

$$\frac{A_{14}}{464}$$

Marilena Macaluso
L'analisi sociosemiotica
della conversazione nei *focus group*
Teoria e metodo



Copyright © MMXII
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

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

ISBN 978-88-548-5354-6

*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: novembre 2012

A mia madre

Vorrei ringraziare Christopher Humphris che incuriosito da un mio vecchio articolo su una conversazione in treno mi ha invitato, dopo molti anni, a discuterne pubblicamente con eccellenti interlocutori, portandomi a riprendere una riflessione sospesa.
Grazie a Toto ed alla piccola in arrivo.

9 *Introduzione*

19 **Capitolo I**

L'analisi delle interazioni comunicative come mosaico interdisciplinare

1.1. La *conversation analysis* come teoria sociale, 20 – 1.2. Mosse, frame e giochi di faccia: da Goffman la cassetta degli attrezzi per l'analisi delle interazioni, 23 – 1.3. Turni, presa di parola, rilevanza condizionale: alcuni concetti base della *conversation analysis*, 27 – 1.4. L'analisi conversazionale in Italia, 32 – 1.5. Costruire un metalinguaggio per l'analisi della conversazione nei focus group, 34

39 **Capitolo II**

Sociosemiotica dell'interazione

2.1. La sociosemiotica e l'analisi della conversazione, 39 – 2.2. Principi generali della semiotica strutturale generativa, 41 – 2.3. Il "dilemma": una conversazione asimmetrica, 51 – 2.4. Applicabilità della semiotica all'analisi della conversazione, 53 – 2.5. Dal sistema agli usi, 56 – 2.6. Sul formarsi d'opinioni, immagini e credibilità in un focus group: riflessioni sul processo Cusani, 62 – 2.7. Cornici interpretative, valori e attacchi metapragmatici: il maxi-processo secondo Jacquemet, 65 – 2.8. I generi della conversazione, 71

73 **Capitolo III**
Un nuovo approccio sincretico per l'analisi dei focus group

3.1. Dall'analisi della conversazione al focus group, 73 – 3.2. I focus group: una proposta d'analisi dei dati, 76 – 3.2.1. L'enunciazione in fieri: la struttura testuale, 79 – 3.2.2. Le tracce dell'enunciazione nell'enunciato: la struttura discorsiva, 82 – 3.2.3. La struttura narrativa, 82

87 **Capitolo IV**
Strumenti di supporto e guida sintetica per l'applicazione

4.1. La costruzione dei dati e le fasi dell'elaborazione, 87 – 4.2. Alcuni strumenti di supporto per l'osservazione, 99 – 4.3. Il sistema di notazione per la trascrizione, 107 – 4.4. Focus group e nuove tecnologie, 111

117 *Riflessioni conclusive*

119 *Riferimenti bibliografici*

Introduzione

Questo volume propone l'integrazione della *conversation analysis* e dell'analisi sociosemiotica, ipotizzando un metodo di studio dei focus group non esclusivo, ma complementare ed a sua volta triangolabile con altri approcci analitici (da quelli statistico-testuali a quelli tematici). Il testo si rivolge agli studenti dei corsi di laurea specialistica in Scienze della Comunicazione ed a quanti, in ambito pubblico e privato, vogliono sperimentare questo modello analitico nel campo della ricerca sociale, politica e di mercato.

La tecnica dei focus group, pur avendo origini piuttosto lontane nel tempo che risalgono ai primi studi sulla propaganda di Merton e Lazarsfeld, si è diffusa ed è stata formalizzata soltanto di recente¹. La guida in sei volumi di Morgan, Krueger e King (1998), nata sulla base dell'esperienza di ricerca degli anni Ottanta, offre una panoramica su ogni aspetto di questo strumento: dalla definizione della situazione ideale per numero di partecipanti, relazioni di conoscenza, genere, rappresentatività, contat-

¹ Lazarsfeld e Merton utilizzarono per la prima volta dei gruppi di discussione per analizzare gli effetti sul pubblico di un programma radiofonico, osservando le reazioni emotive nel corso della trasmissione ed i discorsi che in maniera casuale si sviluppavano al termine. Merton (1987), in seguito, ne rifiuterà la paternità, limitandosi ad accettare solo quella delle interviste focalizzate. Cfr. anche Merton e Kendall (1946). Tra gli altri attribuiscono la nascita della tecnica del focus group a Merton e Lazarsfeld: Morgan (1988), Stewart e Shamdasani (1990), Zammuner (2003).

