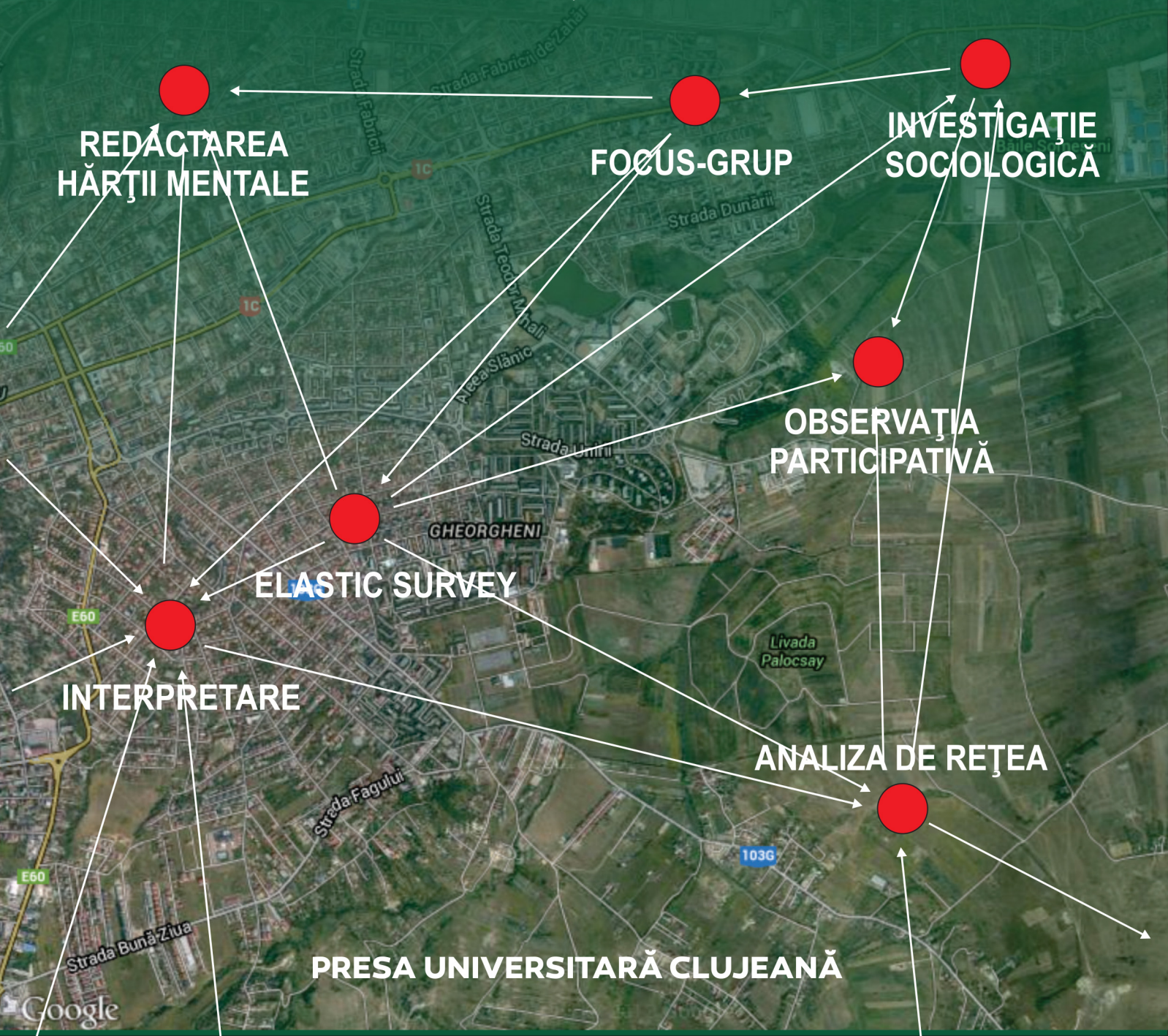


LETENYEI LÁSZLÓ

CERCETARE LOCALĂ

GHID METODOLOGIC

Cu texte originale de la:
José Luis Molina și Sorin Adam Matei



PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

LETENYEI LÁSZLÓ

CERCETARE LOCALĂ

GHID METODOLOGIC

Cu texte originale de la:

José Luis Molina și Sorin Adam Matei

LETENYEI LÁSZLÓ

CERCETARE LOCALĂ

GHID METODOLOGIC

Cu texte originale de la:

José Luis Molina și Sorin Adam Matei

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

2015

Referenți științifici:

Prof. dr. Szántó Zoltán

Conf. dr. Sorin Adam Matei

ISBN 978-973-595-825-1

© 2015 Autorul volumului. Toate drepturile rezervate. Reproducerea integrală sau parțială a textului, prin orice mijloace, fără acordul autorului, este interzisă și se pedepsește conform legii.

Universitatea Babeș-Bolyai
Presa Universitară Clujeană
Director: Codruța Săcelean
Str. Hasdeu nr. 51
400371 Cluj-Napoca, România
Tel./Fax: (+40)-264-597.401
E-mail: editura@editura.ubbcluj.ro
<http://www.editura.ubbcluj.ro/>

I. Introducere

Cercetarea de teren

Cercetarea teritorială și a așezărilor umane ca o știință aplicată

Cui i se adresează cartea?

Umplerea lacunelor

Despre simplificare

Structura cărții

Capitolele cărții

Cercetarea de teren

S-ar putea ca cititorului să-i pară familiară situația în care sosește într-un loc despre care nu are suficiente informații anterioare, nu știe exact care sunt problemele locale cele mai importante, știe doar că el va trebui să dea un răspuns la acestea, în condițiile în care nu dispune de timp suficient, iar mijloacele materiale îi sunt limitate. Această situație de bază apare de fiecare dată, când dorim să dezvăluim viața unei așezări umane, sau a unei întinderi cu scop științific, sau aplicativ. Chiar și atunci când este vorba de împrejurimile propriului nostru spațiu locativ - deși cunoaștem deja unele statistici care se referă la zona respectivă - întotdeauna vom dispune de mai puține informații anterioare, decât am avea nevoie pentru a da răspuns la problemele ce pot apărea ulterior. La începutul cercetării noastre nu putem ști cu precizie, care vor fi întrebările care necesită atenția și sensibilitatea noastră maximă, care vor fi, deci, temele cele mai importante ale cercetării noastre. Sursele materiale și timpul alocat cercetării se vor dovedi a fi insuficiente de fiecare dată, indiferent dacă este vorba de o cercetare cu scop științific planificată pe mai mulți ani, sau doar pe câteva săptămâni. Acest volum dorește să fie de folos în astfel de situații.

Prin „teren” – în interpretarea prezentului volum – se va înțelege o așezare umană, ori un ținut, regiune, teritoriu, întindere. Practica contemporană europeană face diferență între profesiile de dezvoltare a așezărilor, teritoriilor și provinciilor, respectiv între specialiștii care se ocupă cu sistematizare și dezvoltare. În zilele noastre, instituționalizarea acestor profesii și domenii de specialitate este un proces în plină desfășurare. Totuși, la derularea unei cercetări sociale, între diferitele profesii de sistematizare și dezvoltare nu se înregistrează diferențe; aceleași tehnici de culegere de date și procesare trebuie aplicate atât în cazul teritoriilor, cât și a așezărilor umane. Mai bine spus, metodele aplicate trebuie modificate puțin de fiecare dată, dar aceasta este o problemă specifică terenului și nu profesiei. Metodele prezentate în acest volum pot fi aplicate și în alte cazuri, de exemplu, în cercetarea unei părți a așezării, a unei subculturi, sau a unei instituții.

Există nenumărate metode pentru cunoașterea terenului. În volumul nostru, din considerente de întindere, nu putem să le prezentăm pe toate, dorim doar să prezentăm câteva tehnici de colectare de date din domeniul antropologiei, sociologiei, socio-geografiei și a științelor economice. Fără îndoială, alegerea acestor metode poate fi discutabilă, dincolo de tehnicile prezentate există alte metode pe care le-am putea include. În alegerea tehnicilor prezentate m-am bazat pe experiențele mele personale din domeniul dezvoltării așezărilor umane, conform cărora se pot dezvălui și pot fi răspunse relativ rapid, eficient și cu încredere temele cele mai importante ale cercetării.

Cercetarea teritorială și așezărilor umane ca o știință aplicată

Anterior, de cunoașterea vieții unei regiuni, sau a unei așezări au fost interesați doar unii sociologi pasionați. Deși rezultatele cercetărilor din domeniul sociologiei urbane sau rurale, a etnografiei, antropologiei, ori a sociografiei, au fost cunoscute de un public larg, acestea doar rareori au fost eficiente într-un mod direct, deci cercetările respective nu au fost cercetări aplicate.

În zilele noastre, părerea localnicilor – dialogul și acordul social – joacă un rol din ce în ce mai important în luarea deciziilor care se referă la viitorul unei așezări, sau a unei întinderi mici. Se pune, însă, problema eternă, cum anume pot fi dezvăluite părerile locale. Metodele tradiționale – ca, de exemplu, forumul pentru populație, sau seriile de interviuri – sunt insuficiente în practică pentru includerea populației în procesul planificării, respectiv pentru cunoașterea părerilor lor reale. Pentru descoperirea și procesarea datelor avem nevoie deci, de metode noi, mai eficiente. Cercetătorii din partea Europei în care trăim se află într-o situație relativ ușoară: fiind cu decenii în urmă față de țările dezvoltate în domeniul punerii bazelor sociologice de planificare a așezărilor și a teritoriilor, este ușor, deci, să preluăm metodele respective, să învățăm de la alții, și nu suntem nevoiți să inventăm neapărat noi căi de abordare. Acest manual prezintă metode sociologice care pot părea noutăți, totuși, în cercetarea așezărilor și a teritoriilor, acestea sunt deja de mult aplicate cu succes în alte țări.

Cui i se adresează cartea?

La redactarea acestui volum, în primul rând, i-am luat în considerare pe *specialiștii* din domeniul dezvoltării așezărilor și a teritoriilor. Prin urmare, în prezentarea unor metode, am luat în considerare un interval de timp scurt, iar tehnicile prezentate se leagă de anumite probleme de sistematizare/dezvoltare a așezărilor și a întinderilor. Unele metode însă – independent de exemplele cu caracter aplicativ – pot fi întrebuințate nu doar cu ocazia cercetării aplicate, dar și în cazul cercetărilor de lungă durată, cu caracter mai puțin practic. Sperăm, că acest manual, care se inspiră din mai multe discipline, să fie de folos și oamenilor de știință.

Este probabil, însă, că cei mai numeroși cititori ai manualului vor fi *studenții* profilului de sociologie sau urbanistică, cărora li se recomandă, sau le este obligatoriu să citească manualul.

Rezumând raționamentul, recomand, deci, manualul în primul rând *studenților* și *cercetătorilor* în sociologie, respectiv *specialiștilor „urbaniști”* care lucrează în domeniul dezvoltării, a sistematizării și a reglementării așezărilor, teritoriilor.

Umplerea lacunelor

Când am ales metodele care vor fi prezentate, un criteriu important de selecție a fost să scriem despre acele metode a căror aplicație în practică nu are încă o literatură orientativă în Ungaria.

În momentul prezentării unor metode, am pornit de la premisa, că cititorul încă nu a mai putut să citească despre metodologia respectivă. Deși este o practică care există de mult, totuși lipsește încă, un ghid orientativ despre metodologia de redactarea unei *hărți mentale*, sau a *analizei de rețea personală*; în aceste domenii dorim să oferim o prezentare cât mai amplă pornind de la baze. Referitor la alte metode există, deja, unele manuale, dar acestea, datorită unei alte viziuni asupra problemei, sau a faptului că nu au un caracter practic, sunt greu de folosit în cercetarea aplicată.

Deși, în general vorbind, literatura de specialitate în etnografie – antropologie și marketing este considerabilă, încă nu există un ghid practic referitor la *observația participativă* și lipsește, de asemenea, de pe piață și o lucrare care să prezinte în profunzime adecvată cercetările cu *focus-grup*. În zilele noastre, ambele metode de cercetare sunt însușite de cercetători în timpul practicii, deoarece în timpul instruirii universitare cunoașterea metodologiei pierde în favoarea predării predominante a teoriei și a cunoștințelor științifice. Capitolele se referă adesea la literatura de specialitate, care există, deja, în limba maghiară și sunt dezvoltate pe baza acestora; literatura de specialitate existentă este redată în capitolul IX. Literatura recomandată.

În fine, există subiecte despre care găsim manuale foarte bune în limba română. De exemplu, despre metoda chestionarelor, lucrarea lui *Earl Babbie* (1965, 1995), iar despre predarea rezultatelor unei cercetări, cartea lui *Katalin Szabó* (2001) poate fi un important punct de plecare; în aceste cazuri acest volum dorește doar să completeze cele prezentate în alte lucrări. Cunoașterea literaturii recomandate este necesară pentru înțelegerea exactă a celor prezentate în acest manual.

Despre simplificare

Dacă privim lucrurile din diverse perspective, ele par deseori diferite. Văzut dintr-un punct mai îndepărtat al sistemului solar, Pământul este un glob. Examinându-l de pe Lună este o planetă colorată, iar dacă ne uităm pe fereastra unui avion vedem o suprafață accidentată. Dacă îi întrebăm pe oameni, ce părere au despre Pământ, cei mai mulți vor vorbi despre problemele sociale și cele ale mediului înconjurător, și puțini (sau poate nimeni), vor spune că Pământul e un glob colorat cu suprafața accidentată.

Acest volum își propune, ca bazându-se pe diverse ramuri științifice, să întocmească o metodologie aparent unitară, cu aplicarea căreia se poate pătrunde viața așezărilor umane și a întinderilor. Trecând cu vederea peste faptul că și alte tehnici de culegere de date și de procesare ar mai putea fi incluse în volum, se poate înțelege faptul, că până și în cazul tratării metodelor ce urmează a fi prezentate, cadrele teoretice și considerentele metodologice ale acestora sunt prezentate doar în esență. Se înțelege, dacă mulți cititori vor considera, că unele teme ar fi trebuit prezentate mai pe larg și din perspectiva fiecărui profil de specialitate, toate capitolele ar trebui completate. Este foarte probabil ca în momentul în care un psiholog va parcurge sinteza despre abordarea constructivistă, făcută doar într-un *paragraf*, sau un etnograf va citi rezumatul de o *pagină jumătate* însumând un deceniu și jumătate din antropologia culturală, va gândi ceva de genul „hm, lucrurile, totuși, sunt puțin mai complicate”. La redactarea manualului am aplicat însă o abordare tocmai opusă: întrebarea de bază a fost găsirea modului în care să prezint cât mai simplu problemele de fond ale diferitelor ramuri științifice, cu scopul ca specialiștii diferitelor discipline să fie în măsură să-și însușească și să prelucreze toate metodele.

Una dintre ideile principale ale acestui manual este că viața de zi cu zi nu ia în considerare limitele, granițele disciplinelor. Datorită acestui lucru, pentru cunoașterea vieții unei așezări, sau a unei întinderi, este necesară o viziune sociologică interdisciplinară. Ca specialist în practică, știu din experiență, că o cercetare a unei așezări, care se bazează pe practică și o viziune interdisciplinară, efectuată la un nivel mediocru, aduce rezultate care pot fi utilizate mai bine, decât o cercetare remarcabilă, care rămâne, însă, în limitele propriei discipline de specialitate. Conceptul de interdisciplinaritate necesită o oarecare distanțare de fiecare disciplină, de limbajul acestora și de propriile lor interpretări. Datorită necesității unui „limbaj comun”, a trebuit să renunț la termenii tehnici specifici fiecărei științe și la folosirea retoricilor de resort, acest lucru permițându-mi, însă, să prezint în cel mai simplu mod posibil unele tehnici de metodologie și reflectări referitoare la problemele teoretice.

Structura cărții

În acest manual metodele de cercetare sunt introduse cu câte un capitol într-un limbaj ușor de înțeles, fiecare fiind completat - texte în chenar - cu pasaje și recenzii luate de la alți autori.

Capitolele acestui manual trec în revistă, pe scurt și în mod practic, bazele teoretice ale metodelor sociologice, cele mai importante probleme de teorie și practică și pașii punerii în

practică a acestora. Problemele și exercițiile de control se găsesc la sfârșitul manualului. Deși există destule exemple internaționale, am încercat să prezentăm în fiecare caz exemple și studii de caz efectuate mai ales în Ungaria. Sperăm, ca urmând punctele capitolelor, un cercetător cu niște cunoștințe de bază, conform metodologiei date, să poată efectua o cercetare de „probă”. Însă, aceste îndrumări scurte prezintă deseori într-un mod prea simplificat unele probleme de bază ale unor tehnici. Fără îndoială, cine dorește să și aplice aceste metode în practică și nu doar să le încerce, acela va trebui să învețe din propriile sale greșeli și să se adâncească în literatura de specialitate.

Perfecționarea pe cale autodidactă este facilitată de trecerea în revistă a literaturii de specialitate și a recomandărilor de cărți de la sfârșitul manualului. Având în vedere timpul limitat al specialiștilor de dezvoltare a așezărilor, în loc să prezentăm toată literatura de specialitate, am selectat cele mai practice și utile texte și pagini de Internet. Despre unele volume și pagini oferim și o scurtă prezentare pentru facilitarea găsirii și alegerii textului potrivit.

Capitolele cărții

I. Investigație sociologică

Primul capitol al manualului își propune să definească cazurile în care într-o așezare, sau întindere mică este indicat efectuarea un studiu de specialitate de bază cu caracter sociologic, respectiv să puncteze rolul pe care metodele prezentate îl au pe parcurs în fundamentarea concepțiilor de dezvoltare a așezărilor.

II. Îmbinarea tehnicilor de cercetare cantitativă și calitativă

Cel de-al doilea capitol al manualului se adresează, în special, sociologilor care sunt instruiți în însușirea metodologiei cantitative. Capitolul atrage atenția asupra faptului că între cele două abordări, curente majore de cercetare, nu se pot face diferențieri calitative; pentru cunoașterea unei societăți locale este nevoie de aplicarea simultană a ambelor tehnici de cercetare.

III. Observația participativă

Observația participativă este metodologia cea mai cunoscută și cea mai frecvent folosită în antropologia culturală. Această metodă - la începuturi - a fost folosită pentru cunoașterea unor societăți despre care cercetătorii „nu au știut mai nimic”. Antropologia – printre multe altele - ne învață, că este bine să admirăm multe particularități ale societății noastre contemporane de parcă nu am ști nimic despre ele. Observația participativă o recomand, în primul rând, unor cercetători sensibili, care consideră că problemele majore ale societății și problemele minore ale oamenilor de rând sunt la fel de importante.

IV. Interviul cu focus-grup

Este metoda la modă - în primul rând - în domeniul publicității, care datorită problemelor legate de metodologia sa, este rar folosit în cercetări sociologice. În timpul cercetării oamenii care „reprezintă” grupul de țintă (ei sunt focus-grupul) se așează în jurul unei mese, iar un cercetător, așa-numit moderator, pune niște întrebări. Pe parcursul cercetării ies la iveală nu doar răspunsurile întrebărilor, ci și motivul acestora. Reacțiile spontane ale participanților la cercetare, pot constitui și ele informații importante.

V. Interviul, chestionarul și culegerea bazelor de date – într-un mod apropiat terenului

Acest manual nu și-a propus să dea o îndrumare la fel de amănunțită, ca și în cazul celorlalte tehnici de cercetare, despre luarea unui interviu, redactarea chestionarelor, luarea unei mostre, sau despre metodologia prelucrării datelor.

Cel de-al cincilea capitol dorește să fie mai mult o completare, cu scopul de a prezenta modul în care putem efectua interviuri, alcătui chestionare în împrejurările specifice cercetării pe teren. Aceste completări sunt eficiente pentru specialiștii, care posedă, deja, experiențe în aplicarea acestor trei metode frecvent utilizate. Pentru a putea progresa, studenții și cercetătorii cu mai puțină experiență au la dispoziție literatura recomandată.

VI. Redactarea hărții mentale

Când auzim cuvântul hartă, de obicei ne gândim la desenul care reprezintă o parte din suprafața Pământului redată la dimensiuni reduse. Dacă auzim însă de harta medievală, atunci ne aducem aminte de desene greu de descifrat unde desenatorul prezintă „fidel” portrete cu monstrul apelor și tătarii cu cap de câine. Asemănător acestora din urmă este harta mentală, care culege și reprezintă toate cunoștințele referitoare la o așezare, sau întindere. Redactarea hărții mentale, spre deosebire de celelalte metode, nu este o metodă de colectare de date, ci mai degrabă o metodă de procesare a datelor, respectiv tehnică de interpretare. Schițarea hărții (dacă facem așa ceva) este doar o prezentare grafică a unei baze de date, ale cărei elemente pot fi culese în timpul cercetărilor cu ajutorul interviurilor, sau a chestionarelor.

VII. Analiza de rețea

Analiza de rețea este la modă în zilele noastre. În profesiile de dezvoltare a așezărilor umane și a teritoriilor, adesea se conturează cerința, ca diferitele unități mai mici (satele, microregiunile, școlile, întreprinderile locale. etc.) să își rezolve propriile probleme organizându-se în *rețele*. Deși avantajele sunt evidente, totuși încă prea puțini cercetători fac cercetări cu caracter de rețea. Acest lucru are mai multe cauze: puțini sunt cei care se pricep la aceste proceduri de analiză, pentru procesarea datelor pe computer este nevoie de softuri noi, și sunt puține comenzile de acest gen. Acest capitol dorește să fie de ajutor în această problemă.

Ca scriere în ramă prezentăm o parte din manualul lui *Jose Luis Molina* care trece în revistă aplicarea analizei de rețea.

VIII. Interpretare

Munca cercetătorului, însă, nu se termină cu prezentarea și interpretarea datelor; el trebuie să predea cunoștințele dobândite ordonatorului cercetării, adică Consiliului Local, sau asociației micro-regionale. Ultimul capitol al manualului atrage atenția asupra faptului, că informația care nu este înțeleasă, care nu este transmisă într-un mod adecvat, practic nici nu există. Acest capitol prezintă niște îndrumări practice, care pot ajuta la utilizarea cercetării profesionale de sociologie. Pe parcursul interpretării un rol semnificativ le revin elementelor vizuale, cu caracter de imagine; acestui aspect îi conferă actualitate faptul, că culegerea și transmiterea informațiilor cu caracter de imagine devine din ce în ce mai ușoară în zilele noastre.

Autorul unui studiu sociologic trebuie să ia în considerare și faptul, că din când în când propunerile lui vor fi chiar acceptate. Dacă propunerile vor fi mai mult decât niște concepții sociologice, de pe masa proiectantului ajung să fie puse în practică. În acest caz este indispensabil monitoring-ul, adică verificarea faptului, că propunerile își vor atinge într-adevăr scopul.

II. Îmbinarea tehnicilor de cercetare calitativă și cantitativă

Introducere

Tehnici de cercetare pe o axă calitativă-cantitativă

Fidelitate și validitate în sociologie

Caracteristici specifice terenului
și comparabilitate în antropologie

Tehnici calitative-cantitative:

succesiune și coordonare

Mersul cercetării aplicate pe teren

Texte în chenar:

Când să alegem tema de cercetare și când să operaționalizăm?

Introducere

O părere general răspândită este că există două tehnici de cercetare sociologică, respectiv două tradiții în cercetare: una *calitativă* și una *cantitativă*. În limbajul utilizat de breaslă, tehnici „slabe” și „tari”. Ele diferă mai ales prin faptul că una tinde spre autentificarea caracteristicilor *calitative*, pe când cealaltă spre *cuantificare numerică*.

Mulți sunt de acord, de asemenea, că un cercetător poate excela, de obicei, doar în una dintre aceste metode de cercetare. Unii sunt însă de părere, că împărțirea rigidă a tehnicilor de cercetare pe două grupuri este un lucru anormal. Problema este, mai degrabă, dacă întrebăm puțini, sau mulți oameni, respectiv, dacă practicăm o metodă de recoltare de date structurată, sau nestructurată, adică dacă știm, sau nu de la bun început, ce fel de date vom recolta.

Punctul de vedere al prezentei lucrări este că, deși există două tradiții de cercetare și de predare, unii sociologi fiind adepții unei anume direcții de cercetare, pentru cunoașterea vieții unei comunități, sau întinderi, este nevoie de aplicarea concomitentă, simultană a tehnicilor calitative și cantitative. Lumea societății pe care trebuie să o cunoaștem pentru elaborarea unui plan de dezvoltare teritorială, nu poate fi împărțită pe numere, presimțiri, ori date „tari” și „slabe”. Din această cauză, folosirea uneia dintre aceste două tehnici tradiționale nu corespunde scopului nostru. Pentru a putea îmbina cele două tehnici nu avem nevoie de capacități speciale – după cum mulți presupun –, ci doar de cunoștințe adecvate în domeniul diverselor tehnici de cercetare.

În zilele noastre, breasla de dezvoltare teritorială, incluzând și atelierele de cercetare sociologică, se confruntă cu preponderența conceptelor cantitative. Această situație specifică a apărut din mai multe cauze. De exemplu, cursurile de *metodologie* în formarea sociologilor, au o tematică aproape exclusiv statistico-matematică. Se poate constata, de asemenea, și faptul că, de la socialism încoace, abordarea din punctul de vedere tehnic al procesului de planificare-dezvoltare teritorială are un prestigiu mai mare. În acest capitol dorim să atragem atenția, în primul rând, asupra neajunsurilor abordării pur cantitative și asupra avantajului care rezultă din îmbinarea celor două tehnici. Atragem însă, încă odată, atenția cititorului asupra faptului că, deși criticile aduse abordării cantitative sunt unilaterale, totuși această lucrare îndeamnă la folosirea echilibrată a tehnicilor calitative și cantitative, fiind de părere, că nici una dintre aceste tehnici nu este mai „bună” sau mai „rea” decât cealaltă.

Scopul acestui capitol nu este să prezinte tehnicile de cercetare, sau problematica validității/exactității în totalitatea lor; în acest capitol dorim să prezentăm specialiștilor practicanți doar o imagine simplificată a acestora, care prin cunoașterea elementelor de bază, pot să se angajeze în planificarea unor cercetări de cunoaștere a societății locale.

Tehnici de recoltare de date pe o axă calitativă-cantitativă

În acest capitol trecem în revistă tehnicile de culegere de date care pot fi folosite în cunoașterea societății locale. Diferitele metode sunt considerate mai calitative, sau mai cantitative, conform următoarelor patru criterii:

1. Recoltarea de date este structurată, sau nestructurată, adică definim, sau nu, ce fel de date și informații culegem?
2. Câți subiecți (oameni) pot fi contactați cu tehnica respectivă, vom avea date despre mulți, sau puțini subiecți?

3. Datele vor fi specifice numai zonei, putând fi interpretate doar în context local, sau vom obține rezultatele cu caracter comparabil?
4. Cercetătorul însuși cât este de apropiat, sau îndepărtat de teren?

Cu cât este mai nestructurată o cercetare cu atât este mai calitativă - pune întrebări de importanță locală, conformându-se la teren. Cercetarea este executată chiar de cercetător, fapt ce demarcă astfel cercul indivizilor care pot oferi informații. (Cercetarea cantitativă este opusul acesteia) Această abordare îmbină perspectiva antropologică și sociologică; în sociologie importanța primelor două criterii, pe când în antropologie importanța ultimelor două criterii este accentuată.

În viziunea mea, diferitele tehnici de recoltare pot fi plasate pe o axă continuă:

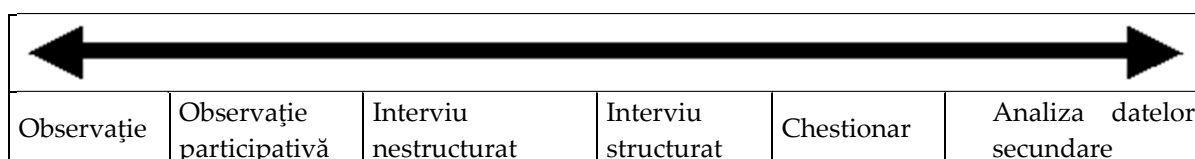


Fig 2.1. Tehnici de colectare pe o axă calitativă-cantitativă

Tehnicile sociologice de culegere de date sunt toate, metode „tinere”, prezentarea, definirea și aplicarea lor în practică are un trecut de doar o sută de ani. Desigur, au existat oameni care cu multe secole în urmă au făcut deja anumite observații asupra unele culturi sau civilizații. Aceste observații, care au fost făcute fără metodologii, au fost chiar importante de multe ori, și în sociologie, sau antropologie multe dintre rezultatele acestora sunt considerate referințe, chiar și în zilele noastre. Să ne aducem aminte de corespondența unor exploratori: *“Se plimbă în pielea goală, așa cum i-a lăsat Dumnezeu”* - notează Columb primele sale impresii despre băștinănașii Americii. *“Nu poartă arme deloc, de fapt nici nu le cunosc. Le-am arătat săbiile și din neștiință le-au prins de tăiș, tăindu-se”*¹.

Fără îndoială, aceste reportaje au trezit interesul multor oameni și pot constitui surse primare pentru mulți cercetători. Este incontestabil, de asemenea, și faptul că aceste corespondențe nu au urmărit o cercetare metodică.

Observația participativă – față de cea prezentată - presupune, însă, variate constrângeri. Una dintre acestea este necesitatea ca cercetătorul să vadă lucrurile concomitent și din exterior, și din interior, adică să „trăiască” evenimentele, făcând parte din comunitatea locală, dar în același timp să aibă și atitudinea unui om din afara ei, lăsându-se acaparat, uimit de ciudatele tradiții locale. Un alt imperativ este ca cercetătorul să petreacă cât mai mult timp pe teren, să se raporteze la teren ca la o lume care trebuie „descoperită”, atribuind mai puțină importanță informațiilor preliminare. În ciuda acestor constrângeri, observația participativă rămâne, în mare, o tehnică de cercetare calitativă: culegerea informațiilor este, în principiu, nestructurată, în mod caracteristic, atât rezultatele cercetării cât și întrebările acesteia se configurează de-a lungul cercetării. Cercetarea nu se poate separa de teren și nici de persoana cercetătorului, ceea ce înseamnă că, observația participativă nu poate fi lăsată în grija altcuiva și nu poate fi făcută altundeva. La începutul cercetării de teren, cercetătorul pornește în investigații, folosind metoda observației participative: nu cunoaște terenul, informațiile „de culise” nu îi dezvăluie prea multe, trebuie să descopere această microsferă.

¹ Kolumbusz útinaplója (1941) (Jurnalul de călătorie al lui Cristofor Columb) 1991. Budapesta: Editura Akadémiai. Traducerea Szerb Antal.

Interviul - în sens lărgit - înseamnă o simplă conversație, care se deosebește de conversațiile noastre din toate zilele doar prin faptul, că am dori să fructificăm informațiile adunate pe parcursul cercetării. Pentru a obține diferite răspunsuri la diferitele întrebări, s-au elaborat diferite tehnici de interviu. Interviurile pot diferi și prin nivelul lor de structuralitate. Într-un interviu *nestructurat* nu trebuie să dirijăm subiectul interviului, ci mai degrabă, după ce îi punem o întrebare de la care poate porni conversația, îl lăsăm să își grupeze răspunsurile după propriile sale puncte de vedere și în propriul său ritm. În cazul acestor interviuri, de obicei, cele mai importante informații sunt acelea care se referă la criteriile grupării punctelor de vedere, la limbajul folosit pentru tratarea întrebării, nu este deci indicat, să ne întrerupem, sau prin reluări de întrebări să ne dirijăm partenerul. De obicei, la începutul unei cercetări, când, încă, nu știm cu precizie ce ne interesează, lucrăm cu interviuri nestructurate. Într-o fază mai târzie, când se conturează problematica cercetării pe care dorim să o parcurgem cu partenerul nostru, interviul devine din ce în ce mai *structurat*, ceea ce înseamnă că unele blocuri de întrebări sunt compuse și discutate în avans. De multe ori, poate fi important, ca unele întrebări să fie puse exact în același fel tuturor subiecților. În aceste cazuri, întrebările interviului nu pot fi modelate la limbajul subiecților, interviul devine mai „cantitativ” deci, dintr-o altă perspectivă, de dragul comparabilității trebuie să renunțăm la avantajul modelării la teren. Putem pune *întrebări deschise și fixe*, adică întrebări care teoretic pot genera ori ce fel de răspunsuri, și întrebări care generează un număr restrâns de răspunsuri. Importanța cercetătorului pe parcursul interviului va fi cu atât mai mică cu cât interviul este mai structurat, cu cât mai multă precizie sunt pregătite întrebările dinainte și cu cât mai multe sunt întrebările fixe. În cazul în care ne consemnăm întrebările și ținem neapărat să le punem de fiecare dată în aceeași formă, obținem un chestionar.

Dacă întrebările unui *chestionar* sunt puse întotdeauna în același fel, atunci nu este neapărat nevoie ca cercetătorul să fie de față. Datorită faptului, că chestionarele se redactează și se prelucrează la masa de birou, cercetătorul, de obicei, nu se întâlnește cu indivizii chestionați și nu are legătură directă nici cu mediul înconjurător al acestora - acest lucru fiind sarcina operatorilor de chestionar. Chestionarul este, deci, structurat, se conformă în puțină măsură terenului, însă cu ajutorul acestuia putem să întrebăm mulți oameni într-un timp relativ scurt, fără ca cercetătorul să fie nevoit să se afle pe teren. Cele mai multe cărți de metodologie consideră că tehnica chestionarelor este, prin excelență, o metodă de cercetare cantitativă.

Prelucrarea datelor secundare înseamnă interpretarea unor baze de date care nu au fost redactate în timpul și pentru scopurile cercetării curente. Sursa acestor date este, de obicei, o bază de date mai amplă, în cazul cercetării așezărilor sunt caracteristice, de exemplu, Agenția Națională de Statistică, Centrul de Cercetare Regională, sau chiar Consiliul Județean. Procurarea bazelor de date este, fără îndoială, cea mai cantitativă modalitate de recoltare a informațiilor referitoare la teren. Cercetătorul, care dorește să se familiarizeze cu viața locală, în acest caz nu se va întâlni nici cu subiecții la care se referă datele, nici măcar cu cei care au elaborat, respectiv au pus întrebările. Deși nu putem afla mare lucru despre modul în care au fost recoltate datele, totuși se poate asuma, că recoltarea a fost cu atât mai structurată, cu cât baza de date a fost mai amplă, însă cu atât mai puțin specifică terenului. Granița dintre metoda cantitativă și calitativă, de regulă, se poate plasa undeva între interviu și chestionar. În viziunea noastră, între aceste două tehnici nici unde nu se poate trage o linie concretă de demarcație, cele două metode mai degrabă pot fi imaginate ca o axă continuă. Unele metode pot fi în suprapunere, fiecare din ele pot conține elemente deopotrivă cantitative și calitative.

De exemplu, un chestionar poate fi adaptat la teren, de natură flexibilă, la fel cum pe baza unui interviu nestructurat avem modalitatea de a obține date comparabile de mare validitate.

Fidelitate și validitate în sociologie

În sociologie și statistică, conceptul de *fidelitate* se referă la gradul de probabilitate în care afirmația enunțată de regulă pe baza rezultatelor unor analize statistice de date, este adevărată. *Validitatea* indică dacă afirmația se referă, într-adevăr, la problema respectivă. Sociologii consideră că fidelitatea și validitatea sunt invers proporționale și că toată problema este în relație cu numărul n , numărul indivizilor intervievați. Precum se afirmă în limbajul de specialitate deseori: cercetarea este cu atât mai „profundă” cu cât este mai mic numărul n , și invers, fidelitatea este cu atât mai mare cu cât este mai mare numărul indivizilor întrebați, însă validitatea poate scădea în acest caz. „Slăbiciunea” validității constă în faptul că, de exemplu pe parcursul colectării de date cu ajutorul unui chestionar, aflăm răspunsul individului, însă nu aflăm motivațiile și interpretările din spatele răspunsului său.

Criticile aduse colectării de date statistice calitative scot în evidență faptul, că – contrar opiniei generale - fidelitatea cercetării nu este în legătură, în primul rând, cu numărul indivizilor întrebați, ci cu momentul *operaționalizării*. Pe parcursul cercetării calitative, cele mai multe greșeli se comit premergător fazei de colectare și analiză a datelor; cu prilejul formulării întrebărilor și a definirii ariei de date ce urmează a fi recoltată. (Despre operaționalizare vezi *scrierea în ramă*).

Când să alegem o temă de cercetare și când să operaționalizăm

După părerea lui James P. Spradley (1980)² cercetările sociologice de obicei sunt concepute ca un proces linear, pe când practica etnografică urmărește un model ciclic. Pentru planificarea cercetării lineare autorul citează o schemă din lucrarea lui McCord și McCord³; cu modele asemănătoare, de altfel, ne întâlnim aproape în fiecare carte de metodologie:

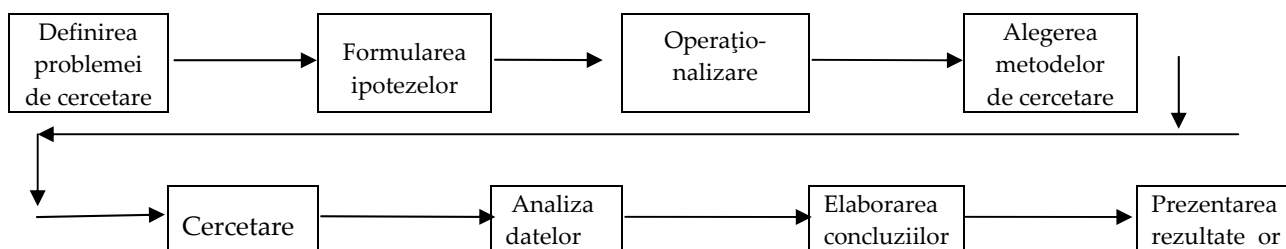


Fig. 2.2. Procesul de planificare lineară al cercetării sociologice

După părerea lui Spadley majoritatea cercetărilor etnografice (antropologice, calitative) urmăresc o schemă ciclică. Într-o schemă ciclică după alegerea terenului și a temei urmează definirea problemelor cercetării, faza de cercetare, stocarea datelor și analiza acestora. Bazându-ne pe analiza datelor poate urma formularea rezultatelor. În lumina acestora, însă, se ni se conturează niște noi probleme. Acestea din urmă pot fi formulate cu o pregătire mai aprofundată, bazându-se pe mai multă experiență ca în primul ciclu, drept urmare rezultatul cercetării poate fi de o validitate superioară precedentului ciclu. În cazul problemelor noi poate avea loc o nouă cercetare, stocare și analiză de date, elaborarea unui nou studiu, care eventual poate fi urmată de un nou ciclu, și așa mai departe.

² Spradley, James P. 1980: *Participant Observation*. Wadsworth: Thompson Learning.

³ McCord, Joan és W. McCord 1958: *The Effects of Paternal Role Model on Criminality*. Journal of Social Issues 14: 3, 66-75

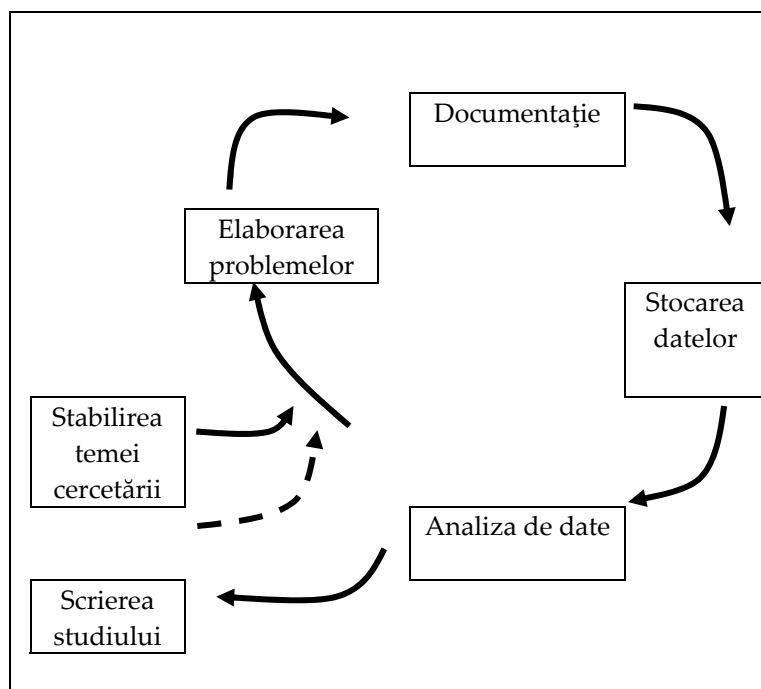


Fig.2.3. Ciclu de cercetare etnografică

Operaționalizarea este acea fază a cercetării în care atașăm proceduri de măsurare unei probleme cercetate. Pe parcursul operaționalizării cercetările cantitative tind spre cuantificare, ca datele să poată fi comparate și măsurate. Indicatorii de măsurare cuantificabili au rol de indicator, deci nu se referă direct la obiectul cercetării, dar dezvăluie unele trăsături ale acestuia. Dacă, de exemplu, dorim să formulăm propuneri privind dezvoltarea sistemului sanitar dintr-o localitate, ar putea fi important, să ne familiarizăm cu obiceiurile locale în ceea ce privește fumatul. Indicatorul de măsurare al fenomenului ar putea fi, de exemplu, numărul de îmbolnăviri al organului respiratoriu pe 1000 de locuitori, sau răspunsul dat la întrebarea: „Dumneavoastră fumați?” În zilele noastre, în practica sociologică și de dezvoltare a așezărilor umane, cercetările sunt planificate dinainte. În mod caracteristic, la comanda unui studiu sociologic, sau cu prilejul ținerii unui concurs pentru obținerea unei burse de cercetare, cercetătorului i se pretinde, de obicei, prezentarea un plan de cercetare amănunțit și eventual chiar prognoza rezultatului. O cercetare „bine planificată” nu numai că își formulează „dinainte” temele principale - adică înainte de se ajunge pe teren - , dar formulează și ipoteze, mai mult, efectuează și operaționalizarea, adică stabilește prin ce indicatori de măsurare ar putea fi testate ipotezele. Cercetătorul, de obicei, când ajunge pe teren cunoaște deja principalele statistici, are chestionarul făcut și interviul schițat. Dacă nu procedează astfel, el riscă să fie considerat nepregătit.

Considerăm că efectuarea operaționalizării timpurie, adică planificarea metodelor de măsurare și ai indicatorilor de măsurare înainte ca cercetătorul să cunoască terenul, este o greșală. Sunt multe argumente care justifică de ce este necesar să facem cunoștință cu terenul înainte de toate acestea. Cel mai important dintre aceste argumente este, că tema de cercetare în sine demarcă aria răspunsurilor posibile. Dacă știm dinainte ce dorim să cercetăm, atunci nu putem avea ca rezultat o ipoteză care să difere, în mare măsură, de planul nostru inițial. Cercetarea bine structurată este și oarbă într-o oarecare măsură, informațiile care apar și nu sunt importante din punctul de vedere al cercetării, nu pot fi prelucrate.

Un alt argument împotriva operaționalizării prea timpurii este faptul, că rezultatele cercetării nu pot fi separate de fondul cultural în care au fost formulate. În cazul unui interviu, sau al unui chestionar, atât întrebările, cât și răspunsurile pot fi considerate valide doar în contextul cultural local.

Aceleași date statistice pot fi interpretate diferit în diferite contexte. (Pe această recunoaștere se bazează analiza contextuală.) Însă, contextul validității datelor statistice nu este o informație evidentă, de cele mai multe ori, se poate afla doar bazându-ne pe cunoștințele noastre pe care le avem despre teren.

Problema confidențialității este una importantă. În capitolul V. vom prezenta mai amplu această problemă, obținerea de informații de natură confidențială presupune, în primul rând, o relație amiabilă cu localnicii, iar formarea acesteia necesită timp îndelungat și prezența personală a cercetătorului pe teren.

Este probabil ca, din cauze bariere etice, sau chiar de fidelitate, nu vom putea folosi toate tehnicile de cercetare pe un anumit teren. Invers, o tehnică de cercetare nu poate fi folosită pe toate terenurile. Fără investigarea premergătoare a terenului nu putem fi siguri, că metoda aleasă de noi va fi într-adevăr una corespunzătoare scopului nostru.

Rezumând raționamentul, pentru a putea cunoaște metodele adecvate și problematicile valabile în zonă, trebuie să avem niște cunoștințe premergătoare despre teren. La începutul unei cercetări, cercetătorul, încă, nu poate să recunoască cele mai importante probleme ale cercetării, nu poate mai ales să-și cunoască ipotezele și nu știe pe baza căror date le va testa pe acestea. Un plan bun de cercetare nu poate fi alcătuit la începutul cercetării, ci într-o fază mai târzie, atunci când potrivit cunoștințelor locale ne putem baza pe rezultatele unei etape de culegere de date nestructurate.

De altfel, în sociologia contemporană, temporizarea elaborării planului de cercetare și operaționalizare la mijlocul perioadei de investigație este o practică des folosită.

Specificitate de teren și comparabilitate în antropologie

În antropologia culturală chestiunea validității și a fidelității nu ocupă un loc distins, însă o problematică asemănătoare apare în privința a alte două perechi de antonime. Una este contradicția dintre cercetarea *spontană* și (versus) cea *planificată*, iar cealaltă este diferența dintre metodele de cercetare *specifice terenului* și cele *comparative*. Pentru ca aceste chestiuni să poată fi înțelese, trebuie să prezentăm, pe scurt, logica metodelor de cercetare în antropologie, care sunt aproape necunoscute în practica de dezvoltare a așezărilor. Pentru cei care vor să-și aprofundeze cunoștințele în temă, la sfârșitul manualului recomandăm câteva lucrări antropologice.

Cea mai importantă metodă a cercetării antropologice este observația participativă, care se conformează în totalitate terenului. Este pretins ca cercetătorul să se integreze cât mai bine în societatea locală, să participe în viața comunității locale ca un membru al acesteia. Pentru a se putea adapta este nevoie de sacrificiu personal, ceea ce înseamnă, că această muncă se poate face doar cu mult devotament. Mulți specialiști în dezvoltarea așezărilor sunt surprinși când constată acest lucru, deoarece într-o cercetare sociologică, modul acesta de identificare nu este necesară. Cercetătorul se poate identifica cu comunitatea locală în diferite măsuri, dar putem afirma că antropologul este predispus să uite de existența vieții din afara terenului investigat. Cercetătorul s-ar ocupa, adesea, cu cea mai multă plăcere, doar de chestiunile care sunt interesante local, chiar și atunci când rezultatele nu pot fi analizate într-un context mai larg, tocmai din cauza specificității terenului respectiv.

La începutul secolului XX. antropologia culturală s-a autodefinit ca o știință comparativă a diferitelor forme de manifestare a culturilor omenești. Deși această disciplină a trecut prin multe schimbări semnificative de atunci, în acest manual vom folosi această primă definiție. Noțiunea cheie, în antropologie ca știință, este comparabilitatea: se poate elabora o imagine cât de cât amplă (holistică) din totalul cazurilor observate pe parcursul cercetărilor individuale efectuate pe teren, prin elementele care se pot conjuga.

Ilustrând print-o comparație, să ne imaginăm că trimitem o sută de analiști într-o pădure întunecată, fiecare înzestrat cu câte un reflector, cu sarcina ca până dimineața să descrie cum arată pădurea. Fiecare analist își va plasa reflectorul undeva și va nota cele văzute. Una din descrieri va suna probabil astfel: „Pădurea este alcătuită din trei ciuperci, care cresc sub ferigi. Din când în când niște insecte nocturne zboară deasupra lor”. O altă notiță poate va suna astfel: „Pădurea este alcătuită din coroane de frunziș cu câte-un trunchi de copac. Pe un trunchi se vede o scorbură, în care și din care în mod regulat intră și iese o bufniță, care sosește cu câte-un șoric în gură și pleacă fără acesta.” Câte una dintre aceste descrieri ar fi insuficientă pentru prezentarea pădurii, dar putem presupune, că punându-le pe toate laolaltă, primim o imagine policromă, care este aproape de adevăr în ceea ce privește pădurea, care este plină cu ciuperci, ferigi, copaci, bufnițe etc.

Elementul de bază al cercetării antropologice este comparabilitatea. Și în cazul investigațiilor individuale conform terenului trebuie create punctele de legătură, ceea ce înseamnă, că în alegerea tehnicilor de cercetare, cât și a temelor de cercetare, cercetătorul trebuie să se adapteze nu numai la teren, ci și la alți cercetători, iar în cele din urmă să ajungă la un numitor comun și cu literatura de specialitate. Ca să facă față exigenței de comparabilitate, cercetarea antropologică nu poate să se adapteze perfect la teren, sub acest aspect, deci, nu poate fi „calitativă”; în elaborarea problematicii trebuie să cerceteze și anumite probleme ale unor investigații străine terenului respectiv.

Înrudită cu aceasta chestiune este și problema documentației *spontane*, sau *planificate*: antropologii ar prefera, cu cea mai mare plăcere, să facă o cercetare care să se adapteze perfect la teren, o astfel de cercetare presupune flexibilitate metodologică, deoarece tehnica de cercetare adecvată poate fi aleasă doar cunoscând temeinic terenul. Deoarece, în cele din urmă, cercetătorul va trebui să scrie un studiu, acesta trebuie să recolteze, printre altele, și date care vor asigura comparabilitatea cu alte cercetări. Recoltarea datelor de calitate și în cantitate suficientă poate fi posibilă doar dacă cercetătorul are un plan de cercetare în prealabil pregătit, fapt ce-l îndepărtează pe cercetător de abordarea sa inițială, pur calitativă.

Tehnici calitative și cantitative: succesiune și coordonare

După opinia *Teresei San Román*, contradicția aparentă dintre fidelitate și validitate, respectiv cea dintre specificitate de teren și comparabilitate poate fi soluționată dacă munca pe teren este împărțită pe două faze.

Cel mai important rezultat al primei faze este apropierea dintre cercetător și mediul ce urmează a fi investigat. La sfârșitul fazei, cercetătorul trebuie să simtă că vorbește „aceeași limbă” cu oamenii din mediul respectiv și să dezvolte mai multe relații confidentiale. Cercetătorul trebuie să parcurgă terenul cu ochii deschiși, prezentând interes față de lucrurile noi care apar pe teren, chiar dacă are, deja, niște informații anterioare despre teren (din literatura de specialitate, sau din statistici), trebuie să pornească de la propriile sale impresii și experiențe. Cercetătorul trebuie să se străduiască să învețe limbajul folosit de localnici pentru ca

întrebările privind temele locale să fie puse pe limbajul lor. Această fază de culegere a datelor presupune o cercetare nestructurată, acesteia fiindu-i caracteristică observația participativă și interviul nestructurat. La sfârșitul primei faze este bine să ne îndepărtăm puțin de teren și să reflectăm iarăși din exterior. În acest timp se așează experiențele dobândite și putem redacta o listă cu temele importante ale cercetării. Acest interval de timp poate fi perioada culegerii datelor secundare, a consultării literaturii de specialitate și a conceperii ipotezelor, tot atunci se poate efectua și operaționalizarea.

Scopul celei de-a doua faze este obținerea acelor date cu care se pot da răspunsuri la problemele de cercetare apărute la sfârșitul primei faze. Această fază este una de cercetare planificată. În mod caracteristic operăm cu interviuri structurate, cu chestionare, prelucrări de date statistice, dar pentru verificarea și interpretarea rezultatelor cantitative și acum trebuie să abordăm, de fapt, o apropiere calitativă, ca de exemplu folosirea metodei focus-grupului. Datorită cunoștințelor premergătoare, cercetarea se adaptează la contextul local, la specificul terenului, însă va fi mai puțin flexibilă, ceea ce înseamnă că în această fază nu este indicat să ne mai abatem de la planul nostru de cercetare. La sfârșitul celei de-a doua faze este timpul să confruntăm ipotezele cu realitatea și să prezentăm o evaluare descriptivă a interpretării.

Alan Bryman, este de părere că metodele calitative și cantitative se completează reciproc. Metodele calitative pot fi de ajutor, de exemplu, la identificarea problemei, respectiv la stabilirea indicatorilor și a scalelor, pot da idei pentru alcătuirea modelelor de analiză a drumurilor, pot fi de folos în interpretarea rezultatelor. În același timp, numai pe baza colectării de date prin metodă cantitativă putem să ne pronunțăm cu siguranță asupra veridicității unor presupuneri bine fundamentate, apărute ca rezultat al metodelor calitative. Bryman subliniază faptul că analiștii cercetării calitative, deseori, sunt tentați să-și califice (greșit) rezultatele prin expresii precum „de obicei”, „în genere”, „în majoritate”. Când, însă, ar fi important de știut ce caracteristici, ce opinie are „în majoritate”, sau „în genere” o societate locală în legătură cu o problemă anume, singura metodă corespunzătoare este măsurarea pe cale cantitativă.

Diferitele tehnici nu numai că pot fi utilizate laolaltă – dar există și tehnici hibride, care aliază elemente cercetării calitative și cantitative. Bryman ne prezintă ca exemplu observația participativă, ale cărei rezultate pot fi prelucrate în mod cantitativ prin procedeul comprimării datelor. În capitolul V. încercăm să prezentăm o modalitate cu ajutorul căreia metoda chestionarelor și culegerea datelor statistice să poată fi făcută în mod hibrid, cât mai *apropiat de teren*, având ca rezultat o cercetare mai calitativă și cu o validitate mai mare.

Faptul că metodele cantitative și calitative au aceeași importanță, nu înseamnă că toate tehnicile de cercetare pot fi folosite la fel de bine în cazul oricărei probleme. În momentul alegerii unei tehnici trebuie să luăm în considerare diverse puncte de vedere, deoarece, în majoritatea cazurilor, probabil doar una dintre metode se dovedește a fi adecvată.

În practica de dezvoltare a așezărilor umane, o formă caracteristică de culegere de date, în afară șirului de interviuri și colectarea bazelor de date statistice, este chestionarul. Autorul lucrării de față atrage atenția asupra faptului că, chestionarul nu este o tehnică care poate fi folosită în general. Am comite o eroare elementară, dacă am dori să ne formăm o imagine amplă despre o așezare folosind tehnica chestionarelor reprezentative. Această tehnică nu este oportună pentru dibuirea contextului local. Fiind una robustă, poate să dea răspuns doar, și numai la problema pentru care a fost concepută. Pe parcursul cercetării, chestionarul este la fel ca un tractor în grădinarit: poate economisi o mare cantitate de lucru manual, poate crește eficacitatea, însă dacă nu merge pe cărarea prestabilită, poate cauza daune enorme. Chestionarul nu poate fi folosit, de exemplu, pentru colectarea ideilor creative, sau a opiniilor cu

încărcătură sentimentală. În cazul în care redactăm câte o întrebare pentru fiecare interdependență posibilă, rezultatul va fi un chestionar anevoios și greoi, care va obosi subiectul interviului, ca urmare devine suspicios și va da răspunsuri îndoielnice, îngreunând prelucrarea datelor. Un chestionar bun pune întrebări referitoare la niște date corect definite, din care cauză este alcătuit din puține întrebări – de regulă - închise, redactate pe înțelesul respondenților locali. Întrebările cu caracter mai general, care diferă de acestea, trebuie investigate cu metode calitative. O cercetare calitativă derulată în mod corect poate răspunde la multe întrebări, chiar și fără folosirea chestionarelor.

Să ne amintim de cercetarea antropologică făcută noaptea într-o pădure. Probabil metoda forajelor de adâncime comparabile ar fi cea adecvată pentru obținerea unei imagini detaliate despre pădure - în care nu se pierd amănunțele. O astfel de cercetare ne permite formularea unor întrebări relevante, însă nu poate, de exemplu, să răspundă la întrebarea, dacă pădurea este de stejar, sau de fag. Răspunsul la întrebarea dacă acest fapt prezintă importanță sau nu, se dă tot prin culegere de date calitativă. Însă, în cazul în care întrebarea se dovedește a fi importantă, este neapărat necesară o fază cantitativă, care să restrângă cercetarea la soiurile copacilor existente în pădure și care, pe baza unei mostre reprezentative va da un rezultat de încredere.

Mersul cercetării aplicate de teren

Pe parcursul cercetării aplicate pe teren multe lucruri decurg altfel, decât în cercetarea științifică. Poate cel mai important este criteriul temporar: vreme ce o cercetare antropologică pe teren este planificată pe o durată de trei-patru ani, una sociologică pe un an sau doi, un studiu de specialitate care se referă la societatea unei așezări, sau întinderi trebuie făcută în câteva luni. În cazul elaborărilor de concepții referitoare la așezări, timpul de planificare poate fi chiar și un an, însă datorită faptului că localitățile, de multe ori, comandă concomitent efectuarea concepției și redactarea planului structural, dacă sociologul dorește ca propunerile lui să fie luate în considerare, este bine să fie cu un pas înaintea colegilor care se ocupă de planul structural, schițându-și concepțiile cu două-trei luni înaintea lor.

În timp ce cercetările științifice sunt finanțate din bugetul de stat, bugetul cercetărilor aplicate este de regulă limitat la minim.

O altă diferență este faptul că cel care comandă studiul poate veni cu niște teme obligatorii pe care vrea ca cercetătorul să le investigheze, sau chiar dorește să impună cercetătorului o anume metodologie.

Autorul acestui studiu este un specialist în practică și bazându-se pe experiențele sale acumulate la o companie de consultanță a consiliului local, poate afirma cu tărie că urmărirea metodologiei adecvate nu necesită mai multe cheltuieli, nici mai mult timp, decât măsurarea de rutină. Definirea tehnicilor de cercetare adecvate este un proces complex, trebuie luate în calcul, în afară de caracteristicile terenului și scopul cercetării, și limitele temporale și materiale. Fără să luăm în considerare aceste criterii în totalitatea lor, în cele ce urmează, vă recomandăm un „mers” compus din 13+1 stații în derularea cercetării. Scoatem în evidență faptul, că nu există două terenuri identice, precum nu există nici două cercetări identice. Din această cauză acest „mers” nu oferă neapărat un desfășurător obligatoriu, ci propune doar un scenariu posibil referitor la fazele de recoltare a datelor și de prelucrarea lor, de la care însă, în decursul fiecărei cercetări este posibil, și chiar recomandat să se abată.

Punctele de plecare posibile a cercetării pe teren:

1. parcurgerea terenului;
2. serie de interviuri la consiliul local;
3. serie de interviuri virili;
4. analiza datelor Agenției Naționale de Statistică și ale Consiliului Local
5. serie de interviuri în microregiuni;
6. redactarea hărții mentale
7. focus-grup: întrebare cheie, rețea de opinie
8. culegere reprezentativă de date cu chestionar
9. sugestii preliminare.
10. monitorizarea sugestiilor prin cercetare cu focus-grup;
11. propunere pentru tratarea de conflicte;
12. interpretare (elaborarea studiului);
13. Monitoring-ul punerii în aplicare;
- +1. prezentare.

1. Parcurgerea terenului

Un analist care se angajează să elaboreze un studiu de specialitate în sociologie despre o așezare sau o întindere, la început nu cunoaște terenul. Este recomandat ca la începutul cercetării să cutreiere întâi regiunea, chiar și fără o hartă și la o adică, să stea de vorbă cu localnicii. Este important ca el să aibă totuși o imagine de ansamblu despre regiune când începe interviuarea, ca nu cumva să devină ridicol, considerat neorientat.

2. Serie de interviuri la consiliul local

De obicei este bine ca în cadrul unui șir de interviuri să ne întâlnim cu membrii consiliului local al așezărilor - beneficiarul cercetării. Părerea lor este cea mai relevantă, deoarece locuitorii comunității locale i-au înzestrat cu încrederea de a le reprezenta interesele. Este bine ca interviurile să fi nestructurate, însă întrebările folosite pe parcurs trebuie puse și celorlalți subiecți de interviu. Astfel schema noastră de interviu va fi tot mai structurată. Cu primarul așezării putem face chiar și mai multe interviuri.

3. Serie de interviuri cu virili

Unitățile economice și cetățenii care plătesc cele mai substanțiale impozite locale sunt numiți, cu un cuvânt de la începutul secolului trecut, *virilis*. Acești potențați, prin faptul că-și plătesc impozitul afacerii pe plan local - prin gestul lor - și-au manifestat sentimentul de patriot local. Seriile de interviuri făcute cu ei trebuie să se focalizeze pe întrebări ce privesc problemele vieții economice locale și planurile lor de investiție. Acești oameni activi, cu capacități de a-și exercita influența și puterea pentru a-și atinge interesele, de obicei, au viziuni importante, care se referă la toată așezarea și pe care cercetătorul, de multe ori, merită să le ia în considerare.

4. Analiza datelor Agenției Naționale de Statistică și ale Consiliului Local

În cazul studiilor de specialitate sociologică, prezentarea și prelucrarea unor date statistice generale este o cerință uzuală. Astfel de date sunt, de exemplu, datele demografice fundamentale, indicatorii pieții imobiliare, indicatorii economici locale. Unele dintre acestea pot fi recoltate pe loc, altele pot fi procurate din baza de date județeană, sau din orice altă bază de date. Și ca urmare a șirului de interviuri pot apărea niște opinii, care merită cercetate pe baza datelor statistice.

5. *Serie de interviuri în microregiuni*

Atât din partea consiliului local, cât și din partea factorilor vieții economice locale pot apărea idei de proiecte, care pot fi finalizate doar prin realizarea unei rețele de cooperare între așezări. Cercetarea acestora nu este posibilă fără a cunoaște intențiile potențialelor așezări ai parteneriatului. Acest lucru presupune, de obicei, interviuarea secretarilor consiliului, sau a conducerii instituțiilor de specialitate. Multe lucruri pot fi aflate și din cartografierea rețelelor de cooperare deja existente în întindere.

6. *Redactarea unei hărți mentale*

Ce gândesc oamenii despre mediul în care trăiesc poate fi descoperită cu ajutorul unei tehnici speciale de interviu, completat cu o evaluare făcută cu ajutorul chestionarelor. Redactarea hărții mentale poate fi făcută în oricare fază a cercetării, însă, de obicei, trebuie făcută la începutul acesteia pe de-o parte, deoarece sunt informații ușor de cules (tuturor le place să fie călăuze în propria ogradă), pe de altă parte aceste rezultate pot fi utilizate cu succes în fazele următoare.

7. *Focus-grup: întrebare cheie, rețea de opinie*

După ce, ca urmare a seriilor de interviuri avem, deja, o imagine despre problemele importante local, problemele respective merită dezbătute cu mai multe focus-grupuri. Această modalitate este potrivită pentru spicuirea celor mai importante teme și este adecvată și pentru dezvoltarea diferențelor de opinii, respectiv conflictelor de interese.

8. *Culegere reprezentativă de date cu chestionar*

Referitor la problemele cele mai importante apărute în urma folosirii metodelor „soft” – slabe -, nu ne rămâne altceva de aflat, decât părerea majorității locuitorilor, sau caracteristicile populației. Pentru a putea răspunde la aceste întrebări, cea mai potrivită metodă este documentația reprezentativă cu chestionar. De obicei, metoda chestionarelor prin telefon poate fi făcută cu ușurință, însă reprezentativitatea acestora poate fi pusă sub semnul întrebării. Datorită faptului, că nici declararea domiciliilor noi nu se face de pe o zi pe alta, cea mai sigură metodă este, să ne întoarcem la perioada de glorie a chestionarelor și să batem la ușa fiecărui cămin.

9. *Sugestii preliminare*

Rezultatul măsurării ne permite deja să fim în cunoștința întrebărilor și a răspunsurilor cercetării. Însă în conformitate cu însărcinarea, trebuie, de regulă, să formulăm niște sugestii. Acestea trebuie să fie simple, iar din această cauză nu pot oglindi complexitatea societății locale în plenitudinea ei. Deși în documentația de cercetare avem ocazia să prezentăm amănunțit punctele de vedere care stau la baza sugestiei, totuși redactarea sugestiei rămâne în sarcina și responsabilitatea cercetătorului.

10. *Monitoring-ul sugestiei prin cercetare cu focus-grup*

Datorită timpului scurt pe care îl petrece pe teren, cercetătorul nu poate fi sigur că va reuși să gândească la fel ca localnicii. Este neapărat necesar, ca să verifice părerea oamenilor din zonă despre sugestia sa, cu o altă analiză. Cercetarea cu focus-grup poate fi un instrument foarte bun pentru monitoring.

11. *Sugestie pentru tratarea conflictelor*

Foarte rar se poate redacta o sugestie care să fie agreată de toate grupurile sociale. De-a lungul monitoring-ului trebuie să găsim un răspuns pentru întrebarea, cum anume pot fi compensate grupurile care se află într-o situație nefavorabilă. Este important ca compensarea și tratarea conflictelor să constituie parte din cercetare și sugestie.

12. Interpretare (redactarea studiului)

O dată cu finalizarea investigației, cercetătorii comit de regulă două greșeli. Pe de-o parte, este o greșeală să presupună, că pot să descrie tot ceea ce știu. Pe de altă parte, este o greșeală să presupună, că cele scrise de el vor fi interpretate de către toată lumea în mod asemănător lui. Acest manual dorește să atragă atenția asupra importanței *interpretării* cunoscute din cercetările antropologice, adică asupra importanței tălmăcirii. Potrivit acestei abordări, lumea terenului investigat și lumea cercetătorului vorbesc limbi diferite, își formulează problemele în limbaje diferite. Cercetătorul trebuie să-și ia în serios sarcina de „interpret”, adică modul în care își poate formula experiențele sale de pe teren, fără ca acestea să piardă prea mult din semnificația lor originală. În mod asemănător și beneficiarul, ordonatorul studiului vorbește un alt limbaj decât cercetătorul și va înțelege propunerile, sugestiile noastre doar dacă le formulăm pe limbajul lui.

13. Monitoring-ul executării

Odată cu terminarea studiului însărcinarea ajunge la sfârșit. Însă, datorită faptului că sugestiile nu sunt interpretate la fel de către cel care a comandat studiul și cercetător, acesta are un fel de responsabilitate morală să supravegheze soarta studiului și a sugestiilor sale și să monitorizeze executarea.

+1. prezentare

În mod caracteristic, cercetătorul este rugat să prezinte rezultatele cercetării sale în cadrul unui forum al populației, sau al unei ședințe a reprezentaților locali.

III. Observația participativă

Introducere

Istoria teoriei

Observația din exterior și din interior

Probleme de etică

Abc-ul observației participative

Studii de caz și exemple

Texte în chenar:

Relația cercetător-teren la începutul secolului trecut

Introducere

Observația participativă este o tehnică de culegere de date care se folosește în primul rând în antropologia culturală. Această metodologie a fost dezvoltată în primul rând pentru studierea culturilor și comunităților unor populații care trăiau departe de Europa și vorbeau o limbă necunoscută. Cercetătorul antropolog s-a considerat deseori și un etnograf. Metodologia folosește - chiar și în zilele noastre - expresiile cheie ale acestei perioade de glorie: *teren, adaptare, însușirea limbii, interpretarea rezultatelor*.

Aceste culturi considerate deseori „arhaice” au parcurs de atunci un proces de modernizare, respectiv interesul antropologiei culturale s-a îndreptat într-o măsură mai mare către cunoașterea propriei societăți. Observația participativă s-a dovedit a fi o metodă bună și pentru cunoașterea societății contemporane. Este recomandată mai ales în faza de început a cercetării pentru studiul societăților locale, al comunităților dintr-o microregiune sau așezare.

Observația participativă a păstrat multe elemente din perioada de glorie de la sfârșitul secolului trecut. Un element important al cercetării este, ca cercetătorul să se considere un *explorator*: terenul trebuie conceput ca un loc necunoscut chiar și în cazul în care, întâmplător, cercetăm împrejurimile propriului nostru spațiu locativ. Deși observatorul, de obicei, se documentează despre terenul pe care urmează să îl cerceteze, totuși este important, ca sosit pe teren, să se poată detașa de informațiile, concepțiile și chiar și experiențele sale premergătoare. El apoi trebuie să umble pe teren – ca un adevărat explorator – să observe tot ce se întâmplă în jurul său, și în locul studierii datelor statistice și a literaturii de specialitate, să adune impresii proprii, să acumuleze experiențe personale. Însă nici aceste experiențe nu trebuie luate ca bune: observatorul trebuie să fie întotdeauna pregătit să accepte faptul, că s-ar putea ca interpretările și observațiile lui de până atunci l-au condus pe un făgaș greșit. În asemenea situații, interpretările vechi trebuie puse deoparte cu curaj și găsite altele, noi, în locul lor. Scopul final al activității de cercetare este *interpretarea*, traducerea experiențelor acumulate și a interpretărilor acestora celorlalți cercetători și publicului larg.

Mulți consideră, că pentru efectuarea observației participative, cercetătorul trebuie să dețină aptitudini speciale, ca de exemplu o sensibilitate peste medie, stăpânire de sine și empatie. Mesajul acestui manual este, că esența observației participative nu constă în aptitudini, ci în interesul sincer față de teren și față de oamenii din zonă. Dorința de aventură și curiozitatea sunt la fel de importante, în zilele noastre, ca și la sfârșitul secolului trecut. Dacă interesul analistului nu scade de-a lungul cercetării, munca pe teren va avea succes, chiar și atunci, dacă cercetătorul are doar aptitudini mediocre; mai mult, aceste aptitudini pot fi dezvoltate pe parcursul cercetării.

Istoria teoriei

Deși primele informații despre diferitele culturi datează din timpuri străbune, cercetarea culturilor ca disciplină s-a dezvoltat doar târziu, în a doua jumătate a secolului al XIX.-lea, deci, mai târziu decât majoritatea științelor naturale, sau economice. Prima catedră de antropologie din lume a fost fondată în Marea Britanie, primul antropolog de profesie fiind Edward Burnett Tylor. Aproape în același timp a apărut și curentul cercetării culturale în Europa de Est, etnografia, și cu câteva decenii mai târziu antropologia culturală în Statele Unite.

Marii profesori britanici și francezi ai etnologiei și ai antropologiei, la începuturi s-au ocupat cu prelucrarea informațiilor despre culturile unor popoare îndepărtate, dar ei nu s-au deplasat pe teren, fiind numiți după o expresie de mai târziu, „antropologi în jilț”. Deși cercetările lui J. Baldwin Spencer și ale lui Francis Gillen, făcute în Australia în 1894, au subliniat importanța cunoașterii terenului și a prezenței la fața locului, totuși în deceniile următoare cercetătorii au rămas încă lângă masa din birou.

Bronislaw Malinowski, antropologul britanic de origine poloneză, a făcut cercetări pe teren la începutul primului război mondial, pe o insulă marginală al Imperiului Britanic, numită Trobriand. Pe parcursul cercetării sale, Malinowski a realizat treptat avantajele muncii intensive pe teren. La început a întreprins cercetări lingvistice, după care pe baza acestora s-a familiarizat cu comunitatea locală. Studiul său a apărut în 1922 și s-a bucurat de mare succes. În introducerea cărții sale, Malinowski a prezentat bazele metodologice ale observației participative. Esența mesajului său este că, cercetarea pe teren trebuie făcută ca și cum am fi exilați pentru vreme îndelungată pe un teritoriu necunoscut, între oameni primitivi. Nici o normă, regulă, comportament nu trebuie luată ca de la sine înțeles, să ne îndoim de toate și să încercăm să aflăm răspunsul la toate întrebările apărute la fața locului de la localnici.

Din jurnalul său personal, publicat postum, reiese că Malinowski s-a comportat cu „băștinași” cu aceeași notă de superioritate, cum s-au comportat de regulă în timpul colonizării oamenii albi cu negrii. Acest lucru este ilustrat și de faptul că și-a amplasat cortul chiar în mijlocul așezării. Doar pe parcursul unui lung proces de învățare, Malinowski și-a dat seama de faptul, că dacă dorește într-adevăr informații reale despre societatea locală, le va obține doar dacă va deveni un partener egal cu cei din comunitate. Un important moment al cercetării sale a fost când a renunțat la cort și s-a mutat în casa unui prieten din comunitate.

Principiul egalității diferitelor culturi a devenit principala caracteristică a antropologiei fondată pe *particularitate istorică*. În Statele Unite, la Facultatea Columbia, Franz Boas a fost cel care a pus bazele *antropologiei culturale relativiste*, punând accentul pe egalitatea culturilor în timpul cercetărilor pe teren, din care cauză relația simetrică de mutualitate dintre cercetător și teren a devenit o cerință generală (în legătură cu relația dintre cercetător și teren vezi scrierea noastră în ramă).

Relația dintre cercetător și teren la începutul secolului

antropologia culturală relativistă și evoluționistă în practică și în etnografie

Cercetătorii britanici și francezi (antropologi, etnologi) de la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea au presupus, că diferitele culturi trebuie să parcurgă același drum de evoluție. Potrivit acestei viziuni, culturile (civilizațiile) dezvoltate au alcătuit un club restrâns al popoarelor care au cunoscut și beneficiat de calea ferată, telegraful fără fir și alte descoperiri tehnico-științifice importante. Dacă cercetătorul a părăsit acest mediu (în calitate de antropolog cultural care dorește să descopere popoarele coloniilor, ale lumii largi, sau în calitate de arheolog în căutarea culturilor apuse) a avut impresia, că se întâlnește cu popoare mai puțin avansate. Relația dintre analist și teren a fost asimetrică, cercetătorul considerându-se mai evoluat, decât oamenii din mediul cercetat. Concepțiile *social-darwiniste* - un curent evoluționist - au concluzionat chiar, că aceste grupuri de localnici, popoarele mai puțin evolute, deci, vor dispărea neapărat.

În același timp în Europa de Est curiozitatea cercetătorului nu s-a îndreptat spre descoperirea unor popoare îndepărtate, ci mai degrabă spre studierea propriei societăți rurale. Concepția lor a fost similară cu cea a colegilor lor din vest, de exemplu și ei s-au considerat exploratori căutând la fel cele mai vechi și mai originale semne culturale. De-a lungul cercetărilor semnalmamentele primitivității pe care le-au descoperit le-au considerat însă, dovezi ai unei culturi strămoșești. Potrivit acestui concept, caracterul cultural „străvechi” și „autentic” al societății păstorilor și ai ciobanilor a fost considerat o *valoare*.

Relația dintre teren și cercetător a fost una inversă, decât în cazul antropologiei evoluționiste: etnologul de la începutul secolului s-a raportat la teren ca la un loc al valorilor nealterate și reale; spre deosebire de acesta, propriul mediu urban a fost considerat „depravat” și „dezbinat”.

