, and B01001I.

Tabelul 12.3. Eșantionul de cote în dependență de apartenența de gen și etnică

	Afro-Americani	*Albi*	*Asiatic*	*Hispanic*	*Alte*	***Total***
Bărbați	72,750	49,443	4,363	8,966	2,775	**138,297**
Femei	91,587	48,753	4,427	6,641	1,440	**152,848**
Total	**164,337**	**98,196**	**8,790**	**15,607**	**4,215**	**291,145**
Bărbați	25.0%	17.0%	1.5%	3.1%	1.0%	
Femei	31.5%	16.7%	1.5%	2.3%	0.5%	
	Afro-Americani	*Albi*	*Asiatic*	*Hispanic*	*Alte*	***Total***
Bărbați	150	102	9	18	6	**285**
Femei	189	100	9	14	3	**315**
Total	**339**	**202**	**18**	**32**	**9**	**600**

După încheierea fazei privind colectarea datelor, datele au fost ponderate pentru a compensa dezechilibrul din eșantion. Ponderarea a fost efectuată pentru cotele de gen (bărbați) și rasă (Afro-Americani).

Sarcini de autoevaluare:

1. Definiți noțiunile de populație statistică și eșantion.
2. Care este diferența dintre eșantionul probabilistic și cel non-probabilistic?
3. Explicați esența metodelor de eșantionare probabilistice: aleatorie sistematică, metoda stratificată, cluster și în mai multe etape.
4. Analizați esența eșantionului non-probabilistic: eșantionarea de conveniență, de oportunitate, intenționat, bulgărele de zăpadă.
5. Care este importanța aplicării metodelor cantitative în viața politică pentru a asigura accesul cetățenilor la informații veridice și nepărtinitoare?

Tematica pentru studiul individual:

- Care eșantion este mai reprezentativ: cel simplu aleator sau cel simplu aleator prin stratificare?

- Dacă ați decis să efectuați un sondaj de opinie al studenților de la universitatea dvs. și să analizați nivelul de participare la alegeri, ce tip de eșantion veți folosi? Argumentați răspunsul.
- Să presupunem că aveți de realizat un eșantion prin metoda eșantionării simple sistemice. Mărimea populației este de 4800 de elemente, iar mărimea eșantionului este de 200 de elemente. Care este mărimea pasului utilizat?
- Analizați Barometrul de Opinie Publică din Republica Moldova, realizat de Institutul de Politici Publice din Moldova. Descrieți cum a fost creat eșantionul și care este marja de eroare în această cercetare.

Bibliografie:

DILLMAN, D., SMYTH, J., CHRISTIAN, L. *Internet*, *phone*, *mail*, *and mixed-mode surveys*: *The tailored design method*. John Wiley & Sons, 2014.

DILLMAN, D., GALLEGOS, J., FREY, J. Reducing refusal rates for telephone interviews. In: *Public Opinion Quarterly*, 1976, vol. 40, no. 1, p. 66-78.

FEINBERG, F., KINNEAR, T., TAYLOR, J. *Modern marketing research*: *Concepts*, *methods*, *and cases*. Cengage Learning, 2012.

FOWLER, F. *Survey research methods*. 5 ed. SAGE Publications, 2013.

GUO, R., CHENG, L., LI, J., et al. A survey of learning causality with data: Problems and methods. In: *ACM Computing Surveys* (*CSUR*). 2020, vol. 53, no. 4, p. 1-37.

HEWSON, C., VOGEL, C., LAURENT, D. *Internet research methods*. Sage, 2015.

JOHNSON, J., REYNOLDS, H., MYCOFF, J. *Political Science research methods*. 9 ed. CQ Press, 2020.

ROTARIU, T., ILUȚ, P. *Anchetă sociologică și sondajul de opinie*. Iași: Polirom, 2017.

RUEL, E., WAGNER, W., GILLESPIE, B. *The practice of survey research*: *Theory and applications*. SAGE Publications, 2015.

SINGLETON, R., STRAITS, B. *Approaches to social research*. Oxford University Press, 2009.

SQUIRE, P. Why the 1936 Literary Digest poll failed. In: *Public Opinion Quarterly*, 1988, vol. 52, p. 125-133.

SREEJESH, S., MOHAPATRA, S., ANUSREE, M., et al. Business research design: Exploratory, descriptive and causal designs. In: *Business research methods*: *An applied orientation*, 2014, p. 25-103.

SUE, V., RITTER, L. *Conducting online surveys*. Sage, 2012.

Tema 13. ELABORAREA CHESTIONARULUI. UTILIZAREA PLATFORMEI QUALTRICS

Conținuturi:

13.1. Chestionarul și tipul de întrebări
13.2. Redactarea întrebărilor pentru chestionar
13.3. Ordinea plasării întrebărilor în chestionar. Formularea întrebărilor pentru chestionar în platforma Qualtrics

Obiective:

- să definească esența chestionarului ca instrument de cercetare în sondaje;
- să examineze tipurile de întrebări pentru chestionar;
- să explice validitatea și fiabilitatea chestionarului pentru sondajele de opinie publică;
- să analizeze potențialele erori în formularea întrebărilor pentru chestionare;
- să creeze întrebări pentru chestionare în platforma Qualtrics;
- să estimeze importanța aplicării cercetării prin sondaje în viața politică pentru a asigura accesul cetățenilor la informații veridice și nepărtinitoare.

Termeni-cheie: metode cantitative, sondaj de opinie publică, chestionar, tipuri de întrebări, ordinea plasării întrebărilor în chestionar, întrebări nespecifice, platforme electronice de sondaje.

Repere de conținut

13.1. Chestionarul și tipul de întrebări

Pentru utilizarea metodei sondajului crearea chestionarului este un pas important in proiectul de cercetare. *Chestionarul* este un instrument de cercetare care constă dintr-o serie de întrebări cu scopul de a culege informații de la respondenți prin sondaj, fiind analizate utilizând metode statistice de calcul.

În ultimul timp chestionarele sunt folosite tot mai des, de aceea este necesar să atragem o deosebită atenție la alcătuirea instrumentelor de cercetare prin sondaje. Chestionarele de calitate necesită întrebări bine formulate, răspunsuri clare și machete atractive (Bradrum et al., 2004). În plus, cercetătorii urmează să utilizeze proceduri sistematice pentru a decide exact cere va fi obiectul cercetării. Conform lui Groves et al. (2011), la etapa elaborării chestionarului este imperativ ca cercetătorii:

1) să clarifice scopul studiului și să se asigure că întrebările propuse sunt în concordanță cu acest scop;
2) să verifice dacă datele corespund nevoilor utilizatorilor vizați. Cercetătorii se pot întâlni cu utilizatorii vizați pentru a confirmă că studiul va produce informații adecvate nevoilor lor;
3) să se asigure că întrebările și strategia generală de colectare vor produce date valide și fiabile din punct de vedere operațional.

De obicei, este recomandabil de a include la începutul chestionarului întrebări de introducere, mai ample, la care respondentului îi este ușor să răspundă. Astfel, chestionarul poate fi creat sub formă de pâlnie, unde la început se adresează întrebările care vizează aspectul general al problemei, după care urmează cele care vizează aspectele particulare și specifice. Și la final, de obicei, se includ întrebările demografice și întrebările de clasificare.

O altă recomandare este de a monitoriza timpul în care respondentul va completa chestionarul, ca să se reducă cazurile când sondajele nu sunt finalizate. Regula generală este de a menține sondajul la aproximativ 15 întrebări și cu o durată de 5 minute. Dar aceste recomandări pot fi modificate în dependență de tipul sondajului, al respondenților și de metoda de difuzare a întrebărilor. Sondajele web au unele avantaje, deoarece respondentul nu poate vizualiza toate întrebările sondajului simultan. Cu toate acestea, dacă sondajul este prea lung și navigarea în sondaj le trimite pagină după pagină de întrebări, rata de răspuns va scădea considerabil. În cazul interviului prin telefon, intervievatorii urmează să dea dovadă de măiestrie pentru a reține atenția celui intervievat până la finele interviului.

Validitatea și fiabilitatea rezultatelor sondajului depind de crearea unui design solid de cercetare, de alegerea metodelor și eșantioanelor adecvate și de efectuarea cercetării cu atenție și corectitudine. *Validitatea* se referă la măsura în care un instrument de anchetă măsoară ceea ce dorim să măsurăm. De exemplu, un sondaj conceput pentru a explora implicarea angajaților, dar care măsoară, de fapt, satisfacția clienților, nu ar fi considerat valid. *Fiabilitatea* ia în considerare măsura în care întrebările utilizate într-un instrument de anchetă obțin în mod

constant aceleași rezultate de fiecare dată când sunt adresate în aceeași situație în repetate ocazii. Fiabilitatea este o măsură statistică a cât de reproductibile sunt datele instrumentului de anchetă (Nardi, 2018). Se consideră că un instrument de sondaj are o fiabilitate ridicată dacă produce rezultate similare în condiții consecvente și orice schimbare s-ar datora unei schimbări reale a atitudinii, spre deosebire de schimbarea măsurării (adică, o eroare de măsurare).

Printre *avantajele chestionarului* se numără posibilitatea de a primi rapid rezultatele, îndeosebi dacă este distribuit online sau prin telefon. Dacă proiectarea chestionarului a fost realizată corect, este rapid și ușor de analizat rezultatele. Deoarece toți respondenții răspund la aceleași întrebări, este relativ simplu să se identifice tendințele dominante.

Unul dintre cele mai mari avantaje ale utilizării chestionarelor este faptul că un chestionar poate acoperi orice subiect; deoarece pot fi adaptate folosind diferite tipuri și stiluri de întrebări deschise și întrebări închise, acestea pot avea o largă utilizare. Sunt aplicabile în științele politice, administrative, relații internaționale, dar la fel și pentru cercetarea de marketing și comercială. Datele pe care le primim sunt de la publicul țintă și informațiile pe care le adunăm cu privire la atitudinile, preferințele sau comportamentele acestora ne permit să luăm decizii inteligente.

Printre *dezavantajele chestionarului* se numără pericolul că respondenții ar putea minți. În loc să-și exprime opinia reală, un respondent s-ar putea simți presat să dea răspunsul pe care îl consideră mai acceptabil din punct de vedere social, ceea ce nu oferă rezultate exacte. Acest lucru este riscant în cercetările politice, în cazul în care respondenții consideră că nu este prestigios sau acceptabil să exprime o părere despre preferințele de vot pentru un partid sau lider, dar planifică să voteze pentru acest partid/lider. În plus, respondenții ar putea să nu răspundă la fiecare întrebare, din motive diferite: lungimea chestionarului, nu înțeleg ce li se cere sau pur și simplu ar putea să nu vrea să răspundă. Dacă avem prea multe chestionare fără răspunsuri complete, aceasta ar putea afecta negativ datele de cercetare și poate oferi o imagine inexactă.

Un alt dezavantaj al chestionarului este că respondenții s-ar putea simți obosiți de la sondaj. Dacă trimitem în mod regulat aceluiași eșantion de sondaj un chestionar sau dacă chestionarul este prea lung, respondenții ar putea începe să sufere de oboseală la sondaj. În aceste circumstanțe, în loc să se gândească la opțiunile de răspuns din chestionar și să ofere răspunsuri exacte, respondenții ar putea începe să bifeze căsuțele pentru a trece rapid prin chestionar. Astfel, se recomandă de diversificat eșantionul și de ales numărul optim de întrebări pe care le includem într-un chestionar.

Un chestionar clar, neaglomerat presupune: a decide ce variabile să măsoare; redactarea unor întrebări care măsoară corect și adecvat variabilele; asamblarea întrebărilor într-o ordine logică în chestionar; testarea preliminară a întrebărilor și realizarea unui studiu pilot. Pentru a decide ce să includă într-un chestionar, cercetătorii trebuie să identifice variabilele pe care doresc să le măsoare, tipul de întrebări care vor măsura variabilele și numărul de întrebări necesare pentru a răspunde la întrebarea de cercetare.

Cele mai bune întrebări ale sondajului sunt ușor de citit și de înțeles. Ca regulă generală, nivelul de sofisticare în redactarea sondajului trebuie să fie pe înțelesul cititorului de rând. Stilul scris al sondajului este important și propozițiile simple și pe înțelesul fiecăruia sunt cele mai eficiente.

Diferite softuri pe internet ajută la crearea chestionarului și la colectarea răspunsurilor la sondaj. Printre platformele online de sondaj se numără Google Forms, SurveyMonkey, Typeform, SoGoSurvey și altele. Fiecare platformă are avantajele și limitările sale, astfel că formatul, complexitatea, costul și suportul clienților diferă de la caz la caz. O posibilitate de a colecta datele online este platforma Qualtrics, care se evidențiază prin opțiuni mai complexe de a crea chestionarul și prin modalități avansate de a analiza rezultatele (Feinberg et al., 2012).

Astfel, după ce am decis referitor la tipul de sondaj pe care îl vom realiza în cadrul proiectului nostru de cercetare, formulăm întrebările pentru chestionar. Formulând întrebările pentru sondaj la fel trebuie să se țină cont de scopul cercetării, să se ia în considerare întrebările de cercetare și să se anticipeze experiența respondenților de a răspunde la aceste întrebări. Ne vom referi în continuare la anumite reguli de formulare a întrebărilor pentru chestionar și la posibilitatea de a utiliza platforme online pentru a crea chestionarul.

Tipuri de întrebări pentru chestionar

Scopul cercetării prin sondaj este să măsoare atitudinile, opiniile și comportamentul indivizilor prin a adresa întrebări. Dacă întrebările sunt formulate corect, vom colecta răspunsuri exacte, iar dacă întrebările sunt formulare eronat, ele pot crea confuzie sau stimuli nepotriviți și nu vom avea răspunsuri veridice. Regula de bază pentru a formula întrebările pentru chestionar este ca cel intervievat să înțeleagă întrebarea și să aibă acces la informația solicitată. Astfel, întrebările trebuie să fie formulate într-un limbaj simplu și accesibil, pe înțelesul celor care vor răspunde la aceste întrebări. Este imperativ să evităm întrebările ambigue, cu sens dublu și cele care sugerează răspunsurile.

În literatura de specialitate se specifică mai multe tipuri de întrebări pentru chestionar: factuale, de comportament, de opinie, motivaționale și de cunoștințe. La fel ca și formularea întrebărilor, ordinea lor, altfel spus amplasarea lor în chestionar, are o mare însemnătate și determină validitatea și fiabilitatea cercetării (O'Sullivan et al., 2017).

Întrebările *factuale* sunt cele de a obține informații obiective de la respondenți și sunt cel mai des utilizate. Cele mai frecvente întrebări sunt întrebările demografice, cum ar fi genul, vârsta, starea civilă, educația, venitul, profesia și istoricul ocupațional. Pot fi adresate întrebări concrete despre orice, despre care cineva solicită informații, și ele pot viza atât prezentul, cât și trecutul.

Întrebările *de comportament*, care sunt un tip de întrebare faptică, întreabă respondenții despre lucrurile pe care le fac sau le-au făcut. De exemplu, rezidenții pot fi întrebați cât de departe călătoresc până la locul de muncă sau dacă au participat la ultimele alegeri. Ei pot fi întrebați dacă s-au oferit vreodată voluntari și, dacă da, pentru câte ore pe lună.

Întrebările *de opinie* întreabă oamenii ce părere au despre o anumită problemă sau eveniment. Se consideră că opiniile sunt expresii verbale ale atitudinilor.

Întrebările *de atitudine* încearcă să elucideze credințe sau moduri de a privi lucrurile mai stabile, subiacente.

Întrebările *de motivație* le cer respondenților să evalueze de ce se comportă într-o anumită manieră sau de ce au anumite opinii sau atitudini.

Întrebările *de cunoştinţe*, care sunt similare cu întrebările de test, determină ce știe o persoană despre un subiect și amploarea sau acuratețea informațiilor. Întrebările de cunoștințe pot acționa ca filtre pentru a elimina răspunsurile respondenților neinformați. În cazul că se referă la cunoștințe specifice, se recomandă ca astfel de întrebări să fie incluse întru-un sondaj pentru respondenții profesionali dint-un anumit domeniu. Dacă astfel de întrebări sunt incluse în sondajele pentru publicul larg, este posibil să avem un număr mare de non-răspunsuri sau de răspunsuri „nu știu".

Un alt aspect care va fi luat în considerare este decizia de a include întrebări de *tip deschis* – ca respondenții să ofere răspunsuri, sau *închis* – unde respondenții să selecteze dintre răspunsurile oferite de cercetător. La selectarea întrebărilor deschise sau închise este necesar să se ia în considerare tipul de interviu, nivelul de profesionalism al intervievatorilor și timpul pe care îl au ei la dispoziție. La fel, întrebările deschise se adresează mai ales la etapa inițială a cercetării, pentru a explora atitudini și comportament. Includerea întrebărilor deschise, care vor necesita mai mult timp pentru a oferi răspunsuri, este mai indicată pentru un

sondaj al unui auditoriu interesat și profesional. Întrebările închise sunt mai ușor de codificat și ușurează efortul de prelucrare a datelor.

Întrebările de control au rolul să valideze dacă răspunsurile la întrebările precedente au fost corecte sau nu, dacă nu au fost date din întâmplare sau în pripă. Întrebările de control au aproximativ același conținut, dar formulat altfel.

Întrebările filtru sunt cele care se folosesc pentru a elimina din anchetă subiecții care nu prezintă interes pentru cercetarea dată. De exemplu, dacă efectuăm o cercetare referitor la alegeri, o întrebare filtru poate fi: „Ați votat la recentele alegeri prezidențiale?" și dacă respondentul răspunde negativ, terminăm interviul. O altă variantă a întrebării filtru se referă la un aspect al cercetării, pentru a direcționa răspunsurile în continuare. De exemplu, poate fi formulată următoarea întrebare filtru: „Priviți emisiunea X la canalul de televiziune Y?". Și dacă răspunsul la ea este pozitiv, se adresează următoarele două întrebări referitor la atitudinea față de emisiune și față de prezentator. Dacă răspunsul este negativ, aceste două întrebări care urmează sunt omise.

