



manuale di tecniche di indagine

2 - il questionario: progettazione, redazione e verifica

La preparazione del fascicolo e il coordinamento redazionale dei testi sono stati curati da Vittoria Buratta e Linda Laura Sabbadini

Autori:
 Vittoria Buratta per i capitoli 1, 5, 9, 10, 14
 Linda Laura Sabbadini per i capitoli 3, 4, 6, 7, 8, 11, 12, 13
 Ennio Fortunato per il capitolo 2

Editing di
 Mario Nanni e Claudio Antonio Pajer.

L'Istat autorizza la riproduzione parziale o totale del contenuto del presente volume con la citazione della fonte.

Supplemento all'Annuario Statistico Italiano

ISSN: 0535-9856

abete grafica s.p.a. - Roma - contratto n. 104 del 7/12/88 - copie 3.000

INDICE

	Pagina
PRESENTAZIONE	7
CAPITOLO 1 - RUOLO DEL QUESTIONARIO NEL DISEGNO DELLA RICERCA	9
CAPITOLO 2 - OBIETTIVI DELL'INDAGINE E PROGETTAZIONE DEL QUESTIONARIO	
1. La progettazione concettuale: i concetti fondamentali	15
2. La progettazione di un'indagine statistica	16
3. Dallo schema concettuale all'«albero delle aree» del questionario	24
CAPITOLO 3 - ORGANIZZAZIONE DEL QUESTIONARIO E FORMULAZIONE DELLE DOMANDE: LA FASE DI REDAZIONE	
1. Il questionario fonte potenziale di errori non campionari	27
2. Il questionario strumento di prevenzione di errori non campionari	28
3. Gli elementi costitutivi della fase di redazione del questionario	29
CAPITOLO 4 - LA STRUTTURA DEL QUESTIONARIO	
1. Criteri generali per la sequenza delle domande	31
2. Criteri specifici per la sequenza delle domande su uno stesso tema	34
3. Sequenza delle domande e lunghezza del questionario	35
4. La struttura dei questionari Istat presso le famiglie	36
CAPITOLO 5 - GRADO DI STRUTTURAZIONE DELLE DOMANDE: A CHE DETTAGLIO ARRIVARE?	
1. Aspetti generali	43
2. Le domande a risposta libera	43
3. Le domande a risposte fisse predefinite	45
4. Le domande chiuse	48
5. Come scegliere tra una domanda aperta e una strutturata	48
6. Il problema dei «non so»	50
7. Una tecnica particolare per porre le domande strutturate	52
8. Come strutturare le domande	53
9. A che dettaglio arrivare	54
10. Le domande multiresposta	55
11. Le domande gerarchizzate	59
CAPITOLO 6 - IL LINGUAGGIO: COME FORMULARE QUESITI CON LO STESSO SIGNIFICATO PER TUTTI I RISPONDENTI	
1. La formulazione dei quesiti	61
2. La scelta delle parole	61
3. La costruzione delle frasi	64
CAPITOLO 7 - LA MEMORIA: COME FORMULARE QUESITI RETROSPETTIVI	
1. L'effetto ricordo	67
2. Tipi di quesiti retrospettivi	68
3. La scelta del periodo di riferimento	69
4. La presenza di più quesiti retrospettivi in uno stesso questionario	71

5. Metodi di ausilio al ricordo	73
6. Memoria e abitudine	74
CAPITOLO 8 - ASPETTI PSICOLOGICI NELLA FORMULAZIONE DELLE DOMANDE	
1. Gli aspetti psicologici	81
2. Le domande delicate	81
3. Il rischio di condizionamento della risposta	84
CAPITOLO 9 - SCALE DI VALUTAZIONE: COME GRADUARE LE POSIZIONI DEI RISPONDENTI	
1. Aspetti generali	89
2. Le scale	90
CAPITOLO 10 - CLASSIFICAZIONE DEGLI INDIVIDUI E VARIABILI STRUTTURALI	
1. Aspetti generali	93
2. Sesso — Età — Livello di istruzione	93
3. Stato civile e relazione col capofamiglia	94
4. Condizione professionale e posizione nella professione	96
5. Il reddito	97
6. L'attività economica	100
CAPITOLO 11 - QUESTIONARIO E CONTROLLI DI QUALITÀ: ALCUNI QUESITI INDISPENSABILI	
1. Le esigenze informative	101
2. Quesiti sulla sostituzione delle famiglie dell'elenco base	101
3. Quesiti su chi ha risposto alle domande	107
4. Quesiti sull'intervistatore	110
5. Quesiti sull'andamento dell'intervista	112
CAPITOLO 12 - LA GRAFICA DEL QUESTIONARIO: UNO STRUMENTO DI COMUNICAZIONE	
1. Impostazione grafica generale	115
2. Aspetti grafici specifici	116
CAPITOLO 13 - ASPETTI TECNICI	
1. Alcuni aspetti tecnici da non sottovalutare	123
2. Il sistema di numerazione delle domande	124
3. Scelta e collocazione dei codici	125
4. La presenza di più modelli di rilevazione nell'ambito della stessa indagine	129
CAPITOLO 14 - LA FASE DI VERIFICA DEL QUESTIONARIO	
1. Aspetti generali	131
2. Revisione estesa	132
3. Il pre-test	132
4. Il test di alternative	135
5. L'indagine pilota	135
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	137

PRESENTAZIONE

Il *Manuale di tecniche di indagine* la cui preparazione è stata curata dal Reparto Studi dell'Istituto, si configura come guida per la razionalizzazione delle operazioni di rilevazione ed è stato pure concepito quale strumento didattico da utilizzare ai fini della formazione dei funzionari dell'Istat. Poiché nell'effettuazione di indagini statistiche sono impegnati molti altri organismi pubblici e privati, si ritiene che esso possa costituire uno strumento utile anche per l'attività di questi organismi, in particolare di quelli che hanno un qualche ruolo nel sistema informativo socio-economico del Paese.

Il *Manuale* prende in esame i vari segmenti del *ciclo produttivo* nei quali si sviluppa normalmente ogni indagine statistica cogliendo aspetti che vanno dalla costruzione del disegno campionario al controllo della qualità dei dati, dall'analisi delle caratteristiche delle varie tecniche di indagine alla definizione di criteri standardizzati per la presentazione dei risultati. Pensato inizialmente per le indagini condotte con il metodo del campione, in particolare per quelle sulle famiglie, nella sua definitiva articolazione esso detta norme valide per fasi di lavoro riscontrabili nelle rilevazioni totali ed allarga pertanto il suo campo di applicazione che finisce per comprendere la generalità delle indagini.

La sua impostazione riflette il desiderio di colmare il divario fra il *libro di testo* ed il *manuale operativo*. Se da un lato infatti non si rinuncia al rigore della formalizzazione e si introducono spunti di innovazione sul piano metodologico, dall'altro si tengono ben presenti le esigenze del lavoro sul campo e risulta quindi ampio lo spazio riservato alle esemplificazioni.

Il *Manuale* consta dei seguenti fascicoli:

1. Pianificazione della produzione di dati
2. Il questionario: progettazione, redazione, verifica
3. Tecniche di somministrazione del questionario
4. Tecniche di campionamento: teoria e pratica
5. Tecniche di stima della varianza campionaria
6. Il sistema di controllo della qualità dei dati
7. Le rappresentazioni grafiche di dati statistici

In ogni caso va precisato che il *Manuale* non è da considerarsi completato in quanto è previsto che ai fascicoli programmati se ne aggiungano altri mano a mano che l'attività di ricerca avrà portato a termine l'esplorazione di aspetti per ora solo individuati.

CAPITOLO 1 - RUOLO DEL QUESTIONARIO NEL DISEGNO DELLA RICERCA

Introduzione

La fase di costruzione del questionario è, nel corso della pianificazione di un'indagine, un momento particolarmente delicato in cui si richiedono competenza tecnica, abilità ed esperienza.

Tale fase si colloca logicamente dopo che sia stato effettuato lo studio approfondito del problema e, conseguentemente, siano stati specificati gli obiettivi e tutti gli altri elementi che intervengono nella pianificazione dell'indagine (popolazione oggetto di studio, tecnica di rilevazione, costi e tempi previsti, metodi e strumenti di elaborazione informatica) (1).

Nelle indagini statistiche in particolare, il questionario è lo schema di una intervista altamente strutturata la cui funzione è quella di raccogliere informazioni sulle variabili qualitative o quantitative oggetto dell'indagine.

In prima istanza possiamo, dunque, riguardare il questionario come uno *strumento di misura*.

Affinchè tale strumento si riveli adeguato si impongono due condizioni:

- le domande, che costituiscono operativamente il veicolo delle misurazioni, devono essere rivolte a tutti nella stessa forma;
- le domande devono avere lo stesso significato per tutti i rispondenti.

Queste due condizioni devono essere soddisfatte al fine di garantire la confrontabilità delle informazioni ricevute.

La standardizzazione delle misure, nelle indagini statistiche è, infatti, un requisito imprescindibile.

Per giungere a questo risultato è necessario valutare tutti i problemi implicati nel processo di comunicazione che si instaura tra il ricercatore, l'intervistatore (quando sia presente) e l'intervistato. Il questionario è, infatti anche uno *strumento di comunicazione* la cui funzione è quella di trasmettere all'intervistato l'esatto significato dell'informazione richiesta.

Per una efficace progettazione del questionario come strumento di misura e come strumento di comunicazione occorre pianificare le operazioni da compiere e i passi da seguire.

Complessivamente in tale processo sono individuabili tre

(1) La trattazione di questi aspetti è presentata nel Fascicolo 1 del Manuale di tecniche di indagine.

fasi:

Prima fase: costruzione dello schema concettuale del questionario.

Seconda fase: redazione del questionario.

Terza fase: verifica del questionario.

Nel corso della prima fase si dovranno convertire le generiche esigenze conoscitive dell'indagine in concetti operativi. È un procedimento di scomposizione di un problema generale in tanti sottoproblemi i quali, a loro volta ulteriormente specificati, daranno luogo alle variabili effettive da misurare e, quindi, alle domande vere e proprie, o batterie di domande, da includere nel questionario.

Schema
concettuale
del questionario

Il modello di progettazione concettuale proposto è il modello *Entità/Relazione* che utilizza un numero limitato di strutture descrittive fondamentali. Tale modello verrà presentato nel capitolo 2 di questo fascicolo.

Poiché è verosimile che all'inizio si avesse solo una descrizione abbozzata e sintetica degli obiettivi dell'indagine, questo processo di concettualizzazione condurrà a stabilire in modo analitico e dettagliato quale dovrà essere il contenuto del questionario e quindi ad avere un primo scheletro delle domande sebbene in forma vagamente accennata.

La documentazione prodotta in questo modo, oltreché costituire un supporto logico e visivo per il ricercatore, servirà anche a conservare memoria del percorso compiuto, proponendosi come utile riferimento per tutti coloro che dovessero in altri tempi affrontare un problema analogo.

Redazione
del questionario

La fase successiva della redazione del questionario è quella in cui, per così dire, si darà corpo allo scheletro: si dovranno cioè formulare le domande. In generale il questionario conterrà codici identificativi, domande sulle caratteristiche strutturali degli individui, domande specifiche dell'indagine, domande utilizzate per i controlli di qualità.

Esistono differenti margini di libertà del ricercatore nella formulazione di tali domande. Le domande sulle caratteristiche strutturali e quelle per i controlli di qualità sono caratterizzate da elevati livelli di standardizzazione, poiché la loro utilizzazione supera i confini della singola indagine: esse, infatti, trovano applicazione nel confronto con altre indagini, nei confronti internazionali oltreché nei confronti temporali. Per questi motivi si dovranno formulare secondo criteri di classificazione consolidati o comunque tali da potersi ricondurre con elaborazioni successive a livelli standard di classificazione.

Al di là dei vincoli imposti dalla necessità di standardizzazione,

questa fase è quella in cui l'apporto personale del ricercatore o del gruppo di ricerca è più marcato. Si porranno a questo punto problemi di scelta tra forme diverse delle domande (aperte, chiuse, ecc...), problemi di linguaggio, di organizzazione in sequenza, di impostazione grafica, di sollecitazione della memoria e altro.

Ognuno di questi problemi offre teoricamente un ventaglio di possibili soluzioni. La tentazione a cui bisogna resistere assolutamente è di incrementare a piacere il numero delle domande, secondo la logica per cui una domanda in più o in meno non fa differenza sostanziale. Ogni domanda o batteria di domande inserita nel questionario deve avere una sua funzione precisa nel corpo dell'indagine, ognuna costituisce in realtà una ipotesi di ricerca.

Chiedere l'età ad un individuo equivale ad ipotizzare che alcune o tutte le variabili oggetto dell'indagine si distribuiscono diversamente al variare dell'età. Queste ipotesi potranno poi venire smentite dai risultati dell'indagine.

Formulare le domande giuste non basta: occorre in qualche modo tenere conto del compito del rispondente nel fornire un'intervista, cioè del processo di formazione della risposta ed intervenire in quelle che si configurano come fasi «critiche», incorporando nel questionario stesso gli strumenti necessari all'intervistato per rispondere.

Ripercorriamo brevemente le fasi in cui si articola questo processo di formazione della risposta:

- *Il rispondente deve comprendere le domande.*

Tale comprensione dipende dalla chiarezza del linguaggio utilizzato, dalla semplicità dei concetti, dalla complessità di struttura delle domande ecc. Da qui deriva la necessità di una particolare attenzione alle parole utilizzate e alla loro organizzazione in frasi. Domande anche apparentemente molto semplici possono talvolta indurre perplessità. Poiché ogni intervistato interpreta la domanda sulla base del proprio sistema di riferimento e poiché tali sistemi di riferimento si collocano a livelli diversi occorre che le domande si riferiscano al più generale di tali sistemi (a quello in comune).

- *Il rispondente deve attivare la propria memoria per fornire le indicazioni richieste, oppure attivare un processo di elaborazione più o meno complesso (o anche entrambi simultaneamente) per valutare se è in grado di rispondere.*

Da questo deriva la necessità di fornirgli le istruzioni necessarie per selezionare le informazioni, per stabilire quali di queste abbiano rilevanza per la risposta.

- *Dopo aver compreso la domanda e aver valutato la capacità di rispondere egli o ella deve essere motivato a fornire la risposta.*

Se la domanda tocca argomenti delicati o riservati o che attengano all'immagine sociale del rispondente, questo processo di produzione dell'informazione può venir congelato o arrestato.

Tradizionalmente il compito di costruire un buon questionario viene considerato come compito specifico del ricercatore, mentre quello di *aiutare* il rispondente, fornirgli chiarimenti e soprattutto di motivarlo a rispondere viene considerato come parte della sfera di attività e capacità di un buon intervistatore.

Numerose ricerche hanno, però, dimostrato che la distorsione indotta dal comportamento dell'intervistatore nello svolgere questa funzione è talvolta di rilevante entità. Di conseguenza verrà qui consigliato di incorporare nel questionario stesso tutto ciò che, prevedibilmente, l'intervistatore dovrà dire nel corso del colloquio (ad esempio riformulazione di alcune domande, tecniche di probing, ecc...).

Verifica del questionario

Nella terza fase, quella della verifica, tutto lo sforzo di progettazione compiuto viene sottoposto ad una batteria di controlli 'sul campo' che, da un lato, dovranno contribuire a valutare la congruità tra lo strumento di misurazione, così come è stato predisposto e le esigenze conoscitive dell'indagine e dall'altro serviranno a valutare la funzionalità del questionario, come strumento di comunicazione e come strumento per l'intervistatore.

Le procedure di verifica costituiscono un supporto irrinunciabile per un corretto giudizio di validità del questionario e sono principalmente articolate in:

indagine esplorativa,

usata nella fase preliminare alla costruzione del questionario per determinare la forma più adatta di strutturazione delle domande;

pretest,

che costituisce il veicolo più usato di validazione del questionario in cui l'intera bozza del questionario viene provata su un campione ragionato di unità;

test formale di due o più alternative,

che consiste nel mettere a confronto sperimentalmente due o più versioni del questionario, oppure diverse tecniche di indagine,

diverse sequenze dei quesiti ecc.;

indagine pilota,

che costituisce la prova generale dell'indagine ed è rivolta a valutare non soltanto la «bontà» del questionario, ma anche di tutti gli altri aspetti della ricerca.

In conclusione, ricordiamo che in tutte le fasi di costruzione del questionario lo sforzo a cui bisogna tendere è quello di introdurre un processo di standardizzazione in una duplice accezione:

- *standardizzazione interna,*
che si traduce in una uniformità delle metodologie utilizzate, delle classificazioni adottate e della composizione del questionario. Tale standardizzazione si qualifica come interna, perchè è rivolta ad uniformare l'attività di costruzione dei questionari tra le diverse aree dell'Istituto in modo che le informazioni provenienti da diverse indagini siano tra loro confrontabili;
- *standardizzazione esterna,*
rivolta ad uniformare il comportamento degli intervistatori e la rispondenza degli intervistati. Questo tipo di standardizzazione ha lo scopo evidente di ridurre l'errore sistematico prodotto dall'*effetto intervistatore* e dal diverso livello di comprensione tra i rispondenti.

Il fascicolo è articolato in modo da ripercorrere, nella sua struttura, quelle che abbiamo individuato come le fasi fondamentali della costruzione del questionario.

La trattazione si riferirà in particolar modo ai questionari per indagini sulla popolazione, sebbene in alcune parti conservi la sua validità anche per le indagini sulle imprese.

CAPITOLO 2 - OBIETTIVI DELL'INDAGINE E PROGETTAZIONE DEL QUESTIONARIO

1. LA PROGETTAZIONE CONCETTUALE: I CONCETTI FONDAMENTALI

Per rappresentare una specifica realtà di interesse, una metodologia di progettazione concettuale utilizza un *modello concettuale*. Un modello concettuale è l'insieme delle strutture di rappresentazione necessarie per *cogliere* tutti gli aspetti della realtà di interesse; in Istat il modello concettuale utilizzato è il modello *Entità/Relazione* (E/R nel seguito).

Il modello E/R si avvale delle seguenti strutture di rappresentazione:

1. Entità;
2. Relazione;
3. Attributo;
4. Gerarchia di generalizzazione;
5. Sottoinsieme.

L'*entità* rappresenta una classe di oggetti omogenei in una particolare realtà di interesse. Ogni elemento di un'entità viene detto istanza dell'entità.

La *relazione* esprime una classe di fatti omogenei che, nella realtà di interesse, sussiste tra due o più entità. In particolare, la relazione stabilisce un collegamento logico tra le singole istanze delle entità coinvolte nella relazione.

Per *attributo* si intende una caratteristica di un'entità o di una relazione rilevante nella realtà di interesse.

La *gerarchia di generalizzazione* esprime un legame concettuale tra un'entità (detta *entità padre*) e una o più entità (dette *entità figlie*). In tale struttura di rappresentazione, l'entità padre costituisce una generalizzazione delle entità figlie, nel senso che pone l'accento sulle caratteristiche comuni a tali entità, trascurando quelle che le differenziano.

In una gerarchia di generalizzazione, un'istanza di un'entità figlia è anche istanza dell'entità padre, mentre un'istanza dell'entità padre è istanza dell'una o dell'altra entità figlia. Per tale motivo, nelle gerarchie di generalizzazione tutte le proprietà (relazioni, attributi, ecc.) di entità padre vengono *ereditate* dalle entità figlie, mentre non è vero l'inverso. Il caso particolare di una generalizza-

Le strutture di
rappresentazione
del modello E/R

zione tra un'entità padre e una sola entità figlia è detto sottoinsieme.

Delle strutture del modello E/R è diffusa una rappresentazione grafica, riportata in figura 1.

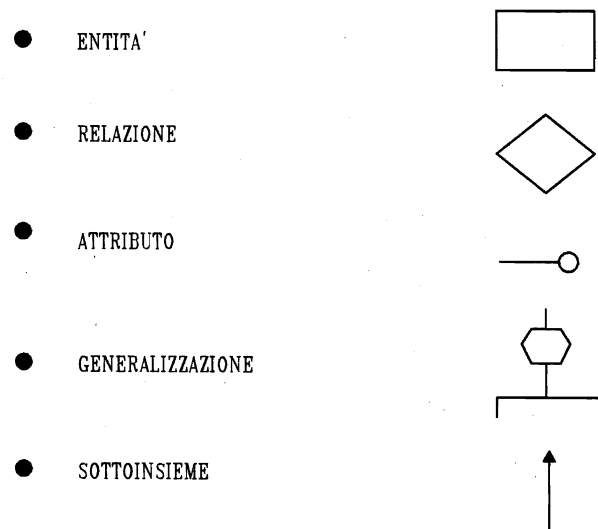


Figura 1 - Strutture di rappresentazione del modello E/R.

Oltre alle strutture di rappresentazione, il modello E/R prevede una serie di vincoli necessari per esprimere restrizioni nei legami tra le strutture di rappresentazione. I vincoli più importanti sono le cosiddette *cardinalità* (minime e massime). Le cardinalità di una relazione indicano il tipo di legame esistente tra le istanze delle entità coinvolte nella relazione. Chiariremo meglio questo e gli altri concetti del modello E/R nel paragrafo seguente.

2. LA PROGETTAZIONE DI UN'INDAGINE STATISTICA

Vediamo con un esempio come è possibile utilizzare le strutture del modello E/R per individuare, attraverso la loro rappresentazione formale, i contenuti informativi di un'indagine statistica. Tale rappresentazione è detta *schema concettuale* dell'indagine statistica.

Supponiamo, quindi, di voler effettuare un'indagine sulla condizione abitativa in Italia. La condizione abitativa rappresenta, in questo caso, la nostra realtà di interesse: tale realtà è costituita da una serie di concetti, di situazioni e di comportamenti che devono trovare una rappresentazione formale nello schema concettuale di indagine.

Come sarà più chiaro in seguito, lo schema concettuale di indagine viene ottenuto attribuendo ad ogni concetto individuato nella realtà di interesse una appropriata struttura del modello E/R. L'attività di progettazione è di tipo incrementale: dapprima si produrrà uno schema parziale di indagine, corrispondente al livello conoscitivo iniziale della realtà di interesse; successivamente, si raffinerà tale schema, sulla base degli approfondimenti via via raggiunti sulla conoscenza della realtà. Tali approfondimenti possono anche essere suggeriti dall'analisi stessa dello schema parziale su cui si opera.

Senza perdere di generalità, possiamo immaginare che il primo concetto che viene alla mente quando si parla di condizione abitativa sia quello di abitazione. L'abitazione è, nella nostra percezione della realtà, un'entità, cioè una classe di oggetti (le singole abitazioni) dei quali avvertiamo l'omogeneità rispetto alla nostra indagine. Tale omogeneità consiste nello specifico ruolo svolto dalle istanze di un'entità: nel nostro esempio, ogni istanza dell'entità ABITAZIONE (cioè ogni abitazione) sostanzia il concetto di *luogo adatto per abitare*.

Per inciso possiamo notare che, se fossimo stati interessati, ad esempio, ad un'indagine sull'attività edilizia, il nostro sforzo di concettualizzare la realtà non ci avrebbe probabilmente condotto al concetto di abitazione (*luogo adatto per abitare*) ma piuttosto a quello di costruzione, inteso come un insieme di manufatti e strutture edilizie (*prodotto dell'attività di costruzione*). Uno stesso oggetto del mondo reale, nel nostro esempio un'abitazione, può quindi essere considerato sotto diversi punti di vista, a seconda del ruolo che esso svolge nella specifica realtà di interesse.

Analogamente a quanto fatto per l'abitazione, possiamo considerare l'entità FAMIGLIA, come concetto che individua le singole famiglie oggetto di indagine.

Si può osservare che non è casuale il fatto che il concetto di abitazione si *trascini* quello di famiglia. In effetti, l'idea stessa della condizione abitativa rimanda direttamente ad un complesso di situazioni che vede legati i due concetti. Tali situazioni sono genericamente rappresentati dal concetto di *stare* o di *essere occupata*: una famiglia sta in un'abitazione, un'abitazione è occupata da una famiglia.

Lo schema concettuale di partenza

Nel modello E/R, un concetto di questo tipo viene rappresentato da una relazione; nel nostro caso, da una relazione tra le entità FAMIGLIA ed ABITAZIONE. La relazione tra le entità ABITAZIONE e FAMIGLIA, che identificheremo con la forma verbale ABITA IN, stabilisce una corrispondenza tra ogni singola abitazione e ogni singola famiglia prese in considerazione nell'indagine.

Possiamo a questo punto introdurre anche le cardinalità della relazione: esse saranno 1,N per quanto riguarda l'entità ABITAZIONE e 1,1 per quanto riguarda l'entità FAMIGLIA. Ciò significa che ad ogni abitazione corrisponde (ABITA) almeno una e al massimo N famiglie, mentre ad ogni famiglia corrisponde una e una sola abitazione.

Si è detto sopra che, in uno schema concettuale, un'entità documenta il fatto che ogni sua istanza svolge, nella realtà di interesse, uno stesso specifico ruolo. Tuttavia, è evidente che, da istanza ad istanza, varia il modo con cui tale ruolo viene svolto: nel nostro esempio, un'abitazione può essere grande o piccola, di lusso o popolare, vecchia o appena costruita; tali caratteristiche, appaiono fondamentali per indagare sulla qualità dell'*abitare* e devono perciò poter trovare una rappresentazione formale.

Nel modello E/R, questo tipo di esigenza viene soddisfatta con la struttura di rappresentazione *attributo*, la cui funzione nello schema concettuale è appunto quella di tener conto della specificità di ogni istanza dell'entità, nel nostro caso di ogni abitazione e di ogni famiglia. Ogni attributo assume, nell'insieme delle istanze di un'entità, una serie di determinazioni diverse detta *dominio* dell'attributo. Si rileva facilmente che l'attributo corrisponde, in termini statistici, ad una variabile di classificazione e il dominio dell'attributo all'insieme delle modalità della variabile.

Nel nostro esempio, possiamo supporre che, ai fini dell'indagine, si desideri misurare le abitazioni oggetto di indagine rispetto alla loro superficie, all'epoca di costruzione e all'indirizzo. Ciò significa che dovremo introdurre nello schema concettuale di indagine gli attributi SUPERFICIE, EPOCA DI COSTRUZIONE e INDIRIZZO come attribuiti dall'entità ABITAZIONE. L'INDIRIZZO rappresenta l'attributo che ci consente di individuare univocamente ogni singola istanza dell'entità abitazione; in questo senso, l'indirizzo costituisce la *chiave* dell'entità ABITAZIONE.

Analogamente a quanto fatto per l'entità ABITAZIONE, introduciamo gli attributi per l'entità FAMIGLIA; a questo scopo, possiamo supporre che, al nostro livello di approfondimento, sia rilevante l'attributo NUMERO DI COMPONENTI FAMILIARI.

Il grado di concettualizzazione della realtà raggiunto fino a questo momento è documentato dallo schema concettuale di

indagine rappresentato in figura 2. Tale schema sarà ovviamente uno schema provvisorio, che andrà successivamente raffinato, via via che si individuano nuovi concetti.

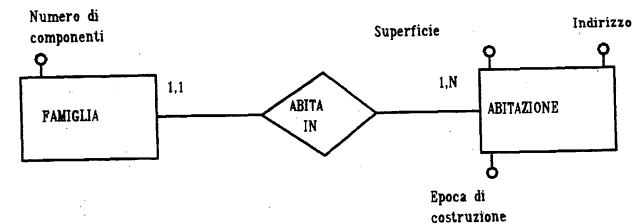


Figura 2 - Schema concettuale (iniziale) dell'indagine sulla condizione abitativa.

Prima di procedere nell'approfondimento dell'esempio, è opportuno sottolineare un requisito molto importante della progettazione concettuale.

Nell'attività fin qui svolta, abbiamo esplicitato una serie di concetti rilevanti della realtà di interesse. Esplicitare un concetto significa, in questo caso, definirne con precisione e senza ambiguità il significato: sarà ad esempio chiaro cosa si deve intendere, ai fini dell'indagine, per *Abitazione* e *Famiglia*, quale significato attribuiamo al termine *abitare*, cosa significa essere componente di una famiglia, quali valori può assumere epoca di costruzione, ecc.

I risultati, noti con il termine di metadati, sono al pari degli schemi concettuali, i prodotti fondamentali dell'attività di progettazione concettuale e devono quindi trovare adeguata documentazione.

In questo modo, disponendo degli schemi concettuali e dei metadati delle indagini che confluiscono nello stesso sistema informativo (ad esempio, nel nostro caso, l'indagine sulla condizione abitativa e quella sull'attività edilizia) sarà possibile tenere costantemente sotto controllo, nello sviluppo di una nuova indagine, i livelli definatori e classificatori del sistema informativo, con la possibilità di valutare, in termini di costi/benefici, l'opportunità di introdurre nuove definizioni e classificazioni. Ciò vale ovviamente anche nel caso di ristrutturazione o di riconsiderazione di vecchie indagini.

Primo raffinamento dello schema

L'analisi dello schema concettuale di figura 2 sollecita una serie di riflessioni sulla realtà di interesse per l'indagine sulla condizione abitativa.

La prima riflessione nasce dall'analisi delle cardinalità minime e massime attribuite all'entità ABITAZIONE nella relazione ABITA IN: tali cardinalità indicano che, data una abitazione, esiste sempre almeno una famiglia che la occupa. Evidentemente, lo schema concettuale di figura 2 fornisce una rappresentazione inadeguata della realtà, in quanto noi sappiamo che non tutte le abitazioni sono occupate. Per introdurre nella rappresentazione questo ulteriore elemento di conoscenza, possono essere adottate diverse soluzioni.

La prima soluzione è quella di modificare le cardinalità della relazione ABITA IN, relative all'entità ABITAZIONE: tali cardinalità diventano 0,N (ad una abitazione possono corrispondere zero o N famiglie). Ciò comporta che, nella rappresentazione, una generica istanza dell'entità ABITAZIONE può essere sia un'abitazione occupata che un'abitazione non occupata; per distinguere tra abitazioni occupate e abitazioni non occupate, dovremmo introdurre il concetto di OCCUPAZIONE (con dominio: sì, no) come ulteriore attributo dell'entità ABITAZIONE.

Possiamo invece preferire che nello schema sia rappresentato in maniera più esplicita il differente ruolo che l'abitazione svolge nella realtà di interesse, a seconda che sia occupata o meno. In effetti, se l'abitazione è occupata possiamo ritenere interessante acquisire, ad esempio, informazioni sul titolo di godimento (che non ha invece senso se l'abitazione non è occupata) mentre, nel caso in cui l'abitazione non è occupata, si potrà desiderare di conoscerne i motivi. In relazione a questa seconda soluzione possiamo modificare lo schema concettuale di figura 2, introducendo una gerarchia di generalizzazione tra ABITAZIONE (entità padre) e ABITAZIONE OCCUPATA e ABITAZIONE NON OCCUPATA (entità figlie). Per il principio che ogni entità figlia eredita le proprietà dell'entità padre, per entrambe le entità sono validi gli attributi individuati per l'entità ABITAZIONE (cioè SUPERFICIE, EPOCA DI COSTRUZIONE E INDIRIZZO); in aggiunta, coerentemente con le esigenze informative emerse sopra, consideriamo per l'entità ABITAZIONE NON OCCUPATA l'attributo MOTIVO DI MANCATA OCCUPAZIONE e, per l'entità ABITAZIONE OCCUPATA, l'attributo TITOLO DI GODIMENTO. Infine, la relazione tra FAMIGLIA e ABITAZIONE viene ovviamente sostituita da quella tra FAMIGLIA e ABITAZIONE OCCUPATA.

