

Felice Addeo  
Paolo Montesperelli

# Esperienze di analisi di interviste non direttive



Copyright © MMVII  
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 978-88-548-1077-8

*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: marzo 2007

## Indice

<i>Introduzione</i> .....	7
---------------------------	---

### Capitolo 1

#### L'intervista come relazione comunicativa

1.1. Premessa .....	19
1.2. Intervista come evento comunicativo .....	23
1.3. Una tipologia delle interviste .....	35
1.3.1. <i>L'intervista strutturata</i> .....	35
1.3.2. <i>L'intervista semistrutturata</i> .....	38
1.3.3. <i>L'intervista non strutturata</i> .....	41
1.4. Le distorsioni comunicative .....	44
1.4.1. <i>Le distorsioni nel processo di costruzione dei dati</i> .....	44
1.4.2. <i>Una tipologia delle distorsioni</i> .....	45
Riferimenti bibliografici .....	50

### Capitolo 2

#### Analizzare il linguaggio delle interviste

2.1. Premessa .....	61
2.2. La "qualità della voce" .....	64
2.3. Registro e stili .....	72
2.4. Variazioni diastratiche, diatopiche e diafasiche .....	75
2.5. Conclusioni .....	87
Riferimenti bibliografici .....	90

**Capitolo 3**  
**La dimensione pragmatica dell'intervista**

3.1. Premessa .....	95
3.2. La conversazione come oggetto di studio .....	97
3.3. La centralità del contesto nell'interpretazione di una interazione comunicativa .....	116
3.4. Conclusioni .....	130
Riferimenti bibliografici .....	133
<i>Appendice</i> .....	137

## Introduzione

PAOLO MONTESPERELLI

Questo libro raccoglie i risultati di una ricerca inserita in un più ampio progetto interuniversitario, cofinanziato dal MIUR (Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), coordinato dal Prof. Roberto Cipriani, su: “La ricerca qualitativa: teoria, metodi e applicazioni”.

In particolare, la nostra unità di ricerca<sup>1</sup> si prefiggeva lo scopo di esplorare le possibilità, le potenzialità ma anche i vincoli metodologici delle “storie”, uno strumento per la rilevazione di atteggiamenti e valori concepito e sviluppato da Alberto Marradi (2005)<sup>2</sup> al fine di indagare sui valori diffusi nella popolazione di una società contemporanea.

Quando si vuole indagare in questo campo, di solito la ricerca sociale adotta domande dirette; ma una domanda diretta nella forma abituale è necessariamente generale, astratta, priva di tutti i necessari riferimenti al contesto. Non si possono esplicitare tutte le condizioni: la situazione può essere richiamata soltanto per grandi linee. Se, nel testo di una singola domanda diretta, si dovessero fornire informazioni su tutti gli aspetti rilevanti del contesto e specificare esplicitamente tutte le condizioni e situazioni rilevanti, la domanda diretta diverrebbe intollerabilmente lunga e complicata.

---

<sup>1</sup> Questa unità è stata co-finanziata dal Dipartimento di Scienze della Comunicazione dell'Università degli studi di Salerno (Direttore: Prof. Annibale Elia). Il gruppo di ricerca era formato da: Felice Addeo, Paolo Diana, Sandro Landucci e Paolo Montesperelli. Per vari aspetti esso si è avvalso della presenza attiva e delle preziose indicazioni di Alberto Marradi. Il gruppo di intervistatori, formati direttamente da Alberto Marradi, era composto da: Federica Biondi, Filomena Chiariello, Francesco D'Agostino, Rosa Di Gioia, Vincenzo Ferrara, Francesca Gresia, Carla Guarnieri, Gabriella Infante, Ester Macri, Maria Rita Massaro, Andrea Paraggio, Marco Scarselli, Giuseppina Sorrentino, Cecilia Squillace e Stefania Vitiello. A tutti va la nostra gratitudine.

<sup>2</sup> Per ulteriori informazioni rinviamo a Marradi (2005). In Appendice riportiamo i testi delle storie da noi utilizzate.

Invece la tecnica che abbiamo vagliato fa precedere alle domande il racconto di un episodio, costruito e presentato in modo da stimolare una reazione da parte dell'intervistato, inducendolo a prendere posizione sull'argomento e a rivelare così le sue opzioni di valore in modo più completo e meno sorvegliato di quanto fa di solito quando risponde a una domanda diretta. In generale, l'episodio è ispirato da un fatto realmente accaduto, o comunque riconoscibile dall'intervistato come qualcosa che potrebbe accadergli; qualcosa di abbastanza vicino al suo mondo della vita quotidiana.

Il ricorso alla narrazione di episodi — avendo cura di formulare episodi rilevanti per la cultura dei soggetti su cui si rilevano le informazioni — appare particolarmente adatto per l'indagine sulle opzioni di valore. L'importanza della narritività nei processi cognitivi, in particolare collegati alla formulazione di giudizi etici, morali e giuridici, è stata messa in evidenza dallo psicologo americano Jerome Bruner (1990, 2002); non a caso da sempre la narrazione di episodi è un modo usato per sollevare problematiche morali, trasmettere valori, giustificare norme.

Nelle "storie", l'episodio-base è costruito per meglio inquadrare e contestualizzare le domande dirette che seguono. Infatti la letteratura metodologica sull'intervista da molto tempo ha riconosciuto rilevanza generale al problema del quadro di riferimento (di solito implicito e non controllato dal ricercatore) in cui ogni intervistato inserisce una domanda (anche la più apparentemente chiara), al fine di coglierne il significato.

Premettendo l'episodio, si possono fornire informazioni sul contesto con tutto il dettaglio, la calma e l'articolazione necessari. Questo perché la forma di racconto consente di articolare tutto questo materiale in tanti periodi separati, sintatticamente parlando, quanti ne sono necessari. Potendo narrare molto, si può evocare un ricco quadro di conoscenza tacita. Una volta che tutto questo patrimonio cognitivo è stato evocato dal deposito della conoscenza tacita, più o meno consapevole, dell'intervistato, ed è stato richiamato nella memoria a breve termine; la domanda in sé può essere brevissima, perché si appoggia su un quadro cognitivo ampio e ricco, evocato immediatamente prima. Pertanto, l'effetto combinato del racconto dell'episodio seguito dalla domanda diretta garantisce delle reazioni inquadrate in un patrimonio

# Capitolo 1

## L'intervista come relazione comunicativa

FELICE ADDEO

### 1.1. Premessa

Questo capitolo affronta la tecnica di raccolta delle informazioni più diffusa nelle scienze sociali, l'intervista, mettendo in risalto la sua natura di processo comunicativo che si instaura tra intervistatore e intervistato. Nel corso della trattazione analizzerò gli aspetti comunicativi dei principali tipi di intervista nella ricerca sociale; inoltre, presenterò una tipologia delle possibili distorsioni comunicative che possono inficiare la conduzione dell'intervista.

La raccolta delle informazioni probabilmente è la fase più trascurata dalla letteratura e, soprattutto, dalla pratica comune della ricerca<sup>1</sup>. Eppure la sua importanza per la buona riuscita di una ricerca è indiscutibile; grazie ad essa si costruisce la base empirica che dovrebbe aiutare il ricercatore nella comprensione del fenomeno studiato. Una raccolta delle informazioni impostata con scarsa attenzione produrrà risultati scadenti e le conseguenti interpretazioni del ricercatore avranno scarso valore sostantivo, poiché frutto di un percorso metodologico non corretto.

