

Angelica-Nicoleta NECULĂESEI (ONEA)
Alexandru Ioan Cuza University of Iași

DIFFICULTIES IN THE RESEARCH OF ETHNIC GROUPS

Review
Article

Keywords

Ethnic group;
Ethnicity;
Ethnomarketing;
Ethnic identity;
Research methodology;

JEL Classification

M39; Z19

Abstract

It is very difficult to deal with ethnic groups in research that aims to obtain information to underline decisions in ethnomarketing; but numerous articles have highlighted both problems and solutions that can be considered in the development of much more appropriate designs for future research. In this article we inventory some of them, based on relevant specialized papers. We believe that the submitted conceptual and methodological aspects provide important clarifications.

Rezumat

Tratarea grupurilor etnice în cercetările care vizează obținerea de informații care să stea la baza deciziilor în etnomarketing este extrem de dificilă, însă numeroase articole au evidențiat atât probleme cât și soluții care pot fi considerate în dezvoltarea unor designuri mult mai potrivite pentru realizarea unor cercetări viitoare. În prezentul articol inventariem o parte dintre acestea, pe baza unor lucrări de specialitate relevante. Credem că aspectele de ordin conceptual și metodologic prezentate oferă importante clarificări

INTRODUCERE

Etnomarketingul, ca modalitate de segmentare pe baza etnicității, poate fi o alegere strategică, dar crearea designului și gestionarea unei cercetări pentru analiza comportamentului de consum al grupurilor etnice poate fi problematică. Sunt multe provocări legate de detectarea aspectelor sensibile care presupun tratarea lor subtilă, iar acest lucru presupune o bună cunoaștere a dificultăților.

Multe dintre acestea au fost puse în evidență în literatura de specialitate deoarece cunoașterea grupurilor etnice prezintă interes pentru specialiști din diferite arii de cercetare (psihologie, antropologie, sociologie, economie etc.). Ca urmare, sugestii de ameliorare au fost puse la dispoziție, iar în rândurile următoare încercăm o sistematizare a unora dintre ele, deosebit de importante.

CADRUL DISCUȚIEI

Analiza etimologică relevă sensul negativ atribuit, la origine, termenului de "etnie". Acesta își are originea în grecescul *éthnos*, utilizat și de Aristotel pentru a-i desemna pe cei care locuiau în afara polisurilor grecești (etnia rurală nongreacă, considerată străina, barbară, necivilizată etc.). La fel, adjectivul grecesc *ethnikós* sau cel latin *ethnicus*, folosite în mediul ecleziastic, însemnau păgân, necredincios (MacKay, 1998, Ayto, 2009, Bonte, Izard, 2007).

În sens larg, termenul a desemnat un anumit soi, o anumită specie sau rasă de oameni, un grup cu caracteristici similare, un popor sau o națiune (MacKay, 1998). Au existat, așadar, accepțiuni diferite, care au condus la construirea unor sensuri atribuite în prezent etniei și/sau grupului etnic, întâlnite în limbajul curent sau în cel de specialitate, printre care:

- Etnie - grup uman de aceeași origine, limbă și tradiții culturale (NODEX, 2002)
- Etnie - totalitatea oamenilor care vorbesc aceeași limbă și care au o cultură comună (MDA, 2010)

- Etnie – entitate discretă înzestrată cu o cultură, o limbă, o psihologie specifice (Bonte, Izard, 2007, *Dicționar de etnologie și antropologie*);
- Etnie/etnicitate – o cultură și un mod de viață, îndeosebi așa cum se reflectă ele în limbă, cutumă, forme religioase și alte forme instituționale, în elemente ale culturii materiale cum sunt îmbrăcămintea și hrana, în fine în produse cum sunt muzica, literatura și artele plastice (Johnson, 2007, *Dicționarul Blackwell de sociologie*);
- Grup etnic/etnicitate – indivizii care se consideră sau sunt percepuți de alții ca împărtășind caracteristici comune, care îi diferențiază de alte colectivități din cadrul unei societăți și din care își dezvoltă un comportament cultural distinctiv (Marshall, Scott, edit., 2014, *Dicționar de sociologie*).

