

Ghid de Interviu

Interviul este o metodă de culegere a datelor, informațiilor și opiniilor, bazat pe un dialog între două sau mai multe persoane sau între un grup de persoane în urma căruia ia naștere o interacțiune socială și personală¹. Interviul poate fi de mai multe feluri: interviu tip povestea vieții sau interviu narativ, interviu etnografic, interviu structurat (semi-structurat), interviu de tip focus-grup, interviu de tip chestionar, interviul personal asistat de computer, interviuri telefonice etc.

Interviul narativ

Interviul narativ, care produce un anumit tip de narațiune, intitulată **povestea vieții** (life stories/ récit de vie), este produsul unui tip specific de interviu în cadrul căruia persoana intervievată își povestește experiența trăită² într-o relație de dialog, de interacțiune între informator și cercetător. Această metodă, în concepția lui Daniel Bertaux, presupune că există nu unul, ci doi autori ai povestirii: naratorul și cercetătorul, „care îl ascultă, îl acompaniază în poveste, îl încurajează și susține”³. Astfel, povestea vieții nu este doar o sursă de informații, ci reprezintă o reconstituire a experienței trăite prin intermediul discursului, fiind un act de comunicare⁴, un tip de interacțiune socială care participă la construirea unui „obiect” de cercetare⁵.

Problema autenticității celor povestite, o critică adusă acestei metode de cercetare, poate fi depășită prin construirea profesionistă a obiectului de cercetare în jurul unui microcosmos social omogen astfel încât poveștile de viață să se reflecte unele în altele, să se completeze reciproc și să adauge noi straturi înțelegerii subiectului analizat de cercetător. „Căci dacă fiecare poveste este în sine de neverificat, ceea ce fiecare spune despre subiectul cercetării din perspectiva propriei sale experiențe poate fi raportat la ceea ce au povestit ceilalți despre acesta”⁶.

Rolul poveștilor de viață în cercetare poate fi multiplu: exploratoriu, în care se deschide un nou teren de cercetare, analitic, prin care se extrag indiciile care duc la construirea modelului de interpretare a subiectului studiat, prin care se formulează ipoteze și se propune o explicație, și expresiv, prin care una sau mai multe povești de viață sunt publicate integral cu rol de exemplificare⁷, dar și de atragere a cititorului⁸.

Eșantionarea nu este esențială în acest demers, nefiind nevoie de un număr mare de interviuri narative pentru a se obține o validare a ipotezelor de lucru sau a informațiilor căutate. Eșantionul se constituie progresiv în funcție de nevoile cercetării⁹, „punctul de saturație”¹⁰ fiind atins atunci când sunt adunate suficiente „probe” pentru ca interpretarea să devină validă. Altfel spus, atunci când analiza poveștilor de viață culese poate fi aplicată întregii categorii sociale care a constituit obiectul cercetării¹¹.

Tehnica folosită în crearea eșantionului este, de cele mai multe ori, cea a „bulgărelui de zăpadă” („snowball sampling”¹²), prin care un informator principal îl recomandă pe cercetător altor colegi, prieteni, rude etc. Efectul „bulgăre de zăpadă” adaugă noi și noi straturi cercetării prin multiplicarea poveștilor de

¹ Pamela Davis, „Interviu”, în Victor Jupp (coord.), *Dicționar al metodelor de cercetare socială*, Iași, Polirom, 2010, p. 238.

² Daniel Bertaux, *Les récits de vie*, Paris, Nathan, 1997, p. 11.

³ *Ibidem*, p. 39.

⁴ Philippe Lejeune, *Je est un autre. L'autobiographie de la littérature aux médias*, Paris, Seuil, 1980, p. 278.

⁵ Claudia-Florentina Dobre, *Martore fără voie. Fostele deținute politic și memoria comunismului în România*, Târgoviște, Cetatea de Scaun, 2021 (în continuare, C.-F. Dobre, *Martore fără voie*), p. 51.

⁶ Bertaux, *op.cit.*, p. 18.

⁷ *Ibidem*, p. 15.

⁸ *Ibidem*, p. 56.

⁹ *Ibidem*, p. 30-31.

¹⁰ *Ibidem*, p. 54.

¹¹ C.-F. Dobre, *Martore fără voie*, p. 52.