Lo schema concettuale che corrisponde al livello di definizione raggiunto è rappresentato in figura 3.

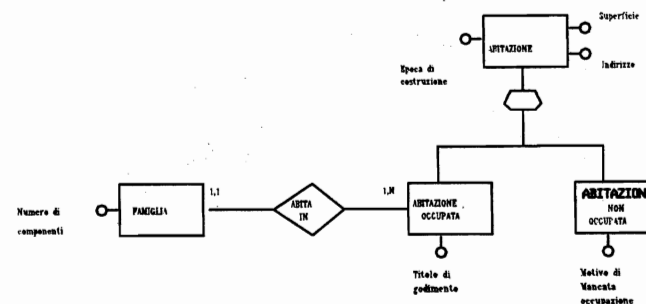


Figura 3 - Schema concettuale (intermedio) dell'indagine sulla condizione abitativa.

Proseguendo nell'analisi, valutiamo ora il significato delle cardinalità dell'entità FAMIGLIA nella relazione ABITA IN: esse ci dicono che ogni famiglia abita in una abitazione. Evidentemente, ciò costituisce una semplificazione della realtà in quanto noi sappiamo dell'esistenza di famiglie che non dispongono di una abitazione.

Anche in questo caso, la soluzione più opportuna è quella di introdurre nello schema una struttura di generalizzazione che rappresenti questo fatto; stabiliamo quindi che l'entità FAMIGLIA è una generalizzazione delle entità FAMIGLIA SENZA ABITAZIONE e FAMIGLIA IN ABITAZIONE e che la relazione tra FAMIGLIA e ABITAZIONE deve essere sostituita da quella tra FAMIGLIA IN ABITAZIONE e ABITAZIONE.

Per l'entità FAMIGLIA SENZA ABITAZIONE consideriamo inoltre l'attributo MOTIVO, per avere indicazioni sul motivo per cui la famiglia non dispone di abitazione.

Infine, scegliamo di esplicitare il fatto che un'abitazione può essere occupata da più di una famiglia: introduciamo quindi una gerarchia di sottoinsieme tra FAMIGLIA e FAMIGLIA COABITANTE, per la quale consideriamo l'attributo CAUSA, per conoscere le cause che hanno portato alla coabitazione.

Si noti la diversità delle soluzioni adottate: in un caso abbiamo raffinato lo schema introducendo una gerarchia di generalizzazione; nell'altro, scegliendo una gerarchia di sottoinsieme. A questo proposito, va sottolineato che, nel raffinamento dei concetti del mondo reale, si ricorre generalmente alla gerarchia di generalizzazione quando ci interessa documentare nello schema il particolare ruolo che ognuna delle entità figlie svolge nella realtà di interesse; concretamente, ciò è testimoniato dalla presenza, per

Secondo raffinamento dello schema

ognuna delle entità figlie, di specifiche proprietà (attribuiti e/o relazioni): nel nostro esempio l'entità FAMIGLIA IN ABITAZIONE è caratterizzata dalla relazione con ABITAZIONE OCCUPATA e l'entità FAMIGLIA SENZA ABITAZIONE dall'attributo MOTIVO.

La gerarchia di sottoinsieme viene invece utilizzata quando una sola delle potenziali entità figlie è di interesse specifico per l'indagine. Nel nostro caso, l'entità FAMIGLIA COABITANTE è rilevante in quanto riteniamo rilevante acquisire informazioni sulle cause che conducono alla coabitazione; la possibile altra entità FAMIGLIA PRINCIPALE non è rilevante in quanto non si intende acquisire su di essa informazioni aggiuntive a quelle stabilite per FAMIGLIA IN ABITAZIONE.

Focalizziamo ora l'attenzione sul concetto di capofamiglia: è ragionevole infatti ritenere tale concetto importante nell'indagine sulla condizione abitativa. Il concetto di capofamiglia può essere rappresentato nello schema in due modi diversi:

Il primo è quello di considerarlo un attributo dell'entità famiglia, come abbiamo fatto per il NUMERO DI COMPONENTI. In questo modo il capofamiglia non viene visto con una valenza sua propria, ma come elemento che qualifica il concetto di famiglia. Il secondo, che adotteremo nel nostro esempio, è quello di considerarlo un'entità a sé stante: così facendo, vogliamo sottolineare il fatto che nella nostra percezione della realtà, il concetto di capofamiglia ha una valenza sua propria, in qualche modo centrale nell'analisi della condizione abitativa. Nel nostro caso, possiamo ad esempio supporre che lo studio delle caratteristiche del capofamiglia (sesso, età, occupazione, luogo di origine, ecc.), anche indipendentemente da quelle della famiglia, sia importante nell'investigazione dei fenomeni oggetto di interesse.

Le due soluzioni proposte sono equivalenti dal punto di vista informativo, e la scelta tra l'una e l'altra è generalmente dettata dalla *sensibilità* del progettista; in generale, possiamo dire che la possibilità di pervenire a diverse rappresentazioni di una stessa realtà di interesse non è un limite ma piuttosto una qualità delle metodologie di progettazione concettuale, le quali non tendono a *ingabbiare* l'attività di progettazione, ma, piuttosto, a prospettare di volta in volta soluzioni alternative per una adeguata rappresentazione dei concetti.

Introduciamo quindi la nuova entità CAPOFAMIGLIA, che poniamo in relazione con l'entità FAMIGLIA (con cardinalità 1, 1). Per l'entità considereremo poi gli attributi SESSO, POSIZIONE NELLA PROFESSIONE e NOME. L'attributo NOME rappresenta la chiave dell'entità CAPOFAMIGLIA. Poiché l'identificazione di un capofamiglia consente di identificare univocamente anche la relativa

famiglia, risulta che NOME identifica anche l'entità FAMIGLIA, ne costituisce cioè, come si dice in questi casi, la *chiave esterna*.

Il risultato degli approfondimenti discussi in precedenza è lo schema concettuale di figura 4 che, nella nostra esemplificazione, possiamo considerare come il risultato finale della progettazione concettuale dell'indagine sulla condizione abitativa.

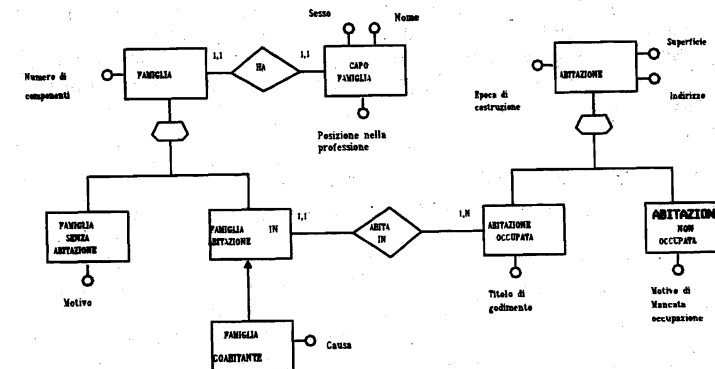


Figura 4 - Schema concettuale (finale) dell'indagine sulla condizione abitativa.

A conclusione di questo paragrafo, vogliamo ricordare la strategia generale con la quale, nel nostro esempio, abbiamo ottenuto lo schema concettuale di indagine.

Dapprima, abbiamo cercato di individuare i concetti più generali, fondamentali nella realtà di interesse (cioè i concetti di *abitazione*, *famiglia* ed *abitare*). Successivamente, abbiamo raffinato i concetti generali in concetti più particolari, in grado di cogliere in modo più preciso la realtà di interesse: così, dal concetto di *abitazione* siamo passati a quelli di *abitazione occupata* e *abitazione non occupata*, dal concetto di *famiglia* a quello di *famiglia in abitazione* e di *famiglia senza abitazione*, ecc.

Le strategie di progettazione

Tale strategia di progettazione è nota in letteratura come *metodo top-down*; il metodo top-down è caratterizzato da *processi di derivazione*, cioè da processi con i quali, come abbiamo visto, da concetti più generali vengono derivati concetti più specifici.

Va osservato che nella costruzione di uno schema concettuale possono essere seguite strategie diverse da quella utilizzata nel nostro esempio. In particolare, in determinate situazioni può risultare conveniente utilizzare il *metodo bottom-up*; il metodo bottom-up è caratterizzato da *processi di astrazione*, cioè da processi con i quali da concetti specifici si perviene a concetti più generali. Tale modo di operare è in genere tipico delle situazioni in cui si conoscono e quindi si possono rappresentare dettagliatamente singole porzioni della realtà di interesse, dalle quali si cerca di astrarre per generalizzare tali conoscenze all'intera realtà di interesse e pervenire ad uno schema concettuale generale. Dettagli maggiori sulle strategie di progettazione sono riportati nell'apposito manuale di progettazione concettuale.

3. DALLO SCHEMA CONCETTUALE ALL'«ALBERO DELLE AREE» DEL QUESTIONARIO

In questo paragrafo soffermeremo la nostra attenzione su come gli schemi concettuali di indagine possono essere utilizzati per costruire il relativo questionario di rilevazione.

A tale riguardo, va subito detto che non è possibile pensare ad un procedimento algoritmico di traduzione in quanto, come abbiamo visto, l'attività di costruzione di un questionario di rilevazione deve rispondere ad esigenze specifiche, estranee a quella di progettazione concettuale. Tuttavia, la possibilità di avvalersi, in detta attività, di una documentazione formale dei contenuti informativi da inserire nel questionario consente di concentrare l'attenzione sulle specifiche problematiche relative al rapporto intervistato/informazione, avendo per così dire già risolte quelle del contenuto informativo e dei livelli definitivi e classificatori dei concetti.

Dal punto di vista operativo, l'attività di traduzione di uno schema concettuale di indagine nel relativo questionario di rilevazione parte dalla costruzione del cosiddetto *albero delle aree*. L'albero delle aree è una rappresentazione intermedia tra lo schema concettuale e il questionario di rilevazione ed ha la funzione di individuare le parti omogenee di un questionario di rilevazione, cioè quelle parti che si riferiscono ad una stessa area informativa. Si consideri ad esempio l'albero delle aree riportato in figura 5, relativo allo schema concettuale di figura 4.

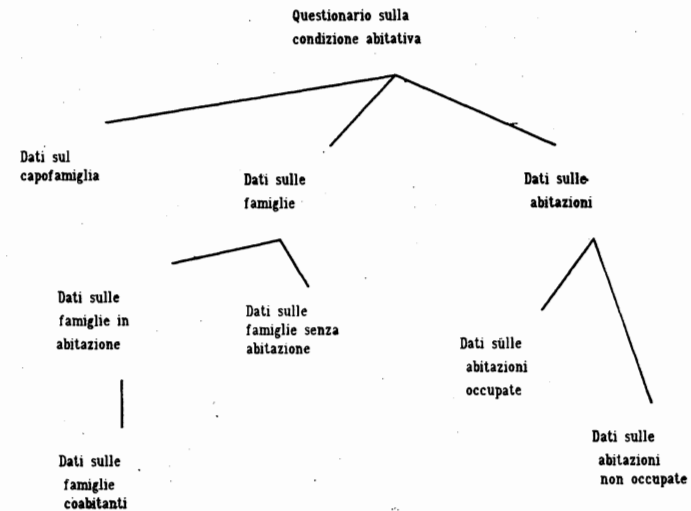


Figura 5 - Albero delle aree del questionario dell'indagine sulla condizione abitativa.

Nell'albero sono rappresentate tre aree principali, ognuna delle quali individua un'area informativa, cioè un complesso omogeneo di informazioni: la prima area si riferisce alle informazioni da acquisire per i capofamiglia, la seconda a quelle che si riferiscono alle famiglie e la terza a quelle relative alle abitazioni. Si rileva facilmente che ogni area corrisponde ad una specifica gerarchia di generalizzazione (eventualmente composta di una sola entità) presente nello schema concettuale di indagine.

L'area delle famiglie è a sua volta suddivisa in sottoaree, relative alle famiglie senza abitazione, a quelle in abitazione e a quelle in coabitazione; l'area delle abitazioni è articolata invece nella sottoarea delle abitazioni occupate e in quella delle abitazioni non occupate. Anche in questo caso, si rivela immediatamente la connessione con lo schema concettuale: ogni area tenderà ad essere strutturata in sottoaree, secondo la particolare struttura della relativa gerarchia di generalizzazione.

Il percorso di compilazione

In qualche modo, l'albero delle aree consente di individuare il *percorso di compilazione* di un questionario. In tal senso:

a) ogni area sarà comunque compilata, indipendentemente dal comportamento tenuto nella compilazione delle altre aree; per ogni area vale cioè il principio della *indipendenza della compilazione*;

b) le sottoaree saranno compilate, a seconda della risposta fornita ad uno specifico quesito dell'area o sottoarea gerarchicamente superiore. In alcuni casi la compilazione delle sottoaree sarà *mutuamente esclusiva* (nel nostro caso si potrà ad esempio compilare l'area relativa alle famiglie senza abitazione oppure quella relativa alle famiglie in abitazione); in altri sarà *condizionata* (la compilazione nella sottoarea relativa alle famiglie coabitanti non è alternativa alla compilazione di nessun'altra area del questionario).

Una volta individuate le aree da prevedere nel questionario, occorre precisarne i relativi contenuti informativi cioè, in altri termini, definire i quesiti da inserire nel modello, per ognuna delle aree.

Il punto di partenza per la definizione dei quesiti è costituito dagli attributi (di entità e relazioni) descritti nello schema concettuale di indagine. In linea di massima, ogni attributo tenderà a configurare uno specifico quesito. Così, ad esempio (si osservi lo schema concettuale di figura 4), il questionario di rilevazione dell'indagine sulla condizione abitativa dovrà prevedere, nell'area delle abitazioni, tre quesiti: uno relativo all'epoca di costruzione, un altro alla superficie ed il terzo all'indirizzo; nell'area relativa alle abitazioni occupate, sarà invece presente il quesito sul titolo di godimento.

Ovviamente, il modo con cui il quesito verrà formulato dipenderà da valutazioni di convenienza, rispetto all'obiettivo di acquisire il dato. In questo senso, la formulazione potrà anche differire da quella adottata per il corrispondente attributo dello schema concettuale; l'importante è che venga rispettata la semantica dell'informazione, evitando formulazioni di ambigua interpretazione o addirittura in contrasto con quanto definito a livello concettuale. Inoltre, è essenziale che (nel caso delle domande chiuse) le modalità di risposta coincidano con i domini degli attributi, individuati nella progettazione concettuale dell'indagine.

CAPITOLO 3 - ORGANIZZAZIONE DEL QUESTIONARIO E FORMULAZIONE DELLE DOMANDE: LA FASE DI REDAZIONE

1. IL QUESTIONARIO FONTE POTENZIALE DI ERRORI NON CAMPIONARI

Nell'ambito di indagini che hanno come unità di rilevazione la famiglia o l'individuo possono emergere errori nella fase della predisposizione dell'indagine e della rilevazione, ed errori che sorgono nella fase successiva alla rilevazione stessa.

Questi errori non rientrando fra quelli dovuti al campionamento sono chiamati *non campionari*.

Si rimanda al Fascicolo 6 per un approfondimento di questi aspetti. Qui interessa sintetizzarne alcuni e focalizzare poi quelli relativi alla predisposizione del questionario.

Cominciamo con gli errori dovuti al ricercatore. Questi dipendono da:

- non chiarezza sugli obiettivi dell'indagine e sull'unità di rilevazione e/o di analisi;
- non corretta individuazione della tecnica di indagine ottimale;
- non corretta predisposizione del questionario (formulazione, sequenza dei quesiti, lunghezza del questionario, errata scelta del periodo di riferimento e di ricordo, grafica, ecc.);
- non corretta predisposizione delle istruzioni per i rilevatori;
- imprecisioni nel sistema di codifica.

Gli errori dovuti al rispondente dipendono da:

- problemi di memoria;
- mancanza di informazione;
- scarsa motivazione a rispondere attentamente;
- fraintendimento involontario di alcune domande;
- distorsione volontaria della risposta;
- condizionamento legato alla presenza di altre persone;
- incapacità a rispondere per problemi di salute;
- effetto proxy.

Gli errori dovuti al rilevatore dipendono da:

- impreparazione sul questionario;
- impreparazione sulla conduzione dell'intervista;
- scarsa motivazione, distrazione.

Gli errori dovuti al supervisore dipendono da:

- carenze nelle istruzioni;
- carenze nel controllo del lavoro degli intervistatori;

Alcuni errori non campionari

Errori dovuti al ricercatore

Errori dovuti al rispondente

Errori dovuti al rilevatore

Errori dovuti al supervisore

Errori dovuti all'operatore di registrazione

Gli errori dovuti all'operatore di registrazione:

- errori di registrazione del *valore* del dato;
- errori di registrazione nella *posizione* del dato nel record finale.

Alcuni tipi di errore, come si vede, non necessariamente dipendono dal ricercatore: il rilevatore può essere distratto, il rispondente può non essere in condizioni ottimali per rispondere, l'operatore di registrazione può sbagliare per altri motivi.

Altri tipi di errore, invece, dipendono proprio dal ricercatore; tra questi, gli errori relativi alla predisposizione del questionario: un termine ambiguo e impreciso, una domanda formulata in modo inadeguato, una grafica confusa sono elementi che possono provocare distorsioni nella risposta.

Se il problema esiste in negativo (il questionario è veramente una fonte potenziale di errori non campionari), va assunto, però, in positivo: il questionario può diventare uno strumento fondamentale per la prevenzione di errori non campionari, contribuendo così a limitarli.

2. IL QUESTIONARIO STRUMENTO DI PREVENZIONE DI ERRORI NON CAMPIONARI

Limitare gli errori del ricercatore in fase di predisposizione del questionario è fondamentale, perché un questionario ben progettato e ben redatto è utile nel limitare gli errori dovuti al rispondente, al rilevatore, al supervisore, all'operatore di registrazione.

Si tratta, cioè, di innescare un *processo a catena* in positivo: se si parte con una predisposizione accurata dell'indagine e dei suoi strumenti da parte del ricercatore, ciò permette di influenzare positivamente gli altri soggetti coinvolti.

Vediamo come avviene ciò.

Tra gli errori dovuti al rispondente viene segnalato quello dei *problemi di memoria*. Tali problemi possono dipendere unicamente dal rispondente (età avanzata, amnesie). È anche vero che un'errata individuazione del periodo di riferimento e/o di ricordo da parte del ricercatore può far subentrare i «problemi di memoria» in chi non ne avrebbe. Questo secondo tipo di errore può essere ridotto con una buona predisposizione del questionario.

Tra gli errori dovuti al rispondente è segnalato *fraintendimento involontario di alcune domande*. È possibile che il rispondente non capisca proprio la domanda (ovvero, parli solo il dialetto). È pos-

Come contribuire a limitare gli errori del rispondente

sibile anche che il ricercatore abbia adottato termini tecnici difficili per un gran numero di persone, provocando così un fraintendimento anche in chi non parla dialetto.

Questo secondo tipo di errore può essere ridotto con una buona predisposizione del questionario.

Tra gli errori dovuti al rilevatore vengono segnalati quelli relativi alla *conduzione dell'intervista*. È vero che questi possono dipendere da impreparazione o non motivazione del rilevatore, ma è anche vero che un questionario impostato male, o graficamente confuso, potrebbe accentuarli. Analogamente succede per quanto riguarda gli errori di compilazione. Al di là della negligenza o della semplice distrazione del rilevatore, una grafica confusa (domande troppo serrate, per esempio) può contribuire ad aumentare tali errori. Un questionario impostato bene, *piacevole*, può invece, addirittura, aumentare la motivazione dell'intervistatore.

Come contribuire a limitare gli errori del rilevatore

Quando registra i dati, l'operatore di registrazione può commettere errori relativi al *valore* del dato. Questi possono essere dettati da distrazione o stanchezza, ma possono anche essere indotti da un'inadeguata impostazione grafica, che non permette di individuare precisamente i codici, oppure da scelte sbagliate del ricercatore in relazione ai codici utilizzati.

Come contribuire a limitare gli errori dell'operatore di registrazione

Se si terrà conto anche degli aspetti della registrazione nell'ambito dell'impostazione grafica del questionario, si potrà predisporre il questionario in modo che il lavoro degli addetti alla registrazione sia meno faticoso.

3. GLI ELEMENTI COSTITUTIVI DELLA FASE DI REDAZIONE DEL QUESTIONARIO

Come costruire il questionario per prevenire gli errori non campionari? Essendo il questionario una fonte potenziale di errori non campionari è necessario che sia progettato come un'importante parte del programma per la loro prevenzione e misurazione.

Per fare questo diventa cruciale la fase di redazione del questionario: dalla definizione degli obiettivi si passa alla predisposizione vera e propria del questionario.

Bisogna, quindi, avere chiari i *passi che imprescindibilmente devono essere fatti in questa fase*.

Presentati sinteticamente qui di seguito, saranno sviluppati uno per uno nei successivi capitoli:

- Organizzare complessivamente il questionario in aree omogenee per tematica trattata, raggruppando le domande relative allo stesso tema possibilmente nella stessa area.
- Adottare accorgimenti particolari a seconda del tipo di somministrazione scelta.
- Saper individuare quanto spazio è opportuno dare all'intervistato nella risposta (domande aperte, strutturate).
- Adottare un linguaggio comprensibile a tutti gli intervistati, non ambiguo e preciso e chiedere cose a cui l'intervistato può rispondere.
- Essere precisi nel riferimento temporale delle domande e fare particolare attenzione all'uso di quesiti retrospettivi.
- Fare un uso oculato delle domande delicate, utilizzando a volte domande indirette o tecniche proiettive.
- Collocare le domande in modo che non influenzino le risposte alle successive e controllare la sequenza delle risposte a una stessa domanda.
- Saper individuare la lunghezza ottimale del questionario per impegno di tempo, approfondimento di temi, ridondanza di informazioni.
- Impostare graficamente il questionario in modo da renderlo una guida efficace per la compilazione e uno strumento adeguato di comunicazione.
- Individuare i codici più adatti per ciascuna modalità di risposta ai quesiti del questionario.
- Adottare criteri standard per le variabili strutturali.
- Prevedere una parte del questionario per i codici identificativi e una per i quesiti sui controlli di qualità.

CAPITOLO 4 - LA STRUTTURA DEL QUESTIONARIO

1. CRITERI GENERALI PER LA SEQUENZA DELLE DOMANDE

Quale che sia la forma delle domande e il linguaggio utilizzato, una particolare attenzione va rivolta all'ordine e alla successione dei quesiti all'interno del questionario. Ogni domanda può trovare una collocazione ottimale, frutto di scelte ben meditate e non casuale. Il problema non si pone però, soltanto in positivo; la sequenza delle domande, infatti, può influire notevolmente sul successo dell'intero questionario. Anteporre una domanda ad un'altra, in certi casi, può influenzare la risposta alle successive, proprio quando è necessario ottenere determinate informazioni o opinioni dal rispondente senza nessuno stimolo precedente. La non adeguata collocazione di una domanda può creare in altri casi, una situazione di appesantimento per il rispondente, o addirittura pregiudicare la riuscita dell'intero questionario (è il caso, per esempio, di qualche domanda delicata posta all'inizio del questionario).

Individuare la collocazione ottimale delle domande

Come si vedrà di seguito non verranno riportate regole «assolute», si sottolineerà la necessità di sviluppare un'adeguata sensibilità al problema: l'importante è acquisire quella capacità di discernimento, che permetta di individuare in relazione agli obiettivi dell'indagine un ordine delle domande che favorisca la raccolta di informazioni dal rispondente al meglio possibile.

Per fare questo è necessario che il questionario sia bene organizzato; che sia prevista un'adeguata fase introduttiva; che sia impostata ragionevolmente la transizione da un tema all'altro, evitando salti traumatici che provocherebbero un appesantimento inutile per il rispondente.

Alcuni criteri per la sequenza delle domande

Possano essere utilizzati alcuni criteri generali:

Adottare una successione logica dei temi

Il questionario deve essere impostato in modo da facilitare il passaggio del rispondente da un tema all'altro.

A meno di casi particolari, come l'uso di domande di controllo, è bene prevedere gruppi di domande che riguardano lo stesso argomento in successione ed evitare di tornare su argomenti già trattati, mentre si stanno affrontando altre tematiche. Fondamentale è far seguire a ogni argomento quello che sembra derivare logicamente da quello precedentemente trattato. Salti improvvisi e cambiamenti radicali di tematiche, infatti, possono creare un inutile affaticamento dell'intervistato, che troverebbe maggiore

difficoltà a concentrarsi su argomenti completamente eterogenei tra loro e potrebbe più facilmente fornire risposte non ponderate.

È consigliabile quindi prevedere sezioni omogenee per tematica all'interno del questionario e transizioni graduali fra un tema e un altro. Ciò non è vero solo quando sono ipotizzabili anche comportamenti illogici.

Evitare il condizionamento nella disposizione dei temi del questionario

Esiste la necessità di evitare che una domanda condizioni la risposta alle successive. L'intervistato, infatti, non si contraddirà da una domanda alla seguente e risponderà in funzione dell'altra anche se prima non aveva pensato di stabilire un nesso tra le due.

Quando si valuta che possa esprimersi un condizionamento del genere si può tentare di distanziare il più possibile le due domande nel corpo del questionario, oppure se il problema di deformazione è reale solo per una domanda si può anteporla a quella critica.

La preoccupazione in questi casi deve essere, comunque, rivolta ad evitare che l'intervistato percepisca il rapporto nascosto tra le due (o più domande), altrimenti si corre il rischio di creare prevenzioni e risentimenti.

Esempio:

Supponiamo di intervistare un infermiere sull'ospedale in cui lavora; ci interessa sapere cosa ne pensa, che cosa gli piace del suo posto e della qualità del lavoro ecc. Se abbiamo già affrontato con lui il problema del rapporto con il caposala, della sua remunerazione e della sua professionalità, nel momento in cui porremo domande di atteggiamento è inevitabile che questi risponderà condizionato da tutti gli aspetti particolari appena discussi che noi, con le nostre domande abbiamo fatto riemergere alla memoria. Se, invece, anteponiamo le domande di atteggiamento a tutte quelle più particolareggiate sul suo lavoro eviteremo di condizionare l'infermiere nelle sue risposte.

Considerare adeguatamente la difficoltà dell'argomento

Con il termine 'difficoltà' si possono considerare cose molto diverse tra loro: una domanda o un gruppo di domande può essere difficile perché richiede un notevole sforzo di memoria, oppure perché affronta temi personali o delicati.

In linea di massima le domande che richiedono uno sforzo di memoria devono essere inserite in modo tale da non essere condizionate dalla stanchezza dell'intervistato e da non rappresentare una 'minaccia' per l'intero questionario: certamente non all'inizio, possibilmente non alla fine, se il questionario è lungo e si richiede

un grande sforzo di memoria. La collocazione a metà, quando già la motivazione dell'intervistato è cresciuta può essere ottimale.

Per le domande delicate la 'fatica' per l'intervista non è importante allo stesso modo che per quelle che richiedono uno sforzo di memoria. In questo caso i problemi sono di ordine psicologico. Ciò deve indurre a porre tali domande nelle ultime sezioni del questionario.

Va anche considerato che a volte può presentarsi la necessità di porre più di una domanda 'difficile' di seguito, relativa ad uno stesso tema. In questi casi è auspicabile intercalare domande più semplici alle difficili, per allentare la tensione ed evitare un affaticamento dell'intervistato, che andrebbe a discapito delle restanti domande del questionario.

Prevedere la presenza di domande «filtro».

Non tutte le domande devono essere rivolte a tutti i rispondenti. È necessario, quindi, prevedere alcuni quesiti che riescano a selezionare il sottogruppo o i sottogruppi a cui sottoporre le domande successive. Di seguito riportiamo alcuni casi in cui è auspicabile l'utilizzo di domande filtro.

- Una domanda filtro è utile quando dalla risposta a questa dipendono diverse sezioni del questionario.

Esempio:

Nell'indagine multiscopo (I ciclo) viene posta una domanda filtro: «Legge i giornali quotidiani almeno una volta a settimana?». Per il sottogruppo che ha risposto «sì», la domanda successiva riguarda il tipo di quotidiano e le notizie lette, per il sottogruppo che ha risposto «no», la domanda successiva riguarda i motivi della non lettura.

L'assenza della domanda filtro creerebbe un appesantimento per i rispondenti di entrambi i sottogruppi.

- Una domanda filtro è utile quando la domanda o le domande successive entrano talmente nel dettaglio da diventare frustranti per chi non possiede i requisiti per rispondere.

Esempio:

Nell'indagine multiscopo (I ciclo) viene posta la domanda filtro: «Conosce una lingua moderna diversa dall'italiano?». Successivamente si chiede a chi ha dichiarato di conoscerla se sa parlare, leggere, scrivere in francese, inglese, tedesco ecc.. Omettere la domanda filtro metterebbe in serio imbarazzo il rispondente che non conosce nessuna lingua e sarebbe costretto a rispondere «no» a tutte le domande.

- Una domanda filtro è utile quando diventa uno strumento per non condizionare la risposta.

Esempio:

Nell'indagine multiscopo (I ciclo) viene posta la domanda filtro «Ha letto libri negli ultimi 12 mesi?». Se si fosse chiesto direttamente «Che genere di libri ha letto negli ultimi 12 mesi?», sarebbe stato più difficile per chi non avesse letto nessun libro fornire una risposta veritiera.

2. CRITERI SPECIFICI PER LA SEQUENZA DELLE DOMANDE SU UNO STESSO TEMA

Spesso è obiettivamente posta la necessità di utilizzare più domande per misurare un fenomeno. Mentre l'obiettivo di determinare l'età di un individuo può essere facilmente raggiunto con un'unica domanda, accertare se una persona è in cerca di occupazione, per esempio, è cosa ben più complessa che richiede un insieme di quesiti, così come viene fatto nell'indagine sulle forze di lavoro. Il solo fatto di dichiararsi in cerca di occupazione può non essere sufficiente ad identificare una tipologia univoca. All'interno di questa categoria esistono tipologie diverse: ad esempio, si può voler verificare se la ricerca è comprovata da azioni precise, oppure è una semplice espressione di volontà.

È chiaro che molto dipende dall'obiettivo dell'indagine: nell'indagine sulle forze di lavoro è giusto che si raggiunga un alto livello di dettaglio, perché l'indagine ha come obiettivo fornire un quadro preciso della situazione del mercato del lavoro in Italia, ma in altre indagini presso le famiglie, con obiettivi diversi può bastare un'unica domanda sulla ricerca di lavoro.