O altă componentă a conținutului chestionarului este *numărul de întrebări* care trebuie adresate pentru a măsura fiecare variabilă (Rea & Parker, 2014). Numărul de întrebări sau de indicatori la fel afectează fiabilitatea unei cercetări. Pentru a evita obosirea respondenților, ar trebui să menținem numărul de întrebări la minimum sau cel puțin rezonabil. Prin urmare, trebuie să luăm în considerare compromisul dintre fiabilitatea mai scăzută și ratele de răspuns mai mari. La fel, numărul de întrebări afectează și validitatea operațională. Dar multe variabile nu pot fi măsurate în mod adecvat cu un singur indicator.

13.2. Redactarea întrebărilor pentru chestionar

Formularea și redactarea întrebărilor care urmează să fie incluse în chestionar ține de scopul și sarcinile cercetării și urmează să conducă la obținerea informațiilor de bună calitate. Redactarea întrebărilor pentru un chestionar ține atât de sociologie, cât și de arta de comunicare.

În primul rând, pentru ca întrebările să aducă la obținerea informațiilor despre fenomenul cercetat, ele trebuie să fie *adecvate* scopului cercetării. Altfel, dacă o întrebare este bine formulată și obținem un răspuns sincer la ea, dar nu corespunde sarcinii cercetării, va fi total inoportună. În cazul cercetărilor în sfera politică, este important să specificam dacă suntem interesați în comportament sau atitudini pentru a adresa întrebări corespunzătoare.

Claritatea întrebărilor este o altă cerință față de redactarea întrebărilor pentru chestionar. În acest caz o regulă generală este de a utiliza cuvinte din fondul comun de cuvinte, care este cunoscut de toți și a include cuvinte simple în chestionar.

- Urmează să se *evite utilizarea cuvintelor prea tehnice*, care țin de anumite cunoștințe specifice în domeniu, fără a da explicațiile de rigoare:
  - „*Care este atitudine dvs. față de* ***sistemele majoritare*** *de vot?*"

În acest caz urmează de inclus o scurtă descriere a sistemelor majoritare de vot.

- Este bine să evităm neologismele și arhaismele sau cuvintele împrumutate, care nu sunt cunoscute de toată populația:
  - „*Sunteți de acord sau nu ca să fie introdus* ***storytelling*** *în școli?*"

Întrebarea urmează să excludă cuvântului *storitelling* și să includă echivalentele „o scurtă istorie", „o scurtă povestire".

- La fel, se recomandă evitarea utilizării regionalismelor și cuvintelor cu mai multe sensuri, care pot duce în eroare respondenții. În acest caz putem descuraja respondenții să răspundă, deoarece nu vor înțelege prea bine întrebările.
  - „*Cât de des folosiți* ***pepenele verde*** *în alimentație?*"

În cazul că sondajul este organizat în Republica Moldova urmează să adăugăm și echivalentul „harbuz".

Deosebit de important este ca în chestionarele adresate temelor de știință politică să fie înlăturate *confuziile şi impreciziile*, pentru a asigura interpretarea corectă și în același mod de către respondenți.

- Să nu se utilizeze cuvinte cu un înalt grad de relativitate: niște, des, rar, unele, altele, suficient, pentru a evita confuziile.
  - „*Participați* ***des*** *la alegeri?*"

În acest caz urmează de reformulat următoarele întrebări: „Ați participat la ultimele alegeri locale?", „Ați participat la ultimele alegeri prezidențiale?" s.a.

Pentru a asigura ***claritatea răspunsurilor***, trebuie de evitat formularea *întrebării duble*. La o analiză mai detaliată depistăm două întrebări în formularea

întrebării duble. Răspunsurile colectate vor fi incomplete și inadecvate în acest caz și nu vor reflecta real atitudinea celor intervievați.

- „*Cât de satisfăcut sunteți de **activitatea primăriei și a primarului** capitalei?*”

În acest caz urmează de reformulat două întrebări: „Cât de satisfăcut sunteți de activitatea primăriei_capitalei?” și „Cât de satisfăcut sunteți de activitatea primarului capitalei?”

Pentru a formula întrebări eficiente pentru chestionar, nu este suficient ca întrebările care se includ în chestionare să fie adecvate, clare și ușor de înțeles sau de interpretat pentru respondenți. La fel de important este *ca respondenții să fie capabili să răspundă la ele*. Pentru ca o persoană să fie în măsură să răspundă corect la întrebările care i se pun, este important ca a) să fie în cunoștință de cauză; b) să-și poată aminti ceea ce i se cere; c) să aibă opinii proprii etc.

- Respondentul trebuie *să fie în cunoștință de cauză* despre ceea ce este întrebat, altfel răspunsul va fi eronat.
  - „*Ce părere aveți despre **noul candidat X**?*”

În acest caz este necesar să includem o întrebare filtru dacă respondenții cunosc activitatea candidatului X și numai dacă avem un răspuns pozitiv să includem întrebarea formulată corect: „Ce părere aveți despre activitatea candidatului X?”

- Este necesar ca respondentul *să-și amintească* despre acea perioadă sau eveniment din trecut, despre care este întrebat.
  - „*Care este părerea dvs. despre propunerile **președintelui X** referitor la dezvoltarea economică?*”

Întrebarea ar urma să includă o scurtă descriere a propunerilor președintelui X referitor la dezvoltarea economică.

- Respondentul trebuie *să aibă o anumită opinie* despre fenomenele sau persoanele politice despre care este întrebat. Dacă respondentul nu este cunoscut cu fenomenul respectiv, răspunsurile colectate nu vor reprezenta atitudinea față de acest fenomen sau persoană.
  - „*Care este opinia dvs. referitor la **investițiile străine** în Republica Moldova?*”

Întrebarea filtru amplasată în prealabil la această întrebare ar putea să prevină ca respondenților care nu cunosc despre investițiile străine să le fie adresată această întrebare.

O anumită atenție urmează să acordăm întrebărilor *care ar putea sugera răspunsurile.* Este imperativ să evităm întrebările care sugerează răspunsurile, care sună persuasiv sau care ar putea ghida spre un anumit răspuns La fel, se recomandă să folosim un limbaj neutru și să rămânem consecvenți pe parcursul întregului chestionar.

- „*Nu v-ar plăcea să votați pentru acest* ***candidat competent la postul de președinte****?*”

Întrebarea corectă ar urma să fie formulată în felul următor: „Pentru care candidat planificați să votați la viitoarele alegeri prezidențiale?”

La fel, este necesar să evităm cazurile în care *variantele de răspuns nu sunt complete* și respondenții nu găsesc răspunsul lor printre variantele propuse de cercetător. Este frustrant și confuz pentru respondent dacă i se oferă o listă de răspunsuri care nu îl includ pe cel corect pentru el. În acest caz este recomandabil de adăugat o ultimă opțiune „alta” cu o casetă de text liberă pentru ca respondentul să scrie/spună răspunsul dacă acesta nu este inclus în lista cu variante multiple.

- „*Care este apartenența etnică a dvs.?*

  a) ***moldovean***; b) ***rus***; c) ***ucrainean***.”

Variantele de răspuns în acest caz urmează să includă și opțiunile „d) prefer să nu răspund, și e) alta”. Pentru a permite o interpretare cât mai corectă a informațiilor obținute, printre variantele de răspuns trebuie incluse și următoarele: „Prefer să nu răspund” (pe care o vor bifa numai cei care cunosc răspunsul corect, dar nu vor să răspundă); „Nu am o opinie” (pe care o vor marca cei care, deși sunt în cunoștință de cauză, nu și-au definitivat încă o opinie despre subiectul cercetat) și „Nu știu” (pregătită numai pentru cei care nu sunt în cunoștință de cauză).

Este necesar să *evităm întrebările ambigue*, *care includ formulări de răspuns neexclusive*. În cazul în care categoriile de vârstă sunt neexhaustive, respondenții care au 25 sau 50 de ani vor avea dificultăți de a răspunde, iar cercetătorul va acumula date inexacte.

- „*În care categorie de vârstă vă înscrieți?*

  a) ***18-25 de ani***, b) ***25-50 de ani***, c) ***50-60 de ani***?”

Este recomandabil să utilizăm întrebări cu răspunsuri multiple care se exclud reciproc. În acest caz variantele de răspuns urmează să fie formulate în felul următor: „ a) 18-24 de ani, b) 25-34 de ani, c) 34-44 de ani, d) 45-54 de ani, e) 55-64 de ani, f) 65+”

Întrebările care oferă un număr foarte mare de variante de răspuns pot determina răspunsuri imprecise sau genera răspunsuri eronate.

- „*Care este motivul pentru care susțineți partidul X? Bifați variantele care reflectă opinia dvs.*”
  - ***Are ca obiectiv crearea locurilor de muncă*;**
  - ***Va reduce prețurile la produsele alimentare*;**
  - ***Susține integrarea europeană*;**
  - ***Va asigura locuri de muncă pentru toți*;**
  - ***Va asigura comerțul cu UE*;**
  - ***Este în favoarea majorării pensiilor*;**
  - ***Nu critică biserica*;**
  - ***Susține tradițiile și cultura națională*;**
  - ***Are o politică de integrare a diasporei*;**
  - ***Are un program de asigurare a securității statului*;**
  - ***Susține investițiile străine în economia țării. ”***
  - ***Va asigura dezvoltarea artei autohtone.***

În acest caz urmează să grupăm variantele de răspuns pe categorii mai mari. Astfel, variantele de răspuns pot fi grupate pe categorii: a) propuneri economice, b) sociale, c) de politică externă și d) de integrare în EU.

13.3. Ordinea plasării întrebărilor în chestionar. Formularea întrebărilor pentru chestionar în platforma Qualtrics

Este important de atras atenția la *ordinea plasării întrebărilor în chestionar.* Contextul în care este adresată o anumită întrebare, în special ceea ce precedă direct o întrebare, are adesea un impact asupra modului în care oamenii răspund. În cazul în care într-un chestionar plasăm la început întrebarea despre un anumit partid politic, și numai după aceea întrebăm despre preferințele politice ale

respondentului, cel mai probabil vom obține o ordonare a lor cu mult diferită de cea care ar rezulta atunci când i s-ar cere de la bun început să-și precizeze ordinea preferințelor.

Este recomandabil că întrebările să se grupeze conform *ordinii de prioritate*, în vederea efectuării unor eventuale selecții. Ordinea în care sunt cuprinse întrebările într-un chestionar trebuie să fie una *logică*, să includă întrebările generale la început și numai apoi întrebările mai specifice.

Întrebările de obicei se grupează pe anumite *criterii tematice* pentru a asigura coeziunea și a menține atenția celor intervievați. Dacă adresăm o întrebare din altă temă, urmează să informăm persoana cu care comunicăm: „Acum trecem la următoarea temă…".

Astfel se obține un *flux logic al întrebărilor*, care asigură că la început adresăm întrebările generale și cele de filtru. După întrebarea de filtru urmează să includem întrebarea de atragere, sau de „apel", de obicei deschisă, ca să câștigăm interesul respondenților.

Ordinea întrebărilor trebuie să fie în măsură să stârnească și să mențină la o cotă înaltă *interesul respondenților.* Printre întrebările din chestionar este bine să includem și întrebări *relaxante*, care cer mai puțin efort pentru a răspunde la ele, și să adresăm și *unele remarci și aprecieri încurajatoare* la adresa respondenților.

Cercetările arată că ordinea în care întrebările sunt adresate poate avea un „*efect de ordonare*", în care respondentul analizează și răspunde la întrebare luând în considerare întrebarea precedentă. În acest context este binevenit să includem opțiunea de randomizare în chestionar referitor la întrebările respective și să asigurăm ordinea întrebărilor conform ordinii de prioritate.

Pentru a alcătui un chestionar lucrativ pentru sondaj, atragem o atenție sporită la erorile care se pot strecura la momentul formulării întrebărilor (O'Sullivan et al., 2017; Johnson & Reynold et al., 2020). Erorile în formularea întrebărilor pot fi evitate prin testarea chestionarului, crearea în prealabil a unui sondaj pilot sau prin testarea chestionarul în grupuri de lucru. De cele mai multe ori aceste erori pot fi evitate și corectate fără a fi modificat sau alterat scopul cercetării.

Formularea întrebărilor pentru chestionar în platforma Qualtrics

Formularea întrebărilor pentru chestionar poate fi efectuată în diferite moduri, de a utiliza pixul și o foaie de hârtie sau de a pune în valoare diferite soft-uri accesibile online. Una dintre platformele de soft online este Qualtrics,

care poate fi utilizată pentru sondaje și analize automate[43]. Platforma oferă opțiuni avansate pentru crearea chestionarelor pentru sondaje de opinie și include analiza statistică automată. Este din ce în ce mai mult utilizată ca instrument de sondaj care poate fi combinat cu alte programe statistice pentru a analiza datele colectate. În comparație cu alte platforme online existente pe piață în 2023, ca de exemplu SurveyMonkey, GoogleForms și Typeform, platforma Qualtrics dă posibilitatea de a formula întrebări mai complexe și a alcătui un chestionar mai sofisticat și este utilizată de cercetătorii de marketing, dar îndeosebi de cercetătorii academici.

Platforma Qualtrics oferă opțiuni de raportare mai avansate în comparație cu alte software, cu capabilități complexe de analiză încorporate în platformă. Cercetătorii pot selecta în Qualtrics din 23 tipuri de întrebări: întrebări deschise, închise, cu răspunsuri multiple, ordine de clasare, cu glisor, tabel cu matrice și altele. Chestionarele create în cadrul platformei pot conține ramuri de întrebări bazate pe logică, care ajută la asigurarea unei structuri eficiente a chestionarului. Opțiunile de a depăși unele întrebări, de a afișa logica, la fel și de a alege randomizarea sunt incluse în opțiunile de lucru ale platformei.

Bibliotecă largă de șabloane preformulate inclusă în platformă dă posibilitatea de a crea chestionare cu metode avansate pentru a formula și testa întrebările. Dar trebuie să menționăm că aceste șabloane sunt generale și pentru a crea un sondaj de opinie personalizat este necesar de a crea chestionarul de la zero. Șabloanele incluse în platformă pot servi ca ghid de orientare pentru a crea întrebările proprii.

Platforma oferă mai multe variante de distribuire și colectare a datelor. Chestionarul poate fi trimis respondenților prin e-mail, dar urmează să avem adresele electronice ale persoanelor din eșantionul selectat. Alte variante de distribuire a chestionarului este prin intermediul linkului online și al codului QR. Linkul online oferă posibilitatea de a amplasa sondajul de opinie în mediile sociale și în internet.

Alte exemple de formulare a întrebărilor pentru chestionare și de stabilire a ordinii întrebărilor pot servi site-ul companiei de consultanță și analiză The Gallup[44], precum și rezultatele sondajelor de opinie care sunt publicate regulat[45].

Perioada activă de colectare a datelor poate fi selectată în dependență de preferințele cercetătorului și după închiderea accesului automat nu se mai

---

[43] *A se vedea*: https://www.qualtrics.com/about/

[44] The Gallup: https://www.gallup.com/corporate/212381/who-we-are.aspx

[45] The General Social Survey: https://gss.norc.org/; National Research Center: https://info.polco.us; The New York Times polls: https://www.nytimes.com/topic/subject/polls-and-related-articles-from-the-new-york-times.

admit răspunsuri. După finalizarea colectării datelor, analiza computerizată a Qualtrics dă posibilitatea de a avea totalurile în formă de grafice și tabele. Unul dintre avantajele acestei platforme este faptul că datele din Qualtrics pot fi exportate în Excel și Google Drive. La fel, datele colectate pot fi transferate în programul statistic SPSS pentru a efectua analiza prin metode statistice.

Exemplu:

Pentru a determina nivelul de informare a elevilor din clasele superioare despre posibilitățile de a se înregistra și a vota în alegeri, studenții de la cursul „Metode de cercetare în științele politice" au creat un chestionar în Qualtrics.

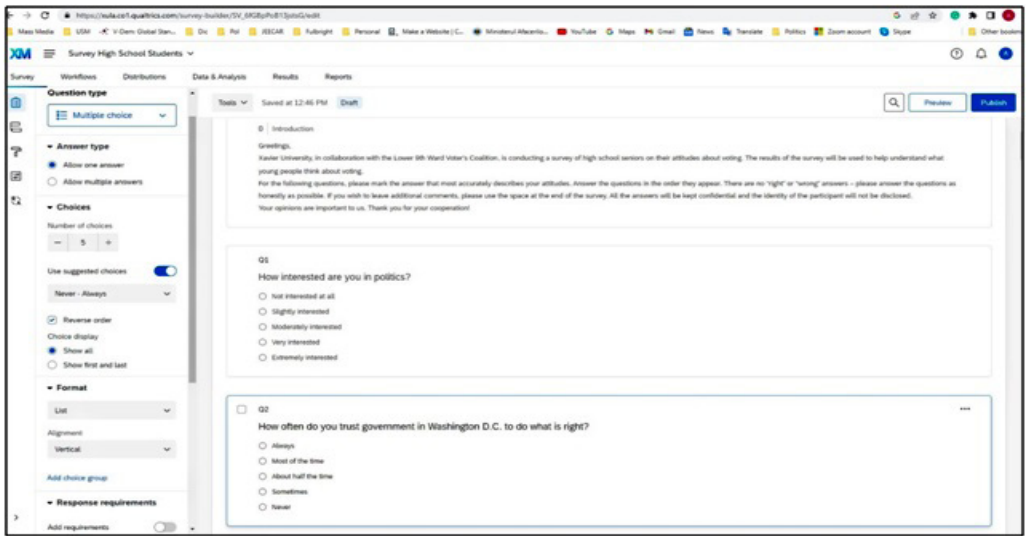


Fig. 13.1. Chestionarul creat în Qualtrics pentru elevii claselor superioare

Formulând întrebările studenții s-au confruntat cu următoarele dificultăți, care au fost constatate în timpul discuțiilor la orele practice. Una dintre cele mai frecvente greșeli a fost formularea întrebării duble, sau includerea a două întrebări într-o singură întrebare. Întrebarea de tipul „Care din media socială o folosești pentru a te informa despre politică și cât de des consulți această sursă?" este un exemplu de întrebare dublă, la care respondentul nu va putea răspunde numai într-un singur mod. Răspunsurile vor fi difuze și incomplete și cercetătorul nu va avea posibilitatea să interpreteze corect răspunsurile. Această întrebare poate fi divizată în două întrebări: „Care din media socială o folosești pentru a te informa despre politică?" și „Cât de des consulți această sursă?".