Observăm, în urma trecerii în revistă a acestor definiții de dicționar, diferențe care apar. Literatura de specialitate ne dezvăluie mult mai multe. Într-o încercare de sistematizare a accepțiunilor oferite etniei, Balan (2006) ajunge la delimitarea a patru perspective sesizate în etnologie și antropologie, dar pe care le regăsim și în celelalte domenii de cercetare a socialului:

- grup uman unit de credința în ascendența comună (datorat asemănărilor fizice, obiceiurilor și culturii comune, psihologiei specifice);
- rezultat al unui mod de viață bazat pe o limbă comună, o psihologie și o cultură proprii, dar și o anumită determinare spațială;
- grup închis, ce se trage din același strămoș sau care are o origine și o limbă comune, dar și o cultură omogenă;

- frontieră care ajută la autoidentificarea grupurilor. Diferențe apar (în limba română) și în legătură cu etnicitatea. O regăsim utilizată ca substitut al etniei, al grupului etnic sau al identității etnice, producând adeseori confuzii. Se remarcă și un alt conținut: ansamblul aspectelor care țin de etnie, accepțiune pe care o vom prelua și noi.

Identitatea etnică reprezintă sentimentul apartenenței individului la o comunitate etnoculturală și atitudinile și sentimentele asociate acestui sentiment (Phinney, 1996). Dar vom observa și în legătură cu acest concept viziuni diferite. Perspectiva esențialistă consideră că aceasta are la bază legăturile biologice și referințele culturale originare (limba, religia, obiceiurile etc.), în timp ce perspectiva constructivistă ne aduce în prim-plan dinamica interacțiunilor simbolice care conduc la crearea acestui construct social (Sandu, 2009, Bălășoiu, Rusu, 2003).

Termenii asociați cu conceptele de etnie, etnicitate, identitate etnică sunt numeroși. Literatura de specialitate leagă acești termeni de grupuri etnice, comunități, popoare, națiuni etc., de unde numeroase confuzii. Acestea sunt multiplicare și de categoriile etnice considerate în unele cercetări, datorate

preluării unor accepțiuni și/sau clasificări politice (Okazaki, Sue, 2016). Există situații în care se utilizează un conținut creat pentru a răspunde unor scopuri politice, pentru a justifica măsuri sau critici guvernamentale, iar lipsa adecvării lor cu cercetarea în cauză și/sau a argumentării științifice a alegerilor conduc la situații echivoce. În afară de acest lucru, apar raportări în care se explică clar care sunt grupurile analizate și studii în care descrierea grupurilor pe care se fac cercetările este superficială (de unde imposibilitatea unor comparații sau metaanalize viitoare). Întâlnim, de exemplu, conform *Declarației principiilor liberal-democratice*, următoarele diferențe între minoritățile etnoculturale, minoritățile naționale și popoarele indigene/băștinașe (Petru, 2015):

- minoritățile naționale sunt „comunități istorice stabile, care au o limbă și/sau o cultură proprie, diferită de cea a majorității”; aceste comunități devin minoritare ca urmare a „redesenării frontierelor naționale, spațiul în care sunt incluse schimbându-se de la suzeranitatea unei țări, la suzeranitatea alteia”;
- minoritățile etnoculturale sunt compuse din „imigranți, refugiați și decendenții acestora, care trăiesc, mai mult decât temporar, în altă țară decât cea de origine”;

- popoarele băștinașe au aceleași caracteristici ca minoritățile naționale, dar acestea „s-au stabilit în regiune anterior majorității și au devenit o minoritate prin cucerire și/sau colonizare”.

Neînțelegeri apar și din cauza confuziilor conceptuale între *etnie*, *rasă* și *cultură*.

În orice caz, lipsesc definițiile și clasificările comune, agreate de toți cei interesați de subiect (Okazaki, Sue, 2016), iar acest lucru crează neclaritate în discursul științific.

PROBLEME DE ORDIN EPISTEMOLOGIC ȘI METODOLOGIC CU PRIVIRE LA CERCETAREA GRUPURILOR ETNICE

Perspective diferite de natură conceptuală și metodologică

Problemele de ordin epistemologic se datorează chiar diversității definițiilor și perspectivelor celor care abordează teme legate de etnie, etnicitate sau de alte concepte puse în legătură cu acestea. De exemplu, pentru esențialiști, etnicitatea este o esență (indivizii unui grup etnic sunt purtătorii unei culturi specifice, definitorii pentru sinele lor social), în timp ce pentru adepții perspectivei antropologice, etnicitatea este o relație și o graniță (diferențele se manifestă în și prin interacțiune; anumite caracteristici selectate de indivizi în procesul social sunt promovate ca marcatori culturali) (Horváth, *op. cit.*)¹.