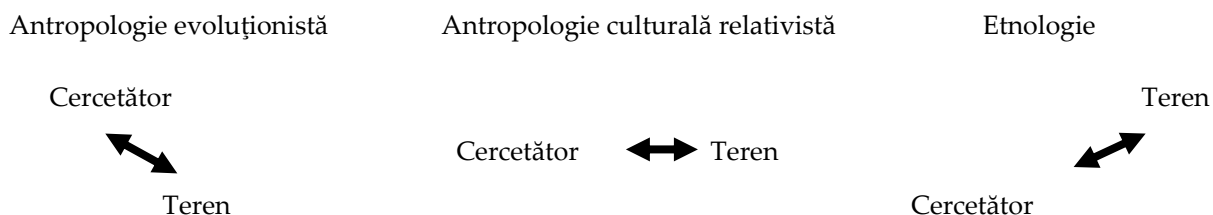


Fig. 3.1. Relația dintre cercetător și teren

Etnologul rus, *Mikluho Maklaj*, prin cercetările antropologiei fizice și de și cercetare culturală făcută pe malul coastei Maklaj, (denumirea actuală) printre papuași, a confirmat că și ei sunt oameni. De exemplu oamenii de aici au pe cap păr și nu blană - aceasta fiind o temă de dezbatere științifică importantă la vremea respectivă. A presupus, că toată omenirea are o proveniență comună, adică nu există diferite rase în ceea ce privește omenirea¹. Cercetări și deduceri similare au fost făcute mai târziu de Franz Boas. El a fost cel care a introdus termenul de *particularitate istorică*², ceea ce înseamnă, că gradul de dezvoltare al fiecărei culturi poate fi analizat doar în contextul propriului mediu social și natural. Se presupune, că omenirea s-a dispersat din aceeași „patrie străbună” comună, însă în diferite zone a trebuit să se adapteze în moduri diferite. O modalitate de adaptare poate fi, de exemplu faptul că puțini oameni s-au stabilit în zonele cu potențial redus de susținere a existenței, iar o altă modalitate este nevoia de păstrare a unei populații mai largi într-un spațiu propice agriculturii în vederea stropirii pământului. Rezultatele unei culturi în alte condiții sociale și naturale nu ar fi de folos. Chiar din această cauză, o populație mai mare, sau mai mică, folosirea uneltelor mai complicate, sau mai simple, nu reprezintă diferențe de dezvoltare. Teoria egalității culturilor are și o explicație social darwinistă: chiar de aceea se poate afirma despre fiecare cultură contemporană, că în circumstanțele proprii este cea mai „dezvoltată”, pentru că a supraviețuit până în zilele noastre. Conform „relativității culturale” relația dintre cercetător și teren este una simetrică: cercetătorul, terenul și toate culturile sunt fundamentale egale. Cercetătorul nu susține că propria sa cultură ar fi de o civilizație mai ridicată și nici nu caută valori pe teren.

Metodologia observației participative nu s-a schimbat radical de la sfârșitul secolului trecut, însă două debateri teoretice de referință au influențat în mare măsură practica muncii pe teren. Prima dezbatere - în anii '60-70 - s-a datorat asimetriei dintre cercetători și cei cercetați, asimetrie care a generat probleme de natură morală, etică. Iar cea de-a doua dezbatere - cam în același timp - a fost rezultatul discursului de specialitate de teoria cunoașterii pe marginea noțiunii de cultură. (Despre debateri și despre efectul lor asupra practicii observației participative, aici, ne referim doar rezumativ.)

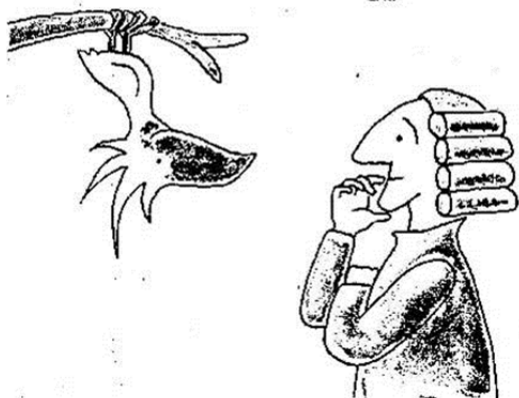
După destrămarea imperiilor coloniale în țările lumii a treia, antropologia de atunci deseori a fost învinuită, că deservește regimul colonial, respectiv pe cel imperialist. Cea mai importantă întrebare a fost: cine scrie despre cine, de ce oamenii albi scriu despre oamenii de culoare? Pe ce bază se consideră antropologii exploratori, când oamenii pe care îi „descoperă”

¹ Maklaj, Mikluho 1873: Descrierea antropologică a oamenilor de pe coasta Maklaj din Papua Noua Guinee. In: *Natuurkundig Tijdschrift voor Nederlandsch Indie*. Deel XXXIII, 1873 225-250. / A doua ediție: *Putyessesztvije* 1923/3 324-348, *Putyessesztvije* 1940/4 207-220

² Boas, Franz 1911: *The Mind of Primitive Man*. New York: Macmillan
Boas, Franz 1948: *Race, Language and Culture*. New York: Macmillan

au fost conștienți dintotdeauna de propria lor existență? Această dilemă este ilustrată de această caricatură apărută într-o carte³:

A kakadut James Cook, a nagy utazó fedezte fel a XVII. században



Pasărea kakadu a fost descoperită de marele Călător James Cook în sec. XVII.



Az előbbi esemény a kakadu szemszögéből

Același eveniment din perspectiva păsării

Dezbaterea chestiunii „Cine pe cine poate cerceta?“, chiar dacă pentru mult timp a cauzat o situație critică în practica de cercetare antropologică efectuată pe teren, în cele din urmă s-a dovedit a fi productivă și a contribuit la apariția unui nou concept, care a dus pe de o parte la apariția antropologului care își cercetează propria cultură asemenea unui explorator, pe de altă parte a condus la apariția *antropologiei de acțiune* - asumarea responsabilității personale față de grupurile culturale dezavantajate, aflate în defensivă.

Cealaltă dezbatere cu o influență majoră asupra practicii muncii pe teren s-a referit la noțiunea de cultură. Există puține discipline științifice asemănătoare antropologiei, care nu prea își poate defini obiectul cercetării sale. În zilele noastre, există o sumedenie de definiții ale culturii, însă nici una nu s-a impus în branșă. Până la sfârșitul anilor '50-60, s-a considerat, că cultura este forma de comportament. Parțial, datorită influenței teoriei structuraliste⁴ a lui Claude Lévi-Strauss (2001, care a încercat să definească structurile universale ale gândirii omenesti), iar parțial datorită dezvoltării lingvisticii moderne din anii '60, s-a conturat un punct de vedere potrivit căreia cultura se manifestă prin simbolurile care le reprezintă și din această cauză poate fi identificată în sensurile, respectiv în cuvintele și structurile limbajului. Clifford Geertz⁵ (1975), în lucrarea sa, *Thick Description* (Descriere densă), a atras atenția asupra faptului, că semnificațiile locale pot fi analizate doar în propriul lor context cultural. Potrivit viziunii sale, semnificațiile și cadrul local interpretativ trebuie recoltate în același timp pe parcursul cercetării pe teren, iar apoi în timpul scrierii studiului trebuie tălmăcite (*interpretate*) pe limbajul științei în așa fel, încât contextul inițial să sufere cât mai puțin posibil. Cercetătorii, care au pășit pe urma lui Geertz, la început au fost numiți antropologi *interpretativi*. În zilele noastre, acesta a devenit „mainstream”-ul, principala direcție urmată de cei mai mulți cercetători.

³ Am copiat această caricatură dintr-o carte la începutul anilor '90, sursa este necunoscută.

⁴ Lévi-Strauss, Claude (1958) 2001: *Strukturális antropológia*. (Antropologia structurală) Budapesta: Osiris .

⁵ Geertz, Clifford (1975) 1988: *Thick Description*. (Descriere densă) O cale spre teoria interpretativă a culturii. In: Vári András (redactor): *Misszionáriusok a csónakban*. (Misionari în luntre) Budapesta: Editura Akadémiai 13-61.

Observația din exterior și din interior

De obicei este o cerință ca cercetătorul, care efectuează observație participativă, să producă o stare simultană de trăire *interioară* și *exterioară*, să poată vedea lucrurile *din exterior* și *din interior*. Pentru descrierea acestui lucru, în limba engleză se folosește perechea de antonime *emic* versus *etic*. Această dualitate înseamnă, că cercetătorul se străduiește să se integreze în comunitatea locală, trăind și interpretând faptele din interiorul comunității cercetate, ca un membru al acestei comunități, însă în timpul trăirii experiențelor sale locale, el își interpretează impresiile în mod continuu și din exterior, deoarece va trebui să le prezinte și altor oameni din „lumea exterioară”. El se privește în mod reflexiv, dintr-un unghi *exterior*, și la fel procedează și cu propriile sentimente, acțiuni și interpretări. În cazul unei cercetări științifice, „lumea exterioară” este reprezentată de cititor, de ceilalți cercetători, iar în cazul unei cercetări aplicative, de cei care comandă studiul, sau de colegii de planificare a așezărilor.

Pentru definirea statusului exterior-interior, Clifford Geertz⁶ (1983) folosește perechea de antonime *experiență depărtată* versus *experiență apropiată* (*experience-near*, -distant), împrumutată din domeniul psihanalizei. Experiențe apropiate sunt noțiunile care pot fi folosite fără nici un efort, iar experiențe depărtate sunt nivelele abstracte mai înalte, modul în care gândesc cercetătorii și savanții. În exemplul dat de Geertz, „frica” aparține domeniului experienței apropiate, iar „ego-diston”-ul aparține experienței depărtate, în timp ce „fobia” se situează undeva între cele două. Dacă dorim să ne familiarizăm cu comunitatea locală, trebuie să culegem, în primul rând, experiențe apropiate. Fenomenele complexe ale societății locale nu pot fi, însă, înțelese de la sine, pentru înțelegerea lor avem nevoie de un nivel abstract mai înalt. Din această cauză, pe parcursul observației participative avem nevoie de ambele abordări. Geertz compară înțelegerea societății locale cu analiza unei poezii. Când analizăm poezia *Odă la o urnă grecească* de Keats, punem aceste două întrebări alternative: „*Despre ce este vorba în poezie?*”, „*Ce a văzut cu exactitate Keats pe urnă?*”. După părerea lui Geertz, observația din exterior și din interior este un cerc hermeneutic, în care observăm, pe rând, întregul și amănuntul, mai precis ajungem la întreg prin amănunt, sau invers, explicăm amănuntul cu ajutorul întregului care îl motivează, și în cele din urmă amănuntul și întregul (experiența apropiată și experiența depărtată) devin explicația lor reciprocă.

Probleme de etică

Datorită faptului că cercetătorul lucrează cu oameni, munca sa ridică permanent unele probleme etice, iar într-un manual de metodologie este important să le abordăm și pe acestea. Însă, nu ne putem angaja să răspundem la toate întrebările posibile demne de luat în considerare.

Conform unei zicale din branșă, antropologul răspunde de cercetare cu viața sa, ceea ce e o trimitere la faptul, că o cercetare antropologică pe teren îi ia din viață 2-4 ani. În cazul în care cercetarea nu va avea un rezultat, această etapă a vieții sale (cel puțin din punct de vedere profesional) va fi nereproductivă. Cercetătorul trebuie, deci, să își asume responsabilitatea și pentru sine însuși, chiar și cu ocazia cercetărilor aplicative planificate pe o perioadă mai scurtă.

⁶ Geertz, Clifford (1983) 1994: „A benszülottek szemszögéből”. Az antropológiai megértés természetéről. (Din punctul de vedere al băștinașilor. Despre natura înțelegerii antropologice) In: Geertz, Clifford: *Az értelmzés hatalma. Antropológiai írások*. (Puterea interpretării. Scrieri antropologice) (Selecționate și redactate de Péter Niedermüller). Budapesta: Editura Századvég 200-216.

Chestiunea „Cine pe cine poate cerceta?”, asimetria dintre cercetător și teren este valabilă și în zilele noastre. Este o situație asimetrică fără îndoială când oameni instruiți din mediul urban scriu despre oameni mai puțin instruiți din mediul rural, deși această asimetrie este greu de surmontat, totuși cercetătorul trebuie să încerce să atragă cât mai mulți oameni din teritoriu ca parteneri activi, conștienți în procesul de planificare și cercetare.

În cazul culegerii de date cu ajutorul unui chestionar, cercetătorul poate afla informații fără să fie nevoit să dezvăluie informații despre sine însuși. În cazul observației participative, schimbul de informații se bazează pe comunicarea reciprocă, cercetătorul primește informații confidentiale pe baza principiului „sinceritate pentru sinceritate”. Trebuie să fim conștienți câte informații, cât ajutor și câte gesturi amiabile am dat și am primit pe parcursul cercetării pe teren. Trebuie să ne străduim spre atingerea simetriei, a mutualității și a relației de egalitate dintre parteneri.

Cercetătorul nu dorește să schimbe mediul de cercetare, ci doar să-l prezinte. Apariția cercetătorului pe teren influențează viața comunității, această influență trebuie însă diminuată pe cât posibil, și, de obicei, cercetătorul nu trebuie să se implice în problemele strict locale. *Antropologia de acțiune* crede, însă, că datorită pregătirii și relațiilor sale, adesea cercetătorul este singurul care poate da o mână de ajutor comunității locale aflate într-o situație grea. Cu ocazia redactării studiului, sau al jurnalului de cercetare trebuie să separăm clar întâmplările, interpretarea cercetătorului și interpretarea autohtonă. Cercetătorul trebuie întotdeauna să (re)cunoască rolul pe care îl joacă într-o situație și să scrie despre sine însuși într-un mod reflexiv.

În cazul efectuării unei cercetări cu ajutorul observației participative, cercetătorul este, adesea, martor al unor întâmplări și informații *interioare*, pe care cei din zonă nu le-ar împărtăși altora. Câteodată, însă, acestea oferă cele mai importante rezultate ale cercetării. Cercetătorul trebuie să pondereze, dacă publicarea rezultatelor poate înfățișa oamenii din zonă într-o situație nefavorabilă. Chiar și acele rezultate care sunt considerate importante pot fi publicate, doar dacă avem convingerea, că cei în cauză le-ar publica și ei. Folosirea numelor false, sau anonimul nu ne este de folos, deoarece oamenii comunității locale pot recunoaște persoanele respective pe baza diferitelor caracteristici.

Abc-ul observației participative

În cele ce urmează trecem în revistă cele mai importante elemente ale observației participative pe baza cercetărilor lui Taylor și Bogdan (1984)⁷, respectiv pe baza propriilor mele cercetări pe teren. Abc-ul metodologic este prezentat schematic pentru a fi mai ușor de urmărit, înțelegerea este ajutată de texte explicative.

După părerea lui Taylor și a lui Bogdan observația participativă se desfășoară după trei principii:

- Toată lumea să se simtă bine.
- Să avem strategie de teren și tactici de culegere de date.
- Jurnalul de muncă pe teren să poată fi utilizat: cea ce nu este notat, nici nu există.

După cum am mai amintit și în capitolul trecut, o temă „bună” de cercetare este cea care este și o problemă localnicilor, ceea ce înseamnă, că se adaptează viziunii specifice terenului. Cercetătorul nu poate să știe la început care vor fi chestiunile importante local, tema cercetării

⁷ Taylor, Steven J. și Robert Bogdan (1975) 1984: Participant Observation in the Field. In: Taylor, Steven J. and Robert Bogdan: Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences. New York etc.: John Wiley and Sons, 40-78.

devine, astfel, ea însăși rezultat al cercetării. Însă, modul specific în care problemele sunt văzute local poate fi descoperit doar în urma unui comportament degajat și printr-o conversație lejeră. Pentru crearea unei atmosfere propice este necesar ca toată lumea – atât localnicii, subiecții interviului, cât și cercetătorul – să se simtă bine pe tot parcursul cercetării. În cazul cercetării cantitative, acest lucru nu este un criteriu necesar: mulți sunt de părere că rezultatele vor putea fi folosite chiar dacă datele unui chestionar au fost recoltate cu „vai și amar”.

Cercetarea pe teren nu este o vacanță, nu este de ajuns să ne simțim bine, trebuie să mai recoltăm și date. „Strategia de teren” înseamnă să avem o viziune clară, care se referă la tehnicile pe care dorim să le folosim, la natura datelor pe care vrem să le recoltăm, și la durata în timp a îndeplinirii sarcinii. La început mai puțin, însă pe măsură ce înaintăm cu cercetarea, rezultatele probabile ale acesteia pot fi planificate tot mai exact. Tehnicile de cercetare reprezintă acele metode concrete, și/sau acele trucuri cu ajutorul cărora informațiile necesare pot fi aduse la suprafață.

Cel mai important mijloc de stocare a datelor, care au fost culese cu ajutorul observației participative, este jurnalul de teren. Din acest punct de vedere nu s-a prea schimbat lumea din timpul cercetărilor lui Bronislaw Malinowski. Deși evoluția tehnologică pune la dispoziția cercetătorului folosirea altor mijloace – precum camera video, sau aparatul de fotografiat – totuși cei mai mulți antropologi au mai multă încredere în propriile simțuri și din această cauză consideră că scrierea unui jurnal este cea mai bună metodă. Notițele noastre, făcute pe moment, la „cald”, păstrează multe experiențe proaspete, iar cea ce nu am notat, de obicei, este dat uitării. Pe acesta se bazează înțelepciunea antropologică: „cea ce nu este consemnat, nici nu există”.

1. Integrarea

Potrivit unui aforism, pe parcursul unei cercetări, cercetătorul poate să întâmpine dificultăți de trei ori: la începutul, în timpul ei și la sfârșitul acesteia. Rămânând la început: toate cercetările pe teren încep cu sosirea pe teren a cercetătorului. Sosirea și integrarea sunt momentele cele mai grele și cele mai critice, datorită fenomenului de „șoc cultural” care poate apărea. De obicei, cercetătorul se simte singur, de multe ori este înconjurat de oameni necunoscuți, datorită diferențelor culturale nu poate dezvolta cunoștințe noi, sau chiar invers, este considerat o ciudățenie și din această cauză oamenii sunt prea amabili cu el, poate fi arătat cu degetul. Deoarece la început cercetătorul nu cunoaște nici caracteristicile terenului, nu știe de exemplu unde este un anumit magazin, sau unde și când se poate odihni, în perioada de acomodare este, deseori, flămând și obosit, pericolul frustrării crește datorită eșecului experimentat la început. Aceste probleme nu îi sunt de folos cercetării pe teren. Multe cercetări planificate eșuează chiar din momentul sosirii pe teren. Prezintăm aici niște sugestii care pot ajuta în surmontarea dificultăților care apar în procesul de integrare și prin care se poate evita eșecul:

- Țelul principal este dezvoltarea unor relații de încredere.
- În faza de început, în perioada integrării, încă, să nu încercăm să recoltăm date.
- Nu trebuie neapărat să facem cunoștință întâi cu oamenii, ci mai degrabă să ne familiarizăm cu terenul.
- Să încercăm să ne simțim bine. Ingredientul de bază al cercetării pe teren și al dezvoltării relațiilor cu oamenii din jur, sunt toanele bune și emanația pozitivă a cercetătorului.
- Să încercăm să ne odihnim mai mult ca de obicei: cercetătorul obosit nu este sigur pe sine pe teren.

- Să luăm notițe într-un jurnal de cercetare pe teren. Scrierea jurnalului „ne recrează” în mediul necunoscut, și totodată ne ajută să stocăm acele „prime impresii” pe care mai târziu le-am uita.
- Să ne raportăm la teren ca un explorator, ca și când nimeni nu ar mai fi fost în acel loc înaintea noastră. Să facem cunoștință cu oricine și cu orice. Nu trebuie să ne lăsăm influențați de părerea predecesorilor noștri, nici de propria noastră temă.
- *Trucurile de socializare* fac parte din tacticile care pot fi utilizate pe teren. Nu există o rețetă general valabilă, însă, de exemplu, un pseudo-chestionar poate fi o metodă bună (ne oferă ocazie să oprim câțiva indivizi cărora să le punem niște întrebări nestructurate), sau să ne înscriem într-o organizație civilă locală (grup de dans, echipă de fotbal). Dacă cercetătorul este destul de deschis și sincer, oamenii observă acest lucru și îi va fi ușor să facă cunoștință cu oricine.
- Să mergem pe teren acompaniat de o altă persoană. Deși este recomandat ca observația participativă să fie efectuată de o singură persoană, la început este mai ușor dacă avem lângă noi pe cineva cunoscut. Primele experiențe pot fi împărtășite cu acesta și astfel avem un punct de referință exterior. Compania lui ne ocrotește de singurătate și de dezamăgire.

2. Rolul

Pe parcursul efectuării observației participative avem un dialog: punem întrebări și suntem întrebați. Un fenomen surprinzător este faptul că localnicii sunt la fel de interesați de persoana cercetătorului ca și el de aceștia. Cercetătorul trebuie să răspundă, de cele mai multe ori, la întrebarea ce caută el de fapt acolo. Răspunsul dat la această întrebare este de o importanță majoră. Acest răspuns definește rolul cercetătorului pe teren, iar rolul la rândul lui delimitează sfera informațiilor pe care le va putea culege. Răspunsul, însă, nu ne este chiar la îndemână. În primul rând, cercetătorul nu știe cu precizie ce caută acolo, în capitolul trecut am precizat că temele cu adevărat esențiale sunt descoperite de-a lungul cercetării. În al doilea rând, cercetătorul își formulează temele de cercetare pentru sine însuși la un nivel mai abstract, iar acesta ar fi greu de tradus pe limbajul mediului. Un răspuns de genul: „Eu aș dori să mă preocup cu cartografierea structurilor cognitive care rezultă din relația în care vă raportați Dumneavoastră la timp”, deși ar fi adevărat, totuși nu ar mulțumi curiozitatea localnicilor. Datorită acestui lucru, scopul nostru este să ne asumăm un rol social care s-ar putea să nu acopere în totalitate scopul cercetării, însă cu ajutorul căruia putem să exprimăm țelul nostru localnicilor într-un mod simplu, inteligibil.

- Trebuie să dăm un răspuns clar la întrebarea de unde am venit și ce dorim aici.
- Rolul asumat să nu fie unul fals.
- Rolul asumat să fie formulat pe limbajul terenului și nu pe limbajul cercetării.
- Rolul asumat să fie unul pe care putem să ne-o asumăm pe durata întregii cercetări. Nu putem să ne modificăm rolul mai târziu.
- Rolul asumat să fie imparțial: să nu ne amestecăm în conflictele interioare ale grupului.
- Rolul asumat să fie independent: cercetătorul să încerce să dezvolte multiple legături, asumându-și rolul de „punte”.

În literatura de specialitate a antropologiei și a etnologiei există mai multe exemple în ceea ce privește asumarea unui rol bun. Prezint aici două exemple contemporane. Antropologul, György Szeljak a petrecut mai mulți ani în Mexic, în ținutul *Huasteca* printre indienii *nahua*.

Printre temele sale de cercetare s-a numărat percepția asupra timpului a comunității locale, conceptele religioase, raportul comunității cu modernizarea. Deoarece, la început, i-ar fi fost greu să își exprime temele pe înțelesul localnicilor și să-și facă temele acceptate, a spus că dorește să învețe limba lor, *nahua*. Rolul său a fost în sincron cu planul cercetării, deoarece a vrut într-adevăr să învețe limba respectivă. Asumarea unui rol clar și adecvat l-a ajutat să dezvolte niște relații de încredere pe care s-a putut baza în timpul cercetării.

Celălalt exemplu este practica taberelor de cercetare rurală, desfășurată sub egida Facultății de Economie din Budapesta⁸. În cadrul practicii cercetărilor pe teren, mai multe duzini de studenți lucrează concomitent în grupuri mici, după planuri de cercetare individuale. Este necesară asumarea unui rol comun, la care referându-se, grupurile pot lucra nestânjenite. Acesta este rolul *dezvoltătorului teritorial*: studenții pregătesc studiul preliminar al concepției de dezvoltare a așezării. Acest răspuns este de obicei pe înțelegerea tuturor, și poate fi acceptată de localnici, fiind un lucru adevărat, deoarece rezultatele cercetării sunt transmise de către Facultate consiliului local, care poate să le folosească în conceperea programelor de dezvoltare. Aceste grupuri de cercetare s-au putut ocupa cu diferite teme ca, de exemplu, religiozitatea locală, minorități etnice, strategii economice locale.

3. Relație și raportare

S-a mai amintit că pentru o culegere bună de date este necesară dezvoltarea unei „relații de încredere”. În limba engleză cuvântul *rapport* este folosit pentru a defini relația mutual echilibrată dintre teren și cercetător, în limba română acest lucru este redat de noțiunile relație și raportare. Informațiile care apar spontan, într-un mod neregulat pe parcursul cercetării pe teren, pot avea deseori un rol important. Faptul, că cercetătorul este un necunoscut poate fi jenant, din această cauză putem spune că avem o relație bună atunci, când cercetătorul și terenul par niște *cunoștințe* unul altuia. Este nevoie de o apropiere bilaterală: cercetătorul să se facă acceptat și să facă acceptat faptul că investighează, însă între timp, să se străduiască să se conformeze cât mai bine la teren. Următoarele câteva sugestii ușurează realizarea acestei apropieri bilaterale:

- *Să ne comportăm* după obiceiul localnicilor: rutina zilnică, obiceiurile igiene, mesele noastre să fie la fel cu cel obișnuit ale localnicilor.
- *Învățarea limbii* stă la baza relației de încredere. Dacă cineva cercetează în limba lui maternă, atunci este necesar ca el să-și însușească dialectul, argoul, limba vorbită local.
- Cercetătorul să manifeste *o curiozitate sinceră* pe teren, lucru ușor în cazul în care tema cercetată este cu adevărat interesantă.
- *Să vorbim* deseori „doar așa” și despre alte teme, diferite de tema cercetării, care îl interesează sincer atât pe cercetător cât și pe localnici (copii, mașini, femei, bărbați etc.). Să fie interesat de tot ce îl înconjoară.
- *Să inițiem apropierea*: oamenii se așteaptă la acest lucru din partea cercetătorului, el fiind acela care dorește ceva de la ei.
- Dacă *dăm o mână de ajutor*, acesta poate să ne ajute să dezvoltăm relații personale: scrierea, sau traducerea unui act oficial, îngrijirea copiilor, cărarea unor lucruri, sunt lucruri nesemnificative la care cercetătorul poate să se ofere voluntar.
- Să ne străduim să dezvoltăm o relație de parteneriat, de egalitate.

⁸ www.bkae.hu/antropologia

- Să nu fim perdanți: să *valorăm mizele locale* și conform rolului nostru să fim părtași la izbânzile locale. Altfel s-ar putea să fim considerați inapți, fraieri, sau oamenii vor considera că lucrurile importante pentru ei pe noi nu ne interesează.
- Să nu reprezentăm o *concurență*: cercetătorul să nu devină o figură de centru al puterii locale, să nu dorească să-și împlinească personalitatea pe teren, și să nu îi aducă pe localnici într-o situație defavorabilă.
- În cazul unor grupuri care sunt într-o situație de competiție, cercetătorul să nu fie de partea nici unuia, să încerce să își asume un rol de „punte”.
- *Sinceritate pentru sinceritate.*

Deviza *sinceritate pentru sinceritate* se bazează pe observația că în timpul cercetării pe teren (la fel ca în orice situație de comunicare simetrică) putem primi exact atâtea informații, câte oferim. Oamenii ni se deschid, de multe ori, doar dacă și noi vorbim în mod deschis despre noi înșine, despre experiențele noastre. Cercetătorul, dacă dorește să primească răspunsuri sincere și deschise, la rândul său, trebuie să dea și el răspunsuri sincere și deschise. Cercetătorul, care bate câmpii, și nu este sincer în legătură cu întrebările care se referă la cariera, sau viața sa particulară, acela nu va obține răspunsuri sincere la întrebările sale.

4. Informator cheie

În timpul cercetării - deși cercetătorul încearcă să dezvolte multiple legături personale - el va realiza o relație de încredere mai adâncă cu unul, sau două persoane, cum ar fi gazda lui, sau un amic local. Cu acesta vom împărtăși cele văzute și experimentate local și acesta va fi cel care ne va interpreta cu observații scurte aceste trăiri în context local. Această persoană este numită informator cheie, sau *furnizor de date cheie*. Rolul său este un „rol cheie” doar din perspectiva subiectivă a cercetătorului. În legătură cu informatorul cheie este bine de luat în considerare următoarele:

- Într-o situație *fericită* chiar la începutul cercetării găsim un personaj local cu care putem să dezvoltăm o relație de încredere reciprocă.
- Într-o situație *fericită* informatorul nostru cheie nu ocupă un loc marginal în comunitatea locală (cu excepția situației când cercetăm exact acest fenomen).
- În timpul cercetării este indicat, ca din când în când, să cerem părerea informatorului nostru cheie despre un anumit eveniment, sau despre o anumită persoană.
- Imaginea terenului pe care o va avea cercetătorul va oglindi, în mare măsură, imaginea informatorului cheie. În principiu acesta nu este un lucru rău, însă trebuie să clarificăm acest lucru în jurnalul de teren, sau în raport.
- În jurnalul de teren trebuie să specificăm poziția socială și punctul de vedere al informatorului cheie.

5. Situații dificile

După ce cercetătorul a reușit să se integreze în comunitatea locală și a reușit să dezvolte relațiile necesare cercetării, cercetarea ar trebui să decurgă, de obicei, fără probleme. Însă, pot apărea situații dificile, ca de exemplu:

- Cercetătorul diferă de mediu (datorită culorii pielii sale, sexului, vârstei etc.).
- Cercetătorul obosește.
- Ne dăm seama că comportamentul nostru a jignit normele localnicilor.

- Participanții se ceartă și cercetătorul s-ar evapora cu cea mai mare plăcere.
- Comportamentul comunității locale jignește normele noastre.
- Comunitatea se așteaptă să ne asumăm o atitudine pe care, din motive etice, nu ne permitem.

După ce cercetătorul a petrecut un timp îndelungat pe teren și ca un rezultat al acestuia se simte, deja, ca un localnic, îi este din ce în ce mai greu să suporte uimirea oamenilor în ceea ce privește accentul său, propunerea lor de a-i arăta împrejurimile pe care el, deja, le cunoaște și îi este greu să zâmbească la anecdotele pe care le-a auzit, deja, de nenumărate ori. Singurul lucru pe care îl poate face este să aibă răbdare: nu toți localnicii pot să știe ce fel de informații are cercetătorul despre teren. Este important ca cercetătorul să primească apropierea lor la fel ca la începutul cercetării, când a avut nevoie, într-adevăr, de bunăvoința lor.

În timpul petrecut pe teren, cercetătorul poate să obosească. Când cei care doresc să învețe o limbă străină, călătoresc într-un mediu de limbă străină experimentează deseori, că, pe când la început nu pot rosti un singur cuvânt, cu timpul, abilitățile lor de comunicare se dezvoltă, pot să își valorifice vocabularul pasiv etc. Această fază poate fi urmată de o cădere, când este convins de faptul că nu mai știe nici atât ca înainte de sosire. Este un lucru caracteristic, ca omului să i se pară că-și aude limba sa maternă la tot pasul. Oboseala va trece fiind urmată de o fază în care omul va fi mai sigur de cunoașterea limbii străine. Această oboseală ciclică, cunoscută din învățarea unei limbi, se observă și în timpul cercetării pe teren.

În cadrul procesului de însușire, această fluctuație de spirit se datorează, deseori faptului, că cercetătorul descoperă că nu s-a comportat cum trebuia. În loc de alte explicații vă dau un exemplu: în 1992 am făcut o cercetare pe teren în Ökörítófülpös. În prima seară, când am ajuns în sat am cumpărat lapte proaspăt, deoarece era preferatul tuturor. În dimineața următoare, primarul ne-a primit cu replica: „haideti copii, să discutăm chestiunile satului lângă un pahar de lapte”. Am aflat, astfel, că în Szatmár doar copii beau lapte, nu se cuvine ca bărbații să bea lapte.

Un lucru și mai neplăcut este când omul este martor la o ceartă fără voia lui. În aceste cazuri, cel mai bine este să plecăm de la locul respectiv și mai târziu să ne comportăm ca și cum nimic nu s-ar fi întâmplat. În cazul unei dispute locale cercetătorul nu poate fi un arbitru, chiar dacă are o opinie proprie despre chestiune. Țelul nostru nu este niciodată să schimbăm comunitatea locală, ci doar să o cunoaștem.

Este recomandat ca în aceste situații grele să nu ne sperie dificultățile, nu trebuie să sistăm cercetarea. Este bine să facem o mică pauză, să ne recreăm, poate să dăm o fugă până acasă, unde putem să reflectăm mai bine asupra experiențelor trăite. O singură excepție poate fi admisă, când normele locale jignesc sensibilitatea cercetătorului. Literatura de specialitate a antropologiei ne poate da multe exemple. Elizabeth Marshall Thomas⁹ (1965), de exemplu, a fost martoră la un obicei dintr-o familie *dodot* din Uganda de nord, conform căruia dinții din față a fetelor au fost smulși. Acesta a fost un eveniment cumplit: această intervenție stomatologică a fost executată de frații fetelor, unul dintre aceștia le-a imobilizat și le-a pus căluș în gură, în timp ce celălalt le-a scobit dinții de la locul lor cu o sulă. Antropologul a fost cuprins de părere de rău; însă nu a intervenit deoarece s-a gândit că dacă aceste fetițe nu trec prin acest ritual acum, mai târziu vor întâmpina dificultăți în mediul lor.

Cercetătorul nu are voie să schimbe societatea cercetată nici măcar în cazul în care nu este de acord cu normele acesteia. Însă, în cazul în care aceste norme locale jignesc sensibilita-

⁹ Thomas, Elizabeth Marshall 1965: *Warrior Herdsman: The Story of the Dodoth Tribesmen of Northern Uganda*. New York: Alfred A. Knopf.

tea cercetătorului într-o măsură pe care el nu o poate accepta atunci - și doar atunci – el trebuie să înceteze cercetarea pe teren și să caute un teren care să fie mai aproape de personalitatea lui. O astfel de decizie nu reprezintă fugă de la locul sarcinii, sau ceva rușinos; nimeni nu s-a născut cu darul de a se simți în largul său pretutindeni în lume, sau în oricare mediu cultural.

6. *Tactici de cercetare pe teren*

În timpul muncii pe teren dorim ca localnicii să ni se confeseze în legătură cu unele probleme. Pentru atingerea acestui țel există mai multe tehnici, mici trucuri:

- Să ne prefacem că suntem neștiutori, ori naivi.
- Toată lumea devine ghid cu plăcere în mediul lui înconjurător.
- Să ne clarificăm rolul și ce anume cercetăm.
- Să putem răspunde întotdeauna la întrebarea „de ce ați întregat acest lucru”.
- În locul întregărilor precise dar complicate mai bine să punem întregări care să fie pe înțelesul tuturor.
- Trebuie să știm nu numai ce dorim să întregăm, dar și ce nu dorim să întregăm.
- Să fim la locul potrivit la momentul potrivit.
- Să facem (sau cerem) poze, desene, schițe, notițe.

De obicei, oamenii atunci explică ceva sincer și cu lux de amănunte când constată, că partenerul lor de conversație este neinițiat. Dacă partenerul de conversație are și dânsul informații temeinice despre tema respectivă, atunci oamenii adesea cred, că nu are sens să își exprime părerea, sau tind să vorbească despre un lucru acaparant, despre care speră că cercetătorul nu a auzit încă. De aceea este bine să ne prefacem că suntem neștiutori, sau naivi. Antropologul mexican, Larissa Adler Lomnitz, de exemplu, în 2003 a cercetat la Budapesta canalele de informație ale unor muncitori ceangăi din Moldova. Interpretul ei a venit la mine cu o întregare discretă, referitoare la faptul că antropologul ar avea probleme cu memoria. A observat că Larissa Adler Lomnitz l-a întregat pe fiecare muncitor de ce a venit să lucreze la Budapesta, și după ce fiecare muncitor i-a explicat că salariul de aici este multiplul celui din România, cercetătoarea de fiecare dată și-a ridicat privirea întregătoare: „Vai! Multiplul?”. De bună seamă, nu a fost nici o problemă cu memoria cercetătoarei, ci această mirare prefăcută a fost una dintre tacticile ei de cercetare pe teren, care de altfel s-a dovedit a fi eficientă: cei întregăți au început să prezinte din propriile perspective diferențele dintre viața de acasă și cea de aici.

Există teme despre care oamenii vorbesc cu plăcere și există teme despre care nu vorbesc cu prea mare plăcere. Evident, cel mai indicat ar fi să îi întregăm pe oameni întotdeauna despre temele despre care vorbesc cu plăcere. În realitate, de fapt, acesta este un lucru ușor. Poate fi de folos, dacă îi întregăm pe oameni despre mediul lor înconjurător, de exemplu, despre istoria străzii pe care stau, sau despre obiectele din casele lor. Putem observa că oamenii, de obicei, ne ghidează cu plăcere în lumea lor mică, pe care, de multe ori, doar ei o cunosc. În timpul acestor ghidări pot apărea foarte multe amănunte care pot fi importante din perspectiva cercetării.

Pe parcursul interviurilor și a observației participative să nu ne îndepărtăm de rolul pe care l-am asumat la începutul cercetării. Dacă cineva, de exemplu, se ocupă cu dezvoltarea așezărilor se înțelege că pune întregări care se referă la circulație, sau la florile din grădină, însă dacă se interesează de preferințele religioase ale indivizilor, poate ridica suspiciuni. Este foarte important, așadar, ca rolul pe care îl asumăm la început să acopere cât mai bine toate planurile cercetării. Cel mai bun rol este cel real.

Cercetătorul trebuie să se aștepte ca în orice moment poate fi întrebat „de ce m-ați întrebat acest lucru?”. Cine se încurcă în acest moment, ezită în răspuns, foarte probabil nu va putea termina interviul și pune în pericol relația de încredere. La această întrebare trebuie să dăm un răspuns clar și inteligibil, care este în concordanță cu rolul pe care l-am asumat la începutul cercetării.

Avantajul observației participative față de celelalte tehnici de cercetare este că aceasta nu obține date (mai mult, NU în primul rând) prin conversație, sau luarea unor notițe, ci prin observarea comportamentului omenesc. Dacă pe parcursul cercetării așezărilor dorim, de exemplu, să aflăm cum este folosit spațiul (în ce mod este folosită strada, sau piața în timpul săptămânii, la sfârșit de săptămână, sau în zilele de sărbătoare) atunci obținem mai multe informații decât prin nenumărate interviuri, observând, sau cutreierând personal spațiile respective în acele zile.

Pentru filmarea și fotografierea oamenilor avem neapărată nevoie de relația corespunzătoare de încredere dintre aceștia și cercetător. Fotografierea clădirilor, străzilor este recomandată, însă partenerii conversației, participanții evenimentelor pot lua în nume de rău fotografierea, filmarea. Pe parcursul unei cercetări aplicative nu avem întotdeauna destul timp să dezvoltăm o relație de încredere, din această cauză, dacă considerăm că este necesar, mai bine să cerem o fotografie de la partenerul de conversație. Pe baza fotografiilor cerute putem să vorbim despre multe chestiuni cu subiecții interviului, care ar putea fi importante din perspectiva cercetării. Putem chiar să desenăm mediul înconjurător împreună cu acesta – despre acest lucru aflați mai multe în capitolul despre redactarea unei hărți mentale.

7. Strategie de teren

Strategia de teren se referă la următoarele lucruri:

- durata cercetării pe teren.
- gospodărirea cu timp și resurse financiare.
- tema cercetării, ipotezele și aria datelor care trebuie obținute.
- tehnici de cercetare.
- învățarea limbii.

În cazul unei cercetări aplicative timpul de cercetare pe care îl avem la dispoziție este în mod caracteristic de 1-4 luni, un timp mult mai scurt, decât în cazul unei cercetări antropologice pe teren.

După cum am specificat în capitolul al doilea, este indicat să împărțim cercetarea pe două faze, în prima fază se efectuează o culegere de date nestructurată, apropiat terenului, iar cea de-a doua este faza structurată, planificată. Trebuie să menționăm că între cele două faze avem nevoie de una intermediară, când cercetătorul se îndepărtează de teren, cântărește experiențele de până atunci, concepe, sau reformulează ipotezele, consultându-se și cu alți specialiști care pot vedea temele sale de cercetare „din exterior”. De obicei, este indicat ca prima fază să aibă o durată mai lungă, însă trebuie să rezervăm mai multe resurse financiare și personale celei de-a doua. În cazul unei cercetări aplicative, planificată pe trei luni, (deși nu există o rețetă fixă) este productiv ca, de exemplu, timp de o lună și jumătate să dedicăm orientării locale, după care să ne retragem pentru două săptămâni, timp în care să redactăm schița viitorului nostru studiu. În acest răstimp trebuie formulate ipotezele, specificate aria datelor ce urmează a fi recoltate, respectiv sfera tehnicilor adecvate de culegere de date. După acesta, timp de alte două săptămâni, trebuie să strângem date cantitative (cu implicarea unui aparat mai mare) pentru a lua o decizie în cazul problemelor controversate, iar în ultimele două săptămâni verificăm rezultatele și scriem studiul.

Unul dintre elementele cheie ale cercetării pe teren este *învoățarea limbii*. Să nu ne gândim că trebuie să învățăm o limbă „străină”, ci mai degrabă să ne gândim la faptul că trebuie să ne însușim lexicul, dialectul, vocabularul, semnificațiile locale. În timpul cercetării pe teren și în timpul interpretării să avem în vedere faptul că semnificațiile locale sunt valabile doar în contextul local. Observațiile nu sunt interpretate local la fel cum sunt interpretate de către cercetător, nici măcar în cazul în care acesta face cercetări în așezarea în care trăiește el însuși.

8. *Observația și întocmirea notițelor*

- În loc să ne bazăm pe consemnări, cameră video, sau dictafon, cel mai bine este să apelăm la memoria noastră.
- Importanța jurnalului: ceea ce nu este consemnat, nici nu există.
- Să avem grijă ca propriile noastre comentarii și interpretări să nu se amestece cu experiențele.
- Să alcătuim și să completăm lista fenomenelor neînțelese. Ideile cele mai originale, de multe ori, rezultă tocmai din cercetarea acestor fenomene.

Cercetătorul observației participative are mai mare încredere în propria sa memorie pe termen scurt, decât în notificările făcute în timpul cercetării, în dictafon, sau într-o cameră video. Acest lucru nu se datorează conservatorismului, ci cerinței ca terenul să fie cât mai neatins, să se dezvăluie în forma lui cea mai pură cercetătorului. În afară de influența pe care o exercită cercetătorul asupra mediului, nu este greu de recunoscut că, de exemplu, în cazul unui interviu între două persoane, apariția unei camere video poate cauza „trac” și interviuatul devine stânjenit, din cauza stresului poate să-i tremure vocea, supra-interpretează răspunsurile, sau va dori să corespundă unor așteptări. Reportofonul este la jumătatea drumului dintre cameră și nimic; nu cauzează neapărat trac, însă partenerul de interviu cântărește ce, și în ce fel să spună, și este predispus să treacă sub tăcere unele lucruri. Relația de încredere compromisă și prin apariția unei singure coli de hârtie. O mulțime de cercetători s-au referit la faptul că, în momentul în care au întins mâna după hârtie și stilou, interviuatul a întreat aproape îngrozit: „doar nu vreți să notați aceste lucruri?” ori „acest lucru să nu-l notați totuși astfel”. În cadrul interviurilor, de multe ori, este bine să ne încredem în memoria noastră, notând cele auzite la scurt timp după discuție. Memoria se poate dezvolta! Expresiile cheie să le cităm cu exactitate în text, așa cum s-au rostit, fără să le schimbăm pe cuvintele noastre.

Luarea de notițe și filmările întotdeauna deranjează mediul în care cercetăm, din această cauză pot fi folosite doar după ce s-a dezvoltat deja relația de încredere. Rularea unui film de antropologie, de exemplu, este posibilă doar pe fundalul unei relații de încredere personală. În cadrul unei cercetări aplicative, de obicei, nu avem timp suficient pentru așa ceva.

Memoria omului este, de obicei, înșelătoare. Suntem predispuși să înzestrăm cu explicații, sau să uităm tot ceea ce nu înțelegem. Deși toate acestea sunt valabile și în ceea ce privește memoria noastră pe termen scurt, totuși este indicat să notăm totul cât mai aproape în timp de evenimentul respectiv. Informațiile care nu au fost notate la timp vor fi uitate sau răstălmăcite. Cel mai indicat este să facem înscrisuri în jurnal după fiecare eveniment, sau măcar în fiecare seară.

9. *Jurnalul de muncă al cercetării pe teren*

Jurnalul de muncă al cercetării pe teren este cea mai importantă metodă de stocare a datelor unei cercetări antropologice. Mai demult jurnalul de teren a fost scris ca un adevărat jurnal -

cu stiloul într-un caiet. În zilele noastre cercetătorul își scrie mai degrabă jurnalul direct pe calculator. Avantajul acestui lucru este, că nu trebuie luate în seamă multe cerințe formale care mai demult au făcut scrierea jurnalului anevoioasă. O astfel de incomoditate este, de exemplu, regula 1/3-2/3 care prevede împărțirea paginilor jurnalului pe două părți: pe partea mai mare ne-am făcut notările, iar pe partea mai mică (de o treime) puteam scrie notările ulterioare. Taylor și Bogdan scot în evidență faptul, că aproape de jumătatea amintirilor noastre nu ne aducem aminte în momentul scrierii jurnalului, ci doar mai târziu, când dintr-un motiv sau altul (uitându-ne la fotografii sau povestind) ni le reamintim. O altă regulă este ca temele și cuvintele cheie ale diferitelor alienate să le notăm pe margine, ca mai târziu, când răsfoim jurnalul după anumite teme, să ne fie mai ușor găsirea unor pasaje anume. Cu ajutorul calculatorului este desigur mult mai ușoară găsirea conceptelor cheie.

Chiar și astfel, în scrierea jurnalelor de muncă este bine să ținem cont de unele reguli:

- Jurnalul de muncă trebuie scris în fiecare zi. Mai bine să facem mai puține observații, dar să avem timp pentru a le scrie în jurnal.
- La notarea fiecărui eveniment și a fiecărei conversații să ne reamintim, cum a început și cum s-a terminat.
- Locațiile, ca, de exemplu, piața, interiorul unei camere, trebuie notate și ele, și schițate (cu desen) chiar și mișcările (cine unde s-a dus), dacă considerăm că acest lucru e necesar.
- Să notăm și lucrurile obișnuite. Oamenii de obicei nu au notițe despre lucrurile lor obișnuite.
- Să schimbăm obiectivul cu un unghi vizual mare pe o optică mică: mediul local poate fi surprins cel mai bine prin amănuntele sale.
- Să cunoaștem, și în jurnal să recunoaștem rolul nostru. Să fim atenți la noi înșine și la influența pe care o exercităm asupra terenului.
- De anumite amănunte ne aducem aminte doar după mai multe zile sau săptămâni. Aceste amănunte trebuie introduse în așa fel, încât ordinea cronologică a jurnalului să nu se schimbe.
- Ne ajută și faptul dacă scriem cuiva. Fiecare cercetător este predispus să noteze doar în linii mari, să nu prezinte în amănunt mediul înconjurător. Însă în cazul în care scriem o scrisoare (sau e-mail) trebuie să prezentăm terenul cu mai multă precizie.
- Ne este de folos dacă cineva citește jurnalul și ne dă câteva sfaturi. „Ochiul din afară” observă ușor dacă un fenomen, pe care îl considerăm de la sine înțeles, necesită explicații, sau dacă explicația nu este destul de convingătoare.
- Deoarece jurnalul poate ajunge și în mâinile altora, să folosim pseudonime, iar corespondențele pseudonimelor să le scriem pe o altă foaie. În cazul publicării trebuie să fim și cu mai mare băgare de seamă deoarece personajele, chiar dacă apar cu pseudonime, pot fi ușor identificate în comunitatea locală.
- Să ne salvăm jurnalul de mai multe ori, sau să facem copii după el. Originalul deseori se pierde.
- Jurnalul care este bine scris poate fi folosit nu doar pentru o publicație, ci pot fi folosite într-un șir întreg de scrieri.
- Să alcătuiim și să completăm lista fenomenelor neînțelese. Ideile cele mai originale de multe ori sunt rezultatul examinărilor acestor fenomene.

10. Limitele posibilităților unui studiu

Cu ocazia culegerii de date structurate se poate întâmpla ca toate rezultatele culegerii să fie publicate. Rezultatele observației participative sunt nestructurate și ramificate. Trebuie să fim conștienți de faptul că o mare parte a experiențelor nu va fi niciodată redactată, publicată. Ca urmare a cercetării nestructurate însă, jurnalul de muncă al cercetării pe teren poate sta la baza mai multor studii. Marii antropologi precum Margaret Mead, Bronislaw Malinowski au fost celebri prin faptul, că au utilizat rezultatele cercetărilor din tinerețe pentru cercetări de mai târziu cu teme cu totul diferite. Jurnalele lor amănunțite pot fi studiate cu rezultate și de posteritate.

Nu este nici o problemă, mai mult, este perfect normal, ca în jurnal să rămână informații neexploatate, nepublicate. Un studiu bun nu are caracter ramificat - ca și jurnalul, nu reflectă totalitatea cunoștințelor noastre, ci doar experiențele legate de o temă.

Scrierea studiului este de fapt și vremea interpretării, acum trebuie să „tălmăcim” cunoștințele locale pe limbajul „experienței depărtate” a științei. Rețeaua de semnificații a noțiunilor oamenilor observați în propriul lor mediu nici atunci nu este neapărat identică cu cea a cercetătorului, sau a viitorului cititor al studiului, când aceștia din întâmplare trăiesc în aceeași așezare.

11. Retragere de pe teren

Cea de-a treia situație grea din timpul cercetării pe teren este momentul în care ne luăm rămas bun. Părăsirea terenului. Regula de bază se poate formula într-o singură idee: să plecăm astfel încât să ne putem întoarce oricând.

Cercetătorul observației participative, după cum am mai menționat și înainte, nu a lucrat doar, ci și-a petrecut o bucată din viața sa pe teren. Dacă și-a făcut munca cum trebuie atunci la sfârșitul cercetării oamenii au început să-l placă și el a început să se atașeze de oamenii locului. S-ar putea să ne fie mai ușor să ne luăm rămas bun de la localnici, dacă ne pregătim și îi pregătim și pe ei de la începutul cercetării, că ne aflăm pe teren doar temporar. Relațiile de încredere, prietenii cu caracter limitat în timp sunt, desigur, lucruri ciudate.

Există două reguli importante:

- Să nu ne amăgim și să nu îi amăgim nici pe localnici, că legăm prietenii pe viață dacă știm că cercetarea noastră este doar de câțiva ani.
- Să facem doar promisiuni pe care le putem ține și care pot fi îndeplinite în intervalul de timp pe care îl petrecem pe teren.

Câteva exemple practice

Inginerii în materie de circulație rutieră folosesc deseori „măsurarea traficului” pentru obținere de date, pentru evaluarea traficului de autoturisme. Cercetătorul de teren poate să ajungă, însă, la niște concluzii mai bogate prin citirea jurnalului său: poate măsura circulația bicicletelor și a pietonilor în același spațiu, poate să evalueze dacă o circulație o încurcă pe cealaltă, poate să cerceteze cine umblă cu mașina și cine umblă pe jos, poate să îi întrebe pe oameni de ce folosesc tocmai autoturismul, iar la urmă – ca cercetător participativ - poate să meargă și el cu bicicleta percepând astfel reacțiile pietonilor și a conducătorilor auto etc.

Celălalt exemplu, tot în legătură cu circulația: turiștii sosiți într-o țară străină consideră că o mare deficiență a țării este lipsa diferitelor indicatoare, panouri. Cel mai bun instrument de amplasare al indicatorilor de circulație și de informare este cel al observației participative,

și nu al cartografierii. Faptul că proiectantul pur și simplu iese pe teren și încearcă să ghicească unde ar fi nevoie de astfel de indicatoare, asigură deja un succes parțial. Însă mai productiv este să străbată drumurile împreună cu niște străini, observând unde caută aceștia indicatoare rutiere, panouri de informare.

Un element important al sistematizării este definirea funcției fiecărei zone a unei așezări umane. În cadrul acestor sistematizări, diferitele părți ale așezării pot fi demarcate, de exemplu, ca zonă de turism, de divertisment, de prestații servicii, zonă rezidențială etc. Această încadrare determină mai târziu în mare măsură utilizarea reală al spațiului respectiv. Funcția planificată unui teren este ușor de tradus în practică dacă aceasta corespunde practicii actuale de folosință de către locuitorii zonei, de către cei care lucrează, sau trec pe acolo. O astfel de planificare este posibilă doar dacă cercetătorul participă - petrece timp pe teren.

Câteodată informațiile utile pot fi adunate mai eficient din rutina obișnuită a oamenilor, decât din observarea comportamentului lor: un exemplu bun pentru acesta este faptul că adesea trotuarele sunt executate doar cu vreo doi ani mai târziu după predarea un parc de locuințe – traseul și lărgimea lor fiind în concordanță cu cărările bătute de pietoni în acest răstimp. Informații utile pot fi aflate și din urmărirea inscripțiilor de pe pereți, din observarea porțiunilor unde gardurile sunt stricate, sau identificarea locurilor unde oamenii fac mizerie, și a acelora unde nici nu le trece prin cap să facă așa ceva.

În formarea spațiilor comunitare publice cea mai bună soluție este cea conformă cu strategiile existente și observate de folosință a spațiului. De exemplu prin observarea bicicliștilor pot fi proiectate drumurile pentru bicicliști, iar accesibilitatea clădirilor se poate dezvolta prin observarea participativă al comportamentului oamenilor cu dezabilități motrice.

IV. Interviu cu focus-grup

Introducere

Istoria teoriei

Când este indicată efectuarea unei cercetări cu focus-grup?

Probleme de etică

Focus-grupul în practica cercetării

Abc-ul focus-grupului

Studii de caz, exemple

Texte în chenar

Ágnes Szanyi: Moderatorul cercetării unei așezări

Introducere

Cercetarea cu focus-grup este o tehnică de interviu. Tot ce a aflat cititorul până acum despre interviuri din literatura de specialitate, ca de exemplu, că interviurile pot fi structurate, sau nestructurate, sau cum se întocmește un ghid de interviu, respectiv ce fel de greutăți pot apărea în timpul punerii întrebărilor, este valabil și în cazul interviului cu focus-grup. Singura diferență dintre interviul cu focus-grup și celelalte tehnici de interviu, este că interviul tradițional reprezintă o interacțiune dintre două persoane, dintre cercetător și subiectul interviului, iar interviul cu focus-grup reprezintă comunicarea interactivă dintre mai multe persoane. Cercetătorul are o funcție specială în acest grup, el fiind numit, în limbajul de specialitate, *moderator*, acea persoană care conduce (*moderează*) întreaga discuție. Deși diferența dintre aceste tehnici de interviu poate părea mică, datorită faptului că în cazul uneia stăm de vorbă cu o persoană iar în cazul celeilalte tehnici cu mai multe persoane, totuși interviul cu focus-grup diferă de celelalte tehnici de interviu prin calitate.

Cea mai mare valoroasă caracteristică a cercetării cu focus-grup este *interacțiunea*. Pe parcursul investigației cercetătorul se întâlnește personal cu membrii grupului țintă (prin acest lucru diferă de interviurile cu chestionar), respectiv se întâlnesc și membrii grupului, interacționează (prin acest lucru diferă de interviul în adâncime). În afară de răspunsurile concrete date de oamenii intervievați, gesturile care însoțesc aceste răspunsuri, comentariile și particularitățile de dinamica grupului (dezbaterile, nedezvăluirea părerilor) reprezintă informații importante. Un merit aparte al cercetării cu focus-grup este faptul că este o metodă mai adecvată pentru „modelarea” dezbaterilor sociale și pentru formarea părerilor colective, decât alte metode; în cazul sondajelor cu chestionar, sau al unui interviu individual informațiile care se referă la dinamica grupului nu sunt aduse la suprafață.

Acest manual consacră un întreg capitol pentru prezentarea metodologiei interviului cu focus-grup, deoarece este vorba de o tehnică puțin cunoscută și la fel de puțin folosită atât în științele sociale cât și în practica de planificare a așezărilor din zilele noastre. De multe ori, se enunță păreri conform cărora focus-grupul nu poate fi considerat o metodă de cercetare științifică. Aceste păreri se bazează, firește, pe niște experiențe în care aplicarea sa în practică a fost defectuoasă. Este adevărat că în zilele noastre tehnica focus-grupului este folosită în bună parte în cercetarea de piață, iar uneori rezultatele – dat fiind faptul că cercetările aplicate mereu se află în dificultate financiară și temporară - sunt interpretate în mod neadecvat. Acest capitol dorește să „reabiliteze” metoda focus-grupului, să clarifice când este indicată folosirea acestei metode și la ce fel de rezultate ne putem aștepta.

Când am scris acest capitol am luat în considerare practica de instruire sociologică, fiind convins că cititorul are cunoștințe premergătoare despre modul în care se aplică tehnicile de interviu și de chestionar. Acelora, care nu au învățat despre tehnicile de interviu, sugerăm din literatura recomandată textele lui *Steinat Kvale și Earl Babbie*.

Istoria teoriei

Printre antecedentele metodologice ale cercetării cu focus-grup sunt amintite cercetările pe teren al lui Bronislaw Malinowski¹, care, potrivit celor scrise în jurnalul său², a efectuat

¹ De exemplu: Frey, James H. și Andrea Fontana 1991: The Focus Group in Social Research. In: *The Social Science Journal* 28/2: 175-187.

² Malinowski, Bronislaw 1967: *A diary in the strict sense of the term*. New York: Harcourt, Brace and World.

cercetări cu interviuri în grup, însă asupra rezultatelor acestora nu se referă în publicațiile de mai târziu. În ciuda acestui lucru, în antropologie, tehnica de recoltare de date cu metoda focus-grupului nu a fost considerată o tehnică de cercetare aparte vreme îndelungată. Termenul de „interview în grup” a apărut pentru prima dată, în literatura de specialitate în 1926, în scrierea lui Emory Bogardus³. În această perioadă Bogardus s-a ocupat cu probleme de etnie și de alienare socială, iar peste ocean, în anii treizeci metoda aparent simplă și ieftină s-a bucurat de mare succes în aplicarea pe teren în industria reclamelor care a început să câștige teren. Cercetările lui Herta Herzog, despre ascultătorii foiletoanelor radiofonice, au fost considerate de Merton ca prima punere în practică a interviului focusat.

Provocările apărute în al doilea război mondial au avut un rol important în dezvoltarea cercetării cu focus-grup. În 1941, Universitatea Columbia a primit însărcinarea de a măsura efectul filmelor și a emisiunilor radio de propagandă militară. Cercetătorii, Paul Lazarsfeld și Robert Merton, din cauza timpului scurt pe care l-au avut la dispoziție, în loc să efectueze cercetările obișnuite cu chestionare și interviuri în adâncime, i-au așezat pe subiecții interviului într-o sală de cinema, unde prin apăsarea unui buton aceștia și-au manifestat aprobarea sau dezaprobarea legată de un film, sau o înregistrare audio. Metoda, cum o cunoaștem azi, s-a perfecționat în timpul celui de-al doilea război mondial. Despre această metodologie a apărut un scurt referat deja în 1943, iar în 1946 Merton și co-autorii lui au publicat observațiile lor metodologice într-un articol⁴, iar în 1956 într-o carte.

Titlul lucrării lui Merton, „interview focusat” (focussed interview), se referă la faptul că pe parcursul interviului este interviuat doar un număr restrâns de persoane, ne concentrăm doar pe ei. O altă denumire a acestei metode este „interview de adâncime în grup” (group depth interview)⁵. „Grupul” se referă la persoanele care sunt în contact unii cu alții, indiferent dacă formează sau nu un grup social și în afara situației de interviu. „Adâncimea” se referă la caracterul informațiilor căutate, care nu apar în cazul interacțiunilor obișnuite. „Interviul” reprezintă metoda de colectare a datelor, adică scopul unui membru al grupului (al cercetătorului) de a scoate la iveală informații. Metoda interviului în adâncime cu focus-grup a fost admisă treptat în diferite domenii ale științelor sociale de la începutul anilor șaptezeci, în primul rând pentru clarificarea problemelor de cercetare și pentru redactarea ipotezelor. Începând din anii șaptezeci s-a bucurat de mare succes în cazul cercetărilor aplicate, mai ales în cercetarea de piață și în cercetarea opiniei publice cu scop politic, iar în zilele noastre este metoda cea mai general folosită.

Tehnica focus-grupului a fost influențată, în mare măsură, de noile teorii ale psihologiei sociale din anii '80-'90. Aici, ne referim doar în câteva cuvinte la contradicția dintre abordarea *esențialistă* versus *constructivistă*. Abordarea esențialistă este una mai veche, dominantă, însă și în zilele noastre. După părerea esențialiștilor, fiecare interviuat are o părere interioară, esențială. În diferite contexte, ca de exemplu la influența presiunii grupului, această părere s-ar putea să nu apară, sau să apară doar într-un mod distorsionat, însă moderatorul trebuie să recunoască aceste influențe, să le diminueze și să aducă la suprafață răspunsurile „reale”. Conform altor abordări, părerile nu pot fi considerate date, ci acestea *se construiesc* în fiecare situație conform *contextului* dat. În diferite condiții, interviuatul se definește pe sine însuși

³ Bogardus, Emory S. 1926: The Group Interview. In: *Journal of Applied Sociology* 10: 372-382.

⁴ Merton, Robert K. és Patricia L. Kendall 1946: The Focussed Interview. In: *American Journal of Sociology* LI. 541-557

⁵ Trecerea în revistă a noțiunii s-a făcut pe baza celor spuse de Shamsadi și Steward (1990). Shamsadi, Prem N. és David W. Steward 1990: *Focus Groups. Theory and Practice*. In: Applied Social Research Methods Series (20). Newbury Park etc.: SAGE

într-un mod diferit și are păreri diferite. Conform abordării *constructiviste* deci, nu există o părere „esențială”, independentă de context. Acest lucru influențează practica metodei focus-grupului în sensul că, în timp ce esențialiștii focusează mai mult pe părerile auzite, constructiviștii se concentrează pe procesele de dinamica grupului, pe contextul formării părerilor.

Când este indicată efectuarea unei cercetări cu focus-grup?

Studiile de impact social, care se bazează pe analiza datelor secundare și/sau pe măsurarea cu chestionare, de obicei pot fi bine completate cu rezultatele cercetărilor cu focus-grup. Putem efectua un interviu în grup și prin combinarea focus-grupului cu alte metode calitative, ca de exemplu cu observația participativă sau cu șir de interviuri în profunzime. După părerea lui Shamdasani și Steward (1990)⁶ efectuarea unei cercetări cu focus-grup este indicată mai ales în următoarele cazuri:

1. pentru dezvoltarea unei imagini generale, pentru recoltarea informațiilor secundare.
2. pentru schițarea ipotezelor premergătoare.
3. pentru a facilita apariția noilor abordări, a ideilor creative.
4. pentru a filtra greșelile potențiale ale vreunui plan.
5. pentru colectarea asociațiilor legate de o anumită temă cercetată (de ex. produs, prestație).
6. pentru explorarea limbajului cercetării.
7. pentru verificarea calitativă a motivațiilor unor rezultate obținute prin cercetare cantitativă.

Am amintit, deja, faptul că mulți cercetători au rețineri față de cercetarea cu focus-grup, ei sunt de părere că această metodă nu își are locul printre mijloacele de cercetare științifică. Reputația proastă a metodei cu focus-grup se datorează practicii greșite, conform căreia rezultatele cercetărilor (mai ales în cercetarea de piață) sunt interpretate în mod asemănător cu rezultatele cercetărilor cantitative. Deși fiecare cercetător știe, că în cazul numerelor mici de participanți nu are sens să vorbim despre reprezentativitate, totuși unii sunt de părere că dacă sunt suficient de multe grupuri și luarea mostrei este făcută într-un mod destul de precaut, rezultatele cercetării pot fi considerate ca și reprezentative, chiar dacă mărimea mostrei nici măcar nu se apropie de cele obișnuite la efectuarea unei cercetări cu chestionar. Din păcate, aceste rezultate sunt, deseori, interpretate în mod asemănător rezultatelor chestionarului, ceea ce înseamnă că sunt calculate divizări și procentaje (chiar și în cazul în care mostra este de sub o sută de unități!) și ca urmare cercetătorii declară ce opinie are „majoritatea”. Această abordare este greșită din mai multe puncte de vedere. În primul rând, pentru că pe parcursul analizei densitatea poate prezenta importanță, cât timp pe parcursul interpretării, nu - rezultatele sub nici o formă nu se referă la toată mulțimea. Pe de altă parte, întrebările sunt puțin standardizate, astfel răspunsurile pot fi influențate de mulți factori. În fine, în cazul cercetărilor cu focus-grup, de multe ori, nu divizia răspunsurilor este considerată o temă de cercetare, ci procesul formării acestora.

În realitate focus-grupul este adecvat, în primul rând, pentru observarea formării opiniilor sociale și pentru modelarea dezbatărilor. Cu ajutorul focus-grupului nu numai că vom fi mai experimentați datorită faptului că „mai mulți oameni văd mai multe”, ci interacționăm cu niște reprezentanți ai unor grupuri sociale care-și confruntă părerile. Din această cauză recoltarea gândurilor aduce rezultate într-adevăr benefice în practică; le putem

⁶ Shamdasani, Prem N. és David W. Steward 1990: *Focus Groups. Theory and Practice*. In: Applied Social Research Methods Series (20). Newbury Park etc.: SAGE.

folosi pentru dezvoltarea sau cristalizarea ipotezelor, pentru descoperirea diferitelor surse potențiale de conflict, sau pentru verificarea rezultatelor de cercetare cantitativă – însă nici o dată nu trebuie să tratăm aceste rezultate ca fiind „reprezentative”. Rezumând raționamentul, cercetarea cu focus-grup poate fi folosită:

- *înainte de* cercetarea cantitativă
- *alături de* cercetarea cantitativă
- *după* cercetarea cantitativă, sau
- *fără* cercetarea cantitativă, dar
- niciodată *în loc de* cercetarea cantitativă!

Probleme de etică

Rezultatele cercetărilor cu focus-grup - la fel ca și rezultatele celorlalte metode de cercetare - pot fi manipulate în mai multe feluri: prin alcătuirea grupului, prin punerea întrebărilor într-o anumită ordine, prin întrebări care adesea pot induce sau defini răspunsul. Rezultatele „slabe” ale tehnicii pot fi pe urmă interpretate în mai multe feluri. Rezumând, este ușor să „trișăm” pe parcursul unei cercetări, să producem rezultate care nu sunt reale, însă este greu să fim „demascați”. Aducerea la suprafață a rezultatelor bune, imparțiale și care oglindesc realitatea, ține de răspunderea personală a cercetătorului.

Interpretarea corectă a interacțiunilor, a limbajului gesturilor, corporal și moderarea în sine necesită fără doar și poate cunoștințe psihologice. De obicei, moderarea nu este făcută de cel care planifică cercetarea, ci de un moderator specializat, de obicei, în psihologie. Însărcinarea moderatorului este în mod caracteristic o misiune doar de o zi, ceea ce ridică întrebarea etică: avem voie să încredințăm informațiile confidențiale, care apar în timpul cercetării cu focus-grup, unui specialist extern, care nu are nici o obligație față de întregul mers al cercetării?

În practica contemporană a cercetărilor cu grup focus cel care comandă cercetarea adesea poate accesa cercetarea în sine cu ajutorul unei înregistrări video, sau asistând la mersul cercetării pe ascuns (exemplu: în spatele unei oglinzi de detectiv). Ambele practici se confruntă cu niște probleme majore de etică. În cazul înregistrărilor video, cercetătorul poate prea bine să dea chiar și o dovadă în scris că acestea nu vor fi mediatizate, totuși după ce le predă celui care a comandat cercetarea, nu mai poate controla soarta lor. Din păcate, au existat, deja, exemple când înregistrările cu focus-grup au apărut pe pagini de Internet.

Peretele de oglindă poate cauza tot atât de multe îndoieli. Datorită faptului că participanții nu pot verifica cine se află în spatele peretelui de oglindă, ei pot da crezare doar celor spuse de moderator, ceea ce presupune o responsabilitate personală din parte moderatorului. Din păcate, însă, nici moderatorul nu poate să prevină ca cineva din spatele oglinzii să nu facă înregistrări pe care să le folosească apoi în scopuri imorale. În practică, singura garanție este relația și controlul personal sau instituțional între cel care comandă lucrarea și moderator.

În cazul fiecărei cercetări se pune problema oferirii unei recompense materiale participanților. Oferirea unei recompense poate fi considerată etic, deoarece participanții sacrifică timpul lor liber pentru o activitate care îi poate aduce cercetătorului un beneficiu, recunoaștere pe plan profesional. Acceptarea banilor poate crea o problemă din punct de vedere profesional, deoarece poate dezvolta o dorință de a corespunde așteptărilor și participanții vor încerca să ghicească „răspunsul corect” în loc să își spună părerea sinceră. Cei care au nevoie de banii sau cadoul oferit recompensă pot fi reprezentați peste măsură, iar acest lucru poate influența cercetarea într-un mod nefavorabil.

În cazul în care cercetătorul citează mot a mot din conversațiile efectuate cu prilejul cercetării aplicate pe teren cu focus-grup, trebuie să fie foarte circumspect, deoarece în cercurile restrânse oamenii se pot identifica chiar și după prenumele lor, este indicat deci, ca cercetătorul să schimbe chiar și prenumele participanților.

Focus-grupul în practica de cercetare

Cercetările cu focus-grup sunt folosite, în primul rând, în cazul cercetărilor aplicate, mai precis pe teritoriul marketingului politic și al cercetării de piață. Deși, în realitate, focus-grupul nu este o metodă atât de ieftină precum mulți cred, totuși este o metodă preferată în cercetările aplicate deoarece poate fi făcută cu ușurință și într-un timp scurt. În zilele noastre, metoda de cercetare cea mai frecvent folosită în cadrul cercetărilor de piață este, fără îndoială, focus-grupul. În jargonul limbajului de specialitate prin denumirea de „calitativ”, sau poreclit și „cercetare cali” se înțelege focus-grupul. Cercetătorii de piață, de multe ori, nici nu știu că în marea familie a cercetării calitative există mai multe zeci de metode, începând cu *oral history* și până la analiza de conținut. Similar cu acest lucru „cercetarea cantitativă” înseamnă practic efectuarea unui *survey*, o măsurare telefonică de omnibus, însă o astfel de însărcinare apare mult mai rar în viața de afaceri decât o *cercetare cali*.

În practica de dezvoltare-planificare a așezărilor umane cercetarea cu focus-grup este folosită foarte rar. Conferințele de specialitate organizate în cadrul așa-numitelor planificări *participative*, respectiv conversațiile într-un grup mai restrâns, forumurile populației sunt asemănătoare focus-grupului. În practică, de multe ori, apar dificultăți cu moderarea și cu principiile de recrutare (pe ce criterii se bazează invitația cuiva la conversație).

Abc-ul focus-grupului

În cele ce urmează trecem în revistă cele mai importante stații ale cercetării cu focus-grup pe baza cercetărilor lui Morgan și Krueger (1997)⁷, respectiv pe baza propriilor mele cercetări pe teren. Abc-ul metodologic este prezentat schematic – ca și în celelalte capitole - înțelegerea este ajutată de texte explicative.

1. Schița temei (sau) a interviului

Dacă dorim să planificăm o cercetare cu focus-grup este necesar să avem niște cunoștințe premergătoare, pe baza cărora putem să identificăm temele de cercetare și grupul cercetat. După acesta ne putem schița tema, sau redacta șirul de întrebări. În jargonul literaturii de specialitate a cercetării de piață și în câteva manuale de metodologie redactarea unui schițe de interviu apare sub denumirea de „planificarea cercetării” sau „design”. După părerea mea această denumire ne poate induce în eroare. Este mai indicat să folosim denumirea de *design-cercetare* – la fel ca în cazul celorlalte tehnici de colectare de date – aceasta referindu-se într-un sens mai larg la alegerea cercului de invitați, la modul alegerii mostrei, la problemele tehnice ale cercetării etc.

Întrebările unei schițe de interviu merită formulate din timp: acest lucru facilitează munca moderatorului, care astfel poate să acorde mai multă atenție dirijării conversației și

⁷ Morgan, David L. és Richard A. Krueger 1997: *The Focus Group Kit*. 1-6. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.

interpretării răspunsurilor. Munca moderatorului este ușurată de întrebările notate dinainte chiar și în cazul în care dorim să deslușim limbajul temei. Conversația cu focus-grup este o metodă flexibilă; pe parcursul cercetării – pentru a fi pe înțelesul tuturor, ori datorită sensibilităților - avem ocazia să reformulăm, sau să circumscriem întrebările. Datorită flexibilității sale, această metodă se recomandă la testarea preliminară a chestionarelor.

La redactarea unei schițe de interviu este bine să avem în vedere următoarele:

- Identificarea problemei
- Inventarierea temelor și grupurilor de întrebări.
- Redactarea întrebărilor.
- Problemele cheie ale unei schițe de interviu: durata, numărul întrebărilor, numărul blocurilor, saltul.
- Caracter de conversație fluidă, coeziunea întrebărilor.
- Tipuri de întrebări: de deschidere, introductive, intermediare, cheie, deductive, întrebări care se referă la participant, întrebări anonime (cărți), întrebări de control.
- Testul preliminar al schiței de interviu.

Pe parcursul planificării schiței de interviu trebuie să ținem cont de capacitatea de concentrare a participanților. Un chestionar „bun” nu ține mai mult de 30-40 de minute (după această perioadă cei mai mulți participanți încep să obosească), focus-grupul însă, nu epuizează pe toată lumea în aceeași măsură. Din această cauză grupul ca atare obosește mai târziu, conversația așa doar poate ține între o oră și două. În ansamblu însă, putem pune mai puține întrebări decât într-o situație de interviu între numai două persoane, deoarece la câte o întrebare își expun părerea mai mulți participanți.

Interviul cu un focus-grup ideal pare o conversație spontană și continuă. Acest lucru este posibil dacă întrebările sunt coerente și rezultă una din cealaltă. „Salturile” evidente adesea pot duce la nedumerire și neîncredere. Pentru păstrarea continuității există mai multe trucuri (de exemplu folosirea întrebărilor intermediare, sau a unui *apropo* ivit pe parcurs), însă cel mai indicat este ca interviul de la bun început să fie construit din teme (blocuri) care se leagă în mod logic unul de altul. Necesitatea continuității definește și numărul blocurilor: nu este indicat ca în intervalul de o oră și jumătate, sau două ore să fie discutate mai mult de 4-5 teme. În cazul temelor ce privesc planificarea așezărilor, de obicei, în cadrul unui bloc pot fi puse 3-8 întrebări. Cercetarea de tip monitoring conține mai multe, pe când cea cu caracter explorator conține mai puține întrebări, astfel încât participanții să își poată spune părerile în cadrul diferitelor teme.

Întreaga conversație începe, de obicei, cu o *întrebare de deschidere*, de exemplu, toată lumea să spună câteva cuvinte despre sine însuși. Țelul acestei întrebări de deschidere este dezvoltarea relației de încredere, este important ca toată lumea să spună ceva, să își audă propria voce, să prindă curaj, ca în cele din urmă și cu ocazia întrebărilor relevante să aibă curajul să își exprime părerea. Moderatorul își dezvoltă și el o primă părere despre participanți, iar acest lucru poate fi important pe parcursul moderării.

Blocurile de întrebări pot fi începute cu ajutorul *întrebărilor introductive* care focusează atenția participanților asupra temei respective. Întrebarea introductivă să aibă caracter general și să fie ușor de înțeles, răspunsurile încă nu sunt importante. După aceea putem pune *întrebările cheie*, într-o ordine logică ca și cum ne-am aduce aminte de o întrebare auzind răspunsurile la întrebarea precedentă. Tema cercetării și procesele de dinamica grupului pot cauza stări de agitație, din această cauză este indicat ca la sfârșitul blocului să punem o *întrebare deductivă*, plictisitoare, la care participanții doar să bombăne ceva. După aceasta poate

urma *întrebarea intermediară* prin care putem să facem trimitere la tema blocului următor, după care urmează *întrebarea de deschidere* a blocului următor. Este indicat ca *întrebările cheie* să fie verificate cu ajutorul unor *întrebări de control*. *Întrebările de control* trebuie puse mai târziu, într-o altă atmosferă, acest lucru permițându-ne să filtrăm influențele de distorsiune ale tensiunilor incipiente. *Întrebările cu notă personală*, ca de exemplu cele care se referă la vârstă, profesie etc. pot induce neîncredere, din această cauză este indicat să le punem la sfârșitul conversației. *Întrebările delicate* pot fi puse în mod anonim cu ajutorul fițuicilor. În acest caz participanții notează răspunsurile pe o bucată de hârtie fără să își scrie numele.