O altă dificultate este de a formula întrebări precise, care să excludă ambiguitatea sau să elimine posibilitatea ca diferiți respondenți să interpreteze un cuvânt sau o frază în diferite moduri. Întrebarea „Este familia ta importantă pentru ca tu să decizi cu cine să votezi?" are anumite ambiguități. Respondenții nu au o claritate dacă sunt întrebați numai despre membrii familiei cu care locuiesc împreună sau despre familia extinsă, și dacă familia are un rol primordial în decizia de vot sau numai un anumit rol printre alți factori. La fel, întrebarea nu include cazul în care respondentul nu are planuri să voteze. Această întrebare a fost reformulată, și „membrii familiei cu care locuiești împreună" a devenit o variantă de răspuns la Întrebarea: „Care factori influențează decizia dvs. de vot?".

Exemplele de formulare a întrebărilor părtinitoare sunt de obicei mai puține, dar nu lipsesc totalmente. Întrebările părtinitoare includ o parte din răspunsul anticipat și au ca scop/sau indirect să ghideze sau să influențeze respondentul să dea un anumit răspuns. Întrebarea „În ultimul timp media socială a devenit tot mai populară și influentă. Tu cât de des folosești media socială?" este o întrebare părtinitoare, care deja sugerează un răspuns. Astfel, această întrebare a fost reformulată în ferul următor: „Cât de des folosești media socială?"

Sarcini de autoevaluare:

1. Care este esența chestionarului ca instrument de cercetare prin sondaj?
2. Enumerați tipurile de întrebări pentru chestionar.
3. Cum se asigură validitatea și fiabilitatea chestionarului pentru sondajele de opinie publică?
4. Care sunt potențialele erori în formularea întrebărilor pentru chestionare?
5. Descrieți cerințele față de ordinea întrebărilor în chestionar.
6. Care sunt avantajele și dezavantajele formulării întrebărilor pentru chestionar utilizând platformele electronice de sondaje? Care sunt prioritățile și inconvenientele în utilizarea platformei Qualtrics?

Tematica pentru studiul individual:

- Desenați un tabel în care să includeți avantajele și dezavantajele chestionarului. Analizați aceste enunțuri și specificați cum pot fi minimalizate dezavantajele chestionarului în cazul realizării cercetării.
- Elaborați un chestionar pentru planul de cercetare pe care îl planificați utilizând platforma online Qualtrics. Includeți diferite tipuri de întrebări și argumentați necesitatea folosirii lor.

- Analizați următoarea întrebare dint-un chestionar: „După frauda bancară din Moldova guvernul a alocat deja sume considerabile pentru a găsi vinovații și a-i trage la răspundere, dar nu se văd rezultate vădite. Considerați că guvernul trebuie să aloce resurse financiare ca să investigheze frauda bancară? Susțineți sau nu susțineți această propunere?“ Care este părerea dvs. referitor la formularea acestei întrebări pentru chestionar? Argumentați răspunsul.
- Formulați trei întrebări pentru un chestionar, care să evalueze nivelul de participare a tinerilor la viața politică a țării. Descrieți cum întrebările vor face față cerințelor de validitate și fiabilitate a cercetării.

Bibliografie:

BECIU, C. *Sociologia comunicării și a spațiului public. Concepte*, *teme*, *analize*. Iași: Polirom, 2011.

BRADRUM, N., SUDMAN, S., & WANSINK, B. *Asking questions*: *the definitive guide to questionnaire design*. 2 ed. Jossey-Bass, 2004.

FOWLER, F. *Survey research methods*. 5 ed. SAGE Publications, 2013.

GROVES, R., FOWLER JR., COUPER, M., et al. *Survey methodology*. John Wiley & Sons, 2011.

JOHNSON, J., REYNOLDS, H., MYCOFF, J. *Political Science research methods*. 9 ed. CQ Press, 2020.

KOTHARI, C. *Research methodology. Methods and techniques.* New Age International, 2004.

NARDI, P. *Doing survey research*: *A guide to quantitative methods.* Routledge, 2018.

REA, L., PARKER, R. *Designing and conducting survey research*: *A comprehensive guide*. 4 ed. Jossey-Bass, 2014.

REMLER, D., VAN RYZIN, G. *Research methods in practice*: *Strategies for description and causation*. 2 ed. Sage, 2014.

RUEL, E., WAGNER, W., GILLESPIE, B. *The practice of survey research*: *Theory and applications.* SAGE Publications, 2015.

SUE, V., RITTER, L. *Conducting online surveys.* Sage, 2012.

TAN, W. *Research methods*: *A practical guide for students and researchers.* New Jersey: World Scientific Publishing, 2017.

WOLF, CH., JOYE, D., SMITH, T., YANG-CHIN FU. *The SAGE handbook of survey methodology.* SAGE Publications, 2016.

Tema 14. ANALIZA REZULTATELOR ȘI TESTAREA IPOTEZELOR. UTILIZAREA PLATFORMEI STATISTICE SPSS

Conținuturi:

14.1. Utilizarea statisticii descriptive. Analiza univariată
14.2. Analiza bivariată și multivariată. Corelația
14.3. Regresia și testarea ipotezelor pentru a determina cauzalitatea

Obiective:

- să definească rolul statisticii în analiza datelor cercetării;
- să determine esența statisticii descriptive univariate și bivariate;
- să explice și să efectueze măsurarea tendinței centrale (media, mediana și modul);
- să analizeze și să efectueze măsurarea dispersiei (abaterea standard și varianţa) pentru a sintetiza sau descrie un set de date;
- să efectueze corelația variabilei independente și a variabilei dependente;
- să analizeze testarea ipotezelor pentru proiectul de cercetare prin analiza descriptivă bivariată;
- să analizeze esența regresiei pentru testarea ipotezelor.

Termeni-cheie: statistică descriptivă, statistică interferențială, SPSS, frecvențe, tendințe centrale, medie, mediană, mod, dispersie, abatere standard, varianță, corelare, regresie.

Repere de conținut

14.1. Utilizarea statisticii descriptive. Analiza univariată

Statistica, disciplină care se referă la colectare, analiză și interpretare a datelor, este utilizată pe larg în analiza și interpretarea datelor din sondajele de opinii publice. În analiza datelor sunt utilizate două metode statistice principale: *statistica descriptivă*, care rezumă datele dintr-un eșantion folosind indici precum media sau abaterea standard și *statisticile inferențiale*, care trag concluzii din datele care sunt supuse variațiilor aleatorii.

Platforma statistică IBM SPSS Statistics (Statistical Product and Service Solutions), creată în 1968, și-a dezvoltat pe parcursul anilor sintaxa comenzilor și analiza datelor și operează în 2022 cu cea de-a 29 versiune[46]. SPSS este un program utilizat pe larg pentru analiza statistică în științele sociale și permite analiza statistică descriptivă și inferențială pentru a colecta, analiza și formula concluziile pe baza de date colectate în cadrul sondajelor de opinii (Wagner, 2019).

Nu vom include aici un ghid exhaustiv de utilizare a platformei statistice SPSS, lucru care urmează a fi făcut la un curs separat de analiză statistică. Vom menționa doar câteva posibilități de a utiliza platforma pentru a analiza datele din sondajul de opinie și a testa ipotezele cercetării.

Statistica poate fi împărțită în două tipuri: statistică descriptivă și statistică inferențială (Maravelakis, 2019). Statistica descriptivă descrie sau rezumă caracteristicile cantitative dintr-o colecție de informație și include procesul de analiză a acestei informații. Cel mai frecvent, totuși, folosim termenul „statistică descriptivă" pentru a ne referi la tehnicile cu care analizăm caracteristicile populației.

Statistica descriptivă poate fi împărțită în statistică descriptivă univariată și bivariată. *Statistica descriptivă univariată* examinează o singură variabilă la un moment dat și nu compară variabile. Mai curând, permite cercetătorului să descrie variabile individuale. În acest caz, tiparele identificate în acest tip de date pot fi explicate folosind:

- Măsurarea frecvențelor
- Măsuri ale tendinței centrale (medie, mod și mediană)
- Dispersia datelor (abatere standard, varianță, interval, minim, maxim și quartile)
- Tabele de distribuție a frecvenței
- Grafice circulare
- Histograme și poligoane de frecvență
- Grafice cu bare.

Statistica descriptivă bivariată analizează două variabile simultan și le compară pentru a vedea dacă sunt corelate. Analiza descriptivă bivariată permite analiza variabilei independente și a variabilei dependente pentru a determina relația de corelare dintre ele. În general, prin convenție, variabila independentă este reprezentată de coloane, iar rândurile reprezintă variabila dependentă. Rezultatele analizei corelației variabilelor pot fi prezentate în tabele.

[46] IBM SPSS Statistics 29.0. IBM SPSS Statistics_29.0.x. www.ibm.com. 2022

Statistica interferențială generează interferențe referitor la o anumită populație pe bază de eșantion prin selectarea unui model statistic al procesului care generează date și deduce propoziții din acest model. Inferența statistică este procesul de utilizare a analizei datelor pentru a deduce proprietățile unei distribuții de bază a probabilității. Partea critică a acestui model este translarea problemei de cercetare și a ipotezelor în modelul statistic pentru a face distribuția probabilităților (Konishi, 2008).

Pentru descrierea variabilelor folosim distribuția de *frecvențe*, care determină unitățile de bază și le pune în legătură cu un anumit fenomen. De exemplu, numărăm câți intervievați am avut în sondajul de opinie publică (600). Frecvențele pot fi absolute, când se folosește numărul obținut (toți participanții); relative (numărul se raportează la cazuri posibile, de exemplu, 1200. Astfel, frecvența relativă va fi de 0,5 sau 50%); cumulate (suma dintre frecvența relativă a respectivei categorii și frecvențele relative ale categoriilor inferioare ca valoare).

Statistica descriptivă se ocupă cel mai des de două seturi de proprietăți ale unei distribuții (eșantion sau populație): tendința centrală urmărește să caracterizeze valoarea centrală sau tipică a distribuției; în timp ce dispersia (sau variabilitatea) caracterizează măsura în care membrii distribuției se depărtează de centru sau și unul de altul. Cel mai frecvent, dorim să descriem statistici univariate sau statistici care analizează o singură variabilă, cum ar fi măsurile de tendință centrală și măsurile de dispersie.

Prin *măsuri ale tendinței centrale* înțelegem diferitele modalități statistice de a măsura acea medie din variabila unică în cauză – media, mediana și modul. Prin *măsură de dispersie* înțelegem modul în care media descrie variabila. Aceste măsuri de dispersie pot include intervalul, varianța sau (cel mai des utilizate în scopuri statistice) abaterea standard (Davis, 2013).

Indicatorii *tendinței centrale* (sau de poziție) cei mai des utilizați sunt: modul, mediana și media.

- *Media* (aritmetică) este, probabil, cea mai importantă şi totodată cea mai populară măsură a tendinței centrale a unei distribuții. Ea se calculează ca sumă a tuturor valorilor observate ale distribuției împărțită la numărul total de observații.
- *Mediana* este definită ca fiind acea valoare a unei variabile care împarte seria ordonată de date în două părți egale, astfel încât 50% din observații se vor situa deasupra valorii mediane, iar 50% dedesubtul ei.

- *Modul* este definit ca fiind valoarea cu frecvența cea mai mare a unei distribuții. Altfel spus, modul este acea valoare a variabilei care apare cel mai des într-un eșantion sau într-o populație.

Astfel, statistica descriptivă în SPSS folosește măsurarea tendinței centrale (media, mediana și modul) sau măsurarea dispersiei (abaterea standard și varianța) pentru a sintetiza sau descrie un set de date. De obicei, se folosește analiza descriptivă a variabilelor de gen, vârstă, nivelul de trai, nivelul de educație etc. Măsurarea tendinței centrale permite descrierea locului în care se situează centrul unei distribuții de frecvență a rezultatelor obținute.

Măsurările tendinței centrale sunt esențiale pentru descrierea unei caracteristici a unei distribuții, dar nu și suficiente. Pentru descrierea unei variabile este important să studiem cât de omogenă sau eterogenă este populația (eșantionul) a cărei distribuție în raport cu o anumită variabilă o studiem. În cazul necesității de a descoperi măsura în care valorile diferă, se grupează sau se răspândesc față de valoarea tendinței centrale, se utilizează măsurarea dispersiei.

Dispersia, numită și variabilitate, este măsura în care o distribuție este întinsă sau strânsă. Este o modalitate de a descrie cât de „împrăștiat" este un set de date. Când un set de date are o valoare mare, valorile din set sunt împrăștiate pe scară largă; când este mic, articolele din set sunt strâns grupate. Dispersia este în contrast cu tendința centrală și împreună sunt cele mai utilizate proprietăți ale distribuțiilor.

Dispersia unui set de date poate fi descrisă printr-o serie de statistici descriptive, inclusiv intervalul, abaterea standard și varianța.

Intervalul este o măsurare relativ simplă a variației: cea mai mare valoare a variației minus cea mai mică valoare.

Varianța este media aritmetică a pătratelor abaterilor individuale de la medie.

Abaterea standard este definită ca radical de ordinul doi (rădăcină pătrată) din varianţă. Deoarece varianţa, datorită ridicării la pătrat, este destul de dificil de interpretat, cea mai utilizată măsură a variaţiei unei variabile, pentru scopuri descriptive, este abaterea standard.

Distribuția normală standard este o distribuție normală specială în care media este 0 și abaterea standard este 1. Orice distribuție normală poate fi standardizată prin conversia valorilor sale în scoruri *z*. Scorurile *z* indică câte abateri standard de la medie se află în fiecare valoare. În cazul distribuției

normale sau simetrice, există o valoare maximă, în jurul căreia se regăsesc majoritatea valorilor, iar valorile extreme sunt rare. În acest caz modul, mediana și media se regăsesc în același punct, vârful distribuției. Valorile distribuției sunt grupate în jurul mediei. 68,2% dintre valori sunt situate la cel mult o abatere standard fată de medie, iar 95,6% – la cel mult două abateri standard față de medie.

Distribuția poate fi alungită, spre stânga sau spre dreapta. În acest caz și modul și media se deplasează față de mediană în sensul opus alungirii, modul chiar mai mult decât media. Cu cât asimetria (în engleză skewness), sau alungirea este mai mare, cu atât indicatorii tendinței centrale își pierd din relevanță. O altă posibilă situație este legată de curtoză (în engleză kurtosis), sau boltire. Curtoza se referă la înălțimea curbei distribuției, o boltire mare indicând o mai mare grupare în jurul mediei.

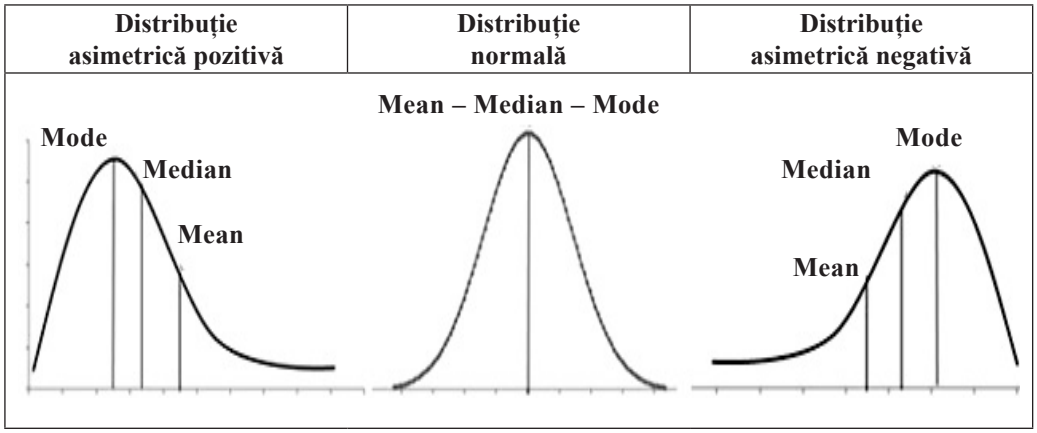


Fig. 14.1. Distribuție simetrică și asimetrică*

* *Sursa*: Johnson et. al., 2020.

Statistica descriptivă face doar afirmații despre setul de date folosit pentru a le calcula; nu depășește niciodată datele din setul de date. Statistica descriptivă este deosebit de utilă atunci când avem de-a face cu populații prea numeroase și extinse pentru măsurători specifice și detaliate.

Statisticile descriptive pot fi utile pentru două lucruri:

1) furnizarea informațiilor de bază despre variabilele dintr-un set de date;

2) evidențierea relațiilor potențiale dintre variabile.

Metodele grafice/picturale sunt măsuri ale celor mai comune statistici descriptive care pot fi afișate grafic sau pictural.