¹² Aspasia Camargo, „Os usos da história oral e da história de vida: trabalhando com elites políticas”, în *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 27, nr. 1, 1984, pp. 5-28.

viață culese. Dar, ca și în cazul bulgărelui, care adună zăpada din același loc, și culegerea poveștilor de viață prin această metodă cantonează cercetătorul în același cerc social. De aceea, este util ca acesta să lărgască cercul pentru validarea ipotezelor de lucru¹³.

Orice poveste a vieții presupune o rememorare a experiențelor trăite din perspectiva prezentului, o organizare a acestora într-un discurs retrospectiv, diacronic, și, în cele mai multe cazuri, coerent. Un discurs care dă sens vieții povestite, influențat de perspectiva cercetătorului, dar și a obiectivelor celui care mărturisește¹⁴. Marc Augé atrăgea atenția asupra faptului că punerea în poveste a amintirilor este influențată de capacitatea de rememorare, de gen, de vârstă dar și de context¹⁵. Mai mult, relația dintre cercetător și interviuat joacă și ea un rol asupra punerii în poveste a experiențelor de viață trăite de către cei intervieuați. La fel și identitatea de gen a cercetătorului, precum și locul și spațiul în care se desfășoară interviul.

Rememorarea experiențelor de viață apelează la memoria personală, dar și la memoria colectivă a grupului de apartenență, fiind influențată deseori și de ceea ce Jan Assmann numea memoria culturală¹⁶. Memoria joacă astfel un rol cheie în povestea vieții martorilor, dar și în interpretarea acesteia de către cercetător.

Interviul de tip narativ poate lua forma **interviului comprehensiv**, care pleacă de la o temă principală, dar dezvoltă tematica și problematica pe parcursul cercetării, producerea surselor și interpretarea lor având loc în același timp, fiind produse simultan. Metoda a fost folosită pe scară largă de Jean Claude Kaufmann¹⁷, inspirat de metodologia propusă de Barney Glaser și Anselm Strauss, în *The Discovery of Grounded Theory*¹⁸.

Metoda permite implicarea în mai mare măsură a celor intervieuați în crearea obiectului cercetării, cercetătorul renunțând la poziția sa neutră și conducând dialogul într-o manieră interactivă asumată. Cercetătorul poate glumi cu cei intervieuați, poate să îi contrazică pentru a-i stimula să își asume anumite poziții, precum și să ofere detalii științifice despre subiectul în discuție.

Interviul etnografic

Interviul etnografic este produs ca urmare a unui context de cercetare specific și anume imersiunea cercetătorului într-un anume mediu social unde practică observația participantă asezonată cu interviuri narative sau semi-structurate pentru a înțelege mai bine anumite practici sociale, acțiuni și fapte. Interviul etnografic este practicat în trei momente cheie ale cercetării de teren: în faza inițială pentru a avea o privire pertinentă asupra obiectului cercetării, în faza intermediară se simte nevoia unei înțelegeri mai aprofundate a unor fenomene observate și în faza finală a anchetei de teren pentru a da conținut și substanță observațiilor culese pe teren¹⁹. Interviul etnografic este din ce în ce mai mult practicat chiar în sânul societății în care trăiește cercetătorul și care investighează prin imersiunea în comunitatea studiată anumite fenomene, practici, obiceiuri etc.

În cadrul interviului etnografic, de regulă, cercetătorul și cei intervieuați se cunosc deja, s-au frecventat la un moment dat sau în mod constant iar producerea cunoașterii este interactivă de la cercetător la interviuat și vice-versa. Contextul interviului este la fel de relevant, precum și locul desfășurării acestuia, care face parte din decorul în care se desfășoară ancheta de teren²⁰.

¹³ C.-F. Dobre, *Martore fără voie*, p. 53.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ Marc Augé, *Les formes de l'oubli*, Paris, Rivages Poche, 2001, p. 29.

¹⁶ Jan Assmann afirma că „memoria culturală” este o formă a memoriei colective împărtășită de o comunitate largă de oameni care are rolul de a le asigura acestora o identitate culturală / națională / colectivă. Memoria culturală se menține de-a lungul generațiilor prin practici culturale și instituții precum lucrări istorice, literare, artistice, prin ritualuri, simboluri, monumente, memoriale etc. Memoria culturală transformă anumite evenimente și figuri din trecut în subiecte ale rememorării publice ducând treptat la o mitologizare a acestora. Miturile devin astfel o narațiune despre trecut menită să explice evenimente ce au avut loc sau să dea forță și sens prezentului. Jan Assmann, *La mémoire culturelle. Écriture, souvenir et imaginaire politique dans les civilisations antiques*, Paris, Aubier, 2010, p. 47.