Sono, dunque, molti gli aspetti da considerare quando si utilizza una molteplicità di domande su uno stesso tema: dalla natura del fenomeno, al suo grado di complessità, agli obiettivi dell'indagine, al grado di precisione richiesta. Esistono alcune tecniche per gestire particolari gruppi di domande:

Successione a imbuto

La parola 'imbuto', in questo caso rende bene il concetto: si parte dal generale per arrivare al particolare. Si considera, cioè, una domanda più ampia e poi via via si limita il campo. In questo modo si restringe il contenuto gradualmente, per raggiungere gli obiettivi prefissati. Lo scopo fondamentale di questa tecnica è evitare che le domande poste per prime possano influenzare la risposta alle successive. La forma in cui le domande vengono poste non ha importanza anche se solitamente le prime sono in

forma aperta e poi via via in forma strutturata: in questo modo, infatti, si aiuta l'intervistato ad esprimere liberamente ciò che pensa sulla base della prima domanda e a definire via via risposte sempre più precise. Oltre che ad aiutare la memoria tale tecnica è particolarmente utile per valutare sensazioni e atteggiamenti.

Successione a imbuto capovolto

È questo il caso in cui si preferisce partire con domande specifiche, terminando col porre all'intervistato le domande più generali. È chiaro che una tale successione elimina i vantaggi della successione a imbuto, ma coscientemente. Costringe, infatti, l'intervistato a rispondere alla domanda generale finale, dopo aver vagliato tutti gli aspetti particolari della questione (tramite le domande precedenti). È una tecnica, questa, che si utilizza quando si vuole che la risposta finale sia effettivamente ponderata.

Esempio:

Se si volesse verificare come un individuo valuta la propria situazione di lavoro alla luce di particolari aspetti della sua professione, è bene prevedere prima alcune domande specifiche sulle caratteristiche del suo lavoro, sulla base delle quali richiedere poi la sua valutazione generale.

Un vantaggio ulteriore che presenta tale tecnica è che permette di basare le risposte di tutti gli intervistati su dimensioni specifiche comuni.

A differenza della successione a imbuto, la successione a imbuto capovolto serve più per valutare situazioni oggettive.

3. SEQUENZA DELLE DOMANDE E LUNGHEZZA DEL QUESTIONARIO

È difficile identificare una lunghezza ottimale del questionario. È questo uno degli aspetti che dovrà essere oggetto di sperimentazione. Quello che si può dire attualmente deriva da sperimentazioni avviate in altri paesi: l'intervista non dovrebbe durare più di 45 minuti, per evitare stanchezza e noia nel rispondente.

Va comunque sottolineato che il problema della lunghezza non riguarda soltanto il numero delle domande: si tratta di vedere tra le altre cose, quali argomenti sono trattati, il grado di difficoltà dei quesiti, il numero di domande aperte previste e la tecnica di somministrazione prescelta.

È comunque importante essere coscienti dello stretto legame che esiste tra l'aspetto della sequenza e il numero delle domande; bisogna ben dosare e calibrare i due elementi, in modo da riuscire a suscitare ed a mantenere vivo l'interesse dell'intervistato durante

tutto il tempo di somministrazione del questionario. Non sempre la brevità è essenziale a mantenere viva la collaborazione del rispondente.

Quando un questionario è lungo ciò che se ne può ricavare dipende soprattutto dall'interesse del rispondente per l'argomento e dalla capacità del ricercatore nell'organizzare la formulazione e la sequenza dei quesiti: domande di apertura semplici e interessanti, successione di argomenti volta a garantire fluidità e scorrevolezza, possono far sì che anche un questionario lungo possa risultare assai efficace.

Paradossalmente si potrebbe anche affermare che è possibile predisporre un questionario lungo, l'importante è che questo sia particolarmente coinvolgente per il rispondente.

Va comunque, sottolineato che questo rappresenta un aspetto a cui è necessario dare particolare peso e importanza in fase di indagine pilota.

4. LA STRUTTURA DEI QUESTIONARI ISTAT PRESSO LE FAMIGLIE

I criteri generali e specifici per la sequenza delle domande sono validi per qualsiasi questionario rivolto ad individui: sequenza logica, transizione graduale tra le differenti tematiche, attenzione nei confronti del condizionamento reciproco di alcune domande, necessità di una collocazione particolare per le domande "difficili", uso delle domande filtro, costituiscono la base per individuare un'efficace struttura del questionario; sono criteri che devono ispirare anche i questionari Istat presso le famiglie. L'Istat presenta, comunque, alcune specificità riguardo alla struttura dei propri questionari, dovuti al fatto che nella maggior parte dei casi l'unità di rilevazione è la famiglia e devono essere previsti quesiti che riguardano gli individui, la famiglia nel suo complesso, la qualità delle risposte. I criteri appena descritti dovranno, quindi, essere applicati tenendo conto di tali particolarità e delle diverse sezioni in cui i questionari Istat sono attualmente suddivisi.

Le sezioni che figurano nelle indagini Istat presso le famiglie sono le seguenti:

scheda generale

questionario relativo ai singoli individui

questionario relativo alla famiglia nel suo complesso

sezione relativa alla qualità dei risultati

Le specificità
dei questionari
Istat

Le diverse sezioni
dei questionari
Istat

Non sempre queste sezioni sono presenti con lo stesso peso all'interno di ciascun questionario, a volte quesiti relativi alla famiglia sono ridotti e più sviluppata risulta la parte individuale; a volte è più sviluppata la parte relativa ai controlli di qualità. Indipendentemente dal diverso modo in cui le quattro parti del questionario si combinano, questa può essere considerata la struttura base dei questionari Istat.

Scheda generale

- La scheda generale raccoglie l'elenco di tutti i componenti familiari con relative caratteristiche sociodemografiche.

Raggiunge un maggiore o minore livello di dettaglio nell'ambito di ciascuna indagine, a seconda dell'importanza che viene data tra gli obiettivi generali allo studio delle strutture e tipologie familiari.

Esempio:

Nell'indagine sulle forze di lavoro (figura 6), i quesiti relativi a tale parte del questionario sono maggiormente ridotti nei confronti dell'indagine multiscopo presso le famiglie perché diversi sono gli obiettivi.

Anche nelle indagini sulle vacanze, sulle letture e il tempo libero, sulle condizioni di salute del 1980 e del 1983 tale scheda generale assumeva un'importanza secondaria nell'economia complessiva del questionario. È a partire dall'indagine sulle strutture e comportamenti familiari, proseguendo con quella sulle condizioni di salute (1986-1987) e infine con la multiscopo che la scheda generale ha assunto sempre più importanza perché ha rappresentato lo strumento fondamentale per individuare la *famiglia di fatto* e non più solo quella anagrafica. Vengono riportati in tale scheda tutti gli individui che *gravitano* intorno all'abitazione del capofamiglia della famiglia campionata. I dati non sono relativi solo ai membri della famiglia anagrafica: vengono considerate tutte le persone che vivono abitualmente nell'abitazione, compresi gli assenti temporanei, coloro che pur dimorando altrove abitualmente, sono temporaneamente presenti nell'abitazione, il capofamiglia della famiglia anagrafica, anche se non fa parte della famiglia di fatto. Per ciascuno di questi individui vengono rilevate le variabili strutturali più importanti.

Nella figura 7 è riportato un fac simile di tale scheda generale.

- È bene prevedere tale scheda generale in apertura dell'intero questionario perché:
 - permette di individuare gli effettivi componenti della famiglia che devono essere intervistati;
 - permette una maggiore precisione nella successiva compilazione dei questionari individuali;
 - aiuta nell'individuazione successiva di sottogruppi particolari della popolazione oggetto di studio.

Ciò che si raccomanda è di prevedere solo quei quesiti indispensabili sui singoli componenti della famiglia, onde evitare che l'intervistato si senta troppo pressato da richiesta di informazioni su tutta la famiglia e percepisca l'intervista come interrogatorio.

Questionario relativo ai singoli individui

- Il questionario individuale è la parte del questionario relativa al singolo componente della famiglia.

Nelle indagini in cui è previsto, rappresenta il nucleo centrale del questionario dove vengono tradotti in domande gli obiettivi dell'indagine.

- Tutti i problemi relativi alla costruzione del questionario si pongono più decisamente in questa parte che nella scheda generale: dal grado di strutturazione delle domande, alla sequenza dei quesiti, al linguaggio utilizzato, agli aspetti psicologici e di memoria.
- Il questionario individuale si presta meno a standardizzazione perché strettamente legato ai temi dell'indagine.

Ciò significa che i vincoli che si inseriscono sono più limitati e vengono ricondotti a:

- necessità di standardizzazione di alcune variabili strutturali
- comparabilità di alcune notizie con indagini precedenti.

Questionario relativo alla famiglia

- Il questionario familiare è la parte del questionario relativa ai quesiti che interessano la famiglia nel suo complesso.

Assume maggiore o minore importanza, a seconda degli obiettivi dell'indagine.

Esempio:

Nell'indagine sui consumi di famiglia il questionario familiare è centrale e assume lo stesso peso dei questionari individuali delle altre indagini. Si vuole, infatti, rilevare non quanto ogni singolo componente ha speso per ogni prodotto acquistato, ma quanto ha speso complessivamente la famiglia.

Nell'indagine multiscopo pur esistendo nei vari cicli quesiti riguardanti il complesso della famiglia, questi hanno un peso minore nell'economia complessiva del questionario.

- È opportuno prevedere quesiti riferiti alle famiglie piuttosto che all'individuo nei seguenti casi:

- quando il fenomeno ha una valenza in sé come familiare e non solo relativamente ai singoli individui.

Esempio:

È il caso delle condizioni abitative. È la famiglia (con tutti i suoi componenti) che dimora nell'abitazione, sarebbe ridondante richiedere la stessa informazione a tutti i componenti.

- quando la rilevazione del dato familiare non ha solo valore in sé, ma risulta utile, perché può essere messa in relazione con i comportamenti individuali.

Esempio:

È il caso dei quesiti relativi alla lettura di libri. Nel questionario relativo all'indagine multiscopo (I ciclo) sono previste domande sulle abitudini di lettura dei singoli individui. Rilevare nella parte relativa alla famiglia quanti libri possiede e quanti ne ha acquistati, oltre ad avere valore in sé, permette di identificare che tipo di incidenza può avere sull'individuo essere inserito in un ambiente che stimola la lettura, oppure no.

Sezione relativa alla qualità dei risultati

- Raccoglie quei quesiti che a posteriori permettono di svolgere controlli di qualità dei risultati.
- È una parte che si presta ad essere standardizzata per tutte le indagini perlomeno per alcuni quesiti che devono essere sempre previsti.

Se questa è l'attuale struttura dei questionari Istat presso le famiglie (con maggiore o minore peso delle diverse parti in relazione agli obiettivi dell'indagine) va sottolineato che l'Istat conduce anche indagini la cui unità di rilevazione è l'individuo e non la famiglia.

In tal caso non c'è la necessità di strutturare il questionario nel modo appena descritto. È anzi consigliabile posticipare le variabili strutturali e collocarle alla fine del questionario.

Esempio:

Nell'indagine sui laureati i quesiti sulle variabili strutturali sono stati posti alla fine del questionario, per evitare che il rispondente si sentisse sottoposto a interrogatorio. Questa scelta ha permesso di far entrare immediatamente, anche se gradualmente il rispondente nelle tematiche oggetto di indagine e di aumentarne l'interesse.

CAPITOLO 5 - GRADO DI STRUTTURAZIONE DELLE DOMANDE: A CHE DETTAGLIO ARRIVARE?

1. ASPETTI GENERALI

Preparare una domanda, a dispetto dell'apparente semplicità del compito, presenta una serie di problemi non indifferenti.

Stabilito quale sia il tema da affrontare, occorre decidere quanta libertà lasciare all'intervistato nell'articolare la risposta, quante diverse risposte si possono accettare per la stessa domanda, se queste risposte debbano esser date in un ordine particolare, che termini utilizzare ecc.

Tutti questi problemi ammettono una pluralità di soluzioni e per scegliere tra di esse occorre conoscere i rispettivi vantaggi e svantaggi il tipo ed il livello dell'informazione a cui ognuna di esse dà luogo ed il loro campo di applicabilità.

In questa sezione affronteremo i problemi, in un certo senso a carattere tecnico, o, per così dire, di «ossatura».

Esaminiamo, per primo, il problema del grado di libertà da lasciare all'intervistato nel formulare la risposta.

In quest'ottica le domande si distinguono in:

domande a risposta libera (domande aperte)

domande a risposta fissa predefinita (domande strutturate o chiuse)

2. LE DOMANDE A RISPOSTA LIBERA

Le domande a risposta libera, o domande aperte, sono quelle che lasciano all'intervistato la possibilità di esprimersi nella forma che preferisce, utilizzando parole proprie, senza che nulla gli venga suggerito.

A causa di ciò il rispondente avrà anche la possibilità di interpretare personalmente la domanda e di stabilire a suo giudizio il contenuto della risposta.

Esempi:

a) «Qual'è l'attività principale che lei pratica nel suo tempo libero?»

.....

b) «Può dirmi il suo giudizio sul servizio dei trasporti pubblici in questa città?»

.....

Per poter valutare appieno l'importanza di tali domande è necessario esaminare attentamente vantaggi e svantaggi che esse presentano.

I vantaggi:

- Il rischio di condizionare la risposta è minimo e risiede fondamentalmente nel linguaggio adottato per formulare la domanda.
- Sono le uniche domande possibili quando il fenomeno indagato si esprime in forme parzialmente o interamente sconosciute.
- Sono molto utili nel trattare argomenti particolarmente delicati perché danno all'intervistato la facoltà di motivare i comportamenti e/o atteggiamenti che egli sarebbe restio a descrivere.
- Possono venir utilizzate in ogni genere di ricerca.

Gli svantaggi:

- In generale dilatano costi e tempi in ogni fase dell'indagine.
- Comportano un elevato rischio di errore nella registrazione sul campo per mano degli intervistatori i quali tendono a sintetizzare con parole proprie quanto viene detto invece di registrare fedelmente le risposte.
- Richiedono un maggiore sforzo di elaborazione da parte del rispondente.
- La qualità delle risposte ottenute è funzione del livello culturale del rispondente.
- In mancanza di opinioni personali ben definite inducono talvolta alcuni individui a rispondere per luoghi comuni.
- Richiedono un tempo considerevole nella fase di codifica successiva e personale particolarmente addestrato per non distorcere l'interpretazione delle risposte.
- Con questionari autocompilati escludono i soggetti non abituati ad esprimersi in forma scritta o non abituati a concettualizzare.

Come è evidente queste domande consentono di conoscere sia le diverse determinazioni delle variabili (o mutabili) statistiche generate dalle domande stesse, sia le frequenze associate a tali determinazioni. Per tali motivi vengono spesso utilizzate nella fase

esplorativa dell'indagine che ha per propria natura la finalità di cogliere le diverse modalità di manifestazione di un fenomeno. In questo caso esse costituiscono uno strumento per la messa a punto del questionario definitivo. Trovano, inoltre, larga applicazione nei sondaggi sugli atteggiamenti, le opinioni e le motivazioni, perché danno la possibilità all'intervistato di esprimere più compiutamente il proprio punto di vista. È evidente che, quando compaiono domande aperte nel questionario, è necessario che venga lasciato lo spazio sufficiente e meglio ancora più che sufficiente per la registrazione delle risposte: uno spazio non adeguato è psicologicamente frustrante per l'intervistatore o per chi deve compilarlo, maldispone e induce a sintetizzare o a fornire risposte incomplete.

3. LE DOMANDE A RISPOSTE FISSE PREDEFINITE

Queste domande prevedono delle alternative fisse di risposte predefinite dal ricercatore.

Al rispondente, quindi, viene lasciato il compito di scegliere tra le risposte possibili quella che meglio si adatta al suo caso personale.

Rientrano in questo ambito anche le domande sulle variabili di classificazione, le quali, per il ruolo particolare che rivestono, avranno una trattazione a parte in altra sezione di questo fascicolo.

Esempi:

- a) «A quali mezzi lei ricorre per informarsi sugli avvenimenti sportivi?»
(SONO AMMESSE PIÙ RISPOSTE)

TV	1	<input type="checkbox"/>
Radio	2	<input type="checkbox"/>
Quotidiani d'informazione generale	3	<input type="checkbox"/>
Quotidiani sportivi	4	<input type="checkbox"/>
Stampa periodica specializzata	5	<input type="checkbox"/>
Altro mezzo	6	<input type="checkbox"/>
Nessuno	7	<input type="checkbox"/>

- b) «In quale dei seguenti tipi di negozio lei preferisce acquistare i suoi capi di abbigliamento estivi?»

Negozio specializzato nell'abbigliamento	1	<input type="checkbox"/>
Grande magazzino	2	<input type="checkbox"/>
Mercato o negozio dell'usato	3	<input type="checkbox"/>
Altro	4	<input type="checkbox"/>
Non ha preferenze	5	<input type="checkbox"/>

Come selezionare le modalità di risposta

Tranne che in casi banali il problema più rilevante posto dalle domande strutturate è quello di selezionare la gamma di risposte da proporre perché:

- non sempre si conoscono tutte le modalità che il fenomeno può assumere.
- anche nei casi in cui tali modalità sono note si deve in genere procedere al loro raggruppamento ed alla loro precodifica, allo scopo di selezionare quelle da inserire nel questionario.

In entrambi i casi il modo più corretto per affrontare il problema è quello di procedere ad un'indagine esplorativa con un campione non probabilistico di dimensioni molto contenute: le domande andranno poste in forma libera e l'esame delle risposte ottenute fornirà dei criteri operativi per l'individuazione delle modalità da presentare nel questionario definitivo. Tale esame può venir condotto con le tecniche di analisi delle frequenze osservate o anche in casi più complessi con il ricorso a tecniche di analisi multivariata.

Quando prevedere la modalità «altro»

Talvolta può accadere che gli *item* delle risposte inseriti nel questionario non coprano tutti i casi possibili o perché si è trascurata per errore qualche modalità importante o perché non interessava inserirle tutte.

In questi casi è opportuno lasciare una modalità aperta *Altro* prevedendo eventualmente lo spazio per specificare, laddove tale precisazione sia ritenuta di un qualche interesse. Trascurare di inserire tale modalità quando alcuni casi siano stati lasciati fuori dalle risposte preformulate può portare due conseguenze negative:

- gonfiare artificialmente la frequenza delle risposte inserite.

Alcuni individui, infatti, in assenza della risposta idonea ad esprimere la propria posizione potrebbero ripiegare sulla scelta di una tra quelle presentate. È evidente che in questa circostanza si avrebbe una distorsione nei risultati.

- gonfiare il numero delle mancate risposte.

In entrambi i casi può accadere che l'errore non venga individuato. La presenza della modalità *Altro* potrebbe invece costituire un campanello d'allarme per mettere in luce tali eventuali situazioni, sebbene non sia ragionevole pensare di poter rimediare all'errore commesso ristrutturando a posteriori la domanda con l'inclusione dei casi specificati nella modalità *altro*.

Tale modalità di risposta ha inoltre il pregio di raccogliere i casi *rari* evitando che alcuni individui si sentano psicologicamente in difficoltà per non riconoscersi in alcuno degli *item* previsti.

Un ulteriore accorgimento è necessario per evitare malintesi e ambiguità delle domande strutturate: le modalità di risposta non devono sovrapporsi in alcun modo. È chiaro che se le modalità di risposta sono incompatibili tra di loro non si possono sovrapporre (si pensi ad esempio allo stato civile) ma quando questo non accade occorre studiare con cura la loro articolazione.

Esempio:

Non si può chiedere ad un individuo se legge libri di narrativa e/o libri di fantascienza. È evidente infatti che alcuni libri di fantascienza possono a pieno titolo essere definiti di narrativa. Un individuo che legga tali libri potrebbe, a sua discrezione, indicare l'una o l'altra o entrambe le due risposte e soprattutto, quel che è peggio, individui diversi risponderanno in base a criteri diversi così che non avremo più omogeneità nei risultati.

L'esempio è banale ma sottolinea l'importanza di proporre modalità di risposte in un certo senso disgiunte. Tale problema è fondamentalmente un problema di definizione e prescinde in parte dalla natura del fenomeno, sebbene alcuni fenomeni si prestino più facilmente ad essere correttamente strutturati.

Le domande strutturate presentano alcuni notevoli vantaggi:

- La codifica viene effettuata sul campo direttamente per mano degli intervistatori o del rispondente nel caso di questionario autocompilato. Questo riduce in misura consistente i tempi di elaborazione e gli errori di codifica.
- Riducono gli errori di trascrizione degli intervistatori poiché devono semplicemente barrare la casella indicata dal rispondente.
- Su fatti o comportamenti, costituiscono un aiuto per il rispondente perché sollecitano la memoria.
- Facilitano il compito del rispondente perché non comportano sforzi eccessivi di elaborazione.

Accanto a questi vantaggi esse possono anche presentare i seguenti rischi:

- Se la lista delle risposte inserite è molto lunga l'ordine con cui vengono lette le risposte può influenzare gli intervistati e pro-

I vantaggi delle domande strutturate

Gli svantaggi delle domande strutturate

dure artificiose concentrazioni di frequenza in corrispondenza delle prime o ultime modalità che vengono più facilmente memorizzate.

- Possono indurre scelte non ragionate dovute a forme di acquiescenza, in particolar modo quando le domande riguardano opinioni, motivazioni o atteggiamenti.

Per quanto detto tali domande sono particolarmente indicate per studiare fatti, comportamenti e in generale tutti i fenomeni di cui sia noto il campo di variazione. Per ricerche su atteggiamenti o motivazioni è consigliabile che si effettui un'indagine esplorativa prima di procedere alla strutturazione poiché tali aspetti presentano una variabilità indubbiamente più accentuata e quindi un rischio maggiore che qualche fattore importante venga trascurato.

Nel caso che le alternative presentate siano numerose e il questionario venga somministrato per intervista diretta è consigliabile che vengano utilizzati dei cartellini che riportino gli *item* della domanda. Tali cartellini verranno fatti leggere al rispondente il quale si troverà in questo modo facilitato nell'indicare la risposta più adatta.

4 - LE DOMANDE CHIUSE

Tra le domande strutturate un caso limite è costituito dalle domande chiuse, le quali presentano soltanto due o tre modalità di risposta.

Generalmente vengono utilizzate per verificare la presenza-assenza di un fenomeno. Naturalmente esse hanno tutti gli inconvenienti delle domande strutturate, ma il numero ridotto di modalità non comporta difficoltà per l'intervistato: è più facile rispondere sì o no piuttosto che scegliere in una lista di possibili risposte. Spesso queste domande assumono la funzione di domande filtro e vengono efficacemente impiegate per individuare particolari sottogruppi di popolazione ai quali sottoporre domande più specifiche su uno degli obiettivi della ricerca:

Esempio:

«Lei ha acquistato un'automobile negli ultimi 6 mesi?»

sì 1
no 2

L'impiego di questa domanda può essere utile per isolare il gruppo di coloro che hanno acquistato un'automobile per porre, soltanto a loro, una batteria di domande sull'automobile acquistata.

5 - COME SCEGLIERE TRA UNA DOMANDA APERTA E UNA STRUTTURATA

Si è già accennato in precedenza che per indagini su vasta scala l'utilizzo di domande aperte può introdurre notevoli complicazioni perché comporta l'effettuazione della codifica d'ufficio, la quale è operazione lunga e difficile.

In effetti molte volte, a ben vedere, la scelta tra domande aperte e domande strutturate si configura come una scelta tra strutturare in anticipo le risposte o strutturarle a posteriori. Sembrerebbe dunque che le domande aperte non abbiano diritto di cittadinanza nelle indagini statistiche di grande dimensione. Se questo è vero per la maggior parte delle indagini Istat, ciò non toglie che esistano eccezioni di grande rilievo. Si pensi, ad esempio, alla domanda sulla *professione esercitata* fatta nel censimento della popolazione o a quella sulla *attività economica prevalente* fatta nello stesso censimento e presente anche in quello sulle imprese e sul commercio. In altri casi, inoltre, si chiede agli individui rispondenti di procedere a valutazioni o calcoli di quantità (es. quanti libri ha acquistato nel corso degli ultimi 12 mesi?). Tali domande hanno la natura di domande aperte perché, poste in forma libera, non impongono classi all'interno delle quali collocare la risposta. In questi casi come stabilire se lasciare aperta la risposta, eventualmente rimandando a una strutturazione di ufficio, o strutturarla in anticipo?

I criteri che devono guidare, oltre la considerazione dei rispettivi pregi e difetti, sono:

I criteri guida

L'utilizzo che si prevede di fare della variabile nella fase di analisi dei risultati.

Il livello di accuratezza richiesto e/o le aggregazioni previste.

La natura e il grado di conoscenza del fenomeno.

Evidentemente questi tre criteri interagiscono tra loro e caso per caso andrà stabilito quale criterio debba prevalere.

Il primo criterio richiede che venga stabilito se la variabile coinvolta dovrà venire utilizzata come variabile di classificazione o come variabile di studio. Tale utilizzo non è sempre chiaro ed univoco. Si pensi ad esempio all'attività economica, essa potrebbe essere utilizzata come variabile classificatoria (come accade nell'indagine sulle forze di lavoro, in quella sulle strutture e i comportamenti familiari ecc.), ma potrebbe anche costituire una variabile specifica da indagare come si è verificato in occasione del censimento industriale e commerciale, in cui era certamente tra le

Il tipo di variabile

più importanti variabili oggetto di studio se non la più importante.

Lo stesso criterio si applica naturalmente anche nel caso di variabili quantitative. Se il reddito deve essere utilizzato per classificare gli individui e produrre incroci del tipo classe di reddito per tipo di vacanza effettuata, sarà sufficiente ed adeguato strutturare in anticipo le classi di reddito, ma se deve essere studiata la variabilità del reddito al variare, ad esempio, della ripartizione territoriale, non si può procedere alla strutturazione perché verrebbe preclusa ogni analisi più approfondita. Ogni volta che si procede ad una strutturazione si va incontro, infatti, ad una inevitabile perdita di informazione.

Il grado di accuratezza

Il secondo criterio esprime la necessità che il grado di accuratezza desiderato per le variabili oggetto di studio venga stabilito in anticipo. Si supponga, per esempio, di voler fare una ricerca sul fenomeno della lettura. Il ricercatore potrebbe non essere interessato a distinguere tra gli individui che hanno letto 35 oppure 38 libri negli ultimi dodici mesi. Può accadere che ai suoi fini sia sufficiente distinguere tra chi ha letto: nessun libro, da 1 a 5 libri, da 6 a 12 libri, oltre 12 libri.

Se l'obiettivo è questo, perché sottoporre l'individuo ad uno sforzo inutile chiedendogli esattamente il numero di libri letti? È consigliabile alleggerire il compito del rispondente ogni volta che sia possibile, perché la collaborazione concessa può essere compromessa da un carico eccessivo di sforzi di elaborazione e potremmo inoltre rischiare di ottenere dati non attendibili.

La natura del fenomeno

Il terzo criterio è una guida molto utile non soltanto per decidere se strutturare o lasciare aperta una domanda, ma anche per definire le modalità di risposte. Talvolta, infatti, i valori che il fenomeno può assumere sono noti interamente o quasi interamente a priori. Ad esempio, si conosce il campo di variazione delle altezze di un individuo adulto o i corsi di laurea esistenti nelle Università italiane. Non sono noti, invece, tutti i possibili motivi per cui alcune persone dipingono o le opinioni che i lavoratori hanno del loro posto di lavoro. In casi come questi, allora, imporre forzatamente una struttura alle risposte potrebbe produrre un effetto di «gabbia» sugli individui i quali, piuttosto che scegliere una definizione in cui si riconoscono molto poco o per niente, preferiscono non rispondere.

Se, dunque, la natura del fenomeno e il grado di conoscenza che se ne ha non sono tali da consentire una strutturazione si deve ricorrere ad una domanda aperta. Imporre a tutti i costi delle classi che non abbiano riscontro nella realtà porta a risultati inutilizzabili.

6 - IL PROBLEMA DEI «NON SO»

Un problema ampiamente dibattuto e su cui vale la pena soffermarsi è il cosiddetto problema dei 'non so'. Il *non so* dovrebbe significare che un individuo non è effettivamente in grado di rispondere, perché non ha riflettuto sull'argomento o perché è indeciso tra le risposte suggerite. La risposta *non so* talvolta viene però data impulsivamente senza riflettere: in tali casi con l'utilizzo di tecniche di *probing* (*) si riesce ad avere una risposta diversa. Ciò significa che dando il tempo sufficiente e lo stimolo a riflettere questi individui superano il momentaneo imbarazzo e riescono a decidersi per una delle modalità proposte. Il problema è se la modalità *non so* debba venire esplicitata nelle risposte. Il semplice fatto che venga inserita e letta potrebbe costituire un 'escamotage' per tutti quelli che hanno magari delle momentanee perplessità, per i 'pigri' o in generale per coloro che dovrebbero pensarci un po' prima di rispondere. Piuttosto che dire «Può darmi un momento per riflettere?» tali individui si appiglierebbero al salvagente rappresentato da quel *non so*. Una prima soluzione al problema può essere quella di non inserire affatto tale item e di istruire gli intervistatori a cercare di ottenere una risposta valida. Questa pratica, a nostro avviso, è molto rischiosa perché tende a forzare la mano al rispondente, il quale, dietro insistenza, potrebbe alla fine indicare a caso una qualsiasi delle voci elencate. Un altro approccio è quello che consiste nel prevedere il *non so* tra le modalità di risposta ed istruire gli intervistatori a non leggerla, accettandola solo nel caso che venga spontaneamente espressa dall'intervistato. Tale soluzione è una via intermedia fra il non inserirla affatto e il proporla all'intervistato. Naturalmente è una soluzione praticabile solo nel caso di intervista diretta.

«Pigri» o davvero indecisi?

Soluzioni possibili

Il caso dell'autocompilazione

In un questionario autocompilato tale modalità va presentata, per due motivi:

- L'individuo non è posto in una condizione di pressione psicologica o di fretta per cui, se vuole, ha tutto il tempo di riflettere e di decidere a ragion veduta.
- In assenza di tale voce e quando non sia effettivamente in grado di rispondere, è verosimile che trascuri del tutto la domanda. Il risultato sarebbe una mancata risposta che di per sé non è affatto preferibile ad un *non so*.

(*) Tali tecniche sono esaminate e illustrate nel Fascicolo 3 nella parte dedicata all'intervista.

I test condotti hanno fornito stime delle differenze indotte sul numero dei *non so* dai due diversi trattamenti messi a confronto. I risultati sembrano confermare che nei casi in cui tale item viene proposto espressamente il numero degli indecisi è sensibilmente maggiore. Tuttavia questo semplice dato di fatto nulla ci dice sulla validità delle risposte ottenute: non siamo in grado di valutare se la riduzione dei *non so* nel caso che l'item non venga letto sia dovuto ad effettiva presa di posizione del rispondente o al suo ripiegare casualmente su altre risposte. In assenza di sperimentazioni più approfondite ci sembra comunque che, operativamente, la soluzione di inserirla senza farla leggere presenta i rischi minori.

7 - UNA TECNICA PARTICOLARE PER PORRE LE DOMANDE STRUTTURATE

Domande aperte
e domande
strutturate

Si è detto in precedenza che uno degli inconvenienti delle domande strutturate è la possibilità che gli individui forniscano risposte indotte da forme di acquiescenza o che si lascino in vario modo condizionare dalle modalità proposte.