Exemplu:

Studenții de la cursul „Metode de cercetare în științele politice" au efectuat un sondaj de opinie a elevilor care au împlinit majoratul din New Orleans, dintr-un sector de vot. Studenții au utilizat analiza statistică descriptivă pentru a afla frecvența, media, mediana și modul referitor la apartenența etnică și rasială. La fel, poate fi calculată și statistica abaterii standard.

Tabelul 14.1. Determinarea mediei, medianei și a modului

Statistics		
What is your race or ethnicity?		
N	Valid	329
	Missing	32
Mean		2.55
Median		2.00
Mode		2
Std. Deviation		1.507

Astfel, avem 329 de cazuri, unde media este de 2,5, mediana 2,00 și modul la fel 2,00. La această variabilă abaterea standard este de 1,5. A fost calculată frecvența, procentul și procentul cumulativ.

Tabelul 14.2. Determinarea frecvenței, procentului și a procentului cumulativ

What is your race or ethnicity?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Precent
Valid	White, non-Hispanic	28	7.8	8.5	8.5
	Black, non-Hispanic	233	64.7	70.9	79.5
	Hispanic	18	5.1	5.6	85.1
	Asian	7	2.0	2.2	87.3
	Native American	9	2.4	2.7	90.0
	Multiple races, non-Hispanic	15	4.2	4.6	94.6
	Prefer not to answer	18	5.0	5.4	100.0
	Total	329	91.2	100.0	
Missing	System	32	8.8		
Total		361	100.0		

Tabelul indică frecvența, procentul, procentul valid și procentul cumulativ. Procentul valid este mai semnificativ pentru a afla datele fără cazurile care sunt lipsă sau a celor care nu au dorit să răspundă la această întrebare. Avem 8,5% de respondenți albi, non-hispanici, 70,9% de afro-americani, 5,6% de hispanici și 4,6% de mai multe rase. Reprezentanții rasei asiatice și americanii nativi sunt fiecare de aproximativ 2%.

Dacă prezentăm aceste date în formă de diagramă cu bare, vedem mai bine distribuția după parametrul rasial ori etnic.

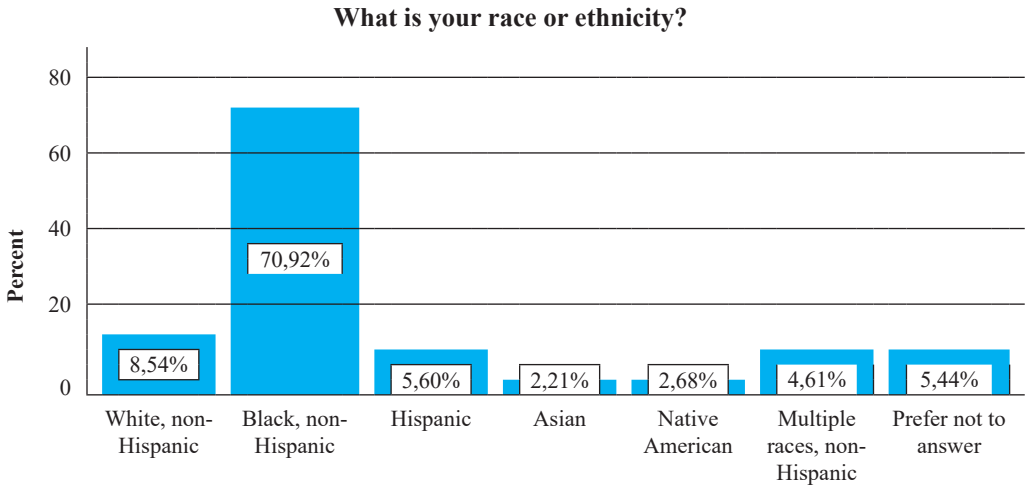


Fig. 14.2. Distribuția rasială și etnică

Deoarece sondajul a fost efectuat într-un cartier unde locuiesc afro-americani, majoritatea covârșitoare a participanților la sondaj au fost reprezentanți ai acestei rase. La fel, prezentarea grafică ajută la vizualizarea mai adecvată a rezultatelor obținute în cadrul cercetării.

O altă formă de prezentare poate fi și grafic de tip plăcintă (pie chart). Se vede clar că cea mai mare latură o reprezintă cei care sunt creștini protestanți care practică baptismul – 31,9%, urmați de catolici – 29,6% și de cei care au declarat că nu au nicio preferință religioasă – 26,4%.

În continuare putem compara rezultatele obținute din sondaj cu datele statistice oficiale. Conform statisticilor oficiale, afro-americanii din Louisiana se asociază

în majoritatea lor cu comunitatea religioasă istorică de creștini protestanți – 70% (Pew Research Center, 2014). Una dintre confesiunile protestantismului este baptismul. Astfel, rezultatele sondajului studenților sunt în concordanță cu rezultatele oficiale ale cercetărilor în domeniu.

Un alt trend care poate fi observat în sondaj este un procent mare de catolici; aproximativ o treime din cei intervievați au răspuns că sunt catolici (29,5%).

La fel, dacă comparăm datele oficiale cu rezultatele obținute, putem vedea dacă rezultatele se încadrează în tendințele generale. Datele oficiale atestă că catolicii reprezintă a doua grupă din totalul populatei din Louisiana care indică preferința religioasă – 22% (PRRI, 2019). Astfel, rezultatele obținute reflectă tendința generală în acest stat.

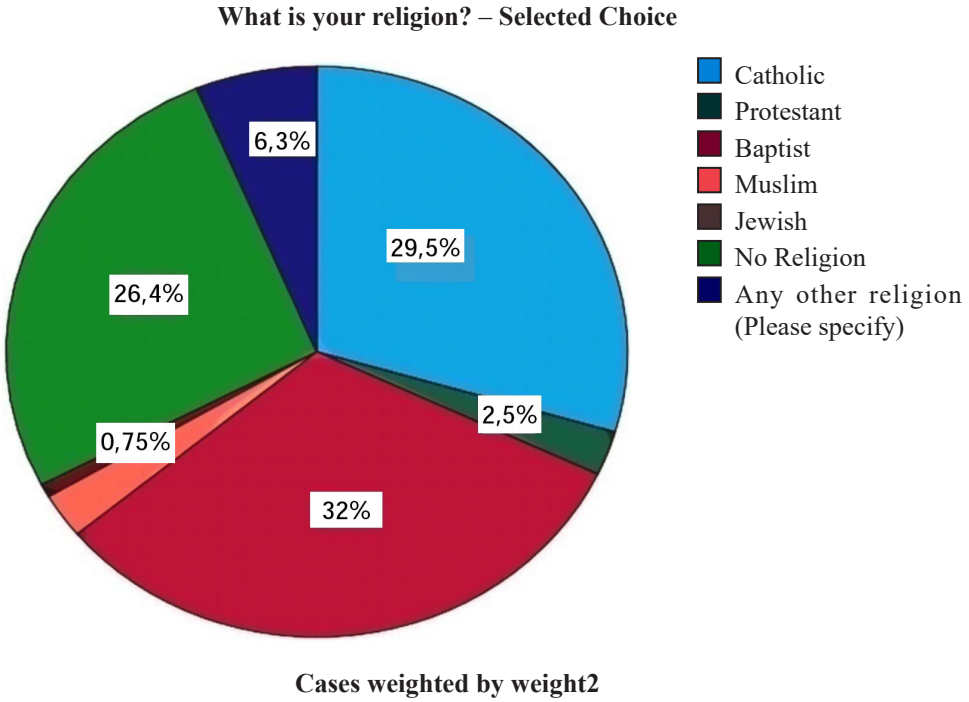


Fig. 14.3. Distribuția după apartenența de religie

Răspunsul la întrebarea de unde au aflat tinerii informația ca să se înregistreze să voteze este prezentat în formă de diagramă cu bare. Diagrama include întrebarea: Din care surse tinerii s-au informat unde să se înregistreze pentru a vota? În calitate de răspunsuri au fost incluse următoarele variante: membrii familiei, prietenii, publicitate, învățătorii, din mass media (TV, radio, ziare), media socială și politicienii. Procentul răspunsurilor primite este reprezentat în diagrama ce urmează.

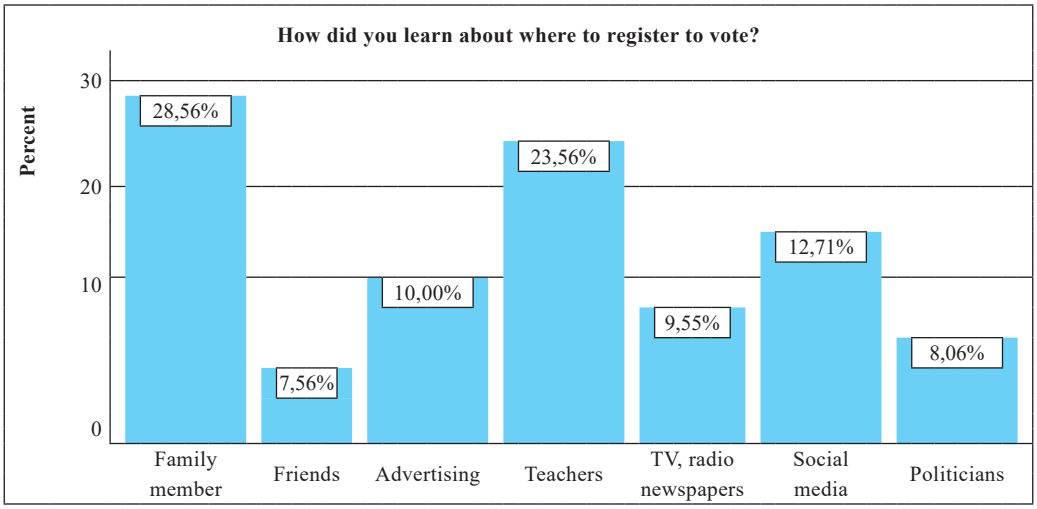


Fig. 14.4. Răspunsurile la întrebarea despre sursele de informații din care au aflat unde să se înregistreze pentru a vota

Rezultatele din diagramă atestă că membrii familiei reprezintă mai mult de o pătrime din sursele de informație unde să voteze – 28,6%. La fel, mai mult de 20% au luat și profesorii; 23,5% din elevi au indicat această sursă. Celelalte surse au în jur de 10% (media socială – 12,7; reclama – 10%; mass media – 9,6%, prietenii – 7,6% și politicienii – 8%).
Luând în considerare că respondenții sondajului au fost elevi de vârsta majoratului (după 18 ani), dar care sunt încă în liceu și locuiesc cu părinții, a fost de așteptat ca ei să răspundă că membrii familiei sunt sursa principală de informație unde să se înregistreze și să voteze elevii – 28,6%.

14.2. Analiza bivariată și multivariată. Corelația

Deși statistica ca tehnică de analiză a datelor a început cu datele recensământului și cu procesul de numărare a persoanelor (o întrebare univariată), ea s-a dezvoltat pe măsură ce liderii politici și-au dat seama că aceste numere ar putea fi utile pentru a răspunde la întrebările despre diferențele de distribuție fie între grupuri, fie în timp (ambele sunt întrebări bivariate).

Analiza bivariată, în comparație cu analiza univariată cu o singură variabilă, presupune analiza a două variabile (deseori notate X, Y), în scopul determinării relației empirice dintre ele.Analiza bivariată poate fi de ajutor în testarea ipotezelor simple de asociere.Poate ajuta la determinarea în ce măsură devine mai ușor să

cunoaștem și să analizăm o valoare pentru o variabilă (variabila dependentă) dacă cunoaștem valoarea celeilalte variabile (variabila independentă).

Analiza bivariată este un caz special simplu (două variabile) de *analiză multivariată* (în cazul în care relațiile multiple între mai multe variabile sunt examinate simultan). Analiza multivariată include nu doar două variabile (dependentă și independentă), dar poate include o variabilă dependentă și câteva variabile independente.

Cu toate că analizează relația dintre două sau câteva variabile, analiza bivariată sau multivariată este prin definiție descriptivă. Cercetarea descriptivă este efectuată în mare parte cu intenția de a obține o mai bună înțelegere a populației studiate. În special, prezentarea datelor prin tabeleîncrucișate poate fi considerată statistică descriptivă dacă compară frecvența relativă a variabilelor pentru întreaga populație.

Un *tabel încrucișat* este un tabel care arată relația dintre două sau mai multe variabile. În cazul în care tabelul arată doar relația dintre două variabile categorice, un tabel încrucișat este cunoscut și sub numele de tabel de contingență.Când se utilizează statistici descriptive bivariate, două variabile sunt analizate (comparate) concomitent pentru a vedea dacă sunt corelate.

În SPSS procedura Crosstabsformează tabele încrucișate bidirecționale și multidirecționale și oferă o varietate de teste și măsuri de asociere pentru tabelele cu două sensuri. Structura tabelului și categoriile, dacă sunt ordonate, determină ce test sau măsură vafi folosit. Statisticile și măsurile de asociere ale tabelelor încrucișate sunt calculate separat pentru fiecare tabel cu două sensuri. Dacă specificăm un rând, o coloană și un factor de strat (variabilă de control), procedura Crosstabsformează un panou de statistici și măsuri asociate pentru fiecare valoare a factorului de strat (sau o combinație de valori pentru două sau mai multe variabile de control).

Deși atât cercetarea descriptivă, cât și cea corelațională sunt variații ale cercetării care sunt utilizate pe scară largă, există anumite diferențe între aceste două tipuri. Când vorbim de cercetare, acestea pot fi clasificate în moduri diferite, în funcție de natura cercetării, obiectivul, constatările și metodele utilizate.

Cercetarea descriptivă este efectuată în mare parte cu intenția de a obține o mai bună înțelegere a populației studiate. Pe de altă parte, *cercetarea corelațională* se concentrează pe a afla *dacă există o relație* între doi sau mai mulți factori (variabile) și se concentrează, de asemenea, pe natura relației. Aceasta este principala diferență dintre cercetarea descriptivă și cea corelațională.

Dacă ne referim la caracteristicile cercetării, o cercetare descriptivă își propune să ofere o înțelegere aprofundată a populației studiate și să ofere date descriptive în adâncime. În timp ce în cercetarea corelațională cercetătorul încearcă să identifice asocieri care există între variabile și nu oferă date descriptive, dar explorează asociațiile.

Referitor la predicții, putem specifica că în cercetarea descriptivă previziuni nu pot fi făcute. Pe de altă parte, în cercetarea corelațională se pot face indicații despre relații posibile. În același timp, la fel referitor la cauzalitate: în cercetarea descriptivă cauzalitatea nu poate fi explorată. Și, cu toate că cauzalitatea nu poate fi explorată în cercetarea corelațională, relația dintre variabile poate fi identificată.

Corelația

În termeni statistici folosim *corelația* pentru a desemna asocierea dintre două variabile cantitative. O corelație se referă la relația dintre două seturi de date de interval pereche. De asemenea, presupunem că asocierea este liniară, că o variabilă crește sau scade o sumă fixă pentru o creștere sau descreștere unitară în cealaltă. Este un instrument obișnuit pentru a descrie relații simple fără a face o declarație despre cauză și efect. O altă metodă care este adesea folosită în aceste circumstanțe este regresia, care implică estimarea celei mai bune linii drepte pentru a rezuma asocierea (Marchant-Shapiro, 2014).

O corelație liniară poate exista dacă, atunci când se analizează datele, pare să existe o relație în linie dreaptă între cele două seturi de date pereche. Dacă ambele seturi de date sunt distribuite în mod normal, se calculează coeficientul de corelație Pearson (r); în caz contrar, se calculează fie coeficientul de corelație Spearman (ϱ), fie Kendal (τ).

Coeficientul de corelație se află în intervalul de la −1 (pentru o corelație negativă perfectă în linie dreaptă) până la +1 (pentru o corelație pozitivă perfectă în linie dreaptă). Când $r = 0$, nu există nicio corelație, iar observarea datelor de pe un grafic de dispersie dezvăluie un model complet aleatoriu. Semnificația statistică a lui r poate fi testată și poate fi determinată o valoare P. Când datele sunt distribuite în mod normal, valoarea $r2$ poate fi citată și se află între 0 și +1. Când este exprimat ca procent, este egal cu valoarea variației dintre cele două variabile eșantion care este partajată. De exemplu, dacă $r2 = 0,8$ între x și y, 80% din variația în y se datorează variației în x, și invers.

O altă informație utilă este numărul de observații – N. Ca și în cazul majorității testelor statistice, cunoașterea dimensiunii eșantionului ne ajută să judecăm puterea eșantionului și cât de bine reprezintă populația. Putem folosi coeficientul de corelație pentru a testa dacă există o relație liniară între variabilele analizate. Ipoteza nulă este că coeficientul de corelație al populației este egal cu 0, deci nu este nicio corelație.

Însă există o serie de situații comune în care coeficientul de corelație poate fi interpretat greșit. Una dintre cele mai frecvente erori în interpretarea coeficientului de corelație este eșecul de a considera că poate exista

o a treia variabilă legată de ambele variabile investigate, care este responsabilă pentru corelația aparentă. Corelația nu implică cauzalitate. Pentru a consolida argumentul cauzalității, trebuie luate în considerare alte posibile variabile subiacente și dacă relația este valabilă și în alte populații. O relație neliniară poate exista între două variabile care ar fi descrise inadecvat, sau eventual chiar nedetectate, de coeficientul de corelație.

Exemplu:

Pentru a analiza relația dintre două variabile utilizăm tabelul încrucișat. Utilizând baza de date de la cercetarea privind participarea în alegeri a elevilor din școlile din New Orleans, analizăm în SPSS nivelul de interes față de politică în dependență de apartenența rasială și etnică. Regula generală este că variabila dependentă este plasată în coloane (interesul față de politică), iar variabila independentă, care determină variabila dependentă (apartenența rasială și etnică), în rânduri.