În studiile de marketing, etnia este privită fie ca o caracteristică stabilă, concretă, fie ca o resursă generată în urma proceselor de construcție identitară

prin interacțiune socială (Özçağlar-Toulouse *et al.*, 2009). Ca urmare a primei perspective au fost puse în evidență subculturi etnice de consum, au fost analizate fenomenele de aculturație și influența lor asupra consumului, au fost sesizate complexitatea conceptului și necesitatea analizei variațiilor din cadrul grupurilor. A doua perspectivă a generat studii legate de analiza consumului din perspectivă etnică, de etnicitate ca efect al construcției identitare, de sesizare a necesității unor noi definiții și abordări metodologice (Özçağlar-Toulouse *et al.*, 2009).

De amintit și diversitatea modelelor de analiză, unele bazate pe procese (mecanisme) și altele bazate pe conținut (caracteristici), în condițiile în care procesele nu pot fi strict delimitate de conținut dar și recursul, în unele cercetări, la modele considerate universaliste, în alte cercetări, la modele construite pentru captarea experiențelor unui grup specific (Schwartz *et al.*, 2014).

Înțelegerea tuturor aspectelor legate de etnicitate este practic imposibilă în contextul descris anterior. Perspective extrem de diferite domină aria de cercetare, dar este importantă delimitarea acelor aspecte care pot oferi informații importante pentru sprijinirea deciziilor în etnomarketing.

Neadecvarea între abordarea epistemologică și cea metodologică

Cu privire la acest aspect, au fost sesizate o serie de probleme (Özçağlar-Toulouse *et al.*, 2009):

- utilizarea eșantionării după criterii obiective, în cercetări în care etnia este un criteriu subiectiv, o construcție socială;
- concentrarea cercetărilor pe studiul minorităților, deși etnia este privită ca o construcție identitară care apare în urma relațiilor dintre minoritate/minorități și majoritate;
- analizarea fenomenelor de aculturație prin raportare la țara de origine și țara gazdă, fără considerarea culturii transnaționale (agent al aculturației instituționale, cu efect asupra comportamentului de consum).

Multidimensionalitatea construcțiilor complexe

Etnia este o construcție complexă, multidimensională. Nu e suficientă cunoașterea apartenenței etnice a unui individ/unor indivizi, când decizii care presupun cunoașterea unor atitudini, percepții, comportamente specifice intră în ecuație. Recomandarea propusă este de a considera diferite perspective în evaluarea etniei (Phinney, 1996):

- din *perspectivă culturală* ar trebui evaluate practicile, normele, valorile, convingerile, atitudinile;
- din *perspectivă identitară* ar trebui evaluate sentimentul de apartenență și gradul de apartenență la grupul etnic;
- din *perspectiva etniei ca statut minoritar* ar trebui evaluate atitudinea și experiența vizavi de

apartenența la o minoritate etnică (unii indivizi pot fi victimele prejudecăților, rasismului și a altor forme de discriminare).

Variațiile intra-grup și fenomenele de aculturație

Atât deosebirile care decurg din evaluarea multidimensională a etniei (perspectiva culturală, identitară, minoritară), cât și a fenomenelor de aculturație conduc la variații în interiorul unui grup etnic. Fenomenele de aculturație se cer a fi analizate mai ales în context intergenerațional. De asemenea, trebuie considerate rolurile diferite pe care și le asumă indivizii, în funcție de situațiile de viață (profesionale, personale). Indivizii pot fi biculturalsau multiculturali. Ei pot integra în grade diferite, în situații diferite, aspecte considerate definitorii pentru anumite grupuri etnice sau pot avea propriile caracteristici (Phinney, 1996, Özçağlar-Toulouse *et al.*, 2009, Schwartz *et al.*, 2014). În general, premisa este aceea că pot fi puse în evidență subculturile etnice, că există motivații de consum și modalități de soluționare a problemelor comune, dar lucrurile sunt mult mai complicate. Apar dificultăți chiar în stabilirea identității etnice a indivizilor (Özçağlar-Toulouse *et al.*, 2009).