ti, ambiente, possibili disturbi, pianificazione temporale, domande stimolo, interventi del moderatore, funzione degli osservatori, coinvolgimento del gruppo, sino all'analisi dei risultati ed alle modalità di presentazione al committente. Zammuner (2003, p. 265) definisce i focus group come «discussioni di gruppo, tipicamente svolte da gruppi omogenei al loro interno costituiti da 4-12 persone, la cui attenzione è *focalizzata* su un argomento specifico, che viene scandagliato in profondità».

Un moderatore indirizza e guida la discussione tra i partecipanti, affiancato da uno o più osservatori che registrano e annotano ciò che accade. Gli ambiti di applicazione sono molteplici: la *communication research* (da cui è nato), il marketing, l'analisi organizzativa, la politica e la ricerca psico-sociale, sono solo alcuni degli esempi possibili. Nel campo della sociologia politica l'impiego del focus group è utile - oltre che nelle più tradizionali indagini sulla campagna elettorale e l'approfondimento delle intenzioni di voto e della percezione di partiti e candidati - per la valutazione delle politiche pubbliche, così come per la progettazione partecipata di nuove *policy*, ed assume particolare rilievo come strumento di consultazione pubblica spesso integrata a forme standardizzate di rilevazione ad ampio raggio e realizzata attraverso i nuovi media.

La caratteristica principale del focus group è la capacità di ricreare in piccolo le modalità di formazione delle opinioni all'interno della società (Corrao 2000). La discussione fra pari permette, infatti, il confronto e l'espressione del proprio punto di vista sulla situazione. Il ricercatore, così, può osservare questo processo e distinguere il radicamento più o meno forte delle opinioni dei partecipanti.

Il focus group è una tecnica che permette di rilevare opinioni, percezioni, atteggiamenti e di indagare in profondità su di essi. Le tecniche che utilizzano, come fonte d'informazione, un gruppo e non singoli individui sono parecchie. Ma mentre alcune limitano l'interazione o la evitano del tutto per non far influenzare tra loro i partecipanti, come la Delphi e la Nominal Group Technique, interessate a conoscere posizioni individuali,

nel focus group la comunicazione tra i partecipanti è incoraggiata. La messa in discussione della propria posizione iniziale, non è un limite, ma un interessante campo di studio, anche se a differenza di altre tecniche che hanno come obiettivo esclusivo l'analisi delle interazioni in "gruppi naturali", qui interessa il contenuto. Lo scopo, infatti, è discutere il tema proposto dal moderatore, o meglio dal committente, e analizzarlo insieme alle dinamiche di gruppo.

In realtà non esiste un solo tipo di focus group, le varianti riguardano essenzialmente la composizione dei gruppi, il grado di strutturazione, il ruolo del moderatore e la diversa combinazione di questi elementi (Corrao 2000).

Una delle proprietà di un focus tipico, inserita spesso anche nella sua definizione, è l'omogeneità interna, cioè la comunanza di esperienze e di *background* tra i partecipanti (cfr. Zammuner 2003; Dawson 1993; Krueger 1994). Spesso essa si riduce a pari età e livello d'istruzione, nell'impossibilità di conoscere altri elementi. Se l'ineguaglianza può inibire lo scambio, è pur vero che l'argomento della ricerca stabilirà i criteri da seguire per costituire i gruppi. Il confronto, infatti, tarda a venire se l'accordo su un tema è totale. Inoltre, a questo proposito è interessante ricordare la cosiddetta *rilevanza condizionale* un criterio nato nell'analisi della conversazione che verrà riportato in seguito. Secondo tale principio sarebbero i partecipanti a stabilire, di volta in volta, le logiche d'interazione considerate rilevanti, e queste non sempre sarebbero generalizzabili.