Tabelul 14.3. Apartenența etnică și interesul față de politică (în %)

What is your race or ethnicity? How interested are you in politics? Crosstabulation

% within What is your race or ethnicity?

		How interested are you in politics?				Total
		Not interested at all	Slightly interested	Interested	Very interested	
What is your race or ethnicity?	White, non-Hispanic	25.0	42.9	28.6	3.6	100
	Black, non-Hispanic	33.8	41.6	19.9	4.8	100
	Hispanic	26.3	52.6	15.8	5.3	100
	Asian	28.6	57.1	14.3		100
	Native American	55.6	44.4			100
	Multiple races, non-Hispanic	13.3	40.0	26.7	20.0	100
Total		32.7	42.8	19.6	4.9	100

Rezultatele tabelului indică că cel mai mare interes față de politică (procentul combinat între indicativul „interes" și indicativul „foarte mare interes"), aproape jumătate, îl au cei care se identifică ca aparținând la mai multe rase – 46.7%, după care urmează cei de rasa albă – 32,2% și apoi afro-americanii – 24,7%. Printre cei care au relatat că au foarte puțin interes în politică sunt în primul rând cei

care se identifică ca fiind de etnie hispanici. Marea majoritate (78.9 procente) nu sunt deloc sau puțin interesați de politică.
Rezultatele pentru întreg eșantionul la fel arată că aproximativ ¾ din cei intervievați nu sunt interesați în politică – 75,5 procente (32,7% deloc și 42,8% puțin). Numai aproximativ ¼ au relatat un anumit interes – 19,6% sau sunt foarte interesați în politică – 4.9%.
În continuare, putem vedea dacă interesul față de politică variază în dependență de apartenența de gen a respondenților. Analizăm aceste variabile utilizând, la fel, un tabel încrucișat.

Tabelul 14.4. Interesul față de politică distribuit după apartenența de gen

To which gender identity do you most identify? – Selected Choice * How interested are you in politics? Crosstabulation						
% within To which gender identity do you most identify? – Selected Choice						
		How interested are you in politics?				Total
		Not interested at all	Slightly interested	Interested	Very interested	
To which gender identity do you most identify? – Selected Choice	Female	35.7%	42.0%	17.8%	4.5%	100.0%
	Male	28.2%	44.2%	21.2%	6.4%	100.0%
	Prefer not to answer	60.0%	20.0%	20.0%		100.0%
Total		32.6%	42.8%	19.4%	5.2%	100.0%

Astfel, din tabel putem conclude că numărul tinerilor care sunt interesați de politică este mai mare – 27,6% (6,4% foarte interesați și 21,2% interesați) în comparație cu tinerele – 22,3% (4,5% foarte interesate și 17,8% interesate).
În continuare, cu ajutorul SPSS putem efectua identificarea relației dintre variabile prin corelare. Corelarea este o modalitate de a măsura intensitatea unei relații și este necesar de concretizat că nu măsurăm cauzalitatea. Cu cât lucrurile au mai multe în comun, cu atât sunt mai puternic corelate. Pot exista și relații negative, dar calitatea importantă a coeficienților corelării nu este dată de semnul lor, ci de valoarea lor absolută. Un coeficient de corelare pozitiv indică faptul că punctajele mai mari/mai mici pentru o variabilă tind să se asocieze cu punctajele mai mari/mai mici pentru cealaltă.

Tabelul 14.5. Interesul faţă de politică şi încrederea în guvern după apartenenţa religioasă, de gen şi etnică

Correlations						
		How interested are you in politics?	What is your race or ethnicity?	What is your religion? – Selected Choice	To which gender identity do you most identify? - Selected Choice	How often do you trust government in Washington D. C. to do what is right?
How interested are you in politics?	Pearson Correlation	1	–.024	–.117*	–.006	–.039
	Sig. (2-tailed)		.666	.034	.920	.470
	N	345	327	327	325	344
What is your race or ethnicity?	Pearson Correlation	–.024	1	.200**	.084	.186*
	Sig. (2-tailed)	.666		<.001	.132	<.001
	N	327	329	328	325	327
What is your religion? – Selected Choice	Pearson Correlation	–.117”	.200**	1	–.109”	.192**
	Sig. (2-tailed)	.034	<.001		.049	<.001
	N	327	328	329	326	327
To which gender identity do you most identify? – Selected Choice	Pearson Correlation	–006	.084	–.109*	1	–.111*
	Sig. (2-tailed)	.920	.132	.049		.045
	N	325	325	326	327	325
How often do you trust government in Washington D.C. to do what is right?	Pearson Correlation	–.039	.186**	.192**	–.111*	1
	Sig. (2-tailed)	.470	<.001	<.001	.045	
	N	344	327	327	325	344

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Coeficientului de corelare Pearson (r) este selectat pentru variabile măsurate la nivel de interval sau de rapoarte, care are o valoare între –1 şi +1. Dacă r are valoarea de la .01 până la .19, relaţia între variabile este lipsă sau este neglijabilă, de la .20 până la .29 este slabă, de la .30 până la .39 este pozitivă moderată, de la .40 până la .49 – puternică şi de la .70 şi mai mare – este foarte puternică.

În aceeaşi ordine de idei, calculăm corelaţia între alte variabile, de exemplu – interesul faţă de politică şi frecvenţa cu care respondenţii merg la serviciile religioase. Variabila dependentă este interesul faţă de politică şi variabila independentă – frecvenţa de a merge la slujbe religioase.

Tabelul 14.6. Interesul faţă de politică şi religiozitatea

Correlations			
		How interested are you in politics?	How often to you attend religious services?
How interested are you in politics?	Pearson Correlation	1	–.166”
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	345	328
How often to you attend religious services?	Pearson Correlation	–.166”	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	328	329

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Conform rezultatelor, corelaţia este -0.166, aproximativ 0,2, fapt ce denotă că corelaţia este neglijabilă şi are un caracter negativ. Astfel, relaţia dintre interesul faţă de politică şi frecvenţa cu care respondenţii merg la slujbe religioase nu este puternic corelată.

Dacă ne punem întrebarea despre cauzalitatea relaţiei dintre variabile, apelăm la analiza statistică de regresie. Regresia se utilizează când una dintre variabile este o variabilă fixă, iar scopul este de a măsura relaţia dintre două moduri pentru a estima valori ale variabilei aleatorii pe baza valorilor variabilei fixe.

14.3. Regresia şi testarea ipotezelor pentru a determina cauzalitatea

Scopul analizei statistice a datelor obţinute în cadrul sondajului este să testăm ipotezele formulate în cadrul cercetării, utilizând variabilele dependente şi independente. După cum am menţionat deja, metoda corelaţiei ne poate ajuta să analizăm dacă variabilele dependente şi cele independente se corelează. Însă corelaţia nu înseamnă cauzalitate. Pentru a determina dacă un fenomen cauzează alte fenomene cercetătorii utilizează metoda regresiei statistice.

Regresia este o metodă statistică folosită pentru a cuantifica relaţia dintre o variabilă şi celelalte variabile despre care se crede că o explică. Regresia poate identifica, de asemenea, cât de apropiată şi de bine determinată este relaţia (Wagner, 2019).

Analiza regresiei este utilizată de cele mai multe ori în două scopuri distincte conceptual.

- În primul rând, este utilizată pe scară largă pentru predicție și prognoză, unde utilizarea sa se suprapune substanțial cu domeniul învățării automate.
- În al doilea rând, în unele situații, analiza de regresie poate fi utilizată pentru a deduce relații cauzale între variabilele independente și dependente. Important este că regresiile în sine dezvăluie doar relațiile dintre o variabilă dependentă și o colecție de variabile independente într-un set de date fix.

Se cunosc mai multe tipuri de regresii și ne vom referim aici în particular la regresia lineară și la regresia logistică.

Regresia lineară este un model de analiză statistică care poate utiliza o variabilă independentă și variabila dependentă pentru a identifica relația de cauzalitate (*regresia lineară simplă*) sau poate include variabila dependentă și mai multe variabile independente (*regresia lineară multiplă*). Rezultatele de obicei pot fi vizualizate în formă de o linie dreaptă.

Regresia logistică aplică funcția logistică de intrare ponderată pentru a genera o predicție a clasei de date. Un model de regresie logistică estimează probabilitatea unei variabile dependente ca o funcție a variabilelor independente. Variabila dependentă este rezultatul pe care încercăm să îl prezicem, în timp ce variabilele sau caracteristicile independente sunt factorii care considerăm că ar putea influența rezultatul (Johnson et al., 2020).

În cazul în care folosește regresiile pentru a deduce relații cauzale, cercetătorul trebuie să justifice cu atenție de ce relațiile existente au putere predictivă pentru un nou context sau de ce o relație între două variabile are o interpretare cauzală. Aceasta din urmă este deosebit de importantă atunci când cercetătorii speră să estimeze relațiile cauzale folosind date observaționale.

În același timp, la efectuarea analizei prin regresie urmează să se ia în considerare anumite dificultăți și limitări care ar putea compromite și denatura utilizarea metodei regresiei (De la Cuesta & Imai, 2016).

În primul rând este necesar să luăm în considerare variabilele omise din modelul de cercetare. Este imperativ să avem un model teoretic foarte bine elaborat pentru a sugera variabile care explică variabila dependentă. În cazul unei regresii simple cu două variabile, trebuie să ne gândim la ceilalți factori care ar putea explica variabila dependentă.

O altă dificultate ar putea crea cauzalitatea inversă. Multe modele teoretice prezic cauzalitatea bidirecțională, adică o variabilă dependentă poate provoca modificări în una sau mai multe variabile explicative. De exemplu, veniturile mai mari pot permite oamenilor să investească mai mult în propria educație, ceea ce, la rândul său, le crește câștigurile. Acest lucru complică modul în care regresiile ar trebui să fie estimate, necesitând tehnici speciale. Următorul impas ar putea fi creat de măsurarea greșită. De exemplu, atitudinea este de obicei mai dificil de măsurat (Bryant, 2003) și există o problemă bine cunoscută cu măsurarea IQ.

La fel, urmează să ținem cont de faptul că un coeficient de regresie furnizează informații numai despre modul în care modificările mici dintr-o variabilă se raportează la modificările din alta. Regresia nu se generalizează referitor la schimbările considerabile sau la cele extrapolate la alte populații mai mari. De exemplu, dacă un cercetător testează dacă nivelul studiilor va afecta nivelul veniturilor prin regresie, e posibil ca rezultatul să fie semnificativ. Dar aceasta nu permite cercetătorului să generalizeze pentru schimbările mari, considerabile. De exemplu, să admitem că toată lumea ar avea studii superioare; în acest caz, rezultatul nu va mai fi la fel și nivelul de studii nu va determina nivelul veniturilor.

Pentru o efectua o regresie liniară simplă cu o variabilă predictivă X și o variabilă dependentă Y, formula pentru a calcula ecuația de regresie este:

$$Y = b_0 + b_1X + \varepsilon,$$

unde:

Y – variabila dependentă,
X – variabila predictor,
b_0 – intersecția cu y (constantă),
b_1 – coeficientul de regresie pentru X,
ε – termenul de eroare.

Regresia poate fi utilizată în procesul de testare a ipotezelor pentru un coeficient de regresie folosind testul-t în contextul analizei regresiei liniare.

Utilizăm programul SPSS pentru a efectua regresia liniară asupra valorilor propuse. Aceasta implică ajustarea unei ecuații de regresie la date pentru a estima relațiile dintre variabile.

Calculăm scorul-t pentru a evalua dacă coeficientul de regresie estimat este semnificativ diferit de zero. Formula pentru scorul t este următoarea:

$$t = \frac{b - \mu}{s/\sqrt{n}},$$

unde:

b – coeficientul de regresie estimat,

μ – media populației (în acest context, este de obicei 0, deoarece testăm dacă coeficientul este diferit de zero),

s – deviația standard a eșantionului,

n – dimensiunea eșantionului.

Programul statistic SPSS este apoi utilizat pentru a calcula valoarea-p. Valoarea p reprezintă probabilitatea de a observa o statistică t la fel de extremă ca cea calculată, presupunând că ipoteza nulă este adevărată (adică, presupunând că coeficientul de regresie al populației este zero). Valoarea p este adesea obținută dintr-un tabel t. O valoare p mai mică indică dovezi mai puternice împotriva ipotezei nule.

Valoarea p este comparată cu un nivel de semnificație predefinit (deseori notat cu α). Alegeri comune pentru α includ 0,05 sau 0,01.

Dacă valoarea p este mai mică sau egală cu nivelul de semnificație ($p \leq \alpha$), atunci respingem ipoteza nulă. Acest lucru sugerează că coeficientul de regresie este statistic semnificativ diferit de zero.

Dacă valoarea p este mai mare decât nivelul de semnificație ($p > \alpha$), atunci nu reușim să respingem ipoteza nulă. În acest caz, nu aveți suficiente dovezi pentru a concluziona că coeficientul de regresie este diferit de zero.

Astfel, dacă:

p-valoare ≤ 0,05, putem respinge ipoteza nulă;

p-valoare > 0,05, nu reușim să respingem ipoteza nulă.

În cazul în care nu reușim să respingem ipoteza nulă, aceasta ar însemna că ipoteza nulă este corectă, relația este nesemnificativă și acest model nu are semnificație. Dar dacă respingem ipoteza nulă, ar însemna că relația este una semnificativă.

Astfel, acest proces ne ajută să evaluăm dacă coeficientul de regresie estimat este semnificativ statistic, oferind informații despre puterea și direcția relației dintre variabila predictor și variabila dependentă în modelul de regresie liniară.

Exemplu:

Regresia este una dintre metodele utilizate într-un articol ştiinţific al autoarei referitor la impactul mass media din Moldova asupra politicii externe. (Rosca, A. Public opinion, mass media, and foreign policy of the Republic of Moldova: Between the two realms. In: *Journal of Romanian Studies*, 2021, vol 3, no. 2, p. 39-62).

…

Metode şi date

Obiectivul acestui studiu este de a examina rolul mass media în formarea opiniilor cu privire la politica externă. *Având în vedere că câmpul mediatic din Republica Moldova este marcat de prezenţa instituţiilor media din altă ţară*, *adică de televiziunea*, *radioul*, *ziarele şi agenţiile de presă ruseşti*, *am formulat două ipoteze primare referitor la formarea opiniei publice cu privire la politica externă a Republicii Moldova*:

1) *Cetăţenii care au încredere în mass media din Moldova şi cei care au încredere în mass media din Rusia*[47] *vor fi influenţaţi de acestea şi ca urmare*, *vor avea opinii diferite vis-à-vis de politica externă a Moldovei*;

2) *Cetăţenii care se bazează pe surse de ştiri media din Moldova şi acei care se bazează pe cele din Rusia pentru a obţine informaţii vor fi influenţaţi de acestea şi*, *ca urmare*, *vor avea percepţii diferite asupra politicii externe a Republicii Moldova*.

Pentru a testa ipotezele, *am folosit metoda mixtă*, *care include atât metode cantitative*, *cât şi calitative*, *precum şi teste de regresie logistică şi interviuri aprofundate cu experţi moldoveni*. *Folosind o metodă cantitativă*, *folosim o dimensiune mare a eşantionului*, *îmbunătăţim generalizările despre fenomen şi oferim rezumate succinte despre aceste generalizări*, *iar pentru a obţine o înţelegere aprofundată a fenomenelor locale folosim interviuri cu experţi*.

Analiza de regresie logistică multiplă[48], *ca metodă de testare a relaţiei dintre variabilele noastre independente şi dependente selectate*, *a fost folosită pentru a determina dacă încrederea şi atenţia faţă de mass media ca sursă*

[47] Mass media din Moldova sau din Rusia pentru studiul nostru este definită ca totalitatea mass media dintr-o singură ţară. Folosim întrebarea BOP, unde este luată în considerare percepţia respondentului despre mass media că este dintr-o ţară sau alta.

[48] Regresia multiplă ne permite să descriem relaţia liniară dintre variabila dependentă şi alte câteva variabile de control. Trebuie să existe un motiv logic pentru a presupune că două variabile covariază şi că una o provoacă pe cealaltă.

de ştiri din Moldova şi din Rusia ar rămâne semnificative în contextul altor câteva potenţial importante variabile. Analiza de regresie foloseşte date empirice extrase din sondajul Barometrului de Opinie Publică (BOP) din februarie 2021, care a analizat 1.108 adulţi din Moldova, excluzând Transnistria, cu o marjă de eroare de ± 3%[49].

În plus, autoarea a realizat cinci interviuri personale aprofundate online cu experţi notorii în mass media şi în politica externă a Republicii Moldova din instituţii academice, de cercetare şi ONG-uri. Patru interviuri au fost realizate în limba română şi unul în limba rusă. Ghidul de interviu a inclus întrebări de a examina motivele pentru care publicul susţine apartenenţa la Uniunea Europeană (UE) sau la Uniunea Economică Asiatică (UEA), pentru a determina cauzele încrederii în instituţiile media din Moldova şi din Rusia şi ce declanşează utilizarea mass media ca sursă de ştiri. În plus, experţii au fost întrebaţi despre opinia lor referitor la relaţia dintre mass media şi structurile guvernamentale din Moldova, monopolizarea mass media, precum şi impactul propagandei ruse.

Pentru acest studiu am clasificat mass media din Moldova şi din Rusia conform identificărilor din sondajul public BOP. Mass media din Moldova este media produsă în Moldova, iar mass media descrisă drept „mass media rusă" sunt clasificate ca mediile care sunt re-difuzate sub numele de marcă rusească şi identificate ca atare de către populaţie. Mass media rusă include canalele de televiziune Pervyi Kanal, RTR, NTV, STS şi TNT şi versiunile locale ale ziarelor ruseşti Komsomolskaya Pravda v Moldove şi Argumenty i Fakty v Moldove. În Moldova este prezentă şi agenţia de presă Sputnik, deţinută de guvernul rus.

