

Needfinding.

Focus group e analisi qualitativa

Benessere Digitale

Monica Molino

Anno accademico 2024/2025

Il focus group è

- Un'intervista di gruppo focalizzata.
- Una discussione TRA i partecipanti guidata da un moderatore su un tema specifico.



Il focus group è suggerito quando

- Si vogliono raccogliere informazioni su un fenomeno nuovo, raro, complesso o poco conosciuto.
- Si vogliono approfondire temi creativi e ideativi, o di interesse collettivo e altamente condivisibile.
- Gruppi particolari e facilmente radunabili.



Vantaggi del focus group

- Sinergia e interazione.
- Gli altri rappresentano uno stimolo, si attivano «reazioni a catena».
- Risposte spontanee.
- Raccolta dati veloce.

Focus group o intervista?

INTERVISTA INDIVIDUALE

- Risposte più spontanee, non influenzate dall'esterno.
- Maggiore focalizzazione sulla storia personale.
- Gli stimoli vengono soltanto dall'intervistatore.

FOCUS GROUP

- Risposte influenzate dalla dinamica sociale. Il gruppo può liberare, ma anche accentuare le disinibizioni.
- Minor dettaglio ma evoluzione del pensiero durante il gruppo.
- Lo stimolo si può anche autogenerare nel gruppo.

Preparazione di un focus group

- Piccolo gruppo: **dai 6 ai 12** partecipanti.
- Durata massima di due ore.
- Consigliata la registrazione audio e/o appunti dettagliati (meglio se presi da un assistente, non dal moderatore).
- Il moderatore pone una domanda e avvia un **confronto libero** tra le persone, che possono rispondere alla domanda e/o ricollegarsi a quanto detto da altri membri del gruppo.

Ruolo del moderatore

- Conosce l'argomento e prepara una guida per le domande.
- Facilita una discussione stimolante senza perdere di vista l'obiettivo.
- Mostra interesse per catturare l'attenzione del gruppo.
- Mantiene il controllo del gruppo senza influenzare i partecipanti.

Condurre un focus group

Apertura

- Presentazione del/i conduttore/i
- Descrizione e obiettivi della ricerca
- Indicazioni su anonimato, registrazione, privacy, ...
- Regole e tempi
- Presentazioni dei partecipanti

Condurre un focus group

Regole iniziali

- *Parlerà una sola persona per volta.*
- *Non ci sono risposte giuste o sbagliate, ma punti di vista diversi, quindi non dovete necessariamente essere d'accordo con gli altri, ma rispettarne le opinioni.*
- *Vi chiedo di silenziare i vostri cellulari e limitarne il più possibile l'utilizzo solo ad emergenze.*
- *Stiamo registrando per non perdere informazioni importanti che ci direte, ma l'audio non verrà utilizzato e non sarà presa traccia dei nomi.*

Condurre un focus group

Le domande

- Devono essere aperte, stimolanti, utili per l'obiettivo.
- Formulate in modo semplice, breve e chiaro.
- Non imbarazzanti o giudicanti o colpevolizzanti.
- Rimanere più neutrali possibili e non esibire reazioni emotive particolari.
- Rivolte al gruppo in generale, ai singoli solo per richieste di approfondimenti.

Condurre un focus group

Le domande di approfondimento

- *Puoi spiegarti meglio?*
- *Puoi farmi un esempio?*
- *Potrete dirmi qualcosa in più?*
- *Cosa intendi?*

Needfinding.

Analisi qualitativa



Analizzare i dati raccolti

- La **ricerca qualitativa** permette di...

esplorare un fenomeno in profondità attraverso opinioni e vissuti personali degli attori coinvolti.



- **L'analisi qualitativa** permette di...

ridurre la grande mole di dati raccolti attraverso tecniche di indagine.

Applicabile a dati raccolti tramite...

- Intervista (strutturata, semi-strutturata, narrativa/biografica)
- Focus group
- Domande aperte del questionario
- Documenti, diari di bordo (narrativi), documenti scritti, etc.
- Osservazione.



Template analysis per l'analisi dei dati

- Si tratta di una forma di analisi tematica che usa la **codifica gerarchica**.
- Un approccio flessibile:
 - **bottom-up,**
 - **top-down.**

Steps della template analysis

1. **Trascrivere** integralmente il materiale raccolto.
2. Acquisire **familiarità** con i dati attraverso un'attenta lettura di tutte le trascrizioni.