¹⁷ Jean Claude Kaufmann, *L'entretien compréhensif*, Paris, Nathan, 2001.

¹⁸ Barney G. Glaser, Anselm L. Strauss, *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*, New Brunswick, Londra, Aldine Transactions, 1967.

¹⁹ Stéphane Beaud, “L’usage de l’entretien en sciences sociales. Plaidoyer pour l’entretien ethnographique”, în *Politix*, nr. 35, 1996.

²⁰ Stéphane Beaud, Florence Weber, *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 2003.

Interviul semi-structurat

Interviurile individuale semi-structurate sunt necesare pentru a culege informații mai detaliate despre o temă, subiect și pentru a aprofunda mai mult subiectul în discuție. Acest tip de interviu generează narațiuni mai bogate despre tema/subiectul cercetării. Interviul combină întrebările cu narațiunea martorului și permite o înțelegere mai adecvată a discursului celui interviuat.

Interviul pe bază de chestionar

Folosit de regulă în studiile de piață, un astfel de interviu este util în analiză pentru a stabili anumite corelații între diferite variabile. Este folosit pentru a culege date cantitative pe o scară largă. Pentru a produce, ceea ce François de Singly numea „cifre explicative”, acele cifre inedite care pun în relație practicile sociale cu indicatorii ai poziției sociale a celor interviuați. Cu alte cuvinte, explică ceea ce sunt oamenii prin intermediul a ceea ce fac și nu prin ceea ce spun că sunt sau că fac. Interesul acestor interviuri este să pună în evidență niște regularități statistice și niște pattern-uri observabile²¹.

Orice chestionar cuprinde 2 tipuri de variabile: prima serie se referă la variabilele obiective sau independente care transformă individul în obiect al cercetării și a doua serie la variabile dependente, care depind de problematica cercetării.

Ancheta prin intermediul chestionarelor presupune ca cercetătorul să formuleze ipotezele de lucru înainte de a elabora chestionarul și de a stabili niște indicatori preciși și detaliați, dar și o pregătire a terenului prin intermediul unor interviuri semi-structurate. Acest din urmă aspect este necesar pentru ca cercetătorul să nu impună propriile sale categorii și idei dar și pentru a testa ipotezele de lucru. Inițial se aplică câteva chestionare test pentru a verifica rata de non-răspunsuri și mai ales pentru a vedea dacă anumite întrebări trebuie clarificate, reformulate și/sau detaliate²².

Chestionarul trebuie să respecte un anumit standard care presupune prezentarea temei, numele cercetătorului și instituția pentru care lucrează sau titlul proiectului pe care îl realizează, apoi întrebările legate de cele două tipuri de variabile.

Primele variabile, etalon, sunt variabilele obiective/independente de tematica cercetării. Se pun de regulă la final și se referă la: sex, vârstă, poziție socială. Sexul poate fi încadrat la masculin, feminin, non-binar, altul; vârsta pe categorii conform unui decupaj arbitrar de genul 18-24; 25-30; 30-35 (categoria tineri), 35-40; 40-45; 45-50; 50-55 (categoria adulți); 55-60; 60-65, 65-70 etc. (categoria seniori), în timp ce poziția socială se referă în principal la categoriile socio-profesionale și/sau la capitalul social, economic, cultural.

Variabilele independente țin de problematica cercetării. Acestea sunt formulate în funcție de ipotezele de cercetare și se prezintă sub formă de întrebări închise sau întrebări deschise. Exemplu de întrebare închisă: „În ultimul an ați vizitat vreun muzeu dedicat comunismului?” Grila de răspuns conținând doar da sau nu. Întrebarea închisă poate fi urmată de o altă întrebare închisă precum: „Dacă da, estimați că această experiență a fost una pozitivă sau negativă respectiv una plăcută/neplăcută, sau una instructivă/neinstructivă, traumatică/inspiratională” etc. Întrebările închise pot fi urmate de o întrebare deschisă, fără răspunsuri prestabilite de genul: „Dacă v-a plăcut această experiență, de ce?” „Dacă nu v-a plăcut de ce?” „Sau dacă a fost o experiență instructivă, de ce a fost” etc.