---

<sup>1</sup> Uno dei motivi per cui è stata così trascurata sta nella predominanza del "contesto della giustificazione" sul "contesto della scoperta". Nella classica distinzione di Reichenbach, il contesto della scoperta riguarda il momento in cui viene concepita una nuova idea; esso attiene pertanto al percorso intellettuale, personale e privato che ha portato un ricercatore ad una determinata scoperta. Il contesto della giustificazione riguarda la legittimazione, mediante argomentazione razionale, di quanto scoperto dal ricercatore: attraverso una ricostruzione razionale egli deve sottoporre alla comunità scientifica le proprie argomentazioni, in modo da rendere plausibili le conclusioni (Reichenbach 1938, 6; Gennaro 1993, 38; Montesperelli 1998, 142-143; Corbetta 1999).

Un momento delicato è già “a monte” di questa fase, quando avviene la scelta della tecnica o delle tecniche da usare per la raccolta delle informazioni, compito affidato in larga misura alla capacità metodologica del ricercatore<sup>2</sup>. Le valutazioni sulle tecniche da usare devono innanzi tutto tener conto del disegno della ricerca, degli obiettivi cognitivi, del contesto, dell’unità di analisi, delle risorse umane ed economiche a disposizione.

Ad esempio, se l’obiettivo cognitivo del ricercatore è conoscere la collocazione politica di un elevato numero di persone in una particolare area geografica, perché magari sta conducendo un sondaggio, allora egli si rivolgerà a tecniche di rilevazione *standard*<sup>3</sup> come il questionario. La scelta di somministrarlo *face to face*, per posta o per telefono potrà dipendere dalle risorse a sua disposizione, ma anche dalle sue esperienze precedenti in ricerche simili. Se invece l’obiettivo cognitivo è comprendere le motivazioni, gli atteggiamenti e i valori che sottendono l’orientamento politico di un individuo, allora le tecniche *standard* non solo non bastano, ma possono anche avere effetti travisanti. Si pensi a tutte le possibili distorsioni introdotte dalla sempre problematica traduzione operativa delle proprietà mentali. In questo caso, il ricercatore dovrebbe indirizzare la sua scelta su tecniche non *standard*, come l’intervista ermeneutica o le storie di vita, che consentano di esplorare più profondamente la complessa personalità di ogni intervistato e il suo mondo della vita quotidiana.

La scelta della tecnica di rilevazione più adeguata è una condizione necessaria, ma non sufficiente, per la buona riuscita di una ricerca. È necessario prestare la dovuta cura anche alle altre fasi. Ogni ricercatore, pertanto, dovrebbe orientare la propria scelta valutando l’affidabilità *a priori* delle definizioni operative adottate e l’affidabilità *a posteriori*<sup>4</sup> delle ricerche precedentemente realizzate da lui e da altri ricercatori<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> «L’essenziale del concetto di metodo sta nella scelta delle tecniche da applicare a quello specifico problema, nella capacità di modificare e adattare tecniche esistenti, nella capacità di immaginare percorsi nuovi» (Marradi 2007, 19).

<sup>3</sup> Per la distinzione fra “standard” e “non standard” rinviamo a Marradi (1996).

<sup>4</sup> L’affidabilità viene definita da Marradi come «l’idea che il ricercatore si fa di come funzionerà la sua definizione operativa sul campo, cioè della probabilità che essa produca, in quella data ricerca (cioè in quell’ambito spazio-temporale, con quei soggetti studiati e quei collaboratori), dati più o meno fedeli» (1990, 83).

<sup>5</sup> Prima di intraprendere qualsiasi percorso di ricerca, sarebbe opportuno che l’attenzione di ogni ricercatore fosse rivolta anche agli aspetti metodologici e ai risultati dei lavori di altri



Esistono molte tecniche di rilevazione nella ricerca sociale, contraddistinte da un diverso grado di interazione con gli intervistati e di standardizzazione delle procedure. Lo spettro è molto ampio: si va dalle forme più rigide in cui l'interazione tra intervistatore e intervistato è molto ridotta — come le tecniche di *scaling* usate nei questionari — a forme molto flessibili e aperte — come l'intervista ermeneutica — in cui l'intervistato è libero di esprimersi e il processo comunicativo non viene guidato dall'inflessibile scorrere di una traccia o di un questionario.

L'intervista nella sua accezione più ampia, intesa cioè come attività di rilevazione di informazioni, è senza dubbio il principale strumento per la raccolta delle informazioni nelle scienze sociali<sup>6</sup>. La sua importanza è tale da aver acquisito lo *status* di oggetto di studio in molte ricerche appartenenti ad un importante filone di "metaricerca" sul metodo, sulle tecniche e sugli strumenti nella ricerca sociale.

Non esistendo una definizione univoca di intervista nella ricerca sociale, bisogna muoversi all'interno di un dedalo di definizioni che sottostanno a differenti e spesso contrastanti concezioni della scienza sociale. Secondo alcuni manuali di metodologia, l'adozione dell'intervista come strumento di rilevazione connoterebbe una ricerca come "qualitativa", mentre il questionario sarebbe lo strumento tipico, se non unico, di una ricerca "quantitativa" (Corbetta 1999, 406)<sup>7</sup>.

In realtà non è così, l'intervista è una tecnica "trasversale" e duttile, adattabile alla quasi totalità dei percorsi di ricerca possibili. Ascriverla

---

ricercatori. Nella fase del disegno della ricerca occorrerebbe intraprendere una "strada filologica" (Clemente 1989; Montesperelli 1998) che faccia trarre esperienze dai problemi affrontati e dalle soluzioni proposte dalle altre ricerche (Barton e Lazarfeld 1967; Lazarsfeld et al. 1972). Questa strada non sempre viene percorsa, perché necessita di tempo e di un duro lavoro di ricognizione critica delle ricerche svolte sullo stesso argomento. Ma l'adozione di questa prospettiva richiede anche il possesso di qualità che, purtroppo, non sono comuni a tutti i metodologi: apertura mentale, umiltà metodologica e capacità di autocritica.

<sup>6</sup> Alcune stime attestano che oltre il 90% delle ricerche effettuate adotta l'intervista come strumento di rilevazione (Brenner 1980, 115; Kahn e Cannell 1968, 149; Fideli e Marradi 1996, 71).

<sup>7</sup> Pur non condividendo la sua scelta di riproporre la dicotomia quantità/qualità, all'autore va riconosciuto il merito di aver tentato di tracciare in maniera sistematica la distinzione fra "ricerca quantitativa" e "qualitativa", includendo aspetti epistemologici, metodologici e tecnici per evidenziare la «costante differenza nell'ispirazione di fondo che si è quasi sempre tradotta in differenti scelte operative» (1999, 55 ss.).

rigidamente ad un approccio piuttosto che a un altro è un mero esercizio classificatorio e, forse, non particolarmente utile. Inoltre, connotare una ricerca sulla base della tecnica di rilevazione adottata o delle proprietà rilevate può avere effetti paradossali<sup>8</sup>.

L'intervista è la tecnica di rilevazione che incarna meglio lo spirito di un approccio combinato (Tashakkori, A. e Teddlie, C. 1998, 2003): è uno strumento di rilevazione molto versatile e aperto, adattabile alle varie fasi della ricerca. Un tipo di intervista può essere scelto perché più confacente ad un particolare disegno della ricerca e agli obiettivi cognitivi connessi, oppure perché più adatta alle persone che devono essere intervistate. La flessibilità delle forme di intervista meno standardizzate consente anche di apportare modifiche nel corso della somministrazione.

Per gli obiettivi che ci proponiamo con questo capitolo, le tecniche di intervista possono essere ricondotte ad una tipologia costruita avendo come principali *fundamenta divisionis* il grado di flessibilità dell'intervista e di autonomia degli attori coinvolti nell'evento comunicativo, nonché il livello di profondità della comunicazione<sup>9</sup>.

In letteratura si è soliti articolare i differenti tipi di intervista lungo tre dimensioni — la direttività, la standardizzazione e la strutturazione — che sostanzialmente racchiudono i *fundamenta* prima considerati<sup>10</sup>.

