

Agnese Vardanega

# L'analisi dei dati qualitativi con Atlas.ti

*Fare ricerca sociale  
con i dati testuali*



Copyright © MMVIII  
ARACNE editrice S.r.l.

[www.aracneeditrice.it](http://www.aracneeditrice.it)  
[info@aracneeditrice.it](mailto:info@aracneeditrice.it)

via Raffaele Garofalo, 133 A/B  
00173 Roma  
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-1795-5

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento anche parziale,  
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie  
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: maggio 2008

*A Leonardo e a Luigi,*

*che hanno contribuito alla realizzazione di questo lavoro con le loro  
critiche, i loro suggerimenti, e soprattutto con la loro amicizia*



# Indice

<b>Indice</b> .....	<b>7</b>
<b>Premessa</b> .....	<b>11</b>
<b>1. L'analisi dei dati qualitativi</b> .....	<b>15</b>
1. I dati qualitativi fra testo e discorso .....	15
1.1. I dati qualitativi .....	15
1.2. Quale analisi per i dati qualitativi?.....	18
2. Diversi tipi di basi-dati .....	19
2.1. Matrice dei dati e analisi statistica .....	20
2.2. La costruzione della base-dati nei <i>Caqdas</i> .....	22
2.3. Analisi statistica e interpretazione.....	23
3. Soggettività ed attendibilità.....	24
4. <i>Theory building?</i> .....	26
<b>2. Atlas.ti: i concetti fondamentali</b> .....	<b>31</b>
1. Organizzare l'analisi interpretativa computer-assistita .....	31
1.1. L'organizzazione dei materiali informativi.....	32
1.2. La preparazione dei file per l'analisi.....	33
1.3. Le fasi dell'analisi interpretativa.....	35
2. L'unità ermeneutica.....	37
2.1. Gli oggetti dell'unità ermeneutica.....	38
2.2. La modifica degli oggetti nel contesto .....	41
4. La gestione dell'unità ermeneutica .....	42

<b>3. La codifica .....</b>	<b>47</b>
1. Codifica come interpretazione .....	47
1.1. Gli interrogativi-guida e i concetti sensibilizzanti .....	48
1.2. Comparare e discriminare .....	49
1.3. Definire ed organizzare.....	50
2. L'analisi tematica.....	50
3. Le citazioni .....	53
4. I codici .....	55
4.1. Creare nuovi codici.....	55
4.2. Il <i>Code Manager</i> .....	58
4.3. Il nome dei codici .....	59
SCHEDA 1. L'esperienza religiosa.....	60
5. I <i>memos</i> .....	64
6. Le <i>famiglie</i> .....	66
6.1. Le <i>famiglie</i> di documenti primari .....	67
6.2. Le <i>famiglie</i> di codici e di <i>memos</i> .....	68
<b>4. L'organizzazione delle informazioni .....</b>	<b>71</b>
1. Introduzione .....	71
2. Gli strumenti di ricerca e filtro .....	72
2.1. Le funzioni di filtro.....	72
2.2. Ricerca di stringhe ed espressioni nel testo .....	75
2.3. <i>Auto-coding</i> .....	76
3. Esplorare le categorie analitiche .....	78
3.1. Le <i>Query</i> .....	78
3.2 <i>Super-codici</i> e <i>super-famiglie</i> .....	83
4. Gli output .....	85
SCHEDA 2. Esempi di presentazione dei dati con tabelle e grafici.....	90
<b>5. I <i>Networks</i> .....</b>	<b>95</b>
1. Introduzione .....	95

2. Le relazioni fra gli oggetti .....	96
2.1. I <i>links</i> .....	96
2.2. Gli <i>hyperlinks</i> .....	97
3. Lavorare con i <i>networks</i> in Atlas.ti .....	100
3.1. La <i>Network View</i> .....	100
3.2. <i>Network</i> di codici .....	101
SCHEDA 3. Costruire un <i>network</i> con i codici .....	102
SCHEDA 4. Costruire un <i>network</i> con gli <i>hyperlinks</i> .....	108
4. L'exportazione del lavoro .....	110
<b>Bibliografia</b> .....	<b>113</b>





## Premessa

Mi trovo a dover iniziare questo lavoro con una dichiarazione di agnosticismo convinto in merito all'alterità epistemologica della ricerca "qualitativa" rispetto a quella "quantitativa", alla preferibilità dell'una rispetto all'altra. Nella mia personale (e dunque relativa) esperienza, quello che fa davvero la differenza fra la buona e la cattiva ricerca è la passione, la dedizione e soprattutto lo spirito scientifico di chi la conduce. Poi naturalmente vengono le capacità teorico-metodologiche, e la familiarità sul campo con le tecniche di ricerca, ma soprattutto con la gente. Non c'è nulla che sia irrilevante e privo di interesse, quando ci si sforzi di applicare al mondo delle persone l'*immaginazione sociologica*: si tratti di dati statistici, articoli di giornali, diari personali, conversazioni al bar, film o spot pubblicitari.

