

dell'analisi relativa alle motivazioni dell'abbandono scolastico. Si noti come le domande degli intervistatori, sebbene diverse nella formulazione linguistica, siano tutte parafrasi della stessa domanda concordata: "Come è avvenuto l'abbandono?". Le sigle INT1, INT2 ecc. indicano i diversi studenti intervistati.

#### 4.2.2. INTERVISTE DI GRUPPO (FOCUS GROUP E BRAINSTORMING)

A differenza delle interviste "uno a uno", nelle diverse forme di intervista di gruppo l'intervistatore o moderatore (ma possono anche essere più intervistatori/moderatori), sulla base di una lista più o meno strutturata di domande stimolo, invita i gruppi intervistati a discutere e interagire per confrontare o raccogliere posizioni, punti di vista, opinioni. Il ruolo dell'intervistatore è determinante per la finalizzazione e gestione dell'intervista. Anche se è possibile parlare di diversi tipi di interviste di gruppo, è bene sottolineare che tale tecnica è fortemente caratterizzata da uno stile democratico e da un aspetto partecipativo. Quando la scaletta di riferimento e le domande stimolo sono maggiormente prefissate e il ruolo dell'intervistatore è di tipo direttivo, si usa parlare di focus group, quando invece la scaletta ha un minor grado di strutturazione e il ruolo dell'intervistatore non è di tipo direttivo si parla di tecniche di brainstorming<sup>6</sup>.

##### *I focus group*

La tecnica dei focus group non nasce in contesti e studi di ambito pedagogico ma tradizionalmente è stata usata nel marketing, nella progettazione e nella formazione aziendale. È una tecnica qualitativa per

6. Il metodo del brainstorming iniziò a diffondersi negli anni Quaranta e fu sistematizzato nel 1953 da Alex Osborn nel celebre testo *Applied Imagination*. È una particolare tecnica creativa di gruppo utilizzata per far emergere idee volte alla risoluzione di un problema (*problem solving*), in un clima in cui ogni partecipante è chiamato a esprimere il proprio pensiero, senza pregiudizi o critiche preventive. La tecnica prevede due fasi: la prima divergente, in cui si producono idee a ruota libera; la seconda convergente, in cui le idee vengono selezionate e valutate e si arriva a raccogliere le più interessanti. Per approfondimenti sulla tecnica del brainstorming classico e su altre sue forme (valutativo, elettronico) nella ricerca sociale e valutativa, cfr. Osborn (1953), Bezzi, Baldini (2006).

la raccolta di informazioni che si basa sull'assunto secondo cui l'interazione di gruppo favorisce l'emergere di informazioni originali. La tecnica deve essere guidata da un moderatore preparato e condotta con partecipanti rappresentativi dei soggetti o delle categorie di attori su cui la ricerca è indirizzata.

La sua paternità si fa risalire al sociologo americano Robert Merton, e precisamente al 1941 (Stewart, Shamdasani, 1990; Krueger, 1994), quando Lazarsfeld lo invitò appunto a partecipare a uno studio sulla valutazione di alcuni programmi radiofonici da parte del pubblico. Si chiedeva alle persone coinvolte di segnalare il loro interesse per le trasmissioni ascoltate, premendo un bottone rosso per segnalare reazioni negative, verde se positive. Dopo la segnalazione il pubblico discuteva in gruppo sui motivi delle sue reazioni. Questa esperienza fu studiata e si propose una vera e propria tecnica denominata *focused interview* (Merton, Fiske, Kendal, 1956).

L'intervista focalizzata, o focus group, si basa sulla discussione di un gruppo, opportunamente identificato e gestito, per indagare il punto di vista, le opinioni, ma anche gli atteggiamenti dei singoli e del gruppo. Il senso della discussione di gruppo, mossa da opportune domande di ricerca e dalla moderazione di esperti, è quello di favorire la presentazione, l'articolazione e soprattutto la discussione dialogica e costruttiva del pensiero e discorso dei singoli e il loro approfondimento riflessivo. In questo senso la tecnica dei focus group si presenta come uno strumento per la costruzione di dati di ricerca, piuttosto che di semplice raccolta di dati.

Determinante, quindi, per la funzionalità e validità nell'uso di tale tecnica, è la funzione dell'intervistatore o moderatore del focus. I gruppi, di solito contenuti entro la decina di unità, devono essere stimolati alla discussione e all'interazione e, quando necessario, "ricondotti" al focus dei temi prefissati per l'intervista di gruppo.

L'organizzazione di un focus prevede in prima battuta la messa a punto di una scaletta per identificare gli argomenti principali da discutere, inizialmente sotto forma di parole chiave, quindi l'articolazione dei tempi e delle modalità di gestione dell'incontro. «Una strategia consolidata è quella del *funneling*<sup>7</sup>: gli argomenti più importanti

7. Dal termine inglese *funnel* ("imbuto"), a indicare un'azione per convogliare, incanalare, e quindi focalizzare.