La *direttività* consiste nella possibilità, da parte del ricercatore, di stabilire *a priori* i contenuti dell'intervista e corrisponde al grado di autonomia concesso all'intervistatore e all'intervistato nel poter variare il contenuto delle domande e delle risposte. Un'intervista con un grado di direttività basso permette il libero fluire del processo comunicativo, poiché consente all'intervistato di esprimersi «con parole sue e al suo livello di comprensione» (Montesperelli 1998, 66).

---

<sup>8</sup> «Se in un sondaggio dovessimo classificare le opinioni politiche di un campione, la nostra ricerca sarebbe “quantitativa” perché l'intervista è direttiva, le domande sono in gran parte chiuse e occorrerebbe per ogni classe conteggiare le frequenze; ma sarebbe anche “qualitativa”, poiché la ricerca si interessa di opinioni, le classifica e, magari, inserisce anche qualche domanda aperta» (Diana e Montesperelli, 2005, 19).

<sup>9</sup> Cfr. Statera 1982; Pitrone 1986; Fideli e Marradi 1996; Corbetta 1999.

<sup>10</sup> Le tipologie costruite considerando anche il numero di soggetti coinvolti nell'intervista sembrano meno utili per la ricerca sociale, perché ampliano il concetto di intervista a domini disciplinari molto differenti da quello della ricerca sociale, come un'intervista clinica, un test attitudinale o un colloquio di lavoro (Fideli e Marradi 1996, 72).

La *standardizzazione* concerne il grado di uniformità degli stimoli offerti a tutti gli intervistati in relazione alla formulazione e alla successione delle domande e delle risposte. Maggiore è la standardizzazione, minore sarà la profondità della comunicazione perché la libertà di espressione degli intervistatori e degli intervistati sarà ridotta, quasi azzerata, dalla necessità di attenersi passivamente alle domande e alle risposte previste dal ricercatore.

La *strutturazione*, infine, attiene al grado con cui sono precisate le modalità di interrogazione, ovvero il livello di dettaglio e di articolazione della traccia dell'intervista. Un alto livello di strutturazione comporta un'elevata rigidità dell'intervista, perché l'intervistatore e l'intervistato non possono uscire fuori dalla traccia prestabilita.

Riassumendo «mentre la strutturazione attiene direttamente alla traccia, la standardizzazione e la direttività attengono solo indirettamente alla traccia, mentre si riferiscono in maniera diretta alla conduzione» (Bichi 2002, 20).

Nel prosieguo del capitolo, per evitare confusioni terminologiche e ambiguità semantiche con le definizioni più ricorrenti in letteratura, nominerò i vari tipi di interviste in base alla loro posizione lungo il *continuum* della strutturazione<sup>11</sup>.

## 1.2. L'intervista come evento comunicativo

Le numerose definizioni di intervista presenti nella letteratura metodologica riverberano l'assenza, nelle scienze sociali, di un linguaggio scientifico comune, condiviso cioè da un'ampia comunità di studiosi. Una delle conseguenze più deleterie di questa babele è lo scarso rigore terminologico e definitorio di molti ricercatori; il linguaggio "scientifico" appare così più impreciso e instabile di quello comune, perché non riesce a stabilire una corrispondenza biunivoca tra termine e concetto<sup>12</sup>. Così — a seconda degli autori — l'intervista è stata di volta in volta asso-

---

<sup>11</sup> Ciò non significa che la strutturazione sarà l'unico criterio di classificazione adottato, il grado di standardizzazione e di direttività contribuiscono in eguale misura alla definizione dei vari tipi di intervista.

<sup>12</sup> Stabilire giunti rigidi tra concetti e termini non è possibile, ma sarebbe quanto meno aspicabile un maggiore accordo nella comunità scientifica sul significato dei termini (Marradi 1994).

ciata ad un contatto personale (Maccoby 1954, 499); a un dialogo (Guidicini 1968, 117); a un processo di comunicazione verbale (Pinto 1964, 630); a una conversazione con uno scopo (Bingham e Moore 1924), etc.

Il tratto comune delle definizioni più ricorrenti si sofferma sulla natura relazionale dell'intervista, il suo essere una forma di interazione sociale o di conversazione intrapresa da due o più persone per raggiungere una meta di natura cognitiva<sup>13</sup>.

Si può convenire sulla natura interattiva e sociale dell'intervista: «qualunque sia il particolare tipo di intervista cui si ricorre nella ricerca sociale, là dove sia presente un intervistatore che entri in un rapporto diretto con un intervistato, l'azione di cui l'uno e l'altro sono protagonisti si configura sempre, a tutti gli effetti, come una relazione sociale» (Losito 2004, 5).

L'intervista è oramai riconosciuta come uno dei possibili eventi sociali della vita quotidiana, al punto che gli individui possono essere considerati socializzati al ruolo di intervistati (Fideli e Marradi 1996, 72), ovvero riconoscono l'intervista come una "situazione sociale"<sup>14</sup>, definita sulla base del contesto culturale in cui si manifesta l'interazione, degli atteggiamenti e dei valori degli attori e delle loro attribuzioni di senso alle dinamiche relazionali.

Occorre, però, mettere in risalto gli aspetti peculiari che rendono l'intervista nella ricerca sociale diversa non solo dalle altre generiche forme di interazione, ma anche da quelle forme di interazione rivolte specificatamente alla raccolta di informazioni come, ad esempio, un'intervista giornalistica, un colloquio di lavoro o un'interrogazione sostenuta durante un esame universitario.

Fideli e Marradi hanno individuato tre caratteristiche principali che distinguono un'intervista dalle altre forme di interazione sociale. Secondo i due autori l'intervista:

---

<sup>13</sup> Cfr. Goode e Hatt 1952; Kahn e Cannell 1957; Phillips 1971, trad. it 1972, 198; Bailey 1978, trad. it 1985, 210; Matarazzo e Wiens in Trentini 1980; Pitrone 1986; 1996; Bruschi 1990; Fideli e Marradi 1996.

<sup>14</sup> La situazione sociale è il risultato di un processo graduale tramite cui i soggetti coinvolti in un'interazione sociale costruiscono la propria comprensione dell'interazione stessa e del suo contesto (Thomas e Znaniecki 1918-20).

1) ha come scopo la rilevazione di situazioni, comportamenti, atteggiamenti e opinioni e non la valutazione di capacità; 2) intende rilevare, non alterare, gli stati degli intervistati rispetto alle proprietà che interessano; 3) si svolge nel quadro di una ricerca, il che la distingue da quelle interviste che hanno carattere cognitivo, ma si svolgono in altri contesti (1996, 72).

In questo modo si sgombra il campo dalle ambiguità semantiche generate da alcune definizioni di intervista. Ad esempio, l'usuale accostamento tra la conversazione e l'intervista nella ricerca sociale può risultare fuorviante, soprattutto se consideriamo le forme più strutturate e standardizzate, come le interviste con questionario. Anche se l'impostazione teorica comportamentista della relazione tra intervistato e intervistatore pare essere ampiamente superata, nella pratica della ricerca tuttora molte interviste con questionario vengono concepite e condotte secondo le logiche dei processi stimolo-risposta. Ma ogni processo comunicativo non è separabile in "comunicazione da parte di un soggetto A" e "risposta o reazione alla comunicazione da parte del soggetto B"; nella realtà avviene una sequenza ininterrotta di scambi comunicativi, che, attraverso il *feed-back*, passano il flusso comunicativo da un soggetto all'altro, in senso circolare. Con le tecniche di interviste ad elevato grado di standardizzazione e strutturazione è del tutto impossibile replicare i modelli dialogici e relazionali che si sviluppano nell'agire quotidiano (Mauceri 2003, 20).

