



SECȚIUNEA 4. NOI PERSPECTIVE INTERCULTURALE ÎN
EPOCA CONTEMPORANĂ/

CERCETĂRI ETNOLOGICE DE TEREN TRECUTE ÎN SPAȚIUL
ONLINE
(PENTRU OPTIMIZAREA PROCESELOR DE VALORIFICARE ȘI
PROMOVARE A PATRIMONIULUI LOCAL)

ETHNOLOGICAL FIELD RESEARCH CONDUCTED ONLINE (TO
OPTIMIZE THE VALORIZATION AND PROMOTION PROCESSES OF
LOCAL HERITAGE)

*Marina Miron, dr. în istorie
Centrul de Cercetări Filologice „E. Coșeriu”
al Universității de Stat din Moldova, Chișinău
ORCID: 0000-0002-9855-8461*

*Viorel Miron, dr. în economie
Asociația de Dezvoltare a Turismului în Moldova
mun. Chișinău, or. Vatra
ORCID: 0000-0002-2954-8753*

CZU: 303:39:004

Abstract

The increasingly massive presence of people in virtual space has motivated some researchers to exploit to the maximum the opportunities offered by, for example, social networks. In the last 2-3 years, more and more groups appear on social media, which thematically unite whole communities. This tool allows the collection of valuable information about the history of some localities, the material and immaterial heritage, sometimes the creation of precious photo archives, etc. This type of research based on the classic version of research methodology and theory allows for interdisciplinary studies.

This article addresses the subject of the possibility of using field research tools in the online space and the convenience of collecting, documenting and systematizing ethnological field data collected virtually.

Key-words: *ethnological research, field research, online ethnological research, online research tools, questionnaires, pages on social networks.*

Provocările ultimilor ani, precum situația pandemică creată de răspândirea virusului Covid 19, agresiunea militară Rusiei în Ucraina și transformarea într-un conflict militar de durată la hotar cu Republica Moldova, au schimbat brusc multe domenii de viață și modul de activare zilnică, cum ar fi cele din domeniul intelectual, au impus adoptarea unor noi instrumente de implementare a sarcinilor

zilnice, în special, trecerea în online și implementarea la distanță a multor activități, inclusiv realizarea unor cercetări tematice cu profil etnologic. Totodată, prezența tot mai masivă a oamenilor în spațiul virtual, motivează cercetătorii să-și schimbe abordarea tradițională a cercetărilor de teren și să adapteze instrumentele de cercetare existente la realitățile și provocările actuale. Utilizarea metodelor de cercetare online a deschis un spațiu cu adevărat lărg de manevră pentru selectarea eșantioanelor de respondenți și implicarea cetățenilor care au plecat din țară cu traiul în alte areale geografice și prin asta rămân în cele mai dese cazuri neimplicați în cercetările tematice de teren clasice. Această adaptabilitate permite cercetătorilor să exploateze mai plener oportunitățile oferite de comunitățile virtuale create prin intermediul rețelelor de socializare, devenite platforme de colectare a diferitor date cu caracter istorico-cultural și etnologic.

În acest articol, autorii vin cu propria experiență de cercetare în utilizarea instrumentelor de cercetare etnologică tradițională adaptate la cerințele cercetării online, dar și cu experiențe de utilizare a posibilităților tehnologiilor informaționale pentru obținerea unor rezultate rapide pentru formularea de ipoteze de lucru și colectarea datelor în studiul științific. Bazându-se pe rezultatele intermediare obținute în urma utilizării metodelor clasice de cercetare etnografică de teren, adaptate la oportunitățile tehnologiilor informaționale, se vor transpune avantajele și limitările unor cercetări online, ce ajută în înțelegerea modului de asigurare a veridicității și calității într-un asemenea tip de investigații științifice.