Steps della template analysis

1. **Trascrivere** integralmente il materiale raccolto.
2. Acquisire **familiarità** con i dati attraverso un'attenta lettura di tutte le trascrizioni.
3. **Codificare in maniera preliminare** i dati. È possibile partire con dei temi a priori, che possono essere ridefiniti o rimossi se non risultano utili nell'analisi.



Tema 1 – uso eccessivo delle ICT ...

Tema 2 – bisogno di rimanere connessi...

Tema 3 -

Steps della template analysis

4. Organizzare le tematiche emerse in **cluster significativi** e iniziare a definire come siano in relazione fra loro.

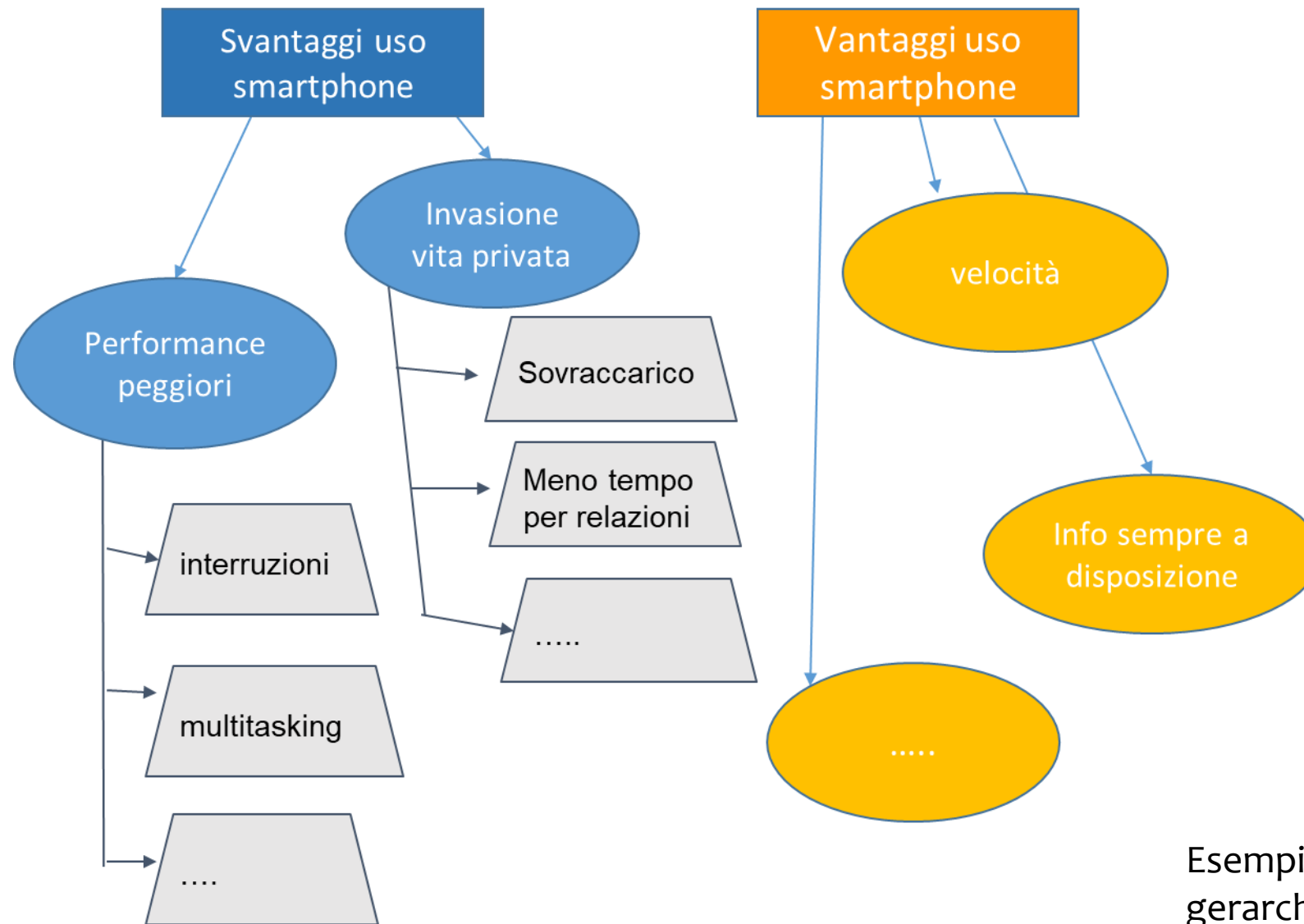
Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor
 sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem
 ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit
 amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum
 dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet?