Per gli scopi estremamente limitati di questo volume, comunque, questo mio convincimento non sarebbe stato neanche tanto rilevante: le ragioni per le quali ci si può trovare a dover lavorare con i dati qualitativi sono numerose e molto diverse, spaziando da scelte teorico-metodologiche "forti" a semplici ragioni pratiche e di opportunità. Ma il dibattito metodologico è stato talmente sentito, negli anni della mia formazione sociologica, che mi è sembrato doveroso chiarire questo punto.

Poiché il testo ha finalità didattiche, si rivolge agli studenti e non presuppone approfondite conoscenze metodologiche e filosofiche, ho utilizzato l'espressione "analisi qualitativa", nonostante anche su questo punto si sia sviluppato fra gli anni Ottanta e gli anni Novanta un dibattito molto sentito. Semplicemente, ho ritenuto di utilizzare la terminologia in uso nella letteratura internazionale, per favorire quanti vogliano approfondire alcuni dei temi qui affrontati nella frequentazione di questa letteratura.

Questo volume è dedicato a presentare alcune procedure di analisi per i dati qualitativi che possono essere efficacemente supportate da un software fra i più diffusi, *Atlas.ti*® (ver. 5.0<sup>1</sup>). Molte sono praticabili anche utilizzando altri programmi in commercio (fra i quali i più noti sono *NVivo*® e *HyperResearch*®<sup>2</sup>), ma ho scelto di presentare *Atlas.ti* perché è quello che uso personalmente e con il quale ho familiarità: tutte le procedure illustrate nel volume sono state applicate e discusse con colleghi e collaboratori in varie circostanze, ed in relazione alle imprevedibili (a tavolino) sollecitazioni che la ricerca sul campo sempre propone.

Per questo motivo, e per evitare che apparissero come “esercizi”, gli esempi sono tutti tratti da ricerche alle quali ho preso parte: solo per queste, del resto, avevo ancora a disposizione i progetti di *Atlas.ti*, e dunque l’intera struttura del lavoro di analisi (ho messo in nota i riferimenti bibliografici a contributi specifici che esulano dal tema del volume). Il dettaglio con le quali vengono presentate molte di queste procedure può senz’altro apparire pedante, ma risponde alle esigenze emerse nel corso dei laboratori didattici, dalle domande degli studenti.

La mia conoscenza degli altri software dedicati all’analisi qualitativa si basa invece su “esperimenti” condotti con le versioni di prova scaricabili gratuitamente dai siti (a parte *NVivo* e *The Ethnograph*®<sup>3</sup>, che ho utilizzato in passato, sia pure in misura limitata). Questi “esperimenti” sono comunque consigliati a chi voglia cimentarsi con questo tipo di lavoro: le caratteristiche e le potenzialità dei programmi evolvono velocemente; l’usabilità e la piacevolezza dell’interfaccia hanno in parte a che fare con i gusti personali e con il modo particolare di fare ricerca di ciascuno. Inoltre, bisogna restare aperti alle novità, evitando di irrigidirsi nell’uso di certe procedure solo perché ci sono diventate familiari; a questo scopo, può essere utile familiarizzarsi almeno con un paio di software, per scegliere senza troppe rigidità il più adatto alle diverse situazioni di ricerca.

---

<sup>1</sup> [www.atlasti.com](http://www.atlasti.com). Riferimento al manuale – per la versione da me citata contattare ...

<sup>2</sup> [www.qsrinternational.com/products\\_nvivo.aspx](http://www.qsrinternational.com/products_nvivo.aspx) (*NVivo* 8) e [www.researchware.com](http://www.researchware.com) (*HyperResearch* 2.8).

<sup>3</sup> Fra i primi programmi progettati per l’analisi qualitativa, da tempo non aggiornato, ma comunque funzionante ([www.qualisresearch.com](http://www.qualisresearch.com)).

## Avvertenze

Per avvicinarsi ai concetti dell'analisi dei dati qualitativi attraverso questo testo, consiglio di scaricare dal sito di Atlas.ti la demo del programma, utilizzabile, con alcune limitazioni<sup>4</sup>, a tempo indefinito.

Il *Manuale* di Atlas.ti (Muhr 2004) — a cui si fa spesso riferimento nel testo — è anch'esso scaricabile gratuitamente dal sito<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Non è possibile salvare progetti che superino certe dimensioni (10 documenti primari, 100 citazioni, 50 codici, 30 memos), ma si possono aprire progetti di qualunque dimensione ([www.atlasti.com/demo.html](http://www.atlasti.com/demo.html)).

<sup>5</sup> [www.atlasti.com/manual.html](http://www.atlasti.com/manual.html). Poiché il manuale cambia con gli aggiornamenti del programma, per essere certi di avere la copia citata nel testo, contattatemi all'indirizzo di posta elettronica [avardanega@unite.it](mailto:avardanega@unite.it).