Variabilele independente majore au fost determinate de ipoteza formulată şi identificate ca (1) încredere în mass media din Moldova şi (2) din Rusia, precum şi (3) mass media moldovenească şi (4) rusă ca surse de ştiri. În plus, urmând linia de cercetare descrisă mai devreme în acest articol[50]*, am introdus afilierea la partid şi categoriile socioeconomice ca variabile independente suplimentare pentru regresia multiplă. Sondajul BOP a cerut respondenţilor preferinţele lor de vot pentru partide şi au fost prezentate 14 partide politice. În studiul nostru am codificat toate partidele de dreapta ca pro-europene şi toate partidele de stânga ca*

[49] Baza de date disponibilă aici: Barometrul de Opinie Publică, Institutul de Politici Publice, (februarie 2021), https://ipp.md/wp-content/uploads/2021/02/BOP_02.2021.pdf [Accesat: 23 martie 2021].

[50] Lise Togeby, "The Gender Gap in Foreign Policy Attitudes", Journal of Peace Research, 31, no. 4 (1994): 375-92.

pro-ruse. În mod similar, partidele politice de centru-dreapta și de centru-stânga, în funcție de preferințele lor primare privind opțiunile de politică externă, au fost adăugate grupurilor pro-UE sau pro-Rusia.

Mai mult, analiza include factori precum genul, vârsta, educația, reședința, la fel venitul și apartenența etnică. Am folosit datele BOP și am atribuit variabila la două categorii etnice: (1) grupului etnic titular – moldoveni și (2) vorbitorilor de limbă rusă, etniilor netitulare – ruși și ucraineni.

După cum s-a menționat deja, opinia publică este împărțită între orientarea de politică externă pro-europeană (UE) și pro-rusă (Uniunea Economică Eurasiatică – UEE) și, pentru a ne testa ipotezele, am codificat opțiunea de politică externă fie ca (1) vot pentru aderarea la UE sau (2) vot pentru aderarea la UEE, formată din Rusia, Belarus și Kazahstan[51]*. În continuare, introducem trei variabile dependente suplimentare legate de formarea opiniei de politică externă:*

(1) atitudinea față de țările străine și organizațiile supranaționale,

(2) încrederea în liderii străini și

(3) opțiunile privind securitatea Republicii Moldova.

Este important să atragem atenția asupra faptului că cercetarea este menită să studieze formarea opiniei de politică externă în ceea ce privește opțiunile Est vs. Vest, și nu celelalte opțiuni discutate în Moldova, sau viitorul țării. Opțiunea unificării Moldovei cu România nu a fost relevantă în contextul mass media și nu este considerată în studiul nostru ca o opțiune separată[52]*.*

Există o relație importantă între prezența țărilor străine în știrile TV și opinia publică despre aceste țări, după cum arată cercetările existente[53]*. În plus, atenția acordată afacerilor externe, mai degrabă decât simpla expunere la știri, precum și tonul opiniilor despre țările străine pot influența atitudinile față de politica externă. Anticipăm că încrederea în mass media rusă și utilizarea acestora ca sursă de știri ar putea genera unele atitudini pozitive față de această țară. Deși pentru a determina extinderea acestui fenomen am inclus două variabile dependente: atitudinea față de Federația Rusă și atitudinea față de Uniunea Europeană.*

---

[51] În această cercetare folosim în mod interschimbabil opinia pro-Rusia și pro-UEE în materie de politică externă.

[52] Opinia privind necesitatea de unire cu România a fost promovată în trecut de Partidul Popular Creștin Democrat (PPCD) și de alte partide. La alegerile parlamentare din 2021 partidele politice AUR (Alianța pentru Unirea Românilor) și Partidul Unității Naționale (Partidul Unității Naționale) au promovat această idee.

[53] Holli Semetko, Joanne Bay Brinski, David Weaver, and Lars Willnat, "TV News and US Public Opinion about Foreign Countries: The Impact of Exposure and Attention", *International Journal of Public Opinion Research*, 4, no. 1 (1992): 18-36.

Pentru a testa variabila încrederii în liderii străini, i-am ales pe președintele rus Vladimir Putin și pe cancelarul german Angela Merkel, care era cel mai longeviv lider european la momentul în care a fost realizat sondajul BOP (februarie 2021). Evaluarea moldovenilor asupra liderilor străini este un element important care afectează percepția lor asupra țărilor pe care liderii le reprezintă, deoarece „oamenii tind să proiecteze percepțiile despre liderul unei țări străine asupra țării în ansamblu"[54].

Studiul nostru evaluează, de asemenea, internaționalismul militant al țării și examinează opiniile respondenților BOP despre opțiunile de securitate a Republicii Moldova. Aderarea la NATO este un subiect controversat în Republica Moldova, deoarece ar putea fi primul pas spre aderarea în final la UE, constituind în același timp o încălcare a neutralității țării, așa cum era definită în Constituția Republicii Moldova la acel moment (februarie 2021).

Analiza noastră de regresie logistică multiplă s-a bazat pe variabile dihotomice din datele BOP (februarie 2021) sau le-am transformat în variabile dihotomice[55]*. Nu a existat multicoliniaritate între variabile și a fost efectuată o regresie pentru fiecare variabilă dependentă selectată.*

Rezultatele regresiei logistice. Mass media, preferințele de vot și impactul factorilor socioeconomici asupra opiniei privind politica externă

Rezultatele regresiei logistice multiple[56] *arată că fiecare variabilă independentă este semnificativă din punct de vedere statistic la diferite niveluri, cu excepția variabilei de gen, și este raportată în Tabelul 14.7 cu asteriscuri care indică nivelul specific de semnificație. Încrederea în mass media rusă este semnificativă din punct de vedere statistic în asocierea acesteia cu sprijinul pentru UEE, dând sprijin parțial pentru prima noastră ipoteză. În plus, încrederea în mass media rusă se pretează la o evaluare pozitivă semnificativă statistic cu încrederea acordată lui Putin și este într-o măsură semnificativ de importantă în formarea de opinii cu privire la Federația Rusă.*

Corelațiile negative indică o atitudine nefavorabilă față de Merkel în rândul celor care au încredere în mass media rusă, deși corelația nu este prea puternică. În același timp, variabila încrederii în mass media moldovenească nu a corelat semnificativ cu nicio variabilă dependentă de politică externă, controlând celelalte variabile independente.

---

[54] Meital Balmas, "Tell Me Who Is Your Leader, and I Will Tell Who You Are: Foreign Leaders' Perceived Personality and Public Attitudes toward Their Countries and Citizenry", *American Journal of Political Science*, 62, no. 2 (2018): 499-514.

[55] Variabilele dihotomice sunt folosite ca model pentru a prezice probabilitatea de a observa una dintre cele două posibilități: 1 – dacă condiția este prezentă și 0 – în caz contrar.

[56] Au fost calculate mai multe teste de regresie logistică folosind SPSS Statistics, versiunea 28.

Referitor la mass media ca sursă de informare și de opinii privind politica externă, rezultatele sunt mai complexe decât par la prima vedere, infirmând astfel a doua noastră ipoteză. Rezultatele analizei de regresie logistică arată că nu există corelații statistice semnificative între media ca sursă de știri și toate variabilele dependente selectate. Ca surse de informare, nici mass media moldovenească, nici cea rusă nu au o asociere semnificativă cu preferințele de politică externă.

Tabelul 14.7. Rezultatele regresiei logistice multiple.

.	EU integration	EEU integration	Relations with EU	Relations with Russia	Trust in foreign leaders/ Putin	Trust in foreign leaders/ Merkel	Security
Sex	.295	.187	.030	–.113	.032	.361	.158
	(0.285)	(.278)	(.292)	(.194)	(.249)	(.204)	(.190)
Age	1.100***	–.986**	–.273	–.128	–.945***	–.100	–.243
	(0.313)	(.286)	(.311)	(.207)	(.264)	(.220)	(.203)
Socioeconomic status	.456*	164	–.056	–.238	–.002	.148	.006
	(.204)	(.194)	(.216)	(.136)	(.175)	(.147)	(.136)
Education	.251	–.394	.289	.013	–.105	.249	.526**
	(.238)	(.223)	(.239)	(.153)	(.202)	(.164)	(.156)
Residence	.101	–.127	–.616	–.250	–.584*	-.189	.374
	(.308)	(.300)	(.323)	(.208)	(.274)	(.221)	(.202)
Ethnicity	1.255**	–.984*	.214	.100	–.984*	.490	.106
	(.369)	(.241)	(.354)	(.289)	(.413)	(.288)	(.274)
Party voting preferences	2.333***	–1.766***	1.074**	–.442	–1.903***	1.042***	-.698**
	(.341)	(.304)	(.371)	(.243)	(.284)	(.247)	(.235)
Trust in Mold media	–.241	–.364	–.029	.184	.223	.252	.251
	(.316)	(.309)	(.324)	(.212)	(.273)	(.229)	(.209)
Trust in Rus media	–.388	1.400***	.012	.625**	2.226***	–.496*	–.045
	(.330)	(.318)	(.342)	(.230)	(.276)	(.244)	(.231)
Mold media as source of news	.479	–.243	.551	089	–.333	.356	.128
	(.323)	(.303)	(.303)	(.218)	(.281)	(.229)	(.209)
Rus media as source of news	–.568	.340	–.232	–.224	–.231	.155	.036
	(.331)	(.300)	(.342)	(219)	(.275)	(.233)	(.213)
Constant	–1.491*	1.821**	1.427*	.403	–1.809**	–.974*	–.208
	(.628)	(.623)	(.617)	(.434)	(.585)	(.446)	(.411)

Notă: *Valori la valorile p* (**p*<.05; ***p*<.01; ****p*<.001) *și erori standard* (*în paranteze*). *Nu a existat multicoliniaritate între variabile.*

În continuare și alte constatări merită a fi menționate. Cercetarea noastră arată că preferințele de a vota un anumit partid sunt semnificative din punct de vedere statistic sau moderat semnificative cu aproape toate (cu excepția uneia) variabilele dependente. Preferințele de vot cu anumite partide politice au fost semnificative din punct de vedere statistic atunci când sunt legate de opțiunile ptivind politica externă, adică votul pentru integrarea în UE sau în UEE, precum și pentru încrederea în liderii străini. O corelație moderat semnificativă este cu celelalte două variabile: relația cu UE și opțiunile privind securitatea Republicii Moldova.

Singurele variabile care nu au arătat nicio semnificație statistică sunt între preferințele de vot cu anumite partide politice și relația cu Federația Rusă. După cum era de așteptat, adepții partidelor pro-UE au avut atitudini pozitive față de integrarea Republicii Moldova în UE, au perceput favorabil relația cu țările UE și și-au exprimat încrederea în Angela Merkel. În schimb, susținătorii partidului pro-rus au avut o atitudine pozitivă față de integrarea în UEE și au avut încredere în Vladimir Putin.

Variabila etnie[57] *a fost corelată semnificativ cu integrarea în UE și moderat semnificativ cu aderarea la UEE și cu susținerea liderului Federației Ruse. Corelația pozitivă indică faptul că etnicii moldoveni susțin integrarea în UE, în timp ce cetățenii ruși și ucraineni și-au exprimat sprijinul pentru apartenența la UEE și încrederea în Putin.*

Toate variabilele socioeconomice și demografice, cu excepția celei de gen, prezintă o anumită corelație cu preferințele de politică externă. A existat o corelație statistic semnificativă între cei ce aparțin la grupele de vârstă 18-29 și 30-44 de ani și opiniile acestora cu privire la integrarea în UE, precum și cei ce aparțin grupelor de vârstă 45-59 și 60 + și opiniile acestora în ceea ce privește încrederea în președintele Putin. Corelația dintre grupele de vârstă mai înaintată și preferința pentru integrarea în UEE este semnificativă din punct de vedere statistic.

O altă variabilă, cum ar fi venitul gospodăriei, a fost, de asemenea, corelată semnificativ, cu o încredere de 95% în integrarea în UE, precum și variabila reședință și încredere în Putin. Nivelul de educație este corelat statistic semnificativ cu opțiunile privind securitatea Republicii Moldova. Grupul de oameni cu niveluri de educație mai scăzute a susținut status quo-ul de neutralitate al Republicii Moldova, iar grupul cu niveluri de educație mai înalte a optat pentru apartenența Moldovei la NATO.

[57] Utilizăm clasificarea variabilelor privind etnia înregistrate de BOP.

Sarcini de autoevaluare:

1. Care este esența statisticii descriptive în analiza datelor cercetării?
2. Care este diferența dintre statistica descriptivă univariată și bivariată?
3. Cum veți măsura tendința unei variabile din baza de date în SPSS?
4. Calculați media, mediana și modul ale unei variabile (de exemplu, vârsta) din baza de date.
5. Explicați și calculați măsurarea dispersiei pentru aceeași variabilă care a fost analizată în exercițiul precedent. Ce măsurări ați efectuat?
6. Care este esența analizei statistice bivariate și multivariate?
7. Descrieți etapele creării unui tabel încrucișat.
8. Explicați și efectuați corelația dintre două variabile și baza de date. Care este variabila independentă și care este cea dependentă?
9. Explicați esența regresiei pentru testarea ipotezelor.
10. Care este diferența dintre analiza descriptivă bivariată și regresie?

Tematica pentru studiul individual:

- Efectuați analiza statistică descriptivă a apartenenței de gen, vârstă și a nivelului de studii utilizând SPSS și baza de date publice a Barometrului de Opinie Publică (BOP) al Institutului de Politici Publice din Moldova.
- Determinați media, mediana și modul pe categoria nivelului de educație al respondenților utilizând SPSS și baza de date a BOP.
- Calculați corelația dintre nivelul de studii și suportul pentru integrarea europeană a Republicii Moldova utilizând SPSS și baza de date a BOP privind ultimul sondaj.
- Creați în SPSS un tabel încrucișat cu datele de relație dintre nivelul de educație și susținerea integrării în UE.
- Analizați corelația dintre apartenența politică și susținerea pentru aderarea la NATO cu ajutorul programului statistic SPSS și utilizând baza de date a BOP privind ultimul sondaj.

Bibliografie:

American Values Atlas. (2019). *Public Religion Research Institute*. https://ava.prri.org/#religious/2020/States/religion/m/US-LA Archived from the original on February 21, 2019. Retrieved January 25, 2023.

ANDRONIC, L., PÂRȚACHI, I. *Statistica în comunicare*. Chișinău, 2013.

BABBIE, E., WAGNER, W.E., & ZAINO, J. *Adventures in social research*: *Data analysis using IBM SPSS statistics*. SAGE Publications, 2022.

BĂCESCU-CĂRBUNARU, A. *Statistica*. București: Editura Universitară, 2009.

Blacks who are in Louisiana. Religious Landscape Study 2014. *Pew Research Center*. Retrieved: https://www.pewresearch.org/religion/religious-landscape-study/state/louisiana/racial-and-ethnic-composition/black/

BRYANT. A., Changes in attitudes toward women's roles: Predicting gender-role traditionalism among college students. In: *Sex Roles*, 2003, vol. 48, p. 131-142.

DAVIS, C. *SPSS step by step*: *Essentials for social and political science*. Policy Press, 2013.

DE LA CUESTA, B., IMAI, K. Misunderstandings about the regression discontinuity design in the study of close elections. In: *Annual Review of Political Science*, 2016, vol. 19, p. 375-396.

GALDERSI, P. *Understanding political science statistics using SPSS*: *A manual with exercises*. Routledge, 2015.

JABA, E. *Statistica*. Ediția a treia. Bucureşti: Editura Economică, 2002.

KONISHI, S., KITAGAWA, G. *Information Criteria and Statistical Modeling*. Springer, 2008.

MARAVELAKIS, P. The use of statistics in social sciences. In: *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 2019, vol. 1, no. 2, p. 87-97.

MARCHANT-SHAPIRO, Th. *Statistics for political analysis*: *Understanding the numbers*. CQ Press, 2014.

POLLOCK, P., EDWARDS, B. *An IBM® SPSS® companion to political analysis*. 6 ed. CQ Press, 2019.

RATEAU, P. *Metode şi statistici experimentale în ştiinţele umane*. Iaşi: Polirom, 2004.

ROTARIU, T., BĂDESCU, G., CULIC, I., MEZEI, E., MUREŞAN, C. *Metode statistice aplicate în ştiinţele sociale*. Iași: Polirom, 2020.

ROTARIU, T., ILUŢ, P. *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*. Iași: Polirom, 2017.

ŢAPOC V., CAPCELEA V. *Cercetarea științifică*. Chișinău: ARC, 2008.

WAGNER, W. *Using IBM® SPSS® Statistics for Research Methods and Social Science Statistics*. Sage, 2019.

BIBLIOGRAFIE:

Acte și documente

Anuarul statistic al Republicii Moldova 2020. Chișinău, 2020.

American Values Atlas. (2019). *Public Religion Research Institute.* https://ava.prri.org/#religious/2020/States/religion/m/US-LA Archived from the original on February 21, 2019. Retrieved January 25, 2023.

Barometrul de Opinie Publică. Institutul de Politici Publice. Chișinău, Sondajele din 1998-2023.

Codul de etică și deontologie profesională a personalului științific și științifico-didactic (2018). https://www.anacec.md/files/cod-etica.pdf

GSS: The General Social Survey. Retrieved: https://gss.norc.org/

Joint Statement on the Impact of Entertainment Violence on Children: Congressional Public Health Summit. AAP. 26 July 2000. Retrieved: www.aap.org/advocacy/releases/jstmteuc.htm.

The Gallup: *Consulting Experience.* Retrieved: https://www.gallup.com/corporate/212381/who-we-are.aspx

Literatura de specialitate în limba română

ANDRONIC, L., PÂRȚACHI, I. *Statistica în comunicare*. Chișinău, 2013.