La mattina quando apro la casella di posta del lavoro trovo molte mail non lette e inizio la giornata con l'ansia di non riuscire a fare tutto quello che vorrei.

Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor
 sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem
 ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit
 amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum
 dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet?
 Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor
 sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet? Lorem ipsum dolor sit amet?



monica molino
Sovraccarico comunicativo



Esempio di albero categoriale con gerarchie tra i cluster.

Steps della template analysis

5. Sviluppare una **versione iniziale del template** sulla base di una parte del campione
6. Applicare il template iniziale alle successive trascrizioni e **modificarlo se necessario**. Possono essere inseriti nuovi temi, mentre altri possono essere eliminati se ridondanti.
7. Definire il **template finale** e applicarlo a tutti i dati. Se rimangono dati rilevanti non codificati, il template non può essere considerato sufficientemente adeguato.

Steps della template analysis

INTERVISTA	SVANTAGGI SMARTPHONE			VANTAGGI SMARTPHONE		CATEGORIA 3
	Invasione vita privata	Performance peggiori	sotto-categoria 1.b	sotto-categoria 1.a	sotto-categoria 1.b	
Intervista 1	Non riesco a dedicare il tempo che vorrei ai miei amici quando sono con loro perché guardo spesso il cellulare	Mentre studio sono spesso interrotta dalle notifiche dello smartphone e non riesco a fare a meno di controllarle
Intervista 2

Inserisco nel template tutti gli stralci delle interviste rilevanti per la ricerca.

Steps della template analysis

INTERVISTA	SVANTAGGI SMARTPHONE			VANTAGGI SMARTPHONE		CATEGORIA 3
	Invasione vita privata	Performance peggiori	sotto-categoria 1.b	sotto-categoria 1.a	sotto-categoria 1.b	
Intervista 1	Non riesco a dedicare il tempo che vorrei ai miei amici quando sono con loro perché guardo spesso il cellulare	Mentre studio sono spesso interrotta dalle notifiche dello smartphone e non riesco a fare a meno di controllarle
Intervista 2

Rileggendo gli stralci su colonna ricostruisco il significato per gli intervistati della specifica (sotto)categoria.

Steps della template analysis

1. Trascrivere integralmente il materiale raccolto.
2. Acquisire familiarità con i dati attraverso un'attenta lettura di tutte le trascrizioni.
3. Codificare in maniera preliminare i dati. È possibile partire con dei temi a priori, che possono essere ridefiniti o rimossi se non risultano utili nell'analisi.
4. Organizzare le tematiche emerse in cluster significativi e iniziare a definire come siano in relazione fra loro.
5. Sviluppare una versione iniziale del template sulla base di una parte del campione
6. Applicare il template iniziale alle successive trascrizioni e modificarlo se necessario. Possono essere inseriti nuovi temi, mentre altri possono essere eliminati se ridondanti.
7. Definire il template finale e applicarlo a tutti i dati. Se rimangono dati rilevanti non codificati, il template non può essere considerato sufficientemente adeguato.

Licenza

✦ Queste slide sono distribuite con licenza Creative Commons “**Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale (CC BY-NC-SA 4.0)**”

✦ **Tu sei libero di:**

- **Condividere** — riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare questo materiale con qualsiasi mezzo e formato
- **Modificare** — remixare, trasformare il materiale e basarti su di esso per le tue opere
- Il licenziante non può revocare questi diritti fintanto che tu rispetti i termini della licenza.

✦ **Alle seguenti condizioni:**

- **Attribuzione** — Devi riconoscere una menzione di paternità adeguata, fornire un link alla licenza e indicare se sono state effettuate delle modifiche. Puoi fare ciò in qualsiasi maniera ragionevole possibile, ma non con modalità tali da suggerire che il licenziante avalli te o il tuo utilizzo del materiale.
- **NonCommerciale** — Non puoi utilizzare il materiale per scopi commerciali.
- **StessaLicenza** — Se remixi, trasformi il materiale o ti basi su di esso, devi distribuire i tuoi contributi con la stessa licenza del materiale originario.
- **Divieto di restrizioni aggiuntive** — Non puoi applicare termini legali o misure tecnologiche che impongano ad altri soggetti dei vincoli giuridici su quanto la licenza consente loro di fare.

✦ <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