Ma come analizzare questa particolare forma d'interazione comunicativa? Ad una sempre maggiore diffusione dello strumento non corrisponde, infatti, il potenziamento delle tecniche di analisi dei dati, molti testi si limitano a dare delle indicazioni di massima, rimandando ad esempio a libri d'analisi del contenuto o di semiotica-testuale. Tra i contributi classici sul focus group ricordiamo Morgan (1988), Krueger (1994), Stewart e Shamdasani (1990), Templeton (1994). In Italia si rinvia al manuale di Corrao (2000) e, per indicazioni specifiche sui contributi sulle modalità di lettura dei risultati presenti, al manuale di Cataldi (2009) che passa in rassegna le diverse modalità

d'analisi da quella statistico-testuale a quella relazionale, fornendo una bibliografia ragionata sui principali scritti metodologici utili per l'analisi dei focus group. Tra gli autori che suggeriscono l'uso combinato di più modelli analitici ricordiamo, inoltre, Trobia (2003, 2005) che utilizza l'analisi computer-assistita per esaminare i risultati di questa tecnica di rilevazione attraverso CAQDAS (*Computer Assisted Qualitative Data Analysis*) differenti a seconda degli obiettivi del ricercatore: software come Atlas.ti nel caso in cui si desideri concentrarsi sul testo emerso dall'incontro, programmi per la *Social Network Analysis* (come ad es. NetMiner) per lo studio delle relazioni e delle dinamiche di gruppo (sul tema della SNA cfr. Trobia, Milla 2011; Scott 2000; Piselli 1995).

Se per quanto riguarda l'analisi quantitativa la sociologia ha già sviluppato una terminologia comune di riferimento e strumenti intersoggettivi di codifica, trattamento e presentazione dei risultati, lo stesso non avviene nell'ambito della cosiddetta sociologia *non-standard*, ed in particolare nell'analisi dei focus group. Naturalmente, non ci si riferisce alla possibilità di generalizzarne i risultati o di trasformare in matrici e tabelle analisi che si pongono obiettivi e, dunque, strumenti differenti, ma di dare un metodo anche a quelle ricerche che hanno come scopo la comprensione delle interazioni quotidiane, la percezione ed il senso che gli attori danno ai meccanismi sociali complessivi. Si tratta di ipotizzare, dunque, un "metodo nella follia", per utilizzare l'espressione shakespeariana di Schwartz e Jacobs (1987), e di applicarlo più che alla raccolta dei dati (già ampiamente studiata nel caso del focus group), all'analisi del "materiale", o meglio del *testo* prodotto.

la nostra esperienza vissuta si configura fatalmente come esperienza testuale – consistente in fondo nel leggere e scrivere il libro interminabile della vita. [...] la "realtà" ci sfugge costitutivamente proprio mentre cerchiamo di catturarla con i nostri simboli. [...] Aver smesso di parlare del mondo sociale come una manna, pronta "là fuori" per essere raccolta e cibare la nostra fame di sapere, e presentarlo invece come un mondo di apparenze, di paradossi e di tracce, che è af-

fascinante decifrare e descrivere: ecco forse il merito e la funzione principale della sociologia qualitativa (Dal Lago 1987, p. 22).

Per far ciò, si approfitterà dei risultati già raggiunti nell'analisi testuale dalla semiotica e, in particolare, si seguirà la cosiddetta svolta sociosemiotica, e cioè l'idea secondo cui è possibile utilizzare il metodo della scienza della significazione per analizzare qualsiasi oggetto del mondo, sia esso di natura tradizionalmente testuale (una fiaba, un film, un annuncio pubblicitario) oppure di natura più generalmente sociale, dove i sistemi e i processi di significazione non appaiono immediatamente e, per questo, vanno ricostruiti nel corso dell'analisi. Se, come sostiene Greimas, siamo immersi in un universo significativo, tutto è *testo* e come tale analizzabile. *Tutto significa*, dunque, insieme o a prescindere dalla lingua verbale, da qui l'importanza di gesti, azioni, comportamenti, riti, sguardi nella comunicazione.

L'obiettivo di questo lavoro è individuare un metodo che permetta di esplorare i processi di significazione attivati dai parlanti empirici nel corso dell'*enunciazione*, luogo concreto d'interazione tra soggetti e momento di confronto tra strategie persuasive e interpretative. Il percorso d'analisi ipotizzato parte dalla superficie di quel particolare testo costituito da conversazioni, focus group, storie di vita ed altre forme d'interazione, per poi passare in esame quegli altri livelli di senso, sottostanti e nascosti, che costituiscono lo scheletro semantico di qualsiasi testo, e dunque, ne reggono l'intera significazione.