AURINI, J., HEATH, M., HOWELLS, S. *The how to of qualitative research*. 2 ed. SAGE Publications, 2021.

BABAN, A. *Metodologia cercetării calitative*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2002.

BABIE, E. *Practica cercetării sociale.* Iaşi: Polirom, 2010.

BĂCESCU-CĂRBUNARU, A. *Statistica*. București: Editura Universitară, 2009.

BECIU, C. *Sociologia comunicării și a spațiului public. Concepte*, *teme*, *analize*. Iași: Polirom, 2011.

GEORGESCU, Ș. *Epistemologie*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1970.

CHELCEA, S. *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative şi calitative*. Bucureşti: Editura Economică, 2004.

COPILAȘ, E. *Incursiuni în istoria politică și intelectuală a sec. XX*. Iași: Ademium, 2014.

Dicționar al metodelor calitative în științele umane și sociale./Coord. MUCCHIELLI, A. Iași: Polirom, 2002.

ENĂCHESCU, C. *Tratat de teoria cercetării științifice*. Iaşi: Polirom, 2005.

FISICHELLA, D. *Știința politică. Probleme*, *concepte*, *teorii.*/Trad.din l. ital.: MORARU, V. Iași: Polirom, 2007.

HAVÂRNEANU, C. *Metodologia cercetării în ştiinţele sociale*. Iaşi: Erota, 2000.

ILUŢ, P. *Abordarea calitativa a socioumanului.* Iași: Polirom, 1998.

JABA, E. *Statistica*. Ediția a treia. Bucureşti: Editura Economică, 2002.

KING, G., KEOHANE, R., VERBA, S. *Fundamentele cercetării sociale*. Iași: Polirom, 2001.

MOSCOVICI, C., BUSCHINI, F. *Metodologia științelor socio – umane*. București, 2006.

PUTINA, N. *Etica profesională*: Suport de curs. Chișinău: CEP USM, 2021.

RATEAU, P. *Metode și statistici experimentale în științele umane.* Iași: Polirom, 2004.

ROTARIU, T., BĂDESCU, G., CULIC, I., MEZEI, E., MUREŞAN, C. *Metode statistice aplicate în științele sociale.* Iași: Polirom, 2020.

ROTARIU, T., ILUŢ, P. *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*. Iași: Polirom, 2017.

ŢAPOC, V., CAPCELEA, V. *Cercetarea științifică*. Chișinău: ARC, 2008.

***Literatura de specialitate în limba engleză*:**

ASTAFUROVA, O., GOLOMANCHUK, A. Data and factors analysis of anti-corruption environment components of Russian public authorities. In: *SHS Web of Conferences*, 2021, vol. 109, p. 01007.

AXYONOVA, V., GERASYMCHUK, S., KAKACHIA, K., ROSCA, A. The European Union as a Transformative Power, a Donor or a Security Provider?: The View from the Eastern Partnership Countries'. In: *European Foreign Affairs Review*, 2018, vol. 23, Special issue, p. 23-40.

BABBIE, E. *The practice of social research*. Cengage learning, 2021.

BABBIE, E., WAGNER, W., & ZAINO, J. *Adventures in social research: Data analysis using IBM SPSS statistics*. SAGE Publications, 2022.

BACKSTROM, C., HURSH-CÉSAR, G. *Survey research*. Literary Licensing, 2012.

BAGLIONE, L. *Writing a research paper in political science: A practical guide to inquiry*, *structure*, *and methods*. CQ Press, 2018.

BAILEY, A., HUTTER, I., HENNINK, M. *Qualitative Research Methods*. 2 ed. SAGE Publications, 2020.

BAVELAS, J. Social approaches to communication. In: *Quantitative versus qualitative?* New York: Guilford Press, 1995, p. 49-62.

BEACH, D., PEDERSEN, R. *Causal case study methods: Foundations and guidelines for comparing*, *matching*, *and tracing*. University of Michigan Press, 2016.

BERELSON, B. *Content analysis in communication research.* Glencoe: Free Press, 1952.

BERMAN, E., WANG, X. *Essential Statistics for Public Managers & Policy Analysts*. Sage, 2018.

BLANCHE, M.T., BLANCHE, M.J.T., DURRHEIM, K., & PAINTER, D., eds. *Research in practice: Applied methods for the social sciences*. Juta and Company Ltd., 2006.

Blacks who are in Louisiana. Religious Landscape Study 2014. *Pew Research Center.* Retrieved: https://www.pewresearch.org/religion/religious-landscape-study/state/louisiana/racial-and-ethnic-composition/black/

BRADRUM, N., SUDMAN, S., & WANSINK, B. *Asking questions: the definitive guide to questionnaire design*. 2 ed. Jossey-Bass, 2004.

BREWER. J., HUNTER, A. *Foundations of multimethod research: Synthesizing styles*. Sage, 2006.

BRYANT, A. Changes in attitudes toward women's roles: Predicting gender-role traditionalism among college students. In: *Sex Roles*, 2023, vol. 48, p. 131-142.

BOX-STEFFENSMEIER, J., BRADY, H., COLLIER, D., eds. *The Oxford handbook of political methodology*. Oxford University Press, 2010.

BRADBURN, N., SUDMAN, S., WANSINK, B. *Asking questions: the definitive guide to questionnaire design*. John Wiley & Sons, 2004.

BRADY, H., COLLIER, D., eds. *Rethinking social inquiry: Diverse tools, shared standards*. Rowman & Littlefield Publishers, 2011.

BREWER, J., HUNTER, A. *Foundations of multimethod research: Synthesizing styles*. Sage, 2006.

BRINKMANN, S., KVALE, S. *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing.* SAGE Publications, 2014.

BRITANNICA 2020. Retrieved: https://www.britannica.com/topic/ontological-argument

CHECK, J., SCHUTT, R. *Research methods in education*. Sage, 2011.

CHEEK, J. At the margins? Discourse analysis and qualitative research. In: *Qualitative health research*, 2004, vol. 14, no. 8, p. 1140-1150.

CHERRYHOLMES, C. Notes on pragmatism and scientific realism. In: *Educational researcher*, 1992, vol. 21, no. 6, p. 13-17.

CONWAY, M. The subjective precision of computers: A methodological comparison with human coding in content analysis. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2006, vol. 83, no. 1, p. 186-200.

COOPER, H. *Research synthesis and meta-analysis: A step-by-step approach*. 4th ed. Sage, 2010.

COPPEDGE, M., GERRING, J., et al. Conceptualizing and measuring democracy: A new approach. In: *Perspectives on Politics*, 2011, vol. 9, no. 2, p. 247-267.

CREPAZ, M., CHARI, R. Assessing the validity and reliability of measurements when evaluating public policy. In: *Journal of Public Policy*, 2018, vol. 38, no. 3, p. 275-304.

CRESWELL, J. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches.* SAGE Publications, 2007.

CRESWELL, J. *Educational research: Planning*, *conducting*, *and evaluating quantitative and qualitative research*. 4 ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2012.

CRESWELL, J., CRESWELL. D. *Research design. Qualitative*, *quantitative*, *and mixed methods approach.* Sage Publications, 2018.

CRESWELL, J., CLARK, V. *Designing and conducting mixed methods research*. 3 ed. Sage, 2017.

CROTTY, M. *The foundations of social research. Meaning and perspective in the research process.* Sage, 1998.

DAVIS, C. *SPSS step by step: Essentials for social and political science*. Policy Press, 2013.

DENZIN, N., LINCOLN, Y., eds. *The SAGE handbook of qualitative research*. 4 ed. Sage, 2011.

DE LA CUESTA, B., IMAI, K. Misunderstandings about the regression discontinuity design in the study of close elections. In: *Annual Review of Political Science*, 2016, vol. 19, p. 375-396.

DILL, B., KOHLMAN, M. Intersectionality: A transformative paradigm in feminist theory and social justice. In: *Handbook of feminist research: Theory and praxis*, 2012, no. 2, p. 154-174.

DILLMAN, D., SMYTH, J., CHRISTIAN, L. *Internet*, *phone*, *mail*, *and mixed-mode surveys: The tailored design method.* John Wiley & Sons, 2014.

DILLMAN, D., GALLEGOS, J., FREY, J. Reducing refusal rates for telephone interviews. In: *Public Opinion Quarterly*, 1976, vol. 40, no. 1, p. 66-78.

ESPOSITO, J., EVANS-WINTERS, V. *Introduction to intersectional qualitative research*. SAGE Publications, 2021.

EVAN, B., XIAOHU, W. *Essential statistics for public managers and policy analysts.* 4 ed. CQ Press, 2017.

FARHANGI, A., FAR, M., DANAEI, A. Development SWOT matrix for strategic planning in media organizations. In: *International journal of business and commerce*, 2012, vol. 1, no. 5, p. 1-12.

FAURE, C. Beyond brainstorming: Effects of different group procedures on selection of ideas and satisfaction with the process. In: *The Journal of creative behavior*, 2004, vol. 38, no. 1, p. 13-34.

FAY, B. *Critical social science: Liberation and its limits*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1987.

FEINBERG, F., KINNEAR, T., TAYLOR, J. *Modern marketing research: Concepts*, *methods*, *and cases.* Cengage Learning, 2012.

FLYVBJERG, B. Case Study. In: NORMAN K., DENZIN, Y., eds. *The Sage Handbook of Qualitative Research.* 4 ed. Sage, 2011, p. 301-316.

FINK, A. *How to conduct surveys*. 6 ed. Sage, 2016.

FINK, A. *Conducting research literature reviews: From the internet to paper*. Sage, 2019.

FLICK, U. *Managing quality in qualitative research*. Sage, 2008.

FOWLER, F. *Survey research methods*. 5 ed. SAGE Publications, 2013.

FREIRE, P. *Pedagogy of the oppressed* (revised). New York: Continuum, 1996.

FREITAS, H., OLIVEIRA, M., JENKINS, M., POPJOY, O. The focus group, a qualitative research method. In: *Journal of education*, 1998, vol. 1, no. 1, p. 2-22.

GALDERSI, P. *Understanding political science statistics using SPSS: A manual with exercises.* Routledge, 2015.

GALLAGHER, B., CREIGHTON, S., GIBBONS, J. Ethical dilemmas in social research: No easy solutions. In: *The British journal of social work*, 1995, vol. 25, no. 3, p. 295-311.

GEORGE, A., BENNETT, A. *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press, 2005.

GILLIES, V., ALLDRED, P. The ethics of intention: research as a political tool. In: MILLER, T., BIRCH, M., et al. *Ethics in qualitative research*. Sage, 2012, p. 43-61.

GOMM, R., FOSTER, P., HAMMERSLEY, M. *Case study method: Key issues*, *key texts*. Sage, 2000.

GRANT, W. *Research Methods in Politics*. Bloomsbury Publishing, 2008.

GRAZIANO, A., RAULIN, M. *Research methods: a process of inquiry*. 6 ed. Pearson, 2000.

GROVES, R., FOWLER JR., COUPER, M., et al. *Survey methodology*. John Wiley & Sons, 2011.

GUBA, E., LINCOLN, Y. Competing paradigm in qualitative research. In: N.K. DENZIN & Y. S. LINCOLN, eds. *Handbook of qualitative research*. Sage, 1994, p. 105-117.

GUO, R., CHENG, L., LI, J., et al. A survey of learning causality with data: Problems and methods. In: *ACM Computing Surveys* (*CSUR*), 2020, vol. 53, no. 4, p. 1-37.

GUREL, E., TAT, M. SWOT analysis: A theoretical review. In: *The journal of international social research*, 2017, vol. 10, p. 994-1006.

GURR, T. *Why men rebel*. New York: Routledge, 2011.

HAIMES, Y.Y., LI, D., TULSIANI, V. Multiobjective decision-tree analysis 1. In: *Risk Analysis*, 1990, vol. 103, no. 1, p. 111-127.

HERON, J., REASON, P. A participatory inquiry paradigm. In: *Qualitative inquiry*, 1997, vol. 3, no. 3, p. 274-294.

HESAMI ARANI M, MOSLEMZADEH M, FALLAHZADEH O., et al. Assessment of COVID-19 control strategies in a steel industry using a SWOT matrix. In: *Toxicology and Industrial Health*, 2021, vol. 37, no. 6, p. 353-364.

HEWSON, C., VOGEL, C., LAURENT, D. *Internet research methods*. Sage, 2015.

ISAAC, J. For a more public political science. In: *Perspectives on politics*, 2015, vol.13, no. 2, p. 269-283.

ISAAK, A. *Scope and methods of political science: an introduction to the methodology of political inquiry*. Dorsey Press, 1985.

ISLAM, M., NAISRA, S., PRITOM, S., RAHMAN, M. Application of fishbone analysis for evaluating supply chain and business process-A case study on KMART. In: *Industrial engineering letters*, 2016, vol. 6, no. 7, p. 36-42.

ISRAEL, M., HAY, I. *Research ethics for social scientists.* Sage, 2006.

JENSEN, J., RODGERS, R. Cumulating the intellectual gold of case study research. In: *Public administration review*, 2001, vol. 61, no. 2, p. 235-246.

JOHNSON, J., COHEN, P., SMAILES, E., et al. Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood. In: *Science*. 2002, vol. 295, no. 5564, p. 2468-2471.

JOHNSON, J., REYNOLDS, H., MYCOFF, J. *Political Science research methods*. 9 ed. CQ Press, 2020.

KALTON, G. *Introduction to survey sampling*. SAGE Publications, 1983.

KARYONO, O., KANIA, A. Determining the priority strategy in the implementation of E-Government through SWOT analysis model. In: *Budapest International Research and Critics Institute Journal* (*BIRCI Journal*), 2019, vol. 2, no. 2, p. 66-74.

KEEN, S., LOMELI-RODRIGUEZ, M., JOFFE, H. From challenge to opportunity: virtual qualitative research during COVID-19 and beyond. In: *International journal of qualitative methods*, 2022, vol. 21, p. 2-11.

KEITH, P. *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches.* Sage, 2013.

KELLSTEDT, P., WHITTEN, G. *The fundamentals of political science research*. Cambridge University Press, 2018.

KEMMIS, S., MCTAGGART, R. Participatory Action Research: Communicative Action and the Public Sphere. In: DENZIN, N., LINCOLN, Y., eds. *The SAGE handbook of qualitative research*. 3 ed. Sage, 2005, p. 559-603.

KEMMIS, S., WILKINSON, M. Participatory action research and the study of practice. In: ATWEH, S. KEMMIS, P., WEEKS, P., eds. *Action research in practice: Partnerships for social justice in education.* Routledge, 1998, p. 21-36.

KOTHARI, C. *Research methodology. Methods and techniques.* New Age International, 2004.

KONISHI, S., KITAGAWA, G. *Information Criteria and Statistical Modeling*. Springer, 2008.

KRIPPENDORFF, K. *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage, 2018.

KRUEGER, R., CASEY, M. *Focus groups: A practical guide for applied research.* SAGE Publications, 2014.

LAMONT, M., WHITE, P., eds. *Workshop on interdisciplinary standards for systematic qualitative research: Cultural anthropology*, *law and social science*, *political science*, *and sociology programs.* Washington, DC: Natl. Sci. Found, 2008.

LANCY, D. *Qualitative research in education: An introduction to the major traditions*. New York: Langman, 1993.

LASSWELL, H. The structure and function of communication in society. In: BRYSON, L., eds. *The communication of ideas*. New York: Harper and Row, 1948.

LAURETA, R., BALDO, D., NUNAG, J., et al. Problem tree analysis for farm communities along Bicol River Basin, Camarines Sur, Philippines. In: *Asia Pacific Journal of Sustainable Agriculture*, *Food and Energy*, 2022, vol. 10, no. 1, p. 15-21.

LEVY, P., LEMESHOW, S. *Sampling of populations: methods and applications*. John Wiley & Sons, 2013.

LI, S., LEE, L. Using fishbone analysis to improve the quality of proposals for science and technology programs. In: *Research Evaluation*, 2011, vol. 20, no. 4, p. 275-282.

LINCOLN, Y., GUBA, E. *Naturalistic inquiry.* Sage, 1985.

LINCOLN, Y., LYNHAM, S., GUBA, E. Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences revised. In: DENSIN, N., LINCOLN, Y., eds. *The SAGE handbook of qualitative research*. 4 ed. Sage, 2011, p. 97-128.

LINDLOF, T., TAYLOR, B. *Qualitative communication research methods.* Sage, 2002.

LOFLAND, J. *Analyzing social settings: A guide to qualitative observation and analysis.* Belmont, CA: Wadsworth, 1971.

LUCKMANN, T., BERGER, P. Social mobility and personal identity. In: *European Journal of Sociology/Archives Européennes de Sociologie*, 1964, vol. 5, no. 2, p. 331-344.

MACKENZIE, N., KNIPE, S. Research dilemmas: Paradigms, methods and methodology. In: *Issues in educational research*, 2006, vol. 16, no. 2, p. 193-205.

MANHEIM, J., RICH, R., WILLNAT, L. *Empirical political analysis: Research methods in political science*. Longman Publishing Group, 2002.

MARAVELAKIS, P. The use of statistics in social sciences. In: *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 2019, vol. 1, no. 2, p. 87-97.

MARCHANT-SHAPIRO, Th. *Statistics for political analysis: Understanding the numbers*. CQ Press, 2014.

MARSH, D., STOKER, G., et al. *Theory and methods in political science*. Palgrave McMillan, 2002.

MARSHALL, C., ROSSMAN, G. *Designing qualitative research*. Sage, 1989.

MARTENS, L. *Self-Fulfilling Policy: A Constructivist Study of Elite Crisis Management and its Implications for Scandal Politics*. George Washington University, 2011.

MCNABB, D. *Research methods for political science: Quantitative and qualitative methods*. Routledge, 2015.