Ne-am referit, deja, la faptul că focus-grupul este o metodă special recomandată pentru reformularea unui chestionar, pentru explorarea limbajului local. Uneori, merită testată preliminar chiar și schița de interviu, ca să ne dăm seama dacă *întrebările* sunt inteligibile, dacă decurg logic una din alta și dacă pot fi puse în intervalul de timp propus. Ca un test preliminar se poate folosi interviul în adâncime, sau chiar un focus-grup preliminar.

2. Alcătuirea focus-grupului

Cea mai importantă sarcină de organizare a conversațiilor în grup este alegerea membrilor, decizia privitoare la componența unui focus-grup. Alcătuirea grupului este o responsabilitate grea deoarece, în anumite situații, componența grupului poate influența, chiar determina rezultatul. La alcătuirea focus-grupului este indicat să fim atenți la următoarele:

- Mărimea grupului: la efectuarea cercetărilor mai aprofundate este indicat să lucrăm cu un grup mai mic, iar în cazul cercetărilor creative cu un grup mai mare.
- Focus-grupul= mai multe grupuri (cel puțin trei).
- Principii de recrutare: persoane care „reprezintă” grupul țintă, situații realiste, comunități locale.
- Grupuri cu o componență eterogenă, sau omogenă.
- Persoane care se cunosc *versus* persoane care nu se cunosc.
- Invitarea membrilor unui grup: baze de date publice, invitație spontană, metoda bulgărului de zăpadă.

Numărul de participanți ai acestor grupuri variază între 6-12, cele mai frecvente sunt grupurile cu 8 persoane. Deși nimic nu justifică acest lucru, poate doar superstiția cercetătorului, grupurile aproape întotdeauna au numere pare, fiind alcătuite din 6, 8, 10 sau 12 participanți și moderatorul. Conform experiențelor, grupurile mai mici sunt bune pentru soluționarea sarcinilor mai aprofundate, iar grupurile mai mari pentru soluționarea problemelor creative, similare bursei de idei.

O cercetare presupune mai multe conversații de grup consecutive. Cercetătorii de piață folosesc de obicei 6 grupuri, însă cercetările științifice pot folosi chiar și 40-50 de grupuri la cercetarea unei teme. Dacă mulțimea în sine este mică, de exemplu în cazul așezărilor mici, atunci este de ajuns să efectuăm cercetări cu mai puține grupuri. De exemplu dacă într-o așezare există doar o singură școală, este inutil să recrutăm șase grupuri dintre pedagogi și părinți.

Invitarea membrilor unui grup este numită în jargonul limbajului de specialitate *recrutare* sau *atrageră*. În cazul cercetărilor de piață există cerința ca participanții să fie aleși neapărat la întâmplare chiar și în cazul în care, din cauza numărului lor mic, nu pot constitui un eșantion reprezentativ pentru toată mulțimea. Pentru o cât mai mare reprezentativitate trebuie avut grijă ca dispersia membrilor unui grup să fie pe diferite criterii, de exemplu sex, vârstă, calificare, convingeri religioase, limba maternă, obiceiuri culinare etc. Invitarea membrilor

unui grup se poate face și apelând la o bază de date publice, prin metoda bulgărului de zăpadă, dar și altfel, de exemplu invitarea ad-hoc a participanților dintr-un anumit spațiu locativ. În funcție de tema de cercetare, putem să lucrăm cu grupuri omogene, sau eterogene. Întru-cât rezultatul cercetării poate fi influențat în cazul în care unii membri ai grupului se cunosc, cercetătorii din domeniul pieții țin ca membrii grupului să nu se cunoască. Acest principiu nu se poate însă traduce în practică de fiecare dată. Pe de-o parte, cel care răspunde de organizarea cercetării este interesat într-o organizare cât de simplă posibilă, invită în grup cunoștințele sale personale, pe de altă parte multe firme de cercetare a pieții lucrează cu liste relativ stabile - după un timp și participanții ajung să se cunoască de pe urma conversațiilor anterioare.

În cazul cercetărilor sociologice alcătuirea unui grup se bazează pe principii diferite. În cazul așezărilor mici, sau a colectivelor unor locuri de muncă, ar fi greu să invităm persoane care nu se cunosc, însă acest lucru nici nu este necesar. Unul dintre principiile de recrutare este principiul „situației vieții reale”, conform căruia participanții sunt aleși la întâmplare, după care îi identificăm pe cei care se cunosc, aflăm în ce relație se află unii cu alții, iar toate acestea le luăm în considerare când moderăm și analizăm. Un alt principiu de alegere poate fi invitarea membrilor unei comunități mici (de exemplu colectivul unui loc de muncă), sau a unor status-grupuri (persoane influente, formatoare de opinii, potențați). Relațiile din afara grupului focus pot influența în mod serios răspunsurile (cine pe cine are curajul să îl contrazică, cine cui dorește să corespundă etc.) În astfel de situații moderatorul trebuie să apeleze la cunoștințele de culise, la informațiile premergătoare despre teren, pentru ca, de exemplu, bazându-se pe anterioara sa observație participativă să fie în stare să interpreteze situațiile interactive.

3. Moderarea

Scopul principal al interviurilor, al *moderării* conversațiilor este obținerea de răspunsuri sincere din partea participanților. Acesta nu este un lucru ușor, deoarece unii dintre participanți doresc să corespundă unor presupuse așteptări, alții doresc să se manifeste, sau din contra, nu vor să se manifeste, unii s-ar putea să nu înțeleagă întrebarea, sau să nici nu fie interesați de întrebarea pusă. Sarcina moderatorului necesită o putere maximă de concentrare: în cazul fiecărui grup trebuie să fie atent timp de o oră, două, uneori chiar și timp de o zi întreagă la toate persoanele prezente, pe unii trebuie să îi încurajeze, pe alții să îi domolească cu mult tact, să mențină buna dispoziție și să fie mereu conștient de scopul cercetării. Trebuie să fie empatic, să fie bine dispus și îngăduitor ca să dezvolte atmosfera de încredere necesară și în același timp trebuie să fie ferm în oprirea tendințelor de polarizare a grupului, să vegheze mersul planificat al întrebărilor. El trebuie să aibă „talente cameleonice” ca după scurt timp să poată gesticula și vorbi pe limbajul participanților. Este recomandat ca cercetătorul să aibă cât mai multe cunoștințe în domeniul psihologiei pentru a putea interpreta gesturile și interacțiunile. Se poate înțelege, așadar, cauza din care cei mai mulți cercetători plasează sarcina derulării unui interviu pe umerii unui moderator specialist. Deși trebuie luate în considerare mai multe puncte de vedere, pe parcursul investigației pe teren a unei așezări este indicat ca cercetătorul însuși să fie moderatorul cercetării cu focus-grup. Este vorba de o sarcină grea dar care totuși se poate învăța. (Despre moderator vezi *scrierea în ramă*.)

Ágnes Szanyi: Moderatorul cercetării unei așezări

În cadrul cercetării unei așezări, cercetarea cu focus-grup poate fi făcută deopotrivă de un moderator calificat, de către însuși cercetătorul, sau eventual de un localnic. În cazul fiecărei alternative există avantaje și dezavantaje. Avantajul unui *moderator calificat* - de profesie - este, că datorită calificării sale, știe să se comporte cu oamenii și știe să mânuiască situațiile grele; este aproape sigur că cercetarea se va încheia cu un rezultat deoarece moderatorul datorită faptului că este dinafara grupului poate crea o atmosferă neutră. Dezavantajul unui moderator calificat de multe ori poate fi costul, onorariul prea ridicat; poate fi la fel un dezavantaj dacă se arată neorientat în chestiunile locale, acesta putând să-i strice credibilitatea în fața grupului. Succesul cercetării cu focus-grup depinde, uneori, de factori ca limbajul și alte caracteristici culturale, din această cauză s-ar putea ca un specialist sosit din afara grupului să nu poată să se adapteze chiar dacă are cunoștințele și rutina necesară.

Spre deosebire de acest lucru, dacă *cercetătorul însuși* este moderatorul, atunci se presupune că acesta este inițiat în problemele de ordonare ale localității, respectiv poate să se facă acceptat mai ușor de localnici, însă s-ar putea să nu fie la fel de experimentat și profesionalist în moderare, ca un profesionist.

În sfârșit, dacă moderatorul este un *localnic*, se poate presupune că acesta este bine informat atât în tema respectivă cât și în problemele așezării și în interpretarea răspunsurilor în contextul social dat. Acesta poate să obțină încrederea participanților bazându-se pe relațiile sale personale cu localnicii. Dezavantajul unui moderator localnic este că nu poate fi imparțial, viziunea lui personală stă în calea abordării temei din diferite perspective. Alt dezavantaj este faptul că nu dispune de experiența și informațiile care, uneori, sunt necesare ca interviul în adâncime să fie un succes, iar datorită provenienței sale locale, rar poate crea o atmosferă neutră.

Oricine îndeplinește rolul moderatorului, acela trebuie să posede anumite aptitudini care să poată influența în mod pregnant decursul activității în grup și caracterul interacțiunilor. O astfel de însușire este una care-i permite moderatorului să pătrundă procesele grupului și ore în șir să conducă și să controleze grupul, păstrând conversația pe un făgaș bun. Este important ca moderatorul să fie *deschis* la idei noi, să fie *interesat* de oameni și de temă, să aibă *simțul umorului* și un comportament amical, să aibă *aptitudini de comunicare*, să se poată adapta și să aibă „*abilitatea de a asculta*”. Un mare avantaj reprezintă și cunoașterea limbajului de meta comunicație (gesturi, mimică, accent, limbajul trupului).

Moderatorul uneori „își creează” un rol specific ca să stimuleze atmosfera interviului și să îi facă pe membrii grupului să răspundă la întrebări într-un mod cât mai sincer, împărtășindu-i cât mai multe informații. Diferitele roluri pot să alterneze și pe parcursul aceleiași conversații, depinzând de situația de interviu. „Interpretarea” rolurilor hotărâte dinainte este indicată mai ales moderatorilor cu experiență, însă aceste roluri pot fi utilizate și în cercetările cu focus-grup a unei așezări. Câteva exemple:

Moderatorul poate fi „neștiutor”, adică joacă un rol în care îi face pe participanți să creadă că nu știe mai nimic despre tema respectivă și dorește ca grupul să-l lămurească. Jucând acest rol, scopul moderatorului este ca participanții să împărtășească cu el cât mai multe informații.

În așa-numitul rol de „provocator”, moderatorul încearcă să confrunte diferitele puncte de vedere, astfel încât să apară la suprafață și acele păreri care, de altfel, ar rămâne ascunse.

Rolul de „arbitru” este asumat, de obicei, când moderatorii observă că grupul s-a polarizat. Regula de bază în aceste cazuri este că toată lumea are dreptul să afirme ceva, dar are datoria să îi asculte și pe ceilalți.

Ca cineva să devină un moderator de excepție este nevoie de multă rutină. Este indicat, însă și observarea modului de operare ai altor moderatori, consultarea din când în când cu un moderator experimentat, analizarea materialelor culese (înregistrare video, audio) și perfectarea cunoștințelor (conferințe, bresle profesionale, cunoașterea aprofundată a literaturii de specialitate).

Pe parcursul moderării este bine să ținem cont de următoarele puncte de vedere:

- Scopul principal: obținerea răspunsurilor sincere.
- Situația de bază: mediu neutru, sală, masă.
- Stocarea datelor: perete de oglindă, cameră video, casetofon, hârtie și stilou.
- Interpretarea limbajului trupului.
- Capcane: participanții vor să dea răspunsuri „corecte”, doresc să se manifeste, le este frică să se manifeste, nu își formează o părere, întrebare greu de înțeles.
- Interacțiuni: dinamica grupului, polarizare, conflict, consens.

În principiu, o conversație cu focus-grup poate fi derulată oricând și oriunde. În cazul cercetării unei așezări, interviurile trebuie efectuate local, din această cauză cercetătorul de multe ori trebuie să improvizeze făcând interviurile într-o casă particulară, la școala locală, sau într-un birou al primăriei. Cercetătorul trebuie să fie atent, în primul rând, ca sala să fie cât mai neutră, să aibă un caracter obișnuit, ca de exemplu peștii care înoată într-un acvariu, sau harta amănunțită a așezării să nu distragă atenția participanților. Membrii grupului trebuie așezați în jurul unei mese. Această masă este, de obicei, una mai mare care se obține, adesea, prin împingerea laolaltă a mai multor mobile. Moderatorul trebuie să stea într-un loc de unde poate vedea pe toată lumea și, desigur, este indicat ca toată lumea să vadă pe toată lumea.

Firmele care fac sondaje de opinie publică și se ocupă cu cercetarea de piață preferă studiourile profesionale, special create pentru cercetarea cu focus-grup. Un astfel de studio este împărțit pe două părți: o camera mai mică, din spate, „camera de observare” de unde evenimentele pot fi urmărite din spatele unei oglinzi de detectiv, în prima parte decurge cercetarea propriu-zisă. În cazul conversațiilor cu focus-grup, de multe ori, sunt folosite mese ovale sau rotunde. Moderatorul este cel care stă cu spatele la oglindă, ca cel care comandă studiul să poată vedea fețele participanților. Întrebările care apar pe parcurs sunt transmise moderatorului printr-un asistent. De multe ori, asistentul este și cel care stochează rezultatul conversației, ca moderatorul să se poată concentra asupra conversației.

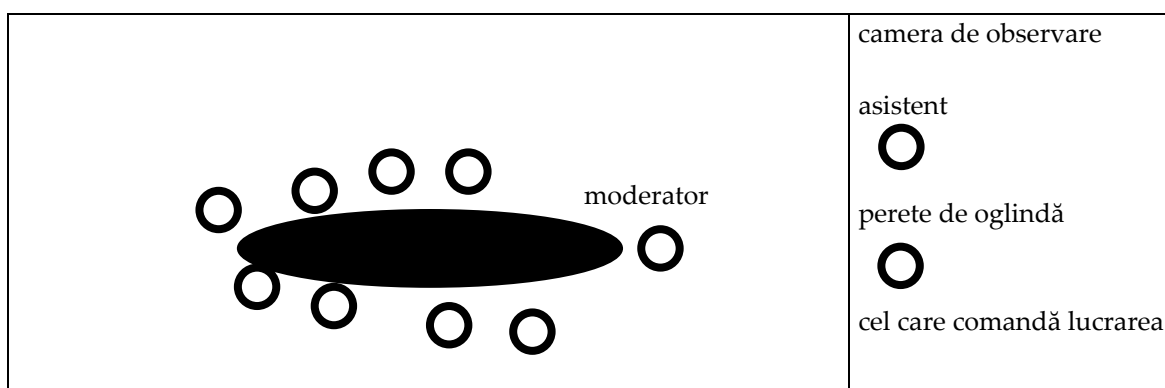


Fig. 4.1. Studioul special creat pentru cercetarea cu focus-grup

În practica planificării așezărilor, nu este indicat să se folosească un studio profesional. Mediul nu este unul neutru și nici familiar; participanților adesea le este greu să răspundă la întrebări văzându-și propriile reflecții în oglindă. În cazul în care participanții știu că sunt urmăriți, ei pot reacționa diferit, unii pot avea o atitudine pozitivă în aceste situații, alții una negativă. Aceste dezavantaje pot fi reduse în cazul în care lucrăm cu participanți „cu rutină” aleși de pe o listă, însă în cadrul cercetărilor unei așezări acest lucru nu este posibil.

Conversațiile cu focus-grup sunt, de obicei, înregistrate pe video. Avantajul înregistrării este că cercetătorul o poate reviziona și, prin observarea mai riguroasă a gesturilor, a mimicii și a enunțurilor, poate revela și numeroase rezultate ulterioare importante. Cu prilejul înregistrării video trebuie însă să ținem cont și de dezavantajele acesteia: poate cauza trac, necesitate de manifestare, sau stres. Este cert faptul că, în cazul cercetării cu focus-grup, interacțiunea ca atare facilitează, în mare măsură învingerea tracului și înregistrarea este mai puțin deranjantă decât în cazul observației participative, sau a unui interviu între două persoane, ori a înregistrării unui comportament obișnuit. Dacă camera video este amplasată în spatele partenerului de conversație, acest lucru va fi mai puțin deranjant, însă rezultatele nu vor putea fi folosite la fel de bine ca și când am amplasa camera în fața partenerului, deoarece nu se vor vedea fețele și gesturile. Sunt interzise înregistrările secrete. Se pot face și înregistrări audio, acest lucru fiind mai puțin deranjant, însă acestea se pot folosi într-o măsură mai mică. Moderatorul pe parcurs își face notițe. Acestea vor sta la baza redactării studiului.

Moderatorul trebuie să dețină niște calități ieșite din comun ca să obțină răspunsuri de la toți participanții: el trebuie să fie un bun realizator de contacte, să se priceapă la tratarea conflictelor, să aibă o mare putere de concentrare, să fie ferm, să se adapteze mediului asemănător unui cameleon (vezi scrierea în ramă). Moderatorul trebuie să cunoască și limbajul trupului, adică gesturile – acesta este, în parte, motivul pentru care moderatorii sunt, de obicei, psihologi. Influența metodologiei antropologice este resimțită în cazul cercetării cu focus-grup prin poziția emică și etică a moderatorului: el trebuie să participe la conversație ca și un membru al grupului, să trăiască procesele de dinamica grupului și în același timp trebuie să dirijeze conversația și să își înregistreze informațiile importante gândind ca o persoana din afara grupului.

Adausul cel mai important pe care metoda focus grup oferă față de metodele obișnuite de situații de interviu este *interacțiunea*. Interpretarea interacțiunilor necesită cunoștințe aprofundate în psihologia socială, prezentarea acestora nu este posibilă în cadrul acestei lucrări, vom scoate în evidență doar unele fenomene care apar mai des. Membrii unui grup constituit din persoane care nu se cunosc, la început, au o atitudine defensivă deoarece presupun că ei sunt singuri pe când ceilalți nu. Acești oameni sunt predispuși să îl considere pe moderator conducătorul grupului, și au convingerea că acesta știe răspunsurile la toate întrebările puse. Ideile și viziunile originale apar doar mai târziu, odată cu formarea relației de încredere. Deseori, membrii grupului încep să formeze grupulețe, „bisericuțe” îndeosebi perechi, și așteaptă confirmarea propriilor păreri de la membrii grupului. Grupurile de păreri care s-au format pot să se destrame, să se refacă din nou, însă – mai ales în cazul membrilor care se cunosc – este posibil să se formeze grupuri cu păreri stabile, membrii acestor grupuri își formează aceleași păreri chiar și din solidaritate. În cazul cercetărilor cu focus-grup fenomenul polarizării grupului apare des; acesta se manifestă prin faptul că grupul are o atitudine mai radicală decât fiecare membru în parte. Una dintre sarcinile principale ale moderatorului este estomparea tendinței de polarizare a grupului, dezvoltarea părerilor minoritare, un fel de „contrapunctare”, deci. În cazul focus-grupului, scopul nu este generarea unui *conflict*, însă confruntarea părerilor nu este considerată o greșeală, acest lucru poate ajuta, deseori, la cristalizarea părerilor. Scopul focus-grupului nu este nici atingerea unui *consens*, ci mai degrabă cunoașterea, dezvoltarea părerilor sincere.

Moderatorii neexperimentați se sperie, deseori, când grupul nu răspunde imediat la întrebarea pusă. De fapt, nu este nici o problemă dacă există o astfel de tăcere, nu trebuie neapărat intercalată o întrebare suplimentară, sau umplut golul cu un enunț care nu își are

locul ca de exemplu „ce liniște s-a făcut”. Tăcerea poate fi semnul îngândurării. Participanții se întâlnesc, de multe ori, pentru prima oară cu întrebarea respectivă, nu este un lucru neobișnuit, așadar, dacă au nevoie de puțin timp să își formuleze propriile păreri.

Conform abordării constructiviste scopul focus-grupului nu este dezvăluirea răspunsurilor sincere (acesta fiind o abordare esențialistă), ci interpretarea proceselor de dinamică grupului ce duc la formarea părerilor. Kitzinger⁸ scoate în evidență că adesea părerile și atitudinile se formează în cadrul dezbaterilor și argumentărilor, de aceea rezultatul focus-grupului nu este părerea ca atare, ci observarea formării acesteia. În acest concept focus-grupul nu *exprimă* părerea mulțimii ci *modelează* procesele de dinamică grupului ce pot decurge la nivelul întregii populații. Conform abordării constructiviste, temele fundamentale ale cercetărilor cu focus-grup nu sunt, de exemplu ce gândesc oamenii despre unele lucruri, ci mai degrabă ce fel de probleme generează dezbateri, cu ce fel de argumente pot fi aplanate conflictele, cum se ajunge la consens.

4. Prelucrarea datelor. Interpretare

De obicei, rezultatele cercetărilor cu focus-grup vorbesc de la sine, nu mai necesită folosirea altor proceduri de analiză complexe. Totodată pentru obținerea de informații concrete, ori în vederea testării instrumentelor ulterioare de prelucrare de date, există posibilitatea utilizării metodei de analiză calitativă, cât și a metodelor de analiză matematico-statistică. În cazul interpretării rezultatelor (care de fapt în cazul focus-grupului este pur și simplu scrierea studiului) trebuie să specificăm de la bun început, că lucrăm cu date explicative, descriptive, dar care nu pot fi testate statistic. Tehnicile cele mai frecvent folosite sunt următoarele:

- Tehnici calitative de prelucrare de date: descriere, decupaj-încadrare.
- Analiza de conținut.
- Aplicarea unor metode de comprimare (factor, MDS, CONCOR)
- Repartizări. Metoda „colii de hârtie”

Datele cercetărilor cu focus-grup pot fi de mai multe feluri datorită diferitelor întrebări de cercetare, astfel prelucrarea datelor poate fi și ea de mai multe feluri. În cazul cercetărilor creative, dezvăluitoare, care au ca scop recoltarea de idei, de obicei este suficient să fie notată fiecare părere și idee enunțată, acestea urmând să fie filtrate cu ocazia unei cercetări ulterioare. În cazul cercetărilor care focusează pe probleme cheie, dezbaterile pot fi analizate prin analiză de discurs, sau prin analiză de conținut.

Deși focus-grupul este o tehnică de cercetare calitativă, în anumite cazuri putem să folosim pentru analiza rezultatelor și metode matematico-statistice complexe. De exemplu, dacă am cerut ca participanții să facă ierarhizarea unor date, putem să folosim metode de comprimare (analiza factorială, MDS) la fel ca în cazul culegerii cantitative de date. Este adevărat, însă că, datorită numărului mic de cazuri, rezultatele nu pot reprezenta mai mult decât niște ipoteze. De obicei, diviziei nu-i acordăm prea mare importanță: dacă în timpul interpretării prezentăm diviziei, creăm impresia că cercetarea noastră este cvasi-representativă. O practică folosită în cercetările de piață, chiar și în zilele noastre, este reprezentarea pe o coală mare de hârtie a diferitelor păreri cu diferite culori, astfel încât uitându-ne la aceasta putem observa de la depărtare în care stadiu al conversației s-au consolidat și în care stadiu au slăbit unele păreri.

⁸ Kitzinger, Jenny 1994: The Methodology of Focus Groups: The Importance of Interaction between Research Participants. In: *Sociology of Health and Illness* 16/1: 103-121.

În cadrul interpretării, trebuie să scoatem în evidență noile puncte de vedere care apar pe parcursul convorbirilor, argumentele care pot influența părerea grupului, motivațiile, părerile minoritare și majoritare. Datorită numărului mic de cazuri nici prelucrarea datelor pe calculator nu este neapărat de o importanță mare. Cei mai mulți folosesc un operator de bază de date pentru stocarea și prelucrarea datelor, însă mulți cercetători folosesc și metoda „colii de hârtie”, conform căreia răspunsurile intervievaților sunt înregistrate pe o coală mare cu diferite culori, în funcție de întrebare și grup.

În zilele noastre, mulți specialiști în dezvoltare teritorială au rezerve în folosirea cercetării cu focus-grup deoarece credibilitatea rezultatelor obținute este mică din punct de vedere statistic datorită numărului restrâns de indivizi care participă la aceasta. Cercetările calitative însă recuperează pierderea suferită sub aspect cantitativ printr-un câștig în profunzime: pot apărea tehnici noi de argumentare, noi factori de dinamica grupului, peste care s-au trecut cu vederea la planificarea preliminară. Când efectuăm interpretarea trebuie, firește, să clarificăm, că datele nu au fost realizate pe o marjă reprezentativă, dar acest fapt nu diminuează valoarea cercetării.

5. *Relația dintre focus-grup și alte cercetări*

Rezumând raționamentul următor, putem afirma că focus-grupul poate fi folosit și de unul singur, însă se completează bine reciproc cu toate celelalte tehnici de recoltare de date. Împerecherile cele mai frecvente sunt:

- Observația participativă și focus-grupul;
- Interviu în adâncime și interviu grup (focus);
- Focus-grup și chestionar.

Cercetarea cu focus-grup nu poate porni de la zero, trebuie să existe cunoștințe premergătoare pentru a putea aborda problemele de cercetare. Aceste cunoștințe pot proveni din citirea literaturii de specialitate, analiza statistică secundară, din o serie de interviuri în adâncime, dar de cele mai multe ori provin din impresiile proprii ale cercetătorului pe care le achiziționează din experiența de pe teren. Invers, ipotezele schițate în urma rezultatelor observației participative pot fi verificate cu cel mai mult succes, adică în cel mai scurt timp și cel mai circumspect cu ajutorul focus-grupului.

Deși focus-grupul nu este o tehnică de cercetare specifică antropologiei, interviul în grup a fost prezent de la începuturi în cercetarea pe teren, iar metodologia antropologică a influențat din mai multe puncte de vedere practica focus-grupului într-un mod edificator, să ne aducem aminte de observația din exterior și interior a moderatorului.

Folosirea concomitentă a interviului în adâncime și a interviului în (focus) grup prezintă interes mai ales dacă cercetarea dorește să releve influența mediului asupra formării părerilor.

Întrebuințarea concomitentă a focus-grupului și a chestionarului este în practică probabil împerecherea de metodologii de cercetare cea mai frecvent folosită. Părerea generală este că chestionarul se întrebuințează pentru culegerea datelor reprezentative și de mai mare încredere, iar focus-grupul asigură validitatea cercetării prin dezvăluirea interpretărilor și motivațiilor care stau la baza răspunsurilor. Cele două tipuri de cercetări se completează reciproc și cu ajutorul unuia se poate verifica rezultatul celuilalt. În mod caracteristic focus-grupul este folosit pentru testarea preliminară a chestionarelor, pentru redactarea întrebărilor, iar după încheierea fazei cu chestionar, la cercetarea posibilelor efecte ale rezultatelor, respectiv la cercetarea interpretărilor posibile ale rezultatelor.

Studii de caz, exemple

Monitorizarea programului de dezvoltare a resurselor umane în Kerecseny și Győrvar

În ultimele decenii apar tot mai multe ateliere intelectuale care se ocupă cu dezvoltarea comunităților. Primind o sarcină din partea Secției principale de dezvoltare a regiunilor al Ministerului Agriculturii și de Dezvoltare a Regiunilor, am cercetat împreună cu un coleg de-al meu, în cadrul unei cercetări cu focus-grup, dacă se poate aștepta ca comunitățile locale să se consolideze în urma instruirilor și training-urilor. Cele două locații de cercetare au fost asemănătoare din mai multe privințe, însă pe când în Győrvar au existat programe de dezvoltare a comunității de ani buni, în Kerecseny, localitatea noastră de control, nu s-a mai făcut nici unul. În așezarea mai mare am făcut interviuri cu 3 grupuri de câte opt persoane, iar în așezarea mai mică cu doar 2 grupuri de opt persoane. Fără să prezentăm amănunțit rezultatele cercetării, în cele ce urmează prezentăm cu valoare de exemplu câteva concluzii referitoare la ce se poate afirma pe baza rezultatelor cercetării cu focus-grup.

În Győrvar oamenii au avut păreri mai nuanțate, mai complexe despre problemele care se referă la gospodărirea colectivă, au fost mai puține păreri nesigure și mai puține răspunsuri de „nu știu” decât, în așezarea de control, Kerecseny. Gândirea colectivă din cele două așezări prezintă o diferență majoră doar în privința unui singur subiect: pe când în Győrvar intervievații au crezut cu fermitate că, cu ajutorul metodelor adecvate, toate persoanele pot fi captate în activitatea colectivă – această siguranță fiind, probabil, efectul pozitiv al training-urilor – în Kerecseny nimeni nu a avut încredere în acest lucru.

„Problema pasagerului clandestin” în mod evident este cunoscută localnicilor celor două localități din experiență. Părerea lor unanimă a fost că nu constituie o problemă dacă nu participă toată lumea și nu în egală măsură la efortul colectiv. „Când am terminat munca, cel care a muncit mult o simte ca fiind și a lui și se bucură, cel care a lucrat puțin, sau deloc, se bucură și el.” Cei întrebați au adăugat că pentru munca colectivă cea mai bună reclamă este munca în sine: dacă la început participă doar puțini, ei dau un exemplu care poate fi urmat și terminarea unui stabiliment îi va impulsiona data viitoare și pe cei care nu au fost activi acum.

În urma răspunsurilor primite, putem spune că training-urile desfășurate cu scopul dezvoltării unei comunități sunt potrivite pentru consolidarea valorilor colective. Putem vorbi de trei influențe ale antrenărilor de acest gen care își exercită efectul pozitiv:

1. *Dezvoltarea resurselor umane:* oamenii care au participat la instruirii și-au descoperit noi caracteristici ale personalității lor pe baza cărora pot îndeplini funcții de organizator, lider în cadrul comunității. Deși scopul acestor instruirii de dezvoltare a comunităților nu a fost în mod expres dezvoltarea resurselor umane, totuși au contribuit și la acest lucru.
2. *Socializarea unei „semințe” de conducere:* în urma rezultatelor instruirii s-a consolidat în Győrvar „un grup” care poate, și dorește, să ocupe un rol de conducere în cadrul comunității. Comuna s-a împrietenit cu ideea să aibă în loc de una, mai multe personalități de conducere în același timp.
3. *Instruire, tehnici:* cei care au participat la instruirii și-au însușit o rutină, o tehnică (ca de exemplu cum să privească dincolo de punctul lor de vedere, care sunt tertipurile gospodării colective) care îi ajută în organizarea vieții sociale locale.

Pe baza experiențelor noastre, avem convingerea că cercetarea cu focus-grup este o metodă utilă pentru monitoring-ul, măsurarea ulterioară a eficacității diferitelor programe de dezvoltare. Pe baza mai multor cercetări similare s-ar putea dezvolta un plan de interviu standard, conceput pentru cercetarea cu focus-grup, cu ajutorul căruia ar putea fi comparate diferitele activități de dezvoltare efectuate în diferite așezări.

V. Interviul, chestionarul și culegerea bazelor de date – într-un mod apropiat terenului

Introducere

Aplicarea metodelor calitative într-un mod apropiat terenului

Interviul în adâncime ca o tehnică de interviu

Interviul pe parcursul cercetării unei așezări

Chestionar flexibil și apropiat terenului

Probleme de etică

Abc-ul redactării unui chestionar flexibil

Culegerea și analiza bazelor de date statistice pe teren

Texte în chenar:

Zygmund Gostowski: Despre necesitatea de umanizare a cercetărilor de tip *survey*

Introducere

Când am scris acest manual, am presupus că cititorul a învățat, deja, cum trebuie să ia un interviu, cum trebuie să redacteze un chestionar și cum trebuie să culeagă datele statistice, de asemenea am presupus, că a și aplicat aceste cunoștințe în practică. Scopul nostru nu este să repetăm cele ce s-au scris, deja, în literatura de specialitate. Din această cauză acest capitol nu prezintă tehnicile, ci completează cunoștințele presupuse cu încă două puncte de vedere:

- tehnicile cantitative cum pot fi și ele efectuate într-un mod *apropiat terenului*,
- cum pot fi utilizate cele trei metode pe parcursul *cercetării unei așezări umane*.

Pentru a facilita orientarea individuală în ceea ce privește interviul, chestionarul și prelucrarea bazelor de date statistice recomandăm, în cap. Literatura Recomandată, câteva cărți de metodologie în limba engleză și în limba maghiară.

Ca și *scriere în ramă* este prezentă scrierea, mai scurtă, a lui Zygmund Gostowski despre erorile care provin din caracterul standardizat al chestionarului.

Aplicarea metodelor calitative într-un mod apropiat terenului

În capitolul II. al acestui manual am introdus expresiile de „apropiat de teren” și „depărtat de teren”. În raționamentul nostru, un criteriu important al cercetării cu caracter calitativ sau cantitativ a fost apropierea de teren. După părerea noastră tehnicile „pur” cantitative, ca de exemplu, analiza secundară a datelor statistice, sau metoda chestionarului, sunt în același timp și depărtate de teren, iar tehnicile de interviu se află undeva la mijloc - între caracterul depărtat și apropiat de teren.



Fig. 5.1. Memento: tehnici de cercetare pe o axă calitativă-cantitativă (vezi capitolul II)

În acest capitol dorim să prezentăm că tehnicile depărtate de teren, precum colectarea bazelor de date statistice și tehnica chestionarului, pot fi, și uneori este chiar indicat să fie efectuate într-un mod apropiat terenului.

În cazul *interviului*, apropierea de teren nu necesită prea multă explicație. Am considerat că această tehnică este mai mult *calitativă* – printre altele – datorită faptului că, în afară de situații speciale, poate fi efectuată doar pe teren, și de cele mai multe ori, este necesară prezența cercetătorului. Există, bineînțeles, și interviu *depărtat de teren*, ca de exemplu interviul de angajare (*job interview*), când cel care răspunde la întrebări trebuie să se adapteze la mediul străin și nu cel care pune întrebările, acesta este, fără îndoială, un interviu *depărtat de teren*. Interviul structurat efectuat într-un studio profesional, cu ajutorul unui moderator din exterior, este *depărtat de teren* chiar și atunci dacă moderatorul încearcă să se integreze în „colectiva” *ad-hoc* a partenerilor de conversație. Interviul cel mai des folosit, *interviul în adâncime*, este prin excelență un interviu apropiat de teren, în cazul în care interviul este efectuat în mediul natural al subiectului.

Planificarea *chestionarului* și analiza datelor nu este făcută pe teren, punerea întrebărilor însă este legată în mod tradițional de teren, deși prezența fizică a cercetătorului nu mai este neapărat necesară (punerea întrebărilor telefonic, poștal, sau pe Internet). Chestionarul este o tehnică de cercetare robustă, scopul acestuia fiind obținerea unei cantități cât mai mari de informații, care să ofere ca rezultat date de mare credibilitate. La redactarea întrebărilor, criteriul principal este *inteligibilitatea*. Întrebările trebuie înțelese ușor. Însă pe lângă acesta trebuie să avem în vedere și alți factori: rezultatele să fie comparabile, întrebările să fie puse în mod standard, adică în același fel de fiecare dată, formularea să fie exactă, să tindem spre formularea *întrebărilor închise*. Acest capitol scoate în evidență faptul că tehnica de chestionar nu exclude adaptarea la limbajul terenului, mai mult decât atât, folosirea limbajului local este important, deoarece mărește validitatea răspunsurilor și a cercetării și contribuie la diminuarea efectelor de distorsiune. Caracterul flexibil al chestionarului revendică prezența personală a cercetătorului pe parcursul efectuării unui chestionar, și pe cât posibil participarea lui efectivă la punerea întrebărilor. *Chestionarul flexibil, care se adaptează la teren* este o inovație metodologică a acestui manual: deși este vorba despre o metodologie cunoscută de demult, aceasta nu a fost prezentată până acum în manualele de metodologie, sau nu a fost recomandată datorită dificultăților metodologice (vom vorbi și despre acestea).

Procurarea și analiza secundară a bazelor de date statistice poate fi considerată procedura cea mai calitativă și cea mai depărtată de teren. Operarea bazei de date în mod caracteristic nu este o *tehnică de muncă pe teren*. După cum am amintit în capitolul II, cercetătorul nu se întâlnește cu localnicii, nici măcar cu operatorii de interviu și nu îl cunoaște nici pe celălalt cercetător, pe cel care a planificat criteriile de cercetare. Lumea însă este în schimbare și sub acest aspect. În timp ce la începuturi culegerea și producerea „datelor statistice” a servit scopuri comunitare, aceste sarcini fiind efectuate de instituții naționale, centrale, în zilele noastre aproape toate instituțiile trebuie să culegă și să stocheze diferite date necesare pentru activitățile lor proprii. Pe parcursul cercetării unor așezări sau întinderi, cei mai importanți furnizori de date sunt consiliile și școlile locale. *Culegerea*, interpretarea și prelucrarea datelor statistice, care pot fi procurate pe loc, necesită însă cunoștințe specifice, o percepție *apropiată de teren*. Despre aceasta vom vorbi în acest capitol.

Protecția datelor locale ridică și niște probleme de etică. Culegerea și prelucrarea datelor este corespunzătoare dacă procesul este efectuat într-un mod sigur și verificabil de către furnizorul de date. Din această cauză nu este indicat să transportăm datele cu scopul prelucrării; să încercăm să prelucrăm toate statisticile pe loc, iar rezultatele analizelor să le returnăm furnizorului de date, adică instituțiilor locale.

În cele ce urmează mai întâi vom vorbi despre interviul cu scop de cercetare a unei așezări, după care despre chestionarul apropiat de teren și despre recoltarea de date statistice.

Interviul în adâncime ca o tehnică apropiată de teren

Situația de interviu

Interviul în adâncime poate fi perceput ca o interacțiune dintre cel care pune întrebarea și cel care răspunde la întrebare. Deși cel care pune întrebarea poate să dirijeze conversația într-o oarecare măsură, respondentul are și el o influență majoră asupra evoluției acesteia. Flexibilitatea este o caracteristică specifică acestei tehnici: interogatorul, de obicei, suspectează ce anume dorește să afle și referitor la acesta formulează dinainte întrebări, sau grupuri de întrebări, însă pe parcursul interviului - într-o măsură mai mare sau mai mică - el poate să se abată de la acestea. În practică, cele mai multe interviuri în adâncime sunt în același timp

structurate, sau nestructurate. Deseori, cercetătorul care face interviul nu planifică cu precizie ordinea întrebărilor, sau nici măcar nu redactează întrebările exact. Practica interviului în adâncime poate fi considerată *apropiată de teren*, deoarece, pe de o parte este necesară prezența cercetătorului pe teren, mai mult, pe parcursul interacțiunii este necesară interesul personal al acestuia în ceea ce privește tema și persoana respondentului, și în același timp creează oportunitatea ca interviuatul să își dezvolte viziunile asupra unei teme cu vocabularul propriu, urmând propriile structuri cognitive.

Dintr-un anumit punct de vedere însă și interviul poate fi considerat o tehnică *depărtată de teren*. Pentru cei mai mulți cercetători, situația de interviu în adâncime (adică o conversație între două persoane) este o situație familiară, însă în ceea ce îl privește pe individul interviuat acest lucru nu este întotdeauna astfel. De obicei, cercetătorul este mai puțin timid și sfios, decât interviuații. Putem să spunem că, în cadrul interviului, cercetătorul joacă „acasă, pe teren propriu”. Spre deosebire de observația participativă, interviul în adâncime observă oamenii în mediul lor natural, însă în situații neobișnuite. Din această cauză, această tehnică este adecvată pentru dezvăluirea contradicției dintre diferite principii și a practicii reale doar într-o măsură limitată.

Întrebările interviului în adâncime

Într-o situație de interviu în adâncime dintre două persoane, continuitatea conversației nu este atât de importantă ca în cazul tehnicii de interviu cu focus-grup. În loc să punem *întrebări introductive, intermediare*, respectiv *deductive*, putem să trecem direct la subiect; nu trebuie să ne facem griji că partenerul de conversație se va încurca. Pe parcursul interviului în adâncime putem să lucrăm atât cu întrebări închise, cât și cu întrebări deschise. Avantajul întrebărilor deschise este că cercetătorul influențează răspunsul într-o măsură mai mică.

Stocarea datelor

Conform practicii contemporane, cercetătorul pregătește interviul cu ajutorul unui reportofon. În unele cazuri, de exemplu în cazul interviurilor pentru analiza conținutului, este necesar într-adevăr să înregistrăm întreaga conversație. Rezultatele înregistrate pot fi prelucrate, mai târziu, acasă.

Datorită faptului că reascultarea înregistrărilor necesită foarte mult timp, iar dactilografierea acestora este costisitoare, în practica de cercetare a așezărilor cele mai multe texte nu sunt reascultate. În capitolul „Observația participativă” am vorbit, deja, despre influențele pe care le are reportofonul asupra răspunsurilor, din această cauză am recomandat cititorilor noștri să își ia notițe, sau să se bazeze pe memoria de scurtă durată și să prelucreze textele de interviu pe cât posibil în ziua în care au fost făcute.

Când luăm notițe nu trebuie să notăm toate lucrurile auzite cuvânt cu cuvânt, trebuie să facem doar o schiță a conversației și este de ajuns să cităm fidel doar câteva propoziții cheie.

Prelucrarea rezultatelor unui interviu

Pentru analiza textelor de interviu sunt cunoscute mai multe tehnici calitative de prelucrare a datelor. Întrucât acest manual nu se ocupă cu prelucrarea datelor atragem aici atenția doar asupra unei particularități. Deși textele notate ne ajută să ne aducem aminte de interviu și există deja algoritmi de calculator, care restructurează textele pe baza caracteristicilor formale sau de conținut, totuși cercetătorul trebuie, practic, să învețe aproape pe de rost interviurile, să își aducă aminte de cele auzite și să le pună în ordine, să le organizeze în mintea lui.

Înregistrarea audio, de multe ori, nu servește la cunoaștere, ci la atestare: cele auzite pot fi recăutate. În cadrul cercetării unei așezări, atestarea nu este, însă, un criteriu primordial, deoarece nu este etic să prezentăm un lucru pe care subiectul interviului nu și-l asumă public (chiar dacă s-a enunțat respectiva părere). Este recomandat ca cercetătorul să ia notițe în loc să facă înregistrări și să ceară acordul interviuatului, adică să înmâneze textul de interviu respondenților, înainte de publicarea studiului.

Variantele dactilografiate ale textelor de interviu sunt de regulă înmânate celui care a comandat cercetarea. Notițele trebuie înmânate fără numele participanților. Datele împovăra-toare, de orice fel, trebuie șterse din text, chiar și atunci dacă conțin rezultate importante pentru cercetare. Totuși, în studiu putem să ne referim la aceste rezultate. Nu este indicat ca cercetătorul să înmâneze cuiva înregistrare video, sau audio, ori text dactilografiat complet.

Interviul pe parcursul cercetării unei așezări

Efectuarea unei serii de interviuri este o metodă des folosită în practică. În vederea elaborării concepțiilor de dezvoltare a unei așezări umane, de obicei, sunt pregătite și interviuri în adâncime. Folosirea interviului poate părea de la sine înțeles, pe de-o parte, datorită faptului că oferă rezultate utile, pe de altă parte, datorită faptului că poate fi un instrument important al *legitimității* cercetării. Cercetătorul care ia interviul „se vede”: oamenii se întâlnesc cu el, beneficiarul cercetării vede și el că sarcina derulează, munca progresează vizibil – în comparație cu eforturile la fel de serioase depuse de un cercetător, de-a lungul unei cercetări cu caracter statistic, sau care este efectuat într-o bibliotecă, care sunt mai puțin spectaculoase. Textele de interviu dactilografiate și anexate la studiu numai prin volumul lor confirmă deja mărimea lucrării efectuate. Dar să nu uităm că intenția de obținere a unor cunoștințe reale trebuie să fie mai mare, decât motivația legitimității.

În cele ce urmează prezentăm câteva tipuri de interviuri care sunt deosebit de adecvate în elaborarea concepțiilor de dezvoltare locală. Bineînțeles, nu putem să dăm o rețetă valabilă fiecărui teren, deoarece întrebările, problemele pot fi diverse în diferite așezări și întinderi. Următoarea selecție are, așa dar, un caracter orientativ.

Serie de interviuri cu membrii Consiliului Local

În cadrul cercetării unei așezări umane este neapărat nevoie să ne întâlnim cu membrii Consiliului și cu primarul așezării, deoarece conform principiului autogovernării, ei sunt oamenii pe care localnicii i-au înzestrat cu reprezentarea intereselor lor prin alegeri democratice. Deși întâlnirea cu membrii corpului de deputați nu este de ajuns pentru a ne forma o imagine despre o așezare, totuși cunoașterea părerilor și intențiilor lor trebuie să fie printre primii pași ai cercetării. Seria de interviuri poate fi completată cu un interviu luat secretarului, și după caz, cu un interviu luat unui angajat al Consiliului Local.

Întrebările schiței de interviu care țintesc aceste notorietăți pe lângă faptul că se referă la așezare și la viitorul acesteia, mai cuprind și întrebări care vizează ambițiile și conceptele personale ale deputatului, rețeaua lui de relații și așteptările sale de la munca sa. De obicei, la început, lucrăm cu interviuri nestructurate, însă pe parcurs schița de interviu - făcând referire la conceptele deja enunțate - va căpăta un caracter din ce în ce mai structurat.

Serie de interviuri vizând piața imobiliară

Caracterizarea pieții imobiliare locale și valoarea imobilelor poate fi un indicator important al dezvoltării unei așezări. Statisticile efectuate pe piața imobiliară pot fi completate foarte bine cu interviurile făcute cu agenții imobiliari. În fiecare așezare există oameni care se ocupă cu vânzarea-cumpărarea, sau intermedierea imobilelor. În sate, de obicei, nu există o astfel de profesie, s-ar putea ca agenții imobiliari să trăiască în așezările mai mari din împrejurimi. Deși agenții imobiliari rare ori pregătesc o statistică, totuși din experiența ei sunt în stare să evalueze relativ bine caracterul și dinamica cererilor și a ofertelor. Aceste informații în majoritatea lor nu sunt secrete. De obicei, agenții imobiliari vorbesc cu plăcere despre munca și experiențele proprii, cerând în schimb două lucruri: pe de o parte, să prezentăm și lor rezultatele documentării statistice (ceea ce nu are nici un obstacol), pe de altă parte, să includem părerile, propunerile lor de dezvoltare în studiul nostru. Să nu promitem includerea acestora în studiu, deoarece agenții imobiliari, de altfel ca toți actorii unor piețe, nu au în vedere interesele de lungă durată ale așezării, ci doar considerațiile de afaceri de scurtă durată.

Serie de interviuri cu potențați (virili)

Cetățenii, respectiv întreprinderile, care plătesc cele mai multe taxe locale, sunt numite cu o expresie latină de la începutul secolului trecut, *virili* (la începutul secolului s-a luat în considerare cetățeanul, în zilele noastre se iau în considerare mai ales întreprinderile, firmele). Viziunea antebelică de gospodărire a unui oraș poate fi valabilă și în zilele noastre: dacă o întreprindere plătește o taxă locală mai ridicată, în loc să își minimalizeze cheltuielile de acest fel prin mutarea sediului afacerii, atunci această „rămânere în loc” poate fi interpretată ca un fel de patriotism local. Consiliul Local se poate baza atât pe atașamentul acestora, cât și pe taxa plătită – este ușor de înțeles de ce ei sunt tratați pe parcursul planificării unei așezări, ca și „clienți distinși”. Întrebările schiței de interviu cu virili pot să se refere pe lângă aspectele generale ale așezării și la climatul economic/de investiție, și la viziunile de dezvoltare ale intervievaților și la efectele acestora asupra întregii așezări, la modalitățile și posibilitățile locale de dezvoltare a întreprinderilor, la relația acestora cu Consiliul Local, respectiv la modul de a ține legătura cu acesta. O listă a potențaților locului poate fi redactată în fiecare așezare. Una dintre posibilități este să punem în ordine întreprinderile pe baza mărimii taxei de exercitare a profesiei, și să căutăm grupul superior care se separă în mod evident de celelalte (după care se prezintă o ruptură pe listă). Într-o așezare mică, de obicei, există patru-cinci, într-un oraș mijlociu aproximativ douăzeci de întreprinderi viguroase. Un număr mai mare de douăzeci de întreprinderi nu prea pot fi căutate cu tehnica interviului. Pe parcursul seriei de interviuri este indicat să facem precizări pe listă, ceea ce înseamnă să întrebăm care mai sunt întreprinderi importante în așezare. Există și întreprinderi care plătesc o taxă mai mică, care însă pot fi importante comunității din alte considerente: de exemplu angajează mulți oameni, sau reprezintă un nivel ridicat de tehnologie, eventual sunt membrii unui grup economic important.

Serie de interviuri pe raza unor întinderi

În cadrul fiecărei așezări pot exista sarcini ale Consiliului Local care pot fi rezolvate mai ușor în colaborare cu alte localități. Unele reglementări ale dezvoltării de piață preferă proiectele armonizate, integrate ale localităților. Se pune întrebarea: cât este de cooperant Consiliul Local cercetat și dacă partenerul, partenerii vizați sunt dornici să coopereze cu acesta. La prima

întrebare putem să primim răspuns pe loc, cu ajutorul interviului cu membrii corpului de deputați, pentru a putea răspunde la cea de-a doua întrebare este însă, neapărat nevoie de efectuarea unui șir de interviuri ce vizează mai multe așezări ai ținutului. În localitățile-partener este indicat să adresăm întrebările secretarului și nu primarului, deoarece poate secretarul este cel care stă în slujba comunității pe parcursul mai multor cicluri de alegeri, și astfel, de obicei, ne poate prezenta o imagine mai complexă despre relațiile dintre așezări.

Serie de interviuri individuale profesionale

Cele mai multe programe de dezvoltare locală sau teritorială își propun dezvoltarea anume a unui domeniu profesional, sau a unui grup social. Dacă grupul de țintă este mic, atunci putem să efectuăm un interviu cu toată lumea. Dacă este mai mare atunci este indicat să căutăm câteva persoane la întâmplare în diferite părți ale așezării, după care să îi întrebăm pe aceștia pe cine ar mai fi util să-l contactăm. Este posibil să nu putem să ne întâlnim cu toate persoanele recomandate. Pentru dezvăluirea celor mai importante probleme este de ajuns un număr de 10-15 interviuri.

Chestionar flexibil și apropiat terenului

Criticile aduse practicii de chestionar depărtat de teren care operează cu întrebări standard

Metoda cea mai des folosită a cercetării cantitative este chestionarul. Scopul culegerii de date cu chestionar este, de obicei, confirmarea sau infirmarea statistică a unei presupuneri întemeiate. Tehnica este foarte bună pentru acest scop: dacă cercetătorul știe care este tema de cercetare și știe, de asemenea, pe baza căror date și de la cine poate să aștepte răspunsuri, atunci tehnica chestionarului este cea mai eficientă modalitate pentru recoltarea datelor de încredere. Trebuie amintit că metoda chestionarului este foarte costisitoare. Cu toate acestea, opinia noastră este că utilizarea acestei metode va lua avânt, deoarece prezentarea *numerică* a problemelor sociologice începe să aibă un rol din ce în ce mai important în regimul proiectelor cu scop de dezvoltare.

Noile metode ale acestei tehnici, sunt chestionarul personal, telefonic, prin poștă, prin email care trebuie completate individual, chestionarul susținut de calculator (CAPI, CATI) și posibilitățile de documentare pe Internet. Acest capitol nu dorește să prezinte în detaliu tehnica culegerii de date prin chestionar, ci să puncteze pe scurt câteva surse de eroare ale acesteia:

- când chestionarul nu este folosit în scopuri potrivite;
- când nu este scris într-un limbaj corect; și
- când se presupune că aceeași întrebare este interpretată în același fel în diferite medii culturale și grupuri sociale.

În legătură cu criticile aduse tehnicii de chestionar vezi *scrierea în ramă*¹.

¹ Problema, dacă intervievații interpretează întrebările standard în moduri diferite, este de o vârstă cu punerea în practică a tehnicii de chestionar. Scrierea în ramă, scrisă de un autor polonez, aleasă, este unul dintre primele texte din Europa Centrală care se referă la această temă. Nu putem să ne angajăm să prezentăm aici literatura care se referă la această temă, recomandăm în atenția cititorului interesat ca punct de plecare: King, Gary, Christopher J. L. Murray, Joshua A. Salomon și Ajay Tandon 2004: Enhancing the Validity and Cross-Cultural Comparability of Measurement in Survey Research. *American Political Science Review* (98) 1: 191-207.

Zygmund Gostowski:

Despre necesitatea de umanizare a cercetărilor de tip *survey*²

Tehnica interviului cu chestionar și a chestionarului a apărut prima oară în cultura americană în împrejurări specifice; această cultură fiind caracterizată de (următorul) regim de condiții favorabile:

Pe stilul relațiilor dintre indivizi își pune amprenta realismul și eficiența organizatorică, astfel printre altele în viața de toate zilele, în școli, în locurile de muncă sunt utilizate întrebări, teste, sisteme de punctare etc. standardizate.

„Exprimarea liberă” și ideologia tradițională a opiniei publice propagă ideea că fiecare cetățean trebuie să aibă o părere proprie despre toate problemele sociale.

Activitatea de o jumătate de secol a numeroaselor instituții de tip *survey* din SUA, a dus la integrarea acestui tip de cercetare în cultură.

Datorită și circumstanțelor arătate mai sus, în SUA și din în țările din Europa de Vest, care au condiții similare, cercetările de tip *survey* se bazează pe relația naturală dintre persoanele cercetate și cei care efectuează cercetarea, adică pe o relație socială acceptată cultural. A se afla în situație de respondent face parte din paleta rolului *cetățenesc* de *consumator* în democrațiile burgheze majoritare, adevărate ale economiei de piață liberă.

Situația este total diferită în societățile în care cele trei caracteristici amintite nu se regăsesc. Apelând la tehnica *survey* (...) cercetătorii nu clarifică întotdeauna faptul, că în diferite condiții această tehnică va avea mai multe deficiențe fundamentale. Răspunsurile primite vor fi pline de distorsiuni semnificative, care nu sunt cunoscute de cercetător. (lipsa sincerității, aprobări, răspunsuri aparente de „nu știu”, și răspunsuri „de descotorosire”, ori răspunsuri date la întâmplare etc.) Acest lucru se datorează faptului că situația de interviu este una artificială, făcută, ceea ce înseamnă că este nedefinită social, așadar se diferențiază de situațiile de viață de toate zilele”. (...)

Cerințele analizei cantitative și ale standardizării

Trăsătura caracteristică cercetărilor *survey*, ca cercetare calitativă, este standardizarea ridicată a stimulilor verbali, în ciuda uriașelor diferențe sociale, intelectuale, lingvistice etc. a oamenilor asupra cărora se îndreaptă acești stimuli. (...) Când temele întrebării sunt lucruri grele și complexe, ca de exemplu stratificarea socială și solidaritatea în cadrul unui grup, standardizarea în raport cu cei mai mulți respondenți va fi doar aparentă. Problema standardizării poate fi pusă și invers: dacă dorim să le comunicăm oamenilor de formație total diferită conținuturi semantice pe cât posibil unitare, trebuie diferențiate stimulii verbali. În practică, această problemă este rezolvată de cei care pun întrebările, transformând prima variantă a întrebării pe baza reacțiilor observate la respondenți. Dacă aceste operații lingvistice sunt făcute *ad-hoc*, și de către numeroși operatori pe baza propriilor impresii, se produce o de-standardizare negativă a metodei de măsurare, care nu poate fi verificată de către cercetător. (...) Această problemă nu poate fi rezolvată prin instruirea operatorilor, care prescrie ca aceștia să repete întrebarea în formă nealterată dacă aceasta este înțeleasă greșit. Această metodă (...) poate să influențeze în mod negativ relația respondentului cu interviul, deoarece într-o situație normală dintre două persoane, dacă respondentul nu înțelege întrebarea, se așteaptă să îi fie repetată într-o formă mai inteligibilă. Repetarea mașinală a întrebării irită respondentul, creează impresia că operatorul îl consideră pe respondent „mai sărac cu duhul”. Duce la răspunsuri date la nimereală, ca respondentul să scape de „înterogatoriu”.

² A apărut original: Varșovia, Studie Socjologiczne, 1974/1. Acest extras se bazează pe traducerea de limba maghiară: 1975, Budapesta: Centrul de cercetare a comunicație în masă, Módszertan Sorozat (Seria Metodologie) VI./16. Traducerea lui Attila Virágh.

Scopul chestionarului este să strângă cât mai multe date clar definite, precis conturate, reale. Pentru a avea un chestionar bun trebuie să punem întrebări simple, clare, inteligibile, la care putem primi răspunsuri unanime, definibile numeric. La redactarea chestionarului trebuie să ne comportăm economic cu întrebările, pe de-o parte, în vederea diminuării costurilor, pe de altă parte, ca respondentul să nu obosească. Chestionarul „bun” cuprinde exact atâtea întrebări la care există capacitate de prelucrare. De multe ori, tehnica chestionarului este aplicată ca șablon pentru a obține răspuns la orice fel de întrebări care apar și nu doar în situații bine specificate, ceea ce poate fi o problemă.

Cunoașterea societății locale, dezvăluirea stării de fapt cu ajutorul chestionarului este o practică greșită. Chestionarul este o metodă de cercetare „tare”, nu este adecvată pentru tatonarea sensibilă a motivațiilor care stau la baza răspunsurilor, sau pentru cercetarea unei teme din toate punctele de vedere. Întrebările cu caracter explorator de genul: „După părerea Dumneavoastră care sunt problemele cele mai grave ale așezării?” sunt potrivite în cadrul cercetărilor cu interviu, sau focus-grup. Între metodele calitative și cantitative trebuie realizat o partajare optimă de sarcini, rezultatele cărora să se completeze reciproc. În conformitate cu acesta, chestionarul trebuie folosit doar în cazul întrebărilor bine specificate, care pot fi puse fără alte explicații, pe cât posibil măsurabile pe o scală de proporții. Chestionarele „atotștiutoare”, robuste, obolesc atât respondentul cât și operatorul de chestionar, ducând la rezultate proaste.

Chestionarele au adesea un limbaj greoi. Aceste greutăți sunt cauzate de concepția cercetătorului care lucrează departe de teren: la formularea întrebărilor cei mai mulți nu se străduiesc la *inteligibilitatea* întrebărilor, ci vor ca întrebările nu cumva să fie *greșit înțelese*. Din această cauză, chestionarele în loc să folosească un limbaj obișnuit, uzual în toate zilele, sună oficial, întortocheat, sunt redactate pe un metalimbaj al cercetătorului. Puțini sunt cercetătorii care iau în considerare că tocmai datorită formulării greoaie întrebarea poate fi înțeleasă greșit, timp în care și relația de încredere se alterează, și în cele din urmă poate scădea validitatea măsurării.

Cea de-a treia remarcă - totodată cea mai importantă din perspectiva acestui manual -, pune sub semnul întrebării comparabilitatea rezultatelor produse de chestionar. Prelegerile metodologice care se ocupă cu redactarea chestionarului proclamă ca cerință de bază ca întrebările chestionarului să fie puse în mod standard, adică de fiecare dată în același fel. Chestionarele sunt redactate, de obicei, pe un limbaj științific mai elevat, pe de o parte ca să poată fi puse tuturor, pe de altă parte ca să nu fie înțelese greșit, să nu fie necesară completarea acestora cu alte explicații care ar diminua caracterul standard.

În realitate, întrebările puse în mod standard în diferite medii sociale au efecte diferite. Să vedem un exemplu ușor. Dacă dorim să explorăm cultura de fumat a populației, în chestionar putem să punem întrebarea în acest fel:

„ – Dumneavoastră fumați?”

Această întrebare presupune că operatorul de chestionar și respondentul sunt într-o relație distantă. Într-un grup de tineri, sau între oameni care se cunosc întrebarea s-ar pune astfel:

„ – Fumezi, duhănești?”

Nu este totuna dacă în loc de *fumezi* întrebăm *dumneavoastră fumați*. Se poate presupune că cele două întrebări ar primi răspunsuri diferite. Să fumezi este la modă între tineri, aceștia se pot făli cu acest lucru, ei dau din cap în semn de „da” mai ușor. Este știut însă, că fumatul dăunează grav sănătății, cauzează cancer, are efect nociv asupra sănătății viitoarelor mame și a oamenilor din jur. În concluzie, tinerii vor da mai puține răspunsuri afirmative la întrebarea „Dumneavoastră fumați” decât la întrebarea „fumezi”.

Dacă formularea întrebării este departe de limbajul localnicilor ne amăgim doar cu faptul că vom putea să le punem în mod standard. Chiar și cel mai profesionist operator de interviu modifică într-o oarecare măsură întrebările neclare, sau dă măcar puțin ajutor, o mică explicație, în cazul în care interviuatul este nedumerit. Continuând exemplul de mai înainte, dacă operatorul de chestionar este tânăr și ia interviu unui individ de vârsta lui, atunci, probabil se vor tutui, și va pune întrebarea: „Fumezi?” sau dacă au o relație mai familiară: „Duhănești?”

Indisciplina operatorului de chestionar, care se opune țelului pe care îl are cercetătorul, este de fapt manifestarea firească a *muncitorului pe teren*. Redactorul chestionarului, departe de teren, în biroul său dotat cu calculator, are posibilitatea să scrie pe limbajul său propriu, să redacteze întrebări potrivite așteptărilor științifice. Operatorul de chestionar *trebuie*, însă, să se adapteze la teren, de exemplu dacă i se oferă să se tutuiască cu interviuații, nu poate să refuze. Trebuie să specificăm că indisciplina și flexibilitatea operatorilor de multe ori corectează întrebările stângace de cercetare, ajutând culegerea de date.

Formularea întrebărilor este în raport de interdependență cu validitatea și credibilitatea răspunsului. Dacă întrebarea se adaptează la teren, adică este formulată pe limbajul local, vom primi răspunsuri valide. Dacă operăm cu întrebări complicate, pe un limbaj academic primim răspunsuri de o validitate redusă. Nu se poate evalua gradul de distorsionare cauzat de neînțelegerea întrebării, fapt ce duce la diminuarea credibilității rezultatelor.

Dacă un cercetător ar ajunge la concluzia că – continuând exemplul de mai sus – întrebările trebuie puse în mod tutuit, ar risca ca operatorii de chestionar să fie refuzați de către membrii contingentului mai în vârstă, deoarece a fost nepolitic, tutuindu-i. Întrebarea „Fumezi?” este potrivit între tineri și între cunoscuți, însă nu este recomandat în cazul respondenților mai în vârstă, sau a oamenilor cu un anumit prestigiu social.

Câteva cercetări internaționale cu caracter comparativ, chiar din cauza rigidității, pot duce la rezultate proaste. Rămânând la exemplul de mai înainte: dacă întrebarea „Dumnea-voastră fumați” este pusă femeilor musulmane care trăiesc într-un mediu rural, tradițional, printre cei care fumează numărul persoanelor care răspund cu „nu”, va fi mai mare, deoarece consideră că fumatul este un lucru necuviincios. Într-un mod puțin asemănător, ca de exemplu, în cazul alcoolismului între femei, și aici, proporția celor care fumează poate fi dezvăluită cu ajutorul întrebărilor indicator, într-un mod indirect. Aceași întrebare, deci, poate fi astfel validă pe teren (se obțin răspunsuri conform realității) și poate distorsiona într-o mare măsură realitatea pe un alt teren. Cu cât sunt întrebările mai complicate, mai greu de exprimat numeric, sau întrebări orientate valoric, cu atât este mai mare posibilitatea de a fi înțelese greșit. În multe cazuri, ar fi mai indicat ca, în loc să preluăm întrebarea cuvânt cu cuvânt, să le preluăm doar pe *baza conținutului*, ceea ce presupune apropierea de chestionarul flexibil, care se adaptează la teren.

Chestionarul flexibil, care se adaptează la teren

Până acum am scos în evidență faptul că cea mai importantă problemă a tehnicii de chestionar este necesitatea de a formula întrebările pe limbajul localnicilor, căci în caz contrar, în diferite medii culturale se dovedește a fi o tehnică neflexibilă. Alternativa chestionarului neflexibil și depărtat de teren este chestionarul flexibil, care se adaptează la teren.

Scopul adaptării la teren este să putem culege informații cu o validitate ridicată. În timp ce, în cazul chestionarelor tradiționale, se așteaptă ca mulțimea respondenților întrebată să înțeleagă limbajul științific, sau în cadrul unei comparări internaționale să înțeleagă raționamentul gândit într-o altă țară, în cazul chestionarului care se adaptează la teren cercetătorul trebuie

să învețe să vorbească pe limba terenului. La formularea întrebărilor trebuie să ne străduim ca acestea, în interpretarea locală, să oglindească exact scopul cercetătorului, adică răspunsul să fie exact acea informație pe care îl caută cercetătorul. Acesta, bineînțeles, este greu de realizat în cazul întrebărilor complexe care dau de gândit; să tindem, deci spre simplitate, adică să folosim cât mai multe întrebări închise, care sunt mai bune și din punctul de vedere al tehnicii de chestionar și care ușurează pe urmă și prelucrarea datelor.

Trebuie să fim conștienți de faptul că atât în cazul unei cercetări internaționale, cât și în cazul cercetării societăților locale, întrebările chestionarului în mediul diferitelor grupuri sociale apar în diferite contexte, intervievații interpretează întrebarea standard în moduri diferite. Întrebările trebuie formulate pe limbajul fiecărei comunități culturale locale. Continuând exemplul nostru, să apare atât întrebarea „fumezi, duhănești” cât și întrebarea „Dumneavoastră fumați?”. Astfel îi permitem operatorului de chestionar, ceea ce ar face oricum, să pună întrebarea în modul adecvat local. Posibilitatea de a schimba întrebările reprezintă *flexibilitatea* chestionarului. Întrebările chestionarului flexibil nu întrebă, însă, altceva, dimpotrivă când reformulează întrebările în diferite medii culturale întrebă același lucru cu o validitate mai ridicată.

Flexibilitatea chestionarului nu înseamnă „slăbirea, estomparea” tehnicii, adică apropierea de tehnicile calitative. Întrebările puse în mai multe feluri nu modifică *aria* informațiilor, nici *fidelitatea* acestora, ci doar măresc *gradul de precizie* al întrebărilor și al răspunsurilor. Scopul, aici, mai mult decât în cazul celorlalte chestionare, este culegerea datelor care au pe cât posibil un caracter numeric, pot fi evaluate pe o scală de proporții, întru-cât acestea sunt mai ușor de interpretat și pot fi întrebate mai cu ușurință. Chestionarul poate fi adaptat la teren cel mai ușor, dacă de la bun început conține întrebări simple, de exemplu întrebări care trebuie decise, sau întrebări factice, sau dacă trebuie ales una dintre puține alternative, însă și în situația cea mai „slabă” să poată fi evaluată asemănător notelor școlare. Rezultatul este un chestionar ale cărui întrebări sunt puse cu ușurință.

Dacă punem întrebările respondenților pe limbajul lor obișnuit, de toate zilele, familiar, în „dialectul” local, acest lucru nu frânează, ci dimpotrivă, face chestionarea mai rapidă. În pofida unor pauze de consultații inevitabile ce survin în procesul efectuării unui chestionar, această tehnică cu aceeași investiție de efort face posibilă contactarea tot atâtor respondenți, ca și chestionarul tradițional. Credibilitatea rezultatelor chestionarului flexibil este ridicată, erorile care se datorează diferențelor culturale pot fi diminuate, validitatea se mărește.

Cunoașterea grupurilor sociale și formularea limbajului unui chestionar cade în sarcina cercetătorului, din această cauză pe parcursul redactării chestionarului flexibil este inevitabil, ca și cercetătorul să efectueze chestionare. Chestionarul care se adaptează la teren se formează pe parcursul punerii întrebărilor.

Comparabilitate și consistență

Unul din marile dezavantaje ale chestionarului flexibil este faptul, că rezultatele obținute sunt greu *comparabile*. În lucrări științifice comparabilitatea este un mare avantaj, din această cauză, de multe ori, este inevitabil preluarea unui set de întrebări care a fost redactată pentru o altă situație. Deoarece chestionarul care se adaptează la teren nu obișnuiește să preia textual blocuri întregi de întrebări, rezultatele sunt greu de comparat cu rezultatele altor cercetări. Chestionarul flexibil tinde să preia întrebări conform *conținutului* și nu *textual*, însă practica cercetărilor internaționale nu face posibil acest lucru. Sunt recomandate soluționările hibride, care pun întrebările textuale preluate din diferite contexte sociale într-o altă parte a chestionarului (sau pe parcursul unei alte cercetări) adaptându-le la teren.

Rezultatele cercetărilor pe teren aplicate sunt utilizate local, și din această cauză este indicat să se elaboreze mai cu seamă întrebări care se adaptează la teren și nu întrebări comparabile.

Un al doilea dezavantaj al chestionarului flexibil este scăderea *consistenței* din interiorul bazei de date. Verificarea interpretării similare a întrebărilor care au fost puse în moduri diferite este posibilă doar cu metode calitative, de obicei, acestea nu pot fi verificate în mod statistic. O posibilă sursă de eroare este că alegerea întrebării corecte se bazează pe capacitatea de recunoaștere a situației a operatorului de chestionar.

Datorită celor specificate mai sus chestionarul flexibil nu poate fi folosit în orice situație de cercetare. Pe parcursul cercetărilor cu scop local poate fi recomandată datorită faptului că poate fi efectuată mai ușor decât tehnicile de interviu tradiționale, mai „rigide”, datorită flexibilității sale și poate ajunge la rezultate cu o validitate mai ridicată.

Probleme de etică

Sociologii, de obicei, nu sunt superstițioși, totuși dintr-o oarecare tradiție profesională cred în anumite descânțece. Un astfel de descânțec este de exemplu următorul: *„Răspunsul la întrebări este anonim și voluntar, datele vor fi date publicității doar în formă agreată”*. Mulți cercetători au convingerea că repetarea mașinală a acestui enunț într-o situație de interviu ajută la dezvoltarea relației de încredere și scade răspunderea personală a cercetătorului pe parcursul manipulării datelor.

În realitate, dezvoltarea relației de încredere depinde de persoana operatorului de chestionar. În afară de acesta este importantă și imaginea firmei care face chestionarul și tema chestionarului și alte puncte de vedere, însă, fără îndoială, operatorul de chestionar este cel care prin persoana lui, prin capacitatea lui de a realiza contacte personale asigură atmosfera de încredere imperios necesară pe parcursul unui interviu cu chestionar. Este o chestiune etică dacă acest surplus personal, extraprofesional din partea operatorilor este onorat, sau nu, din punct de vedere moral și material. În cazul cercetătorului cantitativ, în practică, de obicei, nu este prețuit acest lucru. În ierarhia cercetătorilor, cercetătorii care formulează întrebările se află cel mai sus, cei care organizează cercetarea la mijloc, și operatorii sunt cel mai jos. Cercetătorul, de multe ori nici nu îi cunoaște personal pe operatori. Această dilemă poate fi solvat greu, dar, fără îndoială, ajută dacă cercetătorul ia parte la faza de punere a întrebărilor, asumând astfel solidaritate cu operatorul.

Dacă cercetătorul promite că datele nu vor fi publicate decât în formă agreată, trebuie să fie atent ca baza lui de date să nu ajungă pe mâna altcuiva. Datorită faptului că persoanele pot fi ușor recăutate pe baza unor date specifice, dacă dorim să avem datele și pentru analiza secundară, eventual dorim să le predăm beneficiarului lucrării, atunci pe parcursul cercetării trebuie să enunțăm acest lucru clar.

Publicarea datelor în formă încuviințată nu scade responsabilitatea personală a cercetătorului în legătură cu datele care la urmă pot fi făcute publice. Datele corporative, de asemenea, pot atinge sensibilitatea unei comunități locale.

Abc-ul redactării unui chestionar flexibil

Chestionarul flexibil poate fi considerat mai mult o practică de cercetare, decât o metodologie formată. Deși în unele texte sociologice și antropologice există trimiteri la folosirea flexibilă a tehnicii de chestionar, în cele ce urmează prezint redactarea chestionarului flexibil și practica

punerii întrebărilor pe baza experiențelor mele proprii. Experiențele mele nu sunt fără pereche, colegii mei di breaslă spun, că ei de asemenea tratează chestionarele într-un mod flexibil, adaptându-le la teren.

1. *Strategia de chestionar: date care trebuie culese, durata și structura chestionarului.*

La formularea întrebărilor trebuie să avem în vedere că chestionarul nu trebuie să dea un răspuns la toate problemele de cercetare. În cazul întrebărilor cu caracterul unei cercetări de opinie publică, cele mai multe păreri, opinii, de regulă, pot fi cercetate premergător cu ajutorul metodelor calitative, posibilele dezbatere pot fi „jucate” dinainte cu ajutorul focus-grupului, și de multe ori putem avea destule indicii referitoare la opiniile care vor apare cel mai frecvent. Acele întrebări, însă, în cadrul cărora apar unele păreri în aceeași proporție (de exemplu: două păreri caracteristice apar frecvent în cadrul unei conversații) merită puse neapărat într-un format de chestionar. În aceste cazuri nu mai suntem interesați de modul în care sunt interpretate întrebările de către intervievați, ce fel de urmări cred aceștia că va avea răspunsul (acest lucru este cunoscut deja din faza de cercetare calitativă), ci dorim doar să aflăm reprezentanții căror păreri sunt în majoritate. Următoarele puncte de vedere merită să fie luate în seamă:

- Multe întrebări de cercetare ne vin în minte în timpul scrierii studiului.
- Cu cât este mai scurt un chestionar, cu atât mai bine.
- Este indicat să începem redactarea chestionarului cu o coală albă de hârtie.
- Să pornim de la nevoia concretă de date a studiului pe care urmează să-l scriem.
- O dată = o întrebare.
- Chestionarul să fie structurat.
- Pe cât posibil să formulăm întrebări închise.

În timpul scrierii studiului, de multe ori, cercetătorii unor așezări se plâng, că au uitat să întrebe ceva important. Este cert, că cercetătorul este nevoit să (re)considere unele lucruri în timpul scrierii studiului. Uneori, descoperă noi posibile conexiuni, existența cărora nu mai poate fi dovedită, sau negată cu ajutorul datelor culese. Acest lucru poate fi prevenit dacă la sfârșitul fazei de cercetare calitativă studiul este scris aproape în întregime, lipsind doar rezultatele fazei de cercetare cu chestionar. La o primă lectură poate fi neobișnuit că recomand scrierea studiului *înainte* de cercetarea propriu-zisă, totuși acest lucru este posibil. În cadrul cercetării unei așezări, pe baza unui chestionar bine redactat nu pot să mai apară întrebări, asociații noi, nu putem să mai formulăm ipoteze noi. Când redactăm chestionarul trebuie să cunoaștem deja toate întrebările cercetării. Acestea putem să și le notăm, lăsăm loc liber doar rezultatelor reale. Mai mult de atât, putem să formulăm și rezultatele posibile, cel mult va trebui să le transcriem pe baza rezultatelor reale - uneori chiar pe opusul celor ce am presupus.