Per aggirare questo problema si può adottare una soluzione in un certo senso intermedia tra porre la domanda aperta e porre la domanda strutturata. Tale soluzione consiste nello strutturare la domanda ma farla leggere dall'intervistatore come una domanda aperta, senza leggere cioè, le risposte previste. L'intervistato, quindi, non le conosce e risponderà liberamente, a proprio giudizio. L'intervistatore dovrà stabilire direttamente sul campo, a quale classe, tra quelle presenti, attribuire la risposta data. (Si veda ad esempio la domanda sui motivi della non-ricerca di lavoro presente nel questionario dell'indagine sulle forze-lavoro).

Tale approccio presenta, rispetto alla validità e attendibilità delle risposte, tutti i pregi di una domanda aperta, ma comporta i seguenti *inconvenienti*:

- l'intervistatore può non comprendere la risposta o interpretarla in modo sbagliato;
- la distribuzione delle risposte ottenute varia da intervistatore ad intervistatore. Individui diversi, infatti, possono attribuire differenti interpretazioni a risposte anche simili.

Questa tecnica, dunque, enfatizza, il ruolo dell'intervistatore al quale viene attribuito il compito di decidere oltretutto di registrare le risposte. Ne consegue che vi si può fare ricorso in casi estremi, quando si abbiano seri dubbi sul potere condizionante della domanda e si disponga di intervistatori molto preparati.

8 - COME STRUTTURARE LE DOMANDE

A quali fonti o informazioni può ricorrere il ricercatore per selezionare la gamma delle risposte da proporre?

Ovviamente egli dovrà documentarsi a fondo sul problema ma a volte tale documentazione non è sufficiente. Alcune domande pongono seri problemi nella fase di strutturazione e il ricercatore non può confidare esclusivamente su quanto egli conosce della materia trattata. La sua percezione del fenomeno può essere limitata e non consentirgli di cogliere tutti gli aspetti esistenti. Per aiutarsi egli può allora:

Effettuare un'indagine esplorativa.

Prendere contatto con enti ed organizzazioni o esperti che eventualmente agiscono nel settore.

Trarre spunto da altre indagini condotte sullo stesso argomento, o simili.

L'indagine esplorativa è una ricerca condotta su un numero alquanto contenuto di unità nel corso della quale si sottopongono agli intervistati domande in forma *aperta*. Le risposte raccolte con questo campione serviranno a guidare il ricercatore nella strutturazione delle modalità di risposta da inserire nel questionario dell'indagine.

Indagine
esplorativa

Il ricorso ad enti, organismi o esperti che a vario titolo si occupano dell'argomento (se esistono) può talvolta rivelarsi un efficace strumento di aiuto, perché spesso la classificazione e conseguentemente la terminologia da essi utilizzata è quella con cui a livello divulgativo si conosce la materia. Dovendo ad esempio articolare le modalità di una domanda sulla pratica degli sports o sull'interesse a loro dedicato si trarrebbero certamente delle buone indicazioni entrando in contatto con rappresentanti del CONI.

Ricorso ad
esperti

La terza fonte segnalata è quella a cui si fa più spesso ricorso. Accade di frequente, infatti, che alcune domande vengano per così dire 'prese in prestito' da altre indagini. Questa pratica è utile per le domande sulle variabili di classificazione e ha il pregio di standardizzare, per via indiretta, la formulazione di tali domande. In ogni caso, trattandosi di variabili comuni a moltissime indagini dell'Istituto, si avrà senz'altro un valido riferimento anche per scegliere i livelli di aggregazione.

Gli «spunti» da
altre indagini

Per le domande sulle variabili specifiche dell'indagine questa pratica può essere utile ma comporta *rischi considerevoli*. Infatti:

- Mutuando la casistica del questionario di altre indagini non si è garantiti che essa sia esaustiva. Il vantaggio ricavato nel disporre in tempi brevi di una soluzione può essere drasticamente vanificato dalle conseguenze che, come abbiamo visto, tale eventuale non completezza comporta. Occorre, quindi, prestare un'attenzione particolare a questo aspetto.
- Può accadere che la casistica utilizzata in altri tempi, anche se recenti, abbia perso l'originale potere discriminatorio. Specialmente per domande su motivazioni e atteggiamenti i tempi con cui essi subiscono diffusi cambiamenti sono, a volte, molto brevi e quindi si corre il rischio di proporre modalità di risposta in un certo senso superate.
- Se tale operazione viene effettuata con indagini di altri Paesi può accadere che non si conformino ad una realtà culturale diversa. Molte abitudini e atteggiamenti sono fortemente condizionati da culture e tradizioni nazionali. L'articolazione delle risposte risente molto di tale differenza e quindi può non essere calzante se riproposta nel contesto di un paese diverso.

In conclusione, è lecito trarre spunto da altri questionari, ma in generale questi spunti vanno presi 'con le molle'. Il vantaggio che se ne può trarre, quando vengano utilizzati con la massima cautela, potrebbe trasformarsi in una fonte di errore sistematico se tale attenzione non viene prestata al massimo grado.

9 - A CHE DETTAGLIO ARRIVARE

Abbiamo già detto che nel definire le modalità di risposta per una domanda strutturata occorre tener conto, principalmente, del piano di analisi previsto.

A volte però ci si trova a trattare dei fenomeni che, per loro natura, presentano un elevato rischio di omissioni e inesattezze.

Contro questo rischio ci si può tutelare presentando agli intervistati una casistica molto ampia e particolareggiata di risposte che in un certo senso solleciti da parte loro una più accurata registrazione degli eventi, aiutandoli a ricostruire tutti gli aspetti costitutivi del fenomeno.

Esempi:

a) Uno degli obiettivi dell'indagine mondiale sulla fecondità (Word Fertility Survey) era rappresentato dalla conoscenza e dalla diffusione dei metodi contraccettivi. Per ottenere questa informazione veniva presentata una prima domanda aperta con la quale l'intervistata doveva segnalare quali metodi contraccettivi conosceva e una seconda domanda che prevedeva una lista di altri metodi contraccettivi con relativa sommaria descrizione; per ciascuno veniva richiesto all'intervistata se li conosceva. Si è così provato che la conoscenza di metodi contraccettivi risulta largamente sottostimata utilizzando la sola prima domanda perché molte persone escludono spontaneamente dalla lista alcune pratiche tradizionali (come il coitus interruptus), che non richiedono il ricorso a strutture esterne al nucleo familiare.

b) L'indagine sui consumi delle famiglie fornisce un altro classico esempio di quanto talvolta sia necessario scendere ad un elevato livello di dettaglio non tanto o non solo per avere in sé informazioni così altamente dettagliate, quanto per avere una accurata stima del totale del fenomeno determinato, per somma o ricomposizione di singoli casi elementari.

Il questionario di questa indagine presenta il seguente albero di classificazione:

	A	B	C
			— <i>pane, grissini, fette biscottate</i>
		Farinacei	— <i>riso, creme di riso</i>
Generi alimentari e bevande		Carni	— <i>vitello, vitellone</i>
		Bevande	— <i>pollame</i>
Articoli, servizi e beni durevoli	
Pasti e consumazioni fuori casa	

Come si vede l'ultimo livello di raffinamento (c) arriva ad un dettaglio notevole che oltrepassa gli obiettivi conoscitivi dell'indagine.

Non si fornisce infatti l'informazione a questo livello ma solo fino al secondo (farinacei, carni ecc...).

Ciò nonostante è necessario presentare una casistica così analitica per guidare il rispondente nel compito di stilare un resoconto *completo* delle spese effettuate in modo che la stima complessiva delle spese sostenute sia quanto più precisa possibile.

Come è evidente il problema consiste qui nel determinare il livello di dettaglio idoneo e sufficiente a garantire la completezza dell'informazione senza sovraccaricare il compito del rispondente.

I fenomeni che presentano questi rischi di sottovalutazione nella maggior parte dei casi sono noti a priori al ricercatore.

Rientrano in questa sfera fenomeni che derivano da una pluralità di fonti (reddito, consumi) o che si presentano in un gran numero di forme (le malattie) o che sono fortemente influenzati da condizionamenti culturali (aborti, metodi contraccettivi).

In questi casi il ricercatore sa in anticipo di dover usare simili accorgimenti. In altri casi meno esemplari e meno noti la decisione va presa ricorrendo ad una indagine esplorativa dalla quale ricavare indicazioni sul dettaglio necessario.

10. LE DOMANDE MULTIRESPONSE

Un criterio molto importante in base al quale si possono classificare le domande è il numero di risposte ammesse; si possono, infatti predisporre due tipi di domande:

le domande che ammettono più risposte (multiresponse)

le domande che ammettono una sola risposta.

Esempio:

La domanda «In quale giorno della settimana ha ricevuto questo questionario?»

- | | |
|--------------------|----------------------------|
| Lunedì | 1 <input type="checkbox"/> |
| Martedì | 2 <input type="checkbox"/> |
| Mercoledì | 3 <input type="checkbox"/> |
| Giovedì | 4 <input type="checkbox"/> |
| Venerdì | 5 <input type="checkbox"/> |
| Sabato | 6 <input type="checkbox"/> |
| Domenica | 7 <input type="checkbox"/> |
| Non so/non ricordo | 8 <input type="checkbox"/> |

ammette una sola possibile risposta, mentre la domanda: «In quale o in quali giorni della scorsa settimana lei è stato assente dal posto di lavoro per l'intera giornata lavorativa?»

- | | |
|--------------------|----------------------------|
| Lunedì | 1 <input type="checkbox"/> |
| Martedì | 2 <input type="checkbox"/> |
| Mercoledì | 3 <input type="checkbox"/> |
| Giovedì | 4 <input type="checkbox"/> |
| Venerdì | 5 <input type="checkbox"/> |
| Sabato | 6 <input type="checkbox"/> |
| Non so/non ricordo | 7 <input type="checkbox"/> |

ammette una o più risposte perché evidentemente si può essere stati assenti per più giorni dal posto di lavoro.

Tale scelta dipende naturalmente, in primo luogo, dalla presenza di incompatibilità o meno tra le risposte.

È possibile; in alcuni casi, ricondurre una domanda multiresposta ad una domanda a risposta singola, adottando il criterio della prevalenza (espresso a volte come abitudine, come elemento principale o altro) introducendo così una incompatibilità indotta tra le modalità di risposta. Questa scelta è dettata dagli obiettivi specifici del ricercatore.

Negli altri casi, quando si accettano più risposte, la domanda può essere lasciata aperta o può venire strutturata.

Le domande multiresposte aperte presentano gli stessi vantaggi e inconvenienti delle domande aperte in generale, tranne, ovviamente, il fatto che comportano, rispetto ad una corrispondente aperta a risposta singola, una mole di lavoro più pesante nella fase di codifica. Infatti, oltre alle difficoltà derivanti dal numero più elevato di risposte date, si presenta il problema di stabilire se le risposte sono effettivamente diverse tra loro, e quindi vadano codificate in voci diverse o se sia talvolta il caso di raggruppare alcune delle risposte perché individuano lo stesso aspetto o la stessa dimensione di un fenomeno.

Se il questionario viene autocompilato, tali difficoltà potrebbero essere accresciute poiché, in assenza dell'intervistatore, non si possono usare tecniche di *probing* (3) per verificare la congruenza tra domanda e risposta data e quindi può facilmente accadere che vengano indicate numerose risposte, delle quali alcune esulano dal campo di interesse ed altre si sovrappongono tra loro.

Queste domande si rivelano molto utili nella fase esplorativa dell'indagine, laddove vengono utilizzate proprio allo scopo di individuare le dimensioni di un fenomeno sconosciuto, perché consentono di ricavare numerose informazioni. In altre parole, quello che potrebbe essere visto come un rischio per l'indagine definitiva può configurarsi come un vantaggio nella indagine esplorativa.

Un metodo molto utile per elaborare queste risposte è, oltre a quello consueto di studiare le distribuzioni di frequenza, il metodo dell'analisi fattoriale (4) (o più in generale di alcune tecniche di analisi multivariata), il quale può estrarre e portare all'evidenza i fattori principali sottostanti alla varietà di risposte fornite. Tali fattori possono costituire un efficace criterio di discriminazione per costruire gli items di una domanda strutturata.

Quando le modalità di risposta di una domanda strutturata non sono tra loro incompatibili, siamo in presenza di una multiresposta strutturata.

(3) Le tecniche di *probing* e il loro utilizzo sono affrontate nel fascicolo 3 nella parte dedicata all'intervista. Qui è il caso di accennare il fatto che sono metodi per accertare e approfondire risposte generiche e/o confuse.

(4) Il pregio di tale tecnica è di poter estrarre un numero limitato di dimensioni fondamentali da un numero molto più esteso di variabili originarie.

Le multiresposte aperte

Le multiresposte strutturate

Si supponga di aver strutturato la seguente domanda da porre a coloro che hanno dichiarato di leggere periodici:

«Quale genere di periodici legge abitualmente?»

1. Informazione generale
2. Femminili
3. Arte, Scienze umane e sociali
4. Scienze esatte ed applicate, Tecnica
5. Fotoromanzi e fumetti per adulti
6. Per bambini e ragazzi
7. Altro genere

Le modalità proposte non sono tra di loro incompatibili. Può tranquillamente accadere che un individuo legga periodici di diverso genere. In questo caso la domanda ammette più di una risposta e può essere presentata in due diversi modi:

A) «Quale genere di periodici legge?»
(si possono fornire più risposte)

- | | | |
|--------------------------------------|---|--------------------------|
| Informazione generale | 1 | <input type="checkbox"/> |
| Femminili | 2 | <input type="checkbox"/> |
| Arte, scienze umane e sociali | 3 | <input type="checkbox"/> |
| Scienze esatte ed applicate, tecnica | 4 | <input type="checkbox"/> |
| Fotoromanzi e fumetti per adulti | 5 | <input type="checkbox"/> |
| Per bambini e ragazzi | 6 | <input type="checkbox"/> |
| Altro genere | 7 | <input type="checkbox"/> |

B) «Quale genere di periodici legge?»

- | | Sì | No |
|--------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Informazione generale | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| Femminili | 1 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| Arte, Scienze umane e sociali | 1 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| Scienze esatte ed applicate, Tecnica | 1 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| Fotoromanzi e fumetti per adulti | 1 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| Per bambini e ragazzi | 1 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> |
| Altro genere | 1 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> |

I casi, A e B, ammettono entrambi una pluralità di risposte, ma la forma adottata nel caso B è concettualmente molto diversa. A ben guardar qui la domanda è articolata in sette domande chiuse, ad ognuna delle quali è, dunque, possibile rispondere SÌ o NO; essendo in realtà sette domande è evidente che per ognuna di esse si deve avere una risposta (in questo caso un SÌ o un, NO ma in casi più complessi si potrebbe anche prevedere una più estesa casistica). Con tale impostazione è automatico identificare gli

errori di dimenticanza dell'intervistatore, i quali sono individuati da assenze di biffature in corrispondenza di uno degli items predisposti. Nel caso A, invece, non saremmo in grado di enucleare tali errori. Tale formulazione è dunque da preferire perché contiene in sé anche una forma di controllo di qualità in un certo senso automatico.

11. LE DOMANDE GERARCHIZZATE

Le domande gerarchizzate sono quelle in cui viene chiesto al rispondente di classificare in ordine di importanza un certo numero (fisso o variabile) di modalità di un fenomeno.

Esempio:

«Può indicarmi, in ordine di preferenza, a quali tipi di negozi lei ricorre per fare acquisti di generi alimentari?»

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| Supermercati | <input type="checkbox"/> |
| Negozi al dettaglio | <input type="checkbox"/> |
| Mercati coperti o all'aperto | <input type="checkbox"/> |
| Altro negozio | <input type="checkbox"/> |
| Non so | <input type="checkbox"/> |

In questo caso si chiede al rispondente di mettere in ordine di importanza quattro diverse fonti di approvvigionamento per beni alimentari.

In domande come questa è importante tenere presenti alcuni accorgimenti:

- È necessario garantirsi che il rispondente sia in grado di valutare tutte le risposte previste. Per tale motivo queste domande vanno poste su argomenti semplici e alla portata di tutti gli intervistati.
- Il numero delle voci da ordinare in gerarchia non deve essere troppo elevato, a meno che ciò non sia assolutamente necessario ai fini della ricerca, poiché lo sforzo di elaborazione e di memoria implicato da tali domande è notevole.
- Nel caso di domande gerarchizzate strutturate è bene prevedere l'utilizzo di un cartellino che, in parte, può alleviare lo sforzo del rispondente.

Nel caso in cui venga chiesto di mettere in ordine di importanza un *sottoinsieme* delle modalità proposte si avrà una domanda *gerarchizzata in misura parziale*. Il rispondente dovrà, quindi, dapprima stabilire quali modalità siano per lui importanti e successivamente mettere in ordine di preferenza le prime tra queste.

Quante di queste è un obiettivo che il ricercatore deve stabilire in anticipo, tenendo presente quanto già detto sul numero massimo ragionevolmente raggiungibile. Il vantaggio di tale formulazione è che i rispondenti, avendo selezionato personalmente le modalità, saranno quasi certamente in grado di stabilire la gerarchia richiesta. L'informazione che si ricava da una domanda gerarchizzata è, in un certo senso, superiore a quella ricavabile da una corrispondente multiresposta non gerarchizzata, poiché consente di determinare la struttura delle preferenze, ma queste domande vanno usate con cautela all'interno del questionario. Esse appesantiscono il compito dell'intervistatore e di chi risponde. Inoltre, nei casi in cui sia consentita la risposta proxy (risposta data da altri individui in sostituzione dell'intervistato) tali domande non dovrebbero essere inserite perché la struttura delle preferenze è a carattere tipicamente personale e gli altri componenti della famiglia difficilmente potrebbero fornire così complesse indicazioni.

CAPITOLO 6 - IL LINGUAGGIO: COME FORMULARE QUESITI CON LO STESSO SIGNIFICATO PER TUTTI I RISPONDENTI

1. LA FORMULAZIONE DEI QUESITI

Affinché i dati relativi a ciascuna unità siano comparabili è necessario che le domande di un questionario siano formulate in modo da rappresentare lo stesso stimolo per tutti i rispondenti. Un rispondente che non sa cosa significa una parola non potrà dare una risposta accurata, ma solo approssimativa. Un altro rispondente potrà capire qualcosa di diverso da ciò che intendeva il ricercatore. Se questo accade, la risposta non può essere considerata come una valida misura di un fenomeno, ambiguità vengono indotte nei risultati e il ricercatore non potrà più interpretare correttamente i dati.

Due sono gli interrogativi che bisogna porsi, quindi, una volta formulato un quesito. Fino a che punto si è riusciti a formulare la domanda con un vocabolario che permette la comunicazione? Fino a che punto alla unidimensionalità del concetto corrisponde un'unidimensionalità dei significati dei rispondenti?

Le variazioni nell'interpretazione, infatti, possono essere individuali: ogni persona può interpretare singoli termini in modo diverso a partire da esperienze personali distinte. Ma le variazioni possono anche riguardare interi gruppi di individui: in un paese come l'Italia caratterizzato da una forte variabilità territoriale anche da un punto di vista linguistico, ci si può trovare di fronte al problema che in particolari zone determinati vocaboli non siano compresi, o siano assunti con significati completamente diversi.

Bisogna quindi, valutare quali domande, o singole parole possono essere condizionate da differenze culturali nell'uso e trovare strumenti per evitare la presenza di ambiguità nei significati.

Per raggiungere tale obiettivo alcuni accorgimenti possono essere presi in relazione al vocabolario utilizzato e alla forma scelta per la formulazione delle domande.

Di tali accorgimenti si parlerà nei paragrafi successivi. Va, comunque, sottolineato che spesso è necessario testare il questionario proprio in relazione al significato che certe parole o domande assumono per il rispondente.

2. LA SCELTA DELLE PAROLE

«Il linguaggio è sempre ambiguo per quanto riguarda l'esatto significato di ciò che esprime» diceva Whitehead.

Ricerca
le parole
«giuste»

Va precisato che tanto più le parole sono ambigue, tanto più l'individuo deve basarsi sulla propria esperienza, sul proprio punto di vista per dar loro un significato. La ricerca della parola 'giusta' è quindi un aspetto fondamentale. Ma bisogna chiedersi 'giusta' in relazione a che cosa?

Due sono gli aspetti fondamentali da prendere in considerazione.

L'argomento su cui si vuole indagare

La popolazione di riferimento

Mentre il primo aspetto è di immediata comprensione, il secondo richiede maggiore attenzione. Quando si formulano le domande bisogna, infatti, utilizzare termini che siano comprensibili all'insieme dei rispondenti che si hanno di fronte. Non esiste, quindi, un linguaggio facile o difficile in assoluto. Possono presentarsi casi differenti. Il più diffuso all'Istat è quello delle indagini presso le famiglie. I rispondenti presentano livelli culturali differenziati, possono anche non possedere titolo di studio. In tal caso il linguaggio deve essere familiare anche agli intervistati con più basso livello culturale. Raggiungere tale obiettivo non è certo semplice, ma è di vitale importanza dal punto di vista della validità dei risultati. Alcuni *accorgimenti* possono essere adottati in questo senso. Sono quelli proposti di seguito:

Alcuni
accorgimenti
possibili

Usare termini semplici

Ciò significa adottare un vocabolario di comprensibilità immediata, termini dell'esperienza comune sui quali ci sia bisogno di meno chiarimenti possibili.

Evitare termini tecnici

La maggior parte di coloro che preparano un questionario ha un'educazione di livello universitario e può essere indotto a dare per scontato che certi termini siano nella generalità dai casi conosciuti. Questo secondo accorgimento, di eliminare l'uso dei termini non immediatamente comprensibili, è volto ad evitare che vengano utilizzati termini che sono conosciuti soltanto da un sottogruppo della popolazione di riferimento.

Esempio:

«Secondo lei negli ultimi 10 anni la propensione a sposarsi è aumentata, diminuita, o rimasta uguale?». La parola propensione è un termine tecnico non conosciuto da ampi settori di popolazione. Se l'obiettivo del quesito è verificare se la gente percepisce il calo dei matrimoni, è meglio essere più 'imprecisi' tecnicamente, ma più chiari per i rispondenti. È meglio, quindi, formulare così: «Secondo lei negli ultimi 10 anni, i matrimoni sono aumentati, diminuiti o rimasti uguali?».

Allargare il vocabolario del rispondente

Quando è indispensabile utilizzare termini tecnici o giuridici è necessario affiancarvi spiegazioni verbali o illustrative del termine che si sta esplicitando. Ciò è ancora più importante quando il termine è anche conosciuto, in diverse accezioni.

Una tattica che può, quindi, essere adottata è quella di allargare il vocabolario del rispondente tramite la spiegazione del vocabolo espresso ogni volta che si valuti la necessità di utilizzare vocaboli non familiari a tutti i rispondenti.

Usare termini precisi

La chiarezza e la precisione sono due imperativi nella scelta dei vocaboli. Vanno assolutamente evitate parole con doppio significato e con elementi di ambiguità.

Non utilizzare parole con significato dispregiativo o elogiativo

L'utilizzo di tali termini può introdurre problemi di natura psicologica e provoca distorsioni nella risposta.

Evitare l'utilizzo di locuzioni particolari poco conosciute

Nel linguaggio comune vengono spesso utilizzate locuzioni che inserite in un questionario rischiano di creare unicamente confusione. È il caso di «Prendendo in considerazione tutti i fattori.....», «Nell'ipotesi che.....», «Ammesso che sia il caso.....», ecc.....

Se questi sono alcuni accorgimenti minimi da adottare nei confronti di una popolazione in senso lato (le famiglie italiane), non è detto che debbano esserlo per sottogruppi particolari della popolazione. Una cosa è, infatti, rivolgersi alla gente comune per avere l'informazione sulle malattie avute in un certo periodo, altra cosa è rivolgersi ai medici.

Nel primo caso non potremmo utilizzare termini tecnici poco conosciuti, perché non saremmo compresi.

Lo sforzo dovrebbe essere concentrato nel trovare i termini adeguati per definire le diverse malattie in modo tale da essere compresi da tutti.

Nel secondo caso, quello dei medici, è proprio il non utilizzo di termini scientifici a impedire e/o distorcere la comunicazione. Non è escluso, infatti, che l'uso di termini approssimativi possa provocare irritazione, oltre che incomprensione nel rispondente.

È così che un questionario sulle condizioni di salute della popolazione si troverebbe ad essere composto da domande comple-

Termini diversi
per interlocutori
diversi

tamente differenti dal punto di vista del vocabolario, a seconda del rispondente prescelto: medico o famiglia.

Tenere a mente la popolazione di riferimento è, quindi, punto cruciale, se si vuole adottare un linguaggio adeguato.

3. LA COSTRUZIONE DELLE FRASI

Alcuni accorgimenti possono essere adottati anche nella costruzione delle frasi che compongono le domande.

Quando vengono formulate le domande è sempre bene tener presente la competenza dell'intervistato, evitando di richiedere cose su cui l'intervistato non è in grado di rispondere. Si tratta di porre le domande giuste alle persone giuste. Superato questo primo aspetto la forma che devono assumere le domande è fondamentale.

Sono sconsigliate domande lunghe

Se un quesito si presenta troppo lungo, infatti, è più facile che il rispondente perda il filo del discorso e si confonda nella risposta.

Sono sconsigliate domande composte da più proposizioni

Spesso succede che per economizzare tempo e spazio si fondano più domande insieme: una tale situazione va assolutamente evitata perché è impossibile a posteriori stabilire se l'intervistato ha risposto a tutta la domanda, alla prima o alla seconda parte.

Esempio:

«Ritiene che per una persona come lei, in questo ente ci sia possibilità di sviluppare la propria professionalità, oppure ritiene che per una persona come lei ci siano migliori occasioni altrove?».

Questo tipo di domanda non va bene, prima di tutto perché la formulazione delle alternative è troppo involuta, in secondo luogo perché non sono realmente delle alternative. Se si prende la prima parte della domanda, questa può ottenere una risposta indipendentemente dalla seconda parte. Ciò significa che le domande sono, in realtà, due e che una formulazione del quesito fatta in questo modo, indurrà alcuni a rispondere alla prima parte della domanda, altri alla seconda.

Evitare la presenza di troppe precisazioni all'interno della domanda

Per non cadere nell'ambiguità, il ricercatore potrebbe essere tentato di introdurre continue precisazioni dei termini utilizzati.

Esempio:

«Lei studia regolarmente?» per studio si intende studio presso istituti pubblici,

privati o parificati di qualsiasi ordine e grado, per 'regolarmente' si intende 5 giorni su 7».

Come si vede la domanda risulta appesantita e difficilmente in questo modo l'intervistato potrà fornire una risposta precisa. Gli intervistatori saranno costretti e riformulare il quesito con parole proprie, pur di ottenere la risposta, e l'obiettivo di utilizzare lo stesso stimolo per tutti i rispondenti viene a cadere.

Evitare espressioni in negativo

I quesiti che fanno uso di negazioni risultano difficilmente comprensibili; è quindi, preferibile esprimerli in forma affermativa. Ciò vale ancora di più nei casi di doppia negazione.

Utilizzare esempi che indirizzino verso una corretta interpretazione della domanda

Ciò è consigliabile nel caso in cui l'esempio risulti particolarmente illuminante per il complesso degli intervistati.

CAPITOLO 7 – LA MEMORIA: COME FORMULARE QUESITI RETROSPETTIVI

1 L'EFFETTO RICORDO

Nell'impostazione di un'indagine può sorgere la necessità di sondare aspetti riguardanti il passato degli individui. Nel caso in cui l'indagine sia completamente incentrata sulla ricostruzione di avvenimenti passati si parla di indagine retrospettiva. Può anche accadere, però, che le esigenze conoscitive che riguardano il passato costituiscano solo un aspetto specifico dell'indagine stessa: in tal caso quesiti retrospettivi si combineranno con le altre domande del questionario. In ambedue i casi va tenuto presente il fatto che la memoria può alterare il passato; che gli individui ricordano o dimenticano in maniera selettiva. Inoltre, mentre la maggior parte delle persone ricorda i fatti più importanti della vita, difficilmente potrà ricordare i particolari. Può quindi, succedere che in relazione ad alcuni quesiti possa manifestarsi una mancanza di memoria. Ciò può incidere negativamente sulla qualità dei risultati in due sensi fondamentali:

Come si ricordano i diversi fatti della vita

L'individuo non può dirci qualcosa che ha dimenticato, quindi si verifica un primo tipo di errore di risposta: omissione di informazione.

Gli errori dovuti alla memoria

Tale errore aumenta all'aumentare delle lunghezze del periodo di ricordo del rispondente ed è comunque, legato alla capacità dell'individuo di ricordare: fattori quali l'età, la particolare importanza dell'evento, la delicatezza del tema, possono avere un ruolo molto importante in questo senso.

L'individuo può fornirci un'informazione errata, derivante da un'errata localizzazione temporale dell'evento. Si verifica così un secondo tipo di errore di risposta provocato dall'effetto telescoping.

Tale errore si riferisce ad uno spostamento all'indietro, o in avanti dell'evento stesso. L'errore in questo caso si esprime nel collocare all'interno del periodo di riferimento un evento verificatosi in data precedente o successiva all'intervallo, oppure di collocare al di fuori del periodo di riferimento un evento che si era verificato all'interno di esso. Per limitare questo tipo di spostamenti una tecnica che viene adottata è quella di 'chiudere' gli estremi del periodo di riferimento (cfr. Il sistema di controllo della qualità dei dati, Fascicolo 6).

Gli aspetti fondamentali da considerare per limitare il più possibile questi due tipi di errori di risposta sono:
● Identificare la forma più adeguata con cui può esprimersi il quesito retrospettivo in relazione agli obiettivi dell'indagine.

Come limitare gli errori dovuti alla memoria

- Individuare la lunghezza ottimale del periodo di riferimento.
- Prevedere l'approntamento di strumenti che aiutino gli individui a ricordare, nei casi in cui ciò si renda necessario.

La regola generale deve essere sempre di non affaticare l'intervistato più dello stretto indispensabile, di richiedere uno sforzo di memoria adeguato al fenomeno che si sta indagando, e in relazione ad avvenimenti cui l'intervistato possa realisticamente rispondere.

2. TIPI DI QUESITI RETROSPETTIVI

Esistono diversi modi per impostare quesiti relativi al passato. In relazione a ciascun fenomeno bisogna individuare il più adatto e tenere presente che tale scelta condiziona l'analisi e l'interpretazione dei risultati.

Il periodo di riferimento può essere lo stesso per tutti i rispondenti e in tal caso è fisso, delimitato da date di calendario.

Esempio:

Nell'indagine sulle vacanze del 1984 vennero rilevate le vacanze avvenute tra il 1 novembre 1984 e il 31 ottobre 1985. Indipendentemente dalla data dell'intervista le risposte sono riferite tutte allo stesso periodo.

Il periodo di riferimento è mobile, dipendendo dalla data dell'intervista, ma la sua durata è uguale per tutti i rispondenti.

Esempio:

«Nelle ultime due settimane è stato sempre in buona salute?»
È questo un quesito presente nell'indagine sulle condizioni di salute del 1983.

Il periodo di riferimento è diverso per ogni rispondente, sia negli estremi che nella durata.

Possono distinguersi due casi:

- quesiti in cui non si definisce il periodo di riferimento, ma si richiede quando si è verificato l'ultima volta un determinato evento.

È stato verificato tramite sperimentazione che la forma dell'ultima data in cui è avvenuto un determinato evento può essere preferita nel caso di eventi rari, ricordabili senza difficoltà (come la nascita di un figlio), o che accadono con frequenza facilmente prevedibile.