La natura "aperta" della metodologia consente l'apporto di molte discipline — come la psicologia cognitiva, la logica o la linguistica — allo sviluppo delle varie fasi della ricerca empirica. In particolare, i contributi provenienti dalla pragmatica si rivelano utili per delineare le differenze sostanziali tra le due forme di interazione sociale.

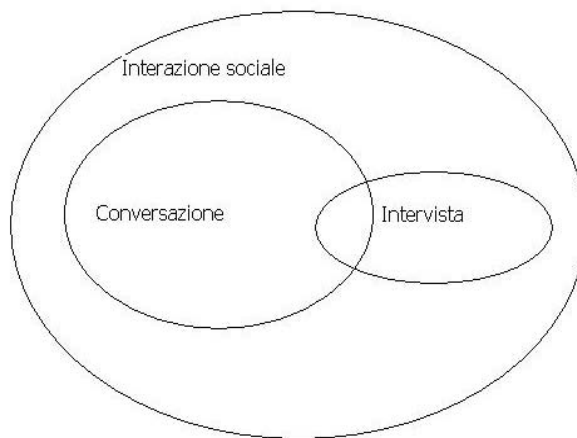
Infatti, gli studi pragmatici danno ampio risalto alla forma più comune, ma anche più significativa, di comunicazione orale: la conversazione. In sintesi, la pragmatica studia i fenomeni comunicativi avendo come ottica privilegiata quella degli utenti di una lingua. L'obiettivo principale di questa disciplina è l'analisi dei modi in cui i parlanti usano una lingua per produrre enunciati che sono influenzati da e influenzano l'ambiente fisico e sociale in cui si svolge lo scambio comunicativo<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Nel capitolo 3 la pragmatica sarà trattata in maniera più ampia e articolata. In particolare, ci soffermeremo sul suo contributo alla ricerca sociale

È la pragmatica della comunicazione, teorizzata dagli studiosi della scuola di Palo Alto, ad occuparsi più distintamente degli effetti della comunicazione sul comportamento<sup>16</sup>.

La conversazione e l'intervista sono entrambe forme di relazione sociale basate sull'agire reciproco orientato all'altro, e possono pertanto essere concepite come specie del *genus* interazione sociale. Come si evince dalla figura 1, è possibile ipotizzare un'area di intersezione tra le estensioni semantiche dei due concetti; la parte di estensione in comune è determinata da un requisito fondamentale per le intensioni di entrambi i concetti: l'esistenza di un'interazione tra due o più attori che si esprima attraverso la comunicazione verbale e non verbale.



Fonte: Adattamento da Mauceri (2003)

**Fig. 1** — Estensioni dei concetti di “conversazione” e “intervista” all’interno dell’estensione del concetto “Interazione sociale”

<sup>16</sup> La pragmatica della comunicazione è un’impostazione teorica e metodologica che tenta un’elaborazione esaustiva di tutti i fenomeni scaturiti da un’interazione interpersonale (Watzlawick *et al.* 1967). Questa teoria considera l’individuo come il possessore di uno o più sistemi relazionali collegato con altri sistemi relazionali (posseduti da altri individui) che sono in contatto l’uno con l’altro e che mutano col mutare o col diversificarsi di uno di essi. L’individuo formerebbe quindi, insieme a tutti gli altri individui con i quali entra in contatto, un sistema di reti in collegamento che hanno la possibilità di dare e ricevere informazioni. Viene definita comunicazione proprio questo passaggio di informazioni, indipendentemente dal mezzo usato (vocale o gestuale) e dal fatto che gli individui ne abbiano o no consapevolezza (cfr. Parsons e Bale 1952).

Come in una conversazione, anche la relazione che si instaura tra gli attori di un'intervista può essere concepita come bidirezionale: gli intervistatori non sono "automi intelligenti" che eseguono ciecamente gli ordini impartiti dal ricercatore, né gli intervistati sono banche dati a loro disposizione (vedi, ad esempio, le critiche di Pitrone 1986, 124). Tutti gli attori di un'intervista interagiscono, in modo più o meno consapevole, all'interno di una situazione sociale definita in maniera dinamica e con forti legami col contesto in cui avviene l'interazione. Intervistatori e intervistati sono protagonisti di «un agire che si stabilisce all'insegna della reciprocità e si svolge in ragione dei processi di attribuzione di senso attivati da entrambi» (Losito 2004, 7).

Le similitudini tra conversazione e intervista terminano quando si approfondisce la natura della relazione tra intervistatore e intervistato/i, sicché fra le aree semantiche delle due forme di interazione sociale non potrà mai esserci un'ampia sovrapposizione. Infatti, le conversazioni nella vita quotidiana hanno spesso carattere occasionale e sono generalmente contraddistinte dalla dinamicità dei ruoli e dalla libertà di affrontare potenzialmente qualsiasi argomento in qualsiasi ordine<sup>17</sup>. Spesso hanno anche un'apparente assenza di scopo, se non consideriamo tale il semplice piacere del conversare. Nelle conversazioni della vita quotidiana «siamo meno interessati a ciò che si dice e più al fatto che ci si parla e a come ci si parla» (Volli 2000, 233), ovvero prevalgono quegli aspetti comunicativi volti a stabilire un contatto fra emittente e destinatario per creare, rafforzare o modificare legami sociali. Così le informazioni trasmesse possono essere ridondanti allo scopo di rafforzare il messaggio e, di conseguenza, il coinvolgimento dell'interlocutore; o, viceversa, ellittiche e implicite, poiché l'emittente può fare affidamento sulle competenze e sulla conoscenza tacita del destinatario<sup>18</sup>.

Queste e altre caratteristiche rendono le due forme di interazione sociale profondamente diverse. L'intervista ha uno scopo di natura cognitiva: la raccolta di informazioni su alcune proprietà dei soggetti,

---

<sup>17</sup> «La gente prende parte alle conversazioni *al fine* di pianificare, dibattere, discutere, chiacchierare e portare avanti altri processi sociali» (Clark e Schaefer 1989, 260; corsivi nel testo).

<sup>18</sup> Cfr. Simmel 1917; Goffman 1959 e 1961; Garfinkel 1967; Goffman 1981; Diana e Montesperelli 2005.

ritenute rilevanti per l'indagine<sup>19</sup>. È difficile pensare gli intervistati possano condividere pienamente tale scopo; semmai possono cooperare con l'intervistatore al suo raggiungimento, dopo aver definito la situazione ed essersi adattati ad essa. Talvolta gli intervistati, pur avendo chiara la definizione della situazione, non hanno le competenze linguistiche e relazionali necessarie per entrare nel processo comunicativo di un'intervista ed esprimere le proprie posizioni (se ne hanno) sugli argomenti affrontati. Così spesso viene «a mancare quella base comune di conoscenze tacite, di forme di organizzazione della realtà che rende accettabile la comunicazione tra le persone nella vita quotidiana» (Pitrone 1986). Inoltre, specificando il concetto di intervista lungo le linee della standardizzazione e della strutturazione, alcuni tipi di intervista, come quella telefonica, non contemplano la comunicazione non verbale poiché non consentono un contatto *face to face* tra intervistatore e intervistato.

Queste considerazioni vanno integrate con alcune riflessioni sulla struttura delle relazioni tra gli attori che sottende le due forme di interazione. La reciprocità di una relazione sociale non è sempre simmetrica, ovvero la negoziazione alla base del processo comunicativo è spesso contrassegnata dalla predominanza di un attore (o di un gruppo di attori) sugli altri.

I fattori che determinano l'asimmetria possono essere ricondotti in generale alle distanze sociali — di ceto, di etnia, di genere, etc. — esistenti tra gli attori. L'asimmetria può anche essere generata dalle differenze di ruolo determinate dalla specifica e contingente interazione comunicativa, indipendentemente dalle differenze sociali esistenti.