Dacă faza calitativă a cercetării fost executată în mod corespunzător, atunci prin chestionar trebuie să obținem răspuns doar la câteva întrebări. De altfel, este bine ca chestionarul să nu fie prea lung. În situația întâlnirii personale cu intervievatul, operatorul de chestionar – ca să fie agreat - poate să spună că durata chestionarului va fi de 15-20 de minute, în cazul chestionarului telefonic mai puțin, doar 5-10 minute. Deși acest interval de timp poate fi depășit, totuși munca operatorului este ușurată, în mare măsură, dacă chestionarul personal nu este mai lung de o jumătate de oră, iar chestionarul telefonic de 15-20 de minute. Dacă întrebările noastre sunt ușor de înțeles și nu necesită prea multă gândire, acesta poate presupune chiar și 80-100 de întrebări.

Este indicat să începem redactarea chestionarului cu o foaie goală. Să nu ne lăsăm influențați de o schiță de interviu efectuat mai devreme, sau de întrebările unei cercetări internaționale, ci să ne concentrăm atenția asupra necesităților studiului pe care urmează să-l scriem: despre ce vreau să scriu? Care sunt problemele discutabile? Care sunt afirmațiile care trebuie susținute cu date credibile?

Dacă este posibil, o informație concretă să fie rezultatul unei singure întrebări bine ținută. Dacă este cazul poate fi redactată și o întrebare de control. Este bine dacă întrebările par să decurgă una din cealaltă, însă dacă acest lucru nu este posibil, nu este o problemă la fel de importantă ca și în cazul tehnicilor de interviu.

Chestionarul să fie structurat. Este indicat să începem redactarea chestionarului prin stabilirea structurilor. Întrebările care se referă la unele teme ale cercetării vor fi puse în anumite blocuri. În cadrul fiecărui bloc redactăm trei patru date posibile, după care formulăm întrebările închise conform acestor date. Pe cât posibil să evităm întrebările deschise. Având experiență în practică și cunoscând terenul, întrebările deschise pot fi transformate în întrebări închise cu ușurință. Dacă nu reușim acest lucru, atunci mai bine continuăm faza de cercetare calitativă.

În situația cunoașterii terenului, la redactarea primei variante a chestionarului, putem deja să ne străduim să formulăm variantele întrebărilor corespunzătoare comunităților locale. Conform experiențelor, redactarea întrebărilor cu același sens și în dialectul local, nu este de la sine înțeles nici măcar în cazul cunoașterii temeinice a terenului. Variantele vor apare mai târziu, pe parcursul punerii întrebărilor.

2. Chestionarul și fișa codurilor

În cazul tehnicilor tradiționale de chestionar, întrebările și răspunsurile sunt strâns legate. Conform concepției chestionarului flexibil, reperul sigur îl reprezintă aria datelor care trebuie culese, variabila este, însă, modul în care întrebăm acest lucru. Din această cauză este indicat să separăm chestionarul care conține întrebările și fișa codurilor care este necesară documentației. Să facem atâtea exemplare din chestionar câți operatori sunt, iar din fișa codurilor atâtea câte sunt necesare ca toate datele să încapă.

Termeni-cheie:

- Exemplarul magistral al chestionarului;
- Fișa codurilor;
- Stocarea datelor întrebărilor închise și deschise;
- Stocarea variantelor de întrebări.

Chestionarul flexibil are doar un număr limitat de „exemplare magistrale”, unu pentru fiecare operator de chestionar. Este bine ca operatorul de chestionar să își noteze numele pe exemplarul magistral, deoarece cele mai multe corectări vor fi făcute cu mâna, iar acestea, oricum, nu vor putea fi descifrate doar de el însuși.

Pe fișa codurilor trebuie notate doar rezultatele. Folosirea în mod separat a chestionarului și a fișei codurilor, este o practică cunoscută pe parcursul cercetării cu chestionar, însă cauza acestuia nu este flexibilitatea întrebărilor, ci diminuarea cheltuielilor: datorită faptului că întrebările nu trebuie tipărite din nou, tehnica necesită mai puțină hârtie. Cine nu a lucrat, încă, cu o fișă a codurilor, pe parcursul primelor întrebări va nota unele răspunsuri pe chestionar, însă oricine se poate obișnui ușor cu folosirea fișei codurilor.

Dacă suntem norocoși, chestionarul nostru conține întrebări închise. În asemenea situații fișa codurilor este doar o grilă pătrată, în compartimentele căreia notăm doar numere.

Pe o astfel de fișă a codurilor încap chiar și datele a 20-25 de chestionare. Datele fișei codurilor sunt ușor de introdus în calculator.

Întrebările deschise merită notate pe o fișă a codurilor rezervă. De obicei, răspunsurile încep să fie familiare pe la mijlocul cercetării – atunci putem să le transformăm pe acestea în întrebări închise.

Principiul chestionarului flexibil este că în vederea obținerii aceleiași date trebuie întrebat în diferite medii culturale în moduri diferite. Este indicat să notăm care dată cu care variantă a întrebării am recoltat-o. Acest lucru poate fi rezolvat dacă în fișa codurilor există două rubrici pentru fiecare răspuns, una dintre acestea conține varianta de întrebare, iar cealaltă conține codul răspunsului. Cu această metodă poate fi filtrată, în principiu, dacă o variantă a întrebării produce rezultate care diferă în mare măsură de rezultatele celorlalte variante. Această metodă, însă, nu este potrivită pentru confirmarea statistică a problemei dacă întrebările standard, sau cele flexibile dau rezultate mai valide.

3. Chestionarea și definitivarea întrebărilor

- chestionarea preparatoare;
- interogare adaptată la teren;
- variantele întrebărilor;
- consultații de chestionar;
- chestionarul ajunge la forma lui finală la sfârșitul chestionării.

Chestionării preparatoare (de probă) i se acordă o importanță majoră și în cadrul chestionarului „tradițional”, prin intermediul ei ne dăm seama cât este de lung un chestionar, respectiv dacă întrebările sunt inteligibile. Chestionarele neflexibile, însă, pot formula doar o singură întrebare, care din nevoia de a corespunde cerinței comparabilității și de a fi interpretată corect, se adaptează la mediul local doar într-o măsură limitată, și deseori este greu de înțeles.

Interogarea de probă stă la baza redactării unui chestionar flexibil. Pe baza șirului de întrebări, cercetătorul și operatorii de chestionar participă cu toții la recoltarea datelor încă din prima zi a cercetării. În timpul punerii întrebărilor deriva de la limbajul chestionarului este permis operatorilor de interviu doar în măsura în care acest lucru este obișnuit în practică. Scopul este ca modulările textuale, - existente de altfel voalat într-o măsură oarecare și în practica cercetării de tip *survey*, care în principiu este o metodă neflexibilă - abaterile de la chestionar cu această ocazie să fie declarabile și influența lor să poată fi controlată pe parcursul culegerii datelor. În cazul chestionarului flexibil operatorii trebuie să noteze toate abaterile de la întrebarea originală pe exemplarul magistral al chestionarului. Astfel se alcătuesc variantele întrebărilor, respectiv lista îndrumărilor care urmează a fi folosită de operatori.

În timpul zilei cercetătorul și operatorii trebuie să se consulte de mai multe ori. Cu aceste ocazii se procedează la compararea variantelor de întrebări. Cercetătorul trebuie să își formeze o părere despre acceptarea sau respingerea unor variante ale întrebărilor pe baza cunoașterii terenului și luând în considerare trăsăturile personale ale operatorilor. În principiu, creșterea variantelor nu este un scop. De multe ori, ajunge doar o singură întrebare, dar în nici un caz nu este nevoie de mai mult de trei sau patru variante pe parcursul cercetării unei așezări. La sfârșitul primei zile, în urma a trei-patru consultații, chestionarul, de obicei, ajunge la forma ei finală. Acest chestionar modificat care conține și variantele întrebărilor, merită tipărit din nou, deși operatorii de chestionar s-au obișnuit, deja, să descifreze completările scrise cu mâna.

Poate exista un mediu cultural multistratificat, în care, datorită diverselor subculturi sau micro-culturi, întrebările trebuie modificate, sau explicate altfel, chiar și în ultima zi de cercetare. Dacă respondentul nu înțelege, sau înțelege întrebarea greșit, și operatorul de chestionar nu îi explică întrebarea, spunând că el trebuie să pună neapărat unul dintre variantele de întrebări prezente în chestionar, acest lucru este, bineînțeles, o greșeală. Însă, ar fi o greșeală și dacă această modificare nouă nu ar apărea ca informație în studiu. În aceste cazuri ne ghidăm după aceleași principii ca până acum: să punem întrebarea în așa fel încât să fie ușor de înțeles și în contextul schimbat să aibă același sens ca în celelalte situații. Modificarea trebuie specificată pe chestionar, și trebuie să ne referim la aceasta pe fișa codurilor. Astfel privind, chestionarul ajunge la forma lui finală doar *după* punerea întrebărilor.

4. Asigurarea comparabilității și a coeziunii

Unul dintre dezavantajele chestionarului flexibil este faptul că este greu de comparat cu rezultatele altor cercetări. În realitate însă, această problemă poate fi soluționată: în chestionarul flexibil putem să amplasăm și întrebări rigide, în aceste cazuri preluăm textual blocuri întregi de întrebări din alte cercetări. Pe lângă blocul care produce rezultate comparabile merită atașate întrebări de control flexibile, care se adaptează la teren și astfel cele două feluri de rezultate vor deveni comparabile.

Un alt pericol al chestionarului flexibil este *coeziunea* din interiorul bazei de date; datele care au fost culese prin diferite modalități înseamnă, sau nu într-adevăr același lucru. După părerea noastră nu este o sursă de eroare dacă operatorii de chestionar pun întrebările oarecum modificate, sau dacă le explică pe acestea în diferite situații. Greșeala ar fi dacă ar ține neapărat să pună întrebările în felul în care ele sunt formulate, sau dacă aceste abateri de la întrebarea originală nu ar fi descoperite. Problema mai de grabă este perioada de chestionare pilot când, întâi punem întrebarea într-un anumit fel, după care punem diferite variante ale aceleiași întrebări. Deoarece în perioada aceasta culegem prea multe date, nu putem să nu le luăm în considerare, însă merită să verificăm diferența în raport cu celelalte zile ale chestionării, ori să ponderăm.

5. Prelucrarea datelor pe teren

Implicarea calculatorului în procesul de recoltare a datelor îl îndepărtează pe cercetător de teren: există deja proceduri care fac munca operatorului inutilă, adică în cele din urmă nimeni nu mai merge pe teren.

Ajutorul dat de calculator poate avea și un efect opus, cercetătorul nu mai trebuie să stea în birou, el poate efectua tot mai multe faze ale cercetării pe teren. În timp ce, până acum redactarea unui chestionar a fost o muncă făcută într-un birou, în zilele noastre poate fi efectuat mult mai ușor pe teren. La fel, introducerea datelor și prelucrarea acestora poate fi făcută de asemenea pe loc. Introducerea în calculator a fișelor codurilor redactate într-un mod corespunzător nu necesită mai mult de câteva ore.

Interviul flexibil care se adaptează la teren este o tehnică de interviu de tip personal, dar poate fi folosită și în cadrul unui interviu telefonic. Deși acestea nu sunt soluții profesionale, în practică, cercetările locale cu chestionar efectuate prin telefon sunt susținute de mult timp de calculator. Dacă măsurarea prin telefon este efectuată la fața locului, este indicat să ne bazăm pe infrastructura Consiliului Local, și pentru sfârșit de săptămână să cerem împrumut clădirea și o parte din calculatoare. Putem să instalăm un operator de bază de date și un *file* cadru pe calculatoare. Pe parcursul punerii întrebărilor putem să introducem

răspunsurile direct și baza de date va fi gata repede, nouă rămânându-ne doar să facem analiza. Lucrând la fața locului, de multe ori, primim reacții informale mai ușor, iar aceste reacții pot fi importante din punctul de vedere al situației, sau al rezultatului cercetării.

Prelucrarea datelor poate fi făcută pe loc, mai mult, uneori este chiar recomandată ca datele să fie prelucrate local. Înainte de publicarea rezultatelor este indicat ca într-un cerc mai restrâns să le prezentăm pe acestea în așezarea în care am făcut cercetarea, ca să observăm efectul acestora.

Culegerea și analizarea bazelor de date statistice pe teren

Culegerea și prelucrarea bazelor de date statistice poate avea ca scop orientarea preliminară, dezvoltarea conexiunilor care nu sunt chiar evidente, confirmarea, sau eventual infirmarea statistică a supozițiilor noastre. Pentru prelucrarea datelor statistice este nevoie de o aparatură tehnică serioasă, din această cauză, mai de mult prelucrarea a fost făcută în birouri bine dotate. În zilele noastre, însă, analiza datelor nu este condiționată de rămânerea în birou. Cercetătorul poate să lucreze, în principiu, oriunde cu ajutorul unui laptop și al unui mobil cu acces la Internet, sau poate să acceseze calculatoarele consiliilor, școlilor locale, sau ale casei de cultură.

Situația este asemănătoare și în cazul colectării bazelor de date statistice. În zilele noastre, instituțiile locale din fiecare așezare sunt nevoite să culegă diferite date; din această cauză multe date statistice pot fi procurate pe loc. În cazul cercetărilor unei așezări, sau a unei întinderi cei mai importanți furnizori de date sunt consiliile și școlile locale. Datele statistice care nu pot fi procurate local, însă sunt importante din perspectiva cercetării, pot fi procurate de la oficiul național de statistică, sau din alte baze de date.

În zilele noastre întrebarea nu este dacă suntem în stare să procurăm și să analizăm baze de date pe loc în timpul cercetării pe teren, ci dacă merită să facem acest lucru. După părerea mea merită.

Sociologul care dezvoltă concepția, pe parcursul cercetării aplicate a unei așezări, este numit „consultant” - ca să poată fi diferențiat de colegul lui „proiectant”. Interpretarea datelor statistice este o sarcină specifică de consultant. Analiza datelor în mod primordial servește la dezvoltarea, în linii generale, a interconexiunilor fundamentale. În zilele noastre, consiliile locale dispun de cele mai multe date statistice pentru schițarea interconexiunilor mai importante. Cea ce lipsește este cunoștința profesională cu ajutorul căruia pot fi dezvoltate informațiile importante valabile.

Fiind vorba de o *culegere de date pe plan local*, cercetătorul poate să arate un exemplu în studiul său, cum pot să interpreteze instituțiile locale datele personale într-un mod mai complex decât până acum. Dacă analizele lui au acaparat atenția celor care au comandat studiul, se poate spera ca în cele ce urmează și ei vor efectua asemenea analize de date în baza lor de date reactualizată. Însă, în cazul în care cercetătorul își procură informațiile dintr-o sursă depărtată, sau necunoscută, persoanele din fruntea conducerii așezării nu vor putea presupune că ei de asemenea pot să reproducă munca lui.

Dacă luăm datele cu noi cu scopul prelucrării ulterioare, acesta poate fi o sursă de neîncredere. Din această cauză este indicat să efectuăm *prelucrarea datelor pe loc*, adică să prelucrăm datele statistice local, ca manipularea datelor confidențiale să fie făcută într-un mod liniștitor, verificabil. În cazul prelucrării datelor pe loc putem să prezentăm rezultatele furnizorului de date instant, aceste rezultate pot fi verificate și interpretate împreună cu cercetător. Acest lucru ușurează, în mare măsură, interpretarea de mai târziu, adică scrierea studiului.

Unii cercetători se tem, că dacă dezvăluie secretele meseriei și se dovedește că această meserie nu este o mare vrăjitorie, atunci nu vor mai primi alte comenzi. După părerea mea, cercetarea locală ajută, în mare măsură, la dezvoltarea relației de încredere cu Consiliul Local, iar această relație de încredere stă la baza altor comenzi. Cercetătorul nu trebuie să se teamă nici de faptul, că nu va mai fi nevoie de munca lui dacă dă un exemplu pentru prelucrarea datelor statistice în studiul său. Pe de o parte, se poate aștepta la faptul că aria statisticilor locale se dezvoltă, pe de altă parte pentru cunoașterea prealabilă a situației și a opiniei societății locale va fi nevoie de noi măsurări, noi anchete și cercetări.

Accesarea datelor (și a datelor preluate) poate fi cerută pe baza legilor de protecție a datelor și a statisticilor. Unele date pot fi procurate doar cu acordul celor la care se referă acestea. Este indicat ca cercetătorul înainte să ceară date, să se documenteze, să cunoască legile care se referă la acesta.

Colectarea datelor statistice care pot fi procurate pe loc necesită o oarecare viziune apropiată de teren.

La elaborarea concepțiilor de dezvoltare a localităților, sau a regiunilor, de obicei, analizăm următoarele statistici:

- Date demografice și de fluctuația populației (populația prezentă, populația declarată și/sau populația conform recensământului, căsătorii, divorțuri, natalitate, mortalitate etc. respectiv date demografice pentru analiza timeline).
- Date care se referă la educație și la calificare, la starea actuală și la prognoza evoluției resurselor umane.
- Date privind bunăstarea populației, adică indicatori ai calității vieții și al nivelului de trai, date sociale, sănătate și de evidența locurilor de muncă.
- Date care se referă la economia locală (numărul, volumul comerțului desfășurat al firmelor, tendințele de creștere etc.).
- Date regionale cu caracter comparabil (cunoscând datele care se referă la așezările din împrejurimi putem să interpretăm datele care se referă la așezarea respectivă în contextul statistic propriu).

Dintre datele amintite mai sus cele mai multe pot fi procurate la fața locului, fără să fie nevoie de prea multă cercetare.

Datele demografice care se referă la așezare pot fi procurate de la birourile de evidența populației din cadrul consiliului local. Cele mai multe consilii locale țin evidența informatizată și pentru manipularea datelor folosesc același program de prelucrare a datelor. Evidența informatizată face posibilă listarea și gruparea datelor pe diferite criterii, de exemplu este ușor să clasificăm datele pe baza vârstei, la femei-bărbați și să prezentăm un arbore al vârstei: numărul contingentului critic (de exemplu adolescenți) poate fi clasificat și anual. Datele mai vechi, din păcate nu sunt disponibile încă, pe calculator în multe așezări, dar ele există pe hârtie, astfel pot fi efectuate analize timeline pe loc. Trebuie să luăm în considerare că consiliul local ține în evidență populația cu domiciliul permanent, sau provizoriu *declarat*, datorită indicatorilor de migrare în unele așezări, mai ales în medii aglomerate diferența poate fi de 20-30%. Totuși datele „oficiale” sunt un bun punct de plecare; estimarea evoluției reale al populației trebuie definită în comparație cu acestea.

De la școala locală poate fi procurată numărul copiilor de vârstă școlară, respectiv numărul și proporția copiilor care stau în zona școlii. Datorită faptului că copiii de vârstă școlară sunt ținuti în evidență de mai multe decenii, datele ne oferă posibilitatea să facem o analiză timeline.

Agențiile de evidența forței de muncă pot să ne furnizeze date despre situația resurselor umane și a pieței *forței de muncă*, iar în legătură cu *bunăstarea populației*, de calitatea locuirii, furnizorul datelor poate fi comisia socială a consiliului local. Aceste date însă sunt exacte doar în ceea ce privește populația dezavantajată și nu se referă la toată populația. Este inevitabilă compararea și completarea acestora cu alte surse de date.

Datele care se referă la *întreprinderile și firmele locale* pot fi procurate, în primul rând, de la referentul financiar responsabil pentru buget și impozite locale. În așezările mai mici, de multe ori, aceste sarcini sunt îndeplinite de secretar. În evidența impozitelor locale găsim date despre practicarea diferitelor meserii. Datele care se referă la unele firme pot fi secrete, însă pot fi procurate în formă agreată de la Camerele de Comerț. Pentru prepararea datelor agreate putem să îi rugăm pe cei de la biroul buget-finanțe al consiliului să efectueze grupări simple conform punctelor de vedere al cercetării, de exemplu, într-o eșalonare de ramificație, sau pe baza venitului realizat. Pe baza venitului, punând datele în ordine descrescătoare, de exemplu, trebuie căutate locurile de „ruptură”, astfel putem să diferențiem câte 3-6 grupuri în cele mai multe așezări. De cele mai multe ori, numărul întreprinderilor mici care, de obicei, nici nu funcționează, este cel mai ridicat, mai puține sunt întreprinderile mijlocii, și doar puține firme intră în categoria întreprinderilor mari. (Bineînțeles firmele care sunt considerate mari local, în comparație națională pot fi întreprinderi mici, sau mijlocii). Diferitele grupuri pot fi caracterizate pe baza unor puncte de vedere simple: venitul mediu al grupului, diviziunea profilelor firmelor în fiecare grup (de exemplu secție de comerț, agricultură, industrie, furnizor etc.) diviziunea formelor economice organizatorii (S.A., S.R.L. etc.) proporția de proprietate internă și externă etc. Simpla trecere în revistă a firmelor locale poate fi un punct de plecare important la definirea sarcinilor de dezvoltarea a întreprinderilor, dezvoltarea economiei locale. Baza de date poate sta la baza altor cercetări, de exemplu putem să cerem o mostră stratificată de la unele grupuri, respectiv putem să evaluăm lista întreprinderilor care plătesc cele mai mari impozite locale (firme viguroase), bineînțeles, fără venitul concret al acestora. Datele necesare analizei stau la dispoziția la biroul buget-finanțe. Ca biroul să ne pregătească datele agreate, încuviințate, este nevoie, la fel ca și cu alte ocazii pe parcursul muncii pe teren, de dezvoltarea relației de încredere. Funcționarii respectivi pot să refuze cooperarea, chiar și în cazul în care primarul este cel care le cere să redacteze datele.

Capitolul venit propriu din bugetul a Consiliului Local arată clar sursele veniturilor. Bugetul consiliilor locale poate fi accesat de către public.

Pe baza acestuia putem să comparăm importanța impozitului local de exercitare a unei meserii cu venitul din restituirea impozitului pe venit, cu normativele etc. putem să facem o comparație timeline.

În afara datelor prezentate mai sus să nu sperăm că la fața locului vom putea face rost și de alte date. Baza de date de comparație regională poate fi accesată dintr-o arhivă a oficiului central de statistică mai ușor, decât dacă am cutreiera consiliile locale ale așezărilor din împrejurimi. Datele agreate pot fi procurate din anuarele județene, iar colectate în formă electronică pot fi cerute din stocul T-STAR al oficiului central de statistică. Datorită faptului că accesarea acestuia este limitată și deoarece folosirea bazei de date T-STAR necesită timp și este costisitoare, este bine ca cercetătorul să știe ce date îi sunt necesare. Dacă solicitarea cercetătorului este generală (de exemplu dorește să primească date care se referă la șomaj), atunci oficiul central de statistică îi va servi indicatori care pot fi prelucrați ușor. Există

posibilitatea ca să lipsească exact acele date care ar fi importante din perspectiva analizei de mai târziu. Înainte de solicitarea datelor este bine să ne uităm într-un anuar statistic și să vedem care vor fi datele necesare cercetării. Datorită comparabilității este indicat să cerem și indicatorii timeline și teritoriali (de exemplu județene).

VI. Redactarea hărții mentale

Introducere

Hărți obiective nu există!

Interferențe (crosstalk-uri): noțiunea de cartografiere cognitivă
în diferite discipline

Istoria teoriei

Culegerea și prelucrarea datelor

Probleme de etică

Redactarea hărții mentale pe parcursul cercetării aplicate a unei așezări

Abc-ul redactării unei hărți mentale

Texte în chenar:

Hărți mentale și cartiere istorice

Un american la Paris

Unele sunt, iar altele nu sunt hărți mentale

Sorin A. Matei: Cartografia mentală poate identifica stereotipiile urbane

Introducere

Modul în care folosim spațiul rearanjează în conștiința noastră imaginea reală a unei așezări. Distanțele pe care le cutreierăm zilnic ne par mai scurte, iar locurile pe care le vizităm mai rar sunt considerate îndepărtate. Propriul nostru mediu înconjurător ne pare familiar, vreme ce alte cartiere ale orașului ne par străine, chiar ostile. Ce ne este departe și ce aproape, ce este familiar și ce este străin, se bazează firește întotdeauna pe sentimente subiective, în funcție de experiențe, motivații, abilități preliminare. *Harta mentală* sau *cognitivă*¹ (conform definiției lui Downs și Stea²) „este un proces alcătuit dintr-o serie de procese psihologice, care observă, codifică, stochează, invocă și decodifică informațiile care se referă la mediul spațial de toate zilele”(…). Harta cognitivă, în acest sens, este o caracteristică a conștiinței care – cu cuvintele lui Zoltán Cséfalvay – se află în *mințile* noastre. În momentul în care un cercetător redactează o hartă mentală se ocupă cu cartografierea hărților, adică cu colectarea și interpretarea hărților mentale din mintea noastră.

Unele elemente și imagini ale conștiinței subiective individuale au de regulă o parte comună, pe care fiecare locuitor o împărtășește: punctele importante de orientare, trasee, granițele cartierelor. Harta mentală redactată de cercetător – ca produs – este prezentarea unei părți a spațiului, ca *mediu înconjurător*, din perspectiva unui (sau a mai multor) individ(i), oglindind părerile respectivului(ilor) individ (sau indivizi). Cunoștințele colective sau individuale care se referă la spațiu pot fi interpretate grafic, în forma unei hărți sau a unei baze de date. Bineînțeles, prezentarea grafică a unei hărți mentale nu este neapărat identică cu o lucrare de cartografie „reală”, deoarece prima pornește de la percepția oamenilor asupra spațiului, iar cea de-a doua pornește de la datele obiective, măsurabile care se referă la teren.

Culegerea hărților mentale poate fi importantă în cadrul *cercetărilor aplicate* de dezvoltare a așezărilor, de exemplu pentru interpretarea tendințelor pe piața imobiliară. La reprezentarea unei părți a orașului, spațiilor mentale oamenii alocă diferite asociații, o parte a acestora au un caracter personal (de exemplu: acolo stă cumnatul meu), o altă parte este împărtășită de cei mai mulți localnici (de exemplu: în acel cartier stau bogații). Pe baza părerilor comune, cartierelor se pot asocia caracteristici specifice. Chiar dacă aceste păreri sunt sau nu întemeiate, pot determina soarta unui cartier sau a unei așezări.

Redactarea hărții mentale este prin excelență un domeniu interdisciplinar, care s-a dezvoltat din diferite ramuri științifice, îndeosebi din psihologie, antropologie, geografie și cartografiere. Nici în zilele noastre nu s-a decis, încă, dacă este vorba despre un nou domeniu științific interdisciplinar, eventual despre o paradigmă, sau numai de o nouă tehnică, deși idea de hartă mentală are, deja, un trecut de patruzeci-cincizeci de ani. Chiar și expresia de „hartă mentală” sau „hartă cognitivă” este folosită cu diferite conotații în diferite discipline. Numărul confuziilor crește datorită termenilor asemănători care au, însă, sensuri diferite, ca de exemplu harta valorică (*value map*), harta concepțiilor (*concept map*), harta semantică (*semantic map*) etc.

În zilele noastre, practica cartografierii mentale este foarte tânără. Pentru culegerea și interpretarea informațiilor referitoare la teren nici până în zilele noastre nu există o metodologie unitară. Nu s-au dezvoltat nici formele standard de culegere de date, spre exemplu, o întrebare mult dezbătută este, dacă pe parcursul cercetării respondenților să li se pretinde sau

¹ În acest manual noțiunile de hartă mentală respectiv hartă cognitivă sunt tratate ca sinonime.

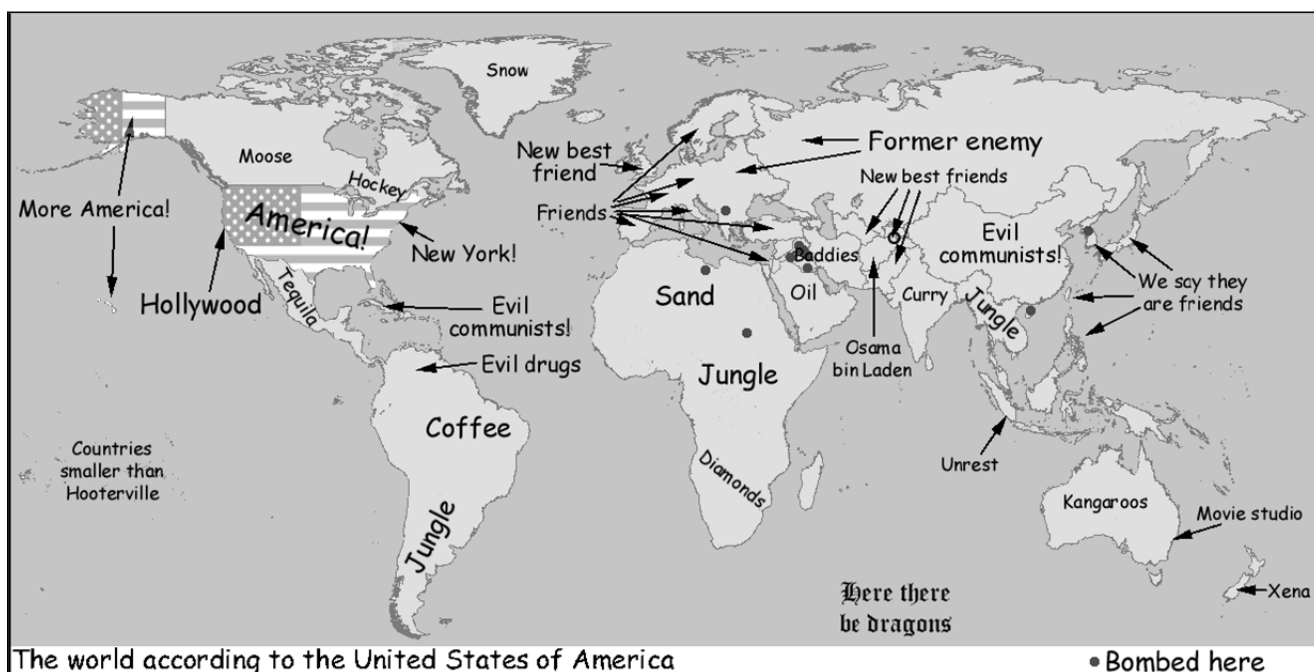
² Robert M. Downs și David Stea 1973: *Cognitive Maps and Spatial Behavior: Process and Products*. In: Downs și Stea (redactor.): *Image and Environments*. Chicago: Aldine Publishing.

nu schițarea de hărți. Diferitele moduri de stocare, prelucrare și interpretare a datelor pot fi socotite mai mult doar ca niște experimente și nu tradiții metodologice. În noul mileniu, atât metodologia cât și teoria acestei discipline noi cunoaște o dezvoltare rapidă, dintre tehnicile amintite în acest manual aici se observă cea mai dinamică dezvoltare.

Elaborarea de hărți mentale este o disciplină bine cunoscută în Ungaria, persoanele interesate pot să găsească puncte de sprijin și în țară. În *literatura recomandată* specificăm lucrări din literatura de specialitate în limba maghiară, precum și unele pagini de Internet.

Hărți obiective nu există!

Pe parcursul elaborării unei hărți mentale pornim de la conținuturile subiective ale conștiinței. Cu ocazia transpunerii cunoștințelor colective referitoare la spațiu pe o schiță de hartă, apar bineînțelele multe elemente subiective.



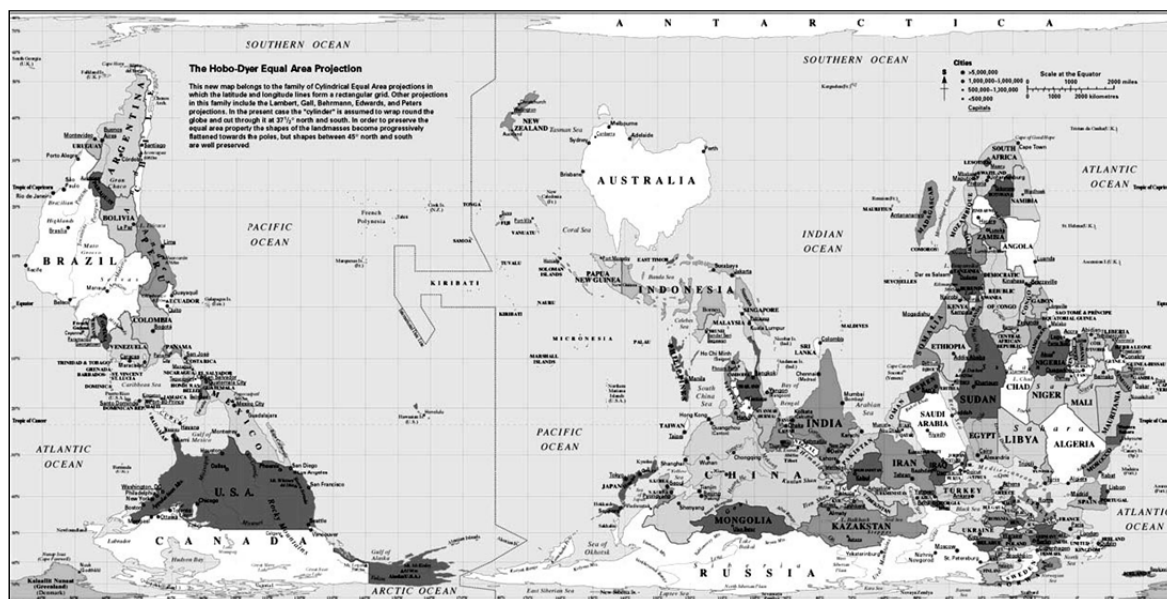
Caricatura de mai sus este dintr-un e-mail menit să fie hazliu. Ea reflectă opinia unui nonamerican asupra modului în care majoritatea americanilor își imaginează Pământul.

În epoca de glorie a cartografierii a fost cât se poate de firesc ca hărțile să fie redactate pe baza datelor subiective. Distanța geografică a fost evaluată pe baza duratei de mers către destinație, iar conturul munților pe baza descrierilor unor voiajori. Bunăoară autorii hărților au dat mare importanță prezentării florei și faunei (mai cu seamă a monștrilor) și a locuitorilor. Bineînțelele, acestea sunt elemente subiective care reflectă opinia cartografilor respectivi.



Fragment al unei hărți medievale reprezentând Europa de nord-vest

Puțini oameni sunt conștienți de faptul că și hărțile din zilele noastre conțin multe elemente subiective. Următoarea imagine este o „hartă a lumii” contemporană, suprafața Pământului. După un moment de nedumerire realizăm desigur conturul continentelor, care par neobișnuite datorită faptului că Australia se află la mijloc.



Harta lumii, publicată în Australia

Harta este stranie datorită faptului că suntem obișnuiți cu hărțile pe care Nord este reprezentat în partea de sus, iar Oceanul Atlantic, mai precis Greenwich este la mijloc. Acest lucru este, fără îndoială, un element subiectiv; această convenție prezintă harta mentală a cartografilor din vremea când Imperiul Britanic a fost puterea conducătoare a lumii economice și politice.

În afară de orientare *culorile* hărții de asemenea sunt elemente subiective. Conform convențiilor acceptate universal, de exemplu, câmpiile sunt verzi, munții maro, zonele alpine albe, iar deșerturile sunt de obicei reprezentate cu galben deschis. Harta parcă încearcă să imite culorile naturale: să oglindească verdele viu al câmpiilor care se află aproape de râuri, pustietatea

munților, albul zăpezii. Imaginile de satelit prezintă însă culori cu totul diferite: munții sunt verzi, locurile galbene și maro independent de altitudine, sunt deșerturi. Culoarea verde a zonelor mai joase oglindește harta mentală a cartografilor europeni din secolul XIX–XX. Pentru ei câmpiile au fost zonele familiare, verzi, bune pentru agricultură, iar munții au fost locuri rar locuite, înfricoșătoare, fapt ce putea fi redat cel mai bine cu o culoare maro, mai rece.



Harta de relief a Europei

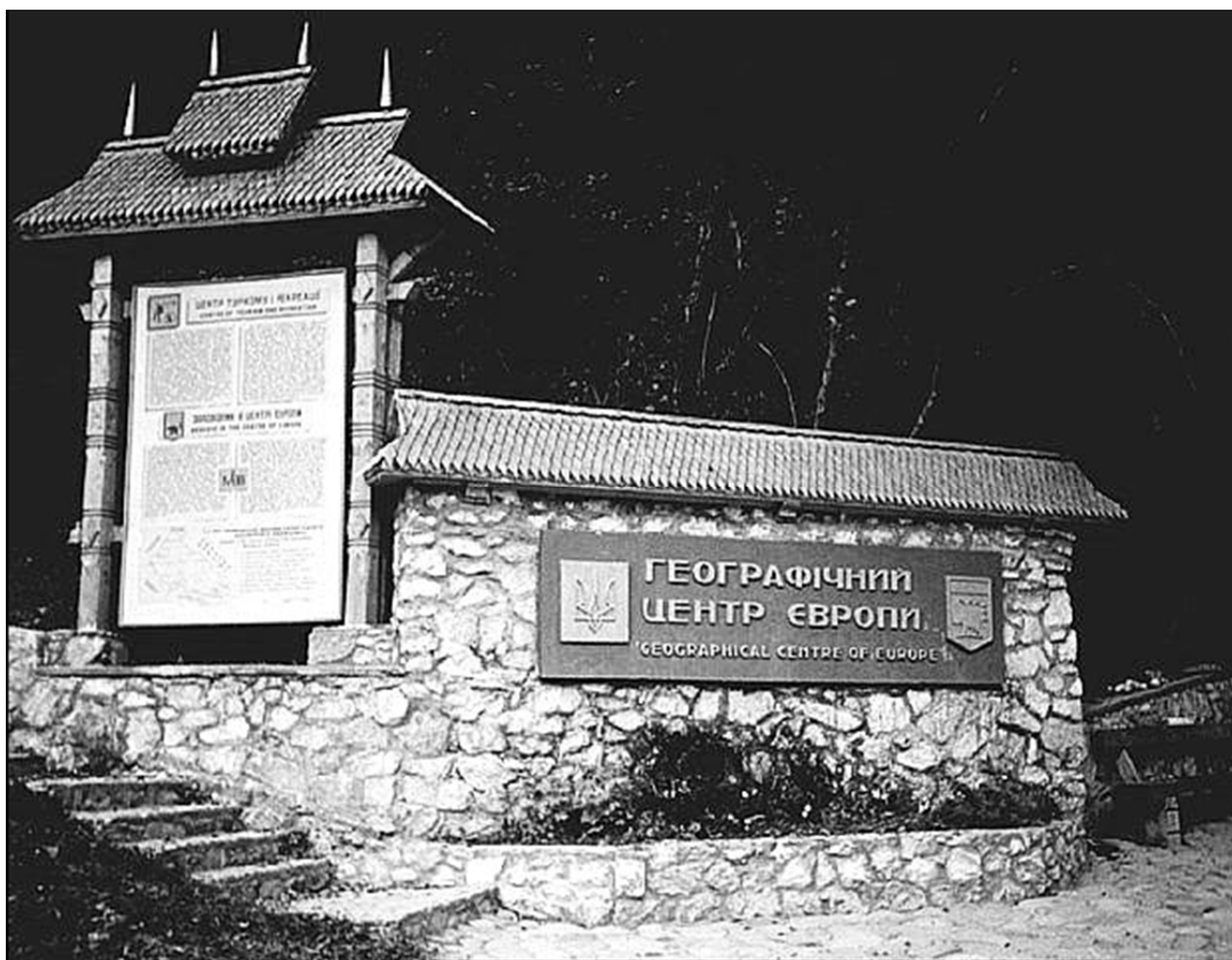


Uniunea Sovietică înainte de destrămare

Pe hărțile de dinainte de schimbarea de regim, Uniunea Sovietică a fost reprezentată aproape întotdeauna cu culoarea roz (roz închis) atât în est cât și în vest. De bună seamă, varianta pastelată a roșului, adecvată unei hărți, indică regimul comunist al țării.

Exemplele de mai sus au punctat subiectivitatea cu care cartografiile *reprezintă* pe hărți informațiile culese. Mulți sunt de părere însă, că culegerea și prelucrarea datelor în elaborarea hărților este cu totul obiectiv, iar factorii subiectivi nu au nici un rol.

Pozele de pe pagina următoare prezintă monumente dedicate „Centrul-ui Geometric al Europei”. Unul se găsește în Ucraina iar celălalt în Ungaria. Deși definirea conturului continentului și stabilirea punctului geometric central este aparent obiectiv – sarcină care poate fi făcută ușor cu instrumente de cartografiere – centrul geometric al Europei este ținut în evidență în portul Mahart din insula Csepel, în Lituania (Vilnius), Republica Belarus și Franța. Diferitele „puncte geometrice centrale” pot fi la o distanță de 1000-1500 de km una de cealaltă și fiecare poate fi considerată punct central pe baza unor măsurări oficiale. Altminteri, centrul geometric al continentului probabil se află undeva în Bazinul Carpatic.



*Monument „Centrul Geometric al Europei” ,
Terebesfahérpatak, Kárpátalja, Ucraina*



Monument „Centrul Geometric al Europei”, Tállya, Ungaria

Interferențe, asemănări /crosstalk-uri/

Acest capitol tratează noțiunile de *hartă mentală* respectiv *hartă cognitivă* ca fiind sinonime reciproce. Alte discipline folosesc aceste două expresii într-un sens care diferă de modul nostru de abordare; mai precis, ne putem întâlni cu mai multe expresii cu înțeles și/sau aspect fonetic asemănător: *hartă valorică*, *hartă a concepțiilor*, *hartă semantică*, *cartiere istorice* etc. În acest capitol încercăm să clarificăm sursele posibilelor neînțelegeri.

După părerea unora, redactarea unei *hărți mentale* sau a unei *hărți cognitive* (*cognitiv/mental mapping*) în terminologia psihologiei și a geografiei sociale definesc două lucruri diferite. Ca și când obiectul cercetării ar fi inversat: geografia colectează cunoștințele care se referă la spațiu, iar harta *cognitivă* - în sens psihologic -cartografiază cunoștințele, adică se ocupă cu elaborarea „hărții” structurilor semnificațiilor conștiinței. Unii cercetători (precum Tversky³) consideră că între cele două noțiuni nu există diferențe, deoarece în ambele cazuri este vorba de dezvăluirea, cartografierea conținutului conștiinței; în procesul cercetării conștiinței ar fi imposibil să limităm cercetarea la conținuturile care se referă la teren, deoarece procesele cognitive pot fi interpretate doar în propria lor complexitate.

În psihologia socială, expresia de hartă valorică (*value map*) înseamnă schema preferințelor valorilor (sociologică, psihologică), respectiv „harta” care rezultă din scalarea multidimensională a rezultatelor. Dintre cercetările din Ungaria iese în evidență studiul lui László Füstös intitulat *Értéktérkép*⁴ (1988) (Harta valorică).

³ Tversky, Barbara 1993: Cognitive Maps, Cognitive Collages and Spatial Mental Models. In: Frank, Andrew U. și Irene Campari (redactor.): Spatial Information Theory: A Theoretical Basis for GIS. Lecture Notes in Computer Science 716: 14-24 Berlin: Springer.

⁴ László Füstös 1988: *Értéktérkép*. (Harta valorică). Harta valorică a 16 țări oglindind principiile de creștere a copiilor. Budapesta: MTA SZKI, Módszertani Füzetek (Caiete metodologice)

Expresia de mai înainte se aseamăna cu *harta de valori* de pe piața imobiliară/dezvoltarea așezărilor doar prin aspectul fonetic, harta reprezentând de fapt piața imobiliară a unei așezări prin culori sau în alte moduri, sau înseamnă baza de date care stă la baza hărții, adică cadastrul valoric. În acest sens tratează această expresie Béla Varga-Ötvös⁵.

Sociologia organizațională, științele de organizare și de management folosesc expresia *harta concepțiilor (concept mapping)* ceea ce practic înseamnă schița complexă procesională de îndeplinire al unui concept, schiță ce marchează diferitele faze, participanții, mediul social-organizatoric, reprezentând rezultatele grafic. Harta concepțională este redactată pe baza percepției unui sau a mai multor participanți (de obicei, pe baza cercetării cu focus-grup, mai rar pe baza unui interviu sau a observației participative) - rezultatele sunt, de multe ori, prelucrate cu ajutorul metodelor de comprimare a datelor (MDS).

Cartografierea semantică (*semantic mapping*) este o abordare lingvistică, care se ocupă cu dezvăluirea relațiilor lingvistice (formale sau de conținut) dintre texte. Expresia de hartă a cuvintelor (*word mapping*) sau hartă a ideilor (*idea mapping*) este, de asemenea, o abordare a lingvisticii. Un nou domeniu de aplicare este cercetarea relațiilor și a trimerilor lingvistice dintre paginile de Internet /deci nu relația dintre link-uri, ci dintre subiecte/ la care se referă o mulțime de expresii: *semantic networking, semantic web etc.*

Cartier istoric este o noțiune înrudită cu harta mentală, fiind de fapt o hartă mentală a unor timpuri apuse.

Hărți mentale și cartiere istorice

Cartierul istoric este o noțiune consacrată și larg folosită în practica de planificare și dezvoltare a orașelor din Ungaria, dar nu numai. Pe parcursul planificării unei așezări, localități, ele sunt luate în considerare, mai mult decât atât, în cazul anumitor orașe cartierele istorice sunt evidențiate, marcate pe hărțile turistice. (exemplu orașul Eger, Gyula etc). Aceste cartiere istorice prezintă conținuturile conștiinței din vremuri ce au precedat apariția administrației moderne, adică sunt numele unor granițe și zone ale unei așezări care în zilele noastre nu mai sunt „valide”, însă s-au păstrat în tradiție. Unele zone ale orașului au fost unități administrative „oficiale”, altele nu au fost niciodată. De exemplu „*hóstyák*” (*hoch stadt*) din Eger păstrează amintirea vechilor suburbii, în timp ce denumirile tradiționale a celor mai multor sate maghiare nu s-au bazat pe o graniță administrativă, doar la nivel de conștiință colectivă.

Pe scurt, am putea afirma că cartierele istorice sunt hărțile mentale ale vremurilor de demult, care păstrează într-o oarecare măsură legături cu unitățile administrative de odinioară. Cartierele istorice nu coincid cu hărțile mentale din zilele noastre nici măcar în așezările cele mai tradiționale, deoarece deprinderile de utilizare a spațiului se schimbă pe parcursul vieții de zi cu zi.

Din perspectiva practicii de proiectare a orașelor putem să afirmăm faptul că *cartierele istorice* sunt hărți mentale nehibzuite, negândite, create cu o metodologie greșită, care nu reflectă credibil nici harta mentală a vremurilor istorice și nici pe cea din zilele noastre. Pe parcursul cercetării aplicate colectarea cartierelor istorice rar sunt precedate de investigații istorice, sau de cercetări în arhive. Mai mult, decizia referitoare la care perioadă istorică anume să se facă referire, care denumire să fie considerată „istorică” (ceea din sec. XIX, XVI, XVII) este una arbitrară, neistorică. În loc de cercetări istorice, în practica de proiectare a orașelor, cartierele istorice sunt considerate date, și în mod caracteristic, proiectantului i se comunică verbal, care și unde sunt anumite zone a orașului. Ne putem da seama ușor că această informație oglindește harta mentală a unui anume angajat al consiliului local.

⁵ Béla Varga-Ötvös 1993: Értéktérkép.(Harta Valorică). Metoda de măsurare a averii imobiliare a unei așezări. Comitatus (3) 1.

Noțiunea de cartier istoric nu este indicat să fie folosită în legătură cu toate așezările ci doar acolo unde categoriile cele mai importante ale hărții mentale nu s-au schimbat de un timp îndelungat. În cazul orașului Eger este indicat să considerăm spațiile mentale și spații istorice totodată, deși și aici au avut loc schimbări majore; de exemplu o parte a zonei istorice *Belváros* (centrul orașului) a devenit independent din punct de vedere cognitiv sub numele de „*sétálóbelváros*” (centrul pietonal al orașului), în timp ce *Sánc* (Șanț) a devenit practic o parte din *Belváros*.

În cazul unor așezări sau a unei zone dintr-o așezare ar fi anacronistic să vorbim despre zone „istorice” datorită caracterului nou și dezvoltării rapide a așezării. În metropola Budapesta, de exemplu, populația așezării Telki în ultimii 10-15 ani a crescut de la 500 la 2500 de persoane și creșterea continuă. Păstrarea denumirilor istorice a fost îngreunată și de faptul că, cu excepția câtorva familii, toată populația satului a fost evacuată după cel de-al doilea război mondial datorită originii șvabe. Bineînțeles, găsim spații mentale și aici, mai mult de atât, conținuturile acestora se îmbogățesc într-un ritm alert în zilele noastre. Să amintim doar un exemplu: terenurile care au fost lăsate în paragină – conform unor amintiri – vreme îndelungată au fost „o mare de mac de câmp”. Majoritatea acestor terenuri fac parte acum din intravilan, însă, denumirea de „*Pipacsos*” a centrului din limbajul colectiv (locul cu mac de câmp) păstrează până azi amintirea schimbării de regim. Denumirile asemănătoare acestora vor deveni mai târziu „cartiere istorice”.

Istoria teoriei

Puține domenii de interes științific au luat naștere într-un mediu interdisciplinar atât de vast ca în cel în care s-a născut harta mentală. Cercetarea conținuturilor conștiinței care se referă la spațiu a apărut (și s-au influențat reciproc) la începutul anilor '60 cam în același timp în domeniul geografiei, psihologiei, a lingvisticii și a științelor sociale. Fără să încercăm să prezentăm dezvoltarea și influența reciprocă a acestor domenii ale științei, prezentăm doar niște scrieri considerate mai importante, cu ajutorul cărora sperăm să ușurăm progresarea celor interesați în această temă.

Cercetarea hărților mentale – după părerea unora – este de o vârstă cu cercetarea culturii, și a apărut, deja, sub denumirea de *utilizarea spațiului* în literatura antropologică și etnologică de la începutul secolului trecut. Deși la *Bronislaw Malinowski*⁶ încă nu apare cartografierea cognitivă, la prezentarea lanțului comercial dintre insulele Trobriand, autorul menționează faptul că localnicii insulei consideră că insulele apropiate sunt cele înconjurătoare și acest crez influențează dezvoltarea relațiilor comerciale. Datorită influenței și popularității internaționale, lucrarea lui *Tamás Hofer* și *Edit Fél*⁷ despre împărțirea temporală și spațială a agriculturii ungare, se face remarcată în literatura etnografică maghiară.

În anii șaizeci-șaptezeci, schimbarea cognitivă și structuralistă produsă în antropologia culturală a dus la evaluarea cercetării percepției spațiului. Lingvistica și antropologia au mers mână în mână, în multe privințe au fost în interdependență una cu cealaltă. Pentru cititorul maghiar, cea mai cunoscută lucrare cu caracter antropologic este cartea lui *Edward T. Hall*⁸

⁶ Malinowski, Bronislaw 1922: *Argonauts of the Western Pacific*. London: Routledge. (*Argonauți ai spațiului din nordul Pacificului* - introducerea acestui text poate fi citită în capitolul III al culegerii lui László Letenyey.)

⁷ Hofer Tamás și Fél Edit (1997): *Arányok és mértékek az átányi gazdálkodásban*. (Proportii și măsuri în agricultura din Átány) Budapesta: Balassi. (Cartea a apărut original în Germania de Vest în 1964, traducerea în limba maghiară a apărut doar cu decenii în urmă.)

⁸ Hall, Edward T. (1975): *The Hidden Dimension*. Garden City: Anchor Books. (în limba maghiară: 1975, 1987, 1995 etc.: *Rejtett dimenziók*. Budapesta: Gondolat, Katalizátor Iroda etc.)

(1966, 1975) intitulată *The Hidden Dimension* (Dimensiuni ascunse), care a avut cinci publicații în limba maghiară. Volumul tratează problemele comunicării și ale cunoștințelor culturale care se referă la teren, respectiv cu problematica limbajului. Hall folosește expresia de „proxemică” pentru cartografierea interdependenței dintre utilizarea timpului și a spațiului în diferite culturi și colectivități umane, această expresie se completează în unele tradiții de cercetare cu desenarea unei „figuri proxemice”. Printre numeroase constatări importante subliniază și faptul, că omul și mediul său înconjurător se modelează reciproc. Omul creează cultura, dar pe parcurs se adaptează la aceasta, se domesticește – și în cele din urmă cunoaște lumea prin limbajul culturii, în timp ce și mediul construit (urban) este un produs rezultat din procesul de selectare-filtrare al culturii. Părerile noastre care se referă la spațiu, nu se bazează, în primul rând, pe realitatea obiectivă, ci pe percepția subiectivă a acesteia.

În domeniul redactării unei hărți mentale s-au influențat reciproc cele mai diferite abordări din domeniul lingvisticii, psihologiei și a geografiei. Cercetările psihologice timpurii, cu șobolani (de exemplu cel al lui Edward Tolman⁹ 1948) au îmbinat, în mare măsură, cercetarea percepției spațiului, a redactării unei hărți mentale și al comportamentului animalic/omenesc. Influența lui Konrad Lorenz se poate observa în cartea lui Kevin Lynch¹⁰ (1960), care s-a ocupat cu modul în care se orientează oamenii în orașe. Lucrarea lui Lynch, care de altfel a fost arhitect, a pregătit terenul – după părerea lui Zoltán Cséfalvay¹¹ (1990) – pentru o nouă cotitură în domeniul geografiei. Un secol mai târziu a apărut scrierea programatică a geografului Roger Downs¹², iar în 1973 culegerea redactată împreună cu David Stea¹³. Această ultimă lucrare l-a influențat pe Stanley Milgram¹⁴, un psiholog calificat, care a creat în domeniul mai multor discipline, acesta a publicat studiul său despre harta mentală a Parisului în 1976 (*vezi scrierea în ramă*). Efervescența intelectuală în jurul redactării unei hărți mentale și a geografiei *behavioriste* este semnalată de faptul că au apărut mai multe manuale și cursuri într-o succesiune rapidă (de exemplu: Gould și White¹⁵, Downs și Stea¹⁶, Gold¹⁷, Stoltman¹⁸, Holahan¹⁹).

⁹ Tolman, Edward C. 1948: *Cognitive Maps in Rats and Men*. Psychological Review 55 (4):189-208.

¹⁰ Lynch, Kevin 1960: *The Image of the City*. Cambridge MA: MIT Press.

¹¹ Cséfalvay, Zoltán 1990: *Térképek a fejünkben*. (Hărți în mintea noastră) Budapesta: Akadémiai.

¹² Downs, Roger M. 1970: Geographic Space Perception: Past Approaches and Future Prospects. *Progress in Geography*, 2: 65.108.

¹³ Robert M. Downs și David Stea (redactor) 1973: *Image and Environments*. Chicago: Aldine Publishing. (Downs a fost geograf, Stea psiholog; colaborarea lor a fost un exemplu bun pentru dezvoltarea caracterului interdisciplinar al hărții mentale)

¹⁴ Milgram, Stanley (1992): Psychological Maps of Paris. In: Milgram, Stanley: *The Individual in a Social World: Essays and Experiments*. (Eds: John Sabini and Maury Silver.) McGraw-Hill. (A apărut pentru prima oară: Ittelson, W. H., H. M. Prohansky és L. G. Rivlin [redactor.] 1976: *Environmental Psychology: People and Their Physical Settings*. New York: Holt, Rinehart and Winston).

¹⁵ Gould, Peter R. și Rodney R. White 1974: *Mental maps*. Harmondsworth: Penguin, Pelican geography and environmental studies. (Ediția a doua completată și revizuită: 1986, London, New York: Routledge.)

¹⁶ Downs, Roger M. și David Stea 1977: *Maps in Minds. Reflections on Cognitive Mapping*. New York: Harper & Row. (Introducerea cărții poate fi citită în culegerea lui László Letenyei)

¹⁷ Gold, John R. 1980: *An Introduction to Behavioural Geography*. Oxford: University Press

¹⁸ Stoltman, Joseph P. 1980: *Mental maps: resources for teaching and learning*. Sheffield: Geographical Association

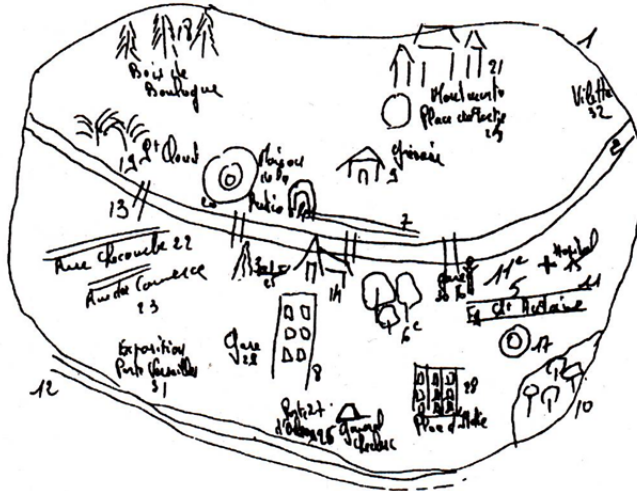
¹⁹ Holahan, Charles J. 1982: *Environmental psychology*. New York: Random House. (Șase capitole ale acestei cărți pot fi citite și în limba maghiară în culegerea de *Psihologia mediului* a lui Andrea Dúll și Kovács Zoltán [redactor] 1998: Debrecen: Kossuth Egyetemi Kiadó.)

Un american la Paris*

Recenzie din cartea lui Stanley Milgram

Când Stanley Milgram a început să exploreze harta mentală a Parisului a fost nevoit să se confrunte cu faptul că informațiile care se referă la teren sunt greu de descoperit. „Imaginea pe care o au oamenii despre Paris nu este asemănătoare cu un permis de conducere pe care îl prezentăm la un control. Pe parcursul investigării trebuie să folosim toate metodele psihologice care ne stau la dispoziție pentru a putea dezvălui conținuturile conștiinței” – prezintă Milgram importanța cercetării, referindu-se, de altfel, la studiul lui Downs și Stea din 1973. Cercetătorul a abordat în cele din urmă o procedură metodologică considerată în vremea lui „iregulară”; a pretins de la participanți desenarea unor hărți mentale, care a fost completată cu un șir de interviuri specifice. Deși mostra a fost destul de mică (218), a considerat că este important ca intervievații să fie aleși la întâmplare – random -, dar să reprezinte proporțional cele douăzeci de cartiere ale Parisului. A avut grijă ca respondenții să aparțină diferitelor grupuri sociale.

În prima fază Milgram le-a cerut respondenților să deseneze harta Parisului pe o coală albă de hârtie. Harta următoare este cea a unui mezelar de 33 de ani.



„La prima vedere imaginea poate părea neclară, dar dacă ne uităm îndeaproape începem să descoperim elementele de trai ale respondentului. Nu a uitat să marcheze cartierul în care locuiește, cartierul 11 și nici (...) La Villette, unde se găsesc măcelăriile și depozitele cele mai mari. Putem să ne imaginăm în ce măsură a fost fascinat de Galeria de Expoziție cu ocazia unei plimbări la poarta Versailles (...) Cel mai tare ne poate încurca cotitura râului Sena făcută invers, din care cauză elementele de pe malul râului sunt plasate mai departe de locul lor geografic real. (p. 90-91)”

Milgram scoate în evidență faptul că orașul ca atare este o construcție socială și a considerat că este important să prezinte harta mentală colectivă a parizienilor pe baza hărților individuale. Datorită numărului mic de reprezentanți ai metropolei nu a fost nevoie să folosească calculatoare pe parcursul analizei datelor (despre acest lucru Milgram nu scrie, dar este posibil că datorită acestui criteriu a fost mică mostra), ci a tras concluziile pe baza comparării celor 218 de hărți mentale executate de subiecți. A constatat, de exemplu, că conturul Parisului (*périphérique*) a fost reprezentată pe toate hărțile, mai mult de atât, au fost chiar proporționale; în comparație cu acesta imaginea râului Sena a fost distorsionată treptat.

* Stanley Milgram (1976): Psychological Maps of Paris (Hărțile psihologice ale Parisului). Numerele paginilor se referă la ediția din 1992.

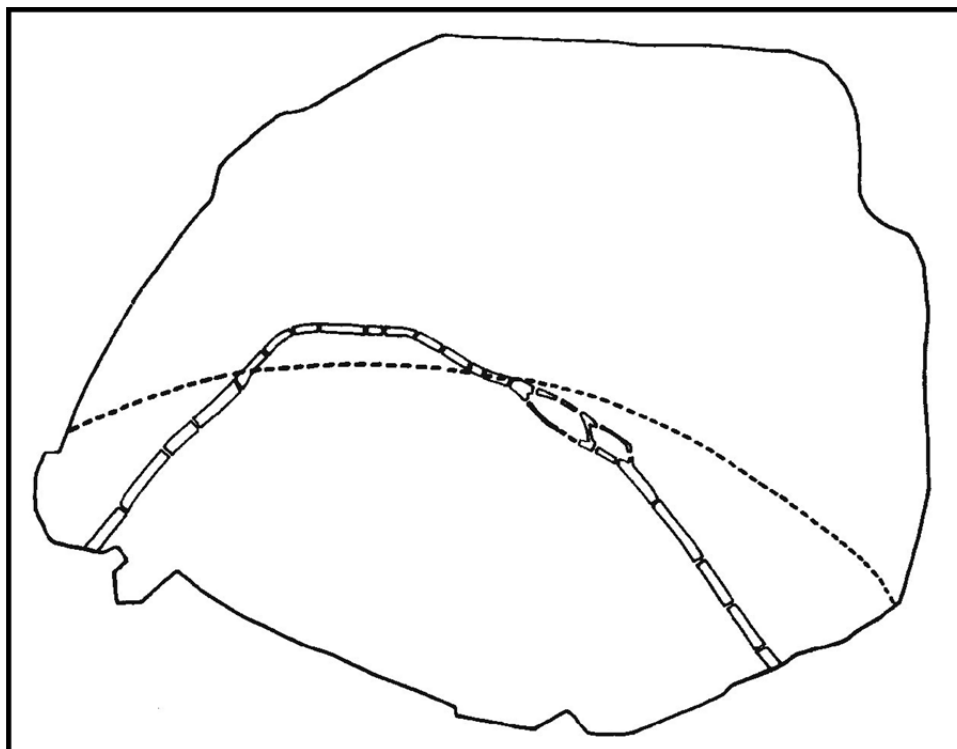


Fig.8.5., pagina 90, Cotitura experimentală a râului Sena. Linia întretăiată pe care am copiat-o pe cotitura reală a râului reprezintă media arcurilor râului Sena care apar pe hărțile desenate cu mâna.

Milgram a elaborat o statistică ce arată de câte ori apar unele elemente ale spațiului pe hărți. În această recenzie prezentăm doar primele elemente (p.92).

| Sucesiune | Numele elementului | Frecvența apariției pe hărți (%) |
|-----------|-------------------------|----------------------------------|
| 1. | Sena | 84,3 |
| 2. | Granițele Parisului | 81,5 |
| 3. | Étoile, Arc de Triomphe | 61,9 |
| 4. | Notre Dame | 55,5 |
| 5. | Tour Eiffel | 54,6 |
| 6. | Bois de Boulogne | 49,1 |
| | Primele 50 de elemente | |

În timp ce desenarea unei hărți de către respondenți s-a bazat pe evocarea nedirijată a elementelor cognitive (*free recall*), în metoda următoare Milgram a prezentat intervievaților 40 de fotografii despre Paris. Pe baza răspunsurilor și/sau a reacțiilor, Milgram a filtrat patru tipuri de rezultate; cele care se referă la „iconurile-spațiului” (caracteristici referitoare la teren ce pot fi deduse din asociații, stereotipii), la diferențele de clasă, la greșeli, omiteri și la locurile necunoscute. Dintre acestea ne referim doar la una, pe scurt: a descoperit că motivul cunoașterii anumitor locuri și anumitor clădiri este diferită în mare măsură în unele grupuri sociale, pe de o parte, datorită segregării (adică izolării cartierelor în care locuiesc oameni bogați și săraci), pe de altă parte datorită diferențelor culturale dintre diferitele clase sociale. De exemplu 67% dintre intelectuali cunosc clădirea UNESCO, în timp ce în cazul muncitorilor această cifră este de doar 24%. (pagina 104).

Prelucrarea datelor cu ajutorul calculatorului a devenit mai puțin costisitoare de la sfârșitul anilor optzeci, creând o bună oportunitate pentru verificarea empirică a diferitelor modele de cercetare teoretică, sau a celor care se bazează pe simulări sau documentații. În 1993, Barbara Tversky²⁰ a stabilit trei grupuri ale redactării unei hărți cognitive; în afară de *harta cognitivă*, *colajele cognitive* care au la bază abordarea constructivistă, și *modelele spațiale mentale*. În timp ce cartografierea cognitivă însumează conținuturile conștiinței referitoare la spațiu, conform colajului cognitiv (*cognitive collage*) percepția noastră despre spațiu este în legătură cu mult mai multe elemente ale conștiinței, de exemplu la aprecierea unei distanțe putem să luăm în considerare timpul parcurs cu mașina, fusul orar, sau chiar și campaniile militare istorice, ori familia de limbi și din toate acestea creăm informația referitoare la spațiu - asemenea unui *colaj*. Aceasta este o abordare *constructivistă* datorită faptului că în centrul atenției nu este harta (colajul), ci procesul de creare al acesteia. Acest lucru se complică și mai mult datorită faptului că informațiile din conștiința noastră stau la dispoziția noastră cu erori sistematice, sau întâmplătoare. Modelele spațiale mentale (*spatial mental models*) pornesc de la faptul că diferitele informații ale spațiului nu formează o imagine completă, lacuna - golul - dintre punctele sigure (*landmarks*) este completat, *modelat* de conștiința noastră. Cu cuvintele lui Csaba Pléh²¹ „aplicăm rutina interpretativă la toate lucrurile care se întâmplă în jurul nostru, astfel devine lumea coerentă”. Abordarea constructivistă a hărții mentale, se concentrează pe procesul de construire a modelului și nu pe harta propriuzisă.

În ultimul deceniu au apărut noi abordări și algoritme analitice în materie, însă prezentarea cadrelor teoretice ale acestora depășesc atribuțiunile prezentului volum. Ca în cazul tuturor domeniilor de cercetare care se dezvoltă rapid, și aici avem de a face cu o mulțime de materiale de conferință, publicații și o serie de manuale care încearcă să prezinte o imagine generală și structurată (de exemplu: Portugali²², Kitchin și Friendschuh²³, Kitchin²⁴).

O caracteristică specifică a cercetărilor aplicate este, că rar se bazează pe noile abordări teoretice, se lucrează mai ales pe baza constatărilor considerate acceptate. Datorită faptului că acest volum dorește, în primul rând, să dea o mână de ajutor în pregătirea pentru aplicarea în practică, cugetările metodologice pe care le prezentăm în cele ce urmează pot fi considerate urmări ale începuturilor redactării hărții cognitive, așadar ale lucrărilor lui Lynch, Downs, și Gould.

²⁰ Tversky, Barbara 1993: Cognitive Maps, Cognitive Collages and Spatial Mental Models. In: Frank, Andrew U. și Irene Campari (redactor.): *Spatial Information Theory: A Theoretical Basis for GIS*. Lecture Notes in Computer Science 716: 14-24. Berlin: Springer

²¹ Pléh Csaba: Az elbeszélte történelem a pszichológiában. (Istoria narativă în psihologie) Prelegerea a fost făcută în cadrul sesiunii științifice din 3-4 mai 2000 a Catedrei de Filozofie și Științe Istorice al facultății MTA cu titlul *A történelmi helyzettudat alakváltozásai: Kényszerpályák és alternatívák a magyar történelemben* (Schimbările conștiinței teritoriale istorice: Alternative în istoria maghiarilor)

²² Portugali, Juval 1996: *The construction of cognitive maps*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, The geojournal library.

²³ Kitchin, Rob și Scott Friendschuh (redactor) 2000: *Cognitive Mapping: Past, Present and Future*. London, New York: Routledge.

²⁴ Kitchin, Rob 2002: *The cognition of geographic space*. London etc.: I.B. Taurus.

Sorin A. Matei: Cartografia mentală poate identifica stereotipiile urbane²⁵

Hărțile mentale sunt imagini despre spațiile geografice sau sociale cu ajutorul cărora ne orientăm în viața de zi cu zi. Caracteristica lor cea mai importantă este că ele nu sunt reprezentări pur factice, ele sunt spații subiective, spații trăite și simțite. Ele reflectă modul în care realitatea geografică este reflectată și interpretată în mintea noastră. Hărțile mentale, deși imprecise și distorsionate de subiectivitatea noastră, sunt extrem de importante pentru a înțelege cum spațiile urbane sunt construite și folosite de locuitorii lor. Acest articol va încerca să explice cum distanța dintre realitatea geografică și cea emotiv-subiectivă, conținută în hărțile mentale, ne poate ajuta să găsim zonele dintr-un spațiu urban care sunt prea mult sau prea puțin folosite sau valorizate. Mai mult, ele ne ajută să evităm stereotipiile acolo unde acestea nu sunt justificate.²⁶

Hărțile mentale sunt scheme ale spațiului geographic, fizic sau social. Ele sunt vag organizate în mintea noastră în funcție de o imagine intuitivă, simțită a localizării variatelor puncte de interes din lumea care ne înconjoară. Ele sunt rar conștientizate; ele sunt senzația că acasă este „acolo”, că oamenii „buni” sau „golani” sunt „dincolo,” că zonele bune de locuit sunt „dîncoace.” Acele spații de orientare sunt încărcate emoțional cu frică, invidie, dezgust, admirație etc. Spațiile urbane, în special, sunt cartate în mintea noastră cu ajutorul unor imagini subiective, care ne spun ce locuri sunt „sigure,” „attractive” și ce locuri sunt de evitat. Organizarea hărților mentale urbane pe modelul „frică”-„atracție” este explicată de natura însăși a experienței urbane. Orașul este un spațiu al „străinilor,” al celor care ignoră sau nu vor să știe cine sunt oamenii cu care se întâlnesc pe stradă. Orașul este, cum ne învâța sociologul german Simmel acum mai bine de o sută de ani, un spațiu unde relațiile sociale sunt caracterizate de individualism, neîncredere și diversitate. Hărțile mentale urbane ne ajută să navigăm aceste spații ale mefienței, cu ele așezăm cartiere, clădiri, străzi, oameni „în locul care li se cuvine” și ne oferă un cocon de securitate psihologică.

Hărțile mentale sunt construite cu ajutorul unor judecăți propozițional-evaluative. Spre deosebire de gândirea carteziană, folosită pentru organizarea hărților obișnuite, ce definește locurile cantitativ, cu ajutorul sistemelor de coordonate, distanțelor și unghiurilor de azimut, logica hărților mentale este una de tip practic, evaluativ și relațional. „Mall-ul cel nou e dincolo de depozitele alea vechi de la periferie,” „cartierul de blocuri începe după chioșcurile alea urâte de la spitalul de urgență.” Această logică are nevoie întotdeauna de un referent și de un atribut plus de relația celui care imaginează lumea cu acestea. De aceea, hărțile mentale sunt întotdeauna împărțite în elemente individualizate, refuzând continuitatea specifică spațiilor cartografice clasice. Hărțile mentale nu sunt compuse din câmpuri continue, ci din aglomerări de obiecte discontinue. Aceste obiecte sunt identificate

²⁵ Sursa originală: Matei, S. A. (2006). Cartografia mentala indica stereotipiile urbane. In Romanian. Revista Română de Administrație Publică Locală. 25, 8-9.

²⁶ Materiale de consultat:

Situl <http://www.mentalmaps.info> – Prezintă metodologia creeri hărților mentale și modele tridimensionale ale fricii în Los Angeles.

Matei, S. A., & Ball-Rokeach, S. J. (2005). Watts, the 1965 Los Angeles riots and the communicative construction of the “fear epicenter” of Los Angeles. *Communication Monographs*, 72(3), 301–323. https://www.academia.edu/2483034/Watts_the_1965_Los_Angeles_Riots_and_the_Communicative_Construction_of_the_Fear_Epicenter_of_Los_Angeles_A_previous_version_of_this_paper_was_presented_at_the_

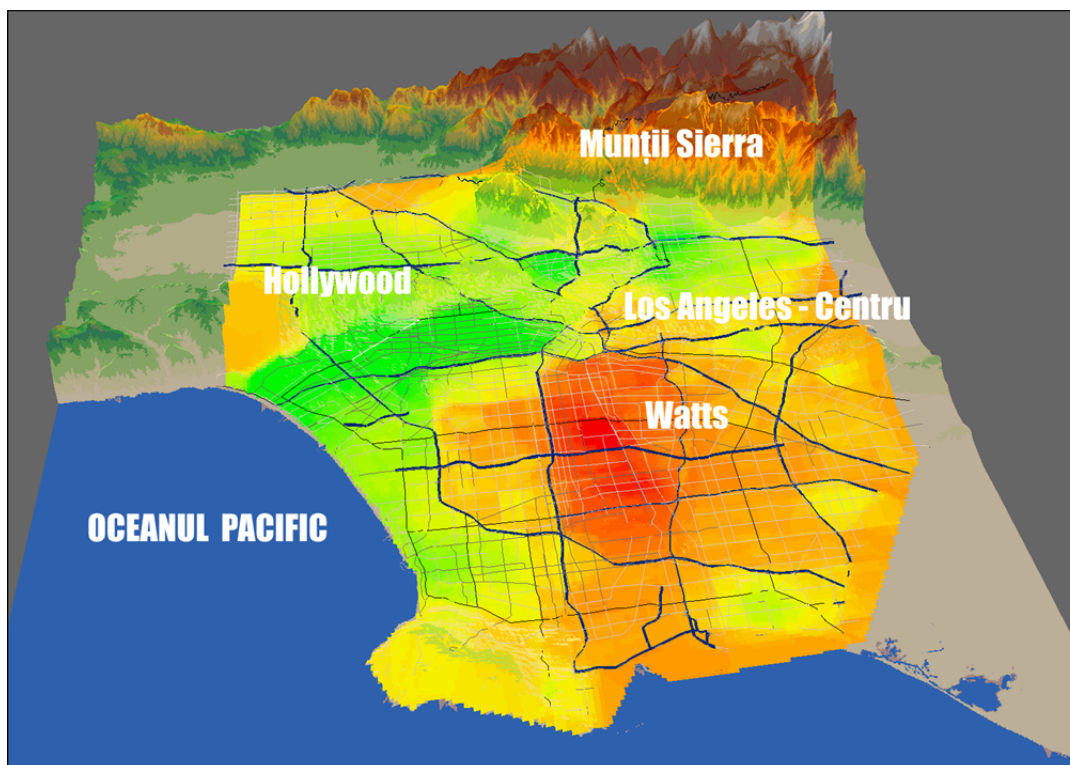
Matei, S. A., Ball-Rokeach, S., & Ungurean, S. (2007). Communication channels, spatial stereotyping, and urban conflict: A cross-scale and spatio-temporal perspective. *Journal of Dispute Resolution*, 195.

<http://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/jdisres2007&div=15&id=&page=>

Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press.

prin caracteristici (atribute), relațiile dintre ele și relevanța lor pentru subiectul cunăscător. Cercetătorul american Kevin Lynch, inițiatorul acum mai bine de 50 de ani al acestui tip de cercetare, spunea că hărțile mentale se compun din cinci tipuri de obiecte, derivate din modul în care spațiul este perceput în mod viu în viața de zi cu zi: căi de acces („paths”), vecinătăți („districts”), margini („edges”), intersecții („nodes”) și puncte proeminente sau de interes („landmarks”). Aceste elemente sunt folosite nu numai în chip descriptiv, ci și evaluativ. Pentru fiecare obiect folosim propoziții ce conclud cu calificative: „bun,” „frumos,” „departe,” „curat,” „țigănie.”