Eșantionarea este importantă în acest caz, chestionarele trebuie să fie aplicate unui număr mare de persoane pentru a avea o imagine statistică pertinentă asupra problematicii. Un eșantion reprezentativ pentru grupul/populația studiată este necesar de aceea sondajele prin chestionar sunt de regulă folosite de Institutele de sondare a opiniei publice și mai puțin de cercetători. Aceștia din urmă pot practica o eșantionare aleatorie mai ales atunci când se referă la un anumit grup social precum studenții. Codarea răspunsurilor se face în funcție de diverși parametri, pe categorii de sex, vârstă sau categorie socială.

Această metoda de cercetare a fost însă criticată de diverși cercetători precum Pierre Bourdieu, care consideră că această metodă pleacă de la premiza că fiecare individ are o opinie despre orice subiect. Sociologul francez, care a folosit chestionarele și datele statistice în cercetările sale, constatând că multe chestionare se confruntau cu un non-răspuns a avansat ideea că cei mai mulți indivizi nu pot avea răspunsuri la întrebări pe care nu și le pun sau nu îi interesează, de aici trăgând concluzia că nu ar exista o opinie publică, în orice caz nu în sensul curent dat acestei noțiuni²³.

²¹ François de Singly, *L'enquête et ses méthodes: le questionnaire*, Paris, Nathan, 1992.

²² Éric Savarese, *Méthodes des sciences sociales*, Paris, Ellipses Édition, 2006, p. 41.

²³ Pierre Bourdieu, „L'opinion publique n'existe pas”, în *Questions de sociologie*, Paris, Minuit, 1994.

Interviu de tip focus-grup

Interviul de tip focus-grup este o metodă calitativă care urmărește să surprindă opiniile unui grup de persoane, de regulă 6-8 sau 5-10, asupra uneia sau mai multe teme specifice. Participanții la focus grup prin interacțiunea dintre ei furnizează informații despre modul în care se raportează la tema respectivă, precum și unii față de alții. În această interacțiune are loc un proces de partajare a informațiilor și opiniilor dar și de comparare a acestora. Omogenitatea grupului și interesul pentru tema discutată sunt importante și pot duce la rezultate pertinente în ceea ce privește tema/temele în dezbateri. Prin dialog și comparație se poate identifica nu doar ceea ce gândesc participanții la focus grup, ci și motivele pentru care gândesc astfel²⁴.

Interviul de tip focus-grup permite intervievaților să intervină asupra problematicei prin dinamizarea ei, precum și să genereze noi teme de dezbateri care nu au fost prevăzute de cercetător. Mai mult, metoda de cercetare prin intermediul focus-grup operează un transfer de putere dinspre cercetător spre grupul de persoane intervievate cu un rol benefic asupra cunoașterii²⁵. Interviul de tip focus-grup este o metoda pertinentă pentru a analiza procesele sociale în timp ce interviul individual permite o aprofundare a traiectoriilor individuale²⁶.

Interviul de tip focus-grup prin finalitatea sa este recomandat să preceadă interviurile individuale sau anchetele cantitative pentru o permite o adaptare mai pertinentă a problematicei cercetării și a temelor de discuție din cadrul interviurilor sau a întrebărilor din chestionar. Interviul de tip focus grup trebuie să se facă în sânul unui grup omogen aparținând de preferință unei categorii sociale similare pentru a nu crea un disconfort între membrii grupului²⁷. Aceștia pot fi indivizi care se cunosc deja sau complet necunoscuți. În punerea laolaltă a grupului, cercetătorul poate beneficia de sprijinul unor persoane-resurse (*personnes ressources*)²⁸.

Un focus-grup poate fi moderat de unul sau mai mulți cercetători care conduc dialogul. În cazul unui singur cercetător, acesta va juca atât rolul de moderator cât și de observator. În situația realizării unui focus-grup de către doi sau mai mulți cercetători, unul dintre ei poate juca doar rolul de observator pentru a furniza ulterior o privire neutră, acesta nefiind implicată în dinamica grupului și în discuția generată de ceilalți participanți²⁹.