Nelle conversazioni l'asimmetria è solo una delle possibili configurazioni della relazione tra gli attori: la negoziazione viene costruita istante per istante e spesso i ruoli degli attori possono mutare e addirittura capovolgersi nel corso dell'interazione.

L'intervista, invece, è una situazione sociale in cui le reciproche aspettative di ruolo tra intervistatore e intervistati sono definite *a priori*; nell'esatto momento in cui comincia un'intervista, uno dei due at-

---

<sup>19</sup> «L'intervista viene organizzata e condotta per ottimizzare uno scopo prefissato, quello della ricerca; si basa quindi su caratteri definiti e viene effettuata seguendo determinate regole procedurali» (Bruschi 1990, 367).



tori ha una posizione di vantaggio comunicativo: sa di dover formulare delle domande, ed è preparato per farlo. Mentre l'altro attore sa di dover rispondere a delle domande, conoscendo solo i temi generali su cui gli verrà chiesta un'opinione. Ciò genera una struttura di relazioni asimmetrica in origine: le posizioni degli attori sono rigidamente determinate ed è difficile che avvenga uno scambio o un'alternanza di ruoli.

L'asimmetria nelle interviste è strettamente connessa alla "egemonia comunicativa" del ricercatore o dell'intervistatore sul soggetto intervistato. Si ha questa situazione quando il ricercatore o l'intervistatore impone ai soggetti studiati, a volte non consapevolmente, i propri schemi mentali e le proprie categorie conoscitive. Ciò accade, ad esempio, quando l'intervista viene progettata e/o condotta come una sequenza di domande prestabilita da svolgere in maniera acritica, limitandosi cioè alla semplice raccolta delle risposte e senza alcuna possibilità per gli intervistati (e anche per gli intervistatori) di uscire fuori dalla traccia prefissata (Briggs 1986; Kahn e Cannell 1968; Fideli e Marradi 1996).

Le competenze relazionale e comunicativa degli attori hanno un ruolo determinante nella definizione di una situazione di asimmetria. La competenza relazionale è «il conoscere e il saper applicare le regole informali dell'interazione, il saper definire le aspettative di ruolo, l'aver stabilito e appreso la parte da recitare in presenza dell'altro» (Losito 2004, 10). Adottando la metafora di Goffman dell'interazione sociale come rappresentazione teatrale, potremmo affermare che l'intervistatore è un attore che conosce a menadito la parte, mentre l'intervistato non ha avuto nemmeno il tempo di leggere il copione.

La competenza comunicativa è concepibile come

l'insieme di quelle capacità che facilitano lo scambio di informazioni attraverso il linguaggio parlato (nei suoi aspetti verbali e non verbali) e attraverso i segnali non verbali che vengono ricevuti mediante il canale visivo e inviati tramite movimenti del corpo o di parti di esso. Tali capacità vengono utilizzate prevalentemente nell'interazione faccia a faccia (Ricci Bitti 1996, 160).

Ciò non riguarda solo la capacità di codificare e decodificare i segnali, ovvero di inviare e ricevere i messaggi. Esiste anche una componente "intraindividuale", connessa alla capacità di osservare e so-

vrintendere i propri comportamenti comunicativi e gli atteggiamenti, le intenzioni, le emozioni che li governano. Negare l'influenza di questa componente sulle dinamiche relazionali di un'intervista vuol dire limitarsi ad analizzarne solo i risultati che possono fornire informazioni errate o incomplete sulle reali posizioni

Il senso comune e la competenza comunicativa consentono di tollerare anche un alto livello di "rumore", ossia i disturbi più svariati che interferiscono nel corso della conversazione (Eco 2002, 51; Losito 2002, 75–6), mentre «nell'intervista, sono altre le funzioni prevalenti e perciò cambiano anche le competenze comunicative messe in campo: l'intervistato capisce che gli si chiede soprattutto di parlare di qualche referente, mentre l'intervistatore sa che deve raccogliere informazioni utili agli obiettivi cognitivi prefissati» (Diana e Montesperelli 2005, 12).

Un altro elemento di netta demarcazione tra conversazione e intervista è il grado di cooperazione tra gli attori. Nella pragmatica il principio della cooperazione di Grice (1975) stabilisce che in ogni interazione comunicativa i partecipanti diano il loro contributo alla conversazione nel modo richiesto dallo scopo condiviso o dalla direzione dello scambio comunicativo in cui sono impegnati (1975, trad. it. 1978, 204). Gli attori sono compresi fin dall'inizio in un orizzonte comune definito dal contesto culturale; dal possesso di codici — verbali e non — simili; dalla chiarezza e dalla condivisione delle finalità del processo comunicativo intrapreso. Invece, nell'intervista può esistere il problema di una «distanziamento nella comunicazione» (Ricoeur 1989) che viene esasperata perché ritenuta garante dell'impersonalità del ricercatore, cioè del fatto che egli abbia intrapreso una via "oggettiva" e "scientifica" alla conoscenza dello "oggetto" di studio.

Spesso l'egemonia comunicativa e il differente grado di competenza degli attori rendono l'intervista una situazione «governata da un principio di cooperazione unilaterale» (Sormano 1988, 350), in cui l'intervistatore è il solo ad avere un ruolo attivo, a "definire la situazione" secondo i codici espressivi propri o del ricercatore. Gli effetti sui processi cognitivi che sottendono le risposte degli intervistati possono essere molto negativi. Da qui infatti si generano le varie forme di distorsione legate, per esempio, alla presentazione del sé: un intervistato che avvertisse il disagio del *gap* conoscitivo, potrebbe mostrarsi

acquiescente o, al contrario, contrariarsi e porsi in una situazione conflittuale<sup>20</sup>.

È bene, dunque, distinguere l'intervista dall'ordinaria conversazione. Non che i processi comunicativi innescati da una conversazione siano privi di interesse per la ricerca sociale: la loro valenza informativa è alta; non a caso nell'osservazione partecipante se ne fa largo uso per consentire al ricercatore di immergersi più a fondo nella realtà studiata.

Gli approcci che si avvalgono di interviste non direttive tentano di superare questi limiti, tipici delle interviste strutturate. In tali approcci, ad esempio, si cerca di far assumere alla comunicazione fra intervistato e intervistatore un carattere circolare, contraddistinto dalla propensione verso l'intercambiabilità dei ruoli: ogni soggetto dovrebbe essere, al tempo stesso, emittente e destinatario. Solo in questo modo si può realizzare quello che la teoria triadica del significato definisce campo comunicativo<sup>21</sup> di II ordine, ovvero un sistema di relazioni in cui tra i vari soggetti si instaura una comunicazione fondata sulla co-produzione e sulla co-significazione, ovvero sulla condivisione, parziale o totale, di significato<sup>22</sup>. Non a caso la conversazione costituisce il modello di comunicazione ideale cui tendono alcune forme di intervista non standard.

Al di là delle restrizioni dovute al tipo di tecnica usata, ogni intervista può essere ritenuta un evento comunicativo, poiché si instaura una transazione di informazioni fra due o più attori che interagiscono<sup>23</sup>.

---

<sup>20</sup> La letteratura ritiene che in queste situazioni il livello di istruzione possa influenzare le reazioni degli intervistati. Ad esempio, gli individui con un basso livello di istruzione tenderebbero ad assumere comportamenti acquiescenti. Al contrario, persone con livello di istruzione alto, frustrate dalla difficoltà a "risolvere il compito", manifesterebbero insofferenza e irritazione (Hare 1960; Galtung 1967; Pitrone 1986; Montesperelli 1998; Roccato 2003).

<sup>21</sup> Un campo comunicativo è un complesso interrelato che include: a) una fonte od emittente; b) il significato (triadicamente inteso) che essa attribuisce a ciò che dice; c) un messaggio; d) un ricevente; e) il significato che questi attribuisce al messaggio. Se il significato del messaggio in tutte le sue componenti e nella loro specifica combinazione non coincide per nulla tra l'emittente e il ricevente si parlerà di campo comunicativo di I ordine; per contro, se c'è una certa coincidenza di significato, si parlerà di campo comunicativo di II ordine.