Alte probleme sesizate în cercetarea grupurilor etnice

Într-un studiu amplu dedicat (Okazaki, Sue, 2016) au fost subliniate și alte probleme a căror cunoaștere poate contribui la ameliorarea cercetării grupurilor etnice. Le redăm în continuare, într-o prezentare sintetică:

- lipsa argumentelor care ar putea justifica considerarea etniei ca variabilă demografică, în unele studii, ca variabilă psiho-culturală, în altele;
- subestimarea sau supraestimarea eterogenității grupului/grupurilor, apariția unor confuzii cu privire la nivelul de cercetare (individual, colectiv);
- subiectivitatea cercetătorului (părtinirea, prejudecățile), atât în proiectarea, derularea cercetării, cât și în interpretarea rezultatelor (rezultatelor le pot fi asociate interpretări în termeni pozitivi sau negativi, în funcție de valorile și normele culturale ale cercetătorului);
- probleme legate de analizele comparative (oportunitatea comparării grupurilor etnice, controlul unor variabile pentru asigurarea echivalenței în analizele comparative, asigurarea echivalenței de traducere, conceptuală și metrică).
- probleme metodologice legate de asigurarea reprezentativității și a unei dimensionări corespunzătoare:
 - probleme legate de eșantionare: metode de eșantionare, reprezentativitate (multe studii se realizează pe eșantioane de elevi și studenți, de exemplu, după care rezultatele sunt generalizate);
 - probleme legate de identificarea etniei: când se recurge la autodesemnare, ce se întâmplă cu

participanții biculturalsau multiculturali? dar cu cei care al căror sentiment de apartenență variază în funcție de context?

- probleme legate de selectarea efectivă a respondenților: contează disponibilitatea acestora de a participa la studiu (variabile demografice și culturale pot influența acest lucru);
- dimensiunea redusă a eșantioanelor pe care s-au realizat studiile (uneori se încearcă anumite grupări pe baza unor caracteristici comune, dar acest lucru conduce la creșterea eterogenității, fenomen deja remarcat).

Au mai fost raportate, de asemenea, preluarea necritică a unor instrumente, de unde imposibilitatea de a răspunde obiectivelor de cercetare anunțate, dar și probleme legate de autoraportarea categoriei etnice datorate neatenției, răspunsurilor în termeni de dezirabilitate socială, interpretării greșite a conținutului transmis, utilizării de cuvinte/îdiomuri nefamiliare respondenților (Schwartz *et al.*, 2014). Bineînțeles, lista poate continua. În derularea fiecărei cercetări pot fi surprinse noi aspecte problematice sau pot fi dezvăluite noi fațete de manifestare ale celor deja sesizate.

RECOMANDĂRI DE DEPĂȘIRE A PROBLEMELOR ÎN CERCETAREA GRUPURILOR ETNICE

Înainte de toate să remarcăm că apartenența etnică reprezintă un nivel de cultură, printre altele (apartenența la cultura națională, regională, profesională, generațională etc.), așa cum menționează Hofstede (1996), ceea ce sugerează că unele recomandări generale cu privire la analiza culturii unui grup sunt valabile și pentru grupurile etnice. Printre acestea se numără (Hofstede, 1996, Zaiț, 2002, Zaiț, 2012, Onea, 2009, Onea, 2011, Pîrju, 2014, Neculăesei, 2019):

- clarificarea conceptuală și prezentarea poziției epistemologice adoptate;
- alegerea mixului metodologic optim;
- asigurarea echivalenței (funcționale, de limbaj, instrumentare și administrare) în studiile comparative;
- delimitarea între oportun și dezirabil, în analiza valorilor;
- precizarea termenilor comparației culturale când se furnizează rezultate cu privire la valori, norme;
- evitarea subiectivismului prin recurs la triangulare;
- evitarea stereotipurilor, prin nuanțare, considerarea abaterilor etc.

Pentru problemele puse în evidență pentru grupurile etnice au fost furnizate însă și diferite recomandări specifice, unele comune cu cele de mai sus, care țin, în general, de următoarele (Phinney, 1996,

Özçağlar-Toulouse *et al.*, 2009, Schwartz *et al.*, 2014, Okazaki, Sue, 2016):

- definirea, clarificarea conceptelor;
- considerarea în modelare a elementelor care țin de conținut și a proceselor;
- mixajul metodologic (cantitativ-calitativ, etnic-emic, universal-specific);
- folosirea analizei comparative în situații justificate științific;
- selectarea atentă a variabilelor;
- focusarea pe evidențierea aspectelor particulare care prezintă interes pentru cercetare;
- tratarea separată a indivizilor cu origine etnică sau cu socializare etnică biculturală sau multiculturală;
- modalitatea de stabilire a identității etnice;
- analizarea identității etnice pe diferite niveluri;
- raportarea la context;
- analiza variațiilor din interiorul grupului;
- asigurarea premiselor construirii unei baze comune de cercetare etc.