În domeniul etnologic, pe plan mondial, dincolo de hotarele Republicii Moldova, există demult această experiență de cercetare online, considerată una inevitabilă și cu multiple posibilități de virtualizare a vieții reale. Etnografia sau etnologia online (cunoscută și sub denumirea de etnografie virtuală, etnografie digitală sau ciberetnografie) este o metodă de cercetare care adaptează metodele etnografice la studiul comunităților și culturilor create prin interacțiunea socială mediată de computer¹. Netnografia este o altă formă de etnografie online cu seturi mai specifice de linii directoare și reguli și o bază multidisciplinară comună pentru cercetători din domenii de studii conexe; aplicarea generală a metodelor etnografice la munca de teren online, așa cum este practică de antropologi, sociologi și alți savanți în modul de cercetare tradițională în teren. Este o metodologie de cercetare calitativă și interpretativă, care adaptează tehnicile etnografice tradiționale la

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Online_ethnography [accesat la 05.01.2023].

studiul prin intermediul rețelelor sociale. Noua abordare a câștigat o largă acceptare în cercetarea în afaceri și se răspândește în alte domenii².

Studiul de etnologie tradițională fixează și interpretează interacțiunile dintre conlocuitorii unor comunități. Cercetările online extind studiul etnologic la configurații în care interacțiunile sunt mediate tehnologic și nu față în față. Prin urmare, etnologia cibernetică (etnografia) abordează limitările noțiunii tradiționale de teren de cercetare ca spațiu localizat, înțelege că comunitățile online pot crea o cultură comună prin interacțiuni mediate digital. Deși afirmația că munca etnografică de teren poate fi aplicată în mod semnificativ la interacțiunile mediate de computer e posibil a fi contestată de unii cercetători, care optează pentru modul tradițional de colectare a datelor de teren, aceasta devine din ce în ce mai acceptată, în special de noua generație de cercetători, care sunt deschiși pentru noi tehnici și instrumente de colectare a datelor³. Cu toate acestea, trebuie să înțelegem de la început că pentru mulți internetul este doar un alt mod de culegere a datelor primare, necesare pentru realizarea unor studii ample mono- sau interdisciplinare însă procesarea, analiza și obținerea rezultatelor se produc în mod clasic.

Metodele de cercetare online au o gamă largă de medii disciplinare și metodologice, așa că este utilă evidențierea unor definiții de bază, utilizate frecvent anume în acest gen de investigații în următorii parametri:

- *Sondaj*: metode de cercetare pe care cercetătorii le pot folosi pentru a colecta date. Acestea pot fi fie cantitative, fie calitative, fie o combinație a celor două.
- *Chestionare*: instrumente sau instrumente pe care cercetătorii le folosesc pentru a efectua un sondaj. Ele cuprind de obicei o serie de întrebări sau stimuli pentru răspuns.
- *Populații*: grupul total de persoane care e studiat. De obicei, cercetătorii nu vor putea interacționa cu toți cei care sunt studiați (populația) și, prin urmare, vor trebui să lucreze cu un eșantion.
- *Eșantioane*: parte a unei populații care este examinată în scopul de a deduce inferențe despre populația în ansamblu. Cercetătorii cantitativi pot folosi tehnici statistice pentru a-și determina eșantionul și pentru a analiza datele pe care le adună.
- *Recrutare*: modurile în care participanții sunt încurajați să participe la un sondaj.

² Robert V. Kozinets. Netnography. The International Encyclopedia of Digital Communication and Society: https://www.researchgate.net/publication/319613944_Netnography [accesat la 08.01.2023].

³ https://en.wikipedia.org/wiki/Online_ethnography [accesat la 05.01.2023].

- *Ratele de răspuns*: numărul de persoane care participă la un sondaj în raport cu numărul de persoane din eșantion. Acesta este adesea exprimat ca procent⁴.

Aplicarea chestionarelor online pentru a culege date de sondaj a devenit omniprezentă în diferite domenii ale vieții contemporane. Ele oferă cercetătorilor înlesniri semnificative în ceea ce privește costul, viteza de colectare și analiza datelor și accesul la respondenți. Având în vedere aceste avantaje, nu este surprinzător faptul că utilizarea lor se extinde cu mult dincolo de lumea cercetării academice. Utilizatorii internetului primesc frecvent sondaje online, iar multe dintre acestea sunt folosite mai degrabă de furnizorii de servicii sau companii de marketing decât de cercetători. Această experiență îi poate determina pe unii utilizatori de internet să considere majoritatea sondajelor online similare unui spam. Din acest motiv, pentru cercetarea academică trebuie să ne asigurăm că sondajele aplică bunele practici din domeniu. Totodată, trebuie să fim conștienți că implicarea unei populații-țintă într-un sondaj online poate să nu fie o sarcină simplă și ușoară⁵.