<sup>22</sup> Cfr. Weber 1922; Morris 1938; Schramm 1955; Jacobson 1963; Watzlawick et al. 1967; De Mauro 1971; Eco 2002; Diana e Montesperelli 2005.

<sup>23</sup> Cfr. Kahn e Cannell 1968; Briggs 1986, 2; Fideli e Marradi 1996, 72-3; Gobo 1997.

La possibilità di avere un *feedback* da parte dell'intervistato è un elemento importante nella distinzione tra le tecniche di raccolta delle informazioni.

I vari tipi di intervista sono così collocabili lungo il *continuum* esistente tra due opposte concezioni di comunicazione: informazionale e relazionale. Pur avendo carattere idealtipico, questi due concetti possono essere utili per comprendere i meccanismi alla base dei processi comunicativi delle differenti forme di intervista.

La comunicazione informazionale presuppone un processo unidirezionale di trasferimento di un *quantum* informativo verso un soggetto destinatario della comunicazione. Essa si distingue per la totale assenza di *feedback* e per l'accettazione passiva del messaggio da parte del destinatario. La tendenza alla monodirezionalità è, per definizione, una delle caratteristiche principali delle cosiddette "comunicazioni di massa". D'altra parte, è difficile postulare l'esistenza nella vita quotidiana di comunicazioni unidirezionali, se non in contesti fortemente coercitivi.

Nella comunicazione relazionale i soggetti sono coinvolti nella costruzione di un prodotto comune, frutto di un contratto intersoggettivo, identificabile con un discorso o una conversazione (Cicalese 2004). In questo caso l'agire comunicativo è comune (Habermas 1981), ovvero tutti gli attori partecipano attivamente in un processo comunicativo bidirezionale, o multidirezionale.

Nella ricerca sociale, un'intervista non può mai collocarsi completamente in uno dei due estremi del *continuum*: essa non è né trasferimento, asettico e privo di rumore, di informazioni da un emittente ad un destinatario; né perfetta condivisione di significati.

È possibile però che, sulla base dell'approccio di ricerca adottato, le varie tecniche di intervista si avvicinino ad una delle due possibili concezioni di comunicazione. Ad esempio, le interviste standardizzate propendono, almeno in astratto, verso l'estremo informazionale. Un approccio non standard, invece, si avvicina alle dinamiche di una comunicazione relazionale.

Alla luce di quanto detto finora, potremmo definire l'intervista come una forma specializzata di comunicazione nella quale più persone si impegnano in un'interazione verbale e non verbale per raggiungere una meta di natura essenzialmente cognitiva. Essa pertanto

include non solo aspetti verbali, ma anche para-linguistici (l'intonazione e il volume della voce, gli accenti, il ritmo e la velocità del discorso, le inflessioni che il soggetto imprime al parlato, l'uso delle pause, gli allungamenti delle vocali, etc.)<sup>24</sup>; cinesici e mimici (le posture, i movimenti del corpo, i gesti, le espressioni del volto, i cenni del capo, etc.<sup>25</sup>;) e prossemici<sup>26</sup> (la collocazione dell'intervistato nello spazio, per esempio la sua distanza dall'intervistatore<sup>27</sup>; cfr. Hall 1959; Sommer 1967).

Anche l'abbigliamento può avere una certa importanza: vestirsi in un certo modo può significare appartenenza ad una determinata cultura, religione o categoria sociale. Ciò può sembrare banale e superfluo, ma, in realtà, a volte può essere fondamentale per la buona riuscita di un'intervista.

Se una ricerca tocca argomenti che sono tabù per una determinata cultura, un intervistatore attento eviterà di porre domande su quel tema in modo crudo e diretto. Egli riformulerà le domande in modo più accorto e circoscritto; oppure, se sta usando un questionario, avrà l'accortezza di porle alla fine. Saprà anche scegliere se, in base al

---

<sup>24</sup> Cfr. Trager 1958; Cook 1971; Argyle 1972; Lyons 1972.

<sup>25</sup> Cfr. Hewes 1955; Goffman 1961; Rosenfeld 1966; Ekman e Friesen 1969 e 1972; Cook 1971; Argyle 1972; Ricci-Bitti e Cortesi 1977.

<sup>26</sup> Negli anni sessanta, l'antropologo americano Edward Hall (1966), dopo aver a lungo studiato il comportamento territoriale degli animali e averlo rapportato alle modalità di interazione degli esseri umani, ha elaborato una nuova disciplina, a cui ha dato il nome di "prossemica". La disciplina rientra nel campo degli studi antropologici ed ha come oggetto di studio l'uso dello spazio personale e sociale e la percezione dello stesso da parte dell'uomo. Hall ha studiato il comportamento prossemico in diverse culture, individuando quattro diverse distanze che contraddistinguono l'interazione sociale: intima, personale, sociale e pubblica. Ogni zona ha anche una fase di vicinanza e una di lontananza. La classificazione di Hall è molto rigorosa ed eccessivamente dettagliata: l'estensione delle zone di interazione è espressa addirittura in centimetri. Secondo Hall tutte le forme di comunicazione umana, verbale e non, sono usate in maniera differente in rapporto alle varie distanze. Il limite di Hall è quello di aver plasmato la sua teoria sul modello culturale bianco e borghese nord-americano: la percezione dello spazio nasce dalla mente umana che è inevitabilmente influenzata dalla cultura dell'individuo. Se Hall avesse preso in esame, ad esempio, gli Italiani si sarebbe reso conto che per noi le distanze sono più ridotte rispetto a quelle dei nord-americani. Per non parlare di altre culture, come quella araba, in cui livello di tolleranza della vicinanza è molto più alto.

<sup>27</sup> Marshall McLuhan sostiene che la nostra territorialità è un'estensione di noi stessi, in quanto influisce sui rapporti interpersonali che si modificano a seconda del luogo in cui le persone si trovano.

contesto sociale in cui si svolge la ricerca e alle dinamiche comunicative di quella particolare intervista, escludere certe domande.

Le forme di comunicazione non verbale hanno un ruolo cruciale in ogni intervista, perché costituiscono una fonte utile di informazioni per comprendere la comunicazione verbale e, più in generale, le dinamiche lungo cui si snoda il processo comunicativo:

ad esempio, assumere un ritmo veloce nel parlato, cercare affannosamente, quasi senza respirare, di dire sempre qualcosa pur di evitare le “cadute del silenzio” potrebbe comunicare uno stato d’ansia; battere un pugno sul tavolo può servire a sottolineare un punto dell’enunciato; assumere un’espressione ironica sottintende un significato diverso da quello letterale comunicato verbalmente, e così via (Diana e Montesperelli 2005, 16).

Gli esempi confermano come il sistema verbale e quello non verbale operino in maniera simultanea, determinando la complessità della comunicazione faccia a faccia (Ricci Bitti 1996).

Spesso, l’intonazione della voce e la mimica facciale e corporea si accompagnano alle parole, integrandole e facilitandone la decodifica grazie ad un effetto di reciproco rafforzamento (in questo caso si parla di “metasegni” e di “informazioni sulle informazioni”; cfr. Contento 1999). Altre volte, invece, la comunicazione non verbale può trasmettere segnali che contraddicono la comunicazione verbale, rendendo così più difficile capire cosa voglia dire davvero l’intervistato (Prieto 1966/1971, 16; Ricci Bitti 1996; Diana e Montesperelli 2005). Se ciò dovesse capitare nel corso di un’intervista, l’intervistatore dovrebbe essere capace di risolvere questa contraddizione, chiedendo chiarimenti all’intervistato, oppure, se non ne ha avuto la possibilità, scegliendo la risposta che, secondo lui, rappresenta meglio le posizioni dell’intervistato.