# 1. L'analisi dei dati qualitativi

## 1. I dati qualitativi fra testo e discorso

### 1.1. I dati qualitativi

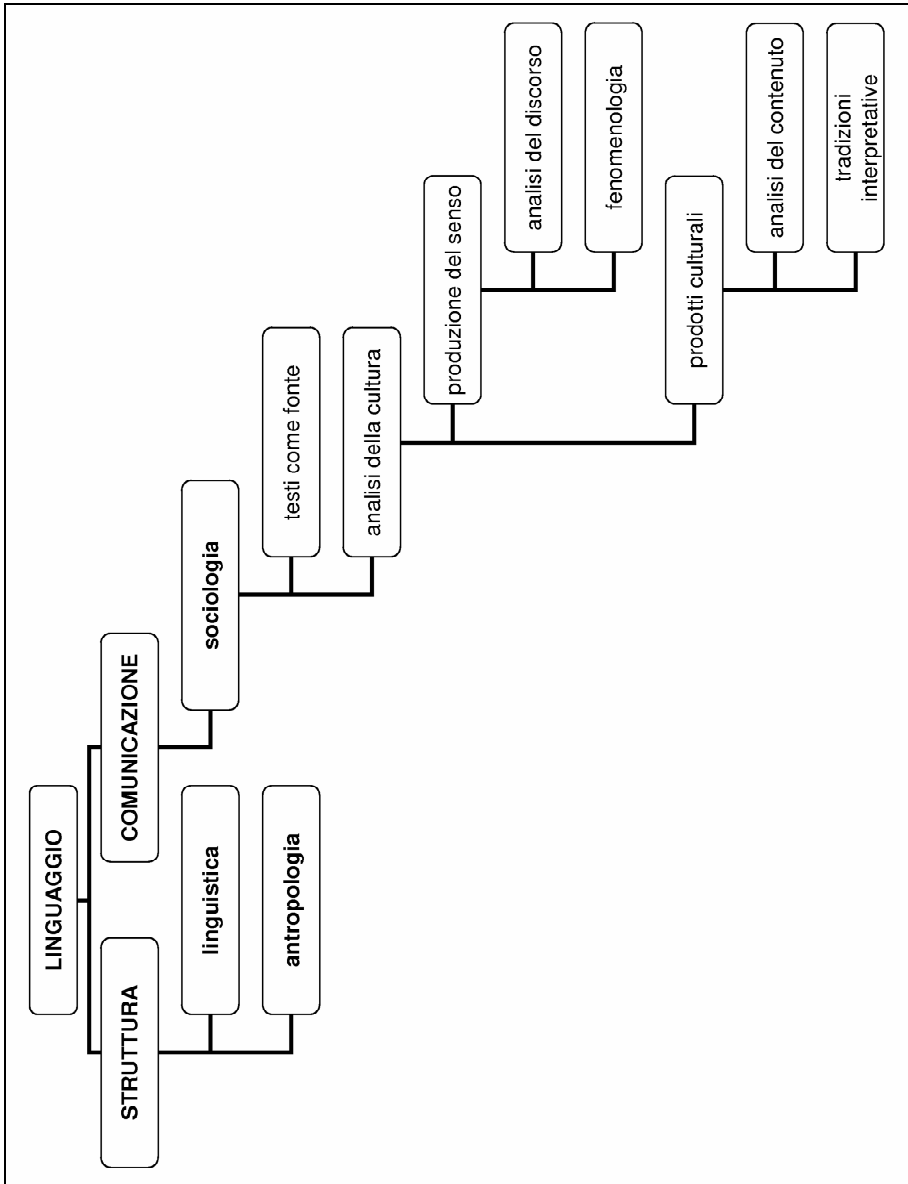
In senso stretto, non esiste la ricerca qualitativa. Ci sono solo dati qualitativi. In molte ricerche, vengono usati sia dati quantitativi che dati qualitativi; pertanto, se vogliamo distinguere la ricerca in base al tipo di dati, servirebbe un terzo tipo: quella “mista” (p. 55).

Accogliendo il suggerimento di Renate Tesch (1990) ci proponiamo di affrontare in questo volume non la *ricerca qualitativa* in generale — come “approccio alla produzione di conoscenza sociologica” — ma più semplicemente l'analisi dei dati qualitativi, quelle fonti di informazione che non possano essere trattate — *direttamente* o *in prima istanza* — mediante le tecniche statistiche di analisi comunemente utilizzate nelle scienze sociali.

La Tesch (pp. 56 sgg) proponeva una classificazione dei diversi modi di analizzare con il computer i “dati qualitativi” nelle scienze sociali (che nel 1990 erano solo i testi: solo da pochi anni è infatti possibile analizzare immagini, filmati e registrazioni audio mediante il computer), che riprendiamo, semplificandola ed adattandola ai fini del nostro discorso, incentrato principalmente sull'analisi dei dati (e delle interviste in particolare) (Fig. 1)

Secondo l'autrice, in questi ultimi decenni, il linguaggio è stato oggetto di studio nelle sue *caratteristiche morfologiche e strutturali*, oppure in quanto (mezzo di) *comunicazione*, come prodotto sociale e culturale. Se l'analisi delle strutture linguistiche è stata oggetto soprattutto della linguistica e dell'antropologia, la sociologia si è occupata del linguaggio considerandolo:

Figura 1. Fare ricerca con le “parole”



Fonte: Tesch 1990, pp. 55 e sgg. (ns. elaborazione)