Persoanele care alcătuiesc focus-grup-urile pot face obiectul mai multor ședințe de interviu, această practică fiind prezentă mai ales în cadrul sociologiei intervenționiste³⁰. În metodologia sociologiei intervenționiste, focus-grup-urile au scopul nu doar să avanseze cunoașterea, ci și să permită autoanaliza celor intervievați. Scopul final al acestei metode este de a-i ajuta pe actorii sociali să conștientizeze subiectivitatea și parti-pris-ul care le generează opiniile, judecățile de valoare, practicile și acțiunea socială.

Probleme de etică:

1. Anonimizarea. Pentru cei care nu vor să își dezvăluie identitatea este propus un „pact al anonimatului”.
2. În timpul cercetării, înainte de a realiza interviurile, se cere tuturor participanților acordul scris pentru a participa la cercetare și pentru difuzarea publică a rezultatelor acesteia (vezi model în Anexa D).

²⁴ David L. Morgan, „Focus-grup”, în Victor Jupp (coord.), *Dicționar al metodelor de cercetare socială*, Iași, Polirom, 2010, pp. 209-210.

²⁵ Éric Savarese, *Méthodes des sciences sociales*, Paris, Ellipses Édition, 2006, p. 23.

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ Sophie Duchesne, Florence Haegel, *L'enquête et ses méthodes: l'entretien collectif*, Paris, Nathan, 2004.

²⁸ Éric Savarese, *op. cit.*, p. 25.

²⁹ Alain Touraine, *La voix et le regard*, Paris, Seuil, 1978.

³⁰ *Ibidem*.

Întrebări specifice pentru proiectul,

Comunismul pe înțelesul tinerilor. Transmiterea trecutului recent noilor generații din România și Republica Moldova

1. Ce amintiri v-au fost transmise de familie despre regimul comunist din România/sovietic din Republica Sovietică Socialistă Moldovenească (RSSM)?
2. Ce ați învățat la școală despre regimul comunist din România/sovietic din RSSM?
3. Ați vizitat vreun muzeu sau expoziție care să vorbească despre regimul comunist/sovietic sau despre anumite aspecte referitoare la comunismul din România sau din perioada RSSM?
4. Ați văzut vreun monument care să celebreze sau să comemoreze anumite persoane, evenimente sau aspecte ale vieții în comunism din România sau din perioada sovietică a RSSM?
5. Ați văzut vreun film, piesă de teatru, film documentar, instalații artistice despre comunism în România sau din perioada sovietică a RSSM?
6. De unde vă luați informațiile despre comunism/perioada sovietică? Puteți indica site-uri, ziare, reviste, cărți de unde ați aflat sau v-ați informat despre comunism/ despre regimul sovietic din RSSM?
7. Cum ați caracteriza regimul comunist din România/RSSM?
8. Este important să aflăm lucruri despre diversele aspecte ale regimului comunist din România/RSSM?
9. Discutați sau ați discutat cu colegii sau prietenii dv. despre perioada comunistă/sovietică din RSSM?
10. Există anumite simboluri, obiecte, personaje care vă amintesc de comunism sau care întruchipează regimul comunist din România, respectiv cel sovietic din RSSM?

Draft realizat de Claudia-Florentina Dobre

Anexa I

Acord privind prelucrarea informațiilor oferite/ opiniilor exprimate, precum și a datelor cu caracter personal

Subsemnatul/a _____ (nume, _____ prenume)

_____, vârstă....., sex....., Facultatea..... îmi exprim acordul cu privire la utilizarea și prelucrarea informațiilor oferite și a opiniilor exprimate în cadrul interviurilor înregistrate audio/video în scopul îndeplinirii activităților specifice, respectiv interpretare/editare/publicare, din cadrul proiectului, **COMUNISMUL PE ÎNȚELESUL TINERILOR. TRANSMITEREA TRECUTULUI RECENT NOILOR GENERAȚII DIN ROMÂNIA ȘI REPUBLICA MOLDOVA**, cu respectarea prevederilor legale.

Am fost informat/ă că datele furnizate vor fi tratate confidențial, în conformitate cu prevederile *Directivei 95/46/CE privind protecția persoanelor fizice în ceea privește prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date*, transpusă prin *Legea nr. 677/2001 privind protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor și libera circulație a acestor date*, cu modificările și completările ulterioare, precum și cu prevederile *Directivei 2002/58/CE privind prelucrarea datelor cu caracter personal*.

Data

Semnătura