

# 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?*
- *Potreste 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.



# 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.

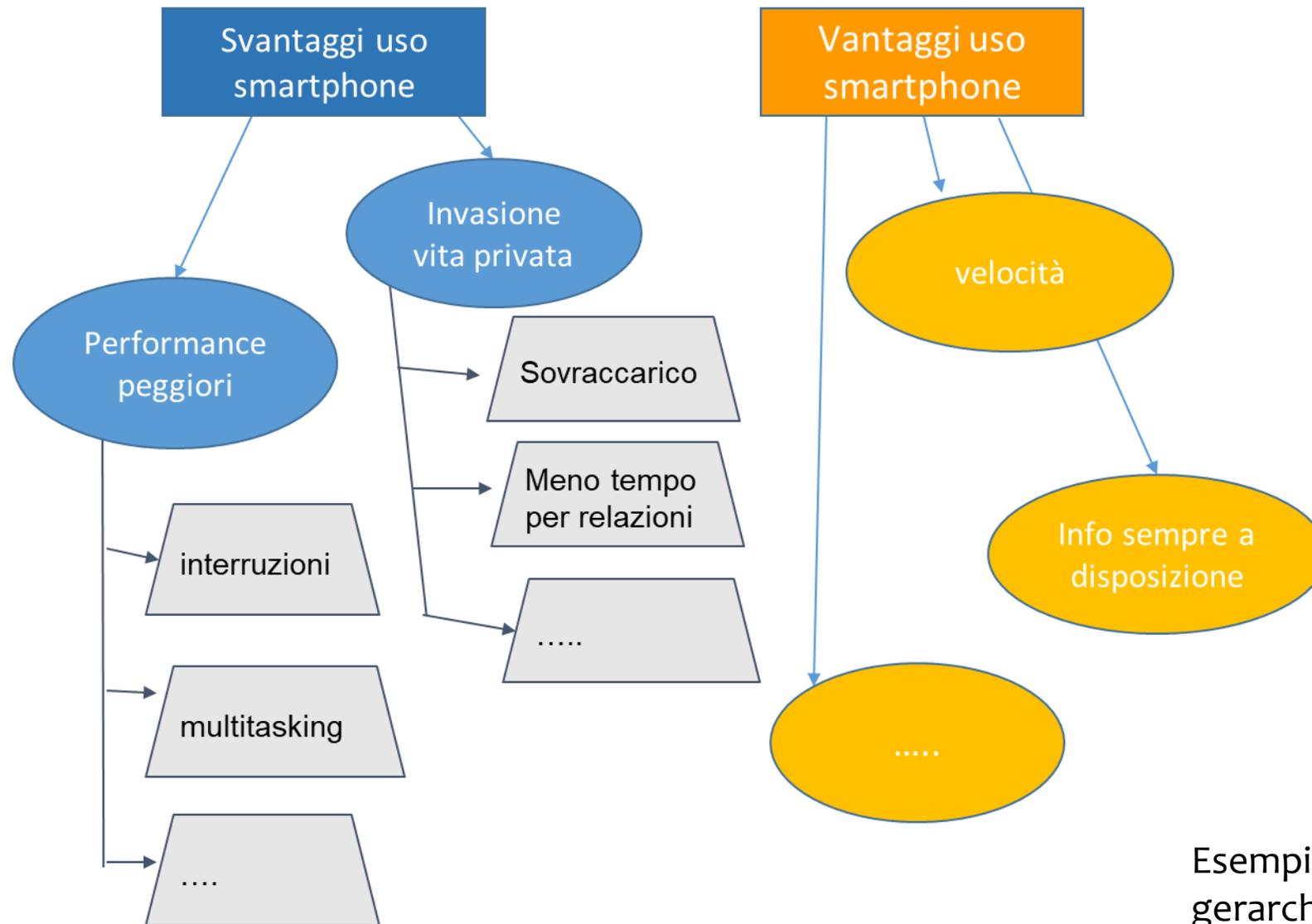


***Tema 1 – uso eccessivo delle ICT ...***

***Tema 2 – bisogno di rimanere connessi...***

***Tema 3 - .....***





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	
<b>Intervista 1</b>	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	....	....	....	....
<b>Intervista 2</b>	....	....	....	....	....	....

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/>