Esempio:

Nelle indagini sulla fecondità è preferibile chiedere l'ultima nascita datata piuttosto che il numero di nascite occorse nella famiglia in un certo periodo di tempo, per esempio cinque anni.

● Storie retrospettive

Si utilizzano storie retrospettive quando c'è bisogno di un'informazione più elaborata, con la specificazione delle date di tutti gli eventi oggetto di interesse.

Le storie retrospettive sono particolarmente efficaci quando si vuole ricostruire 'il periodo fecondo di una coppia', oppure i 'tempi di assorbimento dei laureati da parte del mercato del lavoro'; 'il curriculum vitae di alcune figure professionali'.

L'utilizzo di un tipo o un altro di quesiti retrospettivi implica interpretazioni differenti dei risultati.

Se si adotta il primo tipo, (periodo fisso), avremo il numero di vacanze effettuate dagli italiani tra il primo novembre 1984 e il 31 ottobre 1985, quindi per un anno specifico e non un anno in generale.

Se si adotta il secondo tipo (periodo mobile) avremo una misura che si riferisce alle ultime due settimane, non estendibili ad altre due settimane qualsiasi, nè tanto meno a un comportamento abituale.

Nel caso del terzo tipo relativo alle storie retrospettive l'analisi potrà essere condotta seriamente, solo considerando il problema della selezione e troncamento. Si dovrà ricorrere ad opportuni accorciamenti di storie di alcune generazioni ed esclusione di altre già troppo selezionate, in modo da ottenere insieme comparabili tra loro.

3. LA SCELTA DEL PERIODO DI RIFERIMENTO

Nella sezione precedente abbiamo fatto riferimento all'esistenza di diversi tipi di quesiti retrospettivi in relazione al carattere del periodo di riferimento. Vogliamo ora precisare due concetti che sono associati al periodo di riferimento:

Il periodo dell'indagine

Rappresenta il periodo effettivo in cui si svolge l'indagine. Può essere un giorno, una settimana, o diversi mesi a seconda della complessità ed estensione dell'indagine.

Il periodo di ricordo

È uguale alla lunghezza del periodo di riferimento più lo scosta-

Periodo di riferimento e interpretazione dei risultati

Periodo dell'indagine e periodo di ricordo

mento, se esiste, tra la fine di questo e il momento dell'intervista.

Ciò significa che il periodo di ricordo può essere maggiore o uguale al periodo di riferimento. Sarà uguale, nel caso in cui il periodo di riferimento è mobile, dipendendo dalla data di effettuazione dell'intervista. Sarà diverso, nel caso in cui il periodo di riferimento è fisso e slittato indietro nel tempo rispetto al periodo dell'indagine.

L'individuazione del periodo di riferimento ottimale

Oltre al problema della forma che deve assumere un quesito, deve essere risolto quello dell'*individuazione ottimale del periodo di riferimento*, nel caso in cui questo debba essere univocamente definito.

Tale individuazione va fatta tenendo conto delle seguenti considerazioni:

- La lunghezza del periodo di riferimento deve essere adeguata al fenomeno oggetto di studio.
- Un periodo di riferimento più lungo permette di catturare più eventi (con conseguente riduzione della variabilità campionaria).
- Al crescere della lunghezza del periodo di riferimento tendono ad aumentare errori di omissione e di collocazione temporale dell'evento.

Questi tre aspetti vanno considerati in modo combinato, la scelta deve essere ben ponderata: se gli eventi sono rari il periodo di riferimento dovrà essere più lungo, se gli eventi sono più frequenti il periodo di riferimento può essere più breve.

Esempi:

a) Nell'indagine sui consumi di famiglia è stato adottato il riferimento temporale di tre mesi per l'acquisto di beni durevoli e di un mese per tutti i restanti beni. La scelta di tali differenti periodi di riferimento temporale deriva da una semplice osservazione: è sicuramente meno frequente l'acquisto di televisori in una famiglia, che non di capi di abbigliamento.

b) Nell'indagine sulla salute è stato previsto un lasso di tempo più ampio per ricoveri ospedalieri, rispetto a consultazioni mediche o a consumo di farmaci. Il riferimento temporale è funzione della frequenza effettiva o ipotizzata con cui si esprime l'evento.

PERIODO DI RIFERIMENTO	VARIABILE
ultime 4 settimane	consultazione mediche visite specialistiche accertamenti diagnostici
ultimo anno	ricovero in ospedale o in casa di cura privata
ultimi 2 giorni	uso di farmaci

Non basta, però, considerare una lunghezza adeguata del periodo di riferimento. Va anche considerata *la relazione esistente tra periodo di riferimento e periodo di ricordo*. È possibile, infatti, che sia identificato correttamente il periodo di riferimento in relazione al fenomeno oggetto di studio, ma che il relativo periodo di ricordo sia troppo lungo, perché il periodo di riferimento è traslato troppo indietro nel tempo. Ciò può provocare un aumento sia degli errori di omissione, che di localizzazione temporale dell'evento. È bene, quindi, che il periodo di ricordo non sia, in generale, troppo lungo e tenda a coincidere con quello di riferimento.

La relazione tra periodo di riferimento e di ricordo

Una volta definito il periodo di riferimento adeguato e confrontato con il periodo di ricordo, è bene porsi il problema di come è meglio formulare il quesito. Si tratta cioè, di *fare una distinzione tra il periodo di riferimento reale e quello che è tatticamente più giusto utilizzare* per aiutare il rispondente.

Periodo di riferimento reale e periodo di riferimento esplicitato

Esempio:

Supponiamo che interessi il salario dell'anno precedente di un operaio. Essendo l'operaio abituato a ragionare in termini di 'busta paga' mensile, è preferibile far riferimento al salario mensile dell'anno precedente. In tal modo si cerca di anticipare il percorso mentale che l'operaio farebbe, se gli fosse rivolta una domanda sul salario annuale: prima penserebbe al suo salario mensile, poi lo moltiplicherebbe per 13 mensilità. Il risultato che si ottiene, chiedendo il salario mensile non solo è più preciso, ma elimina un affaticamento inutile al rispondente.

Infine, va sottolineato che la scelta del periodo di riferimento va sottoposta a test, perché si è verificato che molti degli errori non campionari riscontrati nelle indagini sono dovuti ad una errata individuazione di tale periodo.

4. LA PRESENZA DI PIÙ QUESITI RETROSPETTIVI IN UNO STESSO QUESTIONARIO

L'individuazione del periodo di riferimento deve essere fatta in relazione a ciascun fenomeno oggetto di studio. Può accadere, quindi, che all'interno di uno stesso questionario possano convivere periodi di riferimento differenti a seconda dei quesiti. Che cosa fare in questi casi?

Porre un limite a tale diversificazione temporale, limitando il numero di quesiti con riferimento temporale diverso (se possibile).

Evitare la presenza di più quesiti che combinano sforzo di memoria a sforzo di calcolo.

Esempio:

Nella Tavola 1 è riportata la lunga lista di quesiti con relativi periodi di riferimento tratti dall'indagine sulle letture del 1984. I periodi di riferimento sono nove in relazione ai quali si chiede sempre una valutazione media. Allo sforzo di memoria si aggiunge lo sforzo di calcolo. Chiunque cercasse di rispondere a tutti questi quesiti si accorgerebbe di essere stanco dopo i primi quattro.

PERIODO DI RIFERIMENTO	QUESITO
Nel 1983	Numero di libri acquistati
Nel 1983	Numero di libri ricevuti in dono
Nel 1983	Numero di libri presi in prestito da privati
Nel 1983	Numero di libri presi in prestito da biblioteche
In media alla settimana	Numero di copie di giornali letti
In media al mese	Numero di copie di periodici settimanali letti
In media al semestre	Numero di copie di periodici non settimanali letti
In media all'anno	Numero di libri letti
Nell'ultima settimana	Numero di ore dedicate alla lettura di libri
Negli ultimi dodici mesi	Numero di libri letti
In media al giorno	Numero di ore dedicate alla TV
In media al giorno	Numero di ore dedicate alla radio
In media in tre mesi	Numero di spettacoli cinematografici visti
In media in un anno	Numero di spettacoli teatrali visti
In media in un anno	Numero di concerti e spettacoli musicali
In media in un anno	Numero di manifestazioni sportive

Raggruppare tutti i quesiti con lo stesso riferimento temporale e evitare salti continui e traumatici da un periodo all'altro.

Questo aspetto deve essere considerato congiuntamente a quello affrontato nella parte relativa alla struttura del questionario (cfr. Capitolo 4) che sottolinea la necessità di raggruppare i quesiti per area tematica.

L'esigenza di evitare salti traumatici e accompagnare gradualmente nel ricordo deve essere soddisfatta anche nel caso di storie retrospettive.

Si possono compiere due percorsi:

- partire dall'evento più lontano nel tempo e ricostruire la storia fino al presente.
- partire dal presente e regredire nel tempo. L'uno o l'altro percorso devono essere scelti considerando la tecnica di indagine utilizzata e il fenomeno oggetto di studio.

Esempio:

Nell'indagine sugli sbocchi professionali dei laureati si è preferito iniziare centrando l'attenzione sul presente ricostruendo tematicamente il passato, prima quello lavorativo, poi quello della ricerca di lavoro, infine quello relativo al curriculum studi. Essendo questa un'indagine postale, si è valutato che una tale scelta avrebbe stimolato maggiormente il rispondente a collaborare, focalizzando immediatamente l'oggetto dell'indagine e che sarebbe risultato invece più faticoso e per alcuni più frustrante, partire dal curriculum studi per arrivare al lavoro attuale.

5. METODI DI AUSILIO AL RICORDO

Come aiutare l'intervistato a ricordare? Come alleviare lo sforzo di memoria dell'intervistato? Esistono alcune tecniche che permettono di affrontare concretamente questo problema.

Utilizzare domande strutturate.

È meglio, cioè, evitare domande aperte. Sottoporre all'intervistato una serie di item può aiutarlo nel ricordo.

Esempio:

Piuttosto che chiedere «Quali programmi televisivi ha seguito nella scorsa settimana?» è preferibile predisporre una lista di programmi televisivi da sottoporre eventualmente con cartellino. Il rispondente commetterà meno errori di omissione anche se non necessariamente verrà ridotto l'errore derivante da un'errata collocazione temporale degli eventi. (Gli eventi, in questo caso, potrebbero essere sovrastimati).

Far riportare dal rispondente fatti documentati.

Si tratta, cioè di fatti documentati da scontrini fiscali, ricevute, agende, e qualsiasi tipo di documenti. Ciò permette di ottenere informazioni più attendibili anche per quanto riguarda la data e il luogo in cui è avvenuto un determinato evento.

Non è detto, però, che questo metodo permetta la riduzione degli errori di omissione.

Utilizzare la tecnica di compilazione dei diari.

Tale tecnica è adatta quando si richiede un elevato grado di dettaglio e di precisione ai rispondenti.

Una cosa è, infatti, chiedere ad un individuo che malattie ha avuto nelle ultime 4 settimane, altra cosa richiedere che attività ha svolto durante tutta la giornata, 5 minuti per 5 minuti.

Tale tecnica facilita l'individuazione e la collocazione temporale

degli eventi, ma implica un maggiore convincimento degli intervistati a collaborare.

Esempi:

a) L'Istat a questo proposito ha un'esperienza consolidata, tramite l'indagine sui consumi delle famiglie. Viene affidato un libretto, preferibilmente a chi sovrintende all'economia familiare e cura la maggior parte degli acquisti. Tale individuo deve annotare le spese sostenute man mano che vengono fatti acquisti da parte di ogni membro della famiglia. La rilevazione avviene per dieci giorni consecutivi. Per ogni giorno sono previste due pagine: quella di sinistra per le spese alimentari (figura 8), quella di destra per le spese non alimentari (figura 9). Invece di ricorrere alla memoria dell'interessato, questi viene sollecitato a trascrivere man mano o al massimo alla sera (per le spese di altri membri della famiglia) gli acquisti della famiglia. Viene anche suggerito di conservare gli scontrini delle spese sostenute dalla famiglia. Se la famiglia è stata istruita bene e soprattutto è stata 'conquistata' veramente a collaborare, i risultati garantiscono una maggiore precisione.

b) Un diario viene lasciato anche nel caso dell'indagine multiscopo presso le famiglie (secondo e terzo ciclo) per ottenere una descrizione dettagliata del modo in cui ogni membro della famiglia trascorre la sua giornata. In tale indagine il diario si rivela uno strumento eccezionale per evidenziare che tipo di vita conducono i singoli componenti della famiglia, che rapporti intercorrono tra loro e con l'esterno. Come si vede dalla figura 10 viene rilevata ogni attività che viene svolta, anche se della durata di pochi minuti e non abituale; il luogo in cui è stata espletata, le persone con cui si è svolta; l'orario preciso in cui è avvenuta; infine, l'eventuale presenza di altra attività contemporanea.

6. MEMORIA E ABITUDINE

I quesiti relativi all'abitudine di certi comportamenti sono dei quesiti particolari.

Si fa, infatti, appello alla memoria dei rispondenti (perché questi per dare la risposta devono, comunque, regredire nel tempo), ma anche alla capacità dei singoli di dare una valutazione sintetica del loro comportamento. Lo sforzo richiesto, quindi, non è solo di memoria, perché la memoria interviene nella valutazione del comportamento passato, ma poi subentra una necessaria operazione di sintesi.

Basta riflettere sui seguenti due esempi.

Esempi:

a) «Durante l'ultima settimana ha letto qualche rivista settimanale?»

Si 1
No 2

b) «Che tipo di giornali quotidiani legge abitualmente?»

Di informazione generale
Di economia e finanza
Sportivi
D'altro genere
Non leggo abitualmente quotidiani

1
2
3
4
5

Mentre nel primo quesito l'attenzione deve essere focalizzata su un periodo preciso, nel secondo non interessa evidenziare un'eventuale presenza di comportamento particolare relativo all'ultimo periodo. Si tratta di fare uno sforzo di memoria e al tempo stesso di generalizzazione di ciò che 'normalmente' si fa. Sforzo meno difficoltoso, se si pensa che l'abitudine, quando diventa routine è quasi 'spontaneamente' individuabile.

**Due impostazioni
dei quesiti
sull'abitudine**

Esistono due modi per esprimere quesiti relativi all'abitudine nel comportamento:

Impostazione soggettiva del quesito

Ognuno ha le proprie abitudini e in base a queste risponderà, e soprattutto ognuno ha una percezione diversa del concetto di abitudine. Quando si sceglie di utilizzare la parola abitudine in un quesito, quindi, bisogna essere coscienti della multidimensionalità che questa assume tra gli individui, si fa cioè la scelta di rilevare l'abitudine così come viene percepita dai singoli.

Esempio:

«Quanto tempo dedica abitualmente alla lettura del giornale quotidiano?»

Lo sfoglia molto rapidamente 1
Lo legge per meno di mezz'ora 2
Lo legge per circa mezz'ora 3
Lo legge per più di mezz'ora 4

Impostazione oggettiva del quesito

Si stabilisce a priori qual è il criterio per poter accettare un comportamento come abituale.

Esempio:

Si può stabilire che comportamento abituale di lettura di giornale implica una lettura almeno 5 volte a settimana. In tal caso il quesito sarà così formulato: «Legge giornali quotidiani almeno 5 volte alla settimana?»

Si 1
No 2

Il rispondente non deve fare lo sforzo di individuare quante volte legge il giornale nella settimana, ma solo se arriva al limite minimo posto nel quesito.

Va comunque sottolineato che:

- I risultati derivanti dalle due diverse formulazioni saranno necessariamente differenti. Potrebbero coincidere solo nel caso in cui il concetto di abitudine di tutti gli individui è uguale a quello scelto dal ricercatore.
- La scelta dell'impostazione soggettiva e oggettiva del quesito dipende dagli obiettivi dell'indagine e dal contesto in cui il quesito è inserito.

- In risposta ad ambedue le formulazioni gli intervistati potrebbero perdere facilmente la distinzione tra ciò che fa parte del proprio comportamento abituale e ciò che è parte di un comportamento più recente.

Il rischio è che le risposte finiscano col non sottolineare sufficientemente gli scostamenti meno importanti o i cambiamenti più recenti, rispetto al comportamento abituale, o che addirittura possano essere scambiati comportamenti più recenti con comportamenti abituali. Per ovviare a ciò possono essere previsti due quesiti, uno particolare e uno sull'abitudine.

Esempio:

«Nei due giorni precedenti l'intervista ha fatto uso di farmaci?»

- Si 1
No 2

«Ricorre abitualmente ad uno o più dei seguenti farmaci?»

- Antinevralgici
Tranquillanti e antidepressivi
Ipnotici
Lassativi o purganti
Gocce o spray nasali
Digestivi
Ricostituenti o vitaminici

- 1
2
3
4
5
6
7

Pur rimanendo due domande distinte centrare in prima istanza sul comportamento più recente e poi su quello abituale, induce a mettere in contrasto i due concetti: il rispondente nel secondo caso sarà più facilmente indotto ad astrarsi dagli ultimi due giorni e a dare una valutazione più obiettiva del suo comportamento abituale.

Come non far confondere i comportamenti recenti con quelli abituali

Generi alimentari e bevande

		QUANTITÀ	SPESA	
		gr. = grammi	£	
		l. = litri	£	
		n. = numero	£	
FARINACEI	pane, grissini, fette biscottate	gr.	£	0101
	pasta, pasta surgelata	gr.	£	0104
	riso, creme di riso	gr.	£	0105
DOLCIUMI E DROGHERIE	biscotti, pasticceria	gr.	£	0102
	zucchero	gr.	£	0701
	marmellata, cacao, caramelle	gr.	£	0702
	caffè, orzo, the	gr.	£	0704
	sale, aceto, dadi da brodo, spezie	gr.	£	0705
CARNI (fresche e congelate)	vitello, vitellone	gr.	£	0321
	manzo, altri bovini adulti	gr.	£	0322
	maiale	gr.	£	0302
	salicce, prosciutto e altri salumi	gr.	£	0308
	pollame	gr.	£	0305
PESCE	fresco e congelato	gr.	£	0201
	in scatola, secco, altra conservazione	gr.	£	0202
OLII E GRASSI	olio d'oliva	l.	£	0404
	olio di semi	l.	£	0405
	burro	gr.	£	0403
	margarina	gr.	£	0402
LATTE, FORMAGGI E UOVA	latte, yogurt	l.	£	0501
	formaggi, ricotte, mozzarella	gr.	£	0502
	uova	n.	£	0503
ORTAGGI	pomodori freschi	gr.	£	0602
	pomodori in scatola, conserve	gr.	£	0604
	patate	gr.	£	0601
	altre verdure e legumi freschi o surgelati	gr.	£	0603
	altre verdure e legumi secchi o conservati	gr.	£	0605
FRUTTA	arance, limoni, mandarini	gr.	£	0607
	mele, pere e altra frutta fresca	gr.	£	0606
BEVANDE	vino	l.	£	0804
	birra	l.	£	0805
	liquori	l.	£	0806
	acqua minerale	l.	£	0801

Pasti e consumazioni fuori casa

(spese di tutte le persone della famiglia anche per consumazioni offerte a terzi, escluse le mance)		
- Bar, pasticceria, chioschi, ristoranti ambulanti	£	0921
- Ristorante, trattoria, self-service, pizzeria, locali di degustazione	£	0922
- Mense aziendali, universitarie, refettori	£	0923

Figura 8 - Libretto degli acquisti dell'indagine sui consumi delle famiglie - Parte relativa ad acquisto dei beni alimentari.

Articoli, servizi e beni durevoli

Articoli, servizi e beni durevoli		SPESA	
TABACCHI	sigarette, sigari, tabacco	£	1001
ABBIGLIAMENTO, VESTIARIO E CALZATURE	calze, fazzoletti, merceria, cappelli	£	1110
BIANCHERIA E OGGETTI PER LA CASA	asciugamani, strofinacci scope, guanti, fiammiferi, articoli da giardinaggio	£	1404 1424
PULIZIA E IGIENE DELLA CASA E DELLA PERSONA	sapone da bucato, detersivi, smacchiatori insetticidi, disinfettanti, vernici saponette, dentifrici e articoli di profumeria, carta igienica barbiere e parucchiere	£	1422 1423 1807 1808
GIORNALI, CANCELLERIA E ISTRUZIONE	giornali, riviste, fumetti quaderni e cancelleria libri	£	1701 1815 1702
SPOSTAMENTI	benzina per auto e moto gasolio o altri combustibili per auto e moto biglietti, abbonamenti autobus, tram, comiere, parcheggi	£	1631 1621 1617
TELEFONO PUBBLICO E SPESE POSTALI	gettoni telefonici francobolli e altre spese postali	£	1619 1618
SALUTE (spese non rimborsate e tickets)		£	
HOBBIES	pellicole e loro sviluppo dischi, fonocassette, nastri magnetici mangimi e altre spese per animali domestici piante e fiori	£	1711 1720 1717 1718
GIOCHI, SPETTACOLI SPORT E TURISMO	giocattoli totocalcio, lotto e altri concorsi cinema, teatro, discoteche, spettacoli sportivi sport: frequenza a piscine, palestre, ecc. fiere, musei, manifestazioni varie	£	1719 1814 1721 1721 1721
MANUTENZIONE E RIPARAZIONI	meccanico, carrozziere (compresi ricambi e accessori) calzolaio lavanderia e tintoria falegname (restauri e riparazioni) muratori, impiantisti (idraulici, elettricisti, etc.) 1) abitazione principale 2) abitazione secondaria riparazioni di elettrodomestici (escluso TV) e altri articoli per la casa	£	1606 1108 1426 1418 1210 1310 1420
DENARO DATO AI FIGLI E AI NIPOTI (somme autonomamente gestite)		£	1804
ALTRE SPESE (DA SPECIFICARE)	(canoni, assicurazioni, condominio, riscaldamento, bollette, mobili, etc.)	£	

Registrare nell'ultima pagina (memorandum) gli acquisti TRIMESTRALI di beni durevoli (frigoriferi, TV, biciclette, automobili, etc.)

Figura 9 - Libretto degli acquisti dell'indagine sui consumi delle famiglie - Parte relativa ad acquisto dei beni alimentari.

INDICARE LE DIVERSE ATTIVITÀ DELLA GIORNATA IN ORDINE DI PRECEDENZA, LE PIÙ BREVI, E STATO FATTO DURANTE CIASCUNA ATTIVITÀ (vedere istruzioni)	DOVE SI È SVOLTA L'ATTIVITÀ (descrivere brevemente il luogo e, se è fuori del Comune di residenza, barrare la casella a destra)	QUALI PERSONE ERANO PRESENTI?	NELLO STESSO TEMPO HA FATTO QUALCOS'ALTRO CHE COSA?
domano	camerone da letto		
mi abito e vedo in bagno	bagno		
propone la colazione e i figli e aiuta il bambino più piccolo e vestirsi	cucina	marito e figli	ascolto la radio
facevo colazione con la macchina	cucina	tutta la famiglia	aiuto il figlio piccolo e mangia
mi lavo e mi sento bagno			
telefono a mia casa			
madre	strada	figli	ascolto la tv insieme del figlio più grande
con compagno i figli e anche con la macchina	strada		facevo benzina
made al lavoro con la macchina			
compra il giornale	collezione	collezione	
lavoro	ufficio		
manda il colla	lavoro interno		

Figura 10 - Diario sull'uso del tempo dell'indagine multiscope presso le famiglie (1988-1989). Esempio di autocompilazione.

CAPITOLO 8 - ASPETTI PSICOLOGICI NELLA FORMULAZIONE DELLE DOMANDE

1. GLI ASPETTI PSICOLOGICI

Nell'ambito della formulazione dei quesiti, una particolare attenzione deve essere posta ai meccanismi psicologici che possono attivarsi nel rispondente. I problemi da questo punto di vista, possono esprimersi in due sensi fondamentali.

Il quesito è relativo ad un fenomeno che obiettivamente è delicato: è il caso di indagini sul consumo di alcool, sul fumo, ecc..

Il quesito può essere formulato in modo da determinare un effetto psicologico nel rispondente, che è indotto a dare una particolare risposta.

Ciascuno di questi aspetti è fondamentale e deve essere attentamente affrontato in sede di formulazione delle domande. Nessuna domanda, infatti, dovrebbe mettere l'intervistato di fronte alla necessità di dare una risposta socialmente inaccettabile, oppure una risposta che possa apparire preferita da chi ha formulato le domande. Ogni rispondente deve essere messo in condizioni di esprimere liberamente ciò che pensa o fa.

L'aiuto di uno psicologo, in questo caso, risulta particolarmente prezioso e rientra nella più generale esigenza che il questionario sia frutto del lavoro di una équipe composta da figure professionali adeguate (esperto del tema oggetto di indagine, esperto di comunicazione, psicologo, statistico).

Domande
delicate e
domande
condizionanti

2. LE DOMANDE DELICATE

Su alcuni argomenti particolari è difficile ottenere risposte veritiere perché subentrano resistenze di tipo psicologico, paure di controlli fiscali, timori nell'esprimere posizioni non accettate socialmente. Il meccanismo che può attivarsi nei rispondenti è quello di presentare se stessi differenti da come si è in realtà, di esagerare ciò che si possiede, o di minimizzare come nel caso del reddito, di mentire sulla propria età, per apparire più giovane, di far finta di dimenticare qualcosa che si preferisce nascondere, solo per fare alcuni esempi. E ciò è tanto più vero quanto più gli argomenti che vengono affrontati sono delicati. È il caso di quesiti che riguardano il consumo di alcool, di droga, di sigarette, l'utilizzo di contraccettivi, la presenza di portatori di handicap nella famiglia, o di malati di

**Metodi per la
formulazione di
domande delicate**

mente, solo per fare alcuni esempi. È semplice dire che bisognerebbe evitare di irritare o di imbarazzare il rispondente: spesso non è proprio possibile farlo, si può solo lavorare nel senso di limitare al massimo il disagio.

Esistono alcuni metodi che possono essere adottati:

Sottolineare la normalità di certi comportamenti quando questi sono percepiti nel senso comune come «devianti».

Ciò può essere ottenuto, dando la sensazione nella formulazione del quesito che il rispondente non è l'unico a trovarsi in una determinata situazione o ad esprimere un certo comportamento.

Avvicinarsi al problema gradualmente. Si tratta di non esprimere il quesito «brutalmente».

Esempio:

Supponiamo di voler sapere quante donne si sono sottoposte ad operazioni di sterilizzazione. Non è bene porre una domanda brutale: «Lei è stata sterilizzata» su un fenomeno che è condannato socialmente. È meglio formularla nel modo seguente:

«Alcune donne si sottopongono ad operazione per non aver più figli. Ha mai sentito parlare di tale metodo?»

Si 1

No 2

Se 'si':

«Si è mai sottoposta a tale operazione?»

Si 1

No 2

In questo modo si ha un primo filtro: è chiaro che se un individuo non conosce il metodo non può essersi sottoposto a sterilizzazione. D'altro canto l'individuo che lo conosce e lo ha utilizzato può trovare incoraggiamento dalla formulazione del primo quesito a rispondere la verità nel secondo. Non si troverebbe ad essere *solo contro tutti* su un aspetto condannato socialmente, ma sarebbe *uno dei tanti*.

Incorporare la domanda in una breve affermazione tendente ad istruire l'intervistato sul carattere non valutativo del nostro interesse nei suoi confronti.

Esempio:

Si può affermare: «C'è chi è d'accordo e chi in disaccordo... Lei che cosa ne pensa?», che è un modo per legittimare due posizioni.

Utilizzare la tecnica della giustificazione inglobata nella domanda.

Si tratta di ammettere esplicitamente che possono essere

subentrare buone ragioni per cui l'intervistato non ha effettuato determinate azioni.

Esempio:

Piuttosto che chiedere: «Lei è andato a votare?» sarebbe meglio dire: «Le è stato possibile recarsi a votare?»

Ricorrere all'autocompilazione.

Obiettivo è garantire un maggior grado di riservatezza agli intervistati dato anche dall'assenza del rilevatore al momento della compilazione.

Esempio:

Nell'indagine sui consumi presso le famiglie è stata sperimentata la consegna di una scheda da autocompilare con notizie sul reddito e i risparmi. L'intervistato doveva compilarla da solo e rispedirla dopo l'intervista.

Utilizzare la tecnica delle domande indirette.

Obiettivo di tale tecnica è mettere l'intervistato nella posizione di una terza persona o di un gruppo di persone con le sue stesse caratteristiche.

Esempio:

Marbach riporta due domande che sono state utilizzate in Italia per misurare il reddito con tale tecnica.

La prima è la seguente:

«Secondo lei, di quanto avrebbe bisogno al mese una famiglia composta come la sua e della stessa condizione per vivere in questa città, senza lussi, ma senza farsi mancare il necessario?»

La seconda domanda veniva posta più avanti nel questionario:

«Quanto avrebbe bisogno di aggiungere mensilmente alle sue entrate complessive per poter vivere con la sua famiglia senza preoccupazioni, cioè senza lussi, ma senza farsi mancare il necessario?»

L'ipotesi retrostante la scelta dei due quesiti era che la differenza tra i due importi indicati avrebbe dato una indicazione del reddito effettivo.

In questo modo si è tentato di stimare il reddito senza dover ricorrere ad una domanda diretta a cui difficilmente si risponde la verità.

Utilizzare la tecnica delle domande proiettive.

La tecnica delle domande proiettive può essere considerata come un caso particolare della tecnica delle domande indirette. Il rispondente viene sottoposto ad una situazione-stimolo che apparentemente non lo riguarda personalmente, ma ideata in modo tale che egli sia costretto a riferirla a se stesso, attraverso la sua personalità e a viverla, quindi, come propria.

Tali tecniche si ricollegano in qualche modo al transfert e permettono, se ben applicate, di superare la barriera della coscienza. In questo modo le risposte eludono il controllo intenzionale e quello

inconscio dell'intervistato. Esiste una vasta letteratura in materia a cui si rimanda essendo tali tecniche adatte fondamentalmente per le indagini motivazionali.

Utilizzare la tecnica delle domande casualizzate.

La tecnica delle domande casualizzate permette di superare l'intervista tradizionale e ha l'obiettivo di tutelare la riservatezza della risposta: al rispondente che vuole difendere la propria privacy si danno cioè gli strumenti per farlo senza dover mentire; infatti, la risposta dell'intervistato, tramite questa tecnica non viene conosciuta neanche dall'intervistatore.

L'ipotesi è che questa completa tutela della riservatezza dell'informazione consenta ad ognuno di superare tutte le resistenze psicologiche e quindi di esprimere quanto altrimenti terrebbe per sé.

Per la formalizzazione matematica di tale tecnica ed esempi concreti di applicazione si rimanda alla vasta letteratura esistente in materia (Warner, Simmons, Folsom)

3. IL RISCHIO DI CONDIZIONAMENTO DELLA RISPOSTA

Accorgimenti per evitare il condizionamento delle risposte

Una particolare formulazione di una domanda può indurre il rispondente a fornire una risposta guidata, introducendo distorsioni.

È necessario adottare alcuni accorgimenti per evitare che una tale situazione si verifichi:

Evitare l'uso di parole che hanno una particolare carica emotiva sia in senso positivo che in senso negativo.