Cum pot cercetătorii sau administrația locală folosi hărțile mentale pentru înțelegerea și studierea orașelor pe care le locuim? O modalitate este, așa cum am propus într-un număr de articole despre Los Angeles sau Brașov, de a captura hărțile mentale și de a le compara cu cele reale. Hărțile sunt colorate de subiecți în funcție de sentimentele lor față de diferitele cartiere, care sunt desemnate ca „temute” sau „comfortabile.” Ele pot fi combinate cu ajutorul computerului și comparate cu hărțile fizico-sociale, cum ar fi cele ale răspândirii infracțiunilor sau prezenței grupurilor etnice. Scopul cercetării este de a indica dacă zonele cu cele mai multe crime se suprapun peste zonele considerate conform hărților mentale a fi cele mai „periculoase.”

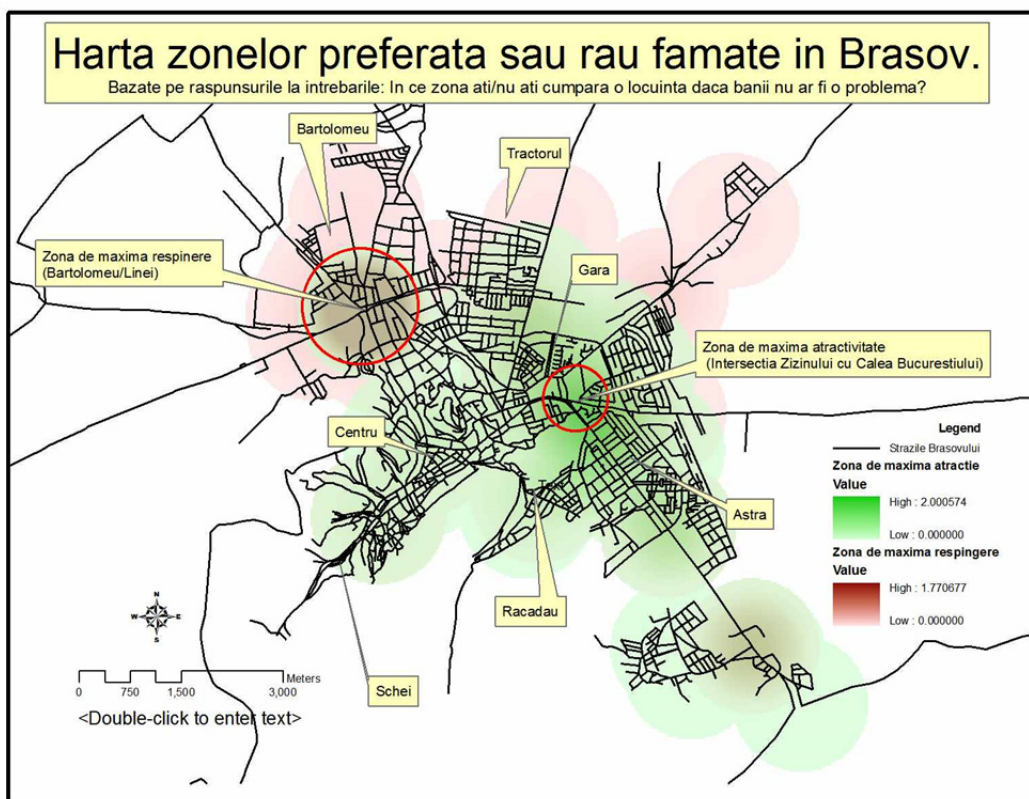


Los Angelesul fricii văzut de 215 dintre locuitorii săi. Subiecții au colorat hărți alb-negre ale orașului, indicând cu roșu zonele de care se tem și cu verde zonele unde se simt în siguranță. Harta de față, rezultată prin combinarea celor 215 imagini cu ajutorul programului ArcGIS, indică faptul că regiunea cea mai temută e Watts iar cea mai protejată este Hollywood. Liniile indică străzile. Zonele cu criminalitate maximă sunt între Watts și Hollywood, zone considerate ‚bune’.

Studiul din Los Angeles indică faptul că zonele cele mai temute sunt legate nu de nivelul omuciderilor sau violurilor, ci de amintirea unei răzmerițe urbane de acum 40 de ani, datorată tensiunilor rasiale. Frica de acest cartier (Watts) e încă mare, deși cartierul demult nu mai este în fruntea listei infracțiunilor, și nici populația sa nu mai este dominată de etnia considerată în mod tradițional „primejdioasă” (negrii).

Cercetarea a mai arătat că această zonă are un clar deficit de investiție subiectivă, fiind prea temută față de realitatea de pe teren, în timp ce alte zone, considerate ca „sigure,” sunt de fapt mult mai nesigure decât se bănuia (zona dintre Hollywood și Watts).

Harta zonelor famate sau de mare atractivitate



Brașovul rău famat. Bartolomeu este renumit ca a fi ‚țigănesc’, deși zona are puțini romi. Respingerea este bazată pe stereotipie.

Acest tip de cercetare poate ajuta și în România la identificarea zonelor urbane care sunt stigmatizate în imaginația publică, deși nu sunt atât de rele pe cât le este reputația. Împreună cu colgeul Ștefan Ungurean, de la facultatea de sociologie din Brașov, studiem cartierele din Brașov ca să aflăm care, în imaginația localnicilor, sunt zonele cele mai stigmatizate și de ce. Studiul nostru a descoperit că rezidenții Brașovului evită cel mai mult cartierele renumite ca a fi ocupate de ‚țigani.’ Acestea, însă, sunt de multe ori cartiere mărginașe, care nu au necesar și o prevalență mare de locuitori romi.

Spațiile urbane din România au nevoie de mai multă înțelegere, stereotipurile fiind un atribut nu numai al discursului interetnic, ci și al celui despre variate zone urbane.

Culegerea și prelucrarea datelor

După cum am mai amintit, în zilele noastre, chiar și bazele metodologice ale cartografiei mentale se află doar în faza de elaborare, iar acest lucru are mai multe cauze. Pe de-o parte, caracterul interdisciplinar face posibilă experimentarea metodologică; asta însemnând, că nu există un cadru teoretic unitar la care eventual metodologia s-ar putea conforma. Pe de altă parte, datorită schimbărilor majore și frecvente ale teoriei (de exemplu viziune *constructivistă* în loc de una *statică*) metodologia în devenire nu poate să se bazeze pe rezultatele precedente.

În cele din urmă, trebuie luat în considerare și faptul că folosirea calculatoarelor în cazul prelucrării datelor cu caracter cartografic – care au cauzat o eroziune metodologică rapidă și în cazul altor domenii științifice – a apărut relativ târziu. Hărțile și informațiile care se referă la spațiu sunt cu precădere informații cu caracter de imagine, iar manipularea unui număr mare de imagini este posibilă doar cu ajutorul celor mai performante calculatoare.

Majoritatea cercetărilor aplicate în curs – pe baza teoriilor cognitive anterioare – presupun că harta mentală este un lucru existent, care se găsește în minți și sarcina cercetătorului este să le dezvăluie, să le cartografieze pe acestea. Nu este, însă, decis dacă culegerea și preluarea datelor trebuie să fie calitativă sau cantitativă, respectiv cum trebuie prelucrate datele care se referă la spațiu și cum le îmbinăm pe acestea cu datele care nu se referă la teren. În cele ce urmează grupăm cercetările aplicate în curs din punctul de vedere al *culegerii de date*, indicând că tehnica de cercetare definește și metodele de prelucrare și de interpretare a datelor. Gruparea – din rațiuni de redactare – simplifică în mare măsură și nu pomeneste de eventuale alte metode și tehnici nici măcar fugitiv. Pentru familiarizarea cu aceste metode și tehnici recomandăm unele manuale și culegeri prezentate în partea teoretică, respectiv, fiind vorba de o metodologie care se dezvoltă rapid, recomandăm și niște adrese de Internet.

Cele mai frecvente tipuri ale tehnicilor de cercetare folosite la redactarea unei hărți mentale sunt:

- culegerea datelor pur cantitative
- culegerea și prelucrarea datelor pur calitative, - fără să fie pretinsă execuția unor schițe ale participanților,
- culegerea datelor care se bazează pe cartografiere liberă făcută de participanți,
- cartografiere care tinde spre standardizare;
- culegerea datelor care pornesc de la hărți gata făcute.

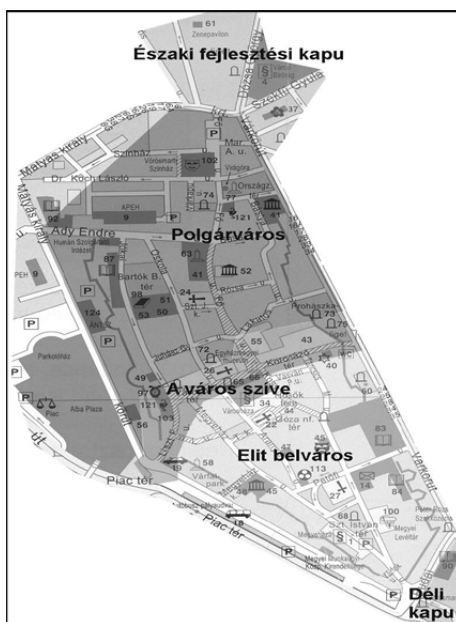
Dispersia datelor cantitative pe criteriul locurilor geografice nu este o problemă cu caracter de hartă mentală – în legătură cu această temă vezi *scrierea în ramă*. Culegerea datelor pur cantitative, cu caracter de opinie publică, nu are menirea să descopere datele „moi”, cum ar fi elementele hărții mentale sau procesele cu construcție cognitivă. Chestionarele sunt bune, în primul rând, pentru măsurarea *gradului de cunoaștere* al elementelor considerate obiective ale unui spațiu, sau pentru reprezentarea modului în care se raportează intervievații la unele lucruri pe o scală ordinală.

Unele sunt, iar altele nu sunt hărți mentale

„Perimetre caracteristice” arhitectonico-istorice ale orașului, respectiv reprezentarea cartografică a dispersiei spațiale a datelor analitice

Pe parcursul planificării unei așezări, proiectantul – sarcina căruia este planificarea funcțiilor unui teren pe termen lung – cu prilejul cutreierării terenului încearcă să depisteze „perimetrele caracteristice” ale zonelor unor așezări pe baza diferitelor criterii, ca de exemplu substanța construcțiilor, stilul clădirilor, sau situația materială a celor care locuiesc în zonă. Aceste evaluări pot fi utile uneori – însă nu pot fi numite hărți mentale; investigația doar atunci ar fi cartografiere mentală, dacă cercetarea nu ar porni de la date considerate obiective, ca de exemplu imaginea exterioară a clădirilor sau datele mai importante referitoare la populație, ci s-ar baza pe percepția subiectivă a spațiului din punctul de vedere al localnicilor. Imaginea, care se bazează pe impresiile acumulate pe parcursul cutreierării terenului, poate fi considerată mai mult harta mentală a proiectantului care nu se aseamănă în mod necesar cu harta mentală a localnicilor. Spre exemplificare prezentăm o hartă din lucrarea TeTT (Societatea Consult de Planificare a Așezărilor și a Întinderilor) făcută pentru consiliul local al orașului Székesfehérvár.

„Perimetrele caracteristice” ale Centrului oraşului Székesfehérvár, 2002 (Străbatarea terenului, pe baza consultațiilor făcute cu proiectanți-arhitecți, cu experții monumentelor și cu istoriograf local)



O abordare diferită de cea de dinainte, însă nici aceasta nu este o abordare de hartă mentală, este când – cu scopuri diferite – se analizează și se reprezintă pe un fond spațial prețuri imobiliare, relații demografice sau care se referă la venit. Este o neînțelegere care apare de multe ori, însă, nici hărțile care reprezintă împărțirea spațială a opiniei publice nu sunt hărți mentale.

Pe parcursul reprezentării rezultatelor grafice, datele statistice pot fi legate de datele care se referă la hartă în mai multe feluri, de exemplu putem să desenăm diagrame coloane în anumite unități spațiale, sau putem să reprezentăm asemănător liniilor de nivel valoarea mai ridicată sau mai scăzută a variabilelor. Pentru manipularea divizării spațiale a datelor au fost făcute fișe de date specifice, cel mai cunoscut este probabil, *MapInfo*.

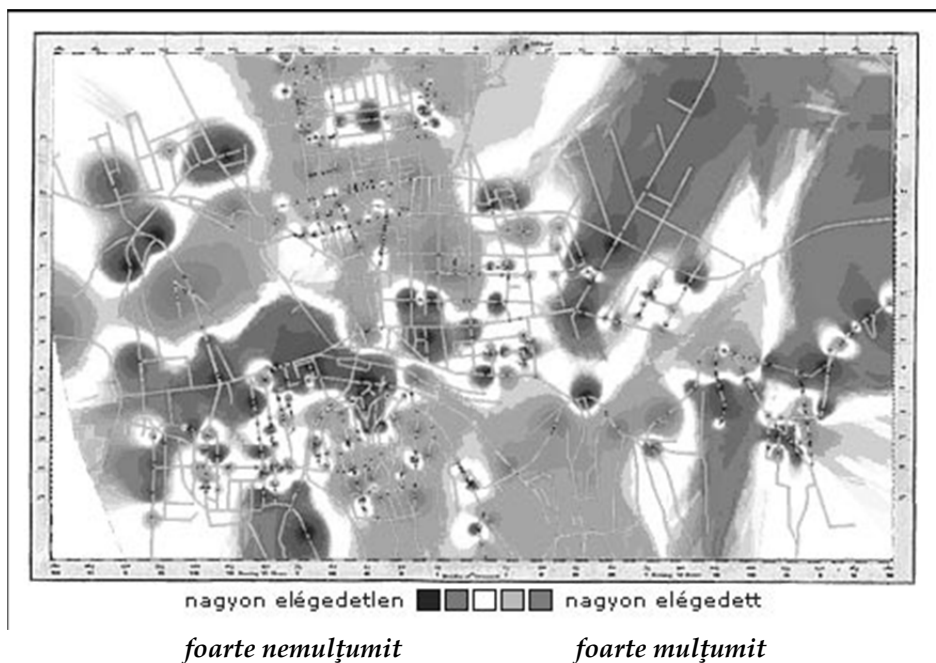
De exemplu, Instituția Gallup Ungară în 2001 în cadrul proiectului Városi Információs Rendszerek™ (Sistemele de Informații ale Orașelor) – printre altele – a cercetat nivelul de siguranță publică a locuitorilor orașului Kaposvár, pe baza culegerii datelor reprezentative cu chestionar. (sursă: <http://varos.gallup.hu>)

Cât sunteți de mulțumiți de siguranța publică a orașului? (scală de 5 trepte)



Rezultatele au fost reprezentate pe hartă pe baza reședinței respondentului, asemănător liniilor de nivel. Această cercetare nu este o hartă mentală datorită faptului că nu a cercetat conținuturile conștiinței care se referă la spațiu, ci a analizat și a reprezentat divizarea spațială a părerilor considerând spațiul obiectiv dat (adică nu informații cu caracter spațial). Informațiile sunt bineînțeles, importante pentru localnici și modul interpretării este adecvat.

Harta cu gradul de mulțumire privind siguranța publică a orașului Kaposvár



Harta – conform explicației de pe pagina de Internet – reprezintă răspunsurile în formă *geocodificată*, adică harta a fost colorată pe baza mediilor aritmetice ale răspunsurilor individuale interpolate în spațiu. Rezultatele sunt relative, adică reprezintă satisfacția în comparație cu media dimensiunilor de siguranța publică. Pe imagine culoarea roșie este cea mai puternică, corespunzând unui procent de 10%, adică prezintă spațiile considerate cele mai sigure, culoare maro-verzui reprezintă procentul de 10% de nesiguranță, iar galbenul reprezintă terenurile care dau un sentiment de siguranță publică apropiată mediei generale.

În consecință, reprezentarea divizării spațiale a unor date statistice sau a unor cercetări de opinia publică, nu reprezintă o hartă mentală. Însă, în cazul în care cercetarea se referă la aprecierea diferitelor spații mentale, acesta poate fi considerată o hartă mentală și în cazul în care nu reprezentăm rezultatele în forma unei hărți, sau cercetarea nu reprezintă granițele, traseele spațiilor mentale. Hărțile care oglindesc divizarea datelor de opinia publică sunt numite de altfel în geografie *geografie a părerilor*. Cercetarea dată ca exemplu ar fi avut un caracter de geografie a părerilor în cazul în care respondenții ar fi fost întrebați despre siguranța publică a unor zone a orașului și totalizarea ar fi fost făcută pe baza valorilor care se referă la unele zone ale orașului.

Alți cercetători practică metoda de culegere și prelucrare a datelor pur calitativă. Studiul antropologic al lui Zoltán Bíró(1991) schițează harta mentală a aşezării Corund pe baza comentariilor superficiale ale unei singure familii. Cercetătorul a interpretat rezultatul experienței acumulate pe parcursul observației participative fără nici o altă prelucrare de date, încercând să păstreze fidel interpretarea locală.

Un model caracteristic al tehnicilor de cercetare calitativă este *cartografierea făcută de către participanți*, fiind și prima tehnică originală de culegere a datelor în cadrul redactării unei hărți mentale. Conform celei mai generale proceduri, îl rugăm pe subiectul interviului să dese-

neze pe o foaie albă harta mentală a unui spațiu pe care l-am ales, spațiul putând fi o așezare, o zonă, sau o parte a unei așezări umane. Această tehnică a fost utilizată de Stanley Milgram în cadrul cercetărilor lui din Paris (vezi *scrierea în ramă*) De multe ori, această tehnică este completată de alte tehnici de cercetare, interviuri, chestionare - la fel ca în exemplele de mai sus. (Despre cartografierea unei hărți și despre aplicarea celorlalte tehnici de cercetare vom vorbi și în punctele 2 și 3 ale *Abc-ului metodologic*).

Dezavantajul cartografierii *bazată pe evocarea liberă*, făcută de participanți pe o coală albă de hârtie, este faptul că rezultatele diferă în mare măsură unul de celălalt și astfel este foarte dificilă interpretarea lor în mod cantitativ. În 2003, în cadrul muncii pe teren din Bonchida²⁷, am dorit, de exemplu, ca participanții să schițeze harta așezării, însă cursanții au descoperit cu uimire, că în timp ce unii au desenat și satele și casele cu acareturi la câmp din împrejurimi, alții au prezentat doar partea lor de sat, mai mult decât atât, au existat și oameni care au schițat doar propriul lor cămin cu animale cu tot. În realitate, este perfect normal să existe diferite puncte de vedere, din această cauză pentru interpretarea, prelucrarea acestora este nevoie de prezența cercetătorului. Pe de altă parte prezența obligatorie a cercetătorului este și un impediment în prelucrarea datelor; de exemplu, cele 218 hărți pretinse din partea respondenților de Milgram sunt probabil la limita cantității de informație pe care un om, încă, poate să o țină minte.

Pentru prelucrarea datelor mai multor hărți, hărțile trebuie să asemene într-o măsură mai mare, din această cauză pe parcursul culegerii datelor (cartografierii) unele elemente trebuie executate de respondenți într-un mod standard. Există, și în zilele noastre, nenumărate experimente metodologice în acest domeniu, însă nu putem să le prezentăm pe toate, prezentăm doar niște direcții caracteristice. O primă soluție este să specificăm oral - ca o instrucțiune - ce dorim să vedem pe desen, (de exemplu harta *așezării*) și viziunile care se abat de la acestea să nu le luăm în considerare (de exemplu pe cele care prezintă satele și casele cu acareturi la câmp). O altă soluție posibilă este să îngustăm criteriile de schițare, putem să îi rugăm pe participanți să schițeze o hartă, de exemplu, pentru reprezentarea punctelor de orientare și a traseelor. O a treia modalitate este ca operațiunea de cartografiere a participanților să nu înceapă cu o coală albă de hârtie, ci să existe în prealabil pe foaie anumite elemente ale hărții (granițele spațiului respectiv, puncte de orientare, contururi, trasee etc.) și cel care desenează harta să ia în considerare aceste lucruri când face schița. În aceste cazuri instrucțiunile nu mai sunt necesare, deoarece respondentul trebuie să ia în considerare granițele și traseele gata reprezentate pe hartă. De exemplu, în cercetarea lui Péter Bajmócy și János Kiss²⁸ participanții au fost rugați să marcheze pe o hartă a conturilor Ungariei cât mai multe așezări într-un timp dat. Pe parcursul prelucrării datelor cercetătorii au tras concluziile pe baza numărului de așezări marcate și pe baza exactității marcajelor.

Scopul metodei „țintă” a lui Lisa Brinkmann și Ábel Garamhegyi²⁹(1994) este păstrarea caracterului de evocare liberă și crearea standardității. Intervievații primesc o hârtie albă, care

²⁷ 2004: Primul referat de cercetare despre cercetarea satului Bonchida, WEB (13: 25-33.). Jurnalul Colegiului de specialitate Max Weber din Cluj Napoca. Cercetarea continuă în colaborarea Facultății de Științe Economice din Szeged și din Budapesta și a Facultății Babeș-Bolyai din Cluj. Rezultatele pot fi accesate pe pagina de Internet a Centrului Antropologiei Științelor Economice: www.unicorvinus.hu/antropologia/bonchida.

²⁸ Bajmócy Péter și Kiss János 1996: Egyetemi hallgatók mentális térképei Magyarországról. (Harta mentală a studenților despre Ungaria) *Tér és Társadalom (Spațiu și societate)*, 1996/2.

²⁹ Brinkmann, Lisa și Garamhegyi Ábel 1994: How close, how far? Distance perception report. Groningen: GIRUGTEN. (O cercetare aplicată a lui Ábel Garamhegyi, care a fost făcută pe baza aceleiași metode poate fi citită în culegerea lui László Letenyi)

are în mijloc un punct. Punctul este un obiect cunoscut; în cercetarea lui Ábel Garamhegyi, Enéh Kádár și Zoltán Sümegi, acest punct a reprezentat orașul Szeged. După acesta respondenții trebuie să marcheze alte așezări pe foaie, fiind atenți la direcția și distanța geografică. Pe parcursul prelucrării datelor, cu ajutorul unui calculator, sunt totalizate vectorial abaterile de la distanța reală, astfel poate fi schițată acea hartă mentală colectivă a respondenților care oglindește distorsiunea evaluată a distanțelor.

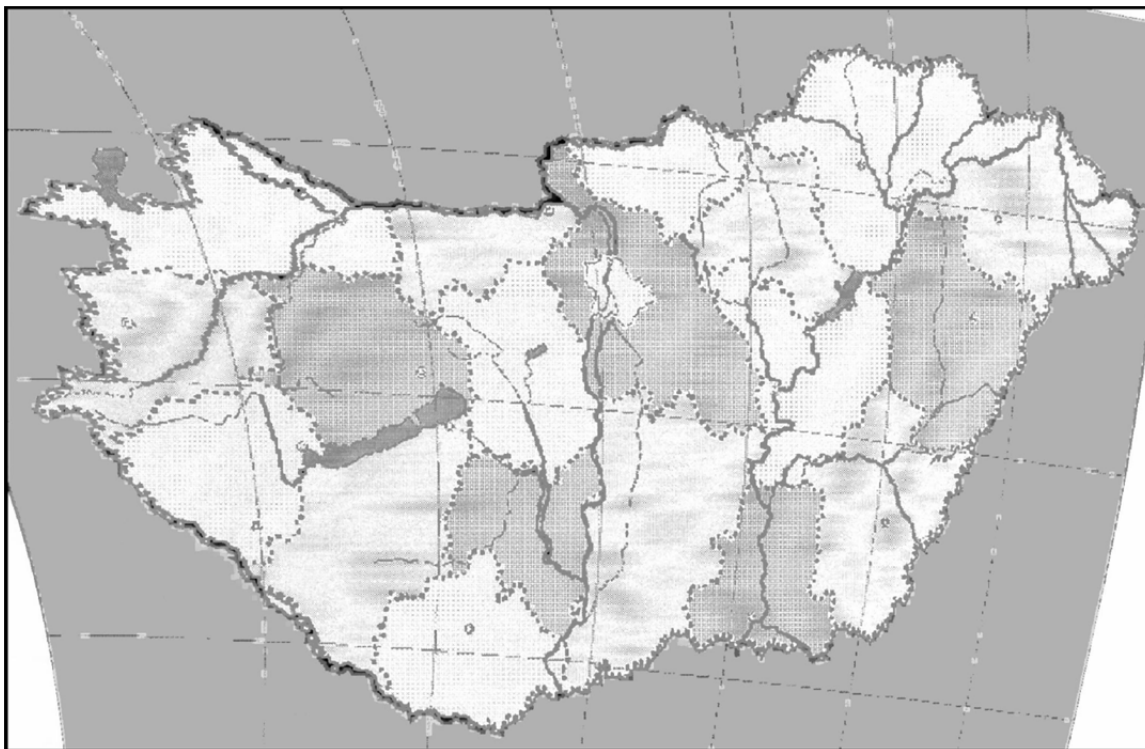


Fig. 6.3. Harta mentală despre Ungaria a studenților care locuiesc în câmpii. Cercetarea lui Ábel Garamhegyi, Enéh Kádár și Zoltán Sümegi (manuscris)

Hărți mentale pot fi redactate și dacă pornim de la *hărți gata făcute* sau de la *fotografii*. Procedura prin care participanților li se cere redesenarea unor copii de hărți este de o vârstă cu tehnica cu caracter *free recall*, care presupune desenarea unei hărți de participant pe o hârtie goală. Abordările care pornesc de la imagini aeriene sau hărți sunt recomandate mai ales în cazul în care nu ne interesează, în primul rând, spațiile mentale, ci asociațiile care se referă la acestea, sau dacă dorim să definim granițele unui spațiu mental, sau dacă dorim să aflăm câte ceva despre „necunoscutele” cercetării cu caracter mai liber.

Evaluarea reacțiilor și/sau a asociațiilor stârnite de diferitele imagini, mai ales de poze, a fost cunoscută timpuriu de cercetători; această tehnică a fost folosită – după cum am mai amintit acest lucru în *scrierea în ramă* – și de către Milgram pentru evaluarea măsurii în care sunt cunoscute unele zone ale Parisului. Asociațiile provocate de fotografiile creează o oportunitate pentru dezvoltarea și analizarea proceselor de conștiință în interpretare constructivistă (de exemplu a celor care se bazează pe colaje cognitive).

Pe parcursul unei cercetări trebuie parcurse o sumedenie de întrebări cu caracter metodologic; dintre acestea prezentăm doar câteva, sumar.

Nu există o rețetă generală care să dea un răspuns la întrebarea dacă cercetarea calitativă sau cantitativă este mai corespunzătoare scopului. Pe parcursul cercetării unei așezări, în cadrul cercetării hărților mentale este indicat să pornim de la faptul că nu cunoaștem reali-

tatea, nu știm care sunt hărțile mentale valide local. Stabilirea categoriilor de hartă mentală este, fără îndoială o parte calitativă a sarcinii, metoda caracteristică este interviul nestructurat și schițarea unei hărți făcută de reprezentanți pe baza asociațiilor libere. Mai târziu, când căutăm răspunsuri la întrebări concrete, ca de exemplu cât sunt de cunoscute unele puncte de orientare, sau denumirile unor spații mentale, acesta este prin excelență o muncă cantitativă. Datorită caracterului de dezvăluire al acesteia, metoda prin care se cere schițarea de către participant a unei hărți mentale poate fi folosită, în primul rând, în faza de început a cercetării. Cunoștințele procurate despre teren vor putea fi folosite în celelalte faze ale cercetării și pot fi importanți factori de explicație în cercetarea altor probleme.

Culegerea elementelor unei hărți mentale este recomandată la începutul cercetării, deoarece este vorba despre o tehnică de interviu *relativ ușor de realizat*. Oamenii sunt, de obicei, mândri de faptul că sunt buni cunoscători ai locurilor, răspund cu plăcere la întrebările care se referă la mediul lor înconjurător. Situația de interviu nu necesită nici o explicație: cercetătorul interpretează credibil rolul de străin, deoarece este într-adevăr străin.

De multe ori, redactarea și analiza într-o bază de date a informațiilor care se referă la spațiu, în primul rând rezultatele parvenite de pe urma execuției de hărți de către reprezentanți, este o problemă. În acest domeniu nu putem să vorbim despre o practică utilizată în general, ci doar despre niște experimente, chiar dacă datele vectoriale pot fi prelucrate cu programe statistice și cu ajutorul instrumentelor de cartografiere. Datorită greutăților acestei metode, în practică, datele cu caracter vizual sau hărțile sunt recoltate, de obicei, în mod calitativ și prelucrate în minte, iar celelalte date sunt prelucrate cu cercetarea cantitativă - folosindu-se fișiere de date „tradiționale”.

În cele din urmă trebuie să cugetăm asupra faptului cum vom publica rezultatele. Deși există fișiere de date pentru reprezentarea analitică a datelor unei hărți, totuși acestea sunt încă rigide pentru redactarea hărților, cel puțin în relație cu ce ar fi necesar pentru prelucrarea datelor unei hărți mentale. Dacă pe parcursul culegerii și prelucrării datelor, faza de cercetare calitativă și cantitativă a fost despărțită atunci ele se vor despărți și pe parcursul interpretării; în practică hărțile mentale oglindesc, în primul rând, harta mentală a cercetătorului, care evoluează pe parcursul fazei de cercetare calitativă, datele fazei cantitative sunt publicate în forma diagramelor și a tabelelor.

Probleme de etică

Pe parcursul cercetării unei hărți mentale, cercetătorul intră în posesia unor informații *confidențiale*. La interpretarea rezultatelor păstrarea confidențialității și problemele de etică legate de acest lucru au un rol mai important, decât exigența ca rezultatele să fie ușor de interpretat. Principiul de bază este că pot fi publicate doar informațiile pe care și respondenții le-ar face publice.

Poate părea o problemă de metodologie, însă răspunsul la întrebarea referitoare despre ce anume să culegem date se poate da de pe baze etice: despre *propriul* spațiu mental al respondentului, sau despre *oricare altul*, eventual despre *toate* spațiile mentale. Dacă dorim, de exemplu, să dezbatem fenomenul segregării pe baza hărții mentale locale, atunci poate fi util ca în cadrul unui interviu să punem întrebarea ce părere au respondenții despre situația veniturilor rezidenților dintr-o anumită zonă. Întrebările pot să se refere doar la un spațiu mental concret, în acest caz rezultatele arată ce părere au locuitorii celorlalte zone despre terenul respectiv. A treia abordare este să-i întrebăm pe locuitorii unei zone despre părerea

formată despre ei înșiși. Nu este necesar argumentarea faptului că toate cele trei abordări ar avea sens. Din punct de vedere etic este, însă, inadmisibil să prezentăm o imagine despre oameni, pe care ei înșiși nu și-o asumă.

Aprecierea din exterior este diferită, de obicei, de aprecierea interioară, și din perspectiva localnicilor doar aprecierea interioară este validă, acceptabilă; din această cauză la interpretarea conținuturilor conștiinței cognitive care se referă la o zonă a orașului, putem lua în considerare doar răspunsurile date de locuitorii acelei zone. Pe parcursul cercetării putem să punem întrebări care se referă, bineînțeles, și la alte zone și răspunsurile pot fi importante pentru cercetător, dar trebuie să ne abținem de la publicarea aprecierilor „exterioare”. În practică, de altfel, de obicei nu ne rămâne timp și nici energie ca să punem întrebările care se referă la toate spațiile mentale, din această cauză este ușor să respectăm principiul conform căruia intervievații sunt întrebați în primul rând despre zona în care locuiesc.

O altă problemă importantă se referă la manipularea confidențială a datelor adunate. Bineînțeles, acesta este un lucru important în cazul tuturor tehnicilor de cercetare, însă în cazul aplicării acestei metode (pretinderea executării unei hărți mentale) se necesită și mai mare precauție. Toată lumea a văzut, deja, o schiță a unei hărți făcute cu mâna, însă cine nu poate să își reamintească o asemenea hartă, să caute scrierea în ramă din acest capitol, care prezintă harta psihologică a Parisului. Văzând harta făcută de mezelarul de 33 de ani nu trebuie să mai explicăm de ce mâzgăliturile pline cu elemente subiective și cu „greșeli cu coarne” ca, de exemplu, greșeala de amplasare eronată a râului, pot părea lucruri comice pentru un om din exterior, chiar ridicole. Dacă un astfel de desen ajunge din nou în mediul natural al respondentului, atunci atât cei care îl cunosc cât și cei care nu îl cunosc se vor amuza pe seama lui – ceea ce este o greșală de neiertat pe de-o parte, pe de altă parte se degradează relația de încredere și astfel continuarea cercetării este imposibilă. Cercetătorul, bine înțeles, nu este interesat de ridicolul hărții, el „vede” doar informațiile care pot fi deslușite din aceasta. Cine se ocupă cu hărți mentale știe că nu există „greșeli cu coarne”, mai mult de atât, nu există nici un fel de greșeli, există doar diferite percepții ale spațiului, iar toate percepțiile sunt „corecte”, indiferent de cât sunt de asemănătoare cu datele măsurabile în mod obiectiv al unei hărți. Localnicii, însă, nu neapărat știu acest lucru, din această cauză trebuie să fim atenți ca aceste desene să nu ajungă înapoi la locul cercetării. Din această cauză este inadmisibil prezentarea unor desene originale ca ilustrații într-un studiu sau o publicație – cum a făcut-o Milgram – deoarece trăim într-o lume mică, unde datele publicate ajung la respondenți chiar și în cazul în care am fi uitat să le înmănăm personal.

Redactarea unei hărți mentale pe parcursul cercetării aplicate a unei așezări umane

Cu ocazia redactării unui plan de sistematizare se înviorează viața în consiliul local unde, de altfel, decurge o muncă istovitoare. O temă de dezbatere va fi și noua reglementare a așezării, respectiv, cum este ea în acest moment. Este un domeniu la care „toată lumea se pricepe” - fiind vorba de propriul mediu locativ, firește, toată lumea are o părere bine formată despre așezarea în care trăiește.

În cadrul planurilor și a concepțiilor de dezvoltare ale consiliului local, județean sau regional este indicat ca și studiu preliminar, să culegem și să redactăm o hartă mentală, care însă poate fi utilizată și pentru completarea cercetărilor demografice, a raporturilor și a reportajelor economice. Categoriile hărților mentale, care se bazează pe cunoștințele colective locale sau pe expresiile locale, oglindesc cu precizie raporturile locale și din această cauză pot constitui bune puncte de plecare pentru cercetări ulterioare.

Deși pentru redactarea planului de sistematizare al unei așezări ar fi nevoie, în primul rând, să cunoaștem percepția localnicilor despre propria lor așezare, consiliile locale care comandă studiul nu obișnuiesc să redacteze o hartă mentală. Acesta are două cauze: una este faptul că consilierii au și ei o imagine fermă despre așezare și din această cauză le este greu să perceapă, că alți oameni văd lucrurile diferit. Cea de-a doua cauză este faptul că posibilitățile de aplicare ale acestei metode în practică este cunoscută, momentan, doar de puțini oameni.

Conform practicii consacrate, conducătorii consiliului local schițează pentru proiectant situația așezării, așteptările care se referă la concepții și la planul de sistematizare, din experiență individuală. Problema cu această practică este, că de fapt reglementarea planificată nu va oglindi harta mentală a majorității localnicilor, ci doar a unei elite din consiliul local.

Abc-ul redactării unei hărți mentale

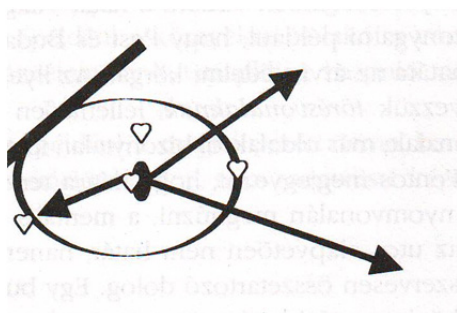
După cum ne-am mai referit la acest lucru, cercetările aplicate, de obicei, se bazează pe fundamente teoretice considerate consacrate și nu pe teoriile cele mai noi. Ghidul de redactare al unei hărți mentale l-am întocmit, în primul rând, pe baza cercetărilor lui Kevin Lynch (1960), Downs și Stea (1977), respectiv bazându-mă pe propriile mele experiențe.

1. Planificarea cercetării /culegerii de date/

Indiferent ce fel de tehnică de cercetare vom folosi, pe parcursul dezvoltării unei hărți mentale, trebuie să ne concentrăm atenția, în primul rând, asupra datelor ce urmează a fi adunate. Culegem date de două feluri: informații care se referă la *spațiu*, respectiv *date analitice* care oglindesc părerea respondentului.

Datele care se referă la *spațiu* după părerea lui Kevin Lynch (1960) pot fi de cinci feluri:

- **denumirea și extinderea spațiilor mentale**
- **granițe și linii de refracție**
- **puncte de orientare**
- **trasee**
- **puncte nodale**



Datele care oglindesc opinia respondentului conform întrebărilor respectivelor cercetări pot fi diferite, în general sunt recoltate următoarele:

- gradul de cunoaștere al elementelor hărții mentale;
- elementele de cunoștință care se referă la spații: păreri, stereotipii;
- date care se referă la respondent.

Deși aceste expresii vorbesc de la sine, totuși prezentăm în câteva cuvinte la ce anume se referă fiecare.

Denumirea spațiilor mentale în unele așezări reprezintă numele unor părți ale așezării. De obicei, putem să spunem că unitatea geografică care are un nume poate fi considerată spațiu

mental, referindu-se la numele ei oamenii pot să se gândească și să vorbească despre spațiul respectiv. Dacă oamenii nu pot denumi un spațiu aparent ieșit din comun dintr-un motiv oarecare (de exemplu datorită soluției arhitecturale), atunci acela nu este un spațiu mental independent. Pentru dibuirea denumirilor unui spațiu mental este nevoie de cunoștințe preliminare. Trebuie să știm cum gândesc localnicii. De exemplu, în cazul orașelor să nu credem că este de la sine înțeles, că trebuie să ne interesăm de unele *părți ale orașului*; s-ar putea ca oamenii să gândească în *cartiere, zone sau sectoare* și uneori folosesc mai multe categorii care conțin una pe alta. Strategiile de denumire a spațiilor, de multe ori, nu coincid cu denumirea geografică „oficială” sau cu denumirea administrativă - un cartier poate avea ca nume un diminutiv, peiorativ, sau poate avea o poreclă, eventual poate avea un nume „băștinaș” sau „popular” cu care nu ne întâlnim pe hărțile așezării. Vom primi răspunsuri valide la întrebările noastre dacă vom denumi spațiile la fel cum sunt acestea denumite în mod obișnuit local (este indicat deci folosirea categoriilor *emice*).

Extinderea spațiilor mentale este de regulă nesigură; respondenții pot să denumească doar locurile caracteristice, punctele importante ale unei zone, sau ale unei părți a orașului, însă granițele nu sunt foarte clare, se îmbină cu celălalt spațiu mental, sau cu „golurile”, petele albe, necunoscute respondenților.

În unele cazuri, însă, granița este exactă și fără echivoc: granița dintre Pesta și Buda este Dunărea, iar granița orașului Szeged este barajul de protecție împotriva inundațiilor. Aceste granițe clare și fără echivoc sunt numite *linii de refracție*. De obicei, un spațiu mental este înconjurat de câteva linii de refracție și niște granițe nu tocmai sigure. Trebuie menționat că, în timp ce proiectanților le place să plaseze aceste granițe acolo unde sunt drumurile și traseele principale, hărțile mentale fac exact invers: strada nu este o graniță în general, ci este un spațiu comunitar, părțile cărora se leagă. Luând un exemplu din Budapesta strada Király este o graniță administrativă, însă este un singur spațiu mental.

În unele spații mentale se găsesc diferite obiecte ale terenului (*landmarks*), care servesc pe parcursul folosirii terenului în viața de toate zilele ca puncte de reper, marcaje de direcție. Punctele de orientare pot fi locuri semnificative și din perspectiva unui individ din afara așezării, însă nu neapărat; locul unde se strâng tinerii din Cluj este de exemplu „*la coada calului*”, adică la statuia equestă a lui Matei Corvin, în Timișoara *la Maria*, sau *la Mall*, iar în București *la Universitate*, piața Moszkva din Budapesta „*sub ceas*” deși acest ceas nu este o mare capodoperă. Nu se întâmplă frecvent, dar există cazuri în care punctul de orientare care se referă la un spațiu mental este în afara graniței spațiului mental: de exemplu turnul de recepție care se află în afara orașului Pécs, care poate fi văzut foarte bine din orice loc al orașului, este un *punct de orientare*, un fel de simbol.

Importanța cunoașterii terenului se evidențiază în modul cel mai elocvent în momentul în care dezvăluim *traseele* care pot fi cutreierate într-un spațiu mental. De obicei, un străin folosește traseele *cele mai evidente* iar localnicii folosesc *cele mai scurte*, adică în cele din urmă umblă pe trasee diferite. Dacă un proiectant al așezărilor se raportează la teren ca un străin, el va încerca să forțeze dezvoltarea traseelor principale, deoarece nu cunoaște scurtăturile (*shortcut*). Traseele pot să difere pe criteriul diferitelor mijloace de transport: oamenii când circulă cu mașina, cu bicicleta sau pe jos, de multe ori nu circulă pe traseul mijloacelor de transport în comun. De obicei, diferitele modalități de circulație nu suportă bine apropierea una de cealaltă: biciclistul pe autostradă sau traseele pentru bicicliști și pietoni sunt niște rezolvări forțate care cauzează conflicte permanente între pietoni, bicicliști și conducători auto.

Punctele nodale se găsesc în locurile unde diferitele trasee se intersectează. Explorarea acestora este mai anevoioasă decât a traseelor, deoarece oamenii, de multe ori, nu le folosesc

ca și intersecții, ci doar ca puncte prin care trec pe parcursul călătoriilor lor. Unele intersecții – însă nu toate - pot avea o importanță atât de mare pe hărțile mentale încât să primească nume independente, la fel ca piețele orașelor. O astfel de intersecție este de exemplu în Budapesta, *Astoria*, în București *Intercontinental*, în Timișoara *Punctele Cardinale*.

Informațiile care se referă la măsura în care sunt *cunoscute* unele denumiri ale spațiilor mentale, ale punctelor de orientare, respectiv *celelalte elemente ale conștiinței care se referă la teren* (de exemplu părerile care se referă la împrejurimi și la locuitorii acestora, stereotipiile) pot fi culese și prelucrate cu metode asemănătoare cercetării opiniei publice.

Datele care se referă la *respondent* (de exemplu sexul, vârsta, studiile respondentului) deși sunt informații importante, nu sunt date cu caracter de hartă mentală.

2. Serie de întrebări cu scopul culegerii de date

Efectuând cercetare pe teren, elementele unei hărți mentale pot fi culese într-un mod circumspect prin metoda *observației participative*, acesta fiind însă un proces îndelungat este rar folosit pe parcursul unor cercetări aplicate. Metoda prin care se cere de la participanți *desenarea unor hărți*, respectiv *luarea de interviuri* în scopul cartografierii mentale este o metodă consacrată de la începuturile anilor 70. Chestionarele, însă, au început să fie folosite pe parcursul cercetării doar mai târziu. Cauza acestui lucru este faptul că – datorită rigidității – tehnica tradițională de chestionar nu este capabilă să formuleze întrebări care ținesc categoriile mai subtile ale spațiilor mentale în relație cu specificul unui teren dat, și rezultatele datelor strânse pot fi interpretate cu greutate, ori greșit. Cartografia mentală este prin excelență o temă în cazul căreia cercetarea este indicat să fie făcută cu „chestionarul flexibil” prezentat în capitoul anterior. Dorim să dăm o mână de ajutor, aici, la redactarea întrebărilor de chestionar. Întrebările pot fi interpretate ca o schemă a interviului structurat.

Datorită faptului că ne interesează cele cinci elemente prezentate la planificarea cercetării (denumirea, granițele unei hărți mentale, puncte de orientare, trasee și puncte nodale), respectiv datele care se referă la măsura în care sunt cunoscute unele locuri importante din perspectiva cercetării, ghidul de interviu, sau schița de chestionar trebuie să conțină întrebări ai căror răspunsuri se referă la aceste lucruri. În cele ce urmează prezentăm un ghid de interviu recomandat; atragem atenția cititorului că și acest ghid de interviu cu caracter *flexibil* într-o oarecare măsură trebuie adaptat la teren în cazul oricărei cercetări.

Serie de întrebări /recomandare/ în vederea realizării unei hărți mentale:

- *Numele spațiului mental*: Dumneavoastră unde stați? (Întrebare de ajutor: Cum se numește cartierul în care stați Dumneavoastră?)
- *Linii de refracție*: După părerea Dumneavoastră unde este granița, adică ce desparte ... de celelalte cartiere? (în locul punctelor punem întotdeauna cartierul în care stă respondentul)
- *Puncte de orientare*: După părerea Dumneavoastră care sunt punctele de orientare cele mai importante, clădirile semnificative, locurile specifice în ...?
- *Traseul principal*: Care sunt cele mai utilizate trasee în ..., pe unde umblați Dumneavoastră de obicei?
- *Puncte nodale*: Unde se află punctele nodale în ...?
- *Stereotipii*: După părerea Dumneavoastră cum sunt oamenii din ... ?
- Întrebare care se referă la oricare alt punct de vedere al cercetării: prestații, venituri, piața imobiliară etc.

O caracteristică specifică a spațiilor mentale este că au un nume. Antropologii cognitivi ar spune că, o parte a spațiului geografic (fizic) este o unitate cognitivă datorită faptului că îi dăm un nume și viceversa; putem să ne gândim la o parte a spațiului geografic doar dacă putem să ne exprimăm gândul în cuvinte, adică putem să denumim spațiul. Locurile care nu au un nume nu s-au integrat în harta mentală. Din această cauză este important să începem fiecare cercetare cu strângerea cuvintelor și expresiilor – și în primul rând a denumirilor spațiilor mentale - pe cât posibil într-un mod nedirijat..

Dacă avem noroc, la întrebarea „Dumneavoastră unde stați” respondentul nu își va spune domiciliul exact, ci cartierul (zona, sectorul) care este valid din punctul său de vedere. Exact de această informație avem nevoie. De obicei, însă, respondentul încearcă să dea un răspuns „oficial”, ca de exemplu numele unei unități administrative (sectorul XXIII) sau domiciliul exact (Strada Kossuth nr. 5). Acest răspuns poate fi important pentru noi înșine, și putem să-l notăm pe fișa codurilor, însă pentru dezvoltarea spațiului mental care este valid din perspectiva respondentului trebuie să punem o întrebare ajutătoare, ca de exemplu: „Cum se numește partea orașului în care stați?”, sau „În care parte a orașului se află strada Kossuth?” Chestionarul flexibil este flexibil doar până la un anumit punct: dacă decidem să folosim o întrebare de control atunci este indicat să rămânem consecvenți; să se schimbe flexibil doar elementele care se referă, de exemplu, la numele străzii. Putem avea mai multe întrebări de ajutor (ca de exemplu în cazul de față, așteptându-ne la faptul că respondentul își va spune domiciliul exact sau va spune un sector administrativ), dar să avem doar atâtea întrebări ajutătoare câte sunt neapărat necesare.

Gândirea în hărți mentale al respondentului depinde, în mare măsură, de timpul petrecut în zonă, de când își are domiciliul acolo, dacă lucrează în așezare sau nu, dacă copii umblă la școala locală, eventual dacă și el a umblat la aceeași școală locală. S-ar putea ca respondentul să nu gândească într-un alt spațiu mental decât propriul său cămin și adresa acestuia. Din această cauză nu trebuie să forțăm răspunsul pe care îl dorim, dacă nu l-am primit nici după punerea unor întrebări ajutătoare.

În scopul altor cercetări nu putem să preluăm integral toată seria de întrebări; prima nici de cum. Întrebările trebuie remodelate pe limbajul localnicilor. Dacă efectuăm chestionarea într-un sat, întrebarea de ajutor nu poate să conțină expresia „zonă a orașului”. Nu poate să conțină nici expresia „zonă a unei așezări” deoarece aceasta nu este folosită de nimeni, eventual de ceilalți sociologi. Peste tot trebuie să folosim expresii pe care localnicii le folosesc: cartier, zonă, sector etc. Se poate întâmpla să nu existe o noțiune colectivă care să corespundă expresiei noastre de *zonă a așezării*, au nume doar unele părți ale așezării. În asemenea situații trebuie formulate întrebări ajutătoare de altă natură – adecvate terenului.

În capitolul V ne-am referit la faptul că folosirea chestionarului flexibil nu înseamnă o „slăbire”, o dizolvare metodologică. În cazul de față, de exemplu, aria datelor culese sunt informații „tari”, este adevărat, că pot fi măsurate doar pe o scală nominală. Denumirile punctelor de orientare și ale spațiilor mentale etc. nu constituie o mulțime infinită. Deși aparent punem o întrebare deschisă, stocarea datelor pe fișa codurilor este făcută asemănător întrebărilor închise: la un moment dat totalizăm elementele hărții care apar pe parcursul cercetării, le dăm un cod și în cele din urmă stocăm doar codurile. Dacă apare un element nou – probabilitatea acestuia este mică – este indicat să îl reprezentăm cu o literă; la capătul efectuării chestionarului și acesta va primi un cod. Pe baza codurilor putem să realizăm o statistică, de exemplu, despre divizarea spațială a participanților, despre cât sunt de cunoscute unele puncte de orientare din cadrul unui spațiu mental etc.

Nu necesită prea multe explicații modul în care caracterul flexibil al chestionarului crește validitatea. Este nevoie de chestionarul flexibil ca punerea întrebărilor să fie făcută folosind vocabularul respondentului, ca chestionarea să decurgă într-un mod familiar respondentului. O întrebare planificată dinainte, care standardizează noțiunea colectivă de *zonă a orașului* (de exemplu: „Cum este nivelul de prestații în cartierul Dumneavoastră?”) structurează, dirijează gândirea respondenților, îl obligă pe respondent să aibă o anumită concepție despre o zonă a orașului pe care s-ar putea ca el să nu o considere validă. Nu știm dacă răspunsul s-a referit într-adevăr la cartier sau la o parte mai mică a acestuia, la zona în care stă acesta, eventual la tot orașul, sau independent de granița cartierului la orice, ce i se pare valid. Putem să fim însă siguri că validitatea răspunsului este slabă, deoarece percepția calității prestațiilor, de obicei, nu se oprește la granița cartierelor. O întrebare redactată într-un mod *depărtat de teren* și într-un mod standard (adică neflexibil) are doar atâta valoare cât ar avea informația în cazul în care am întreba părerea individului despre nivelul prestațiilor în general, fără conotații geografice, iar răspunsul l-am evalua pe baza divizării teritoriale. Trebuie să specificăm că exemplul (de altfel luat dintr-o cercetare reală) nostru de noțiune „prestație către populație” nu este nici aceasta o noțiune *apropiată de teren*, adică proiecției chestionarului sunt cei care ar putea să răspundă la această întrebare și nu localnicii.

Pe parcursul redactării unei hărți mentale mai există alte două avantaje ale chestionarului flexibil: pe de-o parte, ajută la păstrarea cursivității conversației (ceea ce generează încredere), pe de altă parte, se poate autentifica întrebarea ajutătoare în urma căreia se obține ca răspuns numele spațiului mental. Pe parcursul prelucrării datelor poate fi evaluată informația care se referă la faptul că respondenții la întrebarea „Dumneavoastră unde stați?” au răspuns direct nominalizând spațiul mental (cartierul), ori după punerea primei, sau a următoarei/lor/ întrebări ajutătoare; în cazul în care numele spațiului mental local apare imediat după enunțul celei mai „deschise” întrebări este desigur un lucru foarte relevant, o categorie validă. În alte cazuri mai puțin, sau de loc.

În cazul întrebărilor care se referă la liniile de refracție („După părerea Dumneavoastră unde este granița, adică ce anume desparte ... de cartierele învecinate?”) este vorba, de asemenea, de întrebări flexibile; în locul punctelor de suspensie înlocuim întotdeauna numele spațiului mental în care locuiește respondentul, adică locul pe care l-a numit la întrebarea precedentă. Răspunsul dat la întrebarea care se referă la granița spațiului potrivit concepției noastre va însemna linia de refracție, mai precis granița care desparte în sens cognitiv, clar și fără echivoc respectivul spațiu mental de celelalte spații mentale. Respondenții, însă, nu vor delimita spațiul în toate direcțiile; în direcția în care nu specifică granițe, extinderea spațiului mental este incertă. De exemplu, dacă întrebăm un mexican cu care țări se învecinează Mexic, atunci el va răspunde, mai mult ca sigur, cu Statele Unite. Puțini sunt cei care își aduc aminte de faptul că Mexic are un vecin și în sud, Guatemala. Acest lucru denotă faptul că permeabilitatea cognitivă este mult mai mare spre sud, iar diferențele conștiinței sunt mult mai mari spre nord. Un alt exemplu: după părerea multora, partea de oraș numită Belváros (Centru, Dávtown) din Budapesta ține de la Dunăre până la Bulevardul Mic - acesta fiind direcția vest-est - , însă de extinderea în direcția nord -sud mulți sunt nesiguri. Din acest lucru rezultă și faptul că spațiile mentale pot uneori să convergă, altele să se suprapună parțial.

Putem observa, de multe ori, că oamenii care locuiesc în aceeași zonă denumesc categorii diferite pentru zona lor de oraș: de exemplu zona Muzeului Național din Budapesta este considerată de unii Sectorul Opt, Iosefin (Józsefváros), pe când alții consideră că aparține de Centru, precizând că „*secoptu*” începe mai încolo. Nu trebuie să ne speriem de faptul că

uneori categoriile mental-spațiale se suprapun; dimpotrivă! acesta este unul dintre rezultatele pe care dorim să le descoperim pe parcursul cartografierii mentale. Nu este nici o problemă dacă un element al hărții „pică” de pe hartă, adică este în afara granițelor așezării.

Punctele de orientare conform percepției subiective asupra spațiului pot fi de mai multe feluri. Efrájm Kishon dă un exemplu foarte bun pentru o ghidare „standard” într-o zonă a Tel Aviv-ului care se dezvoltă rapid: „Mergeți, domnule, tot înainte, la prima stradă să nu cotiți la stânga, nici la a doua stradă, doar la a treia... probabil. Acolo, la colțul străzii, veți găsi un mecanic care își bate fiul, despre acest lucru îl veți recunoaște. După acesta țineți-o tot drept până ce ajungeți la o groapă cu var, acolo să cotiți la dreapta, și mergeți tot înainte până ce veți da de niște plopi. Aici veți vedea o băltoacă mare, deoarece scurgerea s-a înfundat. La această băltoacă să o luați la stânga și mergeți pe lângă gardul de fier până ajungeți la o mătă moartă, acolo mai întrebați, căci de acolo este mai complicat să vă orientați”³⁰. Este bine să /re/formulăm enumerarea din întrebarea dată ca exemplu („După părerea Dumneavoastră care sunt punctele de orientare cele mai importante, clădirile semnificative, locurile specifice în ...?”) într-un fel în care să corespundă categoriilor care sunt valide local.

Pe parcursul culegerii de date privind *traseele și punctele nodale*, nu este indicat să întrebăm respondentul pe unde crede el că circulă oamenii de regulă – această întrebare ar fi percepută ca un soi de examinare, aceasta putând provoca antipatie sau din contra, respondenții s-ar putea să se identifice cu aceasta generând un fel de răspuns „oficial”; ci pe unde circulă el de obicei, eventual ambele întrebări deodată. („Care sunt cele mai utilizate trasee în ..., pe unde umblați Dumneavoastră de obicei?”). Pe parcursul analizării traseelor, punctele nodale pot fi definite ca puncte de intersecție; însă trebuie să verificăm cu o întrebare nedirijată, dacă localnicii consideră și ei că aceste locuri sunt puncte nodale. („Unde se află punctele nodale în ...?”).

O informație care se referă la zonele unei așezări, fără să aibă caracter spațial, dar culegerea căreia este indicată pe parcursul unei cercetări este „*genius locii*” (spiritul local) adică *aprecierile*, stereotipiile, elementele subiective, legate de atmosferă, de sentimente care se referă la unele spații mentale și la locuitorii acestora. Cu cât formulăm o întrebare mai simplă, cu atât mai bine. (de exemplu: „După părerea Dumneavoastră cum sunt oamenii din ... ?”, „Cum este să stați în ...?”). Să nu uităm de problema de etică: publicăm (chiar și în forma acceptată de dâșii) doar informațiile pe care și reprezentanții le-ar publica despre ei înșiși. Din această cauză la aprecierea unor spații mentale ne este permis să publicăm doar autoaprecierile, deși pe parcursul culegerii și analizării datelor putem lua în considerare și aprecierile făcute din afară.

Conform criteriilor de cercetare mai putem să punem și alte întrebări, de exemplu pentru evaluarea situației prestațiilor, venitului, pieței imobiliare etc. care se referă la un spațiu mental (sau mai multe, eventual la toate spațiile mentale). Pentru formularea întrebărilor care depind de problematica de cercetare nu există o rețetă generală; deci preluarea următoarelor întrebări nu este recomandată pe parcursul altor cercetări - prezentăm doar un exemplu despre cum am adaptat pe parcursul unui plan de structurare întrebările recomandate de consiliul local /ordonatorul cercetării/ și de colegii proiectanți într-o cercetare cu caracter de harta mentală:

- *Zona orașului Dumneavoastră în comparație cu orașul Eger este:*
 1. *dezavantajată*
 2. *este în armonie cu acesta*

³⁰ Efrájm Kishon (1967) 1984: Válaszúton. (La răscruce) In uő: Veszett ernyő nyele. (Mănerul umbrelor pierdute). Budapesta: Editura Európa, 288-289.

3. are o situație mai avantajată

4. alta, și anume: ...

- Căror prestații, instituții le simțiți mai ales lipsa în ... ?
- După părerea Dumneavoastră pentru ce ar putea fi folosită ... (numele zonei orașului) ?
(Întrebare de ajutor: Ce fel de funcții, ce fel de sarcini ar putea să îndeplinească cel mai bine?)

(Codurile nu trebuie citite!)

1. turism

2. spațiu locativ

3. întreprindere mică

4. alta, și anume:

3. Schițarea unei hărți făcută de către participant și tehnici de desenare efectuate manual și pe calculator

Acest manual – pe de-o parte, din cauza amplitudinii, pe de altă parte din rațiuni de redactare – nu se ocupă cu prezentarea noilor probleme ale prelucrării statistice a datelor cu caracter grafic și cu problematica schițării unei hărți de către participanți, nici cu instrumentele de cartografiere pe calculator. Tehnica ce urmează a fi prezentată acum pe scurt, corespunde tehnicilor timpurii pe care deja le-am mai schițat la prezentarea cercetărilor lui Stanley Milgram (vezi scrierea în ramă) respectiv a celor scrise cu ocazia prezentării metodologiei. Pentru evitarea repetițiilor, trecem aici în revistă doar pașii de aplicare.

Concepte cheie:

- schițarea unei hărți de către reprezentant/respondent/ - ca tehnică de interviu;
- evocare liberă (*free recall*);
- evocare dirijată;
- harta mentală a cercetătorului și interpretarea.

Solicitarea desenării de hartă adresată respondentului poate fi considerată o tehnică specifică de interviu, respectiv tehnică de chestionar – în cazul în care pretendem desenarea de elemente de hartă într-o cantitate semnificativă și în mod standard. Elementele unei hărți pot fi adunate și în cadrul interviurilor în grup. O parte a interviului este verbală, iar cealaltă parte este nonverbală - având caracter grafic; independent de felul lui, toate rațiunile metodologice, formale și etice pe care le considerăm valabile în legătură cu tehnica de interviu sau de chestionar sunt valide și în acest caz.

Cine încă nu a pretins schițarea unei hărți de la participanți, crede că este o muncă dificilă să convingă niște oameni maturi să deseneze. Nu este așa; pe parcursul întrebărilor care se referă la spațiu oamenii cred că este ceva natural să deseneze o schiță a unei hărți. Situația de bază – faptul că cercetătorul se familiarizează cu mediul înconjurător – este autentică: respondenții consideră că este natural, ca ei, *localnicii*, cunoscătorii zonei, să-i prezinte cercetătorului, care este un *străin*, niște puncte de orientare. Când cercetătorul dezvăluie harta mentală a respondentului își exprimă aprecierea față de cunoștințele locale ale acestuia; acesta este un imbold pozitiv care mărește încrederea în sine a respondentului, poate dezvolta relația de încredere, care poate fi importantă mai târziu pe parcursul muncii pe teren. Impulsionarea respondentului în a desena o hartă mentală poate fi făcută printr-o sumedenie de tactici; de exemplu, cercetătorul începe să deseneze o schiță, iar interviuatul corectează anumite lucruri, iar în cele din urmă continuă desenarea el însuși. Se poate întâmpla ca cercetătorul să fie cel care desenează harta până la sfârșit, cu ajutorul instrucțiunilor primite de la respondenți; dacă efectuăm un interviu în grup atunci din dezbaterile care se referă la spațiul mental se poate

filtra și informația care se referă la diferențele de percepție dintre grupurile sociale (de exemplu tineri și bătrâni, bărbați și femei, lucrători și inactivi etc.)

Desenarea hărții făcută de către participanți de regulă începe cu o foaie albă, fără a da nici un fel de instrucțiuni; acest procedeu este numit – cu o expresie împrumutată din domeniul psihologiei – metoda evocării libere (*free recall*). O altă metodă este ca în prealabil definim pe hartă unele elemente (de exemplu cursul unui râu, granița țării sau a așezării etc.) respectiv pe baza unor imagini îi îndemnăm pe respondenți să vorbească, să deseneze – aceasta este numită *evocare dirijată de un stimul cheie* sau pe scurt *evocare dirijată*. La metoda de *evocare dirijată* trebuie să reflectăm asupra mai multor lucruri, ca de exemplu culorile sau grosimea liniilor, respectiv amplasarea fotografiilor - toate acestea pot să influențeze răspunsurile în diferite măsuri. Deoarece prezentul manual nu-și propune prezentarea acestora, recomandăm cititorului să urmeze metoda care se bazează pe evocarea liberă.

Pe parcursul desenării hărților și a interviurilor – conform unei abordări esențialiste – cercetătorului i se conturează harta mentală a localnicilor. (Conform abordării constructiviste harta mentală colectivă a localnicilor nu poate fi dezvăluită: despre spațiul fizic nu există o imagine cognitivă permanentă, harta mentală nu poate fi separată de contextul momentului în care au loc procesele observate ale conștiinței). Pentru totalizarea elementelor unei hărți există anumite tehnici pe calculator. În cazul tehnicilor care se bazează pe *evocarea dirijată*, mai mult decât atât, și în cazul *evocării libere* putem să pregătim niște statistici ușoare, de exemplu, despre cât sunt de frecvente unele elemente ale hărții. Trebuie, însă, să clarificăm că harta mentală nu este cea a localnicilor, și nici măcar a oamenilor intervievați, ci a cercetătorului, care firește și-a dobândit cunoștințele pe parcursul interviurilor.

În cazul în care cercetătorul admite public că a redactat propria sa hartă mentală despre așezarea respectivă și nu pe cea a localnicilor, nu există nici un fel de obstacol moral care l-ar opri în schițarea grafică a propriei hărți mentale, adică – asemănător intervievaților – să elaboreze și el harta cognitivă a așezării. Această schiță a hărții, împreună cu informațiile complementare aferente reprezintă rezultatul cercetării.

Trebuie să menționăm faptul că, în timp ce, aceste hărți au fost desenate mai de mult cu mâna, în zilele noastre de regulă sunt executate cu careva program de grafică pe calculator. Hărțile se bazează pe harta „oficială” a așezărilor, de exemplu pe harta orașului, planul de structurare sau imagini din aer. Aceste hărți proporționate sunt la prima vedere considerate „mai bune” decât cele desenate cu mâna. În realitate hărțile mentale nu trebuie să fie proporționate, mai mult decât atât „cel mai bine” este dacă se simte abundența de informații, de exemplu prin lățimea disproporționată a străzilor principale, prin mărimea exagerată a locurilor importante, sau prin faptul că spațiile care nu sunt importante nici măcar nu sunt reprezentate pe hartă.

4. Prelucrarea și interpretarea datelor

Pe parcursul prelucrării datelor cea mai mare problemă este cauzată de faptul că o parte a datelor culese pe teren se referă la spațiu, iar o altă parte se referă la persoana observată; pe parcursul prelucrării și interpretării datelor, cea mai dificilă sarcină este manipularea comună a celor două tipuri de date, respectiv publicarea acestora.

Concepte cheie:

- datele care se referă la teren versus datele (analitice) care se referă la respondent;
- posibilități interactive;
- posibilități de Internet.

Prezentând problema pe scurt, pe parcursul cartografierii mentale avem de a face cu date care se referă la teren, respectiv cu date analitice - referitoare la unitatea de observație. Dar la o cercetare mai aprofundată ne dăm seama de faptul că de multe ori majoritatea informațiilor care se referă la teren pot fi legate și de respondenți și pot fi analizate și cu pachete de programe statistice. Sub acest aspect putem să tratăm *frecvența* informațiilor care se referă la denumirea, granița, traseele spațiului mental, indiferent dacă ele au fost rostite în cuvinte sau au fost marcate pe hartă ca *date analitice*. Conținuturile conștiinței care se referă la spațiu – adică, de fapt, hărțile mentale – nu pot fi analizate cu metodele tradiționale ale științelor sociale; de exemplu în cazul extinderii spațiului mental (granițele) nu putem marca unde anume sunt granițele respective cu ajutorul metodelor simple statistice, ci doar câți oameni consideră astfel. Culegerea standardizată, prelucrarea statistică și interpretarea informațiilor care se referă la spațiu – după cum ne-am mai referit la acest lucru – nu este o sarcină care să nu poată fi rezolvată, însă prezentarea acestor metode de experimentare nu este posibilă în cadrul acestui manual.

Rezumând raționamentul nostru, recomandăm cercetătorului ca informația referitoare la spațiu ce-i parvine pe parcursul cartografierii mentale, după ce în prealabil a prelucrat-o în mintea sa, să o facă publică ca fiind harta mentală a cercetătorului; iar datele care pot fi prelucrate cu metode statistice tradiționale să le prelucreze cu ajutorul unui operator de bază de date statistice.

Pentru a putea da răspuns la întrebările de cercetare inițiale ar fi nevoie de interpretarea comună a datelor analitice și a datelor cartografice. În cazul în care rezultatele trebuie predate în forma unui studiu tipărit, atunci aria posibilităților este relativ îngustă: ca o soluție, putem să nu prezentăm anumite date analitice în tabelul care urmează după hartă, sau în text, ci direct pe hartă sau pe marginea hărții. În cazul în care studiul trebuie predat în formă digitală, eventual dacă a fost conceput de la bun început pentru uzanță pe Internet, este indicat să utilizăm posibilitățile interactive ale tehnicilor digitale, care prezintă informația în cea mai simplă formă posibilă doar printr-un *click* pe hartă.

5. Verificarea hărților mentale cu alte metode. Progresare pe baza hărți mentale

Pe parcursul cercetării unei așezări, harta mentală extrem de rar poate fi considerată un „produs final”: de obicei, constituie un punct de plecare pentru alte cercetări. Pentru ca analizele ulterioare care se bazează pe cartografierea mentală să nu ajungă la concluzii false, rezultatele redactării unei hărți mentale trebuie verificate, absolvite cu includerea localnicilor (monitoring).

Concepte cheie:

- monitoring cu metoda de cercetare focus-grup/grup țintă/
- posibilitățile de monitoring în cadrul observației participative
- rolul de monitoring al publicului larg
- progresarea cu ajutorul categoriilor unei hărți mentale
- posibilitățile analizei de rețea.

Metodele de cercetare cele mai frecvent folosite la redactarea unei hărți mentale sunt interviul și chestionarul. Dacă în urma culegerii de date cercetătorul și-a realizat propria hartă mentală este indicat să o verifice cu alte metode înainte să avanseze mai departe.

De obicei, nici în așezările mai mici nu există o hartă mentală „unitară”, fiecare individ cunoaște mai bine doar propriul mediu înconjurător, un mediu mai restrâns; imaginea cea mai completă o are, de multe ori, cercetătorul venit din afară, care, însă, fiind un străin nu are de

unde să știe pe care localnic poate să-l afecteze într-un mod neplăcut această imagine completă, care sunt persoanele care vor fi condamnate local pentru aceasta, sau ce lucruri sunt considerate ridicole, comice de către localnici. Aducerea la iveală a tuturor acestor păreri poate fi făcută cel mai ușor cu metoda de *cercetare cu focus-grup*. În timp ce niște interviuri individuale adiționale nu ar mai aduce prea multe informații noi, datorită interacțiunilor specifice din cadrul unui grup, câteva grupuri țintă /focus-grupuri/ modelează perfect reacțiile colectivului.

Oamenii se comportă altfel în diferite situații, față de cum își exprimă părerile în public. Cu toții admirăm peisajul văzut de pe un deal, însă localnicii au tendința să se obișnuiască cu acest peisaj și pe parcursul unei zile de lucru istovitoare aceștia rar se opresc să admire peisajul. Cele mai pertinente observații, descoperiri referitoare la utilizarea spațiului pot fi recoltate pe parcursul *observației participative*.

Dacă suntem încredințați că elementele hărții noastre mentale pot fi susținute, atunci putem s-o facem publică - de exemplu cu ajutorul televiziunii sau al ziarului local. Deși presa locală profesează comunicare unilaterală, reacțiile – feedback-urile - pot fi importante pentru cercetători; pe de-o parte, dacă urmează o pistă greșită vor primi mai multe reacții, pe de altă parte dacă reacțiile sunt puține atunci se poate presupune că se vor prezenta localnici mai în vârstă care sunt pasionați adesea de istoria locală; aceștia pot să servească niște completări/corectări. Dacă categoriile unei hărți mentale au trecut și această probă a publicului, atunci rezultatele pot fi folosite cu siguranță pe parcursul cercetărilor ulterioare.

Categoriile hărții mentale pot constitui, de multe ori, bune puncte de plecare, de exemplu, pe parcursul elaborării programelor de bunăstarea locală, de stimularea întreprinzătorilor sau de dezvoltare a resurselor umane. Problematicile teritoriale pot fi importante în cadrul tuturor acestor puncte de vedere, iar problematicile teritoriale sunt definite de percepțiile locale asupra spațiului respectiv – adică harta mentală locală.

Analiza relațiilor dintre unele spații mentale (de exemplu zone ale orașului, sau așezările unei împrejurimi) ne pot procura informații utile: pot să prezinte problema segregării (separarea/izolarea geografică a diferitelor grupuri sociale) dintr-o nouă perspectivă sau pot să dezvăluie care părți ale orașului au o poziție centrală, periferică sau izolată de celelalte.

VII. Analiza de rețea

Introducere

Istoria teoriei

Tehnică sau paradigmă?

Analiza de rețea și a capitalului de relație

Aplicațiile științifice și practice ale analizei de rețea

Analiza de rețea pe parcursul cercetării așezărilor umane

Probleme de etică

Abc-ul analizei de rețea

Studii de caz, exemple

Rețeaua universităților interconectate din Bazinul Carpatic, 2002

Rețele de opinii: referință la legea de film care se pregătește, 1997

Mic dicționar de noțiuni în limba română

Texte în chenar:

José Luis Molina: Analiza rețelelor sociale. O introducere (fragment)

Péter Futó, Pál Lányi și Anikó Soltész: Definiția clusterelor regionale în Uniunea Europeană,
în Ungaria și în literatura de specialitate internațională

Linked: Recenzie din cartea lui Albert-László Barabási

Introducere

Analiza de rețea a devenit un fel de modă științifică al zilelor noastre. Deși această tendință se manifestă de decenii, publicul larg a făcut cunoștință mai cu seamă cu abordările de natura științelor sociale din cărțile de succes apărute în ultima perioadă, precum lucrările lui *Albert László Barabási*, *Duncan Watts* și *Marc Buhanman*. (Despre cartea lui Barabási vezi scrierea în ramă).

În acest capitol prezentăm mai întâi teoria istoriei a analizei de rețea socială, după care prezentăm câteva probleme importante ale analizei de rețea, respectiv aplicarea lor științifică în practică. Subcapitolul ce urmează a fost creat cu scop de inițiere, prezentând bazele analizei de rețea cititorului lipsit de experiență. Deși capitolul este prea scurt pentru a putea prezenta toate detaliile, subtilitățile metodei, sperăm că urmând pașii prezențați, cititorul va ajunge la un nivel de cunoștință de la care avansarea în aprofundarea cunoștințelor va fi mai mult o plăcere decât o pacoste. Avansarea autodidactă este facilitată de literatura recomandată.

Noțiunea de rețele regionale, sau cluster regional este prezentată – în scrierea în ramă – în rezumatul lui *Péter Futó*. O reflexie din introducerea cărții lui *José Luis Molina* este și ea prezentă în forma scrierii în ramă, prezentând temele curente ale analizei de rețea. În acest capitol am utilizat, în mai multe locuri, fragmente din studiile mele anterioare apărute în revista *Szociológiai Szemle* (Viziunea Sociologică) și în *Falu Város Régió* (Regiunea-Sat Oraș).

Teoria istoriei

Un important predecesor teoretic și metodologic al analizei de rețea socială este *sociometria* (Moreno 1934¹), care începând cu anii '30 s-a ocupat cu studiul relațiilor sociale în comunitățile mici. Cercetările lui *Ferenc Mérei* au contribuit și ele în mare măsură la noile rezultate ale disciplinei. Un alt cercetător de seamă – *Szabó Zoltán* – este de părere, că analiza de rețea poate fi considerată o generalizare a sociometriei.

Datorită tehnicii originale de cercetare și a rezultatelor surprinzătoare ale acestuia, în primul rând se evidențiază experimentul timpuriu cu caracter de cercetare de rețea al lui *Stanley Milgram*² numit „lume mică”. Milgram a trimis colete dintr-un colț al Statelor Unite în celălalt, astfel: expeditorii au avut voie să le predea doar unei singure cunoștințe personale. S-a dovedit că, prin intercalarea a 5-6 cunoștințe, în Statele Unite, toată lumea cunoaște pe toată lumea.

În *sociologie* schimbarea paradigmei cu criteriu relațional s-a produs ca urmare a publicării studiului „The strength of weak ties” (Puterea legăturilor slabe) al lui *Mark Granovetter*³. Concomitent, noile rezultate ale teoriei matricelor și ale teoriei grafului au stat la baza matematică a dezvoltării metodologice a analizei de rețea. În anii '80-90 atât metodologia cât și teoria a început să se dezvolte în mod spectaculos. Să prezentăm doar câteva rezultate, cu elaborarea indicilor de măsurare al densității și al centralității, cu elaborarea concepției referitoare la golurile structurale, apariția vizualizării rețelelor sociale, cercetările legate de studiul dinamicii rețelelor, în ultimele decenii, au cunoscut un progres semnificativ.

Doar puțini sunt cei care știu că analiza socială de rețea are și rădăcini din *antropologie*. *Alfred Reginald Radcliffe-Brown* a fost primul care a recomandat în atenția sociologilor cercetarea

¹ Moreno, Jacob Levy 1978 (1934). *Who Shall Survive? Foundations of Sociometry, Group Psychotherap, and Sociodrama*. Beacon: Beacon House

² Milgram, Stanley 1967: The Small World Problem. In: *Physiology Today* 1967/2: 60-67.