Cu privire la ultimul aspect, menționăm că în prezent acest lucru este facilitat de structurile colaborative transdisciplinare de cercetare (Serghie, 2013, Serghie, 2014). Există numeroase rețele, platforme, manifestări științifice care pot sprijini găsirea de soluții pentru crearea de baze comune de cercetare. Un exemplu de preocupare în acest sens este cel oferit de FRIA (Fundăția Română pentru Inteligența Afacerii).

Detalii sistematizate din literatura de specialitate cu privire la cercetarea grupurilor etnice, utile în cercetări viitoare realizate în etnomarketing, sunt oferite în *Tabelul nr. 1*.

CONCLUZII

Analiza unor aspecte specifice psiho-culturale care țin de grupurile etnice presupune realizarea unor cercetări a căror calitate în materie de rezultate depinde de cunoașterea problemelor și a soluțiilor evidențiate anterior, multe dintre ele prezentate în acest articol.

Dificultățile și recomandările sesizate sunt, pe de o parte, cele întâmpinate în analiza oricărui grup cultural, pe de altă parte, specifice grupurilor etnice. Pentru luarea unor decizii de marketing punctuale cu privire la tratarea grupurilor etnice nu e nevoie de cercetarea tuturor aspectelor care țin de acestea. În funcție de scopul cercetării se va delimita ceea ce este relevant.

Problematika expusă și recomandările inventariate pot servi unor domenii diferite de cercetare, ele nu sunt destinate exclusiv cercetărilor care pot susține deciziile în marketingul etnic.

BIBLIOGRAFIE

- [1] Ayto, J. (2009). *Word origins*. A&C Black.
- [2] Balan, D. (2006). Etnie, etnicitate, națiune și naționalism. Câteva precizări terminologice. *Codrul Cosminului*, no. 12. http://atlas.usv.ro/www/istorie/pagini/publicatii/revista_codrul_cosminului/files/CC12/07%20dinu%20balan.pdf
- [3] Balăsoiu, R., & Rusu, H. (2003). Identitate etnică și patrimoniu cultural imaterial. *Revista de Sociologie, anul I* (1).
- [4] Bonte, P., Izard, M. coord., 2007. *Dicționar de etnologie și antropologie*. București: Polirom
- [5] Hofstede, G. (1996). *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gândirii*. București: Editura Economică.
- [6] Horváth, *Sociologia relațiilor etnice*, <http://adatbank.transindex.ro/vendeg/htmlk/pdf/6663.pdf>.
- [7] Johnson, A., 2007. *Dicționarul Blackwell de sociologie*. Humanitas: București.
- [8] MacKay, D. B. (1998). *Ethnicity and Israelite religion, the anthropology of social boundaries in judges* (Doctoral dissertation, National Library of Canada= Bibliothèque nationale du Canada).
- [9] Marshall, G. Scott, J. edit., 2014. *Dicționar de sociologie*. București: Editura All.
- [10] *Micul dicționar academic* (MDA), ediția a II-a (2010). București: Editura Univers Enciclopedic.
- [11] Neculăesei, A. N. (2019). Theoretical-Methodological Aspects In Intercultural Research. *Management Intercultural*, (42), 25-30.
- [12] *Noul dicționar explicativ al limbii române*, (NODEX), 2002. București: Editura Litera Internațional.
- [13] Okazaki, S., & Sue, S. (2016). *Methodological issues in assessment research with ethnic minorities*. In A. E. Kazdin (Ed.), *Methodological issues and strategies in clinical research* (p. 235–247). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14805-015>
- [14] Onea, A. N. (2009). Methodological aspects in the study of cultural and intercultural differences. *Analele Stiintifice ale Universitatii "Alexandru Ioan Cuza" din Iasi-Stiinta Economice*, 56, 301-311.
- [15] Onea, A. N. (2011). *Diversitate culturală în management: o abordare interregională*. Iași: Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza".
- [16] Özçağlar-Toulouse, N., Béji-Bécheur, A., Fosse-Gomez, M. H., Herbert, M., & Zouaghi, S. (2009). L'ethnicité dans l'étude du consommateur: un état des