Sulla scorta di Demazière e Dubar (2000) si ritiene che l'analisi semiotica narrativa possa fornire degli strumenti e degli spunti di rilievo alla sociologia. I due autori francesi la applicano alle interviste biografiche e alla costruzione dei concetti tipologici a partire dalle parole di ciò che, della propria vita, chi racconta ritiene più importante. Se, come sottolineano i due sociologi, la situazione d'intervista è sempre un processo dialogico, non solo tra intervistato e intervistatore, ma anche tra linguaggio e realtà, questo è ancor più vero nel caso dei focus group.

Quella che si stabilisce tra i partecipanti al gruppo di discussione è una vera e propria conversazione che, seppur focalizzata e gestita dal moderatore, ne ha tutte le caratteristiche. Infatti, alla domanda input non seguono singole risposte, come in un'intervista di gruppo, ma si avvia una discussione spontanea, alla quale nessuno è obbligato ad intervenire. Il "racconto" che si costruisce durante il focus group è di tipo corale, risultato se ben riuscito, della partecipazione attiva e dell'ascolto di tutti i presenti. Per analizzare le interazioni, verbali e non, che avvengono durante un focus group s'ipotizza di utilizzare un metodo che unisca alla socio-semiotica narrativa i preziosi contributi sociologici della *conversation analysis*, della sociolinguistica e dell'interazionismo simbolico di Goffman.

Cominceremo con l'analisi del contesto multidisciplinare su cui ipotizziamo dovrebbe fondarsi il metodo che alla fine di questo percorso verrà proposto in maniera schematica.

Se nell'ambito della socio-semiotica, l'analisi della conversazione ha pochi precedenti, lo stesso non può dirsi per altre discipline che, ormai da decenni, analizzano le interazioni verbali con metodi e obiettivi differenti.

È negli anni Settanta che la conversazione e l'interazione verbale nel suo complesso iniziano a ricevere l'attenzione di numerosi studiosi e ricercatori (cfr. Galatolo e Pallotti 1999). Ma quella che viene definita "svolta linguistica" o "svolta interazionista" non è improvvisa e i suoi presupposti si possono cogliere già a partire dagli anni cinquanta. Tra i pionieri c'è Goffman che, nel 1953 all'Università di Chicago, inizia a occuparsi della conversazione nella dissertazione non pubblicata *Communication conduct in an island community* e più tardi in *Interaction Ritual*, un'analisi del *rituale dell'interazione* (Giglioli e Fele 2000). Negli anni Sessanta nasce la sociolinguistica come disciplina autonoma. La sua doppia anima restava da un lato legata alla linguistica, e dall'altro si apriva sempre più all'antropologia e all'etnografia studiando contesti e relazioni comunicative (*ibidem*).

In campo filosofico, negli stessi anni, Austin (1962) e Searle (1969) sviluppano quella che sarà definita teoria degli atti lin-

guistici. Secondo la quale ogni enunciato può essere considerato come un atto e si differenzia dagli altri enunciati in base alla sua “forza illocutoria”. I due filosofi del linguaggio, però, utilizzano piuttosto che frammenti reali di discorso esempi dimostrativi fittizi.

Sacks e i collaboratori Schegloff e Jefferson (1995 [1964-1972]) fondano la analisi della conversazione analizzando *conversazioni naturali* registrate nella vita quotidiana. Codificano per la prima volta alcuni aspetti costanti e coniano concetti di base della disciplina come “turno di parola”, “coppia adiacente”, “punto di rilevanza transizionale”, “turno esteso”, “preferenza” e “rimedio”, sui quali torneremo. I conversazionalisti, inoltre, individuano i meccanismi dell’alternanza dei turni e rilevano l’importanza delle pause nel discorso e degli elementi non verbali nella costruzione del senso e della relazione.

In Italia, negli anni Settanta Orletti traduce ed applica il nuovo paradigma partendo da un originale e composito approccio metodologico che unisce, in ambito sociolinguistico, etno-metodologia e analisi della conversazione (Orletti 1977; Fatigante, Mariottini, Sciubba 2009). Struttura e ruoli sociali vengono interconnessi dinamicamente nello studio della comunicazione istituzionale e nell’analisi delle relazioni di potere fornendo interessanti spunti di riflessione. Negli anni Novanta diversi autori dibattono sui limiti dell’analisi conversazionale e della teoria degli atti linguistici, facendo il punto su studi ormai applicati a vari ambiti da quello istituzionale (scolastico, sanitario, etc.) a quello della comunicazione tra nativi e non nativi (Orletti 1994).