Esempi:

- a) In una sperimentazione attuata nel 1941 e poi nel 1974 e 1976 negli Stati Uniti furono posti a confronto i seguenti quesiti:
- «Pensa che gli USA dovrebbero proibire pubblici discorsi contro la democrazia?»
 - «Pensa che gli USA dovrebbero consentire pubblici discorsi contro la democrazia?»

Da tali sperimentazioni è emerso che la parola *proibire* induce a diminuire la percentuale di risposte affermative, rispetto alla formulazione *non consentire*, che pure potrebbe essere logicamente equivalente.

- b) In una sperimentazione avvenuta in Gran Bretagna prima del referendum del 1975 sull'ingresso nella CEE (National Opinion Bells, 1975) i risultati suggeriscono che le domande che facevano esplicita menzione alla posizione governativa producevano un'adesione a quella posizione molto più alta di quelle che non la nominavano.

Parole come governo, patria, chiesa, morale, devono essere il più possibile evitate nella formulazione delle domande, perché contribuiscono ad aumentare la carica emotiva della domanda.

A ciò va aggiunto che come dimostra il primo esempio, bisogna fare particolare attenzione all'uso di *equivalenti*, perché termini simili apparentemente possono portare a risultati profondamente diversi; molta attenzione deve essere posta nell'uso di parole come *approvare* o *disapprovare*, *piacere* e *non piacere*, troppo spesso scelti in modo semplicistico.

Inoltre, è bene evitare l'uso di parole o frasi che si ricollegano a slogan pubblicitari, che essendo fortemente condizionanti, indirizzerebbero verso una risposta piuttosto che un'altra.

Evitare di formulare domande che collegano una delle possibili risposte con un obiettivo tanto desiderabile socialmente da essere difficilmente respinto, o tanto condannabile socialmente da essere difficilmente accettato.

È bene, quando si formula una domanda, indicare le risposte in modo che le alternative siano equilibrate ed evitare che una delle possibili risposte sia collegabile ad elementi socialmente accettabili o rifiutabili.

Esempi:

- a) Nel sondaggio Gallup (1967) vennero presentate due domande:
- «Se una situazione simile a quella del Vietnam si dovesse ripresentare in un'altra parte del mondo, ritiene che gli USA dovrebbero oppure non dovrebbero inviare truppe?».
- «Se una situazione simile a quella del Vietnam si dovesse ripresentare in un'altra parte del mondo, ritiene che gli USA dovrebbero oppure non dovrebbero inviare truppe, per fermare l'avanzata comunista?»
- Tale esperimento fu ripetuto nel 1976 e nel 1978. La distribuzione univariata della prima e della seconda formulazione nei diversi anni fu la seguente:

	1967		1976		1978	
	1 ^a form.	2 ^a form.	1 ^a form.	2 ^a form.	1 ^a form.	2 ^a form.
mandare truppe	18,3	33,2	15,6	27,9	18,3	36,7
non mandare truppe	81,7	66,8	84,4	72,1	81,7	63,3

Un settimo delle persone sceglievano la risposta in funzione del fatto che l'avanzata comunista fosse o non fosse esplicitamente menzionata. In un Paese come gli Stati Uniti c'è maggiore approvazione delle decisioni di politica estera se descritte come tentativo di fermare il comunismo. Se c'è adesione allo schema *fermare il comunismo* è più facile che ci sia coincidenza con l'affermazione *inviare truppe*. Relazione che non necessariamente verrebbe ad esistere se non esplicitata.

b) Vediamo la differenza tra le seguenti formulazioni, che dovrebbero avere lo scopo di sapere se l'individuo è cattolico praticante oppure no:

«La chiesa prescrive di andare a messa tutte le domeniche. La scorsa domenica è stato a messa?»

«La scorsa domenica è stata a messa?»

«Che cosa ha fatto la scorsa domenica?»

La prima formulazione mette in difficoltà i credenti che riconoscono l'autorità della Chiesa e non sono andati a messa e che, affermando di non essere andati a messa, ammetterebbero di non aver seguito le prescrizioni della Chiesa. Indurrebbe, quindi, questo settore a rispondere in modo non veritiero. La seconda e la terza domanda permettono di verificare senza problemi se il rispondente è stato veramente a messa.

c) Vediamo quest'altro quesito:

«Alcuni sostengono che l'aborto equivale all'uccisione di una vita umana. Sarebbe d'accordo con una modificazione in senso restrittivo della legge sull'aborto?»

Questo tipo di formulazione permette di ottenere una percentuale più elevata di risposte a favore di una modificazione in senso restrittivo della legge sull'aborto. Sottolineare una possibile uguaglianza *aborto=omicidio* prima di chiedere un'opinione è un modo per indurre a fornire una risposta sulla legge sull'aborto condizionata da tale affermazione.

Evitare di formulare domande che danno per scontato un fatto o un comportamento dei rispondenti.

Questo tipo di errore può nascere da parte del ricercatore, quando si vuole indagare su opinioni, fatti o comportamenti talmente diffusi da dare per scontato che riguardino il complesso degli individui e non solo una parte di essi. In questo modo, però, si «creano» degli atteggiamenti, sovrapponendoli alla reale situazione degli intervistati.

Esempio:

Si potrebbe essere portati a chiedere:

«Che quotidiano o rivista ha letto nell'ultima settimana?»

Con una domanda posta in questo modo si dà per scontato che tutti abbiano letto perlomeno un giornale durante la settimana, quando invece potrebbero esistere individui che non l'hanno fatto. Per costoro sarebbe difficile rispondere a questa domanda: «Non ho letto nessun giornale» perchè si troverebbero a negare un assunto generale. Meglio è chiedere:

«Le è capitato di leggere qualche quotidiano o rivista nell'ultima settimana?»

Si 1

No 2

Se Sì:

«Potrebbe segnalare quale?»

Va evitato, cioè, che l'individuo sia costretto a non rispondere in modo veritiero per evitare una brutta figura.

Ciò vale anche per domande di opinioni. Non è corretto chiedere ad un individuo che cosa pensa del prelievo fiscale se non

siamo sicuri che conosca o perlomeno abbia sentito parlare di tale argomento.

Prima di interrogare una persona su un problema specifico è bene fargli una serie di domande preliminari e soprattutto accertare che i fatti, i comportamenti considerati facciano parte pienamente della cultura e informazione degli intervistati. A ciò va aggiunto che vanno evitate il più possibile domande che diano l'impressione di coinvolgere il prestigio o l'autovalutazione dell'intervistato.

CAPITOLO 9 - SCALE DI VALUTAZIONE: COME GRADUARE LE POSIZIONI DEI RISPONDENTI

1. ASPETTI GENERALI

Accade talvolta che tra gli obiettivi specifici dell'indagine ci sia anche quello di raccogliere il giudizio (o i giudizi) del rispondente su alcuni aspetti del fenomeno in esame. In questi casi ci si trova di fronte al problema di convertire il giudizio personale dell'intervistato in una qualche misura nominale, ordinale o numerica che sia possibile successivamente elaborare e quindi a dover articolare un ventaglio di risposte possibili in termini di valutazione. In quest'ottica si costruiscono le cosiddette scale di valutazione.

Esempio:

Nell'indagine Istat sulla salute del 1987 ad esempio era presente la seguente scala:

Opinione sulle seguenti affermazioni relative all'esperienza durante il ricovero

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non so
Assistenza medica soddisfacente	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Assistenza infermieristica soddisfacente	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
Vitto gradevole	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Servizi igienici soddisfacenti	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>

Di qualsiasi natura siano le scale, il principio che presiede alla loro definizione è quello dell'esistenza di un continuum, che per comodità viene discretizzato in punti, all'interno dei quali il rispondente deve individuare quello che meglio interpreta la sua posizione.

Tale principio implica che tra tutti gli elementi costitutivi della scala sia almeno possibile istituire una relazione (d'ordine) del tipo: A è preferibile a B (oppure A è migliore di B), ma non semplicemente del tipo A è diverso da B. Tutte le risposte, cioè, devono essere ordinabili.

Inoltre le scale di valutazione dovrebbero presentare punti il più possibile *equidistanti* tra di loro. Non essendo possibile misurare direttamente le distanze tra atteggiamenti è evidente che il concetto di *equidistanza* deve essere stabilito dal ricercatore nel modo più aderente possibile al fenomeno in esame.

Esempio:

«Rispetto alla proposta di istituire un corso di educazione sessuale nelle scuole inferiori, lei si ritiene:»

Completamente d'accordo
 Incerto
 In disaccordo
 In assoluto disaccordo

1
 2
 3
 4

Una scala di questo tipo è evidentemente sbilanciata verso le posizioni di disaccordo. Rispetto a quella che si può assumere come una posizione neutrale (incerto) i due lati della scala non hanno la stessa rilevanza, manca una posizione che al pari della 3 possa esprimere un accordo non totale (ad esempio: «Abbastanza d'accordo»).

Infine, a meno che l'obiettivo non sia quello di *forzare* un giudizio del rispondente, è consigliabile presentare un elemento centrale di bilanciamento della scala che possa raccogliere posizioni neutrali.

2. LE SCALE

Le scale verbali

Con le scale verbali vengono presentati all'individuo da un minimo di due a un massimo di cinque o sei possibili giudizi espressi con delle frasi.

Egli deve scegliere la risposta che più si avvicina al suo parere.

Un esempio di scala verbale, tratto dal questionario dell'indagine Istat sui consumi, è il seguente:

«Come definirebbe l'ATTUALE situazione economica della sua famiglia?»

Molto agiata
 Al di sopra della media
 Media
 Al di sotto della media
 Quasi povera
 Povera

1
 2
 3
 4
 5
 6

Le scale grafiche o spaziali (scalogramma)

La scala grafica è un diagramma ai cui estremi è collocato qualche simbolo che individui la direzione della scala. Si chiede di biffare il punto corrispondente alla valutazione del rispondente.

Ad esempio si potrebbe chiedere di valutare alcuni aspetti del ricovero ospedaliero ponendo una croce sullo scalogramma in corrispondenza del giudizio espresso.

0
 - +

E evidente che l'interpretazione dell'intensità del giudizio positivo o negativo è lasciata al rispondente sebbene gli vengano dati alcuni punti di riferimento (lo zero e gli estremi).

Le scale numeriche presentano ai rispondenti un ventaglio di punteggi da attribuire a un qualche fenomeno.

Le scale numeriche

I punteggi possono andare da 0 a 5 oppure a 10 ecc. e dovrebbero misurare il livello di valutazione del rispondente. Il massimo punteggio deve essere stabilito dal ricercatore tenendo presente ad esempio che i punteggi da 0 a 10 hanno il pregio di essere molto familiari agli intervistatori mentre le scale articolate su numeri dispari hanno il pregio di individuare delle posizioni intermedie neutrali.

La tecnica del differenziale semantico risulta essere una combinazione della scala verbale e grafica al tempo stesso.

Il differenziale semantico

Si presenta come un diagramma ai cui estremi compaiono termini opposti in significato tra di loro.

Esempio:

Interessante Noioso
 Efficiente Inefficiente

Il rispondente dovrà biffare, come nello scalogramma normale, la posizione a lui più congeniale tenendo presente le alternative all'interno delle quali sta collocando il suo giudizio.

Rispetto alla domanda posta nell'indagine sulle forze di lavoro la corrispondente domanda presentata nell'indagine sulla salute è molto più dettagliata e vi figura una modalità *convivente coniugamente* che non è contemplata nell'altra formulazione.

In alcune delle più recenti indagini, infatti, ci si è orientati a sondare la effettiva struttura dei rapporti familiari piuttosto che a cogliere la sola dimensione anagrafica nei rapporti familiari.

4. CONDIZIONE PROFESSIONALE E POSIZIONE NELLA PROFESSIONE

Condizione professionale

La *condizione professionale* è una variabile piuttosto standardizzata nelle indagini sulle famiglie condotte dall'Istituto. Essa si presenta attualmente con le seguenti modalità:

- 1) Occupato
- 2) In cerca di nuova occupazione
- 3) In cerca di prima occupazione
- 4) In servizio di leva
- 5) Casalinga
- 6) Studente
- 7) Inabile al lavoro
- 8) Persona ritirata dal lavoro
- 9) In altra condizione (benestante ecc.)

È un quesito che va rivolto a tutti gli individui di 14 anni e più, perché per legge tale è il limite di età per far parte del mercato del lavoro. Ha lo scopo di distinguere coloro che si trovano in condizione professionale da coloro che si trovano in condizione non professionale.

Posizione nella professione

La *posizione nella professione* è una variabile che descrive il livello in cui l'individuo si colloca nella scala gerarchica dell'attività svolta.

È un quesito che spesso viene utilizzato come indicatore di status socio-economico, talvolta in combinazione con altre variabili come ad esempio il reddito. Al livello più disaggregato il quesito si presenta articolato nel modo indicato nella figura 11.

a) Alle dipendenze come:		b) In conto proprio, come:	
- dirigente	01 <input type="checkbox"/>	- imprenditore	12 <input type="checkbox"/>
- appartenente alla carriera direttiva	02 <input type="checkbox"/>	- libero professionista con lavoratori retribuiti o apprendisti alle proprie dipendenze	13 <input type="checkbox"/>
- impiegato	03 <input type="checkbox"/>	- libero professionista senza lavoratori retribuiti o apprendisti alle proprie dipendenze	14 <input type="checkbox"/>
- appartenente alle categorie speciali (intermedi)	04 <input type="checkbox"/>	- lavoratore in proprio (coltivatore diretto, mezzadro, esercente di negozio, artigiano ecc.) con lavoratori retribuiti o apprendisti alle proprie dipendenze	15 <input type="checkbox"/>
- capo operaio	05 <input type="checkbox"/>	- lavoratore in proprio (coltivatore diretto, mezzadro, esercente di negozio, artigiano ecc.) senza lavoratori retribuiti o apprendisti alle proprie dipendenze	16 <input type="checkbox"/>
- operaio specializzato o qualificato	06 <input type="checkbox"/>	- coadiuvante	17 <input type="checkbox"/>
- operaio comune (manovale, bracciante agricolo, ecc.)	07 <input type="checkbox"/>		
- altro lavoratore dipendente (usciera, guardiano, bidello ecc.)	08 <input type="checkbox"/>		
- apprendista	09 <input type="checkbox"/>		
- lavoratore a domicilio per conto di imprese	10 <input type="checkbox"/>		
- graduato o militare di carriera della FF.AA. o figura simile dei corpi di polizia e sicurezza interna	11 <input type="checkbox"/>		

Figura 11 - Quesito sulla posizione nella professione

5. IL REDDITO

Il *reddito* è una tra le più importanti variabili esplicative di numerosi fenomeni ed al tempo stesso una delle più difficili da rilevare per diversi motivi.

In primo luogo occorre definire precisamente che cosa debba intendersi per reddito: si intende reddito lordo o reddito netto? Reddito mensile o annuo? Vanno incluse nel calcolo entrate straordinarie? Sono compresi i redditi immobiliari?

In secondo luogo gli individui hanno, notoriamente, una certa riluttanza a dichiarare il proprio reddito. Per aggirare questo inconveniente si ricorre a volte all'utilizzo di una scheda o di un cartellino su cui sono riportate *classi* di reddito. Su tale scheda il rispondente dovrà indicare quale è la classe corrispondente al proprio reddito: si suppone che sia più facile indicare la *classe* di appartenenza che non dichiarare esplicitamente il proprio reddito.

Nell'indagine sui consumi si è sperimentata la consegna di una scheda da autocompilare con notizie sul reddito e i risparmi. Veniva poi lasciato al rispondente il compito di rispettare la scheda all'Istituto.

Tale procedimento in un certo senso sembra garantire un maggior grado di riservatezza agli interpellati.

Per quanto riguarda la articolazione in classi occorre ricordare che il reddito è una variabile tendente ad aumentare nel tempo, sia in termini reali che monetari, per cui le classi sono soggette ad una inevitabile perdita di potere discriminante. Questo processo di logorio delle classi è caratteristico di tutte le variabili altamente correlate con i prezzi (consumi, risparmi, ...).

Occorre tener conto di questo aspetto quando si debba aggiornare la casistica in una indagine ricorrente oppure quando si debba mutuare la casistica da altre indagini e il modo migliore è quello di presentare una domanda aperta per acquisire informazioni nel pretest utilizzando poi questi dati per strutturare la domanda in forma definitiva nel questionario dell'indagine.

Esempio:

Riportiamo la strutturazione della domanda sul reddito mensile così come era presentata nel questionario dell'indagine sui consumi del 1983 (Fig. 13) e la stessa domanda, con le classi aggiornate, del 1986 (Fig. 2).

Come si può notare la classificazione è molto dettagliata, il numero delle classi è 16 ed è lo stesso per le due indagini ma variano sia la soglia inferiore che quella superiore e, di conseguenza, alcune delle classi interne.

Le modifiche intervenute tra la prima e la seconda stesura sono dovute allo slittamento verso l'alto del reddito medio in modo che mantenere il vecchio limite superiore di 7 milioni avrebbe prodotto una concentrazione di risposte in questa classe tale da farci perdere preziose informazioni sull'aspetto distribuzionale del reddito.

6. L'ATTIVITÀ ECONOMICA

Per l'attività economica esiste una classificazione di riferimento ed è la «NACE»⁽⁵⁾ la quale è strutturata in divisioni, classi, gruppi e sottogruppi. Ricordiamo che essa è standard per tutti i Paesi della Comunità europea ed inoltre, al livello di classe è convertibile nella classificazione CIT I⁽⁶⁾ delle Nazioni Unite, quindi è particolarmente importante nei confronti internazionali.

(5) Nomenclatura generale delle attività economiche nella Comunità europea (1970).

(6) Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (1969).

REDDITO MENSILE

In quale delle seguenti classi è approssimativamente compreso il reddito complessivo **MENSILE** della Sua famiglia? (Sommare tutte le entrate Sue e dei Suoi familiari: salari e stipendi, proventi professionali o d'impresa, pensioni, rendite, indennità, sussidi, ecc., al netto di imposte e contributi sociali)

	Fino a	600.000	lire	<input type="checkbox"/>	01		da	2.500.001	a	3.000.000	lire	<input type="checkbox"/>	09
da	600.001	a	700.000	»	<input type="checkbox"/>	02	da	3.000.001	a	3.500.000	»	<input type="checkbox"/>	10
da	700.001	a	800.000	»	<input type="checkbox"/>	03	da	3.500.001	a	4.000.000	»	<input type="checkbox"/>	11
da	800.001	a	1.000.000	»	<input type="checkbox"/>	04	da	4.000.001	a	5.000.000	»	<input type="checkbox"/>	12
da	1.000.001	a	1.200.000	»	<input type="checkbox"/>	05	da	5.000.001	a	6.000.000	»	<input type="checkbox"/>	13
da	1.200.001	a	1.500.000	»	<input type="checkbox"/>	06	da	6.000.001	a	7.000.000	»	<input type="checkbox"/>	14
da	1.500.001	a	2.000.000	»	<input type="checkbox"/>	07	da	7.000.001	a	8.000.000	»	<input type="checkbox"/>	15
da	2.000.001	a	2.500.000	»	<input type="checkbox"/>	08		oltre	8.000.000	»	<input type="checkbox"/>	16	

Figura 12 - Quesito sul reddito mensile presente nell'indagine sui consumi delle famiglie Istat (1986).

REDDITO MENSILE

In quale delle seguenti classi è approssimativamente compreso il reddito complessivo **MENSILE** della Sua famiglia? (Sommare tutte le entrate Sue e dei Suoi familiari: salari e stipendi, proventi professionali o d'impresa, pensioni, rendite, indennità, sussidi, ecc., al netto di imposte e contributi sociali)

	Fino a	500.000	lire	<input type="checkbox"/>	01		da	2.000.001	a	2.500.000	lire	<input type="checkbox"/>	09
da	500.001	a	600.000	»	<input type="checkbox"/>	02	da	2.500.001	a	3.000.000	»	<input type="checkbox"/>	10
da	600.001	a	700.000	»	<input type="checkbox"/>	03	da	3.000.001	a	3.500.000	»	<input type="checkbox"/>	11
da	700.001	a	800.000	»	<input type="checkbox"/>	04	da	3.500.001	a	4.000.000	»	<input type="checkbox"/>	12
da	800.001	a	1.000.000	»	<input type="checkbox"/>	05	da	4.000.001	a	5.000.000	»	<input type="checkbox"/>	13
da	1.000.001	a	1.200.000	»	<input type="checkbox"/>	06	da	5.000.001	a	6.000.000	»	<input type="checkbox"/>	14
da	1.200.001	a	1.500.000	»	<input type="checkbox"/>	07	da	6.000.001	a	7.000.000	»	<input type="checkbox"/>	15
da	1.500.001	a	2.000.000	»	<input type="checkbox"/>	08		oltre	7.000.000	»	<input type="checkbox"/>	16	

Figura 13 - Quesito sul reddito mensile presente nell'indagine sui consumi delle famiglie dell'Istat (1983).

Riportiamo qui di seguito le modalità del primo livello di aggregazione:

- 0) Agricoltura, caccia, silvicoltura e pesca.
- 1) Energia e acque
- 2) Estrazione e trasformazione di minerali non energetici e prodotti derivati, industria chimica
- 3) Costruzione di oggetti in metallo: meccanica di precisione
- 4) Altre industrie manifatturiere
- 5) Edilizia e genio civile
- 6) Commercio, pubblici esercizi e alberghi, riparazioni
- 7) Trasporti e comunicazioni
- 8) Istituto di credito, assicurazioni, servizi prestati alle imprese, noleggio
- 9) Altri servizi

CAPITOLO 11 – QUESTIONARIO E CONTROLLI DI QUALITÀ: ALCUNI QUESITI INDISPENSABILI

1. LE ESIGENZE INFORMATIVE

Esistono alcune parti del questionario che, indipendentemente dai contenuti dell'indagine, devono essere sempre previste e le cui domande devono essere possibilmente standardizzate. Sono quelle parti che permettono di svolgere a posteriori controlli di qualità dei risultati o il calcolo dei coefficienti di ponderazione e degli errori campionari.

Nell'ambito dell'Istat negli ultimi anni si è sviluppata un'attenzione maggiore a questi aspetti, che si evidenzia nell'inserimento via via crescente di quesiti riguardanti la qualità dei risultati, a volte talmente numerosi (come si vedrà di seguito) da riempire intere pagine.

Il tentativo che verrà fatto di seguito sarà volto alla standardizzazione di tali quesiti, perlomeno di quelli per cui è possibile farlo. Si punterà, così, a distinguere i quesiti che è indispensabile prevedere sul questionario, da quelli che è auspicabile inserire sui modelli ausiliari, e ancora i quesiti la cui presenza è indispensabile in tutte le indagini, da quelli che possono invece essere utilizzati per subcampioni, o in particolari indagini ad hoc. Tutto ciò verrà fatto in relazione ai seguenti aspetti:

famiglie sostituite

modalità di risposta alle domande (diretta o proxy)

caratteristiche dell'intervistatore

caratteristiche dell'intervista

La trattazione è organizzata in modo da riprendere sinteticamente i problemi di fondo in relazione a ciascuno dei precedenti aspetti, segnalare come oggi vengono affrontati tramite i quesiti dei questionari Istat, indicare infine la standardizzazione necessaria.

2. QUESITI SULLA SOSTITUZIONE DELLE FAMIGLIE DELL'ELENCO BASE

Nelle indagini Istat non tutte le famiglie estratte vengono intervistate. I motivi per cui si crea tale situazione possono essere i più

Principali motivi della sostituzione delle famiglie

svariati. L'indirizzo della famiglia estratta può risultare errato; pur essendo anagraficamente corretto l'indirizzo, la dimora abituale della famiglia può essere da un'altra parte (nello stesso Comune o fuori). Può succedere che tutti i membri della famiglia siano temporaneamente assenti e quindi non disponibili all'intervista nel periodo di rilevazione, oppure che non accettino di farsi intervistare per diversi motivi (difesa della propria privacy, ad esempio); può infine accadere che l'intervistatore non abbia espletato nel modo adeguato il suo incarico di lavoro, sostituendo con troppa superficialità le famiglie pur non essendosi presentato nessuno dei casi precedenti. Ognuno degli esempi fatti potrebbe essere ulteriormente specificato. Qui ci interessa considerare i motivi fondamentali e questi possono essere ridotti a quattro:

Presenza di errori di lista: la situazione dell'anagrafe non è aggiornata

Presenza di errori nella formazione degli elenchi di base: nella trascrizione può essere stato sbagliato l'indirizzo, il codice, ecc.

Presenza di un inadeguato comportamento dell'intervistatore

Indisponibilità della famiglia all'intervista per vari motivi (temporanea assenza, difesa della propria privacy, ecc...) oggettivi e soggettivi.

Qualora venga deciso in sede di impostazione dell'indagine e del piano di campionamento di procedere alla sostituzione della famiglia *caduta*, si pone la necessità di rilevare alcune notizie basilari sulla famiglia sostituita che permettano di operare un confronto tra famiglia dell'elenco base e famiglia realmente intervistata. Tale confronto deve essere operato per verificare se la sostituzione avviene più frequentemente per un certo tipo di famiglie piuttosto di un altro; per evitare che possano crearsi distorsioni a livello campionario; per procedere eventualmente a un riproporzionamento dei dati attraverso procedimenti di riponderazione.

Va inoltre aggiunto che le informazioni sulle famiglie sostituite sono molto importanti anche da un punto di vista dei controlli sull'operato degli intervistatori. Un rilevatore che accentra un numero molto alto di famiglie sostituite è un rilevatore da controllare: o ha svolto in modo inadeguato il suo incarico, o ha incontrato maggiori difficoltà obiettive nel reperimento delle famiglie perché ha lavorato in comuni in cui la situazione delle anagrafi, per esempio, è più arretrata. La conoscenza di tale dato (e non solo di questo), può essere molto utile al fine di concentrare maggiore attenzione sui *punti deboli* della rete di rilevazione e operare nel senso di una formazione più capillare.

Vediamo di analizzare quali sono attualmente le informazioni che vengono rilevate sulle famiglie sostituite.

I quesiti sulla sostituzione delle famiglie presenti nel questionario delle indagini Istat

Sulla copertina dei questionari di tutte le più recenti indagini Istat (tranne che per la multiscopo in cui non sono previste sostituzioni) è riportato un quesito molto generico, le cui modalità sono: famiglia dell'elenco base e famiglia dell'elenco sostitutivo. Sempre sulla copertina compare il numero identificativo della famiglia (che consente di associare alla famiglia il nominativo del capofamiglia e il relativo indirizzo). Soltanto nel caso dell'indagine sulle strutture e comportamenti familiari e dell'indagine sulla salute 1986-1987 a famiglia appartenente all'elenco base e famiglia appartenente all'elenco sostitutivo si aggiunge una terza voce *questionario compilato solo per la scheda della famiglia dell'elenco base non intervistata e non sostituita* (ciò deriva da particolari istruzioni per gli intervistatori).

Il quesito in copertina

Per quanto riguarda l'indagine sulle forze di lavoro fino alla rilevazione del luglio '87 tali informazioni non erano presenti sul questionario e venivano raccolte su apposito modello ausiliario. Dal luglio '87, invece, tale quesito è stato posto in copertina insieme con il numero progressivo della famiglia.

In tutte le indagini Istat è stato introdotto il quesito sui motivi che hanno indotto l'intervistatore a procedere a sostituzione. L'obiettivo è tentare di verificare che incidenza di errori di lista esiste alla base del fenomeno della sostituzione delle famiglie e che tipo di difficoltà vengono incontrate sul campo. Abbiamo riportato una tavola sinottica (tavola 2) con la formulazione del quesito nelle indagini più recenti dell'Istat presso le famiglie. Come si può notare il quesito non è trattato omogeneamente. Cambia la formulazione, cambia la sequenza e anche le modalità di risposta da indagine a indagine.

Il quesito sui motivi della sostituzione

L'indagine sulle strutture e comportamenti familiari non prevede come modalità a sé stante il rifiuto della famiglia a collaborare che viene invece recepita dalle altre, essendo questo un aspetto importante per verificare le difficoltà incontrate sul campo. D'altro canto in quest'ultima indagine è presente il concetto di dimora abituale altrove, che figura in quella della salute '83 soltanto nel caso in cui il domicilio di fatto fosse localizzato in altro comune. In modo più o meno esplicito in tutti i quesiti la classificazione viene fatta sulla base del criterio indirizzo corretto/errato, con la preoccupazione di evidenziare delle dimensioni sempre più specifiche

Tavola 2 — Quesiti sui motivi della sostituzione delle famiglie dell'elenco base nelle più recenti indagini Istat presso le famiglie

Indagine sulle vacanze	Indagine sulle letture	Indagine sulla salute '83	Comportamenti familiari '83	Indagine sulla salute 86-87	Indagine sulle forze lavoro '87
Indirizzo non corretto perché la famiglia: — ha cambiato abitazione — si è trasferita in altro comune — non risulta all'indirizzo indicato e non se ne è conosciuto il motivo.	Indirizzo non corretto perché la famiglia: — ha cambiato abitazione — si è trasferita in altro comune — non risulta all'indirizzo indicato e non se ne è conosciuto il motivo.	— Temporanea assenza. — Indirizzo errato. — Domicilio di fatto in altro comune. — Irreperibilità. — Rifiuto. — Altro.	— Indirizzo errato. — Indirizzo corretto ma dimora abituale altrove. — Temporanea assenza. — Irreperibile senza altra informazione. — Impossibilità di eseguire l'intervista per altro motivo.	Indirizzo corretto ma la famiglia: — è temporaneamente assente — si è rifiutata — è irreperibile — non è stata intervistata per altro motivo.	— Rifiuto. — Irreperibilità. — Morte. — Momentanea assenza. — Domicilio di fatto in altro comune. — Emigrazioni all'estero.
Indirizzo corretto ma la famiglia: — si è rifiutata — non è stata intervistata per altro motivo	Indirizzo corretto ma la famiglia: — è temporaneamente assente — è irripetibile — si è rifiutata — non è stata intervistata per altro motivo.			Indirizzo non corretto perché la famiglia: — abita altrove nello stesso comune — abita in un altro comune — non risulta all'indirizzo indicato, ma non si sa dove abita — Non si sa se l'indirizzo è corretto perché la famiglia è irreperibile senza ulteriori informazioni.	

all'interno di queste due aree. Importante per la precisione della domanda è l'ultima modalità del quesito dell'indagine sulla salute del 1986-1987: dovendo essere anche in questo caso le modalità esaustive e non sovrapponibili è bene inserire il *non so* perché è possibile che la famiglia non venga reperita e che l'intervistatore non sia in grado di stabilire se l'indirizzo sia corretto o meno. Qual'è il limite di questa forte specificazione delle modalità di risposta ai quesiti? Che si pretende di risolvere un problema reale (quello dell'individuazione di errori di lista, per esempio), sobbarcando l'intervistatore di una responsabilità che in un'indagine corrente non può assumersi nel modo adeguato. Che cosa vuol dire, infatti, chiedere nel caso di indirizzo errato una specificazione del tipo: la famiglia si è trasferita in altro Comune? Significa indurre l'intervistatore a svolgere una vera e propria indagine sul campo per ottenere tale informazione e non avere, tra l'altro, garanzie sufficienti sull'attendibilità delle risposte (chi l'ha fornite, fino a che punto ha dato informazioni precise). Sarà bene, quindi valutare se è il caso di sovraccaricare gli intervistatori per ogni indagine anche di questo compito, o eventualmente orientarsi su un controllo a posteriori mirato ad identificare la vera causa dell'indirizzo errato.