- recherches. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 24(4), 57-76.
https://www.researchgate.net/publication/267921907_L'ethnecite_dans_l'etude_du_consommateur_Un_etat_des_recherches
- [17] Petraru, R. A. (2015). *Minoritățile în context legislativ internațional*. Editura Adenium.
- [18] Phinney, J. S. (1996). When we talk about American ethnic groups, what do we mean?. *American psychologist*, 51(9), 918.
https://www.researchgate.net/publication/232589420_When_We_Talk_about_American_Ethnic_Groups_What_Do_We_Mean.
- [19] Pîrju, I. S. (2014). *Proximitatea culturală în managementul schimburilor economice internaționale*. Editura Universității Naționale de Apărare "Carol I".
- [20] Sandu, A. (2009). *Orientări metodologice privind dezvoltarea comunităților etnice: comunitatea italiană*. Editura Lumen.
- [21] Schwartz, S. J., Syed, M., Yip, T., Knight, G. P., Umaña-Taylor, A. J., Rivas-Drake, D., Lee, R. M. (2014). Methodological Issues in Ethnic and Racial Identity Research With Ethnic Minority Populations: Theoretical Precision, Measurement Issues, and Research Designs. *Child Development* (1): 58-76.
<https://deepblue.lib.umich.edu/handle/2027.42/102698>
- [22] Serghie, D. (2013). Context in collaborative structures-Transdisciplinarity. *Network Intelligence Studies*, 1(02), 5-12.
- [23] Serghie, D. (2014). Context and diversity in the collaborative structure. *Network Intelligence Studies*, 2(03), 95-102.
- [24] Zaiț, D. (2012). *Diagnostic intercultural: competitivitate organizațională prin mixare culturală și despre creșterea performanței manageriale prin sinergie interculturală*. Iași: Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza".
- [25] Zaiț, D. coord. (2002). *Management intercultural. Valorizarea diferențelor culturale*. București: Editura Economica.

Lista tabele

Tabelul nr. 1
Recomandări cu privire la analiza grupurilor etnice

Autori	Aspecte menționate	Recomandări de ordin general
Phinney, 1996	abordare metodologică	metodologie mixtă (calitativ-cantitativ), adaptare la scop; conceperea de studii calitative aprofundate (pentru a sesiza detalii) și de studii multivariate la scară largă (cu considerarea a numeroși factori);
	variabile	descrierea detaliată a tuturor variabilelor relevante care descriu eșantionul (clasa socială, regiune, nivel de aculturație etc.); analiza variabilelor care pot explica variațiile dintre grupurile etnice (legate de norme și valori culturale, statutul grupului, experiențele vizavi de statutul respectiv etc.); tratarea corectă a tipurilor de variabile: etnia nu poate fi considerată o variabilă independentă care explică un rezultat (grupurile etnice diferă
	precizări privind analiza comparativă	studierea proceselor în cadrul grupului mai degrabă decât comparația cu alte grupuri ² , când interesul este focusat asupra acestuia; grupul de comparație nu poate fi un grup de control; tratarea corectă a etniei ca tip de variabilă (nu poate fi considerată o variabilă independentă care explică un rezultat deoarece grupurile etnice diferă în numeroase moduri)
	raportare la specificitate în raport cu scopul	delimitarea acelor aspecte particulare care prezintă interes pentru cunoașterea grupului analizat;
	indivizi cu origine etnică mixtă și/sau socializare în mai multe grupuri etnice	considerarea proceselor de aculturație
Özçağlar-Toulouse <i>et al.</i> , 2009	abordare metodologică	privilegierea cercetărilor emice, longitudinale (demers calitativ: abordarea etnografică – interviul de grup, observația, analiza interpretativă etc.);
	concepte	reconceptualizarea în acord cu ultimele observații din literatura de specialitate: subcultură, aculturație, minoritate/majoritate, dominant/dominat etc.;
	identitate etnică	stabilirea identității etnice prin autodesemnare și limbă utilizată/limbi utilizate, chiar dacă se folosesc și alte metode;
	niveluri de analiză	<i>nivel microsocioal</i> : studiarea traiectoriilor individuale în construirea identității și a echilibrului între culture; <i>nivel mezosocioal</i> : analiza reprezentărilor majorității pentru înțelegerea minorităților, a interacțiunilor între majoritate-minoritate, a efectelor acestor interacțiuni; <i>nivel macrosocioal</i> : cunoașterea și înțelegerea cadrului instituțional care stă la baza formării reprezentărilor sociale a grupurilor etnice (familia, media, actorii pieței/de exemplu, practicile de marketing);
Schwartz <i>et al.</i> , 2014	modele epistemologice	dezvoltarea de modele care să permită atât analiza conținutului, cât și a procesului/proceselor, dar și a legăturii dintre ele;