In una prospettiva sincretica, che racchiude il contributo di varie discipline, applicandole alla psicologia della comunicazione, Leonardi e Viaro (1990) analizzano le *conversazioni circolari* tra terapeuta e pazienti, Mizzau (1998) invece, si sofferma sulla “gestione interattiva del conflitto” e la dimensione relazionale della comunicazione, accostando all’analisi di conversazioni ordinarie studi di testi letterari.

Tra i sociologi italiani la *conversation analysis* è una risorsa poco conosciuta e utilizzata, con alcune eccezioni di rilievo.

L'analisi dei rituali di degradazione nell'ambito del processo Cusani (Giglioli, Cavicchioli, Fele 1997) rappresenta un interessante esempio d'applicazione della *conversation analysis* a livello nazionale. Fele (2007) raccoglie in un recente manuale principi e strategie di questo approccio e ne evidenzia le radici sociologiche a partire dagli studi di Goffman (1981; 2002), Garfinkel (1967; 2006) e dalla teoria dell'interazione sociale. Ricordando, inoltre, l'attenzione per la conversazione di classici come Simmel (1983) per il quale essa costituisce l'*elemento centrale della sociabilità*, e - nel campo degli studi sull'opinione pubblica - come Tarde (1901) e Habermas (1998) seppur orientati ad una forma ideale e normativa di conversazione in relazione con l'etica del discorso.

A livello internazionale la disciplina della *conversation analysis* gode ormai anche in campo sociologico di una discreta diffusione che si riflette nella presenza di diversi manuali metodologici e contributi teorici (cfr. Atkinson, Heritage 1984; Drew, Raymond, Weinberg 2006; Drew 1994; Drew 2003; Heritage 2008; Heritage 2010; Heritage, Clayman 2010; Whalen, Raymond 2000; Hutchby, Wooffitt 2008; ten Have 2007; Psathas 1994; Liddicoat 2011; Sidnell, 2010; Sidnell, Stivers 2012; Clayman 2012).

Delle varie prospettive teoriche si descriveranno sinteticamente campi d'applicazione, metodi e obiettivi, soffermandosi sugli aspetti ritenuti rilevanti per l'analisi dei focus group. Verrà seguito un criterio diacronico non lineare, senza rispettare una rigida sequenza cronologica dei contributi citati, del resto i vari approcci si sviluppano spesso parallelamente e gli allievi, come afferma Goffman riferendosi a Sacks, si trasformano presto in maestri (Schegloff 1995).

In particolare, la rassegna teorica che segue servirà a mostrare passo passo il percorso seguito per la costruzione del metodo e consentirà di consolidare un linguaggio comune per poi condurre, nell'ultima parte del testo, ad una sintesi più semplice racchiusa nella scheda finale che schematizzando l'approccio proposto desidera renderne maggiormente controllabili dalla comunità scientifica le applicazioni.

Il primo capitolo passa in rassegna alcuni dei principali contributi teorici, metodologici ed empirici sullo studio della conversazione come *mosaico interdisciplinare*. Nell'ambito della ricca letteratura esistente sono state selezionati i lavori e i concetti funzionali alla costruzione della proposta metodologica presentata in questo volume. Il secondo capitolo realizza un excursus sui termini base della sociosemiotica generativa, soffermandosi sulle sue applicazioni e riflettendo sull'opportunità e l'applicabilità di tale approccio all'analisi della conversazione nei focus group. Il terzo capitolo presenta un nuovo approccio sincretico per l'analisi dei focus group che ambisce a studiarne i risultati senza perdere la dimensione interattiva della costruzione del senso nell'ambito dell'interazione comunicativa. Analisi della conversazione e analisi sociosemiotica in modo sinergico si uniscono e fanno da base ad ulteriori letture sociologiche dei topic affrontati nei focus group attraverso un'indagine in profondità a vari livelli. L'ultimo capitolo con un taglio più pratico mostra alcuni esempi e strumenti di supporto da progettare per facilitare l'analisi e il lavoro di ricerca, chiudendo con una breve panoramica su possibili evoluzioni dello strumento attraverso l'uso delle nuove tecnologie.