MERTENS, D. Transformative paradigm: Mixed methods and social justice. In: *Journal of mixed methods research*, 2007, vol. 1, no. 3, p. 212-225.

MERTENS, D. *Transformative research and evaluation*. New York: Guilford, 2009.

MERTENS, D. *Research in education and psychology: Integrating diversity with quantitative*, *qualitative*, *and mixed methods*. 3 ed. Sage, 2010.

MERTENS, D. Transformative mixed methods: Addressing inequities. In: *American Behavioral Scientist*, 2012, vol. 56, no. 6, p. 802-813.

MICHELL, J. *Measurement in psychology: A critical history of a methodological concept.* Cambridge University Press, 1999.

MILLER, D., SALKIND, N. *Handbook of research design & Social measurement*. Sage, 2002.

MORGAN, D. Focus groups. In: *Annual review of sociology*, 1996, vol. 22, no. 1, p. 129-152.

MORGAN, D. Paradigms lost, and pragmatism regained: Methodological implications of combining qualitative and quantitative methods. In: *Journal of mixed methods research*, 2007, vol. 1, no. 1, p. 48-76.

MOSLEY, L., ed. *Interview research in political science*. Cornell University Press, 2013.

MURPHY, J. *Pragmatism: From Peirce to Davidson*. Westview Press, 1990.

NARDI, P. *Doing survey research: A guide to quantitative methods.* Routledge, 2018.

National Research Center. Polco and National Research Center Ó Polco, 2023. Retrieved: https://info.polco.us/

NATOW, R. The use of triangulation in qualitative studies employing elite interviews. In: *Qualitative research*, 2020, vol. 20, no. 2, p. 160-173.

NEUENDORF, K. *The content analysis guidebook.* Sage, 2016.

NEUMAN, W. *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. 7 ed. Pearson, 2009.

NIEMI, R., CARMINES, E., MCIVER, J. The impact of scale length on reliability and validity. In: *Quality and Quantity*, 1986, vol. 20, no. 4, p. 371-376.

O'SULLIVAN, E., RASSEL, G., et al. *Research methods for public administrator.* Routledge, 2017.

OSBORN, A. *Applied imagination: Principles and procedures of creative problem-solving*. 3 ed. Charles Scribner's Sons, 1963.

PATTEN, M. *Understanding research methods: An overview of the essentials*. 10 ed. Routledge, 2017.

PATTON, C. Induction, deduction, and cyclical movement: A review of qualitative research methods. In: *The Qualitative Report*, 2011, vol. 16, no. 5, p. 1421-1434.

PATTON, M. Logical incompatibilities and pragmatism. In: *Evaluation and program planning*, 1985, vol. 8, no. 4, p. 307-308.

PATTON, M. *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage, 2014.

PEIRCE, C. *Philosophical writings of Peirce*. Courier Corporation, 1955.

PENNINGS, P., KEMAN, H., KLEINNIJENHUIS, J. *Doing research in political science: An introduction to comparative methods and statistics.* Sage, 2005.

REMLER, D., VAN RYZIN, G. *Research methods in practice: Strategies for description and causation*. 2 ed. Sage, 2014.

POLLOCK, P., EDWARDS, B. *An IBM® SPSS® companion to political analysis*. 6 ed. CQ Press, 2019.

Polling on the deficit: Why question order matters. Pew Research Center. December 20, 2013. Retrieved: https://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/12/20/polling-on-the-deficit-why-question-order-matters/.

PHILLIPS, D., BURBULES, N. *Postpositivism and educational research.* Rowman & Littlefield, 2000.

PICCIO, D., MATTONI, A. Ethics in Political Science Research. In: IPHOFEN, R., ed. *Handbook of research ethics and scientific integrity*. Springer, 2020.

PLOTKIN, H. *Darwin machines and the nature of knowledge*. Harvard University Press, 1994.

PUTMAN, V., PAULUS, P. Brainstorming, brainstorming rules and decision making. In: *The Journal of Creative Behavior*, 2009, vol. 43, no. 1, p. 29-40.

REA, L., PARKER, R. *Designing and conducting survey research: A comprehensive guide*. 4 ed. Jossey-Bass, 2014.

RIESSMAN, C. *Narrative methods for human science.* Sage, 2008.

RORTY, R. Pragmatism as anti-representationalism. In: MURPHY, J., ed. *Pragmatism: From Peirce to Davison*. Boulder, CO: Westview, 1990, p. 1-6.

ROSCA, A. Public opinion, mass media, and foreign policy of the Republic of Moldova: Between the two realms. In: *Journal of Romanian Studies*, 2021, vol 3, no. 2, p. 39-62.

ROSCA, A. The political voice of diaspora: An analysis of external voting of Moldovan migrants. In: *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 2019, vol. 6, no. 1, p. 161-178.

ROSCA, A. Media security structural indicators: The case of Moldova. In: *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 2018, vol. 26, no. 3, p. 365-400.

ROSSMAN, G., WILSON, B. Numbers and worlds: Combining quantitative and qualitative methods in a single large-scale evaluation study. In: *Evaluation Review*, 1985, vol. 9, no. 5, p. 627-647.

RUEL, E., WAGNER, W., GILLESPIE, B. *The practice of survey research: Theory and applications.* SAGE Publications, 2015.

SALES, B., FOLKMAN, S. *Ethics in research with human participants*. American Psychological Association, 2000.

Sampling. Chapter 5. In: JOHNSON, J., REYNOLDS, H., MYCOFF, J. *Political Science research methods*. 9 ed. CQ Press, 2020.

SANYAL, M., DAS, S., BHADRA, S. Challenges towards implementation of e-Government project in West Bengal, India: A fishbone analysis in order to find out the root causes of challenges. In: *ICT and Critical Infrastructure: Proceedings of the 48th Annual Convention of Computer Society of India. Vol. II: Hosted by CSI Vishakapatnam Chapter.* Springer International Publishing, 2014, p. 749-759.

SCHEFFLER, I. *Four pragmatists: A critical introduction to Peirce*, *James*, *Mead*, *and Dewey.* Routledge, 2013.

SEEBER, I., DE VREEDE, G., MAIER, R., WEBER, B. Beyond brainstorming: Exploring convergence in teams. In: *Journal of Management Information Systems*, 2017, vol. 34, no. 4, p. 939-969.

SHELLEY, M. Empiricism. In: ENGLISH, F., ed. *Encyclopedia of educational leadership and administration.* Sage, 2006, p. 338-339.

SHINNO, H., YOSHIOKA, H., MARPAUNG, S., HACHIGA, S. Quantitative SWOT analysis on global competitiveness of machine tool industry. In: *Journal of Engineering Design*, 2006, vol. 17, no. 03, p. 251-258.

SIEBER, L., TOLICH, M. *Planning ethically responsible research* (*Applied social research methods*). Sage, 2012.

SINGLETON R., STRAITS B. *Approaches to social research*. Oxford University Press, 2009.

SLIFE, B., WILLIAMS, R. *What's behind the research? Discovering hidden assumptions in behavioral science.* Sage, 1995.

SLONIM-NEVO, V., NEVO I. Conflicting findings in mixed methods research: An illustration from an Israeli study on immigration. In: *Journal of Mixed Methods Research*, 2009, vol. 3, no. 2, p. 109-28.

SMITH, J. Quantitative versus qualitative research: An attempt to clarify the issue. In: *Educational Researcher*, 1983, vol. 12, no. 3, p. 6-13.

SMITH, R. *Business process management and the balanced scorecard: using processes as strategic drivers*. John Wiley & Sons, 2010.

SNOWDON, W., SCHULTZ, J., SWINBURN, B. Problem and solution trees: A practical approach for identifying potential interventions to improve population nutrition. In: *Health Promotion International*, 2008, vol. 23, no. 4, p. 345-353.

SOMMER, H. More than method: A discussion of paradigm differences within mixed methods research. In: *Journal of mixed methods research*, 2011, vol. 5, no. 2, p. 150-166.

SREEJESH, S., MOHAPATRA, S., ANUSREE, M., et al. Business research design: Exploratory, descriptive and causal designs. In: *Business research methods: An applied orientation*. 2014, p. 25-103.

STAKE, R. *The art of case study research.* Sage. 1995.

STEVENSON, R. International communication. In: STACKS, D., SALWEN, M., EICHHORN, K. *An integrated approach to communication theory and research*. 2 ed. Routledge, 2014, p. 169-180.

SQUIRE, P. Why the 1936 Literary Digest poll failed. In: *Public Opinion Quarterly*, 1988, vol. 52, p. 125-133.

SUE, V., RITTER, L. *Conducting online surveys.* Sage, 2012.

SULITZEANU-KENAN, R., HALPERIN, E. Making a difference: Political efficacy and policy preference construction. In: *British Journal of Political Science*, 2013, vol. 43, no. 2, p. 295-322.

Polls. The New York Times, 2023. Retrieved: https://www.nytimes.com/topic/subject/polls-and-related-articles-from-the-new-york-times.

TAN, W. *Research methods: A practical guide for students and researchers.* New Jersey: World Scientific Publishing, 2017.

TIMANS, R., WOUTERS, P., HEILBRON, J. Mixed methods research: What it is and what it could be. In: *Theory and Society*, 2019, vol. 48, p. 193-216.

TIMMERMANS, L., HUYBRECHTS, I., DECAT, P., et al. Recommendations for Researchers on Synchronous, Online, Nominal Group Sessions in Times of COVID-19: Fishbone Analysis. In: *JMIR Formative Research*, 2022, vol. 6, no. 3, e34539.

VERBA, S., NIE, N. *Participation in America: Political democracy and social equality.* Harper & Row, 1972.

WACQUANT, L. Positivism. In: OUTHWAITE, W., BOTTOMORE, eds. *The Blackwell dictionary of twentieth-century social thought*. Wiley-Blackwell, 1994.

WAGNER, W. *Using IBM® SPSS® Statistics for Research Methods and Social Science Statistics.* Sage, 2019.

WEBER, R. *Basic content analysis* (*Quantitative applications in the social sciences*). Sage, 1990.

WEST, M. The future of computer content analysis: Trends, unexplored lands, and speculations. In: *Progress in Communication Sciences*. 2001, p. 159-176.

WOLCOTT, H. *Writing up qualitative research*. 3 ed. Sage, 2009.

WOLF, CH., JOYE,D., SMITH, T., YANG-CHIN FU. *The SAGE handbook of survey methodology.* SAGE Publications, 2016.

WILKINSON, S. Focus group methodology: A review. In: *International journal of social research methodology*, 1998, vol. 1, no. 3, p. 181-203.

WILLIAMS, K. *Research and writing guide for political science.* Oxford University Press, 2014.

WILSON, C. *Brainstorming and beyond: A user-centered design method.* Newnes, 2013.

YIN, R. *Case study research and applications. Design and methods.* Sage, 2017.

RECOMANDĂRI METODICE PENTRU LUCRUL INDIVIDUAL AL STUDENTULUI

Strategia de lucru individual al studentului

Denumirea disciplinelor de studiu + nr. de ore LI	**Sarcini**	**Strategii de realizare și modalități de prezentare**	**Produs final**	**Criterii de evaluare**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
Metode de cercetare în științele politice 120 ore LI	Elaborați un proiect de cercetare utilizând metoda sondajului de opinie. Analizați literatura de specialitate Elaborați eșantionul, formulați titlul, întrebările de cercetare, ipoteza și variabilele.	Strategii de realizare: Elaborarea de către profesor a cerințelor față de proiectul de cercetare și redactarea lucrării finale. 1. Prezentarea temei de cercetare și selectarea temelor individuale de cercetare în cadrul subtemelor cu participarea partenerilor comunitari; – discuția și definitivarea temelor de lucru individual; – studierea resurselor bibliografice și analiza literaturii. 2. Formularea titlului, a ipotezelor de cercetare și definirea variabilelor dependente și independente; – crearea eșantionului. 3. Formularea întrebărilor pentru chestionar. Redactarea întrebărilor utilizând platforma Qualtrics; – analiza posibilelor erori ale chestionarului.	Proiect de cercetare	Indicatori de timp și spațiu; Capacitatea de cercetare și evaluare;

1	2	3	4	5
	Redactați întrebările pentru chestionar în Qualtrics. Analizați rezultatele utilizând SPSS. Scrieți raportul final. Prezentați rezultatele și formulați recomandări.	4. Implicarea statisticii descriptive, calcularea mediei și distribuției datelor obținute utilizând platforma statistică SPSS; – calcularea corelației dintre variabilele dependente și cele independente. 5. Scrierea raportului final al proiectului de cercetare. 6. Prezentarea rezultatelor lucrărilor individuale, a rezultatelor analizei datelor. Lucrarea prezentată urmează să aibă următoarele părți componente: titlu, întrebările de cercetare, ipotezele de cercetare, variabilele dependente și independente, analiza literaturii, descrierea metodologiei de cercetare, analiza datelor, rezultatele analizei datelor și concluziile. Concluziile urmează să includă recomandări pentru partenerii comunitari. Totalurile LI se fac în cadrul unei ședințe de lucru cu invitarea partenerilor comunitari.		Abilitatea de a identifica problema de cercetare și de a colecta date relevante; Capacitatea de a selecta metodele adecvate pentru a testa ipoteza de cercetare; Competența de a crea instrumentul de cercetare (formularea întrebărilor de cercetare, a variabilelor și crearea eșantionului); Aptitudinea de a folosi metodele de cercetare calitative, cantitative și mixte pentru realizarea cercetării; Capacitatea de analiză și sinteză; Utilizarea limbajului de specialitate; Capacitatea de a evalua baze de date și de a formula recomandări pentru partenerii sociali.

SUBIECTE PENTRU EVALUAREA FINALĂ

1. Interpretări ale conceptului de empirism și cunoașterea empirică. Metodele empirice și non-empirice de acumulare a cunoștințelor.
2. Elementele structurale ale tradiției post-pozitiviste și viziunea asupra cercetării științifice.
3. Elementele caracteristice ale cunoștințelor științifice. Diferența dintre cunoștințele științifice și non-științifice.
4. Metodele de dobândire a cunoștințelor științifice: inducția și deducția.
5. Importanța cercetării științifice și diseminării rezultatelor cercetării în viața politică și socială la etapa actuală.
6. Elementele și etapele procesului de cercetare și rolul metodelor de cercetare.
7. Asigurarea calității cercetării științifice: validitate și fiabilitate.
8. Geneza și impactul paradigmelor pozitiviste și post-pozitiviste în cercetare.
9. Esența paradigmei constructiviste și a constructivismului social în designul de cercetare.
10. Specificul paradigmei transformative și al celei pragmatice în știința politică și cercetarea științifică.
11. Importanța edificării blocurilor de cercetare: selectarea modelului și metodelor de cercetare.
12. Semnificația revizuirii și analizei literaturii științifice din domeniu în procesul de cercetare.
13. Etapele de planificare și efectuare a sintezei literaturii.
14. Semnificația creării cadrului instituțional al eticii profesionale în cercetare.
15. Dilema etică a cercetărilor sociale și responsabilitatea cercetătorului de a respecta etica profesională.
16. Asigurarea anonimității și confidențialității participanților la cercetările științifice.
17. Esența și semnificația procesului de cercetare: selectarea temei, formularea titlului și elaborarea întrebărilor de cercetare.
18. Definirea variabilelor în cercetare: tipurile și valoarea.
19. Necesitatea și importanța formulării ipotezelor în lucrarea științifică.

20. Semnificația definirii conceptelor și termenilor în cercetare.
21. Specificul și esența utilizării metodelor calitative în cercetare.
22. Elementele și procesul de realizare a metodei interviului.
23. Etapele de implementare a interviului de grup focusat (focus group).
24. Esența metodei calitativ-participative de brainstorming și cazurile de utilizare a ei.
25. Procesul și etapele de utilizare a analizei SWOT și strategiile SWOT.
26. Semnificația și etapele desfășurării analizei prin metodele „arborele problemei" și „arborele soluțiilor".
27. Analiza cauză-efect prin metoda „os de pește" și domeniile de aplicare.
28. Specificul metodelor mixte de cercetare și modele de utilizare a metodelor mixte.
29. Etapele efectuării și metodologia analizei de conținut. Importanța cercetării conținutului textului scris, al mesajelor audio și video.
30. Esența și rolul metodelor cantitative în cercetare.
31. Semnificația sondajului de opinie publică și mediatizarea rezultatelor ca element al societății democratice.
32. Tipul de sondaje după scop, metoda de colectare a datelor și după frecvența de desfășurare.
33. Crearea eșantionului pentru sondajul de opinie publică. Populația și eșantionul.
34. Eșantionul probabilistic și eșantionul non-probabilistic. Tipuri și utilizare.
35. Tipurile de întrebări pentru chestionarul de opinie publică.
36. Esența chestionarului și evitarea capcanelor de formulare a întrebărilor.
37. Avantajele utilizării platformelor computerizate în efectuarea cercetării. Utilizarea platformei Qualtrics în elaborarea chestionarului și efectuarea sondajului de opinie.
38. Utilizarea statisticii descriptive în analiza datelor sondajului de opinie.
39. Aplicarea metodei corelației în analiza datelor cercetării.
40. Esența aplicării metodei regresiei pentru testarea ipotezelor în cercetare.

Alla ROȘCA

METODE DE CERCETARE ÎN ȘTIINȚELE POLITICE

Suport de curs

Redactare – *Ariadna Strungaru*
Asistență computerizată – *Galina Prodan*

Bun pentru tipar 12.12.2023. Formatul 70×100¹⁄₁₂
Coli de tipar 19,5. Coli editoriale 13,0.
Comanda 37. Tirajul 50 ex.

Centrul Editorial-Poligrafic al USM
str. Al. Mateevici, 60, Chișinău, MD 2009
e-mail: cep1usm@mail.ru

ALLA ROȘCA

METODE DE CERCETARE ÎN ȘTIINȚELE POLITICE

Suport de curs