Un altro tipo di informazioni che viene solitamente chiesto riguarda le caratteristiche strutturali della famiglia non intervistata. Tale parte è solitamente compilata a cura del Comune ed è fondamentale per due motivi:

- permette di operare il confronto tra famiglie dell'elenco base e dell'elenco sostitutivo in modo da valutare eventuali distorsioni almeno per quanto concerne i caratteri demografici;
- permette di verificare se in presenza di determinate regole di sostituzione l'intervistatore le ha seguite oppure no.

Nella tavola-3 sono riportate le notizie richieste a tale riguardo, indagine per indagine. A questo proposito va detto che non necessariamente le caratteristiche della famiglia da rilevare devono essere sempre le stesse, queste dipendono dal tipo di indagine che si sta conducendo: ed è giusto che siano previste quelle caratteristiche strutturali che hanno un maggior legame con le variabili oggetto di indagine.

Accanto a queste informazioni comuni alla maggior parte delle indagini, nell'indagine sulla salute 1986-1987 è stato inserito il quesito sui tentativi effettuati dall'intervistatore prima di rinunciare ad eseguire l'intervista.

Il quesito sulle caratteristiche strutturali della famiglia non intervistata

Il quesito sui tentativi effettuati dall'intervistatore prima di procedere a sostituzione

TENTATIVI EFFETTUATI DALL'INTERVISTATORE PRIMA DI RINUNCIARE AD ESEGUIRE L'INTERVISTA

numero di visite effettuate di persona

numero di telefonate effettuate

Tali quesiti sono volti a verificare se l'intervistatore ha comunque fatto il possibile per contattare la famiglia dell'elenco base. Hanno il solo limite di dipendere da una valutazione che l'intervistatore dà di sé stesso, piuttosto che da dati obiettivi.

Sul questionario devono essere riportati quesiti che riguardano la generalità dei casi osservati, e non una minima parte come nel caso delle famiglie sostituite. Dal questionario, cioè, deve essere possibile desumere una quantificazione immediata dell'incidenza delle famiglie sostituite sul totale delle famiglie. Le altre informazioni (dai motivi che hanno indotto alla sostituzione, alle caratteristiche strutturali della famiglia) devono essere riportate su apposito modello ausiliario. Il numero d'ordine dell'elenco sostitutivo farà da tramite tra questionario e modello ausiliario. Conseguentemente

dovranno comparire sulla copertina del questionario ben visibile insieme ai codici identificativi e poi riportati sui record individuali i seguenti quesiti:

- Famiglia appartenente all'elenco di base 1
- Famiglia appartenente all'elenco sostitutivo 2
- Numero identificativo della famiglia

Ciò significa che dovranno essere uniformati tutti i modelli ausiliari delle indagini:

- in relazione ai motivi che hanno portato l'intervistatore a procedere a sostituzione;
- in relazione alle modalità con cui dovranno essere concretamente impostati gli elenchi base e gli elenchi sostitutivi delle famiglie in tutti i Comuni (con particolare riguardo all'uso del numero d'ordine delle famiglie nei due elenchi).

In relazione a quesiti molto particolari come il numero di tentativi telefonici o di persona fatti dall'intervistatore prima di procedere a sostituzione non necessariamente devono essere previsti in tutte le indagini. Questi dati possono essere raccolti una tantum o in indagini ad hoc in cui sia prevista la possibilità di un controllo della veridicità di tali affermazioni da parte di un supervisore.

I quesiti che devono essere sempre previsti sui questionari delle indagini Istat

3. QUESITI SU CHI HA RISPOSTO ALLE DOMANDE

Nelle indagini presso le famiglie dell'Istat ogni componente dovrebbe essere intervistato direttamente: difficoltà relative alla presenza o all'assenza dell'individuo, impedimenti fisici o psichici, problemi di ruolo all'interno della famiglia, maggiore o minore accuratezza dei rilevatori, problemi di costi e di tempi di rilevazione, fanno sì che in certi casi un componente oltre a rispondere per sé, risponda anche per altri membri della famiglia. Con ocularità, di volta in volta, l'opportunità di tale scelta deve essere vagliata sia in relazione all'oggetto dell'indagine, che alla composizione del campione considerato. Bisogna essere in grado di stabilire per ogni quesito se la risposta di un altro membro della famiglia può comportare o meno una distorsione nei risultati. Ma bisogna anche porsi un altro tipo di problema che va al di là dell'effetto proxy: che grado di concentrazione di risposta si ha sugli individui del campione. Rispetto all'attenzione nei confronti dei quesiti e al grado di precisione delle risposte, una cosa è infatti un individuo che oltre a rispondere per sé risponde per altre persone, altra cosa che risponda ad un solo questionario. Su questa base, quindi, dovranno essere prese delle decisioni da parte del responsabile di indagine: chi è preferibile eventualmente intervistare, oppure a quante interviste può essere sottoposto ogni individuo e così via.

Svolta l'indagine a partire da tali decisioni si dovranno avere a disposizione le informazioni necessarie per operare un controllo a posteriori sulla situazione: l'obiettivo non dovrà essere tanto misurare l'effetto proxy, cosa che può essere fatta solo con indagini ad hoc o subcampioni nell'ambito della stessa indagine, ma avere il quadro preciso di chi ha risposto e chi no (utilissimo in fase di reinterviste). Conseguentemente il rispondente ad ogni questionario individuale deve essere univocamente individuato, perché sia possibile ricostruire *situazioni tipiche di intervista* per ogni indagine (Sabbadini 1988), grado di concentrazione della risposta su singoli individui (Buratta 1988), presenza e assenza dei singoli individui al momento dell'intervista.

Vediamo di analizzare le informazioni che sono presenti nelle principali Indagini Istat.

Nella tavola 4 è riportata la situazione relativa alle Indagini sulle famiglie più recenti. Anche in questo caso la situazione è abbastanza eterogenea. A parte il dato negativo dell'assenza del quesito nell'indagine sulle vacanze, il quesito che meno risponde alle esigenze informative appena segnalate è quello dell'indagine sulla lettura e il più recente delle forze di lavoro. Infatti, non è rintracciabile l'individuo che ha risposto alle domande a meno che non

I quesiti sulle risposte proxy presenti nei questionari delle indagini Istat

Tavola 3 — Quesiti sulle caratteristiche strutturali delle famiglie sostituite nelle più recenti indagini Istat

Indagine sulle vacanze	Indagine sulle letture	Indagine sulla salute '83	Comportamenti familiari '83	Indagine sulla salute 86-87	Indagine sulle forze lavoro '87
Numero componenti Numero d'ordine componenti Sesso Anno di nascita Stato civile	Numero componenti Numero d'ordine componenti Sesso Anno di nascita Stato civile	Numero componenti Numero d'ordine componenti Relazione con il capofamiglia Sesso Anno di nascita	Numero componenti Numero d'ordine componenti Relazione con il capofamiglia Sesso Anno di nascita Stato civile	Nessuna notizia sul questionario	Nessuna notizia sul questionario

Tavola 4 — Quesiti sulle risposte proxy nelle più recenti indagini Istat presso le famiglie

Indagine sulle vacanze	Indagine sulle letture	Indagine sulla salute '83	Comportamenti familiari '83	Indagine sulla salute 86-87	Indagine sulle forze lavoro '87	Indagine multiscopo
Il quesito non è stato posto.	Le risposte sono state fornite: — dall'interessato; — da altra persona.	Indicare se il componente ha: — risposto personalmente; — era presente al momento dell'intervista ma non ha risposto personalmente; — era assente al momento dell'intervista. Numero d'ordine del componente che ha fornito le risposte.	Numero d'ordine del componente che ha fornito la maggior parte delle notizie.	Chi ha risposto ai quesiti: — l'interessato; — un'altro membro della famiglia.	La persona ha risposto direttamente ai quesiti. — Sì, senza la presenza di altre persone; — Sì, con la presenza di altre persone; — No, ma era presente; — No e non era presente. Se 'no' indicare il numero d'ordine del componente che dà le notizie.	

abbia fornito una risposta diretta. Non è possibile risalire in questa indagine agli individui che erano presenti al momento dell'intervista e sono intervenuti, per esempio, nel fornire risposte per altri individui. È un quesito, questo, che permette di avere solo una visione molto generale del fenomeno. Negli altri casi, invece, viene sempre segnalato il numero d'ordine del componente che ha fornito le risposte (anche se il quesito è formulato diversamente da indagine a indagine) cosa fondamentale per raggiungere gli obiettivi precedentemente esposti.

L'attenzione va centrata sui quesiti posti nell'indagine sulla salute del 1983, in quella su strutture e comportamenti familiari, e sulla salute 1986-1987: ognuna di queste, infatti, coglie una dimensione del problema molto importante. Il primo quesito dell'indagine sulla salute '83 permette di verificare se la mancanza di risposta diretta è imputabile all'assenza dell'individuo al momento dell'intervista o per esempio alla tendenza ad una concentrazione della risposta su particolari figure della famiglia (o per il ruolo da queste svolto nell'ambito familiare o per la tendenza dell'intervistatore ad essere più sbrigativo) e permette anche di identificare la presenza/assenza dell'individuo al momento dell'intervista. Il quesito dell'indagine sulle strutture e comportamenti familiari e sulla salute 1986-87, permette di tener conto di un aspetto importante nella dinamica dell'intervista presso le famiglie: è possibile che più di una persona intervenga nel determinare le risposte, e che sia quindi impossibile in questi casi identificare il rispondente, al massimo si potrà individuare l'individuo che ha risposto alla maggior parte delle domande. È bene, quindi, tener presente ambedue questi aspetti nella predisposizione di tali quesiti nelle indagini presso le famiglie.

Nell'indagine multiscopo la formulazione del quesito viene ulteriormente modificata: in caso di risposta diretta va specificata la presenza o meno di altre persone. A tale proposito va detto che quest'aspetto andrebbe rilevato specificamente per alcuni quesiti piuttosto che per l'intero questionario. Meglio, quindi, non appesantire il quesito e non mettere in difficoltà il rilevatore (se qualcuno era presente solo ad una parte dell'intervista che farà il rilevatore? E soprattutto come potremo stabilire a posteriori a quali parti era presente?). Meglio procedere con una formulazione del quesito più agile e semplice.

Alla luce di quanto detto, è bene che i quesiti posti nelle indagini sintetizzino i due aspetti emergenti dall'indagine sulla salute 1983 e dall'indagine sulle strutture e comportamenti familiari.

A meno che non subentrino motivi particolari, per cui si reputi negativa la partecipazione, se non addirittura la presenza, di più membri della famiglia all'intervista, è bene che sia segnalato ogni

I quesiti che devono essere sempre previsti sui questionari delle indagini Istat

volta l'individuo che ha risposto alla maggior parte delle domande. È bene anche che sia evidenziata la presenza/assenza dell'individuo cui si riferisce il questionario al momento dell'intervista. Conseguentemente

alla fine di ciascun questionario individuale dovranno essere posti i seguenti quesiti le cui modalità di risposta dovranno essere riportate sui record individuali

Indicare se il componente cui si riferisce l'intervista

- **Era presente al momento dell'intervista e ha risposto alla maggior parte dei quesiti** 1
- **Era presente al momento dell'intervista e non ha risposto alla maggior parte dei quesiti** 2
- **Era assente al momento dell'intervista** 3
- **Numero d'ordine del componente che ha fornito la maggior parte delle risposte**

Approfondimenti su quest'aspetto, domande più dettagliate che misurino la partecipazione complessiva della famiglia all'intervista, oppure più specifiche in relazione a quesiti cruciali e delicati potranno essere effettuati di volta in volta in apposite indagini ad hoc con l'obiettivo di ottenere una misura dell'effetto proxy.

4. QUESITI SULL'INTERVISTATORE

Organizzare una rete di rilevazione come quella dell'Istat non è cosa semplice e richiede notevoli sforzi, da un punto di vista della formazione, responsabilizzazione e controllo dell'operato degli intervistatori. L'obiettivo di diminuire gli errori non campionari afferenti alla fase di rilevazione può essere raggiunto attraverso la formazione-responsabilizzazione-controllo degli intervistatori che presuppone la conoscenza approfondita della rete di rilevazione. Chi sono gli intervistatori (caratteristiche socio-demografiche), che esperienza di indagini Istat ed eventualmente di altre indagini hanno (a quante e quali indagini hanno partecipato), con quali risultati (numero di errori in ogni indagine, numero famiglie sostituite, ecc.).

Non ci soffermeremo su questi aspetti, ma ci limiteremo a sottolineare quali sono le informazioni che devono figurare nel questionario per raggiungere tale obiettivo.

Contrariamente al caso delle famiglie sostituite, tutte le notizie riguardanti i rilevatori sono attualmente raccolte tramite appositi modelli ausiliari che devono essere compilati per ogni indagine a cura del Comune. Ed è giusto che sia così. È inutile, infatti, riportare sul questionario dati o informazioni che devono essere rilevati una volta sola ogni venti questionari, per esempio (se tale è il numero dei questionari assegnati a un rilevatore). L'importante è che le notizie del modello ausiliario e del questionario siano agganciabili e ciò è stato reso possibile dall'esistenza di un *numero progressivo del rilevatore* che si trovava sul modello ausiliario e sul questionario o del numero di Area presente nell'indagine sulle forze di lavoro. La collocazione di tale codice varia da indagine a indagine: solitamente è posto in copertina; nell'indagine sulla salute '83, invece, è posto alla fine del questionario.

È previsto, inoltre in tutti i questionari uno spazio per la firma dell'intervistatore, la data di consegna all'ufficio del Comune, e la firma del capo dell'Ufficio addetto alla rilevazione. Solitamente tali notizie vengono poste alla fine dell'intero questionario.

Gli obiettivi segnalati si riferiscono alla necessità di una conoscenza approfondita e di un controllo capillare e mirato della rete di rilevazione. In questo senso si è valutato che più che la presenza del quesito *numero progressivo del rilevatore* fosse necessario trascrivere su ogni questionario il *codice del rilevatore* che ogni Comune avrà assegnato una volta per tutte le indagini a ogni rilevatore.

In passato la presenza del numero progressivo del rilevatore permetteva di eseguire un aggancio tra questionario e modello ausiliario di una singola indagine e non di avere la situazione del rilevatore trasversale per tutte le indagini a cui ha partecipato, perchè solitamente ad uno stesso rilevatore veniva assegnato un codice differente.

L'individuazione del codice del rilevatore ha rappresentato il primo passo per poter costruire un archivio che permettesse di analizzare la qualità complessiva del lavoro svolto dagli intervistatori e per poter sfruttare al massimo la mole di informazioni che normalmente l'Istat rileva. Conseguentemente:

dovrà comparire sulla copertina del questionario e dovrà essere riportato sui record individuali insieme ai codici identificativi:

codice dell'intervistatore

Inoltre, uno spazio deve essere previsto, come già attualmente alla fine del questionario per la firma dell'intervistatore (in modo che quest'ultimo sia maggiormente cosciente delle responsabilità

I quesiti sull'intervistatore presenti nei questionari delle indagini Istat

I quesiti che devono essere sempre previsti in tutte le indagini Istat

del suo operato) accanto alla **data di consegna dell'intervista**. Insieme figurerà, come già attualmente, la **firma del capo dell'Ufficio** addetto alla rilevazione del Comune.

5. QUESITI SULL'ANDAMENTO DELL'INTERVISTA

Indagare sulla situazione di intervista è cosa assai importante, ai fini di una valutazione obiettiva della dinamica dell'intervista e del processo di interazione intervistatore-rispondente. Già alcuni quesiti segnalati nelle pagine precedenti permettono di individuare alcuni aspetti della situazione di intervista: basta pensare al quesito *proxy*, al numero d'ordine del componente che ha risposto alle domande del questionario. Tramite queste domande, infatti, è possibile individuare dei profili incrociati rispondenti — non rispondenti, il grado di concentrazione delle risposte su alcuni individui particolari delle famiglie e così via. Obiettivo di questo paragrafo è enucleare un insieme minimo di quesiti che in modo fattuale e non valutativo permetta di arricchire la conoscenza della situazione di intervista, demandando ad indagini ad hoc o a subcampioni nell'ambito di un'indagine, il compito di delineare un quadro più preciso della situazione di intervista, sia dal punto di vista del rispondente che dell'intervistatore.

In tre indagini (vacanze, letture, forze di lavoro), tali quesiti sono completamente assenti. In altre indagini, invece sono presenti seppure con un diverso grado di dettaglio. Emerge una forte eterogeneità sia nei contenuti che nella forma adottata.

Un quesito comune a tutti i questionari è quello sulla durata dell'intervista, seppure risulta articolato in modo diverso da questionario a questionario: nell'indagine sulla salute del 1983, per esempio, si è preferita una domanda aperta (durata in minuti), accompagnata da un'altra (ora di inizio dell'intervista) che si configura come un ausilio per gli intervistatori oltre che una fonte di informazione importante per sapere in quale ore maggiormente vengono svolte le interviste. Nel caso dell'indagine sulle strutture e comportamenti familiari e della salute del 1986-87, invece, si è preferita una domanda strutturata in intervalli di durata. Va segnalato che la durata in minuti si riferisce, comunque, all'insieme delle interviste dei componenti della famiglia. Il quesito non è riferito ai singoli individui.

Per quanto riguarda l'interesse o la disponibilità all'intervista da parte della famiglia emerge un'ulteriore differenziazione tra indagine sulla salute del 1983 e le altre indagini. Nel primo caso si parla di interesse per gli argomenti trattati, nel secondo di disponibilità della famiglia. Due concetti completamente differenti: una cosa è, infatti, l'interesse per l'argomento dell'intervista, altra cosa la

I quesiti sull'intervista presenti nei questionari delle indagini Istat

disponibilità generale della famiglia e collaborare. Anche le modalità di risposta cambiano e non consentono, quindi, nessun tipo di confronto tra le due indagini.

Nel questionario sulla salute del 1983 si arriva anche a chiedere, tramite l'utilizzo di una scala, la difficoltà di comprensione delle domande di ciascun riquadro del questionario. Nell'indagine sulla salute del 1987, invece, viene impostata un'intera pagina del questionario sull'intervista: si parte col sondare il tipo di difficoltà incontrate prima di cominciare l'intervista (contatti con la famiglia sia telefonici che di persona), si prosegue richiedendo le modalità di raccolta delle informazioni considerando le diverse combinazioni tra visite e contatti telefonici. Infine si passa ai veri e propri dati sull'intervista: data, ora di inizio, motivo per cui l'intervista è stata svolta in ritardo rispetto alla settimana di rilevazione (se ciò è avvenuto), durata dell'intervista, disponibilità familiare all'intervista. Questi dati permettono, almeno riguardo ad alcuni quesiti, di ricavare un panorama abbastanza dettagliato della situazione di intervista, e delle difficoltà incontrate dall'intervistatore; hanno però, il limite di basarsi, da un lato, su ciò che gli intervistatori dicono su se stessi, dall'altro, di far riferimento solitamente alla famiglia e non ai singoli individui. In relazione ai contatti precedenti all'intervista possono indurre l'intervistatore a gonfiarne la risposta, per apparire più preciso nell'espletamento dell'incarico di lavoro.

Per quanto riguarda il quesito sull'interesse per l'argomento, o la disponibilità all'intervista, questo avrebbe senso se riferito ai singoli individui della famiglia e non alla famiglia nel complesso. Un individuo potrebbe essere interessato, un altro no all'interno di una stessa famiglia. Che disponibilità familiare si dovrebbe considerare in questo caso? Il rischio sarebbe un appiattimento delle risposte sulla modalità 'discreto', e quindi un'eliminazione della variabilità esistente tra individuo e individuo.

Non tutti i quesiti prima segnalati possono essere inseriti nei questionari di tutte le indagini. Fare una cosa del genere significherebbe istituzionalizzare il fatto che l'Istat oltre all'indagine specifica presso la famiglia fa un'indagine nell'indagine ogni volta. Ciò tra l'altro appesantisce il lavoro dell'intervistatore, che non potrà essere istruito adeguatamente per svolgere due indagini contemporaneamente. Sebbene dati sulla situazione e sulla dinamica dell'intervista siano estremamente utili, è bene che la maggior parte delle notizie precedenti, con le dovute correzioni e integrazioni, siano poste, in primo luogo in fase di pretest (vedi quelle sulla difficoltà di comprensione dei quesiti), e approfondite in indagini ad hoc. Per esempio, è bene che una valutazione sulla situazione di intervista sia data non tanto dall'intervistatore, ma da un osser-

I quesiti che devono essere sempre previsti sui questionari delle indagini Istat

vatore esterno, un supervisore con il compito specifico di registrare reazioni della famiglia e performance dell'intervistatore.

Nelle indagini in cui l'unità di rilevazione è la famiglia è bene quindi, considerare un insieme minimo di informazione fattuali e non valutative.

All'inizio di ogni questionario individuale deve essere posta la DATA di svolgimento dell'intervista.

Questa è sufficiente per dedurre se l'intervistatore è stato costretto a svolgere l'intervista ai diversi componenti in giorni diversi.

All'inizio di ogni questionario individuale deve essere posta l'ORA d'inizio dell'INTERVISTA. Alla fine del questionario individuale, invece sarà riportata L'ORA di chiusura dell'INTERVISTA.

CAPITOLO 12 - LA GRAFICA DEL QUESTIONARIO: UNO STRUMENTO DI COMUNICAZIONE

1. IMPOSTAZIONE GRAFICA GENERALE

Il questionario è strumento di comunicazione ricercatore-rispondente. Nel caso in cui sia prevista la presenza di un intervistatore a tale fondamentale livello di comunicazione si affianca quello con lo stesso intervistatore. Ma il questionario è anche il materiale di base per il lavoro degli operatori che registrano i dati. Due o addirittura tre livelli di comunicazione si intrecciano nel questionario. Non si pone, quindi, solamente un problema di linguaggio (wording, phrasing), o di sequenza delle domande, o di conduzione complessiva dell'intervista.

L'esistenza di più livelli di comunicazione riferiti a destinatari differenti pone la necessità di un'impostazione grafica complessiva adeguata.

Impostare graficamente significa operare al livello più alto la sintesi tra i due o tre livelli di comunicazione. L'obiettivo deve essere quello di trovare la combinazione ottimale tra una serie di accorgimenti tecnici di base (riguardanti spaziature, caratteri, coerente posizione dei codici) e gli aspetti specifici di originalità legati all'indagine e alla tecnica di somministrazione prescelta. Ogni indagine dovrà avere un suo questionario «personalizzato». Ma ogni indagine dovrà essere ricondotta alle altre quanto alla standardizzazione operata a livello di impaginazione, spaziature, utilizzo dei codici.

In sintesi per grafica non si deve intendere soltanto un aspetto estetico (pure importante) fine a se stesso, ma uno strumento per razionalizzare e al tempo stesso evidenziare bene i due o tre livelli di comunicazione.

È questo un elemento spesso trascurato nell'impostazione del questionario su cui non si è sviluppata una riflessione adeguata come per altri aspetti quali il linguaggio da utilizzare, la sequenza delle domande ecc. In realtà non assumere idonei criteri grafici può addirittura compromettere la resa di un questionario ben riuscito quanto a linguaggio e impostazione complessiva, accentuando le difficoltà in fase di somministrazione e di registrazione automatica.

Adottare una grafica adeguata è dunque, importante perché permette di raggiungere tre obiettivi fondamentali:

- favorire la fluidità del questionario, sia nel caso di intervista che di autocompilazione

- facilitare una registrazione accurata delle risposte da parte dell'intervistatore o del rispondente
- rendere possibile una registrazione automatica accurata e al tempo stesso economica dei dati.

2. ASPETTI GRAFICI SPECIFICI

Come eliminare pesantezze, difficoltà di compilazione, confusione nel modello? Come far sì che il questionario abbia un aspetto che predisponga positivamente il rispondente o l'intervistatore? Sono queste domande a cui non può rispondere in modo adeguato uno statistico. Individuare il modo giusto per far arrivare il messaggio all'interlocutore/interlocutori che abbiamo di fronte dovrebbe essere affidato ad esperti di comunicazione, che, definito il target, potrebbero operare nel senso di una valorizzazione del questionario come strumento di comunicazione complesso. Lo statistico deve comunque essere cosciente di tali problemi e se non lavorerà in equipe con esperti di comunicazione dovrà cercare di risolverli al meglio da solo. Di seguito sono segnalati alcuni accorgimenti che possono essere adottati per evitare quegli errori che più frequentemente vengono commessi e migliorare la resa del questionario in termini grafici.

Impaginazione e collocazione delle domande

Il questionario deve presentare una struttura uniforme e i criteri di disposizione delle domande devono essere chiari.

Le domande devono essere collocate ordinatamente e omogeneamente, adottando possibilmente un criterio unico per tutto il questionario: o domande sulla sinistra e risposte sulla destra, oppure domande e risposte incolonnate. Ove per qualche motivo si renda necessaria un'eccezione, questa non deve essere fonte di confusione.

Esempi:

Dall'indagine sulle strutture e comportamenti familiari sono tratti due esempi, uno positivo e uno negativo perché troppo confuso nella collocazione delle modalità di risposta.

Esempio corretto

Indicare la principale fonte di reddito disponibile nell'anno in corso (una sola risposta)

Reddito da lavoro
 Reddito da lavoro e altri redditi
 Pensione
 Pensione e altri redditi
 Altri redditi
 Nessun reddito

1
 2
 3
 4
 5
 6

Esempio non corretto

Indicare a quale tra le seguenti persone adulte è abitualmente affidato il bambino/ragazzo se o quando non è con i genitori o a scuola

Nonni conviventi	1 <input type="checkbox"/>	Altri parenti non conviventi	4 <input type="checkbox"/>
Nonni non conviventi	2 <input type="checkbox"/>	Amici, vicini, altri non retribuiti	5 <input type="checkbox"/>
Altri parenti conviventi	3 <input type="checkbox"/>	Persone retribuite	6 <input type="checkbox"/>
Non è affidato a nessun adulto 7 <input type="checkbox"/>			

Questo secondo esempio non è corretto perché le modalità sono collocate troppo confusamente.

Ciascuna domanda con le sue modalità di risposta deve essere collocata per intero nella stessa pagina.

Altrimenti è più facile che il rispondente per pigrizia accentui la tendenza ad orientarsi verso le modalità di risposta che vengono riportate per prime.

Nel caso di domande filtro le indicazioni segnaletiche (freccette o segni simili) devono essere particolarmente chiare e facilmente individuabili.

È importante, inoltre, prevedere che le domande riservate ad una parte degli intervistati seguano il più da vicino possibile la domanda che funge da filtro, anziché affidare all'intervistatore il compito di ricordarsene o di scartabellare l'intero questionario per trovare la domanda successiva.

Non è conveniente risparmiare spazio per il questionario.

Domande troppo serrate graficamente e scritte in caratteri piccoli possono comportare diverse conseguenze negative: rendono più difficile una lettura scorrevole del questionario, fanno aumentare il numero di errori di codifica da parte dell'intervistatore e del rispondente. È bene, quindi, prevedere un sufficiente spazio tra domanda e domanda e anche tra le singole modalità di risposta di una stessa domanda.

Se il questionario è suddiviso in sezioni e si ritiene utile evidenziare tale suddivisione per facilitare il compito del rispondente e dell'intervistatore, è bene adottare un carattere unico per tutti i titoli di tali sezioni da riportare in tutto il questionario.

Titoli, caratteri, sottolineature, numerazione

Nel questionario coesistono istruzioni, domande e frasi di passaggio (da una sezione all'altra) ognuna delle quali presenta una funzione diversa: è bene che tale distinzione appaia chiaramente anche da un punto di vista grafico.

Se si sceglie di scrivere con il carattere minuscolo le istruzioni per gli intervistatori o per il rispondente ciò deve essere fatto per tutto il questionario. Le domande dovranno essere scritte con altro carattere, per esempio in maiuscolo, in modo da differenziarsi nettamente dalle istruzioni e così anche le 'frasi di passaggio' che potrebbero essere scritte in corsivo.

Esempio:

A coloro che non si sono dichiarati occupati o in cerca di occupazione (risposte da 4 a 8 al quesito 3.1)

cerca attivamente lavoro?

No 1
Si 2

Tale impostazione grafica della domanda non va bene, perché l'indicazione che l'intervistatore deve memorizzare si confonde con la domanda che deve esprimere ad alta voce. Ciò contribuisce a rendere meno fluida e scorrevole l'intervista.

Meglio esprimere graficamente così:

A coloro che non si sono dichiarati occupati o in cerca di occupazione (Risposte da 4 a 8 al quesito 3.1)

CERCA ATTIVAMENTE LAVORO?

No 1
Si 2

In questo modo istruzione e domanda risultano ben distinte. Se ciò viene fatto in tutto il questionario sarà abbastanza agevole per l'intervistatore orientarsi sul questionario e ugualmente per il rispondente nel caso di autocompilazione.

Se nell'ambito di uno stesso questionario sono previsti più tipi record è bene fare in modo che la fine di ogni tipo record coincida con la fine di una pagina o perlomeno di una sezione del questionario chiaramente distinta dalle successive.

Ogni domanda deve essere numerata in modo che il riferimento sul libretto di istruzioni, quando c'è, possa essere univoco.

L'uso dei colori

È auspicabile l'utilizzo di colori diversi come sottofondo alle domande, soprattutto nei casi in cui sia evidente la facilitazione per l'intervistatore o l'intervistato.

È bene farlo quando il questionario prevede gruppi di domande per sottocampioni diversi dalla popolazione, o quando si vogliono evidenziare particolari parti del questionario. A ciò va aggiunto che il colore può aiutare a rendere meno 'burocratici' i questionari. Il colore deve essere, comunque, chiaro e riposante per evitare di

coprire i caratteri delle domande e non deve essere utilizzato 'per bellezza'. L'estetica è importante se finalizzata a rafforzare la chiarezza per il rilevatore o il rispondente.

Bisogna evitare di usare uno stesso colore con funzioni diverse.

Il significato dei colori va esplicitato nelle istruzioni perché sia chiaro al destinatario come il colore lo faciliterà in fase di compilazione.

Il colore può essere anche utilizzato per facilitare la fase di registrazione.

È questo il caso di particolari parti del questionario che dovrebbero essere registrate per colonna quando il restante questionario è registrato per riga (o viceversa): evidenziare con il colore una colonna sì e una no secondo la direzione di registrazione può evitare errori in questo caso assai frequenti.

Lo strumento dell'illustrazione è particolarmente utile soprattutto se il questionario è per l'autocompilazione.

L'illustrazione

Un'indagine in cui potrebbe risultare preziosa è quella dei consumi di famiglia. Va infatti, tenuto presente che più è grande l'impegno richiesto al rispondente, maggiore deve essere lo sforzo per rendere più leggero, maneggevole e interessante il questionario. L'illustrazione nel caso di tale indagine potrebbe essere di ausilio al rispondente nella registrazione degli acquisti quotidiani.

Il disegno può rendere meglio di qualsiasi spiegazione a parole.