³ Granovetter, Mark 1973: The strength of weak ties. In: *American Journal of Sociology* 78: 1360-1380.

rețelelor – în discursul său enunțat cu ocazia ocupării postului de director al Societății Antropologice Regale, în 1940. Mai multe lucrări de ansamblu leagă în mod direct apariția analizei de rețea de antropologia socială britanică și de „școala din Manchester”. O lucrare de mare influență a fost și cea a lui *Larissa Adler Lomnitz*⁴ publicat în 1971, despre rolul relațiilor dintre parteneri din clasa mijlocie din Chile. Softul *Anthropack*, conceput pentru cercetătorii de antropologie socială, la începutul anilor '90, s-a numărat printre primele pachete de programe utilizabile și în analiza de rețea. Programatorul *Steve P. Borgatti* - de altfel licențiat în antropologie - a luat parte la dezvoltarea pachetului de program UCINET, soft folosit în zilele noastre de majoritatea cercetătorilor care se ocupă cu analiza de rețea.

Unele rezultate ale analizei de rețea pot fi interpretate ca niște critici aduse la adresa conceptului *economiei* neoclasică. Granovetter (i.m. 1973) a demonstrat că efectul cererii și ofertei pe piața forței de muncă nu se realizează perfect datorită faptului că cei mai mulți oameni încearcă, până și în zilele noastre, să își găsească un loc de muncă prin intermediul cunoștințelor. Acest articol a devenit în secolul XX, unul dintre cele mai utilizate texte de referință. Alți autori au prezentat faptul că și pe piețele care au fost considerate până atunci perfecte (bursă, asigurare, întreprinderi mari) relațiile personale sunt la fel de importante ca cererea și oferta (de exemplu: Baker 1984⁵). În anii '90 mai multe cercetări au avut ca obiect studiul importanței relațiilor în economiile naționale, precum și cercetarea legăturilor dintre întreprinderile mari (de exemplu: Stark 1994⁶, Vedres 1997⁷).

Analiza de rețea – poate datorită faptului că este o știință relativ tânără - nu este la fel de răspândită în toate țările lumii. Cele mai multe publicații care se ocupă cu tema rețelei se nasc în Statele Unite, iar în Europa, în Olanda. Cercetări de analiză a rețelei se desfășoară în Spania, Slovenia și nu, în ultimul rând, în Ungaria. În răspândirea cercetării de rețea un rol important l-au avut cursurile universitare și culegerile, redactate de Róbert Angelusz și Róbert Tardos⁸ (1990), Ágnes Utasi⁹ (1991) respectiv György Lengyel și Zoltán Szántó¹⁰ (1998).¹¹

Tehnică sau paradigmă?

Sub anumite aspecte analiza de rețea diferă considerabil de alte metode de analiză. În acest capitol scoatem în evidență trei elemente cheie (cu oarecare simplificări):

- culege date de tip nou;
- formulează întrebări noi de analiză;
- folosește metode noi de analiză.

⁴ Adler Lomnitz, Larissa 1998 (1971): Cumetrie: sistemul de favori reciproce în burghezia orașului Chile. In: *Replika* 29: 139–150. www.replika.hu

⁵ Baker, Wilfred E. 1984: The Social Structure of a National Securities Market. In: *American Journal of Sociology* 89/4: 775- 811.

⁶ Stark, David 1994: Elemente vechi de sistem îmbinate într-un nou mod: proprietate recombinantă în capitalismul din Europa de Est. In: *Közgazdasági Szemle* 1994/11-12.

⁷ Vedres Balázs 1997: Bank és hatalom. (Banca și puterea) Locul băncilor în rețeaua interpersonală a întreprinderilor mari maghiare. In: *Szociológiai Szemle* 1997/2.

⁸ Angelusz Róbert și Tardos Róbert (redactor) 1991: *Társadalmak rejtett hálózata*. (Rețeaua ascunsă a societăților) Budapesta: Institutuția de Sondaj al Opiniei Publice Ungare

⁹ Utasi Ágnes (redactor) 1991: *Társas kapcsolatok*. (Relații sociabile) Budapesta: Gondolat

¹⁰ Lengyel György și Szántó Zoltán (redactor) 1994: *A gazdasági élet szociológiája*. (Sociologia vieții economice) Budapesta: Aula; Lengyel György și Szántó Zoltán (redactor) 1998: *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája*. (Variante de capital: Sociologia surselor de energie culturală și socială) Budapesta: Aula.

¹¹ Textele cercetătorilor din Ungaria pot fi citite pe pagina de Internet a analiștilor de rețea. (www.socialnetwork.hu).

Date de tip nou (criteriu relațional)

Expresia de „criteriu relațional” a fost introdusă de Lazarsfeld și Menzel¹² (1961) în anii `70, ca să se poată face diferența dintre acesta și expresia de criteriu *analitic* și *contextual*. Criteriul *analitic* este informația care este inseparabilă de subiectul cercetat. Pe parcursul efectuării unui studiu de fezabilitate al impactului economic al unui plan de dezvoltare analizăm, de regulă, date analitice precum amorsările, numărul probabil de locuri de muncă ce se creează. Datele *contextuale*, spre deosebire, se referă la mediu, iar datele *relaționale* se referă la legătura dintre individ și mediul înconjurător. Criteriul relațional caracterizează întotdeauna legătura dintre cel puțin doi participanți.

Un criteriu analitic este, de exemplu, dacă există sau nu gimnaziu într-o așezare. Un criteriu contextual este că, *în raport* cu așezările din zonă, proporția celor care dau examenul de bacalaureat este mare sau mică. Un criteriu relațional ar putea fi, de exemplu, unde, la ce facultate se înscriu elevii, sau din care așezare umblă la liceu.

Să ne imaginăm că suntem în locul unui negustor din Veneția care trebuie să decidă soarta unei cereri de credit. Cât timp un funcționar al unei bănci, ar lucra, mai ales, pe baza datelor de bilanț (date *analitice*), un analist de bursă ar lua în considerare și posibilele influențe ale pieței (acesta este un criteriu *contextual*), negustorul s-ar strădui să afle cu ce alte persoane, întreprinderi importante mai este în legătură creditorul.

Relația nu intră în sfera de interes a celorlalte analize formale, însă toată lumea este conștientă de importanța acesteia în practică. Înainte de existența analizei de rețea pentru procurarea și interpretarea acestor informații – fiind confidențiale – a fost nevoie de rafinamentul unui negustor din Veneția.

Întrebări (relații) noi de analiză

Abordarea unei probleme din punctul de vedere al analizei de rețea ridică noi întrebări. Nu este pusă sub lupă situația unei întreprinderi, ramuri industriale, respectiv a unei zone, ci *relațiile* întreprinderilor, a ramurilor industriale, a așezărilor sau a regiunilor. În timpul cercetării, care se referă la întreaga rețea, putem să formulăm, de exemplu, întrebarea dacă este sau nu destul de *saturată* rețeaua? (saturația reprezintă proporția dintre relațiile posibile și cele reale) Unde se află *punctele de saturație* sau din contra, *goluri structurale*? Cum pot fi definite unele *grupuri de rețea*? Care sunt punctele care joacă *rol intermediar*? În câți pași pot fi *atinse* grupurile, membrii?

Relațiile pot fi studiate pe două nivele: analizăm rețeaua de relații în întregimea ei, ori rețeaua individuală a unui actor social anume (adică a mai multor noduri). Cercetarea care focusează pe relațiile dintre unele noduri este numită analiza *capitalului de rețea*. Analizele capitalului de rețea se pot ocupa cu întrebări ca, de exemplu, câte legături are un anume actor social (firmă, așezare, persoană etc.), cu cine mențin relație, ce caracter au aceste relații și în ce scopuri sunt folosite.

Metode noi de analiză (teoria grafului și a matricelor, algoritmi noi de calculator.)

În calea răspândirii pe scară largă a analizei de rețea stă faptul că nu este compatibilă cu metodele statistice consacrate. Pe scurt: în timp ce în coloanele celorlalți operatori de baze de date

¹² Lazarsfeld, Paul F. și Herbert Menzel 1961: On the Relation between Individual and Collective Properties. In: Etzioni, Amitai (redactor): *A Sociological Reader on Complex Organisations*. London, New York

sunt scrise variabilele, iar în rândurile lor apar unitățile de observație, în cazul analizei de rețea atât în coloanele cât și în rândurile tabelelor de date apar unitățile de observație. Datele nu se referă doar la câte un subiect observat, ci concomitent, și la relația dintre doi subiecți. Programele de statistică obișnuite – ca, de exemplu, Excel sau SPSS – nu efectuează operațiuni de analiză de rețea.

De când a depășit antecedentele metodologice (de exemplu, teoriile dihotomice și trihotomice, sau sociometria), metodologia analizei de rețea se bazează pe rezultatele matematicii moderne, mai ales pe rezultatele teoriei matricelor și a grafurilor. În zilele noastre, majoritatea analiștilor de rețea în efectuarea calculelor folosesc softuri specifice: Ucinet, Egonet sau Pajek, iar pentru reprezentarea grafică (desenarea unor grafuri) folosesc Netdraw, KrackPlot și alte softuri. Grație dezvoltării rapide a softurilor efectuarea operațiilor - din ce în ce mai complicate - devine din ce în ce mai ușoară. În capitolul IX (*literatura recomandată*) sunt recomandate unele pagini de Internet de unde, cele mai multe dintre aceste softuri pot fi descărcate sau încercate pe gratis.

Analiza rețelei de relații și a capitalului de relație

Majoritatea cercetătorilor folosesc noțiunea de *capital de relație* în înțelesul celor afirmate de James Coleman și Pierre Bourdieu. Coleman (1990)¹³ deosebește trei tipuri de capital, capitalul material (acesta este noțiunea obișnuită de capital), capitalul uman, sau de cunoștințe, respectiv capitalul social, sau de relație. După părerea lui Coleman fiecare dintre aceste trei tipuri de capital – independent unul de altul - poate să ajute pe cineva în atingerea scopurilor, mai mult decât atât, diferitele capitaluri pot fi convertite unul în celălalt, adică având capital de cunoștințe putem să facem rost de relații, relațiile pot fi convertite în capital material și așa mai departe. De la Coleman încoace, măsurabilitatea capitalului de relație și modul de conversiune a devenit o problemă sociologică importantă. Bourdieu, deși în unele lucrări ale sale folosește împărțirea menționată a capitalului pe trei grupuri¹⁴, totuși în alte scrieri ale sale prezintă o imagine mult mai complexă despre diferitele tipuri de capital decât Coleman. După părerea lui Bourdieu¹⁵, pe parcursul vieții noastre putem să ne propunem variate țeluri în viață. Pentru atingerea acestor scopuri, ținte (la Bourdieu: *mize*) avem nevoie de *capital*. Unele mize pentru care se concurează, pot fi procurate doar cu capitalul corespunzător acestora. Validitatea mizelor și a capitalurilor definește *câmpul* pe care se concurează. Granițele, aria fiecărui câmp se întinde până acolo unde se sfârșesc influențele lor. Fiecărui câmp îi aparțin, deci mize și capitaluri specifice. Diferitele tipuri de capital în anumite condiții pot fi convertite una în cealaltă. După părerea lui Bourdieu numărul câmpurilor este infinit, putem să vorbim, de exemplu, despre câmp religios, artistic sau economic. Să scoatem în evidență doar un

¹³ Coleman, James S. (1990): *Foundations of Social Theory*. Boston: Harvard University Press.

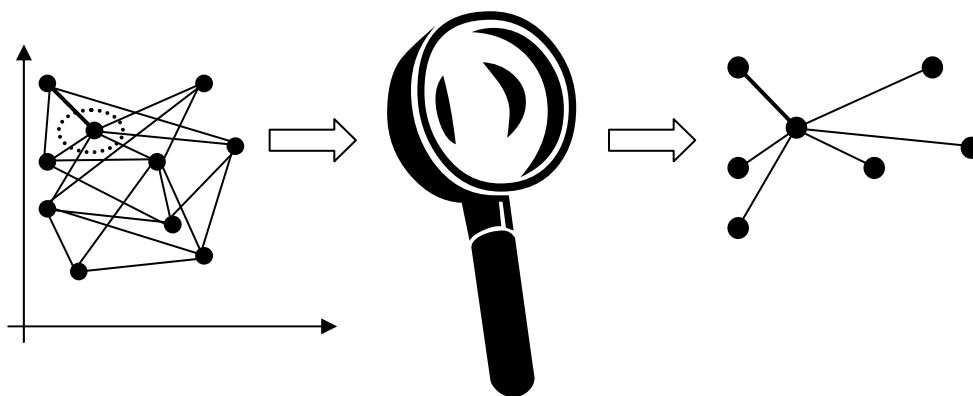
¹⁴ Dintre scrierile lui Bourdieu apărute în limba maghiară de exemplu: Bourdieu, Pierre 1997: *Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke*. (Capital economic, capital cultural, capital social) In: Angelusz Róbert (redactor): *A társadalmi rétegződés komponensei*. (Componentele stratificării sociale) Budapesta: Új Mandátum
Bourdieu, Pierre 1978 (1972): *A szimbolikus tőke*. (Capitalul simbolic) In: Léderer Pál și Ferge Zsuzsa (vál.): *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése: Tanulmányok*. (Reproducerea inegalităților sociale. Studii) Budapesta: Gondolat.

¹⁵ Noțiunile de capital au fost definite în mai multe scrieri ale autorului, însă în loc de acestea – datorită ușurinței cu care poate fi urmărită și limbajului simplu – recomandăm în atenția cititorului un interviu făcut cu autorul care a apărut și în limba maghiară: Loic J. D. Wacquant 1990 (1989): *A reflexív szociológia felé. Műhelybeszélgetés Pierre Bourdieu-vel*. (În direcția sociologiei reflexive. Conversație cu Pierre Bourdieu) In: *Replika* (1) 1990/1:51-68.

exemplu, în *câmpul* religios actorii sociali (bisericile) concurează unii cu alții pentru sufletele credincioșilor (mize) cu acele conținuturi de conștiință spirituală, înrădăcinată prin tradiție pe care le numim religie (capital). Conform celor spuse nu vorbim, deci de trei tipuri, ci de infinit de multe tipuri de capital. *Capitalul de relație* este adecvat, primordial, în câmpul de relație pentru a ajunge la mizele (scopurile) de relație; pentru însușirea de orice alt fel de miză este nevoie de conversiune de capital.

Din punctul de vedere al analizei de rețea, cea mai importantă caracteristică a analizelor de capital de relație, este că nu se referă la întreaga rețea de relații, ci se concentrează doar la relațiile *unor actori*. Rețeaua unor actori sociali în limbajul de specialitate al analizei de rețea se numește *rețea Ego*. În raport cu aceasta, întreaga rețea se numește *network*, *rețea*. Studiile *rețelei Ego* și cercetările *rețelei de relații* din perspectiva *macro* și *micro*, respectiv *parte* și *întreg* se prezintă ca noutăți în analiza de rețea. Folosirea expresiilor micro și macro ne poate induce în eroare. Cercetările care se concentrează pe întreaga rețea – datorită îndemnului la „deplinătate” – lucrează cu sisteme de relații mai mici, însă analiza capitalului de relație poate să lucreze și cu mostre reprezentative și poate să facă constatări care sunt valide pentru o mulțime mai mare.

Fig. 7.1. *Parte în întreg. Rețea de relații și rețea Ego*



Cele două abordări urmează două metodologii diferite și pot da răspunsuri la diferite teme de cercetare.

În centrul *analizei capitalului de relație* se află actorii individuali, ceea ce înseamnă că cercetătorii încearcă să inventarieze relațiile unor *noduri* anume. Informația culeasă (legăturile punctului, rețeaua Ego) nu poate fi despărțită de unitatea de observație, și este caracteristică doar acestuia. Din această cauză rezultatele cercetării capitalului de relație pot fi culese și interpretate asemănător *datelor analitice*, adică asemănător datelor statistice tradiționale. Se poate lua, de exemplu, o mostră reprezentativă și informațiile (de exemplu numărul relațiilor Ego) care se referă la cazurile mostrei, pot fi analizate în mod obișnuit.

Cercetările întregii rețele includ în examinare toate nodurile rețelei. Din această cauză, de obicei, nu se poate lua o mostră, ci trebuie să procurăm informații despre (de la) toți membrii unui grup bine definit. În practică „deplinătatea” nu poate fi întotdeauna realizată, însă trebuie să ne străduim la crearea unei imagini cât mai ample despre relațiile mulțimii studiate

În funcție de diferite puncte de vedere, între aceiași actori pot fi schițate rețele de diferite caractere. Rețeaua de relații dintr-o zonă mică arată altfel, de exemplu, din punctul de vedere al rețelei de canalizare, al investițiilor de capital și al direcției navetei zilnice a forței de muncă. Rețelele de relații schițate după diferite criterii pot fi comparate, oferindu-ne premise pentru alte analize, și sunt oportune pentru completarea și verificarea rezultatelor cercetărilor anterioare.

Aplicațiile științifice și practice ale analizei de rețea

Conform recenziei lui *José Luis Molina*, o treime dintre scrierile publicate în domeniul analizei de rețea nu au caracter aplicativ, ci metodologic (vezi *scrierea în ramă*). În studiile, care prezintă tehnicile noi de analiză sau studiile care scriu despre elaborarea teoriilor, empirismul apare doar ca un exemplu. Acesta nu este un lucru neobișnuit în cazul unei discipline relativ tinere, care se dezvoltă extrem de rapid. Teme importante ale dezbaterilor sunt, de exemplu, legăturile slabe și tari, lumile mici, asemănarea structurală sau dinamica de schimbare a rețelelor.

Dintre domeniile de cercetare empirică cele mai frecvente sunt cercetările diferitelor comunități, printre acestea a comunităților virtuale, dar o literatură semnificativă au și cercetările proceselor de răspândire (difuziuni), ale cooperărilor dintre întreprinderi (drept de proprietate, coterie, colaborare în achiziționare sau pe piață) sau a canalelor de comunicație. Analizele capitalului de relație, respectiv analizele rețelei Ego sunt mult mai frecvente decât analiza rețelei de relații.

Dintre aplicările cu scop practic merită evidențiată, în primul rând, consultanța în materie de relație, măsurarea capitalului de relație, și auditul, respectiv cercetarea rețelei de opinie aplicată în cadrul tratării conflictelor.

În țările dezvoltate *consultanța de relație* a devenit un nou domeniu în cadrul consultanței de afaceri, care ajută, în primul rând, la dezvoltarea relațiilor strategice de afaceri: cu care cerc de proprietari merită dezvoltate relații mai strânse, prin intermediul căror actori se ajunge cel mai rapid la anumite piețe etc. Una dintre primele firme de consultanță a fost creat de renumitul cercetător *Ronald Burt*. Interesul față de analiza de rețea, în străinătate, se explică cu profitul produs prin aplicarea rezultatelor acesteia în practică.

José Luis Molina:

Analiza rețelelor sociale, Introducere (Fragment)

Molina, José Luis 2001: El análisis de redes sociales.

Una introducción. Barcelona: Editions Bellaterra

Trebuie să punem întrebarea dacă analiza rețelelor de relații este o nouă direcție a științelor sociale, sau completează doar cercetările tradiționale cu date de relație cu scopul interpretării mai exacte a realității. Această problemă nu este una decisă. Mulți autori consideră că analiza de rețea este o nouă paradigmă care poate defini și caracteriza structura societății, nu doar metaforic ci și în formă operativă.

După părerea noastră incertitudinea se datorează faptului că este vorba despre o abordare în curs de formare. În aceste circumstanțe ponderea abordărilor metodologice și statistice încă este foarte mare. De exemplu, în urma studierii a o sută de articole din revista *Social Networks* care se ocupă cu analiza rețelelor sociale s-a evidențiat faptul că patruzeci și două de publicații din o sută se ocupă cu statistică, respectiv cu metodologii, în defavoarea unor teme importante precum rețelele relațiilor personale, a comunităților sau a ajutoarelor reciproce. (Revista *Social Network* apare trimestrial din 1979, poate fi accesată online pe pagina www.elsevier.com. Acest scurt fragment trece în revistă publicațiile dintre anii 1992 și 1999, și articolele de referință din acestea)

| Subiecte | număr | |
|---|-------|----------------------|
| Statistici și metode | 42 | //////////////////// |
| Rețele personale, comunități, clacă | 14 | //////// |
| Dinamica organizatorică | 10 | //// |
| Rețelele relațiilor de schimb | 8 | //// |
| Sănătate, AIDS | 6 | /// |
| Observații, munca pe teren și aplicații | 5 | '' |
| Dezvoltarea rețelelor sociale | 5 | '' |
| Capitalul social | 3 | ' |
| Observația și rețelele sociale | 3 | ' |
| Vizualizare, figuri și programe | 2 | ' |
| Rețele politice | 1 | |
| Comunități virtuale | 1 | |
| | 1 | |
| | 1 | |
| Total | 100 | |

În timp ce consultanța de relație se bazează pe analiza structurală, *auditul de relație* este, în primul rând, o analiză a capitalului de relație, sau altfel spus analiza rețelei Ego. Prin analiza capitalului de relație devin măsurabile informații importante care înainte au fost percepute ca „bârfe”, ca de exemplu *influența* unei persoane publice, *prestigiul* social al unei așezări sau al unei persoane particulare, ori *coroana lunară* a unei firme. O parte a capitalului de relație a unei firme este informație publică, valoarea acesteia poate fi măsurată, exprimată în bani eventual și poate constitui parte din auditul de evaluare a firmei. O astfel de informație măsurabilă este de exemplu gradul de extindere al cercului de proprietar, măsura stratificării relației cu achizitori, sau cu clienți.

Analiza de rețea poate fi utilizată și pentru dezvăluirea *rețelelor de opinii*, adică pentru interpretarea unei dezbateri. Dezbateră – scena confruntărilor dintre diferite păreri – este atributul firesc al fiecărei instituții democratice. Interpretarea punctelor de vedere însă, nu este întotdeauna o sarcină simplă; de multe ori este dificil, să identificăm liniile de demarcație, diferențele de opinii. Acest lucru este și mai adevărat în cazul aparițiilor publice, dezbaterilor mediatizate, unde abaterea de la tema discursului este o strategie consacrată. În cursul unui discurs politic justificarea sau dezmințirea poate avea ca urmare scăderea popularității cuiva. Este mai eficient ignorarea problemelor ridicate, și enunțarea de noi puncte de vedere, formularea unor noi probleme, sau întrebări. Pe parcursul unei dezbateri numărul argumentelor noi crește exponențial. O cantitate atât de mare de informație nu este ușor de manipulat. În lipsa unui model matematic corespunzător, potrivit practicii consacrate, interlocutorii obișnuiesc să memoreze partitura discursului. Această metodă necesită o capacitate intelectuală imensă și o sensibilitate specifică, însă chiar și în posesia acestor aptitudini vom avea neapărat rezultate mai puțin corecte decât în cazul prelucrării datelor cu ajutorul unui calculator. Pentru ilustrarea acestei metode prezentăm în capitolul acesta un studiu de caz, care analizează un dialog dintre reprezentanții unei profesii mai restrânse.

Analiza de rețea pe parcursul cercetării așezărilor umane

În contextul dezvoltării teritoriale, regionale se vorbește tot mai mult despre dezvoltarea, extinderea relațiilor economice locale sau regionale. Rolul economic *al regiunilor* este imaginat, de mulți, ca o rețea de informații și inovație. Un reprezentant al Ministerului de Economie a spus odată că: „*nu întreprinderile mici și mijlocii vor fi concurența întreprinderilor mari și a firmelor multinaționale, ci rețelele de producție, de informații și inovație ale acestora care se organizează regional.*”

În timp ce cercetătorii de dezvoltare a așezărilor și cercetătorii de economie politică sunt de acord că, organizarea economică la nivel regional și la nivelul întinderilor mici va fi un fel de dezvoltare de rețea, părerile nu sunt la fel de unanime în ceea ce privește modul de organizare a rețelei. Nu există, de exemplu, o percepție unitară despre ce înseamnă de fapt rețelele sau clusterelor de cooperare regională (în legătură cu această temă vezi *scrierea în ramă*). În acest manual nu ne ocupăm cu probleme de economie politică, însă considerăm că analiza de rețea este indiscutabil metoda cea mai potrivită pentru cartografierea rețelelor sociale și economice existente. Dezvoltarea unei rețele într-un teritoriu, dezvoltarea relațiilor economice regionale sau locale poate să înceapă pe baza unei analize profesioniste de specialitate. Pe parcursul cercetării pe teren, de regulă, cartografiem și analizăm rețelele de cooperare ale consiliilor locale, direcțiile de migrare și de angajare a forței de muncă, relațiile de transporturi, de comunicație. Analiza de rețea merită să fie folosită nu numai la analiza relațiilor regionale ci și a relațiilor dintre părțile unei așezări.

Péter Futó, Pál Lányi și Anikó Soltész: Definiția clusterelor regionale în Uniunea Europeană, în Ungaria și în literatura de specialitate internațională.

Clusterelor sunt rețele compuse din companii și instituții care, pe un teritoriu geografic relativ mic, reprezintă relativ puține întreprinderi, puține ramuri industriale și care cooperează una cu cealaltă. Din unele clusterelor fac parte organizații de bransă, organizații de cercetare și învățământ, eventual unele clusterelor pot conține instituții regionale, centrale sau instituții ale consiliului local. Rețeaua se bazează pe o activitate comună, de exemplu marketing comun, inovație, tehnologie de producție, aceeași piață de furnizor sau de vânzare, eventual folosirea unui produs brut unitar. În cazul clusterului regional, activitățile comune, de cele mai multe ori, sunt integrate în scopul și dezvoltarea zonelor. Nu există o definiție a clusterului care să fie acceptată și folosită nici în Ungaria și nici în Uniunea Europeană.

Grupul de specialiști desemnat de Direcțiunea de întreprindere a Uniunii Europene ocolește cu intenție să dea o definiție pentru – așa zisă – noțiune „nebuloasă” (nebulous) a clusterului, în loc de acest lucru a definit felurile clusterului (EU DG Enterprise 2002). Conform sensului, clusterelor sunt grupurile unor întreprinderi care depind una de cealaltă și a unor instituții care sunt în raport cu acestea, acestea pot fi cooperante și/sau concurente, care pot fi concentrate din punct de vedere geografic într-unul sau mai multe regiuni, care se concentrează pe un anumit(ă) teren/ramură, sunt legate de tehnologii și abilități comune și care pot fi tradiționale (traditional) sau pot avea o bază științifică (science based).

Noțiunea de cluster este înconjurată în literatura de specialitate de dezbateri constante. Porter (1998:199.) a utilizat următoarea definiție: „ Clusterul este grupul unor întreprinderi și instituții care se leagă de acestea care sunt aproape din punct de vedere geografic care funcționează pe un teritoriu economic definit, care sunt legate de asemănări și de faptul că se completează reciproc.” Rosenfeld (2002) face diferența între rețele și clusterelor:

| Rețele | Clusterelor |
|---|--|
| Face posibilă folosirea prestațiilor mai ieftine | Atrage prestații specializate într-o regiune |
| Este limitat în ceea ce privește numărul membrilor | Este deschis în ceea ce privește numărul membrilor |
| Se bazează pe înțelegeri contractuale | Se bazează pe dinamica pieței |
| Face posibilă implicarea în procese de producție complexe | Generează solicitări pentru tot mai multe firme care au abilități asemănătoare |
| Se bazează pe cooperare | Necesită și presupune competiție |
| Membrii acestora au scopuri de afacere comune | Membrii sunt conduși de o viziune comună |

Feser (et al. 2001) diferențiază clusterelor localizate (care aparțin unei regiuni) și nelocalizate (care pot fi găsite în mai multe regiuni). Face diferența între trei principii (tipuri de relație) de definire ai clusterului:

- Relația lanțului de valoare: clusterul vertical care integrează lanțurile de furnizor.
- Piața forței de muncă: firmele dau de lucru acelorași oameni, aleg oameni din aceleași resurse de muncă.
- Clusterelor inovative: membrii acestuia schimbă între ei informațiile cheie, cunoștințele care duc la o schimbare tehnologică.
- Feser, Edward J., Kyojun Koo, Henry C. Renski, Stewart H. Sweeney 2001: Incorporating Spatial Analysis in Applied Industry Cluster Studies. In: *Economic Development Quarterly* 2 2001 march
- Porter, M. E. 1998: On Competition. Harvard Business School Press
- Rosenfeld, Stuart A. 2002: Creating Smart Systems. A guide to cluster strategies in less favoured regions. European Union-Regional Innovation Strategies. In: Rosenfeld, Stuart A. (szerk.): *Regional Technology Strategies*. Carrboro, North Carolina, USA

Probleme de etică

Diferențierea legăturilor *slabe* și *tari* este o problemă de etică, pe de-o parte, pe de altă parte este o problemă care ține de tehnica cercetării. Deși, pornind de la lucrarea de referință a lui Granovetter, cei mai mulți cercetători de analiză a rețelei folosesc aceste noțiuni (bineînțeles există mai multe scrieri care nu sunt de acord cu aceste noțiuni), nu putem nega faptul că respondenții, de obicei, separă cu greutate noțiunile de *prieten* și *coleg* sau nu consideră neapărat, că au o relație mai puternică cu o *rudă* îndepărtată decât cu un *coleg* mai apropiat. Cercetătorilor le place să gândească în categorii fixe, terenului mai puțin. Este important ca analiza și studiul să oglindească, în cele din urmă, punctul de vedere al mediului observat și nu pe cel al cercetătorului.

Având în vedere aceste lucruri trebuie să fim cu băgare de seamă și în ceea ce privește evaluarea capitalului de relație. Ar putea apărea o situație în care cercetătorul evaluează o relație ca fiind una importantă din punct de vedere economic, deși părțile o consideră o relație sentimentală cordială, independent de conotațiile ei economice.

Cele mai multe texte și ilustrații ale științelor sociale nu spun prea multe unui om neinițiat, însă vizionarea hărților de relație (grafuri) poate fi un lucru interesant și pentru laici, în urma căreia pot achiziționa multe informații. Din această cauză cercetătorii trebuie să fie precauți în ceea ce privește reprezentarea vizuală a rețelelor de relații.

Grafuri-le prezintă toate relațiile unor actorilor sociali. Chiar dacă unii actori nu sunt nominalizați, din relațiile lor cu ceilalți se poate deduce despre cine este vorba. De aceea este indicat să folosim nume doar în cazul în care lucrăm din baze de date publice, sau dacă avem acceptul tuturor actorilor pentru publicarea rezultatelor. Dacă acest lucru nu se întâmplă, atunci este mai corect, ca toată figura să fie anonimată, adică toți actorii sociali să fie prezentați cu coduri.

În cazul grafului, plasarea nodurilor și a culorilor, de obicei, nu are nici o însemnătate. Actorii cercetați, însă, de regulă nu sunt inițiați în teoria grafului, de aceea ei pot să atribuie importanță până și faptului că sunt plasați lângă un anumit alt actor, sau culorii punctulețului care îi reprezintă. Pentru clarificarea situațiilor de acest fel, este indicat să prezentăm figura actorilor sociali cercetați și să clarificăm sursele posibilelor neînțelegeri, înainte de publicarea acesteia.

Atentatele din septembrie 2001 au atras atenția diferitelor servicii de informații asupra importanței colaborării și a tehnicilor de siguranță ale observării comunicațiilor. Supravegherea nu întâmpină obstacole tehnice: cele mai multe servere ale lumii înregistrează traficul de date de tranzit (în multe țări este o normă de lege). Verificarea relațiilor interpersonale este mult mai ușoară datorită faptului, că după 2001 au luat naștere pagini de Internet care înregistrează relațiile amicale pe baza de invitație, prezentându-le în forma unei rețele. Pe parcursul analizei traficului de date de pe internet și a relațiilor interpersonale, mulți cercetători – fără să vrea - dezvoltă metode adecvate și pentru supraveghere.

Abc-ul analizei de rețea

Ca și în capitolele anterioare, Abc-ul – și în acest caz dorește să fie un ghid pentru cercetătorii care fac cunoștință pentru prima dată cu metodologia. Țelul acestuia este să îl ajute pe cititor să treacă peste primii pași, ceea ce fără acest ajutor ar fi destul de dificil și de obositor, și să îl ducă la un nivel de cunoștință de la care progresul individual este mai simplu. Spre deosebire de celelalte capitole, aici nu ne așteptăm ca cititorul să aibă vreun fel de cunoștințe preliminare. Din această cauză avem și mai mare grijă să prezentăm procesul de planificare al cercetării de la bazele sale și să prezentăm, în forma cea mai simplă, câteva tehnici de bază de analiză. Metoda prezentată aici poate fi adecvată pentru a însuși temeurile, însă pentru o cercetare adevărată este nevoie, firește, de studii ulterioare.

1. Prima întrebare: analiză de capital de relație, ori analiză de rețea de relații?

Conceptele cheie ale planificării unei cercetări sunt următoarele:

- alegerea de temă;
- alegerea unei mostre în cazul analizării capitalului de relație;
- cercetare cât mai amplă în cazul analizei de rețea de relații;
- analize ale capitalului de relație;
- analiza de rețea.

Pe parcursul analizei de rețea, la fel ca în cazul aplicării celorlalte metodologii, la alegerea temei este important ca cercetătorul să ia în considerare, în primul rând, caracteristicile specifice ale temei, necesitățile reale de informație și nu metodologiile care sunt tocmai la modă.

La începutul cercetării, cercetătorul trebuie să decidă, mai întâi, dacă dorește să facă o analiză de rețea sau o cercetare a capitalului de relație. Deși există exemple, mai mult, în cadrul pachetelor de programe *Egonet* sau *Siena* există algoritmi predefiniți care combină cele două proceduri de analiză, totuși este indicat ca cercetătorul să aleagă în mod hotărât una din cele două. Dacă alegem cercetarea capitalului de relație și analizăm o mostră reprezentativă luată dintr-o mulțime mare, atunci, de obicei, nu mai putem să obținem date care se referă la întreaga rețea. Cele două direcții de cercetare pot fi îmbinate doar dacă pornim de la o rețea interdependentă, în aceste cazuri, însă, analiza rețelei Ego nu ne oferă mai multe date decât cele care se pot observa, de altfel, și din structura rețelei.

În cazul analizei capitalului de relație din date putem să creăm bază de date într-un mod asemănător efectuării analizelor analitice și putem efectua analiza „convențional” cu programul SPSS, sau cu altele.

În cazul analizei de rețea pornim dintr-o altă perspectivă, de la date de altă natură, și realizăm tehnici de analiză specifice. Punctele următoare se ocupă doar cu analiza de rețea.

2. Tehnici de culegere de date

De reflectat:

- Să cercetăm mai mulți sau mai puțini actori sociali?
- Definirea celor care sunt incluși în cercetare
- Șansele și pericolele luării unei mostre
- Tehnici de cercetare calitativă
- Tehnici de cercetare cantitativă
- Variabile dihotomice

O problemă cheie a analizei de rețea de relații este cum definește cercetătorul cercul actorilor sociali cu care dorește să se ocupe. Într-o situație fericită obiectul cercetării este o mulțime care poate fi numărată și care nu este foarte mare. Pe parcursul cercetării de așezări o astfel de mulțime „transparentă” pot fi, de exemplu, localitățile unei întinderi mici sau unui județ, sau zonele unei așezări mai mari. De multe ori, însă, cercetarea se referă la mulțimi mari, de exemplu, la personajele economice ale unei întinderi mici (totalitatea întreprinderilor, firmelor, organizațiilor nonprofit). Deși mulțimea nu este infinită, ar fi greu să culegem date despre fiecare actor social în parte, respectiv astfel culegerea de date nu ar fi destul de aprofundată, ar conține doar date formale - adică ce am câștiga într-o parte, am pierde-o în cealaltă.

Mulți sunt de părere că analizele de rețea se ocupă de preferință cu mulțimi mai mici, datorită faptului că metodologia nu este capabilă să opereze cantități mari de date. În realitate, atât algoritmi de analiză, cât și softurile care stau la dispoziție, pot să manipuleze o bază de date de orice mărime, iar în cazul problemelor de cercetare adecvate, există exemple pentru cercetarea rețelelor foarte mari, rețele de milioane sau miliarde de elemente. Cercetarea rețelelor mai mici în cazul problemelor sociale este indicată mai ales datorită caracteristicilor culegerii de date mai sus amintite și a unor considerente teoretice. Pot exista, bineînțeles, și probleme de cercetare în cazul cărora merită să ne preocupăm de o mulțime mai mare. Dacă cineva dorește, de exemplu, să cerceteze relațiile dintre orașe înfrățite, atunci de pe Internet cu ușurință poate să procure informații valide, de încredere referitoare practic la toate localitățile Europei, și nu trebuie să-și limiteze cercetarea doar pe anumite țări, sau pe orașele mai mari.

În cazul unei mulțimi mai mari deci, – în exemplul nostru: lumea firmelor, sau așezările unei regiuni mai mari – cercetătorul de obicei este nevoit să-și delimiteze aria cercetării. Pe parcursul cercetării unei așezări, acest lucru este făcut, de regulă, pe baza următoarelor criterii:

- Cei mai importanți actori sociali (de exemplu: primele 500 de firme în ierarhia veniturilor din încasări, sau așezările cu populația de peste 1000 de locuitori),
- Un subgrup ales cu o coeziune mare, al cărui membri consideră că aparțin aceluiași grup și exprimă acest lucru formal sau informal (de exemplu membrii unei alianțe al consiliilor locale într-un teritoriu mic, sau al unui cartel economic).
- Un bloc care se organizează în jurul unui centru, având situații asemănătoare (dar care nu sunt neapărat în relație una cu cealaltă), de exemplu o întreprindere mare și cercul aferent de furnizori, sau o zonă de aglomerație.
- Metoda bulgărelui de zăpadă: pornind de la unii membri selectați la întâmplare din mulțimea aleasă, progresând pe relațiile lor continuăm cercetarea până în momentul în care firele relațiilor converg. Cu acesta asigurăm prezența celor mai importanți actori în cercetare, și în același timp putem să ajungem și la personajele care ocupă o situație periferică în cadrul rețelei. Riscul acestei metode este că pot să rămână în afara cercetării blocuri întregi, cu tot cu actorul lor social central.

În afară de cele prezentate anterior pot exista, bineînțeles, și alte criterii pentru delimitarea mulțimii pe care o vom cerceta.

Luarea de mostră, după cum am subliniat mai înainte, este în primul rând instrumentul cercetărilor de relații Ego. Totuși datele obținute dintr-o mostră reprezentativă, pot să dezvăluie unele caracteristici ale întregii rețele; se poate estima, de exemplu, saturația rețelei. Însă trebuie să avem mare grijă cu aceste estimări. Cercetările lui Albert László Barabási au atras atenția tocmai asupra faptului că centrele unor rețele *independente de scară* sunt câteva puncte care dispun de multe relații, dar probabilitatea ca acestea să fie incluse într-o mostră reprezentativă este scăzută, deși ele sunt definitorii în cea ce privește structura rețelei. (în legătură cu această temă vezi *scrierea în ramă*).

Recenzie la cartea¹⁶ lui Albert László Barabási

Cartea lui Albert László Barabási intitulată *Linked* a fost unul dintre bestseller-urile din Statele Unite în anul 2003. Conform subtitlului cărții din volum putem să aflăm „cum se leagă toate lucrurile de toate și ce înseamnă această știință pentru viața de toate zilele și pentru lumea afacerilor”. Conform criticii (Cohen 2002¹⁷) care a apărut în revista *New Scientist* s-a descoperit o regulă care reglementează deopotrivă viața sexuală, funcționarea proteinelor și viața starurilor de cinema. Această regulă „atotputernică” este *independența de scară*. Mesajul cărții pe scurt este acesta: urmând cercetările lui Pál Erdős și Alfréd Rényi, matematicienii s-au ocupat vreme îndelungată, mai ales, cu cercetarea *grafurilor întâmplătoare* - generate la întâmplare. Barabási indică faptul că în sistemele care se dezvoltă natural, relațiile nu se creează în mod întâmplător, nou veniții se leagă de centrele care au existat înainte (compară cu „dependența de drum sensibilă de relație” - Sik 2004¹⁸). Din această cauză cele mai multe relații din natură și din societate vor avea o repartiție de funcție exponențială. Din raționamentul de mai sus urmează definiția independenței de scară: „În rețelele generate în mod întâmplător, vârful diviziunii numărului de grad arată că majoritatea punctelor au același număr de relații și punctele care se abat de la general sunt foarte rare. Din această cauză în rețelele generate în mod întâmplător numărul gradului punctelor are o mărime caracteristică, o scară, care este definită de vârful graficului de divizare a numărului de grad și pe care ni-l putem imagina cu ajutorul unui punct mediu. Spre deosebire de acesta, în cazul funcției exponențiale, lipsa vârfului de divizare ne indică faptul că în rețelele adevărate nu există un punct tipic. Putem să observăm ierarhia continuă a punctelor, care se întind de la puținele puncte centrale spre multe puncte mici. Cel mai mare punct central este urmat imediat de două sau trei puncte centrale puțin mai mici, după care urmează o duzină de puncte și mai mici, și așa mai departe, în cele din urmă ajungem la multe puncte mici. Divizarea făcută cu ajutorul funcției exponențiale ne obligă să uităm de noțiunea de scară sau punct caracteristic (...) În aceste rețele nu există o scară interioară. Din această cauză a început grupul meu să vorbească despre rețelele de diviziune a funcției exponențiale ca rețea independentă de scară”. (Barabási 2003:6/2 verigă de lanț.)

¹⁶ Magyar Könyvklub(Clubul Cărților Maghiare), 2003. A apărut inițial: Barabási Albert László: *Linked. The New Science of Networks*. Cambridge MA: Perseus Publishing, 2002. Acest text este un fragment din recenzia despre carte. Recenzia a apărut inițial: László Letenyei 2003: A kapcsolatháló regénye. Recenzió Barabási Albert László: Behálózva c. könyvéről.(Romanul rețelei interpersonale. Recenzie din cartea lui Albert László Barabási intitulată *Linked*). *Szociológiai Szemle*, 2003/1.

¹⁷ Cohen, David 2002: All The World is a Net. *New Scientist*, 2338: 2002. IV. 13.

¹⁸ Sik, Endre 2004: Network Dependent Path-Dependence. Paper Presented at: 24. International Sunbelt Social Network Conference, Portoroz.

Barabási și grupul său de cercetare s-a ocupat și cu descrierea caracteristicilor sistemelor independente de scară. Cea mai importantă constatare a lor s-a referit la cât este de robust sistemul. „O eroare a punctelor nodale a unei rețele (generate la întâmplare) poate să rupă rețeaua în părți izolate, care nu comunică una cu cealaltă.(...) (Însă) dintr-o rețea independentă de scară o mulțime de puncte pot fi îndepărtate la întâmplare, fără ca rețeaua să se rupă. O caracteristică diferită de cea a rețelelor generate în mod întâmplător, care nu a fost suspectată până acum, este abilitatea de tolerare a erorilor în cazul rețelelor independente de scară. Deoarece despre Internet, molecule și rețelele de cunoștințe se știe că sunt independente de scară, aceste rezultate arată că bine cunoscuta abilitate de tolerare a erorilor este o caracteristică interioară a tipologiei lor” . (Barabási 2003:9/2 verigă de lanț). Conform conceptului de cât este de robust sistemul, așadar, și centrele cu o circulație mare pot ține sistemul întreg, dacă o mare parte a elementelor sistemului dispar. Însă în cazul unor atacuri în mod intenționat aceste sisteme sunt fără apărare: după distrugerea unor centre sistemul poate să se destrame. „Este bine de știut dacă omul este nevoit să depindă de aceste sisteme” – observă Barabási, care arată că printre altele și societatea și corpul uman este o rețea independentă de scară.

Modalitatea luării de mostră determină într-o mare măsură instrumentele culegerii de date. În cazul mulțimilor mai mici, de obicei, sunt mai adecvate tehnicile calitative, cu ajutorul cărora în afară de existența, sau lipsa relațiilor, se poate depista și conținutul real al relațiilor, caracterul reciproc al acestora etc. Pe parcursul cercetării unei așezări, în studiul relațiilor dintre instituții (de exemplu consiliile locale, organizații nonprofit etc.) rezultatele unui *șir de interviuri* pot fi deseori, surprinzătoare. Multe cooperări se bazează doar pe o înțelegere verbală, mai bine zis, pe o relație tradițională de încredere, însă găsim și exemple care dovedesc exact contrariul; din cauza proastei relații a primarilor, sau a localităților, cooperarea este doar formală, în ciuda existenței protocolului de colaborare în scris. *Observația participativă* poate fi, de asemenea, un instrument util; de exemplu, în cazul cercetării traficului între zonele orașului sau între localități, este indicat să observăm pe unde umblă oamenii dimineața și seara, să cutreierăm împreună cu aceștia traseele caracteristice etc.

În cazul mulțimilor mai mari nu este util să folosim tehnici slabe /soft/ de cercetare, chestionarul sau folosirea unei baze de date publice poate fi instrumentul adecvat. În cazul chestionarului, nu merită să ne ocupăm cu conținutul și profunzimea unei relații. Întrebările de genul: „Cât de apropiați vă sunt rudele?” de obicei, se dovedesc neîndemânatic. La întrebarea „Care sunt cei mai importanți parteneri/clienti de afacere ai Dumneavoastră” în cele mai multe cazuri, primim răspunsuri îndoielnice, *ad hoc*. Este bine ca întrebările slabe să fie puse pe seama tehnicilor slabe; este mai indicat să facem o serie de interviuri cu un cerc mai restrâns de respondenți - care completează un chestionar simplu și clar, decât să „slăbim” chestionarul. Întrebările chestionarului să fie clare și fără echivoc, pe cât posibil să pună întrebarea dacă există sau nu o relație cu persoana cercetată conform criteriului cercetat. Dacă ne bazăm pe date care au fost culese de altcineva (exemplu: datele instanțelor, știri din presă, membrii unei organizații) trebuie iar, să căutăm date „simple”.

Problemele mai delicate, sensibile, pot fi și ele cercetate și cu tehnicile „tari”. Cercetările *interlock*, de exemplu, se ocupă cu studierea problemei persoanelor care reprezintă ei înșiși relații între instituții, adică există oameni care în calitate de reprezentant al unui grup politic sunt membrii corpurilor de control a mai multor firme, deși între organizații nu există nici o relație formală. Rezultatele comparării cooperărilor potențiale (avantajoase pentru fiecare) dintre așezări sau instituții, a acordurilor cadru și a cooperărilor reale, pot fi, de asemenea, surprinzătoare.

Deja la faza culegerii datelor trebuie să luăm în considerare tehnicile de analiză și interpretare pe care le vom folosi. De obicei, rezultatele pot fi analizate și interpretate ușor, în cazul în care datele sunt *variabile dihotomice* (două valori), adică valoare de 0 sau 1. Existența unei relații între cele două personaje va fi semnificată prin cifra 1, iar 0 înseamnă că nu există o relație. Valorile multor metode de analiză sunt influențate de valori care diferă de (0-1). Acest lucru înseamnă în unele cazuri surplus de analiză, însă în cele mai multe cazuri duce la rezultate lipsite de validitate. Acest manual se angajează doar la prezentarea analizărilor făcute cu variabile dihotomice, în primul rând, nu din cauze de întindere, ci datorită faptului că în practică, rar, se merită să fie folosit altceva. Unii ar folosi valorile care diferă de (0-1), de exemplu, numerele negative, pentru reprezentarea faptului cât este de solidă (tare) o relație, sau pentru reprezentarea direcției unei relații. Soliditatea relației este o noțiune dificil de definit, măsurabilă pe o scară ordinală, și de multe ori, nu merită să fie inclusă în analiza statistică. În cazul în care definim soliditatea unei relații prin *stratificare* (câte feluri de relații sunt între doi actori sociali, de exemplu prieteni și colegi în același timp), atunci este indicat să facem câte o nouă matrice pentru fiecare criteriu și să reprezentăm în fiecare matrice cu variabile dihotomice existența sau inexistența de relație. Dacă vrem să prezentăm *direcția* relației, atunci trebuie să completăm în aceeași matrice valorile de sub, sau deasupra diagonalei principale, în mod asimetric. În totalitate, pe parcursul cercetării trebuie să studiem existența relației, însă soliditatea relației și direcția acesteia este mai indicat să le cercetăm în mod calitativ și să le interpretăm cu caracter descriptiv, fără analiză.

3. Alcătuirea unei baze de date

Când am scris aceste subcapitole am luat în considerare faptul că cercetătorul, care nu are de loc experiență în ceea ce privește analiza de rețea, să se familiarizeze cu alcătuirea unei baze de date și cu analizarea datelor încă de la primii pași. Ca să fie și mai simplu, prezentăm exemplele în versiunea pachetului de program *Ucinet 6 (Beta)*, adică experimental) în zilele noastre cel mai răspândit soft utilizat în analiza de rețea. Familiarizarea este ajutată și dacă cititorul achiziționează fișierul de date – versiunea experimentală poate fi descărcată pe gratis – și urmărește pașii în felul acela. În capitolul IX (*Literatura recomandată*) atragem atenția cititorului asupra altor softuri care pot fi accesate.

La alcătuirea bazei de date cele mai importante probleme care pot apărea sunt următoarele:

- planificarea bazei de date
- întocmirea unui fișier (fișier)-cadru
- sensul relațiilor
- matricea simetrică și asimetrică
- rând, coloană
- introducerea datelor.

Tabelul-cadru al bazei de date pe care urmează să o alcătuim poate fi schițată, încă, din momentul în care am definit actorii sociali, însă, neapărat înainte să începem să culegem date.

La alcătuirea unei baze de date a rețelelor de relații, trebuie să ne străduim să alcătuim o matrice pătrată (în formă de patrat). Rândurile și coloanele matricei noastre cvadrate să se refere la aceiași actori sociali, iar valorile matricei să prezinte relațiile dintre aceștia. Relația dintre elementele matricei este de la rânduri spre coloane.

Pot exista cercetări în care nu ne interesează toate relațiile, ci doar legăturile cu unele noduri bine definite (legături direcționate spre anumite noduri evidențiate ale rețelei). În aceste cazuri, unele coloane (sau cu excepția câtorva, toate coloanele) pot fi omise. Acest lucru

nu este însă recomandat cercetătorilor neexperimentați, deoarece unele algoritme de analiză pot fi folosite doar în cazul unei matrice cvadrate - dau răspuns valid doar în cadrul unei matrice $n \times n$. Cercetătorii fără experiență să alcătuiască, mai bine, o matrice de date tip $n \times n$, și eventual să completeze unele coloane sau rânduri cu 0.

Primul rând și prima coloană a tabelului se referă deopotrivă la primul element. În mod logic relația (relația cu sine însuși) dintre primul rând și prima coloană nu este o informație interpretabilă și din această cauză va primi valoarea de 0. Deoarece acesta este adevărat și în cazul celui de-al doilea actor social, diagonala principală a matricei va fi formată din zerouri. În principiu tabela-cadru va arăta astfel:

| | 1 | 2 | ... | n |
|-----|---|---|-----|---|
| 1 | 0 | | | |
| 2 | | 0 | | |
| ... | | | 0 | |
| n | | | | 0 |

Dacă mai târziu, dorim să utilizăm Ucinet în analiză, este indicat să introducem datele în acesta de la bun început, deoarece datele pot fi copiate, dar chenarele nu. Dacă lucrăm într-un alt operator de baze de date trebuie să creăm o matrice asemănătoare. La redactarea fișierului-cadru prima dată să deschidem programul Ucinet.

Dintre icoanele prezente să deschidem iconul *tabel*. Fereastra care se deschide este operatorul de baze de date Ucinet. Dând un click pe marginea tabelului putem să scriem numele, iar în mijloc valoarea. Softul nu cunoaște caracterele românești ca ă, â, ș etc. și din această cauză numele să conțină, pe cât posibil, doar caracterele Abc-ului limbii engleze.

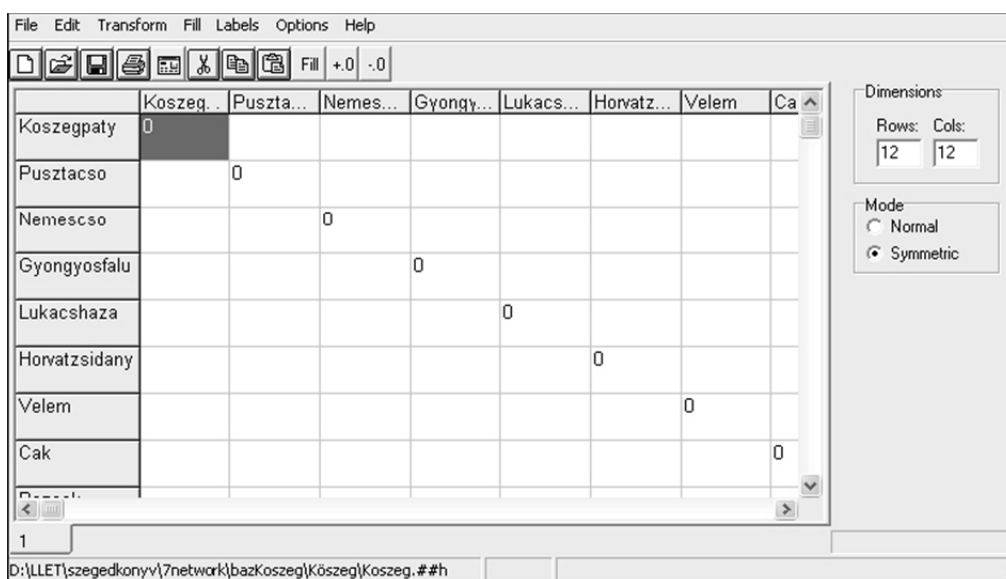


Fig. 7.2. Meniul și icoanele fișierului de date Ucinet. Imaginea operatorului de baze de date Ucinet

La început când, încă nu avem date, diagonala principală să o completăm cu zerouri. Este indicat să facem acest lucru datorită faptului că mai târziu, la introducerea datelor, (mai ales în cazul tabelurilor mai mari) ne va ajuta să găsim locul unde am rămas. Pentru a da un exemplu folosesc datele unei cercetări mai vechi: date ale relațiilor dintre așezările microregiunii Kőszeg.¹⁹

¹⁹ Kőszeg și sectorul de atracție al împrejurimii mici 1998. Manuscris. Pregătit pentru însărcinarea din partea Vasi Reginov S.R.L. Pregătit de László Letenyi, Balázs Vedres și Henrik Lénárd. Informația la care se referă de cele mai multe ori ca exemplu provine dintr-un sondaj reprezentativ al populației unei împrejurimi mici.

Este timpul să ne gândim ce fel de relații definim dintre actorii rețelei. La cercetarea unor întinderi poate fi o întrebare de exemplu, unde și de unde merg oamenii la lucru, unde și de unde se mută, sau care sunt așezările care împărtășesc o instituție comună etc. Pentru toate aceste situații trebuie pe urmă completată câte o matrice nouă. Pe parcursul cercetării unei așezări – în funcția problemelor cercetate - putem să întocmim 8-10, sau și mai multe matrice. Este indicat să dăm un nume semnificativ fișierului, care ne ajută să recunoaștem ușor caracterul relației. În loc de „oraș4.##h”, de exemplu, este indicat să dăm un nume precum „naveta zilnică.##h”. Acest sfat poate părea unora deranjant, din această cauză precizez: sunt conștient că Dumneavoastră, stimate cititor, ați văzut, deja, un calculator și ați dat nume unor fișiere. În cazul programului Ucinet denumirea matricei de date are o importanță deosebită deoarece pe parcursul analizei nu deschidem baza de date, însă, de fiecare dată când dăm o comandă trebuie să specificăm numele fișierului care dorim să fie analizat. În cazul altor baze de date acest lucru nu este neapărat astfel: acolo, de obicei, deschidem un fișier, analizăm potrivit criteriilor noastre, după care îl închidem și nu este nevoie să căutăm în cazul fiecărei comenzi baza de date.

La completarea unei matrice trebuie să decidem, mai întâi, dacă folosim o modalitate *simetrică* sau *asimetrică*. În cazul modului asimetric direcția relației are sens, în cazul modului simetric nu putem să vorbim despre direcții. De exemplu în cazul rudeniei, relația părinți-copii este asimetrică, în timp ce relația dintre „soți” sau „verișori” este simetrică. În lumea afacerilor, relația de parteneriat este simetrică, de furnizor asimetrică, în timp ce între așezări rețeaua de drumuri este întotdeauna simetrică, traficul, în schimb, poate fi o relație asimetrică. La notarea relațiilor regula este: „rând, coloană”, adică relația arată dinspre rând spre coloană. Graful simplu de mai jos arată astfel în forma unei matrice:

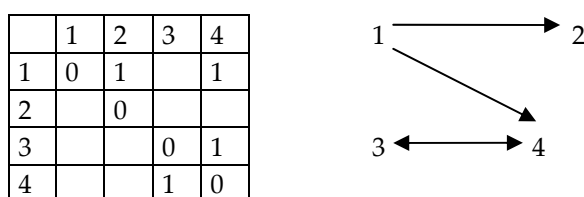


Fig. 7.3. Reprezentarea relațiilor în forma unei matrice de date și în forma unui graf

Pe parcursul introducerii datelor, prima dată, să salvăm fișierul-cadru pe un nume nou, după care să alegem profilul simetric/asimetric (normal) în operatorul bazei de date Ucinet - în partea stângă a ecranului. Modul simetric ușurează într-o oarecare măsură introducerea datelor: completând combinația rând-coloană, apare și combinația coloană-rând. Noile versiuni ale programului tratează, în mod automat locurile lăsate libere ca 0-uri, de aceea trebuie să notăm doar valorile de 1 acolo unde există relație.

Programul Ucinet face câte două fișiere pentru fiecare matrice, cu extensia *.##h și *.##d. Când deschidem programul sunt vizibile doar fișierele *.##h. Aceste fișiere sunt compatibile doar cu unele programe de analiză de rețea, pe bază de mutualitate. Programul nu poate să deschidă fișiere de altă extensie, ca de exemplu, *.xls sau *.sav. Cu toate acestea, datele pot fi dactilografiate și în alte softuri operatoare de bază de date. Dacă baza de date este gata, atunci cu comanda „copiază-lipește” putem să o punem în fișierul Ucinet.

4. Vizualizare

Este indicat să vizualizăm baza de date dactilografiată, adică să schițăm un graf. Rețelele simple sunt mai ușor de parcurs în forma unui graf - în mod grafic - decât în forma unei matrice, atât de către cercetători cât și de către cititori. În acest manual ne referim doar tangențial la

manipularea datelor sub forma grafurilor și a matricelor și ne ocupăm mai ales cu prezentarea sarcinilor practice ale desenării grafurilor. Programele NetDraw, Pajek și Mage prezentate în acest capitol pot fi manipulate și individual, însă dacă analizăm cu Ucinet este mai ușor să le copiem din Ucinet.

Principali pași:

- Schițarea grafului cu programul NetDraw
- Posibilitățile grafice Pajek
- Posibilități 3D cu programul MAGE
- Graful ca o grafică: forma, culoare, inscripțiile
- Ce fel de mesaj dorim să sugerăm?

Schițarea imaginii grafice a rețelei de către cercetător de multe ori poate fi generatoare de idei, merită deci, ca analiza să înceapă cu acest lucru. În primul rând, să închidem matricea de date făcută, după care să alegem dintre icoanele meniului Ucinet penultimul icon (NetDraw, vezi figura 1.), alegând acesta apare o nouă fereastră. Aici să alegem meniul *File – Open – Ucinet Dataset – Network* (sau să alegem iconul deschis) apare iarăși o nouă fereastră. Să alegem unul dintre bazele de date și să lansăm comanda Open. Netdraw va desena imaginea rețelei.

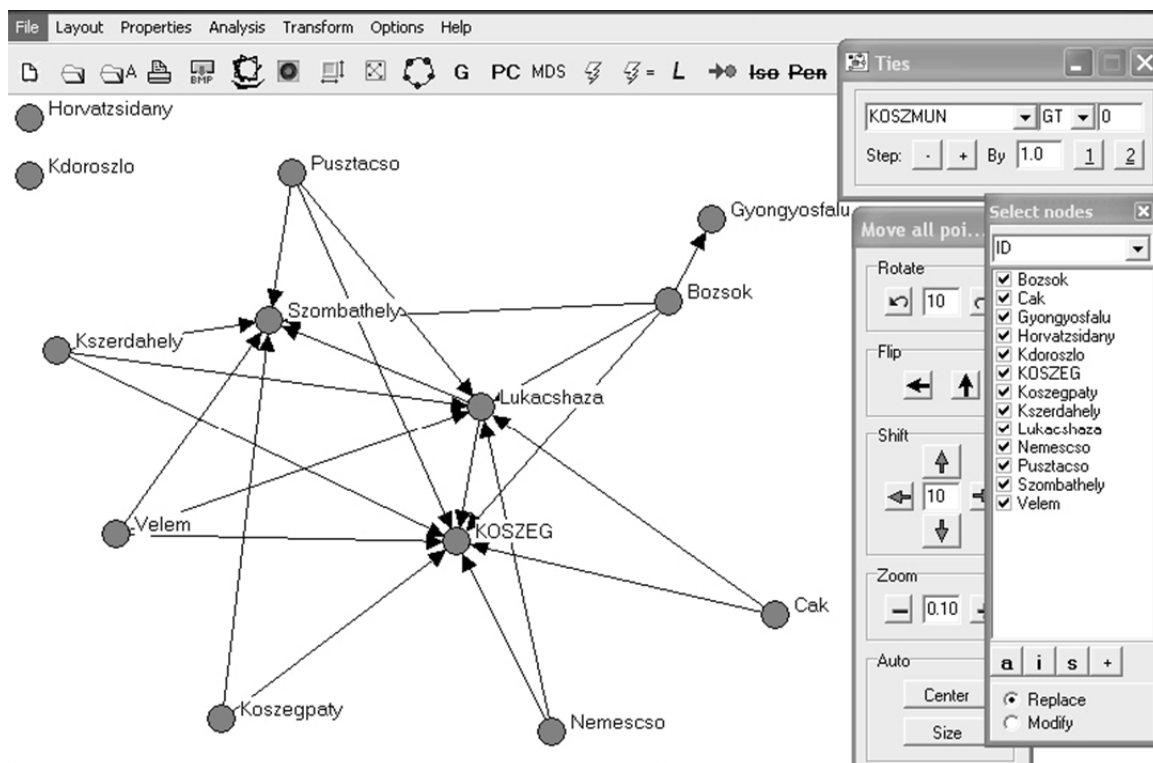


Fig. 7.4. Desenare cu NetDraw. Exemplu: unde și de unde au umblat oamenii la lucru în zona Kōszeg, în 1998

Uitându-ne la această ilustrație, *se vede*, că această microregiune - după criteriul locului de muncă - este puternic centralizată. Actorii centrali sunt Kōszeg, într-o măsură mai mică Lukácsghaza, respectiv Szombathely. Szombathely, bineînțeles, nu este o parte a întinderii mici, este prezent în baza de date datorită faptului că exercită o influență majoră asupra pieței forței de muncă.²⁰

²⁰ Datele care se referă la populația întinderii mici provin din cercetare reprezentativă făcută cu metoda chestionarului. Am pus întrebarea într-o formă deschisă („Dumneavoastră unde lucrați?”), pe care l-am codificat cu numele așezării, în afară de situația în care actorul social a lucrat în Austria, în acest caz țara. Dacă răspunsul dat s-a referit la locul de muncă, atunci i-am întrebat unde se găsește acest loc de muncă și tot așa am dat un cod

Din imagine *se vede* și din care localități merg oamenii la Kőszeg să lucreze, din ce parte merg oamenii deopotrivă la Kőszeg și Lukácsháza etc.

Putem să citim toate aceste informații de pe imagine datorită faptului că NetDraw este un soft care analizează în timp ce desenează: face o serie de operații repetitive (iterații) ca în cele din urmă actorii sociali care se găsesc în aceeași situație să ajungă unul lângă celălalt. În conceptul de bază actorii sociali centrali se vor găsi în mijloc, în jurul acestora ajung actorii sociali care sunt în relație cu acestea, actorii care se leagă de același membru ocupă poziție alăturată, iar actorii sociali izolați în colțul de sus din stânga. Putem să regrupăm imaginea grafică pe baza altor criterii, de exemplu, ca actorii sociali să fie în cerc sau grupându-i conform scalării multidimensionale. Putem să intervenim și manual și să mai alterăm imaginea, dacă prindem cu *mouse*-ul punctele și le tragem într-o anumită parte - în acest caz și legăturile de relație vor fi, bineînțeles, alungite. Dacă imaginea este precum am dori-o putem să o salvăm ca un fișier de imagine (*Save diagram as*).

Părerile induse de imaginea grafică, trebuie să le confirmăm, bineînțeles, și cu metode de analiză matematico-statistică. În cazul unui număr mic de elemente, precum în cazul exemplului nostru, putem să ne formăm niște opinii, bănuieli și prin „*metoda privirii*”, însă în cazul unui număr mai mare de elemente, în cazul mai multor sute sau mai multor mii de relații, imaginea grafică este de nepătruns, din această cauză chiar și bănuielile noastre trebuie să se bazeze pe analiza cu ajutorul matricelor.

În timp ce NetDraw este prin excelență un pachet de programe grafice, cu posibilități de analiză limitate, programul sloven *Pajek* este un software matematico-statistic, care este capabil să facă analiză de rețea, pe deasupra asigură posibilități grafice asemănătoare ca NetDraw. Dacă alegem din icoanele Ucinet meniul „păjanjen otrăvitor” apare o nouă fereastră cu numele de *Export to Pajek*. Dacă alegem cele trei puncte din rândul de sus (*import dataset*) putem să căutăm și să alegem baza de date pe care o dorim. Lansăm comanda (*Ok*), după care permitem descărcarea programului *Pajek*. În acest moment apar două ferestre noi, trebuie să alegem cel pe care scrie *Pajek*. În rândul de sus se poate vedea că programul a deschis baza de date căutată. Am putea să analizăm datele în *Pajek*, însă acest manual nu se ocupă cu posibilitățile de analiză a programului *Pajek*. Pentru reprezentarea grafică trebuie să alegem meniul *Draw-Draw*. Alegând acesta apare o nouă fereastră, sus cu meniuri, sub acesta o figură gri, asemănătoare celei de dinainte. *Pajek* este un soft potrivit pentru analiza și desenarea rețelelor mari, din această cauză grafica ca setare de bază desenează niște punctulețe și nu prezintă etichete. Dacă dorim să schimbăm ceva, în meniul *Options* putem să alegem dintre posibilitățile de setare: setarea etichetelor, direcțiilor, mărimilor etc. Imaginea gata făcută poate fi salvată din meniul *Export* în format grafic (vezi pagina următoare).

așezării. Dacă răspunsul a fost „acasă”, „local” etc. le-am dat, bineînțeles, codul așezării în care am primit acest răspuns. Rezultatele arată că în afară de localitățile așezării mici, doar Szombathely reprezintă o importantă influență de atragerea a forței de muncă, celelalte ținte nu au ajuns la pragul în care le-am fi introdus în analiză.

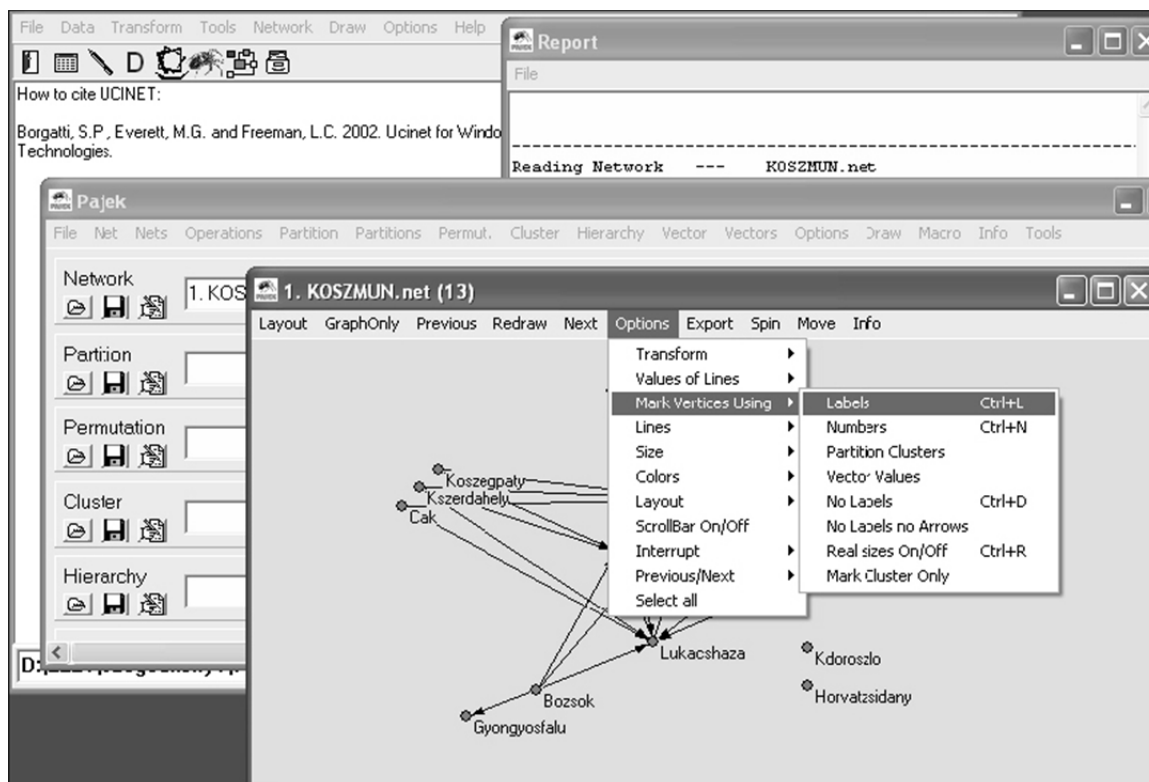


Fig. 7.5. Desenare cu Pajek. Exemplu: unde și de unde plecat oamenii la lucru în zona Kőszeg, în 1998

Fișierul de date *Mage* a fost creat inițial pentru ajutarea cercetărilor microbiologice. Compușii organici ai biochimiei alcătuiesc lanțuri lungi și complexe, pe care cercetătorilor le-a fost greu să le vizualizeze. Machetele moleculelor sunt un mare ajutor cercetătorului, deoarece acesta poate să o privească, să o rotească, poate să analizeze așezarea spațială a anumiților atomi etc. *Mage* creează, în principiu, macheta legăturilor în spațiu și prezintă proiecția lor pe un mic monitor. Figura *Mage* are efect tridimensional, poate fi învârtită, iar proiecțiile pot fi salvate ca fișiere de imagine. Pentru o înțelegere mai ușoară unii actori sociali pot fi etichetați.

Mage poate fi deschis prin alegerea rețelei în formă de cerc dintre icoanele Ucinet, asemănător Pajek-ului. Pe fereastra care se deschide în mijloc se poate vedea figura pe un fundal negru, în partea dreaptă meniurile. Cu meniul putem să lansăm și să închidem etichetele, reprezentarea nodurilor sau a muchiilor, putem modifica contrastul imaginii, putem să vedem de aproape un amănunt. Putem să schimbăm direcția imaginii prin atingerea fundalului negru, uitându-ne la imagine dintr-un nou unghi. Nu putem, însă, să schimbăm forma grafului, nodurile nu pot fi așezate alt undeva. Acest lucru este o problemă, mai ales în momentul în care într-o rețea de saturație mare există câțiva actori sociali izolați. Algoritmul grafic al fișierului de date *Mage* consideră elementele îndepărtate ca un grup separat, și împarte spațiul în mod egal între grupuri. Ca rezultat, înghesuie rețeaua de saturație mare într-o grămadă mică în mijlocul ecranului, din care nu putem să deslușim nimic. Din această cauză *Mage* poate fi folosit mai ales în cazul în care dorim să reprezentăm o rețea cu saturație mică, cu elemente puține, în care nu reprezentăm elementele izolate, adică elementele fără relație. *Mage* merită să fie folosită nu numai datorită faptului că putem să contemplăm rețeaua din mai multe perspective, ci și datorită faptului că graficele 3D arată bine în viitorul nostru studiu.

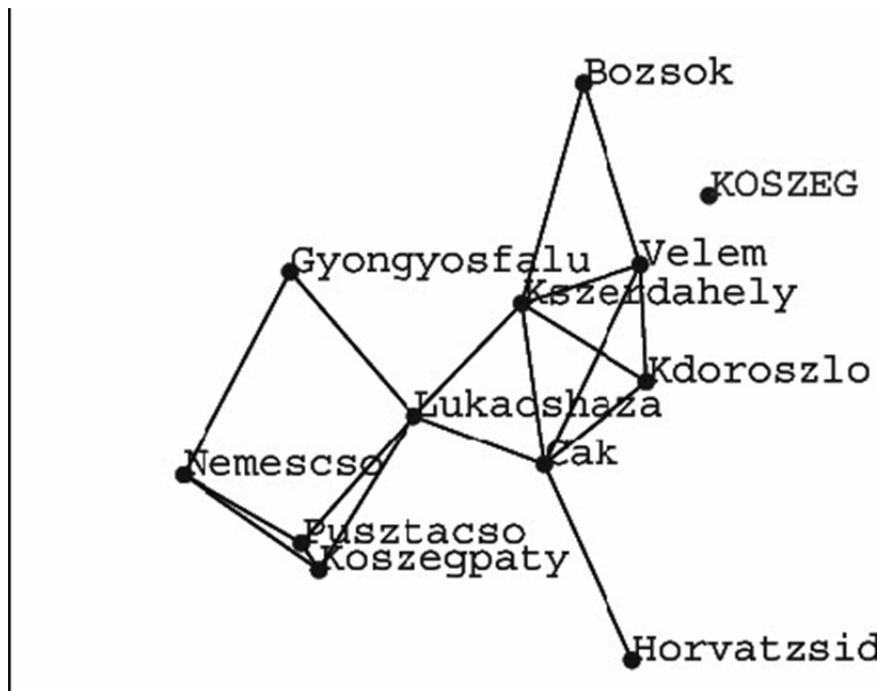


Fig. 7.6. Programul Mage. Exemplu: unde și de unde se mută oamenii în zona Kőszeg

Rolul vizualizării este, în primul rând, ca rezultatele unei cercetări să le putem publica în formă simplă, inteligibilă. Figura 7.2. a prezentat elementele unei rețele compuse din patru elemente în forma unui graf și a unei matrice. Putem să ne convingem de faptul că *la prima vedere* un graf ne spune mult mai multe decât o matrice. Această caracteristică a grafurilor este un avantaj - mai ales în cazul cercetărilor aplicate. În cazul unui plan de dezvoltare, ordonatorul lucrării și colegii de la serviciile de specialitate, foarte probabil, nu se vor adânci în interpretarea matricelor de date; ei vor niște comunicări clare, transparente.

Graful este util atunci, dacă oglindește exact ceea ce dorim să spunem. Prima dată trebuie să decidem, așadar, ce fel de mesaj dorim să transmitem pe baza analizei. După faza de analiză, profitând de posibilitățile grafice ale softurilor prezentate, este indicat să creăm diagrame noi, ilustrative, care-și pot schimba forma, culorile și inscripțiile. Printre studiile de caz prezentăm câteva vizualizări de acest fel, care prezintă rețeaua de relații din învățământul superior din Ungaria.