Pentru simplificarea procesului de creare a chestionarelor, pot fi recomandate asemenea instrumente precum *platforme pentru colectare de informații în timp real* (ex. Google forms), create special pentru administrarea sondajelor și oricine are acces gratuit la acest software. Serviciul include, de asemenea mai multe funcții precum Google Docs, Google Sheets, Google Slides, Google Drawings, Google Sites și Google Keep, explicate parțial mai jos. Acest instrument simplifică procesul de partajare a unui formular sau chestionar cu alți utilizatori sau cu grupuri mare de persoane, încorporând formularul pe site sau prin partajarea unui link către chestionar pe rețelele sociale. Datele obținute în urma sondajului bazat pe chestionare create în Google forms sunt transformate automat în grafice bazate pe rezultatele sondajului, iar actualizarea acestora are loc în timp real. În plus, datele brute pot fi deschise în Foi de calcul Google (care pot fi salvate în format excel) pentru o analiză mai profundă și procesare automată. Formele Google permit crearea, vizualizarea și administrarea de formulare pe orice dispozitiv, indiferent de dimensiunea ecranului. Utilizatorii din întreaga lume pot răspunde la întrebările generate într-un formular de pe computere, telefoane mobile și tablete, ce lărgeste mult arealul geografic de acoperire cu sondaj⁶.

4 Tristram Hooley, John Marriott and Jane Wellens. What is Online Research? Using the Internet for Social Science Research? Bloomsbury Academic, 2012, pp. 41-42: <https://www.bloomsburycollections.com/book/what-is-online-research-using-the-internet-for-social-science-research/ch4-online-surveys> [accesat la 24.03.2023].

5Ibidem.

6 După <https://www.google.com/forms/about/> [accesat la 22.02.2023] și experiență personală a autorilor.

Noua metodă de culegere a datelor reduce considerabil costurile de timp, bani și efort fizic necesare pentru deplasare, selectarea de respondenți, relaționarea și, în același timp, permite oricărei persoane cu un minim nivel de cunoaștere în domeniu să creeze și să gestioneze un chestionar pentru realizarea unui sondaj. Totuși este un punct de vedere totuși eronat. Indiscutabil este faptul că metodologiile de cercetare online oferă multe beneficii potențiale celor care adoptă aceste instrumente⁷:

- timp redus de culegere a datelor;
- costuri reduse;
- eliminarea limitelor geografice;
- flexibilitatea combinării tehnologiilor online cu cele tradiționale;
- accesul direct către respondenți;
- eliminarea riscului de eroare datorată interviorului;
- abilitatea de a arăta elemente grafice și sonore;
- un climat potrivit pentru mediul online;
- obținerea de rezultate în timp real;
- - conducerea unor sondaje la scară largă cu costuri minime;
- - utilizarea tehnicilor automate de coordonare și a chestionării inteligente etc.

The image shows a screenshot of a web-based survey form. The title is "История моей семьи" (History of my family). Below the title, there is a paragraph of text in Russian explaining the purpose of the survey. The form includes a user identification section with the email "office.adtm@gmail.com" and a "Сменить аккаунт" (Change account) link. A red asterisk indicates a required field. The first question asks for "Фамилия, имя, отчество, год рождения" (Surname, first name, patronymic, year of birth) with a "Мой ответ" (My answer) input field. The second question asks "Ваши предки принимали участие в Первой мировой войне?" (Did your ancestors participate in WWI?) with radio button options for "Да" (Yes), "Нет" (No), and "Не знаю" (I don't know). A third question asks for the name of the participant if the answer to the previous question was "Yes", with a "Мой ответ" input field.