	abordare metodologică	dezvoltarea gamei de metode utilizate, abordările mixte (calitativ-cantitativ); realizarea de studii longitudinale pentru a analiza variațiile în timp; abordare statistică extrem de riguroasă, în cercetările cantitative (eșantionare, echivalență, invarianță etc.);
	universal-particular	explorarea atât a elementelor comune, universale cu privire la grupurile etnice, cât și a celor particulare, specifice, pentru a se crea baze de comparație pentru cercetări viitoare;
	raportarea la context	considerarea unor repere colective care au contribuit la crearea identității etnice, au influențat modul de raportare la grup etc. (de exemplu, grupul afro-american are ca fundal istoric sclavia, în timp ce grupul latino-americanilor are la bază moștenirea lingvistică);
	indivizi cu origine etnică mixtă și/sau socializare în mai multe grupuri etnice	analiza separată a grupurilor etnice mixte (biculturale, multiculturale), deoarece e posibil ca ele să dezvolte aspecte proprii;
	premise pentru comparații, sinteze	dezvoltarea unui set comun de presupuziții, concepte, abordări metodologice care să permită sinteza și compararea rezultatelor obținute în diferite domenii de cercetare;
Okazaki, Sue, 2016	abordare metodologică	metodologia mixtă pentru a asigura convergența construcțiilor culturale, pentru a acoperi dezavantajele sesizate (pe de o parte, studiile calitative, pe grupuri mici, bazate pe analiza comportamentului în profunzime, pot aduce informații extrem de prețioase, dar pot fi mai sensibile la interpretare datorită dependenței culturale a cercetătorului), pe de altă parte, cele cantitative pot crește gradul de obiectivitate, dar aspecte importante pot rămâne ascunse, nedezvăluite), dar și pentru a asigura valabilitatea concluziilor; stabilirea validității instrumentelor prin analiza replicării factorilor, analiza distribuției, analiza de regresie, alte teste statistice etc.;
	variații în interiorul grupului	rafinarea rezultatelor cercetării prin considerarea surselor de variabilitate (nivelul diferit de aculturație al indivizilor, expunerea lor diferită la o altă cultură sau la alte culturi, de exemplu);
	justificarea oportunității analizei comparative	delimitarea situațiilor în care este oportună compararea grupurilor etnice, prin raportare la scopul cercetării;
	raportarea la context	considerarea contextului geografic și politic în cazul grupurilor comunitare, deoarece acesta poate conduce la diferențe între indivizi, chiar dacă ei aparțin aceleiași etnii;
	identitate etnică	utilizarea unor criterii diverse de identificare (autodesemnarea este indicată chiar și atunci când sunt utilizate alte metode, cum ar fi utilizarea prenumelui, observarea comportamentală, testele proiective etc.);
	premise pentru comparații, sinteze, demersuri viitoare (bază comună de cercetare)	raportarea detaliilor privind realizarea cercetărilor, pentru posibile comparații viitoare, metaanalize; implicarea în cercetare a experților, consultanților pe probleme culturale/etnice; oferirea de ipoteze care ar putea fi testate ulterior, pe baza concluziilor la care s-a ajuns (pentru a orienta noile cercetări către zonele problematice, sesizate deja).

Sursa: Sistematizare (A.N.N.) apud Phinney (1996), Özçağlar-Toulouse et al. (2009), Schwartz et al. (2014), Okazaki, Sue (2016)

Note

¹ Horváth, *Sociologia relațiilor entice*, <http://adatbank.transindex.ro/vendeg/htmlk/pdf6663.pdf>.

² Prin comparația cu grupuri diferite, rezultă, pe de o parte, valori diferite pe anumite dimensiuni considerate, pe de altă parte, doar caracteristici care pot fi descrise prin dimensiunile respective, multe altele rămânând ascunse (Onea, 2011).