5. Măsurarea densității

În cazul grupurilor mici de rețea, uitându-ne la figura de relație, ne formăm deja niște idei despre structura rețelei. În aceste cazuri rolul diferitelor calcule este să confirme, sau să ne infirme aceste presupuneri. În cazul unui număr mare de elemente (rețea de dimensiuni mari) chiar și presupunerile pot să apară doar în urma procedurilor de analiză efectuate. În cele ce urmează, pe un exemplu cu puține elemente, prezentăm niște indice (numere) de măsurare a saturației (densitate) - pe baza matricei de date, care ilustrează naveta zilnică a forței de muncă în microregiunea Kőszeg.

Concepte cheie:

- densitate
- densitatea rețelei
- densitatea rețelei Ego.

Densitatea rețelei reprezintă proporția dintre muchiile (legături) existente și cele posibile. Într-o rețea cu n elemente numărul legăturilor posibile este de $n*(n-1)$. Dacă toate legăturile posibile există în realitate, adică toată lumea este în relație cu toată lumea, atunci valoarea saturației este egală cu 1. Dacă saturația are valoarea „0” înseamnă că nimeni nu este în relație cu nimeni. Valoarea saturației este întotdeauna un număr între 0 și 1, a căror valori mai ridicate reprezintă o saturație de rețea mai mare.

Densitatea unor noduri poate fi socotită în mod asemănător densității întregii rețele, iar acesta este proporția dintre legăturile reale a unor noduri și totalul legăturilor posibile. Matricea, după cum am specificat înainte, poate fi simetrică sau asimetrică, funcție de faptul dacă legăturile sunt dirijate sau nu. În cazul matricei asimetrice trebuie să decidem dacă vrem să măsurăm saturația nodurilor pe baza rândurilor, sau a coloanelor, respectiv pe baza liniilor care intră, sau care ies. Numărul legăturilor unor actori, în limbajul profesional, este *grad-ul* punctului, iar numărul liniilor care intră și ies sunt *semigrad-ul exterior și interior*.

În meniul fișierului de date Ucinet cu comanda *Tools – Statistics – Univariate* alegem calculația saturației. Din rândul al doilea al ferestrei care apare putem să alegem dacă dorim să fie făcută saturația întregii matrice sau doar a unor elemente conform rândurilor sau coloanelor. Următorul raport Ucinet conține datele cele mai importante care se referă la întreaga matrice. Baza de date se referă la naveta zilnică a localnicilor din împrejurimile așezării Kőszeg, adică din care localități și unde umblă oamenii să lucreze.

Dintre rândurile de deasupra tabelului, unul (*Diagonal valid? No*) semnalează că diagonala principală, legătura cu sine însuși, în cazul de față angajatul care lucrează în așezarea în care locuiește, nu o interpretăm.

Prima valoare (media, *mean*) a tabelului-raport este saturația. Valoare de 0,135 arată că dintre posibilele legături în realitate există 13,5%. Cu privire la naveta zilnică a împrejurimilor așezării Kőszeg acest lucru înseamnă că din cele mai multe așezări oamenii nu fac naveta în alte așezări, 87% dintre drumurile de navetă posibile în realitate nu există.

Dispersia standard a datelor (*Std. Dev.*) arată ce diferențe se arată în acest domeniu între diferitele așezări. Dacă legăturile ar fi divizate în mod egal, adică în exemplul nostru, în fiecare așezare ar veni oameni din tot atâtea așezări și invers, dispersia ar fi 0.

UNIVARIATE STATISTICS

```
Dimension: MATRIX
Diagonal valid? NO
Input dataset: D:\...\KOSZMUN
```

Descriptive Statistics

```
1
-----
1 Mean 0.135
2 Std Dev 0.341
3 Sum 21.000
4 Variance 0.116
5 SSQ 21.000
6 MCSSQ 18.173
7 Euc Norm 4.583
8 Minimum 0.000
9 Maximum 1.000
10 N of Obs 156.000
```

```
Statistics saved as dataset D:\...\UnivariateStats
```

```
-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 28 mar 04 21:11:25
Copyright (c) 1999-2004 Analytic Technologies
```

Valoarea dispersiei poate fi interpretată în comparație cu media generală. În acest caz împrăștierea este de 0,341, adică de două-trei ori mai mare decât media generală, acesta este considerată foarte mare, ceea ce înseamnă că legăturile sunt divizate deosebit de disproporționat. Acesta înseamnă în exemplul nostru, că așezările întinderii mici în care am făcut cercetarea au un rol inegal pe piața forței de muncă.

„Sum” reprezintă numărul total al legăturilor, în cazul nostru există 21 de relații între așezări. Pe baza acestui lucru am putea să socotim valoarea saturației și cu un raport: valoarea saturației=legături existente/posibile, în cazul celor 13 așezări $21/13*12=0,1346$.

Ultima valoare a coloanei, număr cazuri (*N. Of observations*), fiind vorba de analiza de rețea, nu se referă la actori sociali, ci la legături. În cazul celor 13 așezări, numărul legăturilor $diadă\ n*n-1$, adică $13*12$, în cazul nostru 156.

Celelalte informații, de obicei, nu au prea mare semnificație. *Varianța* este pătratul dispersiei, suma la pătrat (*Ssq*: sum of squares) în cazul unei variabile dihotome este aceeași ca „sum”, iar valorile minime și maxime sunt, bineînțeles, 0 și 1, deoarece doar aceste două valori există în matricea noastră de date.

```
Dimension:          COLUMNS
Diagonal valid?    NO
Input dataset:      D:\...\KOSZMUN
```

Descriptive Statistics

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|----|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Koszeg | Pusztá | Nemes | Gyongy | Lukacs | Horvat | Velem | Cak | Bozsok | Kszerd | Kloros | KOSZEG | Szamba |
| 1 | Mean | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.083 | 0.500 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.667 | 0.500 |
| 2 | Std Dev | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.276 | 0.500 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.471 | 0.500 |
| 3 | Sum | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 1.000 | 6.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 8.000 | 6.000 |
| 4 | Variance | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.076 | 0.250 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.222 | 0.250 |
| 5 | SSQ | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 1.000 | 6.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 8.000 | 6.000 |
| 6 | MCSSQ | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.917 | 3.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 2.667 | 3.000 |
| 7 | Enc Norm | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 1.000 | 2.449 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 2.828 | 2.449 |
| 8 | Minimum | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| 9 | Maximum | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 1.000 | 1.000 |
| 10 | N of Obs | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 |

Dacă în baza de date există și alte valori în afară de 0 și 1 atunci algoritmul care măsoară densitatea nu funcționează corect, adică nu ne va da raportul dintre legăturile posibile și cele reale, ci un rezultat ininterpretabil. Este interesant să vedem, cât de diferite sunt rezultatele, dacă într-o simplă bază de date în locul cifrei 1 scriem o altă valoare. Acest lucru, de altfel, este adevărat în cazul tuturor procedeelelor pe care le prezentăm în acest manual, toate funcționează corect doar cu variabile dihotome. Exemplul nostru s-a referit doar la cele 13 așezări ale unei întinderi mici. Acum să ne imaginăm, că în cazul unei mulțimi imense, primim un rezultat asemănător. Fără îndoială informația primită nu ar spune prea multe, însă ar putea să ne sugereze următoarea întrebare: dacă legăturile într-adevăr sunt divizate în mod inegal între actori, atunci care sunt oare centrele de legătură. O altă întrebare: ceilalți actori sunt periferici în aceeași măsură sau există și aici diferențe. Aplicând acestea la exemplul nostru: există un singur centru al forței de muncă în zonă, sau mai multe; există, sau nu diferențe din perspectiva navetei zilnice între unele așezări. Pentru a răspunde la aceste întrebări, este nevoie să efectuăm analiza *densității rețelei Ego*. La măsurarea *densității rețelei Ego* trebuie să decidem dacă cercetăm pe baza rândurilor sau a coloanelor, adică pe baza semigradelor exterioare sau interioare. Dacă – în exemplul nostru – suntem dornici să aflăm care localitate joacă rolul de centru al pieței forței de muncă, unde merg oamenii la lucru, atunci trebuie să facem o statistică conform coloanelor.

Din baza de date se vede clar că saturația așezării Kőszeg conform semigradului interior este de 66,7% , adică din o treime a așezărilor microregiunii oamenii se duc la Kőszeg să lucreze. Din jumătatea așezărilor umblă la Szombathely și la fel din jumătatea așezărilor la Lukácsháza. La celelalte așezări practic, nu se duc de nicăieri, naveta zilnică spre centre este unilaterală.

6. Măsurarea centralității

Indicele de măsurare al *centralității* funcționează pe un principiu asemănător saturației rețelei Ego. Saturația măsoară proporția legăturilor reale și posibile, iar centralitatea măsoară câte legături deține un actor anume dintre legăturile existente real. Ne dăm seama ușor, că centralitatea a fost inventată anume pentru analiza rețelei Ego: în cazul unei rețele întregi, proporția legăturilor reale ar trebui comparate cu sine însuși, adică valoarea ar fi 1. Centralitatea măsoară, în primul rând, particularitatea de rețea Ego, cuprinde, însă, și informații care se referă la întreaga rețea. Hanneman (2001: 60)²¹ consideră centralitatea ca fiind una dintre cele mai importante valori numerice din sfera științelor sociale, după părerea lui, centralitatea este indicatorul de măsurare al coeziunii și al puterii sociale.

Concepte cheie:

- centralitate (*centrality*);
- grad
- număr de grad Freeman
- apropiere
- *betweenness*
- vector propriu
- indicele de putere Bonachich (*Bonachich power*).

Cel mai evident indicator de măsurare al centralității compară numărul legăturilor (grade) unor puncte cu toate legăturile. Acesta este numit grad de centralitate (*degree centrality*). Indicatorul de măsurare a fost nuanțat de sociologul Linton Freeman (1979)²², în practică folosim, de obicei, *grad de centralitate a lui Freeman (Freeman's degree centrality)*.

În cazul relațiilor dirijate, pe baza *grad-ului*, putem să precizăm care actor social are *prestigiu ridicat* (care are un *semigrad interior* mai mare decât *exterior*) sau o *influență mare* (*semigrad exterior* mai mare decât cel *interior*).

În afara gradului de centralitate, stau la dispoziție mai mulți indicatori de măsurare. Dintre operațiile care pot fi efectuate cu Ucinet, cu indicatorii de măsurare (pe numele lor în limba engleză) *reach centrality*, *flow betweenness*, *power*, *information* și *influence centrality* nu ne ocupăm în acest manual din cauza problemelor de amploare.

Rezultatul următor l-am obținut din matricea de date deja prezentată despre navetiștii microregiunii Kőszeg. Din meniul Ucinet am dat comanda *Network – Centrality – Multiple measures*. În acest caz programul socotește centralitatea bazându-se pe patru algoritmi: gradul Freeman (*degree*), apropiere (*closeness*), *betweenness* și vector propriu (*eigenvector*).

²¹ Hanneman, Robert A. 2001: *Introduction to Social Network Methods*. Riverside: University of California.

²² Freeman, Linton M. 1979: *Centrality in Social Networks: Conceptual Clarification*. In: *Social Networks* 1:215-239.

MULTIPLE CENTRALITY MEASURES

Input dataset: D:\...\KOSZMUN
 Output centrality measures: D:\...\Centrality

Normalized Centrality Measures

| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|---------------|--------|-----------|-------------|-------------|
| | | Degree | Closeness | Betweenness | Eigenvector |
| 1 | Koszegpaty | 16.667 | 26.667 | 0.253 | 24.394 |
| 2 | Pusztacso | 25.000 | 27.273 | 0.253 | 38.828 |
| 3 | Nemescsso | 16.667 | 26.667 | 0.000 | 27.851 |
| 4 | Gyongyosfalu | 8.333 | 23.529 | 0.000 | 8.501 |
| 5 | Lukacsghaza | 66.667 | 31.579 | 16.162 | 68.943 |
| 6 | Horvatzsidany | 0.000 | 7.692 | 0.000 | 0.000 |
| 7 | Velem | 25.000 | 27.273 | 0.253 | 38.828 |
| 8 | Cak | 16.667 | 26.667 | 0.000 | 27.851 |
| 9 | Bozsok | 33.333 | 28.571 | 13.889 | 40.607 |
| 10 | Kszerdahely | 25.000 | 27.273 | 0.253 | 38.828 |
| 11 | Kdoroszlo | 0.000 | 7.692 | 0.000 | 0.000 |
| 12 | KOSZEG | 66.667 | 31.579 | 20.455 | 64.090 |
| 13 | Szombathely | 50.000 | 30.000 | 9.091 | 52.429 |

Pe parcursul tehnicii, algoritmul nu include direcțiile legăturilor în analiză, adică matricea devine simetrică. Din această cauză tehnica – după cum vom vedea – este practic nepotrivită pentru analiza unui exemplu concret, adică pentru cercetarea legăturilor ale pieței forței de muncă dintr-o întindere mică.

Cititorii acestui manual, în cele ce urmează, se vor instrui în mod autodidact. Se știe, că în această situație, omul, de cele mai multe ori învață din propriile greșeli; de exemplu, când suspectează, că valorile analizei contrazic rezultatele scontate de pe urma unor considerente raționale. Sperăm că exemplul „incorect” de față este mai aproape de realitate și din această cauză se pot învăța mai multe din acesta, decât dintr-o analiză adecvată. După analizele „incorecte” prezentăm și o analiză „corectă”, acela, însă, doar cu o singură modalitate de măsurare.

În cazul operării cu metoda centralității bazată pe gradul Freeman se scade din cel mai înalt grad constatat suma diferențelor celorlalte grade (numărător), iar rezultatul se împarte cu cea mai mare diferență teoretic posibilă (numitor). Coeficientul este standardizat, valoarea este 1, în cazul când un actor central ține laolaltă o rețea și valoarea este 0, atunci, dacă fiecare actor deține exact același număr de legături. (cercetătorilor începători le este, de obicei, mai ușor să opereze cu date nestandardizate, adică să cerceteze numeric *semigradele exterioare și interioare*). Pe baza rezultatelor, Kőszeg și Lukácsghaza dispun de o rețea a pieței forței de muncă locale mai amplă, decât Szombathely. Unele sate dispun de o valoare de 0,25-0,33, altele de 0,16. Pe baza rezultatelor, centralitatea așezării Kőszeg nu pare a fi din cale afară de mare, ca și în cazul rezultatelor de saturație. Rezultatele ne indică o piață a forțelor de muncă echilibrată unde mulți merg să lucreze în multe locuri. Trebuie să ne dea de bănuț! Aceste rezultate bizare apar datorită transformării legăturilor în legături simetrice. În realitate către Lukácsghaza se face naveta chiar din atâtea așezări ca și către Szombathely, numai că și din Lukácsghaza se duc la lucru în altă parte, fapt ce nu este arătat în mod clar de analiza simetrică. Algoritmul de analiză diminuează și rolul de conducere al așezării Kőszeg: deși în întinderea mică are relație aproape cu toate localitățile și celelalte așezări au în mod caracteristic 2-3 relații, astfel avansul nu este evident. Atunci s-ar evidenția, dacă am lua în considerare și direcția legăturilor și ar ieși la iveală că toate legăturile așezării Kőszeg se direcționează spre interior (*semigrad interior*), iar legăturile celorlalte așezări spre exterior (*semigrad exterior*).

Prima critică adusă gradului de centralitate a specificat faptul că indicatorul de măsurare, nu măsoară decât legăturile directe, lăsând deoparte „legăturile legăturilor”.

Distanța geodezică dintre două puncte indică prin câți actori pot să vină în contact cele două puncte unul cu altul. Două puncte sunt *apropriate* într-o rețea dacă se ating dintr-un (sau cât mai puține) pas(i). *Centralitatea de apropiere* observă din câți pași ajunge punctul desemnat la toate punctele rețelei, comparând acest lucru cu parametrii asemănători ai tuturor punctelor (adică cu suma *distanțelor geodezice*). Centralitatea de apropiere a unei rețele Ego este mare în cazul în care poate să ajungă la cei mai mulți actori direct, sau în puțini pași, iar alți actori nu pot. Răsfoind la figura 7.4. sau amintindu-ne de indicatorul densității rețelei Ego, putem să concludem că Kőszeg și Szombathely trebuie să aibă o centralitate deosebită. Însă conform rezultatelor prezentelor analize, centralitatea de apropiere a tuturor așezărilor este în jur de 30%. Când observăm ceva de acest gen este timpul să ne îndoim de rezultate! Explicația: algoritmul nu funcționează în cazul în care în rețea există și actori izolați. Se poate vedea, de exemplu, că în cazul nostru Horvátzsidány (de unde nimeni nu merge la lucru într-o altă localitate și unde nu se merge la lucru dintr-o altă așezare) a primit o valoare de centralitate de apropiere considerabilă. Acest lucru prezintă bine că acest rezultat este nul. Procedura ar trebui repetată după ce am șters rândurile și coloanele actorilor izolați din matricea de date.

Centralitatea *între puncte* (*betweenness*) se bazează pe o considerație total diferită: presupune că un actor social are succes într-o rețea datorită faptului că are un rol de intermediar între două grupuri. Rolul de intermediar nu înseamnă neapărat un rol central, deși și acest lucru este posibil. În cazul de față între diferitele grupuri de navetă dintre așezări, în afară de Kőszeg și Lukácsháza, Bozsok pare să aibă un rol de intermediar. La interpretarea acestui exemplu să nu uităm că am presupus că relațiile sunt simetrice, deși în realitate sunt relații dirijate! Dacă comparăm rezultatele cu figura 7.4. vedem imediat că interpretarea nu este corectă, Bozsok este o localitate ofertantă netă de forță de muncă. Acest rezultat va apărea în cazul analizei repetate în mod asimetric. De altfel, dacă ar fi vorba de o relație simetrică (ne-am uita de exemplu la o hartă a rețelei drumurilor), atunci rezultatul ar oglindi realitatea, deoarece Bozsok ar fi singurul intermediar (să ne uităm la figură) între Gyöngyösfalu și lumea din afară.

Inventatorul centralității socotită pe baza *vectorului propriu* (*eigenvector*) este sociologul Phillip Bonachich²³(1987), și această centralitate este numită după inventatorul său *centralitatea Bonachich sau indicatorul de putere al lui Bonachich* (*Bonachich power*). După cum indică și denumirea de vector propriu, analiza factorială este cea care stă la baza algoritmului. Această procedură se bazează pe un concept asemănător apropierii, însă are în vedere mai mult întreaga rețea, decât mediul local. Aceste avantaje se afirmă doar în cazul rețelelor mari, în cazul rețelelor mici între valorile vectorului propriu și valorile centralității de apropiere diferența este minimă. În cazul de față poate fi constatat, însă, că *indicatorul de putere Bonachich* stă mai aproape de rezultatul rațional, decât centralitatea de apropiere. Acest lucru se întâmplă datorită faptului că algoritmul nu este sensibil la valorile izolate. Rezultatele însă sunt „dubioase” și în acest caz - ar fi bine să repetăm procesul în modul asimetric. Versiunea *Ucinet 6* poate să măsoare centralitatea-Bonachich doar în matricea de date simetrică. Datorită acestui lucru, dând comanda „*Multiple measures*” programul efectuează toate cele patru analize pe baza simetrică. Din această cauză este indicat să nu dăm această comandă, ci să decidem care centralitate dorim să o folosim și să lansăm modul simetric sau asimetric conform matricei de date. Este indicat să calculăm puterea Bonachich doar dacă avem o matrice simetrică și extrem de mare.

Fără să prezentăm toate analizele adecvate, prezentăm aici o analiză de centralitate Freeman. Trebuie să dăm comanda din meniul *Network – centrality – degree*. Rândul al doilea al ferestrei care apare (*Treat data as symmetric*) să o schimbăm pe asimetric (*No*), după care dacă am ales matricea de date corespunzătoare, dăm *OK*.

²³ Bonachich, Phillip 1987: Power and Centrality: A Family of Measures. American Journal of Sociology 92: 1170-1182.

FREEMAN'S DEGREE CENTRALITY MEASURES

Diagonal valid? NO
 Model: ASYMMETRIC
 Input dataset: D:\...\KOSZMUN

| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|---------------|-----------|----------|-----------|----------|
| | | OutDegree | InDegree | NrmOutDeg | NrmInDeg |
| 9 | Bozsok | 4.000 | 0.000 | 33.333 | 0.000 |
| 7 | Velem | 3.000 | 0.000 | 25.000 | 0.000 |
| 2 | Pusztacso | 3.000 | 0.000 | 25.000 | 0.000 |
| 10 | Kszerdahely | 3.000 | 0.000 | 25.000 | 0.000 |
| 5 | Lukacshaza | 2.000 | 6.000 | 16.667 | 50.000 |
| 3 | Nemescso | 2.000 | 0.000 | 16.667 | 0.000 |
| 1 | Koszegpaty | 2.000 | 0.000 | 16.667 | 0.000 |
| 8 | Cak | 2.000 | 0.000 | 16.667 | 0.000 |
| 6 | Horvatzsidany | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| 4 | Gyongyosfalu | 0.000 | 1.000 | 0.000 | 8.333 |
| 11 | Kdoroszlo | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| 12 | KOSZEG | 0.000 | 8.000 | 0.000 | 66.667 |
| 13 | Szombathely | 0.000 | 6.000 | 0.000 | 50.000 |

Prima coloană a rezultatelor conține semigradele exterioare în ordine descrescătoare, iar cea de-a treia conține coeficientul standardizat între 0 și 1, socotit pe baza coeficientului Freeman. Cea de-a doua coloană conține semigradele interioare, iar cea de-a patra prezintă valorile standardizate socotite pe baza semigradelor interioare. Aceste valori sunt acceptabile. Se poate observa, de exemplu, că valoarea mare a localității Kőszeg și a localității Bozsok nu prezintă asemănările, ci cea mai mare diferență posibilă: Kőszeg este actorul social cu *prestigiul* cel mai ridicat iar Bozsok, elementul cu *prestigiul* cel mai scăzut (bineînțeles doar în sensul rețelei de relații). Lukácsháza nu vine nici ea înaintea lui Szombathely deoarece semigradele interioare și exterioare nu sunt adunate. Analiza – de altfel și celelalte analize, pe care însă nu le prezentăm – nu conține constatări doar în ceea ce privește unii actori, ci și referitor la întreaga rețea.

DESCRIPTIVE STATISTICS

| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|----------|-----------|----------|-----------|----------|
| | | OutDegree | InDegree | NrmOutDeg | NrmInDeg |
| 1 | Mean | 1.615 | 1.615 | 13.462 | 13.462 |
| 2 | Std Dev | 1.389 | 2.816 | 11.574 | 23.465 |
| 3 | Sum | 21.000 | 21.000 | 175.000 | 175.000 |
| 4 | Variance | 1.929 | 7.929 | 133.958 | 550.625 |
| 5 | SSQ | 59.000 | 137.000 | 4097.222 | 9513.889 |
| 6 | MCSSQ | 25.077 | 103.077 | 1741.453 | 7158.120 |
| 7 | Euc Norm | 7.681 | 11.705 | 64.010 | 97.539 |
| 8 | Minimum | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| 9 | Maximum | 4.000 | 8.000 | 33.333 | 66.667 |

Network Centralization (Outdegree) = 21.528%
 Network Centralization (Indegree) = 57.639%

NOTE: For valued data, both the normalized centrality and the centralization index may be larger than 100%.

Running time: 00:00:01
 Output generated: 29 mar 04 02:47:51
 Copyright (c) 1999-2004 Analytic Technologies

Cele mai importante informații sunt în ultimele două rânduri de jos, adică centralitatea rețelei, calculată pe baza semigradului interior și exterior. Pe baza semigradului exterior centralitatea rețelei este normală (21,5%), adică pornesc legături în afară de la mulți actori și pe acest plan nu este o diferență mare între ele. Pe baza *semigradului interior*, însă, putem să vorbim despre o

centralizare foarte înaltă, de 57,6%, adică relațiile care pornesc înspre afară sunt acaparate de unele centre. Un rezultat interesant (care concordă cu acesta) prezintă al doilea rând al tabelului - dispersia: în timp ce în cazul *semigradului exterior* măsura dispersiei rămâne sub valoarea medie a *semigradului exterior*, în cazul *semigradului interior* dispersia este de două ori mai mare, decât media gradului în sine. Dacă nu am avea alte cunoștințe despre mulțime, atunci am putea să stabilim doar pe baza acestei informații, că legăturile care pornesc din multe direcții sunt colectate de câteva centre în mod inegal – după cum acest lucru este foarte adevărat în cazul pieței forței de muncă din împrejurimea cercetată.

7. Analiza CONCOR de echivalență structurală

Gama de ustensile a analizei de rețea și pachetul de programe Ucinet conțin o mulțime de proceduri de analiză. Prezentarea acestora nu este posibilă în acest manual. Am ales spre prezentare - în mod arbitrar - două metode de analiză, analiza CONCOR și analiza Qap.

Concepte cheie:

- echivalență structurală,
- analiză de bloc,
- analiză CONCOR.

În cazul datelor de cantitate mare, de multe ori, este indicat să ne străduim să grupăm datele în câteva grupuri și în continuare să tratăm doar legăturile puținelor grupuri mici. Analiza CONCOR – asemănătoare altor tehnici de echivalență – este potrivită chiar pentru acest lucru. La baza grupării stă *echivalența structurală*.

Echivalența structurală nu este chiar o idee nouă. De exemplu, cele mai multe limbi ale culturii omenesci împart, din timpuri străvechi, animalele în grupuri mai mari pe criteriul relațional, conform *asemănării lor structurale* și relațiilor dintre ei, în ierbivori, sau animale de pradă (carnivori). Cercetările zoologice de mai târziu au observat și alte grupuri din lumea animalelor pe baza asemănării locului pe care îl ocupă în lanțul trofic, ca de exemplu insectivori, rozătoare etc.

Să ne uităm la următorul graf simplu!

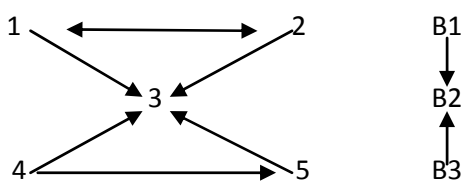


Fig. 7.7. *Echivalența structurală și blocurile*

Să presupunem că numerele reprezintă așezări, iar săgețile arată unde și de unde se duc oamenii să lucreze. Se poate vedea că așezarea cu numărul „3” este un fel de centru, deoarece toată lumea merge acolo. Din așezările „1” și „2” nu umblă doar în așezarea „3”, ci umblă și din unul spre celălalt. Putem să afirmăm că între așezările „1” și „2” nu există nici o deosebire, adică sunt echivalente, bineînțeles doar structural, adică din punct de vedere al legăturilor lor. Dacă în cele ce urmează dorim să manipulăm cele două așezări împreună atunci vom vorbi despre acestea ca „blocul 1.” Centrul cu numărul „3” este și el un bloc, chiar și individual, deoarece structural nu există alt actor asemănător. Să îl numim pe acesta „blocul 2.” În cele din urmă am spune cu plăcere că așezările „4” și „5” formează un nou bloc, însă un observator mai atent poate să descopere o mică diferență între ele. Potrivit figurii, din așezarea „4” umblă oamenii să lucreze în așezarea „5”, însă, acest lucru nu este adevărat și invers.

În luarea deciziei, dacă să clasăm într-un bloc actorii care au o situație asemănătoare, însă nu sunt echivalente structural, ne vin în ajutor diferite algoritmi. Dintre acestea unul dintre cele mai des folosite, care nu este neapărat „cel mai bun” în toate situațiile, este analiza CONCOR. Metoda CONCOR calculează corelație între rândurile și coloanele matricei, rezultatul fiind o matrice corelată. Valorile acestei matrice corelate sunt valori între 1 și 0. După asta calculează corelație între coloanele și rândurile matricei corelate, și așa mai departe. Repetările (iterații) continuă până ce rezultatele unei matrice corelate sunt compuse doar din câteva subgrupuri (submatrice) ale căror elemente au valoarea de 1 sau -1. Acestea sunt considerate câte un bloc, și după aceea ne referim la acestea astfel. Să vedem un exemplu.

Din meniul fișierului de date Ucinet să alegem comanda *Network – Roles and Positions – Structural – CONCOR*, iar din rândul de sus al ferestrei să alegem baza de date care ne trebuie.

Este indicat să reflectăm asupra faptului câte blocuri am dori să primim ca rezultat. Numărul blocurilor trebuie definite dinainte, la fel ca în cazul analizei de clustere ierarhice, numărul clusterelor. În cazul analizei CONCOR, numărul blocurilor depinde de câte ori desfacem în două (*split*) blocurile. Ca rezultat al unei desfaceri primim două blocuri, la două împărțiri patru, la trei șase, și așa mai departe. La prima lectură, fără îndoială, acesta pare o regulă ușoară, totuși este probabil că mulți greșesc; la acest lucru se face aluzie prin faptul că programatorii de soft au specificat în paranteză lângă întrebarea „adâncimea maximă a împărțirilor” – („nu a blocurilor!”) (*max. depth of splits (not blocks)*).

Să facem o analiză CONCOR în două, respectiv în trei *split*-uri pe matricea noastră de date cunoscută!

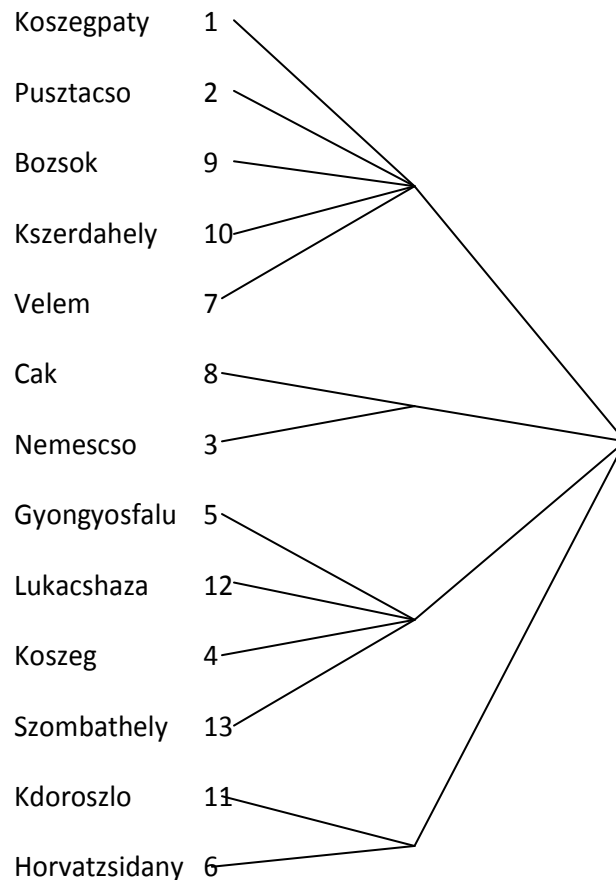


Fig. 7.8.a. Dendogramă și elementele celor patru blocuri după două split-uri

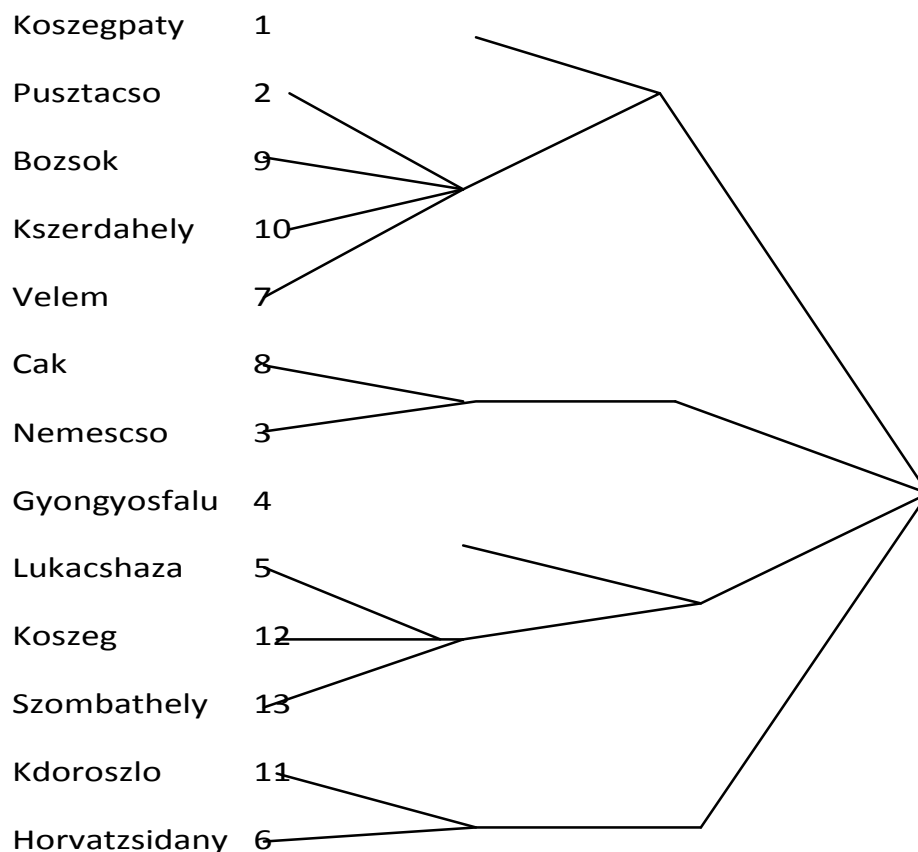


Fig. 7.8.b. Dendrogramă și elementele celor șase blocuri după trei split-uri

Decizia asupra folosirii variantei de 4, sau de 6 blocuri aparține cercetătorului, la fel ca de exemplu, decizia asupra numărului de grupuri în cazul analizei clusterelor ierarhice. În cazul de față nu are sens alcătuirea de blocuri, deoarece este inutil să scădem matricea care cuprinde 13 elemente, în una care să aibă 6 sau 4 elemente. De dragul exemplului să rămânem la împărțirea în 6 blocuri. Aici se separă evident punctele izolate (2 bucăți) și actorii sociali cu centralitate mare (Kőszeg, Szombathely, Lukácsháza). Analiza CONCOR prezintă următoarele date:

PARTITION DIAGRAM

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|------------------|--------------|------------|-----|--------|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | | | | | | H |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | G | | | | | | | | o |
| | | K | | | | y | S | | | | | | | r |
| | K | s | | | | o | L | | | | | | | v |
| | o | P | z | | | n | u | | | | | | o | K |
| | s | u | e | | | N | g | k | | | | | m | d |
| | z | s | r | | | e | y | a | | | | | b | o |
| | e | z | B | d | | m | o | c | | | | | K | a |
| | g | t | o | a | | v | e | s | | | | | O | t |
| | p | a | z | h | e | s | f | h | | | | | S | h |
| | a | c | s | e | l | C | c | a | | | | | Z | e |
| | t | s | o | l | e | a | s | l | | | | | E | l |
| | y | o | k | y | m | k | o | u | | | | | G | y |
| | | | | | | | | | | | | | | y |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | 1 | | | | 1 | 1 | 1 | | | | | |
| Level | 1 | 2 | 9 | 0 | 7 | 8 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 1 | 6 | |
| ----- | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 3 | . | XXXXXXXX | XXX | . | XXXXXX | XXX | | | | | | | | |
| 2 | XXXXXXXXXXXX | XXX | XXXXXXXXXX | XXX | | | | | | | | | | |
| 1 | XXXXXXXXXXXXXXXX | XXXXXXXXXXXX | | | | | | | | | | | | |

CONCOR

 Diagonal: Reciprocal
 Max partitions: 3
 Input dataset: D:\...\KOSZMUN

Initial Correlation Matrix

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|----|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | Kosze | Puszt | Nemes | Gyong | Lukac | Horva | Velem | Cak | Bozso | Kszer | Kdoro | KOSZE | Szomb |
| 1 | Koszegpaty | 1.00 | 0.80 | 0.46 | -0.06 | 0.43 | 0.00 | 0.80 | 0.46 | 0.68 | 0.80 | 0.00 | -0.22 | -0.18 |
| 2 | Pusztacso | 0.80 | 1.00 | 0.80 | -0.07 | 0.22 | 0.00 | 1.00 | 0.80 | 0.85 | 1.00 | 0.00 | -0.26 | -0.21 |
| 3 | Nemescsso | 0.46 | 0.80 | 1.00 | -0.06 | 0.05 | 0.00 | 0.80 | 1.00 | 0.68 | 0.80 | 0.00 | -0.22 | -0.16 |
| 4 | Gyongyosfalu | -0.06 | -0.07 | -0.06 | 1.00 | 0.30 | 0.00 | -0.07 | -0.06 | 0.00 | -0.07 | 0.00 | 0.30 | 0.37 |
| 5 | Lukacshaza | 0.43 | 0.22 | 0.05 | 0.30 | 1.00 | 0.00 | 0.22 | 0.05 | 0.14 | 0.22 | 0.00 | 0.65 | 0.47 |
| 6 | Horvatzsidany | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7 | Velem | 0.80 | 1.00 | 0.80 | -0.07 | 0.22 | 0.00 | 1.00 | 0.80 | 0.85 | 1.00 | 0.00 | -0.26 | -0.21 |
| 8 | Cak | 0.46 | 0.80 | 1.00 | -0.06 | 0.05 | 0.00 | 0.80 | 1.00 | 0.68 | 0.80 | 0.00 | -0.22 | -0.16 |
| 9 | Bozsok | 0.68 | 0.85 | 0.68 | 0.00 | 0.14 | 0.00 | 0.85 | 0.68 | 1.00 | 0.85 | 0.00 | -0.30 | -0.24 |
| 10 | Kszerdahely | 0.80 | 1.00 | 0.80 | -0.07 | 0.22 | 0.00 | 1.00 | 0.80 | 0.85 | 1.00 | 0.00 | -0.26 | -0.21 |
| 11 | Kdoroszlo | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.00 | 0.00 | 0.00 |
| 12 | KOSZEG | -0.22 | -0.26 | -0.22 | 0.30 | 0.65 | 0.00 | -0.26 | -0.22 | -0.30 | -0.26 | 0.00 | 1.00 | 0.82 |
| 13 | Szombathely | -0.18 | -0.21 | -0.16 | 0.37 | 0.47 | 0.00 | -0.21 | -0.16 | -0.24 | -0.21 | 0.00 | 0.82 | 1.00 |

Density Matrix

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.667 |
| 2 | 0.000 | | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.667 |
| 3 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.250 | 1.000 |
| 4 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| 5 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | | 0.000 |
| 6 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.333 |

R-squared = 0.775

First order actor-by-actor correlation matrix saved as dataset Concor1stCorr
 Partition-by-actor indicator matrix saved as dataset ConcorCCPart
 Permutation vector saved as dataset ConcorCCPerm

 Running time: 00:00:01
 Output generated: 29 mar 04 06:07:29
 Copyright (c) 1999-2004 Analytic Technologies

ation 1
 ocked Matrix

| | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|---|---------------|-----|---|---------|-----|---|-------|
| | | 8 3 | 1 | 0 2 9 7 | 1 6 | 4 | 5 2 3 |
| | | C N | K | K P B V | K H | G | L K S |
| 8 | Cak | | | | | | 1 1 |
| 3 | Nemescsso | | | | | | 1 1 |
| 1 | Koszegpaty | | | | | | 1 1 |
| 0 | Kszerdahely | | | | | | 1 1 1 |
| 2 | Pusztacso | | | | | | 1 1 1 |
| 9 | Bozsok | | | | | 1 | 1 1 1 |
| 7 | Velem | | | | | | 1 1 1 |
| 1 | Kdoroszlo | | | | | | |
| 6 | Horvatzsidany | | | | | | |
| 4 | Gyongyosfalu | | | | | | |
| 5 | Lukacshaza | | | | | | 1 1 |
| 2 | KOSZEG | | | | | | |
| 3 | Szombathely | | | | | | |

Dintre mulțimea de date, matricea de pornire este practic lipsită de interes. Diagrama de partajare, în schimb, arată care sunt actorii pe care programul i-a separat încă în prima fază (între acestea se prezintă diferența cea mai mare), pe care în a doua și pe care în a treia fază. Matricea care este compusă din blocuri prezintă cum au arătat valorile locale după ultimele iterații, pe baza cărora am alcătuit blocurile. Pentru noi, cea mai importantă este ultima informație, tabelul care arată legăturile blocurilor (*density matrix*). Pe baza matricei de legături a blocurilor poate fi schițată graful simplificat, compus din blocurile rețelei de relații, care în cazul de față arată astfel:

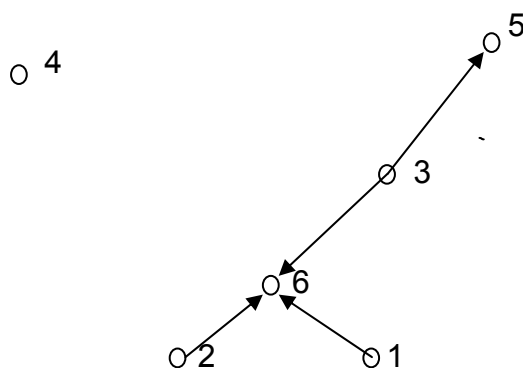


Figura 7.9. Legăturile blocurilor: procesul simplificat al navetei zilnice în întinderea așezării Kőszeg

8. Compararea matricelor cu corelația QAP

În timp ce analiza CONCOR servește la stabilirea asemănărilor în interiorul unei rețele mari și la formarea blocurilor mai mici, analiza QAP poate compara diferite matrice de date. (Krackhardt, David 1987: QAP Partialling as a Test of Spuriousness. *Social Networks* 9: 171-186., Biblioteca Akadémiai). Pe parcursul analizei pot fi comparate doar matrice pătratice de egală mărime (adică de tip $n \times n$). Aceasta poate părea o regulă prea strictă, în realitate însă, nu este, deoarece în majoritatea cazurilor chiar avem nevoie de acest lucru. Datele care se referă la aceeași mulțime, însă, care au fost culese după variate criterii, pot fi cercetate laolaltă cu ajutorul acestei metode. S-ar putea ca o matrice să provină dintr-o cercetare comparativă, sau să fie o dată planificată pentru un model oarecare și vrem să aflăm diferența dintre model și datele reale.

Conceptele cheie ale analizei de corelație QAP:

- corelație de matrice
- generarea unei matrice în mod întâmplător cu permutația rândurilor și a coloanelor
- corelațiile care se abat în mod semnificativ de la modul întâmplător.

Corelația QAP servește la măsurarea asemănării dintre două matrice, rezultatul final specifică dacă în spatele corelației de matrice a două mulțimi de date există, sau nu o relație de cauzalitate. În funcție de ipoteza cercetării date, pe parcursul analizei, una dintre matrice este considerată matricea care *trebuie observată sau dependentă*, iar cealaltă matrice este matricea *model sau independentă*. De obicei, să ne abținem de la compararea rețelelor simetrice și asimetrice. Deși se poate calcula corelația dintre cele două matrice, totuși întrebarea este cum interpretăm rezultatul. Legătura asimetrică într-o matrice de date apare odată, iar într-una asimetrică de două ori. Dacă apreciem, de exemplu, că din două puncte de vedere cam tot aceiași actori sunt în relație unul cu celălalt, uităm doar faptul că într-un caz legăturile sunt nedirijate iar în celălalt sunt dirijate și prin excelență asimetrice. În acest caz, însă, nu vom putea adevăra asemănarea cu corelația QAP, deși structural cele două rețele sunt într-adevăr asemănătoare.

Algoritmul este alcătuit din doi pași. Programul calculează în prima fază coeficientul de corelație Pearson (și alți indicatori de măsurare) între celulele potrivite ale matricelor de date. În al doilea pas rândurile și coloanele matricei model (independente) sunt permutate în mod aleatoriu, *random* producând matrice în mod întâmplător și recalculază de fiecare dată corelația dintre matricea (dependentă) observată și matricea creată random. Acest al doilea pas poate fi repetat de sute de ori; setarea de bază a Ucinet-ului este 500 de permutări, însă dacă vrem să avem un rezultat exact, putem să cerem mai multe mii de permutații.

Metoda QAP numără cazurile în care corelația matricei generată în mod întâmplător este mai mare sau egală cu corelația măsurată în primul pas. Dacă există multe asemenea cazuri atunci raportul cercetat inițial poate fi considerat și el întâmplător, adică nu există corelație între cele două matrice cercetate. Însă, dacă aria matricelor generate la întâmplare cu corelație potrivită este limitată, acesta indică că asemănarea celor două matrice nu este întâmplătoare.

Ca exemplu să comparăm datele de navetă zilnică ale întinderii mici din jurul localității Kőszeg cu rețelele de cooperare ale consiliilor locale în ceea ce privește școlile susținute în comun. Figura de mai jos arată cele două rețele de relații:

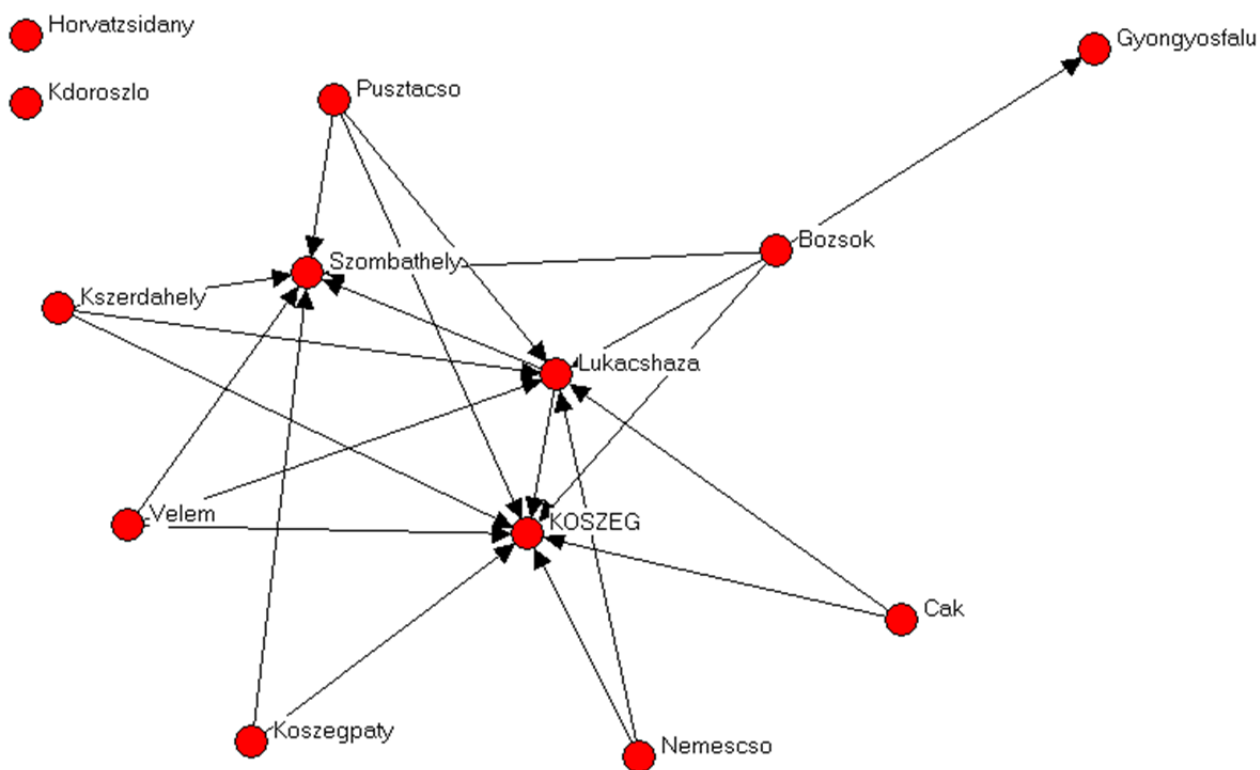


Fig. 7.10. Rețeaua navetei zilnice

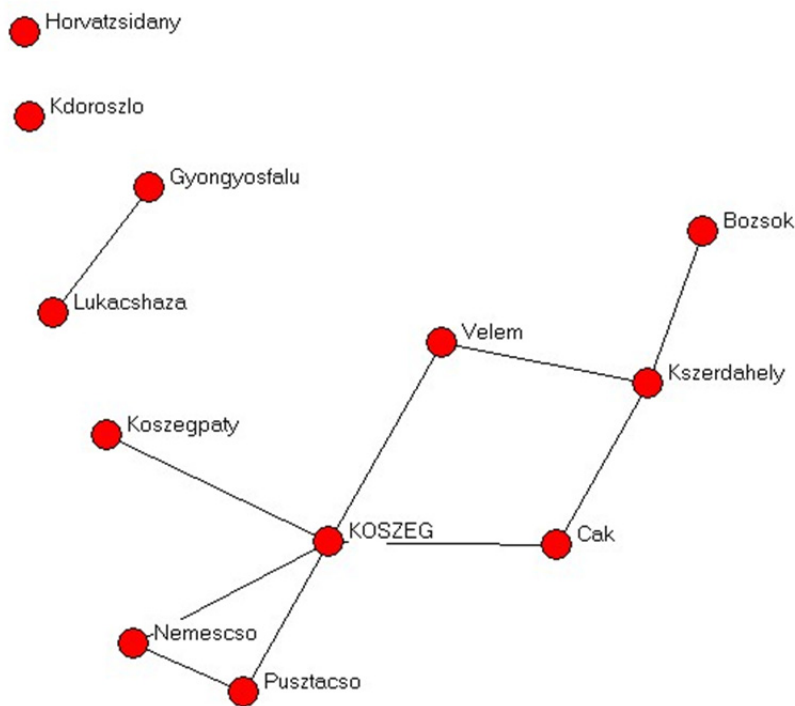


Fig. 7.11. Rețeaua de cooperare a consiliilor locale în împrejurimile așezării Kőszeg

Deoarece este vorba despre o rețea simplă și de dimensiuni mici, se poate vedea fără nici un fel de analiză, doar aruncând o privire, că rețelele nu sunt asemănătoare. Pe baza navetei zilnice putem să observăm o rețea de saturație mare și cu o centralitate ridicată, ale cărei centre sunt Kőszeg, Lukácsgháza și Szombathely. Activitatea comună a consiliilor locale de finanțare a școlilor se organizează însă în primul rând, pe baza apropierii geografice, și din această cauză aici se conturează sistemele de relație „tradițională” a întinderilor mici. Pe o parte se găsesc localitățile Velem, Cák, Kőszegszerdahely și Bozsok, în timp ce de cealaltă parte Nemescsó, Pustacsó, Kőszegpaty; cele două grupuri sunt legate de Kőszeg.

Compararea celor două matrice de date conține două mari greșeli din care cauză în realitate nu ar fi voie calcularea corelației QAP. Exemplele „proaste” sunt aplicate mai ales pentru prezentarea unor astfel de puncte de vedere –cu scop didactic.

Pe de o parte, rețeaua instituțiilor susținute în comun se bazează pe reciprocitate, adică este compusă din legături neregulate, în timp ce direcția în care se merge la muncă are un sens, adică această legătură este dirijată. După cum am mai specificat acest lucru, nu este indicat să comparăm rețelele simetrice și asimetrice. În cazul de față pe parcursul analizei, rețeaua care oglindește susținerea școlii va părea mai saturată, iar rețeaua navetei zilnice mai rară, indicatorii de măsurare ale asemănării dintre cele două vor fi mai mari, decât cum ar fi rațional.

Pe de altă parte, cele două rețele nu sunt de aceeași mărime: întinderea mică conține 12 așezări, însă din perspectiva navetei zilnice și așezarea Szombathely din apropiere este o țintă importantă, matricea de date este compusă din 13 elemente. Metoda QAP poate compara doar matrice de aceleași mărimi, adică trebuie să includem încă un rând și o coloană (cu valori de 0), sau să ștergem așezarea Szombathely din rețeaua de 13 elemente. Ambele metode scad centralitatea și nivelul de saturație al unei rețele, ceea ce distorsionează rezultatele în mare măsură. În exemplul nostru alegem soluția a doua, adică facem abstracție de rolul așezării Szombathely pe piața forței de muncă locale – ca rezultat vom primi o rețea de o saturație mai mare și mai puțin centralizată, actorul central al acestei rețele devine, fără îndoială, așezarea Kőszeg – la fel ca în cealaltă rețea. Acum să ne uităm la datele analizei:

QAP MATRIX CORRELATION

Observed matrix: QAPKOSZMUN
 Structure matrix: KOSZAL
 # of Permutations: 2500
 Random seed: 185

Univariate statistics

| | | 1 | 2 |
|----|----------|---------|---------|
| | | QAPKOSZ | KOSZAL |
| 1 | Mean | 0.114 | 0.152 |
| 2 | Std Dev | 0.317 | 0.359 |
| 3 | Sum | 15.000 | 20.000 |
| 4 | Variance | 0.101 | 0.129 |
| 5 | SSQ | 15.000 | 20.000 |
| 6 | MCSSQ | 13.295 | 16.970 |
| 7 | Euc Norm | 3.873 | 4.472 |
| 8 | Minimum | 0.000 | 0.000 |
| 9 | Maximum | 1.000 | 1.000 |
| 10 | N of Obs | 132.000 | 132.000 |

Hubert's gamma: 5.000

Bivariate Statistics

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|------------------------|--------|--------|--------|-------|----------|----------|----------|
| | | Value | Signif | Avg | SD | P(Large) | P(Small) | NPerm |
| 1 | Pearson Correlation: | 0.182 | 0.064 | -0.000 | 0.091 | 0.064 | 0.981 | 2500.000 |
| 2 | Simple Matching: | 0.811 | 0.064 | 0.769 | 0.026 | 0.064 | 0.981 | 2500.000 |
| 3 | Jaccard Coefficient: | 0.167 | 0.064 | 0.071 | 0.046 | 0.064 | 0.981 | 2500.000 |
| 4 | Goodman-Kruskal Gamma: | 0.545 | 0.064 | -0.086 | 0.404 | 0.064 | 0.981 | 2500.000 |
| 5 | Hamming Distance: | 25.000 | 0.064 | 30.453 | 2.803 | 0.981 | 0.064 | 2500.000 |

Din raportul analizei iese la iveală, în primul rând, că algoritmul a generat 2500 de matrice întâmplătoare, după care sunt prezentate datele fundamentale ale ambelor matrice de date (*univariate statistics*), pe care le-am prezentat, deja, când am vorbit despre saturație. Tabelul (*bivariate statistics*) care urmează după acesta conține rezultatele reale ale analizei QAP.

Coloana de valori (*Value*) prezintă raportul (corelația) dintre cele două rețele de relații. Valoarea corelației celor două matrice de date care se referă la întinderea mică a localității Kőszeg: 0,182. Corelația medie (*Avg.*) cu matricele generate în mod întâmplător este o valoare în jur de zero, cu o dispersie standard de 0,091. Proportia matricelor generate în mod întâmplător care diferă sau prezintă o corelație mai ridicată de 0,182, este de 0,064, adică nivelul de semnificație este de 6,4%. Acest lucru înseamnă că din permutațiile random de 2500 doar 160 de matrice generate în mod întâmplător (6,4%) au atins sau au depășit corelația de 0,182. În raport cu limita de valoare obișnuită de 0,05, această corelație nu poate fi considerată semnifiantă, deoarece $0,064 > 0,05$. Cu valorile *P(Large)* și *P(Small)* nu ne ocupăm de obicei, acestea arată numărul corelațiilor cu valoarea mai mare și egală, respectiv mai mică și egală decât valoarea de corelație dată, dintre care una este întotdeauna aceeași cu valoarea coloanei „*signif*”.

Studii de caz, exemple

Dintre cercetările cu referiri maghiare în ceea ce privește analiza de rețea putem scoate în evidență, datorită abordării interesante „proiectul Erdős”. Matematicianul Pál Erdős a publicat diferite publicații împreună cu alți coautori. Datorită modului specific de viață pe care îl duce, a lucrat împreună cu colegi din Europa, Statele Unite, din Ungaria și chiar și din țările blocului estic, în cele mai diferite discipline. În cadrul unei experiențe interesante, o cercetare interna-

țională, a cercetat rețeaua interpersonală a lui Erdős și a coautorilor lui creând așa numitul „număr Erdős”. Potrivit acestuia, numărul Erdős al lui Pál Erdős este 0. Cercetătorul care a publicat împreună cu Erdős a primit numărul 1, iar cel care a publicat cu un autor care a publicat cu Erdős a primit numărul 2 și așa mai departe. Despre această cercetare se pot afla mai multe informații pe pagina de Internet: <http://www.acs.oakland.edu/~grossman/erdoshp.html>. În zilele noastre, numărul Erdős (poate datorită estimării bazelor matematice ale științelor sau doar datorită unui trend de modă științifică) a devenit un fel de sistem informal de evaluare a calității, sau cum au definit cercetătorii, un fel de folclor științific. Prin niște cercetări simple oricine poate să socotească care este numărul său personal Erdős și cu cât este mai mic acest număr cu atât este mai mare prestigiul. Numerele Erdős de 3 și 4 sunt prezentate de către cercetători cu multă plăcere în autobiografiile sau pe pagini de Internet.

Dintre cercetările aplicate, din Ungaria, sunt semnificative cercetările cu caracter de sociologie organizațională al lui Zoltán Szántó și Balázs Vedres²⁴(2002) care a analizat relațiile dintre unitățile organizatorice ale unei firme cu o structură complexă. În domeniul înrudit cu dezvoltarea așezărilor a lucrat Péter Futó și Tamás Fleischer²⁵ care au cercetat sistemul relațional de parteneriat al manipulării deșeurilor în comparație internațională. Eu, însumi, am făcut cercetări de dezvoltare a așezărilor în ultimii ani, mai ales pentru consilii locale și organizații teritoriale, dintre acestea ca un exemplu am publicat relațiile dintre așezări în zona localității Bicske în numărul 8/2002 al revistei Falu Város Régió (www.vati.hu/fvr). În cele ce urmează prezint rezultatul unei cercetări aplicate - rețea de opinie profesională.

Rețele de opinii: referință la legea de film care se pregătește, 1997

În 1997, din însărcinarea MTA KTI, am efectuat o serie de interviuri cu cei interesați, cu scopul de a pregăti terenul pentru legea de film care a fost făcută în acea vreme²⁶. Cele mai importante teme au fost următoarele:

1. Linii de refracție: Cum apreciază intervievații situația actuală din industria filmului, unde există interese similare și opoziții de interese?
2. Sisteme de finanțare: Cum apreciază soluțiile de legea filmului (care se bazează pe contribuții și pe ajutoare de la fundații), ce fel de alternative cred că există?
3. Cât este de mare profitul: Ce părere au despre beneficiile de taxe de asociație?
4. Câștigul indirect: Care sunt câștigurile indirecte și pericolele producțiilor cinematografice?

În cele ce urmează analizez părerile a nouă persoane intervievate. Datorită mulțimii mici se pot prezenta pe câteva figuri simple grupurile de opinii. Studiul poate să conțină doar atâtea interviuri datorită faptului că și în această profesie sunt puțini actori sociali, mai mult decât

²⁴ Szántó Zoltán, Vedres Balázs 2002: *Kapcsolathálók, szervezeti kultúra, pénzügyi teljesítmény. Szervezetszociológiai tanulmányok a magyar távközlésfejlesztés finanszírozásáról*. (Rețele de opinii, cultură organizatorică, debit financiar. Studii de sociologia organizatorică despre finanțarea dezvoltării de telecomunicație ungară.) Budapesta: Aula

²⁵ Futó Péter și Fleischer Tamás 2004: *Intézmények és vállalatok kapcsolathálói: Elemzési módszerek áttekintése egy hulladékgazdálkodási esettanulmány kapcsán*. (Rețelele întreprinderilor și a instituțiilor: conspectarea metodelor de analiză pe baza unui studiu de caz despre economia de deșeuri). Manuscis.www.vki.hu/~tlfeisch

²⁶ Mulțumiri lui István János Tóth și celor intervievați: Péter Barbalics, László Helle, István Kardos, Árpád Lukács, Gábor Majtényi, Péter Miskolci, Pál Sándor, Lajos Szakácsi și László Vincze pentru cooperarea și pentru ajutorul acordat. Prima publicație: *Véleményhálózatok (Rețele de opinii)*. A apărut original în Péter Csigó și László Letenyi 2000: *Véleményhálózatok*. Falu Város Régió 2000/9.

atât, în acest studiu de caz nu sunt prezentate părerile celor care vând filmele, celor care țin în stare de funcționare un cinematograful, a firmelor de furnizori profesionali (operator, sonor, scenograf) și a televiziunilor.

Dintre cei nouă respondenți, trei au fost reprezentanți ai companiilor de producție de stat, cinci au fost reprezentanți ai companiilor de producție individuală, iar unul dintre reprezentanți a fost conducătorul unei fundații publice. Mă refer la părerea lor în mod anonim. Baza pentru analiza de rețea este dată de acordul sau dezacordul părerilor respondenților. Consider că este o relație între două puncte cercetate (adică doi indivizi intervievați) dacă cei doi actori sociali au opinii similare. Dacă părerea lor diferă una de cealaltă, atunci – cu noțiunea de analiză de rețea – spun că nu există o relație între ei. Această definiție a relației, bineînțeles, diferă de sensul din viața de toate zilele.

Cu ajutorul analizei am încercat să dezvăluim liniile de refracție profesionale, diferențele de opinii. Bineînțeles, această întrebare poate fi pusă și în mod direct – și vom primi un răspuns la această întrebare – însă între liniile de refracție reale și cele măsurate s-a arătat o diferență semnificativă.

În momentul în care i-am chestionat pe respondenți despre grupările din cadrul branșei cinematografice maghiare, au început să vorbească mai ales despre diferențele dintre studiourile vechi și noile companii de producție. Sarcina noastră nu este să ne referim la problemele specifice ale branșei cinematografice, trebuie să prezint părerile lor pe scurt pentru înțelegerea contextului. De la revoluție încoace au apărut mai multe companii de producție. În timp ce majoritatea filmelor maghiare de lung metraj în 1997 au fost, încă, făcute în studiourile de stat care au păstrat tradițiile de producție și valorile intelectuale, filmele făcute într-un studio independent se arată a fi mai rapide și mai agere atât în acapararea posibilităților noi de concurs cât și a pieței. Pentru a descrie divizarea branșei, în interviuri au folosit următoarele expresii:

| | |
|---------------------|-----------------------|
| STUDIOURI DE STAT | STUDIOURI INDIVIDUALE |
| BĂTRÂN | TÂNĂR |
| DE STAT | PRIVAT |
| STUDIOURI, ATELIERE | PRODUCĂTORI, COMPANII |
| MARI | MICI |
| VECHI | NOU |

Compararea celor două puncte de vedere ale producătorilor nu oglindește o apreciere de valoare, mai exact, ambele pot avea o apropiere negativă sau pozitivă. Pentru dovedirea acestui lucru prezentăm două fragmente de interviu.

Respondentul numărul 9: „Această întrebare depinde de punctele de vedere ale unui om: [în studiourile de stat] garda de conducere a rămas aceeași și își rezolvă problemele cu o viziune de întreprindere asemănătoare puțin celei din anii '80: ei au niște așteptări de la stat, care trebuie asigurate... ca ei să umble după muncă, să fie reclame, munci salarizate sau filme pentru micul ecran, nu spun nici că este un lucru înjositor pentru ei, deoarece sunt care încearcă, însă nu pot să participe atât de activ și agil ca cei care au clădit ceva din nimic, cei care știu că banii trebuie produși...”

Respondentul numărul 4: „Sistemul de studiouri este un lucru care se bazează pe ajutoare de la stat. Nu vreau să mă plâng, dar trebuie, deoarece au dezvoltat o activitate artistică, la nivelul căruia companiile independente care în cel mai bun caz sunt la nivelul independenților din America, nu vor putea să ajungă.(...) Vă dați seama ce oportunitate senzațională a fost

pentru un tânăr ca și mine să ajung într-un studio în care am putut lucra cu oameni ca Miklós Jancsó, István Szabó... Am avut timp și a fost solicitare ca în fiecare zi să scoatem două-trei filme, pe care le-am proiectat pentru noi înșine și le-am comentat (...) astfel s-a putut crește o nouă generație de film!"

Grupuri de opinii

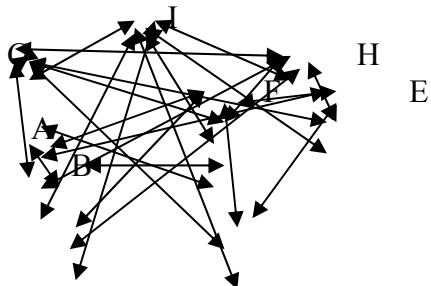


fig. 7.15. Rețea simetrică în formă sferică, membrii cărora sunt de părere că breasla se constituie din două grupuri mari(vechi și noi). Intervievatul G nu este de acord; diferența reală este între filmele autofinanțate și cele cu susținere bugetară.

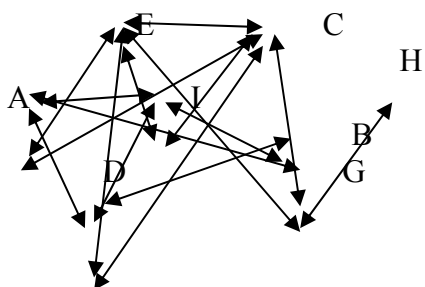


fig.7.16 Micul grup de formă sferică opinează la fel vizavi de agențiile de producții. G și F i-pus în aceeași oală fundațiile și instituțiile statale. H a avut o opinie aparte: studiile nu mai sunt cele de odinioară.

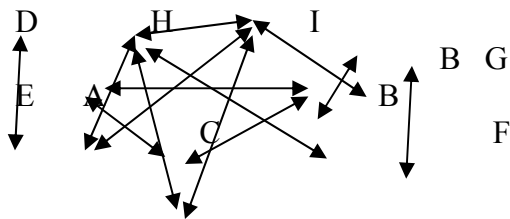


fig.7.17 Grupul de formă pentagonală – moderații – au fost de părere că ambele variante prezintă avantaje, timpul lucrează în favoarea tinerilor. D și E s-au pronunțat în mod categoric în favoarea valorilor consacrate, G și F dimpotrivă.

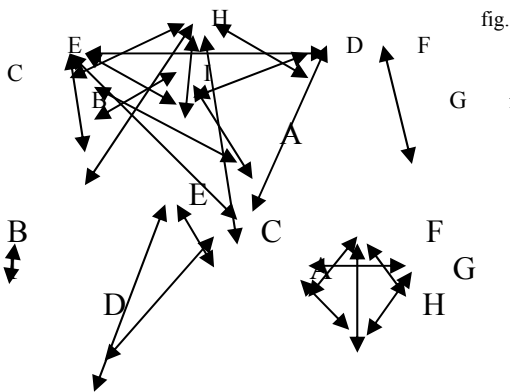


fig.7.18 Membrii celui mai mare grup găesc adecvat un sistemul asemănător cu cel actual. Păreră lui C: numai în cazul unor subvenții mai mari sunt șanse de supraviețuire. P și G sunt adepții pieții libere: dacă fondurile filmelor de reclame și cele din prestări n-ar fi luate, ei înșiși ar putea face filme artistice.

fig.7.19 După părerea „învechiților” (C, D, E) fiind vorba de o țară mică, nu se pot face filme rentabile. Noii însă(A, F, G, H) susțin că pe termen lung e posibil. I și B sunt indeciși.

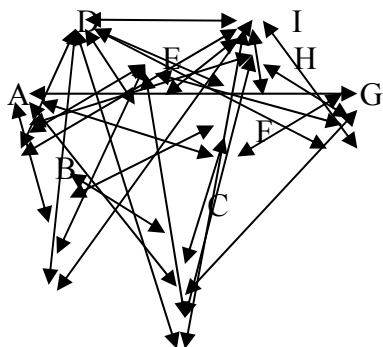


fig. 7.20. Prezentarea profiturilor colaterale a industriei de filme, enumerarea externaliilor pozitive, (că rularea unui film înseamnă comenzi către manipulatori de materiale, industria hotelieră, rezultă în ameliorarea imaginii despre țară, aduce know-how, frânează absorbția de capital cenușiu, etc.) este meritul întregii bresle. Toți participanții au fost de acord – precum arată și figura sferică.

De pe figuri se poate citi că, în cazul unui răspuns, câte un respondent cu păreri „radicale” este în opoziție cu o părere „cumpătată” majoritară. Cu „F” și „G” care sunt de partea pieței libere majoritatea nu sunt de acord, după cum nu sunt de acord nici cu părerea lui „C” care dorește o mai mare implicare din partea statului. Deși diferențele de părere s-au prezentat clar în cadrul întrebării care se referea la profit, din răspunsuri s-a aflat și faptul că deși există diferențe de păreri totuși atât producătorii mai tineri cât și producătorii mai bătrâni au păreri similare în cadrul celor mai multe întrebări esențiale. Mai clar vorbind, aceștia gândesc diferit, însă acționează similar. Am ajuns la concluzia că diferențele considerate importante din partea lor sunt mai mult diferențe de comportament, de obiceiuri, însă în spatele gesturilor diferite se formulează păreri similare.

Punctul de plecare al raționamentului nostru a fost că în timp ce cea mai mare problemă a dezbaterilor moderne este că sunt complexe, de nepătruns și pentru înțelegerea exactă a acestora ar fi nevoie de un oarecare algoritm matematico-statistic, participanții dezbaterilor economice sau politice, de obicei, nu folosesc nici un fel de metode, ci încearcă să țină minte întâmplările. Rezultatul este că cei care participă la discurs uită unele lucruri chiar și fără voia lor – ceea ce este o mare problemă, mai ales în cazul în care încercăm să fim înțeleși. Studiul de caz prezentat dă un exemplu pentru dezvoltarea sistemelor de argumente. O astfel de analiză poate să fie primul pas pentru mânăuirea oricăror conflicte.

Studiul de caz prezentat în exemplul nostru are un caracter de noutate deoarece în cadrul analizelor de conflict în Ungaria, încă, nu se folosește analiza de rețea. Cu cât este dezbateră mai complexă, cu atât este mai greu să ținem minte argumentele, cu atât este mai mare nevoie de prelucrarea rețelelor de opinii cu ajutorul calculatorului.

Mic dicționar de noțiuni în limba română

În cele ce urmează prezentăm, pe baza celor scrise de Angelusz și Tardos: i. m. Szántó și Tóth (1993)²⁷, respectiv pe baza recomandării Resortului de analiză de rețea MSZT (www.socialnetwork.hu) și pe baza conspectării literaturii de specialitate a analizei de rețea, cele mai importante noțiuni ale analizei de rețea. În cazul noțiunilor în limba engleză prezentăm și o scurtă explicație a acestora.

| Noțiunea în limba engleză și o scurtă explicație | Exprimarea folosită în literatura română de specialitate și/sau exprimarea propusă |
|--|--|
| Node | Nod; vârfuri, punct, actor social |
| Tie | Legătură; în cazul unui graf: muchie, linie |
| Ego network: legăturile unui punct | Rețea Ego |
| Network: rețea compusă din legăturile mai multor puncte | Rețea de legături; rețea |
| Social network: rețeaua legăturilor dintre personajele sociale | Rețea socială |
| Social network analysis (SNA) | Analiza rețea socială |
| Relational: se referă la legătură (caracteristică) | De relație |
| Structural: se referă la relațiile (legăturile) unei mulțimi mai mari (dată) | Structural |
| Interactional: se referă la caracterul relației (legăturii) | De interacțiune, de natură |
| Pattern: caracteristicile relațiilor din cadrul unei rețea | Schemă; model |
| Morphologic: se referă la modelul, schema legăturilor | Caracteristică morfologică |
| Uniplex: interpretăm legături între puncte definite doar într-un singur fel | Un singur strat |
| Multiplex: interpretăm legături între puncte definite în mai multe feluri | Straturi multiple |

²⁷ Zoltán Szántó și István György Tóth 1993: Társadalmi hálózatok elemzése. (Analiza rețelelor sociale). Társadalom és gazdaság, 1993/1: 31-55.

| Noțiunea în limba engleză și o scurtă explicație | Exprimarea folosită în literatura română de specialitate și/sau exprimarea propusă |
|--|--|
| Multipexity: cât este de mare partea (ponderea) legăturilor stratificate | Indicatorul de stratificare, indicele de stratificare |
| Undirected: nu interpretăm direcția legăturilor | Nedirijat |
| Directed: interpretăm direcția legăturilor | Dirijat |
| Symmetric: legătură dirijată care arată în ambele direcții dintre două puncte | Simetric |
| Degree: numărul legăturilor(muchiilor) unui punct, nod | Grad |
| Indegree: numărul legăturilor(muchiilor) care arată spre un punct | Grad de intrare (semigrad interior) |
| Outdegree: numărul legăturilor(muchiilor) care pornesc dintr-un punct | Grad de ieșire (semigrad exterior) |
| Prestige: semigrad interior mai mare decât semigradul exterior | Prestigiu |
| Ego network density: raportul dintre legăturile reale și posibile ale unui punct | Densitatea rețelei Ego |
| Density: raportul dintre legăturile posibile și reale în rețea | Densitate |
| Centrality: caracteristică a rețelei Ego; arată cât este de central un anumit punct în rețea. Gradul de măsurare cel mai evident: dintre legăturile existente câte sunt deținute de un anumit punct (actor social) | Centralitate |
| Degree centrality: numărul legăturilor unor puncte (grade) în raport cu toate legăturile | Gradul de centralitate |
| Freeman's degree centrality: număr standardizat de măsurare al gradului de centralitate, valoarea acestuia este între 0 și 1; pentru socotirea acestui număr, în numărător punem suma provenită din diferența dintre cel mai înalt grad constatat și gradele nodurilor (actorilor sociali), iar în numitor se află diferența cea mai mare posibilă în mod teoretic dintre centralitățile actorilor sociali. | Gradul de centralitate al lui Freeman |
| Geodesic distance: cea mai scurtă distanță dintre două puncte; prin câți actori sociali pot să vină în contact două puncte. | Distanță geodezică |
| Closeness: prin câți pași pot fi atinși doi actori sociali; două puncte sunt <i>apropiate</i> într-o rețea socială, dacă pot fi atinse dintr-un (sau cât mai puțini pași) | Apropiere |
| Closeness centrality: număr de măsurare care raportează la suma <i>distanțelor geodezice</i> numărul de pași pe care le face punctul ales pentru a atinge toate punctele rețelei | Apropiere central |
| Betweenness: numărul celor mai scurte rute dintre punctele din rețea. | Betweenness |
| <i>Betweenness centrality</i> : indice de măsurare al centralității, proporția celor mai scurte distanțe care conțin punctul central. Dacă un actor social este prezent pe toate distanțele cele mai scurte, indexul ajunge la valoarea maximă, dacă nu este prezent pe nici unul atunci valoarea lui este 0. Presupune că un actor social are succes într-o rețea deoarece joacă un rol intermediar între două grupuri. | Betweenness-central, centralitate între două puncte (betweenness) |
| Bonachich power: centralitate socotită pe baza <i>vectorului propriu (eigenvector)</i> | Puterea Bonachich, centralitatea vectorului propriu |
| Structural equivalence: actori sociali care se leagă de aceleași puncte | Echivalența structurală |
| QAP correlation: procedură de testare a asemănării a două rețele (două matrcice) pe baza asemănării lor cu matrice generate întâmplător (random) | Corelația QAP |

VIII. Interpretare

Introducere

Abordarea economică, sociologică și antropologică a interpretării

Interdisciplinaritatea cercetării teritoriale aplicate:

caracter antropologic, sociologic și economic

Posibilitățile și modurile de interpretare

Probleme de etică

Abc-ul scrierii unui studiu

Prezentare orală

O metodă de interpretare considerată nouă: textul electronic

Filmul monografic și filmul pregătitor de decizie

Comunicarea, urmărirea și valorificarea

Texte din chenar:

Posibilitățile de interpretare și de explicație

Introducere

Conform obligațiilor contractuale, cercetătorul unei așezări are în sarcină elaborarea unui studiu. Munca lui, însă, nu se oprește cu predarea studiului (nici în cazul în care contractul prevede doar acest lucru); el poate fi mulțumit doar dacă rezultatele cercetării sale au putut fi preluate de colegii proiectanți, respectiv de Consiliul Local, sau teritorial care a făcut comanda, sau când se convinge de faptul că rezultatele sale într-adevăr se regăsesc în procesul de planificare și dezvoltare, adică planificarea a devenit una de orientare socială. Predarea-primirea cunoștințelor cercetătorului trebuie percepută ca și o anexă (nescrisă) a contractului, esența căreia este – cu o expresie luată din domeniul antropologiei – *interpretarea*, adică explicarea cunoștințelor pe limbajul oamenilor care au comandat studiul.