Cu toate acestea, sondajele online nu pot fi utilizate în toate circumstanțele și pentru toate populațiile. În plus, există o serie de dezavantaje asociate cu sondajele online, care notează următoarele:

- Prejudecata eșantionului;
- Eroare de măsurare;
- Prejudecata de non-răspuns;
- Rate de lungime, răspuns și abandon;
- Probleme tehnice;

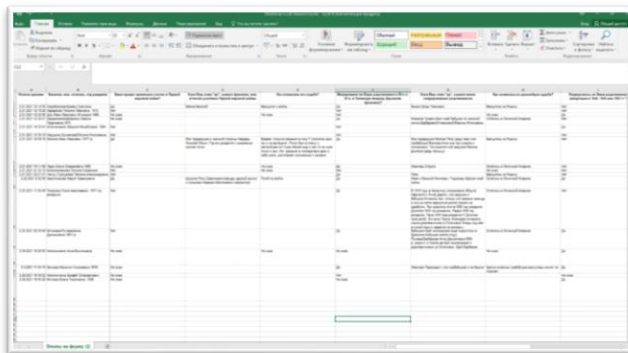
⁷ <https://www.scrigroup.com/management/marketing/Cercetarea-pe-Internet41634.php> [accesat 15.01.2023].

➤ Probleme etice etc.⁸.

Pentru atenuarea provocărilor unui sondaj online cu utilizarea chestionarelor și îmbunătățirea ratei de răspuns, în practică sunt utilizate câteva reguli care contribuie cel puțin la rezultatul cantitativ al cercetării:

Orice sondaj cu chestionar online ar fi bine să fie însoțit de cuvânt introductiv, care descrie proiectul și timpul estimat necesar pentru completarea chestionarului.

Pentru a ajuta la validarea identității cercetătorilor, oferiți orice informație sau link de acces la informații suplimentare.



1. Modul de completare a chestionarului trebuie să fie explicat prin instrucțiuni clare.
2. Dacă sunt necesare informații personale, solicitați-le la începutul chestionarului și nu la sfârșit.
3. Formatul chestionarului trebuie să fie simplu.
4. Durata sondajului e recomandabil să fie de aproximativ 10 minute.
5. Nu trebuie incluse mai mult de 15 întrebări.
6. Reamintiri ulterioare pot fi transmise cel mult de două ori.
7. Includeți „prezență socială” (informații pentru a crește încrederea în cercetători) sau mesaje de date lipsă (mulțumirea participanților pentru completarea sondajului și informarea lor despre progresul lor în cadrul acestuia) pentru a reduce lipsa răspunsului la item⁹.

De asemenea, platformele online pentru colectarea de informații sunt foarte comode în utilizare, în special pentru grupuri de autori, care pot lucra împreună și în timp real asupra unor texte sau pot analiza imediat rezultatele, fără pierdere de timp trimițând prin e-mail diferite versiuni ale unui fișier.

⁸ Tristram Hooley, John Marriott and Jane Wellens. What is Online Research? Using the Internet for Social Science Research? Bloomsbury Academic, 2012: <https://www.bloomsburycollections.com/book/what-is-online-research-using-the-internet-for-social-science-research/ch4-online-surveys> [accesat la 24.03.2023].

⁹ Reguli adaptate după: Clare Madge, at al. Designing online interviews. Exploring online research methods, incorporating TRI-ORM; an online research methods training programme for the social science community: <http://www.restore.ac.uk/orm/interviews/intdesign.htm> [accesat la 24.03.2023].

În ultimul timp, comunitățile virtuale create prin intermediul unor pagini de pe rețele de socializare au devenit un alt instrument important de colectare virtuală a datelor. În mediul științific, între cercetători și entuziaști s-a răspândit crearea unor grupuri tematice pe social media, care unesc comunități întregi. Aceste platforme permit acumularea materialelor, care devin un suport important și necesar pentru realizarea unor studii interdisciplinare bazate pe metodologia și teoria cercetării și contribuie la impulsivitatea procesului de cunoaștere a istoriei unor localități, patrimoniul material și imaterial al acestora de către însăși locuitorii. În urma analizei unui eșantion mai larg de pagini tematice, autorii propun clasificarea acestora în: *internaționale; naționale; regionale; locale urbane sau rurale; cele care unesc reprezentanții diferitor grupuri etnice sau tematice, consacrate unor domenii de interes etc.*¹⁰.

Utilizarea resurselor unor asemenea platforme permite efectuarea de cercetări interdisciplinare într-un areal geografic larg, având în vedere că membrii acestor comunități pot proveni din diferite țări și în format real imposibil ar fi implicarea lor în discuții/chestionări puse în centrul unei cercetări tematice.