In realtà, la comunicazione non verbale nel corso dell’intervista è spesso trascurata perché considerata ridondante rispetto alla comunicazione verbale, o, più probabilmente, per ragioni del tutto contingenti legate alla fretta e alla superficialità nell’organizzazione della ricerca o alla difficoltà di interpretazione dei codici non verbali (come denuncia lo stesso Marradi 1987a, 55 ss.; id. 1990).

Invece la comunicazione non verbale andrebbe sempre presa in considerazione dall’intervistatore, per comprendere meglio cosa inten-

de dire il suo interlocutore. Cioè sarebbe opportuno adottare, nell'interpretazione delle interviste, una prospettiva unitaria che integri le due forme di comunicazione, in modo da far risaltare l'interdipendenza esistente tra tutti gli aspetti del processo comunicativo.

### 1.3. Una tipologia delle interviste

Come accennato nel par. 1.1, le differenti tecniche di intervista esistenti nella ricerca sociale possono essere classificate in vari modi: uno di questi può tener conto della flessibilità dell'interazione comunicativa esistente tra intervistatore e intervistato/i. Per evitare di aggiungere un altro mattone alla babele terminologica della ricerca sociale, verrà adottata una tipologia consolidata in letteratura: la classica tripartizione in intervista strutturata, semistrutturata (o parzialmente strutturata) e non strutturata. Come accennato in apertura di capitolo, il termine "strutturata" non significa che la strutturazione è l'unico *fundamentum divisionis* di questa tipologia: in quest'ultima anche la standardizzazione e la direttività sono criteri basilari per la definizione dei tipi di intervista.

#### 1.3.1. L'intervista strutturata

È opinione comune nella letteratura metodologica che si abbia un'intervista strutturata ogni qual volta le informazioni sono rilevate con un questionario: "nel momento in cui si introduce il questionario, quale che ne sia il grado di strutturazione, si è già sul versante della standardizzazione" (Statera 1982, 143)<sup>28</sup>. Pertanto, il processo comunicativo di un'intervista strutturata si avvicina molto alla concezione di comunicazione informazionale; infatti quasi mai è previsto *feedback* da parte dell'intervistatore e il suo ruolo è relegato a mero raccogliitore di risposte. Nel caso dell'intervista strutturata ci troviamo di fronte ad un'interazione con elevati gradi di standardizzazione,

---

<sup>28</sup> Un questionario composto solo da domande aperte avrà un grado di strutturazione minore rispetto ad un questionario che contiene domande chiuse, ma il suo grado di standardizzazione non sarà molto differente, se le domande sono rigidamente sottoposte nello stesso ordine e con la stessa formulazione linguistica a tutti gli intervistati.

strutturazione e direttività. La situazione di intervista è molto rigida: l'interazione tra gli attori è limitata perché i loro ruoli sono predeterminati e non c'è possibilità di scambio. Il processo comunicativo si differenzia per l'assenza di circolarità nella comunicazione, anche perché l'intervista strutturata viene inflessibilmente scandita dalla successione delle domande di un questionario.

L'intervista strutturata si basa essenzialmente sul principio dell'invarianza degli stimoli – vengono poste a tutti gli intervistati le stesse domande nello stesso ordine – e sulla standardizzazione della situazione di rilevazione – l'intervistatore non può assolutamente cambiare l'ordine delle domande o formularle in maniera differente da quella prescritta dal ricercatore. La conseguenza rilevante di questi due assunti è la comparabilità delle risposte degli intervistati, senza la quale non sarebbero possibili l'inserimento e l'organizzazione delle risposte in una matrice CxV e l'analisi statistica dei dati. Ciò rende questo tipo di intervista preferita dalle ricerche che prevedono un'indagine su un elevato numero di individui.

Il principio di invarianza degli stimoli appare indifendibile anche a molti autori di chiara matrice comportamentista (Maccoby 1954; Goode e Hatt 1962; Sellitz e Jahoda 1963). Il presupposto fallace di questo principio è che tutti gli individui posti di fronte alla stessa domanda-stimolo forniscano la stessa interpretazione, quella pensata dal ricercatore.

Così si è cercato di passare ad una non meno opinabile invarianza dei significati: «l'analista assume che i significati che egli ascrive al contenuto, riconducendolo a certe categorie piuttosto che ad altre, corrispondano ai 'significati' intesi da chi comunica e /o effettivamente compresi dal pubblico» (Berelson 1952).

In realtà, ogni domanda di un questionario è sottoposta all'interpretazione soggettiva da parte dell'intervistato che col proprio processo mentale di «attribuzione di senso alle domande, formazione di giudizio e verbalizzazione del giudizio» (Gobo 1997) può approdare a conclusioni diverse da quanto fosse originariamente prevedibile.

L'assunto dell'invarianza dei significati porta alla luce il grande limite del questionario strutturato che “postula la coincidenza tra le forme di concettualizzazione degli osservati e degli osservatori e non lascia alcuno spazio alla smentita di tale assunto” (Pitrone 1986, 38).



Questa presunta piena corrispondenza tra gli schemi mentali del ricercatore e quelli degli intervistati è stata largamente criticata in letteratura<sup>29</sup>. La trasposizione degli schemi mentali e del linguaggio del ricercatore nel questionario aumenta le richieste in termini di competenze linguistiche e comunicative necessarie per prendere parte ad un'intervista. Se a ciò aggiungiamo il fatto che anche l'intervistatore nel corso di un'intervista pone in essere le proprie competenze relazionali e comunicative, la distanza comunicativa con l'intervistato diviene molto marcata.

Il rischio maggiore dell'intervista strutturata risiede dunque nell'attivazione di quei processi cognitivi legati all'egemonia comunicativa del ricercatore e dell'intervistatore che portano la loro voce a sovrastare quella dell'intervistato. La presunta invarianza dei significati è espressione di una cultura dell'omologazione che non tiene conto delle differenze sociali e culturali, della differenza fra "province finite di significato" e fra stili cognitivi del ricercatore e dell'intervistato (cfr. Schütz 1962).

Le interviste strutturate più diffuse sono, senza dubbio, quelle personali e telefoniche<sup>30</sup>. Le interviste personali (o *face to face*) presuppongono un contatto diretto tra intervistato e intervistatore, seppur mediato dallo strumento del questionario. L'intervistatore ha un ruolo determinante nella buona riuscita dell'intervista: è lui a dover destare e mantenere vivo l'interesse dell'intervistato nel corso dell'intervista.

I manuali di metodologia abbondano di consigli su come condurre un'intervista soffermandosi più sulla necessità che l'intervistatore abbia un comportamento neutrale, ovvero non influenzi le risposte degli intervistati, e meno sulla necessità che egli sia addestrato e motivato a innescare un dialogo, mai neutrale, per fare emergere significati dall'interazione con l'intervistato.

---

<sup>29</sup> Cfr. Gadamer 1960; tr. it., 442; BecHyman 1973, 349; McKennell 1974, 225; Marradi 1984, 101; Pitrone 1986.

<sup>30</sup> In virtù della definizione di intervista da me adottata nel par. 2.2, tutte le forme di rilevazione basate sull'autosomministrazione di un questionario, come ad esempio il questionario postale, non dovrebbero essere considerate intervista, per via della quasi totale mancanza di un'interazione comunicativa tra intervistatore e intervistato.

Nel caso dell'intervista telefonica, il contatto personale è ancora più ridotto, è mediato dal telefono e l'interazione comunicativa è limitata ai soli codici verbali, perdendo così la ricchezza del comportamento non verbale degli individui. I vantaggi sono essenzialmente solo di natura economica: attraverso il telefono è possibile raggiungere un numero elevato di persone dislocate su un territorio geografico vasto, con un risparmio considerevole rispetto alle interviste personali.