La sfârșitul muncii sale, cercetătorul unei așezări poate să fie victima uneia dintre aceste două erori:

- crede că este în stare să spună ceea ce a aflat; și(sau)
- crede că ceea ce spune este înțeles și de alții.

În realitate, transmiterea cunoștințelor dobândite este un proces extrem de complex: depinde de multe lucruri dacă mesajul ajunge, sau nu, la cei cărora a fost destinat. Ca să amintim doar câteva puncte de vedere: relația dintre cel care comandă studiul și cercetător, relațiile de putere locale, caracterul proiectului, importanța acestuia în comparație cu alte proiecte, toate acestea influențează modul în care cercetătorul poate, sau nu, să transmită cunoștințele și propunerile sale. Dintre aceste puncte de vedere - asumând bineînțeles subiectivitatea selecției - în acest capitol evidențiem următoarele:

- *Cantitatea* informației pe care dorim să o transmitem.
- *Limbaj*: în timp ce în faza de cercetare cercetătorul a trebuit să învețe limbajul societății locale, pe parcursul interpretării trebuie să traducem cunoștințele din vocabularul nostru de cercetător pe limbajul celor cărora li s-a făcut studiul.
- *Instrumentul* interpretării: adică dacă preparăm un text electronic, sau scris pe hârtie, o prezentare verbală, eventual imagini cinematografice.

Faza de după interpretare este urmărirea rezultatelor planificării, verificarea sau *monitorizarea* socială, respectiv evaluarea acestora. Monitorizarea ne fiind o parte a însărcinării nescrise, aceasta nu poate fi făcută decât la cererea celui care comandă lucrarea. În zilele noastre, sarcinile cu caracter de monitorizare socială reprezintă un segment important al dezvoltării economiei de piață, iar apropiindu-ne de practica Uniunii Europene, de acum încolo, vom avea nevoie de această metodă din ce în ce mai frecvent și pe parcursul a numeroaselor programe.

În timp ce la începutul muncii noastre de proiectare culegem în primul rând date de la societate, la sfârșitul cercetării acest lucru este exact invers, rezultatele le comunicăm către societate, fiind, bineînțeles atenți la (feedback) reacția acesteia. *Comunicarea* rezultatelor nu este, în primul rând, sarcina sociologului, ci a expertului în marketing al localității respective, însă experiențele locale și rezultatele cercetătorului pot fi utilizate cu ușurință în procesele de comunicare marketing și PR. (PR – *public relation*)

Acest capitol trece în revistă, întâi, pe scurt, ce înseamnă *interpretarea*, așadar comunicarea rezultatelor, în diferitele domenii ale științelor sociale – specializate pe probleme de economie, cultură, societate (*științe economice, sociologie antropologie*) - respectiv de ce este nece-

sară dezvoltarea unei viziuni complexe, interdisciplinare pe parcursul cercetării unei așezări. După acesta ne vom ocupa cu posibilitățile și modalitățile interpretării, oprindu-ne și asupra cantității de informație care poate fi transmisă și asupra problemelor de etică. Acesta este urmată de un Abc metodologic, menit a fi un ghid practic de elaborare a studiului și de pregătire a prezentării. Pe urmă schițăm pe scurt și posibilitățile de a pregăti un film de scurt metraj precum și un text electronic. În cele din urmă vom vorbi despre partea de lucru de după predarea rezultatelor; despre monitorizarea care începe să câștige teren, despre evaluare și comunicare (urmărirea studiului, evaluare și informare).

Pentru pregătirea lucrărilor cu scop științific (de exemplu lucrare de licență, sesiune de comunicări, publicație științifică) un ghid util și ușor de urmat este cartea lui *Katalin Szabó*¹ (2002), pe care o recomandăm în atenția cititorului. Nu dorim să repetăm, aici, ceea ce este prezentat în această carte, din această cauză în manualul nostru nu tratăm niște probleme – care sunt, de altfel, probleme cheie – ca de exemplu *stilul* textului scris sau oral, alegerea *titlului* și *subtitlului* unui studiu, *sucesiunea logică* din interiorul textului și importanța *explicațiilor de cauzalitate*. În loc să prezentăm toate acestea, în cele ce urmează prezentăm, pe scurt, niște elemente care survin în mod diferit în cazul studiilor cu scop aplicativ, decât în cazul publicațiilor științifice.

Abordarea economică, sociologică și antropologică a interpretării

La începutul secolului trecut *antropologia culturală* s-a angajat la cunoașterea culturilor necunoscute până atunci. Deși în zilele noastre această misiune s-a modificat în mare măsură, totuși antropologia se angajează și acum să descopere terenuri necunoscute, mai mult decât atât, presupune că la început de cercetare chiar și problemele de cercetare sunt niște necunoscute.

Pe parcursul cercetării, antropologii presupun că, cunoștințele pe care le dobândesc pe teren sunt valide doar în mediul și limbajul respectiv. Dacă dorim să ne prezentăm rezultatele obținute pe parcursul cercetării noastre aplicate vieții științifice, sau celor care au comandat studiul, atunci cunoștințele dobândite trebuie traduse, explicate. Această explicare este interpretarea² (vezi *scrierea în ramă*).

¹ Szabó Katalin 2002: *Kommunikáció felsőfokon. Hogyan írjunk, hogy megértsenek? Hogyan beszéljünk, hogy meghallgassanak? Hogyan levelezzünk, hogy válaszoljanak?* (Comunicare la nivel superior. Cum să scriem ca să fim înțeleși? Cum să vorbim ca să fim ascultați? Cum să scriem o scrisoare la care să ni se răspundă?) (ediția a doua completată și restructurată) Budapesta: Kossuth.

² Piatra de temelie a antropologiei interpretative este lucrarea lui Clifford Geertz (1975) intitulată *Descriere densă* (in: Vári András [redactor] 1988: *Misszionáriusok a csónakban*. (Misionari în luntre) Budapesta: Akadémiai). Dintre literaturile mai recente putem recomanda:

- Bernard, Harvey Russell 1988: *Research methods in cultural anthropology*. Newbury Park.: SAGE.
- Denzin, Norman K. 1997: *Interpretive Ethnography. Ethnographic Practices for the 21st Century*. Thousand Oaks etc.: SAGE.
- Emerson, Robert M. (redactor) 2001: *Contemporary Field Research. Perspectives and Formulations*. Los Angeles: University of California Press. Cercetarile sociologice calitative asemănătoare abordărilor antropologice contemporane consideră că este important să se păstreze contextul local al rezultatelor de cercetare pe parcursul documentației și a interpretării; vezi de exemplu:
- Mason, Jennifer 1996: *Qualitative Researching*. Thousand Oaks etc.: SAGE.
- Corbin, Juliet és Anselm Strauss 1998: *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks etc.: SAGE.
- Bryman, Alan and Robert G. Burgess 1994: *Analyzing Qualitative Data*. London, New York: Routledge.

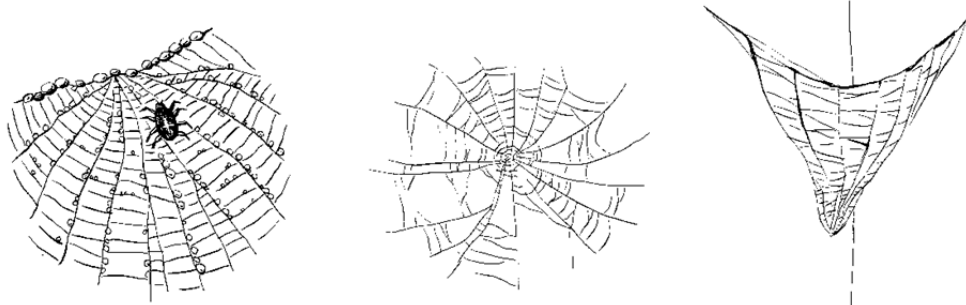
Posibilitățile de analiză și de interpretare³

„Noțiunea de cultură pentru care pledez – scrie Clifford Geertz⁴ - are în principiu un caracter semiotic. Împreună cu Max Weber considerăm că omul este un animal care se atârână în propriul lui păienjeniș al semnificațiilor. Cultura o considerăm a fi acest păienjeniș, iar analiza acesteia, tocmai din acest motiv, nu o considerăm o știință experimentală în căutare de reguli, ci o știință interpretativă pornită pe urma semnificației.”

De la începutul anilor cincizeci-șaizeci cercetătorii antropologiei sociale s-au străduit să cerceteze mai ales semnificațiile care generează comportamente și nu comportamentul în sine. Conform studiului lui Geertz, de exemplu, omul nu se comportă, acționează, ci își înzestrează comportamentul, acțiunile cu semnificație. Semnificațiile construite social, din punctul de vedere al individului sunt date. Regimul semnificațiilor este cea „pânză de păianjen” care definește, structurează gândirea noastră. Rețeaua de semnificații - într-un sens larg - este cultura (obiceiuri, gesturi, reguli etc.), într-un sens mai restrâns, este limba. Conform abordării *cognitive* putem să ne gândim doar la lucruri pe care le putem exprima cu cuvinte, iar senzațiile necunoscute, sau cunoștințele noi încercăm să le traducem în cuvinte.

O altă cultură înseamnă o altă rețea de semnificații. Sarcina antropologului este să realizeze corespondență între rețele. Această procedură de corespundere este interpretarea, după care și-a primit denumirea de antropologie interpretativă. Dincolo de greutatea culegerii de date ale cercetării antropologice și ale prelucrării, chiar și interpretarea se lovește de niște obstacole. O cultură, sau elementele unei culturi, nici măcar în teorie, nu pot fi interpretate în totalitatea complexității lor pentru o altă cultură. Această sarcină este ca și când am încerca să inserăm o pânză de păianjen țesută într-un colț în forma circulară a pânzei unui păianjen cu cruce. Rezultatul primit poate să oglindească cultura observată doar în măsura în care fotografia făcută despre o pânză de păianjen țesută într-un colț se aseamănă cu cel adevărat văzut în trei dimensiuni. Cel mai „bun” lucru ce putem să-l facem este să ne străduim la o interpretare care redă cât mai fidel contextul original.

Lumea, pe care o putem identifica prin cuvintele și prin cultura noastră, este probabil mult mai mică, decât lumea sentimentelor și a cunoștințelor care nu pot fi pătrunse de noi, la fel cum un spațiu din jurul unei pânze de păianjen este mai mare decât pânza în sine. O mulțime de cunoștințe definite stau față în față cu un necunoscut infinit. Antropologia, însă, nu poate să se angajeze să cunoască necunoscutul, nu poate, de exemplu, să inventeze niște cuvinte noi pentru definirea unor sentimente, sau cunoștințe necunoscute până acum. (Acesta este în primul rând sarcina artiștilor și a oamenilor de știință). Antropologul pe parcursul muncii sale trebuie să uite de fantezie și să tindă spre cunoașterea semnificațiilor care există, deja, în alte culturi și să le interpreteze într-un mod cât mai fidel.



³ Graficele lui IldikóTakács. A apărut inițial: László Letenyey: A jelentésháló pókja. Adalék a kulturális antropológia érvényességi határának kérdéséhez. Az irodalom viszszav ág, 2002/2003 iarna. (Păianjenul rețelei de semnificații. Completare la problema graniței de validitate a antropologiei culturale. Literatura contraatacă.) www.iv.hu

⁴ Geertz, Clifford (1975) 1988: Scriere densă In: Vári András (redactor): *Misszionáriusok a csónakban*: (Misionari în luntre) 16.

Sociologia s-a autodefinit la mijlocul secolului XIX – după părerea lui August Comte – ca fiind cea mai complexă știință dintre științele pozitive. Prin expresia de *știință pozitivă*, Comte s-a referit la faptul că această disciplină, pornind de la câteva axiome simple, ajunge la explicarea fenomenelor complexe cu ajutorul unor reguli clare și logice. Conform îndrumării lui Èmile Durkheim, sociologii acceptă, în mare măsură, că stările sociale (adică fenomenele observabile care se referă la întreaga societate) pot fi explicate doar cu ajutorul altor fapte sociale. Această îndrumare a orientat interesul sociologilor spre cercetarea problemelor de macrosocietate bazată pe date statistice. Interconexiunile matematico-statistice sunt considerate de analiști valide chiar și în cazul în care acestea nu sunt evidente, perceptibile pentru reprezentanții mediului cercetat. Deși în secolul trecut au apărut niște viziuni noi în sociologie, atât credința pozitivă în posibilitatea de cunoaștere, cât și încrederea de neclintit în analizele statistice au rămas o caracteristică importantă al curentului principal (*mainstream*) în sociologie.

Sociologii cantitativi presupun, de obicei, că pot să definească în prealabil problemele de cercetare, să planifice modul recoltării de date, să evalueze rezultatele probabile și presupun și faptul, că vor în stare să și le comunice. Un mare avantaj al sociologiei cantitative este că, în mare măsură, raportat la o anumită mulțime, constatările făcute pe baza datelor statistice pot fi considerate de încredere, respectiv pe bazându-se pe dezvăluirea unor procese sunt în măsură să formuleze și unele prognoze cu caracter limitat⁵.

Deoarece cercetătorii cantitativi presupun că conexiunea statistică este validă independent de interpretarea respondenților, nici la obținerea și nici la transmiterea cunoștințelor nu apare problema explicației, sau a interpretării. *Interpretarea contextuală*⁶ a datelor statistice, de exemplu, nu se referă la contextul cu caracter interpretativ, ci la faptul că datele sunt interpretate într-un context statistic mai mic (de exemplu în contextul datelor județene, sau regionale în loc de comparație cu date naționale). Deși sunt dezbateri crâncene în sociologia cantitativă în ceea ce privește transmiterea cunoștințelor, totuși acestea scot în evidență mai ales pericolul de supra-interpretare, decât lipsa limbajului valid și a apropierei de teren. Să facem referire doar la câteva din aceste dezbateri: în legătură cu testele de semnificație⁷ mulți sunt de părere că nu este etic, respectiv statistic nu poate fi justificată împărțirea pe grupuri dihotomice semnificative/nesemnificative a interconexiunilor statistice, ar fi mai corect să precizăm nivelul de semnificație, lăsând interpretarea lui pe seama cititorului. Gary King⁸ (1986) scoate în evidență în articolul „Cum să nu mințim cu ajutorul statisticii”, că dacă nu luăm în considerare efectele reziduale (care sunt provocate printre altele de indicatorii standard, variabilele dihotomice, de practica de interpretare și de folosirea testelor de semnificație) cercetările cu caracter statistic își pierd viziunea complexă asupra vieții. O scurtă colecție a scrierilor care se ocupă cu retorica sociologiei a apărut în numărul 2/1999 al revistei

⁵ O părere contrară des auzită este că științele sociologice nu sunt în stare să facă constatări sau prognoze generale asemănătoare cu științele naturale. În limba maghiară, vezi de exemplu Macintyre, Alasdair (1985) 1999: A társadalomtudományos általánosítások jellege és az előreljzõ képesség hiánya. (Caracterul generalizărilor sociologice și lipsa abilității de prevedere) In uő: *Tratat de morala - Dupa virtute* Budapesta: Osiris, 125-152.

⁶ Lazarsfeld, Paul F. și Herbert Menzel 1961: On the relation between individual and collective properties. In: Amitai Etzioni (redactor): *A sociological reader on complex organizations*. New York: Holt, Rinehart, and Winston. În legătură cu această temă în limba maghiară vezi: Moksony Ferenc 1988: A kontextuális elemzés. (Analiza contextuală) *Statisztikai Szemle*, 66. 3: 259-285.

⁷ O culegere a textelor care se referă la această temă este: Harlow, Lisa L., Stanley A. Mulaik și James H. Steiger (redactor) 1997: *What If There Were No Significance Tests?* Hahwah, London: Lawrence Erlbaum Associates.

⁸ King, Gary 1986: How Not to Lie with Statistics: Avoiding Common Mistakes in Quantitative Political Science. *American Journal of Political Science* 30. 3: 666-687.

*Szociológiai Figyelő*⁹ (Observatorul Sociologic). În legătură cu valoarea r^2 , recomandăm în atenția cititorului din literatura din Ungaria – fără dorința plenitudinii – scrierea lui Ferenc Moksony¹⁰(1998), publicația lui Tamás Bartus¹¹ (2003), din literatura de economie scrierea lui András Bródy¹² (1990), respectiv scrierile culese ale lui Pál Léderer¹³ (2002).

Economiștii – începând cu mercantili din secolul al XVII-lea și până în zilele noastre – de obicei, consideră că problemele legate de economie pot fi cercetate ca atare, individual și sunt de acord și cu faptul că funcționarea economiei urmează niște reguli. Sarcina științei este să dezvăluie aceste reguli, să stabilească „legile” economice, respectiv să elaboreze modelul care descrie funcționarea economiei. Modelele economice, pornind de la niște premise periferice clare, explică pe baza unor reguli simple, fenomenele complexe ale economiei. În raport cu celelalte științe sociale marele avantaj al științelor economice este, că datorită modelului, poate să se angajeze și la prognozarea proceselor economice.

Utilizând metafora lui *Adam Smith*, economia este dirijată de „o mână invizibilă” – metafora se referă la faptul că legile și modelele economiei politice, de obicei, nu sunt recunoscute de actorii economici. Dezvăluirea regulilor „invizibile” este sarcina științei. Problema *interpretării* în conceptul ei antropologic – care pornește de la faptul, că toate observațiile pot fi interpretate doar în propriul lor context social – nu apare pe parcursul publicării modelelor economice. *Deirdre McCloskey* ne avertizează, că datorită dezvoltării sale multisekulare, în zilele noastre, științele economice nu se mai ocupă cu observarea economiei, ci cu teoriile diverșilor economiști, iar *retorica* disciplinei, care în zilele noastre s-a îndepărtat de realitate, nu mai este adecvată pentru dezvăluirea problemelor de economie.

Interdisciplinaritatea cercetării aplicate de așezare: caracter antropologic, sociologic și economic

Pe parcursul cercetării aplicate a unei așezări, în momentul în care un cercetător se angajează la cunoașterea vieții unei așezări, sau a unei zone, este nevoie de alierea abordărilor antropologice, sociologice și economice.

În faza de început a unei cercetări trebuie, în primul rând, să dezvăluim ce vor localnicii, pentru acest lucru este necesar să ne adaptăm la modul specific de gândire și de vorbire al localnicilor. Faza de explorare (dezvăluire) trebuie să aibă preponderent un caracter antropologic.

Caracterul sociologic cantitativ – ca să putem susține cu date statistice constatările noastre cele mai importante, sau cele care ridică cele mai multe semne de întrebare statistice – este de asemenea indispensabil. Dacă, de exemplu, în legătură cu circulația locală constatăm că pietonii, bicicliștii și cei care stau în zonă ar diminua traficul autoturismelor din zonă în

⁹ Szociológiai Figyelő (Observatorul Sociologic)1999/2.: Textele lui David Zarefsky, André Gosselin, Kai Erikson, Phillip J. Davis și Reuben Hersh.

¹⁰ Moksony Ferenc 1998: A kicsi szék. A determinációs együttható értelmezése és haszná-lata a szociológiai kutatásban. (Ceea ce este mică este frumoasă. Interpretarea și folosirea coeficientului de determinare în cercetarea sociologică) *Szociológiai Szemle*, 1998/4.

¹¹ Bartus Tamás 2003: Logisztikus regressziós eredmények értelmezése. (Interpretarea rezultatelor de regresie logistică) *Statisztikai Szemle*, 81. 4: 328-347.

¹² Bródy András 1990: Mennyi az ennyi? Bevezetés a gazdasági mérés elméletébe. (Cât este atât? Introducere în teoria măsurării economice) *Közgazdasági Szemle*, 37/5: 521-537.

¹³ Léderer Pál 2002: A szociológus, a módszerei, meg a szövege. Rögeszme-félék a mesters égről. (Sociologul, metodele sale și glumele lui. Niște idei fixe despre meserie) Budapest: Editura Új Mandátum

moduri diferite, însă nu putem să răspundem la întrebarea: membrii cărui grup sunt majoritari, putem avea orice fel de propunere, aceasta va fi neconvingătoare și cei care aduc hotărârile nu o vor lua în considerare. Imaginea noastră despre această problemă poate fi influențată și argumentația noastră poate fi în mare măsură consolidată, dacă căutăm date despre tendința de evoluție a parcului de autoturisme, sau putem să ne bazăm pe rezultatele unui sondaj de opinie publică făcută pe o mostră reprezentativă.

În al treilea rând, pe parcursul cercetării sociologice, este indispensabilă gândirea cu caracter *economic* bazată pe elaborarea unui model. Nu ne referim la necesitatea socotelilor economice și financiare – acestea sunt considerate normale – ci la faptul că pe parcursul cercetărilor aplicate trebuie să redactăm propunerile care se referă la viitorul îndepărtat. Aprecierea viitorului, previziunile, prognozele sunt o sarcină neobișnuită pentru sociologi. Nu mai este nevoie să dovedim, că observațiile cu caracter antropologic sunt valide doar în situația, și din această cauză, doar în momentul respectiv. Sondajele antropologice - deși uneori pot să aducă niște rezultate pe baza cărora unele procese sociale pot fi prognozate pentru câțiva ani - dar acestea nu se referă în nici un caz la 15 sau 25 de ani, perioadă la care se referă planurile de dezvoltare. Propunerile pe termen lung nu pot să se bazeze pe argumentarea macrosociologică tradițională, deoarece culegerea de date este reprezentativă pentru locuitorii unei așezări din zilele noastre și nu pentru localnicii unei așezări de peste douăzeci de ani. Putem să facem niște precizări de lungă durată, asemănătoare prognozelor, în momentul în care formăm niște modele abstracte prin prezentarea unor calități principale ale fenomenelor complexe, cu ajutorul cărora pot fi evaluate tendințele viitoare *ceteris paribus*, adică presupunând că ceilalți factori nu se vor schimba. Trebuie să specificăm că datorită rapidității de dezvoltare din zilele noastre este foarte greu să facem niște prognoze pentru 15-20 de ani. Deși, de obicei, se pretinde așa ceva, rezultatele, de multe ori, sunt depășite de trecerea timpului. Companiile mari se ocupă, de exemplu, mai ales cu creșterea flexibilității lor și nu cu prognoze; această chibzuință s-ar putea extinde și în sfera consiliilor locale.

În cele din urmă, conform celor spuse în acest manual, la sfârșitul cercetării aplicate este neapărată nevoie să ne întoarcem la noțiunea de interpretare luată din domeniul antropologiei: cunoștințele acumulate pe teren trebuie să le traducem pe limbajul „altora” adică pe limbajul colegilor proiectanți și/sau a celor care comandă lucrarea, păstrând cât mai mult din contextul local.

Posibilitățile și modurile interpretării

Atragem, aici, atenția cititorului asupra a două criterii în ceea ce privește transmiterea cunoștințelor acumulate pe teren: primul este continuitatea, iar celălalt este vechea experiență potrivit căreia „puținul este mai mult”.

Cercetătorul trebuie să se împace cu gândul că este imposibilă transmiterea tuturor cunoștințelor legate de temă și o mare parte a experiențelor sale pe teren nici n-o va compune vre-odată. La scrierea studiului nu trebuie să tindem spre plenitudine, ci să prezentăm doar lucrurile care sunt într-adevăr importante. Dacă îi copleșim pe ordonatorul studiului, sau pe colegii proiectanți cu prea multe informații riscăm ca aceștia să nu citească studiul întreg, ci doar răsfoindu-l, să spicuiască doar informațiile considerate a fi importante, scoțându-le din structura și contextul inițial. Este mai bine să filtrăm informația noi înșine, și în loc de plenitudine să ne străduim la inteligibilitate. La scrierea studiului să nu urmăm retorica științifică, ci în primul rând să luăm în considerare cerințele și logica celor care îl vor folosi.

Textele de interviu, statisticile care servesc la susținerea experiențelor redade în mod simplificat, sau punctele de vedere care le completează pe acestea în mod nuanțat, să apară în apendice sau anexe.

Cea de-a doua noțiune cheie este *continuitatea*. După cum am mai amintit acest lucru pe scurt în capitolul II, conform concepției tradiționale, cercetarea este un proces liniar, care începe prin planificarea cercetării și care se termină odată cu pregătirea studiului. Acest manual recomandă mai degrabă planificarea circulară a cercetării, conform căreia la interpretarea rezultatelor se poate observa un fel de continuitate. Publicarea continuă a rezultatelor parțiale și *confruntarea* acestora cu opinia mediului local asigură reflexibilitatea proprie a cercetării.

Continuitatea interpretării pe parcursul unei cercetări aplicate este indicată, de altfel, și din motive practice. Prezența continuă și consultațiile echilibrate făcute cu cel care comandă studiul are un efect liniștitor asupra acestuia și poate să contribuie la succes; cercetarea produce rezultate care într-un viitor pot fi traduse în practică. Până în zilele noastre modalitatea exclusivă de transmitere a cunoștinței dobândite a fost scrierea unui studiu, completat, eventual, de explicații orale. În zilele noastre sunt cunoscute mai multe forme ale interpretării și se poate observa că vizualitatea, adică reprezentarea mesajului cu ajutorul imaginilor are o importanță din ce în ce mai mare. În capitolul de față vor fi prezentate următoarele:

- Studiu: forma scrisă a cunoștințelor noastre.
- Prezentare: prezentarea orală al rezultatului cercetării.
- Textul electronic: o formă de interpretare interactivă destinată, în primul rând, pentru Internet, care unește elemente vizuale și de text.
- Film: instrument de interpretare care folosește într-o mare măsură posibilitățile vizualizării.

Probleme de etică

Denaturarea rezultatelor cercetării este nepermisă pe parcursul transmiterii experiențelor noastre. Acest imperativ etic primordial pare de la sine înțeles. În practică, însă, pe parcursul interpretării – în pofida celor mai bune intenții – putem să comitem mai multe greșeli. Cel mai bine este ca omul să aibă în vedere și să își asume factorii periferici care au avut efect, pe lângă cercetare, asupra rezultatelor notate.

Cea mai mare „sursă de eroare” este chiar persoana cercetătorului. Pe parcursul cercetării, al prezenței pe teren – și mai ales pe parcursul observației participative și al interviurilor – cercetătorul influențează în bună măsură comportamentul respondenților, influențează adesea chiar și rezultatele cercetării. Putem să diminuăm această influență, însă este important ca cercetătorul să fie conștient de rolul și influența sa pe parcursul cercetării și la nevoie să-l prezinte pe parcursul interpretării.

O altă sursă de eroare este (pre)concepția de cercetător. Este o practică generală ca, pe parcursul cercetărilor de dezvoltare teritorială, cercetătorii să pornească de la premise regionale și naturale, ca de exemplu, locul ocupat în rețeaua de așezări, apropierea de granița țării, sau tradițiile locale. Desigur toate aceste puncte de vedere pot fi importante în realitate, însă pe parcursul cercetării sociologice trebuie să ne concentrăm asupra informațiilor care pot fi culese pe teren. În cazul în care sosim pe teren cu o preconcepție trebuie fim conștienți de acest fapt și să-l prezentăm în studiu, la fel trebuie să specificăm în ce măsură aceste idei s-au schimbat ca urmare a muncii pe teren.

În introducerea studiului trebuie prezentată metodologia urmată și în legătură cu fiecare enunț trebuie să specificăm, fără echivoc, pe baza cărei metode de cercetare și prelucrare de date am făcut enunțul respectiv.

Elementele vizuale ajută, în mare măsură, la percepere, nu încapă îndoială că, câteodată o ilustrație reușită, sau o poză poate oferi mult mai multe informații decât multe pagini de text. Acest studiu atrage atenția asupra celeilalte fețe a monedei: prin intermediul unor poze sau animații este mult mai ușoară *influențarea* oamenilor decât prin text scris. Pe parcursul interpretării întotdeauna trebuie avut în vedere această influență.

Pe parcursul cercetării teritoriale apariția unor conflicte de interese este inevitabilă. Pe limbajul marketingului acesta înseamnă că avem un produs (teritoriul) pe care dorim să-l „vindem” în același timp mai multor grupuri țintă, iar acest lucru, evident, nu poate fi rezolvat întotdeauna. Nu ține de competența sociologului, ci de competența politicianului local care are putere decizională, să avantajeze oricare dintre grupurile sociale. În cazul în care apar conflicte de interese se cade să prezentăm interesele fiecărui grup social – independent de mărimea grupului și de capacitatea lui de impunere a intereselor sale.

Abc-ul scrierii unui studiu

În cele ce urmează încercăm să prezentăm un fel de recomandare despre cum trebuie executat un studiu sociologic de specialitate pentru un consiliu local. Bineînțeles, nu există o rețetă referitoare la prezentarea rezultatelor unor investigații sociale valabilă în toate circumstanțele. Diferă în mod fundamental, de exemplu, studiile de impact social care pregătesc o investiție, de cele care au în vedere managementul de conflicte, sau de cele care au scopul de relevare a stării sociale, respectiv scrierile care se referă la așezări, sau întinderi. În cele ce urmează parcurgem fazele cele mai importante ale pregătirii unui studiu social de specialitate despre concepția de dezvoltarea a așezărilor. Atragem, însă, atenția asupra faptului că și o astfel de lucrare trebuie să difere în cazul fiecărei așezări, în funcție de cele mai importante problemele de cercetare în așezarea respectivă în momentul cercetării.

1. Diferențele cele mai importante dintre studiul științific și cel aplicat

Este important mai ales pentru studenții din învățământul superior să clarificăm diferențele dintre lucrarea cu scop științific, lucrarea de specialitate academică și studiul aplicat.

Concepte-cheie:

- folosirea noțiunilor;
- posibilitatea de re-căutare;
- referire.

În cazul studiilor științifice, a tezelor școlare este inevitabilă folosirea noțiunilor exacte. Folosirea adecvată a limbajului de specialitate caracteristic ramurii profesionale respective este mai importantă, decât cerința ca lucrarea să aibă un stil plăcut, fluent.¹⁴ Un alt principiu fundamental este, de asemenea, ca cadrul noțiunilor folosite în lucrare, respectiv enunțurile de conținut să poată fi re-căutate, adică din referințe să se dezvăluie clar, care noțiune cu ce scop am folosit-o, pe baza cărui autor și a cărei lucrări, respectiv diferitele precizări ale studiului nostru, pe ce alte studii s-au bazat și spre deosebire de acestea lucrarea unde și prin ce aduce ceva nou.

¹⁴ Vezi de exemplu: Péli Gábor 1994: Terminusok a társadalomtudományokban. (Terminoogie în științele sociale) In: Lendvai L.Ferenc (redactor): Társadalomtudomány és filozófia. Tanulmányok. (Sociologie și filozofie. Studii) Budapesta: Editura Áron 181-216.

În cazul unui studiu aplicat, rezultatele cărora vor fi utilizate de consiliul local și/sau de colegii proiectanți, folosirea limbajului și referințele înseamnă oarecum altceva. În cazul limbajului, de exemplu, cel mai important este să formulăm clar și inteligibil. Bineînțeles, putem să folosim termenii tehnici ai științelor sociale, însă trebuie să avem grijă întotdeauna ca măcar odată - când folosim o noțiune pentru prima dată - să explicăm clar semnificația termenului. O altă diferență importantă este că o cercetare aplicată nu trebuie să redacteze rezultate noi, chiar invers, aceasta se bazează, de obicei, pe teorii și proceduri considerate consacrate. De obicei, putem să ometem referirile la literatura științifică, în afara cazului în care ne emitem ipotezele și ne formulăm concluziile pe baza unei viziuni de urbanistică, sau sociologice considerate noi. „Posibilitatea de re-căutare” se referă, mai ales, la specificarea metodei de cercetare pe a cărei rezultate ne bazăm enunțurile.

2. Schița studiului de specialitate socială

Peste tot în lume, lucrările sociologice, independent de amploare, sunt făcute pe baza unor scheme relativ fixe, care prezintă printre altele cadrul teoretic al temei, ipotezele studiului, după care cercetarea în sine și în cele din urmă rezultatele. Pe parcursul cercetării aplicate a unei așezări sunt folosite, de obicei, alte scheme decât acestea, elementele cheie ale acestora fiind următoarele:

- sinteză
- introducere (teme de cercetare, metodologie etc.)
- descriere cu caracter general
- întrebări-cheie (2-4 buc)
- apendice

Un punct de vedere important este ca informația necesară să o transmitem cât mai concis. Partea de lucrare sociologică rar trebuie să depășească 20-60 de pagini. În cadrul acesteia sinteza directoare să nu fie mai mult de 2-4 pagini. Dincolo de descrierea generală a așezării, sau a întinderii, un studiu să scoată în evidență doar câteva probleme cheie, deoarece prea multă informație oricum nu va fi citită de către cel care comandă lucrarea. Dacă apar alte probleme importante de cercetare, atunci să facem o listă cu acestea și să ne ocupăm cu acestea într-un nou volum, sau să le recomandăm ca subiect pentru alte cercetări. În afară de aceasta, studiul mai conține și un apendice (anexă) voluminos, care - în funcție de temă - poate să fie chiar de două-trei ori mai lung decât studiul (100-150 de pagini). Aici își au locul statisticile importante, dar nu fundamentale, referitoare la teren; este indicat ca acestea să apară și în formă de diagramă, tabel (texte de interviu, text de chestionar, poze, desene locale, hărți, conspectarea literaturii de specialitate etc.)

Lucrarea nu trebuie să prezinte virtuți tipologice mai speciale, însă trebuie să denote o redactare chibzuită minimală. În zilele noastre nu mai sunt la modă studiile cu caracter de manuscris, redactate cu spațiu dublu între rânduri.

Nu este indicat ca studiul sociologic - asemănător părților de lucrare cu caracter arhitectonic - să conțină poze sau ilustrații. Datorită pozelor plasate ca ilustrație, de obicei, gândurile cititorului rătăcesc în altă parte, în loc de acest lucru este indicat să facem mai multe fotografii despre o temă și să anexăm întreaga colecție de fotografii la apendice. Pentru acest lucru însă, studiul în formă tipărită este potrivită doar parțial, o astfel de documentație cu imagini poate fi o caracteristică specifică a textelor electronice și a altor instrumente.

Totuși vizualitatea, adică imaginea ca atare, poate avea un rol important în transmiterea mesajului. Este indicat, dincolo de faptul că le prezentăm în text, ca propunerile să fie prezentate și pe figuri liniare, sau hărți de concepție, iar datele statistice mai importante să fie publicate într-o formă grafică, ușor de înțeles. Datele numerice ale tabelului în totalitatea lor nu trebuie incluse în studiu, ci – într-un mod ușor de re-căutat – în apendicele studiului.

3. Sinteza directoare

Sinteza directoare trebuie să conțină toate propunerile și constatările importante din întregul studiu într-o formă simplificată. Rolul acesteia este să informeze într-un timp foarte scurt pe cel care aduce o hotărâre în legătură cu cele mai importante probleme, în situații în care are la dispoziție doar câteva minute pentru răsfoirea documentului, ca de exemplu înaintea unei tratative. Ca să nu fie nevoie de căutare, aceasta să fie plasată chiar la începutul documentului, înainte de *introducere*.

Sinteza să fie, dacă se poate de două, sau cel mult de patru pagini. Atenție: sinteza de o pagină poate părea nesperioasă! Ca să ajutăm progresarea citirii, să ne redactăm cele de spus în puncte. Referitor la diferitele probleme putem avea, de exemplu, următoarele puncte: titlu, situație, problemă, sugestie și referință: locul exact în studiu, unde acestea sunt detaliate. Detailarea fiecărei punct poate să se facă printr-o propoziție. Cercetătorilor la început, le este greu să rezume problemele cercetării, sau sugestiile complexe într-o singură frază; însă pe parcursul cercetării aplicate trebuie să se străduiască să își însușească această aptitudine. Cei care iau hotărârile sunt de părere, că o sugestie care nu poate fi spusă într-un singur enunț, încă necesită regândire. În capitolul Exerciții al acestui manual, de exemplu, acesta este motivul pentru care apar exerciții care încearcă să ne obișnuiască cu redactarea problemelor complexe într-un singur enunț.

4. Introducere

Introducerea nu trebuie să depășească 2-3 pagini. Scopul acesteia este să clarifice, fără echivoc, celui neinițiat, ce fel de document ține în mână. Trebuie să conțină titlul documentului, subtitlul, numele celui care a comandat studiul, respectiv enumerarea celor care au pregătit studiul și rolul acestora în însărcinare. Să reiese clar, dacă autorul(autorii) studiului și cercetătorul(cercetătorii) este(sunt), sau nu, aceeași persoană; dacă munca a fost divizată, atunci cine, ce sarcină anume a avut. Trebuie să cităm textual din contract obiectul însărcinării, iar după acesta să-l descriem și pe „înțelesul tuturor”. Dacă pe parcursul cercetării, ne-am concentrat oarecum și pe alte probleme decât cele ce ni s-au cerut contractual, atunci devierea și motivul acesteia trebuie specificată tot aici. Trebuie să prezentăm, pe scurt, problemele cheie ale cercetării, ipotezele și modalitatea de testare a acestora.

În forma unor puncte schematice – care însă conțin toate amănunțele - trebuie să prezentăm sursele de date, tehnicile de documentare și de prelucrare a datelor. Dacă folosim, de exemplu, date statistice trebuie să specificăm exact ce fel sunt și cum am făcut rost de ele, adică, de exemplu, din baze de date publice, de pe Internet, sau din cercetare în bibliotecă/repertoriu, sau poate am cumpărat datele. Datele bibliografice ale surselor nu trebuie să le prezentăm aici, ci în Apendice. La fel dacă, de exemplu, efectuăm o cercetare cu chestionare, trebuie să specificăm câte persoane participă, pe baza cărei mostre, cu ce fel de tehnică sunt puse întrebările și unde se găsește chestionarul în Apendice.

În introducere să se regăsească schema studiului. Nu este caracteristic ca cel care comandă lucrarea să citească studiul de la început până la sfârșit, de obicei studiază doar părțile actuale în acel moment. Prezentarea studiului este important ca – asemănător *link*-urilor textelor electronice – să ajute cititorul să își dea seama unde găsește un anumit lucru în text.

Ca toate aceste informații să încapă în 2-3 pagini trebuie să fim foarte concisi.

5. Prezentarea generală a așezării

Oarecum face parte din tradiția de dezvoltare teritorială ca studiile – independent de scopul concret al cercetării – să conțină o parte în care este făcută prezentarea generală a așezării cercetate – care îl introduce pe cititor în cunoștințele corelațiilor geografice, istorice, demografice.

În cazul unui studiu științific ar fi inadmisibil să avem un capitol asemănător. Lucrările științifice se concentrează asupra problemelor științifice, iar cu prezentarea condițiilor climatice, sau cu procesele demografice se ocupă doar dacă acestea sunt indispensabile din punctul de vedere al problemei cercetate.

În cazul studiilor aplicate trebuie să respectăm, într-o oarecare măsură, această tradiție specifică de scriere a unui studiu, în primul rând datorită faptului că, chiar și în zilele noastre, acest lucru este o cerință din partea consiliilor locale care fac comanda. Chiar dacă nu lux de amănunte, trebuie însă să ne referim și la istoria așezării, la condițiile geografico-naturale, la rolul pe care îl are în regiune, la caracteristici culturale etc. Sociologul, însă, trebuie să își cunoască limitele: trebuie să știe că scrierea istoriei unei așezări ține de munca unui istoriograf local, iar pentru prezentarea mediului natural ar fi nevoie de un specialist în geografie, și așa mai departe. Sociologul nu poate să efectueze toate aceste părți ale muncii, el poate să facă doar o analiză a datelor din diferite surse, adică să prezinte ce au scris alții în această temă.

În studiile moderne părțile descriptive sunt din ce în ce rezumative. S-ar putea ca aceste capitole să dispară definitiv din practica de cercetare aplicată, deoarece raționamentele foarte amănunțite conclud prea greu la lucrurile principale, împovărându-l de prisos pe cititor. În practică, de altfel, aceste capitole „introdutive generale” sunt preluate și oarecum actualizate din alte studii. Fie că pornim dintr-un studiu preliminar, sau din mai multe studii de specialitate, ori publicații locale, trebuie să fim precauți în ceea ce privește sursa. Procedura cea mai corectă este să ne limităm doar la scurta prezentare a conținutului diferitelor surse de date, dacă este necesar citând textual din documente, după care să prezentăm sursele la care ne-am referit în apendice. Nu trebuie să facem economii în ceea ce privește amploarea apendicelor. Prezentarea generală a literaturii și a așezării - în același timp - să nu depășească o pagină, o pagină jumătate. Titlul subcapitolului să nu inducă în eroare; poate fi, de exemplu: „Imaginea generală a așezării conform diferitelor surse”. Autorul, pe cât posibil, să își însușească textele primite gata făcute în mod creativ, să le mânuiască cu critica cuvenită, să nu preia, de exemplu, contradicțiile de ordin logic.

De imaginea generală a așezării ține și prezentarea hărții mentale locale. Elementele hărții mentale sunt, în totalitatea lor, rezultatele culegerii de date sociologice, motiv pentru care prezentării acestora trebuie să dedicăm mult mai mult spațiu. În cazul unei așezări mici putem să scriem 10-12 pagini, iar în cazul unei așezări mai mari chiar 25-30 pagini. Prima dată trebuie să descriem categoriile generale ale hărții mentale, după care pentru fiecare parte a așezării trebuie să specificăm cele cinci informații care se referă la teren (compară cu cele scrise în capitolul VI, respectiv cu celelalte rezultate ale culegerii de date). Este indicat să tratăm individual problemele care se referă la diferite părți ale orașului, prezentând situația actuală, problema și sugestiile de rezolvare ale acesteia, respectiv, unde se mai vorbește despre această problemă în studiu. Dacă problema respectivă este specifică unei părți a terenului și nu mai apare altundeva în studiu, bineînțeles, nu trebuie să facem asemenea referiri.

Pentru colegii de la sistematizarea aşezării, una dintre informațiile cele mai importante este dezvăluirea așa numitelor *funcții* ale aşezării. Planul structural trebuie să specifice clar că o zonă respectivă – de exemplu – va avea, în primul rând, o funcție rezidențială, sau va asigura spațiu unor prestări de servicii, sau este menit să ofere loc construcțiilor industriale. Bineînțeles, pot exista o mulțime de alte categorii pe lângă acestea; de exemplu, în cazul funcției de rezidență putem să vorbim despre spațiul locativ cu case familiale, despre un spațiu locativ cu o densitate mare de populație, sau despre un cartier din centrul orașului cu o funcție mixtă. Fără efectuarea unui sondaj sociologic, proiectanții pornesc, în primul rând, de la categorisirea zonală validă actual, ceea ce duce implicit la o reglementare neputincioasă, determinată de rețeaua de drumuri existentă, adică concepțiile anterioare rămân în vigoare, fără nici o critică. Bineînțeles, acest lucru este un dezavantaj în ceea ce privește aşezarea deoarece viața de toate zilele transformă mai rapid structura aşezărilor, iar planul structural astfel devine un obstacol în calea creșterii/schimbării naturale. Sociologul poate să fie de mare ajutor în cazul în care poate să dezvăluie cum sunt, și cum doresc să fie folosite pe viitor unele spații mentale de către localnici și(sau) cei care lucrează acolo, respectiv, dacă poate să strângă informații privind viziunile potențialilor investitori despre spațiul respectiv.

La schițarea unei imagini generale despre aşezare este necesar ca toate problemele pe care nu le-am considerat probleme-cheie să le prezentăm pe scurt – în câteva propoziții/paragrafe. În funcție de situația pe moment și de datele faptice, aceeași problemă poate să fie o problemă-cheie în una dintre aşezări, iar în cazul unei alte aşezări să se dovedească a fi o problemă care nu necesită o decizie, nefiind o problemă acută. De exemplu circulația locală, învățământul, bunăstarea populației, încurajarea investițiilor și cooperarea regională, toate acestea sunt probleme importante, însă nu este sigur că necesită o decizie rapidă, profundă și complexă. În asemenea situații, deci, – independent de importanța acestor teme – este suficientă prezentarea lor pe scurt, în partea de introducere generală.

6. Probleme-cheie

În cele mai multe cazuri, la începutul cercetării, nu se poate ști (va ieși la iveală pe parcursul cercetării) care sunt cele mai importante probleme ale aşezării. Mai târziu, cercetarea sociologică trebuie să se ocupe îndeosebi cu niște probleme/teme care:

- împart părerile localnicilor, și/sau
- prezintă posibilitatea de conflict, și/sau
- provoacă opunerea grupurilor care susțin cu precădere interesele locale, și/sau
- este complexă, adică vizează multe lucruri/persoane, și/sau
- au consecințe radicale, și/sau
- necesită o decizie rapidă.

Într-un spațiu în care, de exemplu, datorită înviorării economice și a imigrării masive, comerțul imobiliar este semnificativ, cercetarea pieței imobiliare va deveni o problemă importantă; unde însă nu se înregistrează o creștere economică și populația este stabilă sau scade, acolo, spre deosebire de alte probleme ale aşezării, putem să prezentăm piața imobiliară statică, letargică, doar în câteva fragmente. În zilele noastre, există în unele aşezări probleme care cu regularitate cauzează niște conflicte. Este aproape sigur că, de exemplu, limitarea circulației auto în spațiile locative supraaglomerate va cauza o situație de conflict între pietoni, bicicliști și conducători auto, care este în relație, printre altele, și cu situația financiară a unor grupuri sociale.

Închiderea școlilor cu un număr mic de elevi într-o aşezare necesită o investigație temeinică și o decizie chibzuită; această decizie economisește consiliului local niște fonduri,

însă lichidează locuri de muncă intelectuale, îndeamnă familii cu copii care se mută, numărul copiilor scade, iar acest lucru poate să aibă consecințe negative ireversibile în așezările mici; așezarea poate deveni un sat îmbătrânit etc.

La fel se poate întâmpla ca, de exemplu, problemele serviciului sanitar, traficul care trece prin așezare, recalificarea, stimularea întreprinderilor, sau cooperarea regională (sau orice altceva) să fie considerată o problemă-cheie; respectiv pot să se dovedească de o importanță mai mică, în relația specificității de teren.

Când tratăm problemele-cheie nu există un obstacol de amploare, studiul trebuie să conțină toate punctele de vedere importante. În practică 8-10 pagini sunt de ajuns la tratarea unei probleme.

Tratarea diferitelor probleme poate să conțină următoarele puncte:

- expunerea situației;
- problema: elementul care necesită o luare de decizie, ori prezintă o sursă de conflict;
- unde se află liniile de fracție ale diferenței de opinii; care grupuri sociale sunt de aceeași părere; care stau în opoziție unul cu celălalt în abordarea temei;
- sugestii;
- unde mai apare problema respectivă în studiu.

La redactarea sugestiilor este indicat să elaborăm mai multe alternative, marcând în cazul fiecărui scenariu:

- avantajele;
- dezavantajele;
- influențele de scurtă și de lungă durată, incluzând și influențele indirecte – colateralele;
- păgubașii sociali și modul de compensare ai acestora;
- planul comunicării sugestiei etc.

Datele care au fost culese cu diferite tehnici de cercetare trebuie să le prezentăm grupate conform problemelor de cercetare și nu conform documentației. Acest lucru înseamnă să nu avem, de exemplu, un capitol ca „Rezultatele cercetării cu chestionar” sau „Rezultatele interviurilor luate”. Cel care comandă lucrarea nu este interesat de ce se poate citi din statistici și interviuri, ci care sunt răspunsurile la întrebările date. În legătură cu unele teme (serviciul sanitar, circulație, învățământ, piața imobiliară) însă putem și chiar trebuie să ne referim la impresiile pe care le-am avut pe baza interviurilor și a observației participative, la ce indică rezultatul cercetării cu chestionar în ceea ce privește divizarea opiniei publice, la cele ce se pot desluși din datele statistice referitoare la tema respectivă.

La prezentarea datelor statistice să fim conștienți de faptul, că dacă cel care comandă lucrarea ar putea și el să interpreteze tabele statistice, probabil nu ar comanda această lucrare de la un sociolog. Nu este o metodă bună dacă înghesuim o sumedenie de tabele statistice în textul scris; în text trebuie să includem doar cele mai importante date, celelalte să le prezentăm în anexe. Filtrarea, selectarea datelor este o sarcină importantă a cercetătorului. Trebuie să procedăm astfel încât datele prezentate să fie ușor de citit: în loc de tabele să folosim diagrame circulare, sau coloane care sunt mai ușor de înțeles. Valorile concrete (și nu doar dispersia lor procentuală) să poată fi căutate în forma unui tabel în apendice.

În cele mai multe cazuri datele locale merită interpretate în comparație regională, sau micro-regională. Consiliile Locale – de cele mai multe ori - își apreciază propriile realizări în raport cu așezările din împrejurimi.

Când sociologului, conform însărcinării, i se cer în mod expres prognoze, anticipări, de exemplu aprecierea proceselor demografice și de școlarizare, să încerce să le onoreze pe acestea, dar în același timp să specifice clar în ce măsură se poate încrede în aceste prognoze.

Prezentarea orală

Rezultatele de cercetare ale participanților la cercetarea unei așezări trebuie prezentate și oral, în cadrul unui forum al locuitorilor, al unei ședințe a consiliului local, sau cu alte ocazii. În loc de descrierea amănunțită a acestui lucru recomandăm în atenția cititorului cartea lui Katalin Szabó¹⁵ (2002). În acest subcapitol prezentăm doar diferențele aproape neglijabile dintre conferințe și prelegerile cu scop aplicativ.

Din punctul de vedere al duratei, conferințele cu scop științific sunt, de obicei, mai lungi; însă în ședința consiliului local, sau la un forum al locuitorilor sunt apreciate mai ales introducerile concise și frapante, care lasă timp suficient pentru clarificarea problemelor apărute. Din această cauză prezentarea să nu fie mai lungă de 10-15 minute. În acest timp trebuie să formulăm pe scurt și concis problemele-cheie și sugestiile pe care le-am prezentat în studiu, la fel cum am făcut în cadrul sintezei directe în scris.

Pe parcursul prezentării, publicul, de cele mai multe ori, nu se așteaptă la „raportul de cercetare”, ci la rezultatul final, la răspunsul dat la problema care s-a ivit în cazul acelei teme. Sursele de informație și tehnicile de cercetare trebuie doar amintite pe scurt; însă dacă cineva ne pune o întrebare: pe ce ne bazăm constatările atunci putem, bineînțeles, să prezentăm și metodele de cercetare.

Sugestiile trebuie făcute într-o formă concretă și clară. În cazul în care nu putem să redactăm o sugestie, este indicat să punem o *întrebare* auditoriului, precizând că după prezentare le cerem cooperarea pentru a găsi răspuns la problema respectivă.

Este adevărat mai ales în cazul prezentării orale, dar și în cazul prezentării scrise, că aceasta poate să conțină doar o parte din cunoștințele noastre. Emițătorul este liber să aleagă temele pe care le va prezenta pe parcursul prelegerii. Alegerea sa structurează, în mare măsură, gândirea receptorului - auditoriului; simplu spus, probabil se vor aborda temele pe care prezentatorul le alege. Se întâmplă rar ca auditoriul să pună întrebări în legătură cu teme care nu au fost discutate. Studiile orale și cele în scris sunt, în principiu, două genuri diferite. Studiul scris deși trebuie să fie inteligibil, nu este necesar să fie amuzant. În cazul prezentării orale trebuie să ținem trează atenția auditoriului, deoarece numai așa putem să transmitem mesajul. Este indicat să trezim interesul auditoriului cel puțin de două ori pe parcursul prezentării, la început și la sfârșit, înainte de a trage concluziile, cu un citat, un aforism, observație amuzantă care se potrivește temei.

Folosirea elementelor studiului scris pe parcursul unei prezentări orale nu poate trece „nepenalizată”. Chiar și cele mai bine scrise texte profesionale sunt neîndemânatic, dacă le citim cuvânt cu cuvânt; este mai indicat să improvizăm pe baza unor notițe. Nu este voie să proiectăm textul sau tabelele studiului. Este voie să proiectăm doar elemente vizuale, de exemplu diagrame sau figuri.

Datorită timpului scurt pe care îl avem la dispoziție trebuie să facilităm înțelegerea mesajului nostru cu cât mai multe elemente vizuale. Proiecția este posibilă în toate sălile de

¹⁵ Szabó Katalin 2002: Kommunikáció felsőfokon.(Comunicare la nivel superior) (ediția a doua completată și prelucrată) Budapesta: Kossuth.

ședință ale consiliilor locale, iar în multe locuri este posibilă și proiecția de pe calculator. Pentru a sprijini ceea ce spunem, să folosim ilustrații, care pe baza unor icoane, prezintă firul raționamentului; curbele grafice, de exemplu.

Mulți cercetători se feresc să folosească elemente vizuale, deoarece le este frică că acestea vor fi considerate complicate. În realitate, caracterul ilustrativ pe de-o parte accelerează, pe de altă parte face mai ușoară recepția mesajului. Însă, aceste ilustrații nu ar fi bune, neapărat, în cazul unui studiu scris, tipărit. O caracteristică specifică a ilustrațiilor este, că fără informații suplimentare nu pot fi înțelese, sau pot fi înțelese greșit. În cazul documentelor scrise nu poate fi controlat dacă cititorul citește, sau nu textul care completează ilustrațiile, astfel nici faptul cum va interpreta cele văzute (citite). Recomandăm ca fotografiile să fie folosite cu grijă. Unele fotografii scoase la întâmplare nu pot fi documentații, doar ilustrații, ceea ce poate să ducă la formarea unei imagini unilaterale în rândul auditoriului.

Să lăsăm timp pentru întrebări. Răspunsurile date la întrebările publicului ajută, în mare măsură, la eliminarea dubiilor, suspiciunilor. Dacă nu puteți să răspundeți la o întrebare – liniștiți-vă: după trei-patru luni de cercetare intensivă a unei așezări, de obicei, *puteți* să răspundeți la toate întrebările – atunci să mulțumiți pentru întrebare și să precizați că răspunsul necesită mai multă cercetare; acest răspuns vă strică credibilitatea mult mai puțin decât dacă ați da un răspuns improvizat, necugetat.

O metodă de interpretare considerată nouă: textul electronic

În zilele noastre este firesc ca toate studiile trebuie predate celui care comandă lucrarea atât în câteva exemplare tipărite, cât și în formă digitală (pe dischetă, CD, sau în e-mail). Puțini sunt cei care se gândesc la faptul că studiul digital și cel tipărit nu ar trebui să fie neapărat în conformitate unul cu celălalt, deoarece ar putea fi folosit și ar trebui folosit în scopuri diferite.

„Menirea” textului tipărit este să fie studiat de câțiva profesioniști și(sau)persoane care iau deciziile, iar după o anumită fază decizională să îl arhiveze; eventual îl vor mai răsfoi o dată înainte de luarea unor următoare decizii. Varianta electronică a textului este necesită pe considerentul, că dacă dintr-un motiv oarecare studiul trebuie prelucrat – de exemplu, pe baza documentului utilizând amănunțele acestuia se execută un plan de dezvoltare, se scrie un proiect – atunci din textul electronic se pot prelua cu ușurință elementele necesare.

Textul electronic, însă, este potrivit pentru mai multe și mai variate lucruri decât studiul tipărit. În cele ce urmează, pe baza celor scrise de Sarah Pink¹⁶, respectiv pe baza experiențelor mele proprii, trec în revistă, când și cum poate fi folosită această tehnică de interpretare pe parcursul cercetării aplicate a unei așezări.

Diferențele dintre textul electronic și cel tipărit sunt prezentate în tabelul de mai jos:

| <i>Text tipărit</i> | <i>Text electronic și hipermedia</i> |
|---|--|
| Poate fi citit secvențial (continuu) | Poate fi citit în mod ramificat în funcția intereselor individuale |
| Ordinea de referire este condiționată | Ordinea de referire este necondiționată |
| În principiu lungimea este limitată | În principiu nu există limite de amploare |
| Rolul elementelor vizuale este foarte limitat | Are un caracter vizual |
| Este exclus rolul elementelor auditive | Elementele auditive joacă un rol important |
| Face posibilă o comunicare unilaterală | Oferă posibilitatea comunicării interactive |

¹⁶ Pink, Sarah 2001: Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE.

| <i>Text tipărit</i> | <i>Text electronic și hipermedia</i> |
|--|---|
| Este un gen conservativ al cărei caracteristici mai importante sunt neschimbate de mult timp | Este un gen nou ale cărei caracteristici sunt în formare |
| Presupune că documentul va fi citit de către cititor cu răbdare până la final | Presupune că cititorul este nerăbdător, interesul lui trebuie ținut treaz în fiecare moment |
| Publicul este limitat | Publicul este, în principiu nelimitat |
| Poate fi transmisă doar pe cale fizică | Poate fi transmis pe cale fizică și electronică, respectiv pe Internet |

Diferențele de mai sus oferă niște posibilități noi, care pot fi exploatate pe parcursul interpretării rezultatelor cercetării unei așezări.

Rapoartele cercetărilor sociologice, de obicei, conțin mult mai multe informații decât câte ar putea fi prelucrate de cei care iau deciziile. Cele mai multe decizii sunt luate pe baza sintezei directe de câteva pagini. Dificultatea este cauzată, nu în ultimul rând, de faptul că studiul tipărit este greoi. Conform ordinii de referire stricte, condiționate, părțile de conținut trebuie puse la începutul, iar anexele care susțin afirmațiile și-ar avea locul la sfârșitul textului. Deși, în principiu, în capitolele următoare ale studiului precum și în anexă există informații destule, în practică cititorilor nu le place să răfoiască studiul - indiferent de genul lui. Textul tipărit este potrivit mai ales pentru citire continuă.

În cazul textului electronic continuitatea devine inutilă. Se poate referi la diferitele pagini în moduri diferite și cititorul poate să urmeze diferitele referiri, poate să conecteze în ordinea dorită mesajele textului. Problemele-cheie pot fi căutate individual. Modul de a găsi „anexele” va deveni evidentă și mai rapidă. Cititorul nu iese din ritm, ceea ce ușurează și face mai rapidă înțelegerea.

Textul electronic poate avea „un final deschis”, mai mult decât atât, în cele mai multe cazuri are un final deschis; dintr-un document pot să conducă *link*-uri directe la baza de date, sau la studii din toată lumea care tratează aceleași probleme, sau la celelalte documente ale așezării, eventual la alte scrieri ale autorului respectiv. Observațiile cititorilor care se referă la unele documente pot fi adunate, deschise, sau pe baza acestora pot fi actualizate de multe ori de pe Internet.

Textele electronice, în principiu, nu au o barieră de amplasare, în practică bineînțeles, trebuie să avem în vedere unele limite de dimensiuni, însă nu încapă îndoială că pe un CD încapă mult mai multă informație decât cât am putea să tipărim.

Ne-am referit, deja, pe scurt la faptul că în cazul textelor tipărite, sau în cazul prezentării orale trebuie să avem grijă cum folosim elementele vizuale, în primul rând fotografiile; puține fotografii pot să îl inducă în eroare pe cititor, o mulțime de fotografii, adică o documentare de fotografii care tinde spre totalitate nu poate fi amplasată în cadrul unui studiu tipărit. Un text electronic, însă – mai ales datorită flexibilității de amplasare – poate să-și permită o prezentare circumspectă de documentare vizuală.

Referitor la ilustrațiile care vin în ajutorul explicațiilor (pictograme) am afirmat până acum, că ajută în mare măsură recepția expunerii orale, însă în texte tipărite hârtia nu „vorbește de la sine”, din această cauză trebuie să o utilizăm în mod precaut, gândindu-ne și la cei care nu citesc explicațiile. Textul electronic, însă are un caracter vizual, unde ilustrațiile au, deseori, un rol mai important în transmiterea mesajului decât textele. Înțelegerea este ajutată doar într-o măsură mai mică de textele explicative, putem să ne bazăm într-o măsură mai mare pe puterea de explicație a ilustrațiilor interactive, sau animate. Un rol important îl pot avea și elementele sonore care dau niște explicații.

Publicul țintă al studiilor tipărite este limitat: rezultatele cercetării unei așezări sunt citite mai ales de membrii corpului de deputați ai consiliilor locale și de oamenii care sunt interesați de punerea în practică a acestora. Deși, și ei pot să utilizeze textele electronice, mai mult decât atât, un CD interactiv poate să țintească același public ca și studiul tipărit. Un avantaj enorm al textelor electronice este, însă faptul că publicul care îl citește poate să fie cu mult mai mare, prin Internet, sau e-mail poate să ajungă la mulți oameni, de exemplu la organizații civile, întreprinzători sau la mari grupuri ai populației care au la dispoziție Internetul, într-o formă direcționată sau nedirecționată.

Cu prilejul redactării suprafețelor menite pentru Internet, sau CD, trebuie să avem în vedere faptul că oamenilor, de obicei, nu le place să se uite la ecran mai mult decât este necesar. Atenția cititorului trebuie menținută încontinuu, de exemplu, cu elemente interactive, întrebări la care poate răspunde, cu recomandarea unor *link*-uri. Pentru diferitele metode de redactare stau la dispoziția noastră, în prezent mai ales idei și nu rețete gata făcute. Textul electronic este un gen cu caracter de noutate, ale cărui caracteristici mai importante sunt în plină formare.

Trebuie să atragem atenția și asupra celor mai importante pericole ale textului electronic: pe baza diferitelor modalități de descifrare, fiecare cititor va avea o părere personală pe baza documentului; datorită diferențelor de percepții ale cititorilor, textele electronice nu sunt, de obicei, potrivite pentru pregătirea deciziilor. Autorul nu poate să verifice în aceeași măsură, ca și în cazul altor forme de interpretare, cum este interpretat textul său de către cititor; este grea prevenirea unor posibile neînțelegeri.

Textele electronice ridică niște probleme de etică specifice. În timp ce în cazul textului tipărit putem să scriem și informații oarecum confidentiale, destinate unui public mai restrâns, în cazul textului electronic niciodată nu putem să excludem pericolul ca textul să iasă de sub controlul grupului țintă și unele părți să fie afișate pe Internet. Publicarea informațiilor confidentiale este și răspunderea autorului în toate cazurile, din această cauză textele electronice trebuie făcute astfel încât, să nu conțină informații confidentiale sau împovărătoare referitoare la nici un individ, respectiv la nici un grup social identificabil.

Accesarea diferitelor informații cu ajutorul Internetului creează posibilități pentru rescrierea acestora și variantele rescrise pot apărea și ele repede pe Internet. Deși, bineînțeles, falsificarea documentelor nu este legală, este mai bine dacă autorul se pregătește pentru astfel de posibilități, de exemplu clarificând și afișând, fără echivoc, drepturile de autor în mai multe locuri în cadrul documentului, având grijă ca marcarea „copyright” să apară pe toate elementele vizuale, adică pe toate fotografiile, ilustrațiile sau animații flash. Bineînțeles, aceste inscripții pot fi șterse, însă în acest caz poate fi demonstrată rea credința falsificatorului.

Filmul monografic și filmul pregătitor de decizie

În cele ce urmează, conform celor scrise de Sarah Pink¹⁷ (2001), respectiv bazându-mă pe experiențele mele proprii, încerc să trec în revistă posibilitățile filmării pe parcursul cercetării unei așezări.

Scrierea lui Sarah Pink prezintă bazele teoretice ale abordării antropologiei vizuale; această scriere a fost trimisă de cercetătoare anume pentru manualul nostru, deși mai devreme, sau mai târziu va apărea probabil și în limba engleză.

¹⁷ Pink, Sarah 2001: *Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE.

Mesajul studiilor de impact, de multe ori, nu ajunge la conducătorii responsabili și la locuitori, deoarece puțini sunt cei care pot să își facă timp pentru citirea, interpretarea bazelor de date de 80-100 de pagini. Partenerii nepregătiți, de multe ori, se avântă în dezbateri fără sfârșit. În timp ce, în zilele noastre, tot mai puțini sunt oamenii care au timp să citească, comunicarea prin intermediul *imaginilor cinematografice* încă câștigă teren. Filmul pregătit de decizie este o metodă relativ nouă. Un film de scurt metraj de 10-15 minute este potrivit pentru prezentarea nuanțată, din variate puncte de vedere a unei situații decizionale, în același timp este ușor de înțeles și de prelucrat pentru spectator. Dacă o conferință sau o ședință a consiliului local începe cu proiectarea unui film de scurt metraj, se poate exclude faptul ca participanții să nu fie informați despre problemă, cel puțin la nivelul celor văzute, sau auzite.

Un astfel de film – pregătit de decizie – poate fi prezentat de exemplu:

- la o ședință, conferință a consiliului local sau a comisiei de specialitate;
- la prezentări ținute pentru organe, oficii emitente de proiecte;
- poate fi accesat pe pagina de Internet al consiliului local;
- în programul televiziunii locale, forumul populației;
- poate fi expediat prin poștă în forma unui CD, sau a unei casete video potențialilor investitori.

Pregătirea filmelor este indicată, mai ales, în cazurile în care timpul dintre realizarea documentelor scrise și luarea unei decizii este scurt, sau decizia trebuie luată de mai multe persoane, eventual decizia afectează un larg segment social, ca de exemplu:

- în cazul pregătirii unui plan de structurare, sau de reconstrucție - pentru includerea populației și a unor grupuri de interes;
- pentru clarificarea scopurilor unor proiecte, pentru convingerea partenerilor străini și a instituțiilor din țară;
- pentru ca scopul programului de cooperare din microregiuni să fie pe înțelesul tuturor;
- la pregătirea unui program de stimulare a investițiilor locale, sau la pregătirea unui program social.

Celălalt gen de film care poate fi pregătit pe parcursul cercetării aplicate a unei așezări este filmul monografic; acesta este, de fapt, reformularea vizuală a monografiilor scrise anterior. O caracteristică specifică a acestora este, că în timp ce monografiile unei așezări, lucrările care țin de istoria locală au urmărit, în primul rând, tradițiile așezării, filmele care se referă la așezări urmăresc mai ales tradițiile antropologiei vizuale și a filmării etnografice, respectiv practica amatoare și de înregistrare pe video a diferitelor evenimente, tinzând mai ales spre imortalizarea evenimentelor ieșite din comun sau chiar a vieții de zi cu zi.

Importanța filmului monografic este incontestabilă; o monografie filmată adâncește identitatea locală și întărește sentimentul de comunitate, și între timp poate să atragă atenția asupra unor probleme actuale ale așezării, asupra soluționării acestora și asupra activității consiliului local. Trebuie să atragem atenția și asupra pericolelor: poate să încingă spiritele într-o măsură mai mare decât textul scris, apariția de facto pe ecran a „personajelor” și soarta filmului ridică niște întrebări etice.

Filmul este un canal de comunicație unilaterală, care datorită eficacității sale poate fi un instrument important al comunicării de marketing al așezării. Imaginea și sunetul care stimulează în același timp două dintre simțurile noastre, poate avea o putere mare de influențare. Această deosebită forță de influențare ridică și probleme de etică: ca orice tehnică de interpretare și filmul poate fi un bun instrument pentru scopuri bune, respectiv un instrument eficace pentru atingerea unor țeluri rele.

În mod caracteristic oamenii, de obicei, sunt tentați să creadă tot ceea ce văd și aud, astfel scenele de film văzute rămân doar rar fără o influență. De fapt, este mai ușor „să trișăm” cu ajutorul unui film, decât cu un text scris: alegerea textelor de interviu, redactarea materialului sonor, sau imaginile prezentate, toate influențează spectatorul în mare măsură; iar un montator cu rutină poate să compună din cele mai multe înregistrări imagini cu aproape orice atmosferă. Mai mult, situațiile văzute/spuse pot fi recăutate mai greu, decât în cazul studiului scris, deoarece filmul nu are anexe și referiri (în afară de secvențele de filme amplasate în texte electronice). Rezumând, depinde de ținuta morală al celui care face filmul, ca acesta, ca și o unealtă, va fi folosit în moduri și în scopuri etice, sau nu.

Comunicarea, urmărirea și evaluarea

Odată cu predarea rezultatelor cercetării munca cercetătorului – în sensul strict - a luat sfârșit; însă, în realitate, după acesta există încă trei faze de lucru pe parcursul cărora este inevitabil nevoie de fructificarea experiențelor de sociolog. Prima fază de lucru este *comunicarea* rezultatelor către societate. Deși acest lucru ține, în primul rând, de sarcina specialistului în marketingul așezării, totuși experiențele locale și rezultatele cercetătorului pot fi utilizate foarte bine în procesul comunicării de marketing. Pe baza rezultatelor cercetării sociologice putem să definim grupurile țintă ale comunicării (la cine să se adreseze consiliul local, respectiv cel care comandă studiul), cum, prin ce fel de canale să țină legătura, care să fie mesajul, respectiv la ce fel de ecou social se poate aștepta.

Fazele de lucru cunoscute în limbajul de specialitate, mai ales ca *monitorizare* și *evaluare* sunt de asemenea faze de lucru de după terminarea cercetării și predarea rezultatelor. În practică – încă - este foarte rară urmărirea și evaluarea, atât a vieții „posteroare” a unei cercetări științifice, cât și a unei cercetări aplicate. Ne putem aștepta la faptul că rolul urmăririi și a evaluării va crește rapid în viitorul apropiat întru-cât percepția europeană tinde spre concluzia conform căreia unele proiecte de dezvoltare pot fi considerate terminate odată cu evaluarea rezultatelor.

Cuprins

| | |
|---|----|
| I. Introducere..... | 5 |
| Cercetarea de teren | 6 |
| Cercetarea teritorială și a așezărilor umane ca o știință aplicată..... | 6 |
| Cui i se adresează cartea?..... | 7 |
| Umplerea lacunelor | 7 |
| Despre simplificare | 8 |
| Structura cărții | 8 |
| Capitolele cărții..... | 9 |
| II. Îmbinarea tehnicilor de cercetare calitativă și cantitativă..... | 11 |
| Introducere..... | 12 |
| Tehnici de cercetare pe o axă calitativă-cantitativă..... | 12 |
| Fidelitate și validitate în sociologie | 15 |
| Caracteristici specifice terenului și comparabilitate în antropologie | 17 |
| Tehnici calitative-cantitative: succesiune și coordonare..... | 18 |
| Mersul cercetării aplicate pe teren..... | 20 |
| III. Observația participativă | 25 |
| Introducere..... | 26 |
| Istoria teoriei | 26 |
| Observația din exterior și din interior..... | 30 |
| Probleme de etică | 30 |
| Abc-ul observației participative..... | 31 |
| Studii de caz și exemple | 32 |
| IV. Interviu cu focus-grup..... | 43 |
| Introducere..... | 44 |
| Istoria teoriei | 44 |
| Când este indicată efectuarea unei cercetări cu focus-grup?..... | 46 |
| Probleme de etică | 47 |
| Focus-grupul în practica cercetării | 48 |
| Abc-ul focus-grupului | 48 |
| Studii de caz, exemple | 57 |

| | |
|---|-----|
| V. Interviul, chestionarul și culegerea bazelor de date – | |
| într-un mod apropiat terenului..... | 59 |
| Introducere..... | 60 |
| Aplicarea metodelor calitative într-un mod apropiat terenului..... | 60 |
| Interviul în adâncime ca o tehnică de interviu | 61 |
| Interviul pe parcursul cercetării unei așezări..... | 63 |
| Chestionar flexibil și apropiat terenului | 65 |
| Probleme de etică | 68 |
| Abc-ul redactării unui chestionar flexibil | 70 |
| Culegerea și analiza bazelor de date statistice pe teren | 75 |
| | |
| VI. Redactarea hărții mentale | 79 |
| Introducere..... | 80 |
| Hărți obiective nu există! | 81 |
| Interferențe (crosstalk-uri): noțiunea de cartografiere cognitivă în diferite discipline | 85 |
| Istoria teoriei | 87 |
| Culegerea și prelucrarea datelor | 94 |
| Probleme de etică | 100 |
| Redactarea hărții mentale pe parcursul cercetării aplicate a unei așezări | 101 |
| Abc-ul redactării unei hărți mentale | 102 |
| | |
| VII. Analiza de rețea | 113 |
| Introducere..... | 114 |
| Istoria teoriei | 114 |
| Tehnică sau paradigmă? | 115 |
| Analiza de rețea și a capitalului de relație..... | 117 |
| Aplicațiile științifice și practice ale analizei de rețea | 119 |
| Analiza de rețea pe parcursul cercetării așezărilor umane | 120 |
| Probleme de etică | 122 |
| Abc-ul analizei de rețea..... | 123 |
| Studii de caz, exemple | 147 |
| Rețeaua universităților interconectate din Bazinul Carpatic, 2002..... | 148 |
| Rețele de opinii: referință la legea de film care se pregătește, 1997 | 148 |
| Mic dicționar de noțiuni în limba română..... | 151 |

| | |
|--|-----|
| VIII. Interpretare..... | 153 |
| Introducere..... | 154 |
| Abordarea economică, sociologică și antropologică a interpretării..... | 155 |
| Interdisciplinaritatea cercetării teritoriale aplicate: | |
| caracter antropologic, sociologic și economic..... | 158 |
| Posibilitățile și modurile de interpretare | 159 |
| Probleme de etică | 160 |
| Abc-ul scrierii unui studiu..... | 161 |
| Prezentare orală | 167 |
| O metodă de interpretare considerată nouă: textul electronic | 168 |
| Filmul monografic și filmul pregătit de decizie..... | 170 |
| Comunicarea, urmărirea și valorificarea | 172 |

The book was first published in Hungary in 2004, then re-published in 2005 and also in 2006. The number of re-published editions within such a short period of time indicates an interest which is rather unusual for a social science textbook, especially when it comes to a seemingly dull topic such as urban development and methodology. According to my opinion the success of the book lies in its ability to explain to readers its relatively complex subject matter in a simple and readable way.

The book's success is further demonstrated by the fact that it is assigned for courses on almost all universities in Hungary. These courses cover a variety of disciplines, ranging from geography through urbanism to my own field, sociology. Furthermore, it is also in use in Romania in the Hungarian language education at the Babeş-Bolyai University in Cluj, at the universities of Oradea and Miercurea Ciuc.

I am certain that this textbook will not only benefit students and researchers in Romania, but will also help to strengthen cooperation and mutual understanding in the two countries.

Szántó Zoltán

vice rector of Corvinus University of Budapest

László Letenyei's exemplary textbook *Applied Social Research Methodology in Urbanism* is a much needed volume, whose publication could not be timelier. It is a real contribution to the European intellectual space and a needed addition to the educational space in Romania. The methodologies are well chosen, covering abroad field, and are very well presented, so that the learner could use them right away. The explanations and the inset examples of real research cases add value to the volume.

Sorin Adam Matei
Associate Professor



ISBN 978-973-595-825-1