Creând propria platformă, grupul pe Facebook „*Stoianovca – istoria și oamenii*” cu peste 1100 de membri, autorii au testat mai multe metode tradiționale de cercetare. Acesta a devenit nu doar un nou instrument de culegere a datelor tematice primare, ci reprezintă un nou canal de comunicare între cercetător și respondenți. În decurs de doi ani am reușit consolidarea unei comunități viabile conectate la alte comunități similare: *Бессарабія. Бюджак, Болград. Отражение времени, Тараклия: история и съвременност, Исерлия – Вольное, Бессарабски българи в Украйна, България и по света etc.* Totodată, datorită opțiunilor existente, această platformă permite abordarea mai multor subiecte cu caracter etnografic (*casa tradițională, interiorul tradițional, sărbători și modul de petrecere a acestora, specificul gastronomic la bulgarii din s. Stoianovca etc.*) și istoric (*locuitorii satului în Primul Război Mondial, istoria familiilor plecate în America Latină, deportările și foametea organizată în perioada sovietică etc.*). Implicarea opiniei și expertizei colegilor cercetători din alte țări, precum România, Bulgaria, Ucraina, contribuie la supunerea unei analize interdisciplinare a informațiilor acumulate pe această platformă. Lansarea unor discuții pe marginea subiectelor propuse de către administratorii grupului, permite înlocuirea parțială a observațiilor directe, datorită colectării la subiect a unor „povești trăite”. Pagina a devenit și o „arhivă de memorii” exprimată în fotografii prețioase din diverse perioade a istoriei

¹⁰ Clasificare realizată de autori în urma analizei unui număr mare de pagini de pe rețele de socializare.

localității, documente, corespondență, descrieri, care completează cu detalii impresionante contextul istoric și etnografic etc. Munca în această cercetare virtuală de teren uneori este răsplătită cu generozitate prin descoperiri extraordinare.

De exemplu, datorită conexiunii între diferite pagini virtuale similare am reușit să descoperim în arhiva unui grup fotografii inedite, făcute în timpul cercetării etnologice de teren, realizate în anii 70 ai sec. XX de către cercetătoarea M. Marunevici și colegii săi în s. Stoianovca. Fotografiiile immortalizează costumul și podoabele tradiționale ale bulgarilor din Bugeac purtate în perioade anterioare de către fete logodite și femei tinere.

Lucrul îndelungat și sistematic pentru colectare de materiale de teren prin intermediul instrumentelor online al autorilor articolului de față a permis obținerea unor rezultate importante în acest sens, deși nu poate înlocui complet cercetarea clasică de teren. Întâi de toate, materialele colectate prin intermediul paginii „Stoianovca – istoria și oameni” sunt utilizate în redactarea monografiei cu aceeași denumire, au fost scoase din anonimat unele teme, precum perioada interbelică a satului, soarta celor care au migrat în America Latină, deportările și viața acestor familii după revenirea din Siberia etc., care decenii în șir nu au fost abordate și discutate. În al doilea rând, datorită membrilor comunității, interacțiunii active cu aceștia, s-a reușit stabilirea faptului că producerea textilelor în condiții casnice a fost pe vremuri ocupația omniprezentă în satele bulgărești din Republica Moldova și Basarabia de Sud (Ucraina), dar în ultimele decenii se află pe cale de dispariție. Pentru conservarea și documentarea acestor practici, a fost elaborat un proiect de cercetare „Între prezența și dispariția textilelor tradiționale bulgare din Stoianovca, Republica Moldova” (“Between presence and disappearance of traditional Bulgarian textiles of Stoianovca, Republic of Moldova”), aplicat la The Endangered Material Knowledge Programme, finanțat de „ARCADIA” Fundația caritabilă a Lisbet Rausing & Peter Baldwin implementat de Administrația Muzeului Britanic¹¹. Proiectul a fost aprobat spre finanțare și acum este în faza de implementare.

Ca urmare a celor doi ani de activitate a acestei platforme și de utilizare a chestionărilor online, am reușit să creionăm câteva argumente în favoarea cercetărilor online, dar și să atragem atenție asupra limitelor acestora:

¹¹ <https://www.emkp.org/between-presence-and-disappearance-of-traditional-bulgarian-textiles-of-stoianovca-republic-of-moldova/> [accesat la 24.03.2023].