I limiti di questa tecnica la rendono circoscrivibile soltanto all'ambito dei sondaggi e delle ricerche di mercato. Infatti, usare il telefono per raccogliere informazioni può avere effetti negativi sulla stesura del questionario, sulla definizione della situazione e sulla conduzione dell'intervista.

Innanzitutto, le interviste devono essere brevi, non più di 10, massimo 15 minuti: infatti, l'assenza di un contatto personale aumenta le probabilità che l'intervistato si annoi o si irriti (Lavrakas 1987, 12). Ne consegue che l'interazione comunicativa tra intervistatore e intervistato è ridotta all'osso, poiché deve essere rapida e scevra da possibili intoppi dovuti a incomprensioni o esitazioni. Da ciò deriva la necessità che il questionario sia estremamente succinto, composto da domande chiare e concise e per lo più chiuse, con poche e semplici alternative di risposta (Corbetta 199, 212–214).

Per facilitare il compito dell'intervistato, spesso si ricorre all'espediente di adoperare sempre la stessa definizione operativa per buona parte delle domande del questionario, ad esempio usando sempre la stessa tecnica di *scaling*. Ma, come si può intuire facilmente, così si facilita l'insorgere di distorsioni dovute alla noia e al disinteresse dell'intervistato. La superficialità di questa forma di intervista la rende inadeguata alle ricerche che hanno per oggetto di indagine i valori e la personalità dei soggetti studiati (Fideli e Marradi 1996).

### 1.3.2. *L'intervista semistrutturata*

Nell'intervista semistrutturata, i livelli di strutturazione, standardizzazione e direttività sono più bassi. L'unico strumento a disposizione dell'intervistatore è una traccia dettagliata dell'intervista, ovvero una lista di argomenti, organizzati in una serie di domande aperte, sui quali egli dovrà raccogliere tutte le informazioni richieste dal ricercatore «con la facoltà di

adattare ai singoli intervistati sia le domande, sia l'ordine in cui le pone» (Pitrone 1986, 33)<sup>31</sup>.

Un'intervista si può considerare semistrutturata anche se il ricercatore prevede di usare una matrice dati per organizzare le informazioni raccolte: l'intervistatore sottopone la domanda in forma aperta, lasciando poi al codificatore il compito di ricondurre la risposta fornita dall'intervistato a una certa categoria (Fideli e Marradi 1996)<sup>32</sup>.

Il processo comunicativo è meno rigido rispetto a quello dell'intervista strutturata: l'intervistatore può decidere di mettere l'intervistato a proprio agio chiarendo il significato di domande oscure, accertandosi se egli abbia una posizione sull'argomento trattato e riformulando (o saltando) le domande potenzialmente reattive. L'intervistatore può anche decidere quali argomenti approfondire, se utili per la comprensione delle opinioni dell'intervistato.

La possibilità di apportare modifiche, seppur parziali, alla traccia dell'intervista garantisce una maggiore fluidità e dinamicità del processo comunicativo: intervistatore e intervistato sono liberi di interagire e di comunicare, seppure all'interno di una lista di argomenti predefinita.

Tra le varie forme di intervista semistrutturata, la più nota è sicuramente l'intervista "focalizzata" o "mirata" (*focused interview*, Merton e Kendall 1946; Merton Fiske e Kendall 1956), definita anche "guidata" (Pizzorno 1960) o "finalizzata" (Borsatti e Cesa-Bianchi 1980). Essa ha per obiettivo raccogliere le opinioni, gli atteggiamenti e le reazioni degli intervistati rispetto ad un tema specifico o a un determinato evento sociale o personale che li accomuna<sup>33</sup>.

---

<sup>31</sup> Affinché ciò sia possibile è necessario che l'intervistatore sia ben addestrato, ovvero abbia ben chiari quali sono gli obiettivi cognitivi e le finalità della ricerca; per questo motivo è consigliabile far partecipare gli intervistatori alle fasi della ricerca antecedenti quella di raccolta delle informazioni.

<sup>32</sup> Questo *modus operandi* è diffuso nella ricerca sociale e ci induce a pensare che, probabilmente, l'intervista semistrutturata sia stata pensata in origine come un tentativo di integrare i contributi provenienti da vari approcci, all'interno della stessa tecnica di rilevazione. Infatti, le informazioni vengono raccolte con una tecnica non standard, in modo da preservare la ricchezza semantica delle risposte dell'intervistato; successivamente le informazioni, codificate in matrice, sono analizzate con procedure standardizzate. Tra le fasi di raccolta e codifica delle informazioni, c'è il fondamentale intervento interpretativo da parte dell'intervistatore/codificatore.

<sup>33</sup> Le prime applicazioni dell'intervista focalizzata si sono avute nell'ambito degli studi sulle comunicazioni di massa.

Un caso particolare di intervista focalizzata è il *focus group*, un'intervista ad un gruppo di persone su un argomento scelto dal ricercatore<sup>34</sup>. L'assunto di base è che l'interazione di gruppo favorisca la comprensione del ricercatore, fornendogli quegli approfondimenti che le tecniche standard non consentono<sup>35</sup>. Per questo motivo la scelta degli intervistati è di vitale importanza per la buona riuscita del *focus*. Innanzitutto, gli intervistati devono avere familiarità col tema oggetto della discussione e condividere un'esperienza da confrontare con gli altri; se così non fosse, l'intervista focalizzata non avrebbe senso perché non esisterebbe un terreno comune di discussione dal quale attivare le dinamiche di gruppo.

Inoltre, è consigliabile costituire un gruppo di una decina di persone perché, secondo molti studiosi, è un numero sufficiente «per vedere rappresentate diverse posizioni, ma nello stesso tempo [...] permettere l'interazione tra tutti i partecipanti» (Corbetta 1999, 422)<sup>36</sup>. Il moderatore è la figura chiave di ogni *focus*: a lui spetta il compito di dirigere la discussione, facendo emergere le diverse opinioni degli intervistati. Inoltre, dovrà controllare le dinamiche dell'interazione, evitando, ad esempio, che ristretti gruppi di persone monopolizzino la discussione o che le persone più riservate si tengano in disparte<sup>37</sup>.

---

<sup>34</sup> La differenza fondamentale tra l'intervista mirata e il *focus group* è proprio l'elevato numero di partecipanti ad un *focus group*. Ciò darebbe a questa tecnica una posizione autonoma rispetto all'intervista. Infatti, alcuni autori ritengono metodologicamente più corretto considerare il *focus group* non come una semplice intervista di gruppo, ma come una "tecnica di rilevazione basata sulla discussione tra un gruppo di persone" (Corrao, 2000, 17).

<sup>35</sup> Scrive Blumer (1969, 41): «un numero limitato di individui – purché siano allo stesso tempo ben informati e acuti osservatori – radunati assieme a discutere è di gran lunga più utile di un campione rappresentativo. Un tale gruppo, dove ognuno discute collettivamente la sua parte di vita ed è costretto ad approfondirla nel confronto col dissenso degli altri, contribuirà a sollevare i veli della realtà sociale più di qualsiasi altra tecnica che io conosca».

<sup>36</sup> Per Morgan, la dimensione del gruppo è inversamente proporzionale al grado di coinvolgimento emotivo dei partecipanti rispetto ai temi discussi nel *focus*. In particolare, i gruppi di ristrette dimensioni sarebbero l'ideale per temi carichi emotivamente, mentre gruppi di dimensioni maggiori sono consigliati per argomenti più neutri e generali. (Morgan 1996, 129-152)

<sup>37</sup> L'elevato numero di partecipanti ad un *focus* rispetto a quello classico di un'intervista ci porta comunque a concordare con le posizioni di chi ritiene che questa tecnica di raccolte delle informazioni abbia una posizione autonoma rispetto all'intervista (Corrao 2000).