Beneficiile cercetărilor online:

- Este un nou canal de comunicare tematică cu respondenții relocați în diverse areale geografice;
- Numărul mare de respondenți potențiali (acces direct către respondenți);
- Obținerea unui număr mare de „story tellers” și răspunsuri tematice;
- Implicarea diasporei odată cu lărgirea arealului geografic al cercetării (eliminarea limitelor geografice);
- Conexiunea cu alte grupuri tematice;
- Platformă de colectare de informații pentru cercetări interdisciplinare;
- Sursă și instrument de creare și gestionare a arhivelor de fotografii, video, documente, înregistrări de înscenări etc.;
- Reacție inversă rapidă;
- Obținere de rezultate în timp real;
- Obținerea unor analize primare a rezultatelor chestionării;
- Posibilitate de a reveni la respondent ulterior într-un cadru privat de clarificare;
- Observarea neinvazivă a conversațiilor tematice apărute în baza unei teme anunțate pe platforme online;
- Atitudinea pozitivă predominantă a participanților în aceste cercetări online, care stimulează o parte bună de participanți să abordeze divers subiectul istoriei proprii familii;
- Efectul educativ participativ atins atunci când diferite generații vin să contribuie la studierea propriei istorii și culturi.

Neajunsurile cercetărilor online:

- În asemenea comunități un număr mare de membri sunt pasivi;
- Comentarii nepotrivite dese și departe de tema discuției;
- Apariția de informații nerelevante sau reclamă;
- Apariția de foto/video nerelevante, ce aglomerează conținutul;
- Reacții neconstructive la unele subiecte sensibile;
- Dificultatea de a reveni ulterior cu detalizare și precizare la subiectele expirate;
- Contrapunerea viziunilor reprezentanților diferitor generații în abordarea de subiecte.

Așadar, aceste platforme online au devenit instrumente comode pentru colectarea, documentarea și sistematizarea datelor etnologice de teren. Rezultatele obținute prin intermediul cercetărilor de teren online sunt valoroase, chiar dacă periodic pe paginile date apar discuții contradictorii referitor la subiectele anunțate, devin nișe pentru promovarea unor viziuni politice etc., ce trezește nemulțumiri și distorsionează atenția de la scopul inițial al grupului virtual.

Monitorizarea rețelelor ne-a permis să observăm interacțiunile regulate ale membrilor comunității într-un context care de fapt nu este dirijat de cercetător, ce pot fi observate în timp real, fără nicio intervenție în viața privată a respondenților sau interferențe cu activitatea de bază a acestora. Totodată, platformele online oferă un masiv de informații inteligent structurate din perspectiva diferitor opțiuni de grup, categorii interpretative, resurse discursive și explicative ale grupului.

BIBLIOGRAFIE

1. Clare Madge et al. *Designing online interviews. Exploring online research methods, incorporating TRI-ORM; an online research methods training programme for the social science community*: <http://www.restore.ac.uk/orm/interviews/intdesign.htm> [accesat la 24.03.2023].
2. Robert V. Kozinets. Netnography. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*: https://www.researchgate.net/publication/319613944_Netnography [accesat la 08.01.2023].
3. Tristram Hooley, John Marriott and Jane Wellens. *What is Online Research? Using the Internet for Social Science Research?* Bloomsbury Academic, 2012 pp. 41-42: <https://www.bloomsburycollections.com/book/what-is-online-research-using-the-internet-for-social-science-research/ch4-online-surveys> [accesat la 24.03.2023].
4. <https://www.emkp.org/between-presence-and-disappearance-of-traditional-bulgarian-textiles-of-stoianovca-republic-of-moldova/> [accesat la 24.03.2023].
5. <https://www.scrigroup.com/management/marketing/Cercetarea-pe-Internet41634.php> [accesat 15.01.2023].
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Online_ethnography [accesat la 05.01.2023].
7. <https://www.google.com/forms/about/> [accesat la 22.02.2023].
https://en.wikipedia.org/wiki/Online_ethnography [accesat la 05.01.2023]