Ciò è vero quando le parole che si dovrebbero usare sono troppo tecniche e di difficile comprensione per tutti i rispondenti. In questi casi il disegno può essere l'unico modo per eliminare la variabilità di interpretazione di un termine.

Esempi:

- Interessante a tale scopo l'uso che ne hanno fatto i Canadesi a proposito della tipologia delle abitazioni (figura 14). Il disegno e l'illustrazione dei differenti tipi di abitazioni rendono più di qualunque parola che poteva essere utilizzata.
- Nella sperimentazione effettuata in laboratorio dal NHCS l'illustrazione del corpo umano con l'indicazione precisa dell'addome ha permesso di superare la variabilità derivante dalla frase «mal di pancia» (figura 15).

Questi vanno considerati solo come alcuni suggerimenti grafici che non possono risolvere il problema di un'impostazione com-

plexiva. Rappresentano l'ossatura, gli aspetti minimali da cui partire. L'impostazione grafica complessiva non può essere descritta una volta per tutte e soprattutto non può essere fatta soltanto da noi. Può essere raggiunta solo in un lavoro di equipe con grafici ed esperti di comunicazione, volta per volta, indagine per indagine.

È questa la strada ottimale che viene consigliata: coinvolgere nella fase di progettazione del questionario un esperto di comunicazione che, cosciente degli obiettivi dell'indagine e dei vincoli imposti possa collaborare nel senso di costruire il questionario come un adeguato strumento di comunicazione.

11. Entrez-vous chez vous par

- ♦ 1 une entrée privée distincte donnant sur l'extérieur?
- ♦ 2 une entrée privée distincte donnant sur un corridor ou un escalier commun à l'intérieur?
- ♦ 3 les pièces d'habitation de quelqu'un d'autre?

12. Ce logement est-il





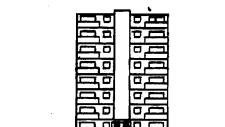




- ♦ Cochez (✓) une seule case
- 1 une maison individuelle (logement individuel non attenant à une autre construction et entouré d'espaces libres)? 
- 2 dans une maison jumelée ou une maison double (deux logements côte à côte réunis par un mur commun, mais non attenants à une autre construction et entourés d'espaces libres)? 
- 3 dans un duplex (deux logements superposés non attenants à une autre construction et entourés d'espaces libres)? 
- 4 dans une rangée d'au moins trois logements réunis côte à côte sans autre logement au-dessus ni en-dessous? 
- 5 un appartement dans un immeuble de six étages et plus (logement dans une tour d'habitation)? 
- 6 un appartement dans un immeuble de moins de six étages (logement dans un triplex, quadruplex ou logement dans une construction non résidentielle ou dans une maison qui a été transformée)? 
- 7 une maison attenante à une construction non résidentielle (logement attenant au niveau du sol à une autre construction, par ex., un magasin, mais qui en est séparé par un mur commun s'élevant du sol au toit)? 
- 8 une habitation mobile (conçue et construite pour être transportée sur son propre châssis et qu'on peut déplacer sans grand délai)? 
- 9 un autre logement mobile (tente, roulotte de voyage, voiture de chemin de fer, bateau-maison, etc.)? 

Figura 14 - Riproduzione di una pagina del questionario canadese del censimento della popolazione (1985).

Please look at this diagram.
During the past 12 months, have you
had pain in this area (the area shaded on
the diagram) ?

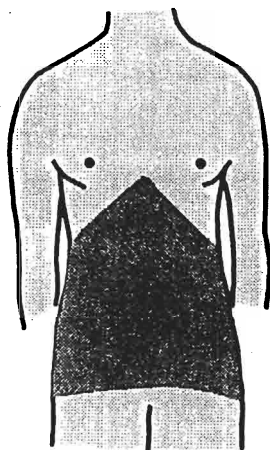


Figura 15 - Quesito e illustrazione utilizzati nella sperimentazione in laboratorio da NCHS (USA), in seguito alla verifica della variabilità di interpretazione del termine «abdomen».

CAPITOLO 13 - ASPETTI TECNICI

1. ALCUNI ASPETTI TECNICI DA NON SOTTOVALUTARE

Nei capitoli precedenti abbiamo centrato l'attenzione sulla determinazione degli obiettivi dell'indagine, sulla formulazione e la sequenza delle domande, sugli aspetti psicologici e di memoria, sulla grafica ecc. In questo capitolo vogliamo, invece, soffermarci su alcuni aspetti tecnici che solo apparentemente non riguardano la costruzione del questionario. Affrontare seriamente tali aspetti tecnici permetterà di evitare notevoli problemi in fase di somministrazione del questionario, di registrazione automatica e elaborazione dei risultati. Questi sono: la numerazione delle domande, le istruzioni per gli intervistatori sul questionario, la scelta dei codici per le singole modalità di risposta, il problema della compresenza di più modelli di rilevazione nell'ambito di una stessa indagine, la necessità in alcuni casi di dover prevedere la traduzione del questionario in altra lingua.

La numerazione delle domande.

È necessario individuare un sistema adeguato di numerazione delle domande. Questo deve essere approntato in modo che non esistano sovrapposizioni dei numeri, che creerebbero confusione all'intervistatore sia nel corso dell'intervista che della consultazione del libretto di istruzioni.

Le istruzioni per gli intervistatori sul questionario.

Di questo aspetto si parlerà più diffusamente nel Fascicolo 3. Ciò che va sottolineato è che, dovendo il questionario presentarsi una guida efficace per la compilazione, dovrà essere prevista la presenza di istruzioni differenziate tipograficamente dalle domande.

La scelta e collocazione dei codici delle singole modalità di risposte.

Bisogna individuare un sistema di codici e una loro collocazione che faciliti il lavoro dell'intervistatore, non risulti sgradevole per il rispondente nel caso di autocompilazione, faciliti la registrazione automatica, e l'elaborazione dei dati. Particolare attenzione va posta ai codici di identificazione del questionario.

L'esistenza di più modelli o questionari nell'ambito della stessa indagine.

Si tratta di saper individuare i casi in cui è auspicabile una

molteplicità di modelli. Nel caso di tale ultima scelta si tratta di individuare dei criteri di differenziazione e al tempo stesso di aggancio tra i diversi questionari.

La traduzione del questionario in altre lingue presenti sul territorio nazionale.

Tale problema si pone per la provincia di Bolzano per la quale vengono stampati questionari in tedesco. In questi casi è bene che l'impostazione grafica, i codici e tutto l'impianto del questionario rimanga intatto.

2. IL SISTEMA DI NUMERAZIONE DELLE DOMANDE

Come individuare univocamente le domande

Ogni domanda deve essere univocamente individuata e il sistema di numerazione deve essere chiaro e semplice per le istruzioni agli intervistatori, la raccolta dei dati e il data processing.

Se il questionario è breve si può procedere ad una numerazione sequenziale da '1' fino al valore relativo all'ultima domanda.

Ciò significa che non esiste una differente numerazione all'interno delle sezioni. La 1ª sezione può contenere domande da 1 a 10, la seconda da 11 a 20 e così via. La numerazione, essendo progressiva, non comporta nessuna sovrapposizione.

All'interno di una stessa sezione possono essere raggruppati i quesiti relativi allo stesso argomento tramite la combinazione di un carattere numerico comune e uno successivo variabile.

È questa una variante del precedente sistema di numerazione. Enfatizza il legame tra le domande di un gruppo omogeneo, ed è particolarmente utile nel caso di domande filtro.

Esempio:

Poniamo che la domanda della sezione 3 «Lei lavora?» sia numerata con 20. Le domande successive su quante ore lavora, che tipo di lavoro fa ecc. saranno numerate come 20a e 20b.

Nei questionari lunghi è più conveniente numerare le domande separatamente all'interno di ogni sezione.

Se si sceglie questo tipo di numerazione, va comunque sotto lineato che l'esperienza suggerisce di:

- evitare la combinazione di cifre arabe e romane
- evitare numerazioni troppo lunghe e complesse

- combinare sempre il numero della sezione con quello della domanda nella sezione per evitare che il numero della domanda sia confuso con quello di un'altra domanda che occupa la stessa posizione in un'altra sezione.

Esempio:

La domanda 3 della sezione 2 potrà quindi essere numerata come 2.3. Più domande di uno stesso gruppo nella sezione potranno essere numerate come 2.3a 2.3b.

È bene che si assuma un sistema di numerazione analogo nelle differenti indagini presso le famiglie.

Gli intervistatori sono, infatti, spesso gli stessi ed è bene che acquistino familiarità con un sistema di numerazione che risponde sempre alla stessa logica.

Può succedere che sia necessario introdurre una o più domande in extremis; quando già il libretto di istruzioni è stato predisposto. L'introduzione di tali nuove domande impone la necessità di rinumerare l'intero questionario, o per lo meno le domande della sezione interessata. Rinumerare è meglio, anche se crea inconvenienti; d'altra parte gli inconvenienti sarebbero senz'altro maggiori nel caso di indagini che si ripetono con regolarità quando si sarebbe costretti a modificare l'intero sistema di numerazione e creare così confusione per quegli intervistatori che avevano preso familiarità con il precedente.

3. SCELTA E COLLOCAZIONE DEI CODICI

La codifica è la trasposizione in termini alfanumerici delle risposte date nel linguaggio comune.

Il sistema di codifica deve essere efficiente. Come scegliere allora i codici da utilizzare per le singole modalità di ogni domanda?

Criteri di scelta dei codici

L'insieme delle possibilità (il ventaglio dei codici) deve costituire una partizione. Non devono esistere cioè ambiguità, nè sovrapposizioni, non deve essere trascurato nessun sottoinsieme di casi.

Il sistema di codifica deve essere chiaro e omogeneo.

Esempio:

Se il 'SI' viene codificato con 1 e il 'NO' con 2 in una domanda, è preferibile che questa codifica sia estesa a tutte le domande che presentano 'SI' e 'NO' come modalità di risposta.

I codici devono essere scelti in funzione di una facilitazione del lavoro di registrazione automatica.

Esempio:

Bisogna evitare che l'operatore addetto alla registrazione si trovi a registrare troppo spesso uno stesso valore (noia, assuefazione).

I codici devono essere scelti in modo da permettere un'individuazione il più possibile precisa degli errori di registrazione.

I codici devono essere scelti (nei limiti del possibile) per facilitare la fase di elaborazione dei dati.

Alcuni aspetti pratici

Di seguito vengono riportati alcuni suggerimenti pratici che riguardano sia la scelta che la collocazione fisica dei codici sul questionario.

L'obiettivo è quello di limitare gli errori di codifica, di registrazione e di agevolare il compito dell'intervistatore.

In indagini su larga scala è preferibile specificare i codici direttamente sul questionario.

Ciò, infatti, fa risparmiare tempo, riduce l'incidenza degli errori di codifica, facilita il compito del rilevatore, permette di evitare che una calligrafia non comprensibile possa contribuire ad aumentare gli errori in fase di registrazione automatica.

Questo accorgimento risulta più importante se si pensa che spesso i rilevatori essendo sempre gli stessi, specie nei grandi comuni, tendono a memorizzare persino il sistema di codifica delle indagini più ricorrenti e riportano a volte, nel modello codici inesistenti.

Esempio:

Fino a qualche anno fa nelle indagini sulle forze di lavoro si usava il codice 8 per i maschi e il codice 9 per le femmine, mentre nell'indagine sui consumi di famiglia si usava rispettivamente il codice 1 e il codice 2.

Pur essendo stati uniformati i codici, gli intervistatori hanno continuato a scrivere i codici sbagliati scambiando quelli delle due indagini ancora per un periodo di tempo.

È meglio utilizzare codici numerici. Ogni domanda deve avere un codice di lunghezza fissa determinato dal numero di modalità di risposta previste (variabili qualitative) o dal massimo valore che la variabile (quantitativa) può assumere.

Nel caso in cui la domanda preveda un numero di risposte talmente ampio da non poter essere riportato sul questionario è necessario lasciare sul questionario tante caselle vuote quante sono le cifre del codice stesso che dovrà essere completato dal rilevatore.

Va comunque aggiunto che se l'elenco delle modalità di risposta è molto ampio, ma da precedenti indagini, o dall'indagine pilota si è verificata una concentrazione di risposta su alcuni item è bene prevedere tali item con relativo codice prestampati sul questionario e lasciare le caselle per eventuali altri codici.

È necessario evitare ridondanze nell'ambito dello stesso quesito, ma in tal caso bisogna essere precisi evitando sovrapposizioni di codici nell'ambito dello stesso quesito.

Esempio:

Se si vuole chiedere quanti componenti della famiglia hanno partecipato ad un determinato evento è bene prevedere un item «tutta la famiglia» e un altro per il numero di componenti coinvolti nel caso non siano tutti. Il codice prestampato di tutta la famiglia dovrà essere tale da non confondersi col numero di componenti. In questo caso può essere adatto l'utilizzo di 99.

Nel caso di domande strutturate non gerarchizzate ogni domanda deve prevedere il codice per ogni modalità di risposta posto accanto alla casella da barrare

Esempio:

Nell'indagine della salute del 1983 era errata la collocazione dei codici nella seguente domanda.

«Indicare se è affetto da una o più delle seguenti malattie e l'epoca dell'insorgenza»

	1	2
Diabete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ipertensione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infarto del miocardio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altre malattie del cuore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Emorroidi e vene varicose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bronchite cronica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asma bronchiale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enfisema ed insufficienza respiratoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Malattie allergiche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anemia e talassemie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tumore (inclusi linfoma e leucemia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulcera gastrica e duodenale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calcolosi del fegato e delle vie biliari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cirrosi epatica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calcolosi renale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Insufficienza renale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Artrite reumatoide	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Artrosi ed altra forma di artrite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paralisi e paresi (degli arti)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disturbi nervosi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Barrare il quadratino malattia manifestatasi prima del 1 gennaio 1983
 malattia manifestatasi durante il 1983

Vediamo cosa non andava nell'impostazione grafica di tale domanda. Le modalità di risposta erano 20, quindi molte. L'operatore addetto alla registrazione dati in questa situazione deve far leva sulla sua memoria e ricordare per 20 volte di seguito che il primo quadratino equivale a 1 e il secondo equivale a 2. Questo è un primo errore. Gli operatori devono semplicemente copiare ciò che trovano scritto. Accanto ad ogni quadratino deve trovarsi il codice della risposta, in questo caso 1 o 2. Inoltre un secondo errore si evidenzia nella collocazione data all'intervistatore sul significato di 1 e 2 in fondo alla pagina del questionario, rendendo più complicata la compilazione. Meglio impostare così:

	Malattia insorta prima del 1983	Malattia insorta durante il 1983	Non affetto dalla malattia
Diabete	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Ipertensione	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Infarto del miocardio	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Altre malattie del cuore	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Emorroidi e vene varicose	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Bronchite cronica	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Asma bronchiale	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Enfisema ed insufficienza respiratoria	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Malattie allergiche	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Anemia e talassemie	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Tumore (inclusi linfoma e leucemia)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Ulcera gastrica e duodenale	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Calcolosi del fegato e delle vie biliari	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Cirrosi epatica	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Calcolosi renale	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Insufficienza renale	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Artrite reumatoide	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Artrosi ed altra forma di artrite	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Paralisi e paresi (degli arti)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
Disturbi nervosi	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>

Il codice deve essere posto accanto al quadratino da biffare in modo tale che non ci sia possibilità di coprire il numero con una crocetta.

Per raggiungere tale obiettivo nelle indagini Istat solitamente il codice viene posto sulla sinistra e il quadratino sulla destra. Inoltre le caselle vengono poste in diagonale per evitare che la biffatura si trasmetta da una casella ad un'altra creando confusione in fase di registrazione automatica dei dati

Esempio:

«Ricorre abitualmente ad uno dei seguenti farmaci?»

Antinevralgici o
antidolorifici
Tranquillanti o
antidepressivi
Ipnotici (sonniferi)
Lassativi o purganti
Gocce o spray nasali
Digestivi
Ricostituenti o vitaminici

1
2
3
4
5
6
7

Il codice deve essere sempre stampato in colore scuro, possibilmente in nero, soprattutto se su fondo colorato.

4. LA PRESENZA DI PIÙ MODELLI DI RILEVAZIONE NELL'AMBITO DELLA STESSA INDAGINE

Nell'ambito delle indagini presso le famiglie possono darsi due casi:

Il modello di rilevazione è unico

Questo riunisce i quesiti relativi alla famiglia, i questionari di ciascun componente della famiglia e se esistono i quesiti per il controllo della qualità dei risultati. Se il modello di rilevazione è unico:

- Bisogna stabilire quanti questionari individuali è necessario inserire nel modello di rilevazione.

Sarebbe antieconomico e di appesantimento un modello di rilevazione che preveda, per esempio, 15 componenti. È bene individuare una cifra (solitamente è 5) che tenga conto della media di componenti per famiglia (generalmente 3) e della variabilità del numero di componenti.

- È necessario prevedere dei modelli aggiuntivi individuali.

Nel caso in cui si presenti una famiglia di 15 individui, quindi, le risposte dei primi 5 saranno registrate sul questionario base, le risposte degli altri 10 sui modelli aggiuntivi.

I codici identificativi permetteranno l'aggancio tra i diversi modelli di rilevazione.

I modelli di rilevazione sono molteplici.

Vediamo alcuni casi in cui può verificarsi la presenza di più modelli di rilevazione.

— quando i due o più modelli di rilevazione sono relativi ad indagini con una certa autonomia, oppure un modello risulta di supporto al principale (indagini suppletive).

— quando esistono parti del questionario progettato, che hanno bisogno di essere somministrate tramite una tecnica di indagine differente dal restante questionario.

Esempio:

Nell'indagine multiscopo (I ciclo) si è valutato che non potevano essere accettati risposte proxy per quanto riguardava le letture. Negli altri casi era accettata la risposta di altro componente. Conseguentemente sono stati previsti due questionari: uno da somministrare tramite intervista e un altro sulle letture per l'autocompilazione di ciascun componente.

- quando esistono parti del questionario relative ad eventi rari.

Esempio:

Nell'indagine multiscopo presso le famiglie sono stati rilevati i fatti delittuosi. Gli individui del campione che hanno risposto ai questionari individuali sono stati più di 70.000. I fatti delittuosi trovati tramite queste interviste sono stati circa 3.200. È stato giusto in questo caso prevedere un modello di rilevazione ad hoc piuttosto che stampare per 70.000 volte o per 25.000 se si vuole considerare il numero delle famiglie, un questionario che è stato compilato solo 3.200 volte.

Quando sono previsti più modelli di rilevazione all'interno di una stessa indagine si suggeriscono i seguenti accorgimenti:

- Adottare colori diversi per le copertine dei singoli questionari, per renderli immediatamente distinguibili al rilevatore.

Esempio:

Nell'indagine multiscopo (I ciclo) il modello sulle letture è azzurro, quello base è giallo, quello sui fatti delittuosi è verde.

- Inserire un titolo chiaro e leggibile in copertina che richiami l'argomento del questionario.
- Prevedere in copertina di tutti i questionari gli stessi codici identificativi.
- Prevedere sulla copertina una sigla per il riconoscimento di ciascun questionario.

Esempio:

Nell'Indagine multiscopo (I ciclo) le sigle utilizzate sono state le seguenti: MOD. ISTAT/IMF-1/A, MOD. ISTAT IMF-1/B, MOD. ISTAT IMF-1/C che significano modello Istat indagine multiscopo presso le famiglie I ciclo A, B, C.

Quindi, MOD. ISTAT IMF 1 è la parte comune della sigla (che chiarisce l'appartenenza dei tre modelli alla stessa indagine), A, B, C la parte variabile.

L'impostazione di tale sigla è corretta, ciò che si può suggerire è di renderla più comprensibile sostituendo ad A, B, C, «BASE», «LETT», «DEL» che essendo le iniziali degli argomenti sono più facili da ricordare e da ritrovare nel libretto delle istruzioni.

CAPITOLO 14 - LA FASE DI VERIFICA DEL QUESTIONARIO

1. ASPETTI GENERALI

Dopo che la bozza del questionario è stata messa a punto il questionario va 'provato' sul campo. Per quanta attenzione, infatti, sia stata posta nella fase di progettazione, nella scelta del linguaggio, della sequenza, dei periodi di riferimento ecc... il questionario così costruito costituisce ancora, per così dire, un prodotto di laboratorio.

È stato detto che il questionario è, al tempo stesso, uno strumento di misurazione ed uno strumento di comunicazione ed è su questa base che va sperimentalmente provata la sua adeguatezza.

Occorre cioè valutare se:

Il questionario risponde correttamente alle esigenze conoscitive dell'indagine.

Sono state trascurate alcune domande? Sono state omesse alcune modalità di risposta che alterano artificialmente alcune distribuzioni? I periodi di riferimento sono stati correttamente individuati? Il livello di dettaglio adottato è rilevante?...

Il questionario è facilmente comprensibile per gli intervistati e semplice da gestire per gli intervistatori.

Il linguaggio adottato è adeguato? Le domande retrospettive comportano difficoltà per i rispondenti? Le istruzioni per gli intervistatori sono facili da seguire?

A tutte queste domande va data una risposta in termini operativi mediante una batteria di controlli di varia natura che si può articolare nei passi seguenti:

Revisione estesa ad esperti

Pre-test del questionario

Test di alternative

Indagine pilota

Suggerimenti in presenza di più modelli di rilevazione

2. LA REVISIONE ESTESA

La revisione d'ufficio è una operazione molto importante e irrinunciabile, che deve essere effettuata per ogni tipo di questionario. Nel corso di questa fase la bozza del questionario viene approfonditamente riesaminata dall'equipe che conduce l'indagine e dalla Commissione di studio eventualmente istituita. In seguito la bozza viene distribuita ai membri dell'Istituto che hanno a vario titolo competenza in materia e viene sottoposta anche all'attenzione di esperti qualificati esterni all'Istituto. Le bozze del questionario così distribuite vanno accompagnate da una breve nota che riassume gli obiettivi dell'indagine, specifichi le risorse di cui si dispone e la tecnica con cui l'indagine verrà condotta. Occorre anche precisare, se è il caso, in quali parti del questionario sono presenti particolari difficoltà. Ad ognuno di questi esperti va chiesto di preparare un commento scritto con tutti i suggerimenti e le critiche giudicate rilevanti al fine di poter migliorare la stesura del questionario. Tutti i rapporti così redatti vanno fatti sollecitamente pervenire all'equipe che ha in carico l'indagine i cui componenti dovranno esaminarli e discuterli modificando, ove occorra, la bozza del questionario.

È un controllo poco costoso che può utilmente contribuire al perfezionamento del modello. Per questo motivo è bene non sottovalutarlo, reiterando, se occorre, l'intera procedura nel caso che le modifiche apportate siano consistenti.

3. IL PRE-TEST

Il pre-test è l'operazione mediante la quale si sottopone a verifica sul campo la stesura provvisoria dell'intero questionario, somministrandolo ad un campione di individui che sia il più vario possibile riguardo ad alcune caratteristiche strutturali (distribuzione territoriale, livello culturale, ecc...). In questa fase, infatti, l'obiettivo non è quello di minimizzare l'errore campionario, ma quello di garantire, nei limiti del possibile, che il questionario venga provato in diverse condizioni di difficoltà per valutare la sua tenuta.

La numerosità del campione del pre-test è in genere piuttosto contenuta (200-300 unità).

Ad esempio, poiché in Italia esistono notevoli differenziazioni territoriali, sia socio-culturali che strutturali, è necessario prevedere una distribuzione delle unità campionarie su più regioni e ripartire il campione tra zone urbane e rurali.

Gli intervistatori ai quali va affidata la effettuazione del pre-test dovrebbero essere intervistatori di buon livello in grado di poter fornire un valido aiuto nell'individuare regioni critiche del questionario o dell'intervista.

Con questi intervistatori va fatta una riunione preliminare, spiegando loro in dettaglio gli obiettivi del pre-test, illustrando gli eventuali punti critici del questionario e pregando di annotare, subito dopo aver effettuato l'intervista, le loro considerazioni in ordine a tutte le difficoltà incontrate e tutti i commenti che ritengono interessanti.

Per facilitare questa loro attività si può dotarli di una lista esemplificativa di quesiti guida di questo tipo raccolti in tre gruppi:

Quesiti volti a valutare se il questionario è completo e corretto dal punto di vista delle informazioni da raccogliere.

- Quali domande hanno rivelato carenze o sovrapposizioni nelle modalità di risposta?
- Si sono verificate situazioni per alcuni individui di obiettiva impossibilità a rispondere perché non in possesso dell'informazione richiesta o perché il periodo di ricordo era troppo lontano nel tempo?
- Per domande che richiedono risposte numeriche: si sono verificati casi in cui sono state date risposte imprecise?

Quesiti volti a valutare il grado di chiarezza e di accoglienza del questionario presso gli intervistati.

- Quali domande o quali termini in particolare hanno richiesto spiegazione o riformulazione perché risultati non chiari?
- Si sono verificati casi di riluttanza o di evidente imbarazzo da parte dell'intervistato?
- Si sono verificati casi in cui è sembrato che l'intervistato desse risposte a caso o tirasse a indovinare?
- Ci sono state domande che hanno richiesto un grande sforzo all'intervistato per rispondere o che lo hanno obbligato a consultare altre fonti o altri componenti della famiglia?
- È accaduto che l'intervistato abbia manifestato evidente stanchezza o noia ed in corrispondenza a quale punto del questionario?
- È accaduto per qualche domanda che il rispondente abbia sentito il bisogno di motivare la sua risposta?

- In quali e quanti casi si è rifiutato di rispondere?

Quesiti volti a valutare se il questionario è uno strumento facile da gestire per l'intervistatore.

- Quanto è durata l'intervista? È sembrato che l'intervista fosse troppo lunga o che in particolare alcune sezioni fossero troppo pesanti?
- Le istruzioni per gli intervistatori, ivi comprese le istruzioni di percorso sono risultate chiare e facili da seguire?
- È mancato in qualche caso lo spazio per trascrivere compiutamente le risposte?
- Il materiale di supporto (cartellini, classificazioni,...) si è rivelato adeguato e facile da gestire?
- L'intervista scorreva fluidamente o in qualche caso sono insorte pause forzate?

Una lista di questo genere aiuterà gli intervistatori a non trascurare alcun aspetto e a relazionare compiutamente sullo svolgimento dell'intervista ⁽⁶⁾.

Se possibile in alcuni casi i responsabili dell'indagine dovrebbero effettuare di persona alcune interviste per rendersi conto più direttamente della adeguatezza dello strumento oppure accompagnare gli intervistatori e registrare a margine dell'intervista i loro commenti.

Tutto il materiale così preparato va raccolto dall'equipe che segue l'indagine ed esaminato approfonditamente prestando la massima attenzione ai commenti ricorrenti ed evitando di attribuire troppa rilevanza a critiche isolate.

A seguito di questa analisi vanno apportate le modifiche che si rendano eventualmente necessarie e, se sono modifiche di rilievo, reiterare la procedura fino a che il questionario non sia definitivamente messo a punto.

(6) In un recente contributo di Cannell, Fowler, Kalton Oksenberg e Bischooping sono state proposte tre tecniche per migliorare l'efficacia del pretest.

Esse sono: a) *Behavior coding* che consiste in una fedele ed accurata registrazione dei problemi sorti durante l'intervista.

b) *Special probes* che consiste nel predisporre domande supplementari rispetto all'indagine vera e propria rivolte a valutare di caso in caso il grado di comprensione dei quesiti nel rispondente.

c) *Special training* per gli intervistatori utilizzati nel corso del pretest su come individuare le regioni critiche del questionario e dell'intervista.

4. IL TEST DI ALTERNATIVE

È questa una operazione che, a differenza del pre-test e dell'indagine pilota, non è sempre necessario eseguire. Consiste nel sottoporre a verifica, su campioni bilanciati, due (raramente più di due) versioni del questionario che differiscono per un aspetto (formulazione di una domanda, tecnica di rilevazione adottata, sequenza delle domande, periodi di riferimento temporali proposti ecc.).

Si tratta di riprodurre quanto più fedelmente possibile la situazione di laboratorio in cui allo stesso gruppo di unità vengono somministrati diversi trattamenti in sequenza per valutare, a parità di tutte le altre condizioni che interagiscono con lo svolgimento dell'esperimento, l'effetto differenziale conseguente ai diversi trattamenti.

Se svolto in condizioni assimilabili a queste i risultati del test possono essere sottoposti a rigorose analisi statistiche in grado di guidare scientificamente nella scelta tra le alternative possibili.

Si deve procedere alla esecuzione di questo tipo di test ogniqualvolta non si abbiano altri elementi di giudizio per guidare nella soluzione di un problema di scelta tra alternative che, a priori, appaiono equivalenti.

Può trattarsi della scelta del linguaggio o della forma più adeguati per la formulazione delle domande, della sequenza più efficace da adottare (sia essa dell'intera struttura del questionario o degli items di risposta per le domande strutturate), della grafica più adeguata, dell'individuo più adatto a fornire le risposte (problema proxy), della lunghezza dell'intervista o di altri problemi, che come questi, ammettono talvolta una pluralità di soluzioni sulle quali non si abbiano sufficienti informazioni per decidere, senza il ricorso ad una verifica sperimentale che consente di quantificare il loro valore relativo.

5. L'INDAGINE PILOTA

A differenza del pre-test, l'indagine pilota ha l'obiettivo di provare tutti gli aspetti costitutivi dell'indagine ivi compreso il questionario.

Il campione per l'indagine pilota deve essere estratto con le rigorose tecniche del campionamento casuale e la tecnica d'indagine deve essere la stessa dell'indagine madre al fine di poter fedelmente e realisticamente simulare le condizioni in cui si svolgerà la rilevazione effettiva.

L'indagine pilota si configura, in un certo senso, come una fotografia formato ridotto dell'indagine stessa.

Gli obiettivi che si perseguono con questa operazione sono:

Verifica definitiva del questionario in riferimento non più soltanto alla sua struttura ma anche agli aspetti della revisione, codifica, correzione automatica e alla simulazione del piano di tabulazione.

Tutte queste operazioni andranno effettivamente eseguite e per ognuna di esse vanno apportate le eventuali modifiche correttive in funzione della performance mostrata nell'indagine pilota.

È quindi indispensabile che, nel momento in cui parte l'indagine pilota non soltanto il questionario ma anche il piano di revisione, il piano di codifica, il piano di "check" e di elaborazione siano stati messi a punto nella loro versione ritenuta definitiva.

Verifica del funzionamento della rete di rilevazione, degli organiperiferici e dei collegamenti tra centro e periferia.

Verifica dei tempi di rilevazione e di trasmissione del materiale dal centro verso la periferia e viceversa.

Verifica della completezza del materiale necessario per l'indagine (manuali per gli intervistatori, liste, ecc...).

Come si vede in questa operazione partecipano tutte le strutture che a vario titolo interverranno poi nell'indagine madre. Ad ogni livello andranno raccolti i commenti dei responsabili di queste strutture e tutto il materiale così disponibile andrà ancora una volta inviato all'equipe della ricerca che prenderà la decisione sul lancio dell'indagine in via definitiva, oppure ancora apporterà variazioni in qualche punto. Le variazioni di piano apportate a questo punto, raramente sono tali da comportare la ripetizione dell'indagine pilota. Si tratta per lo più di messe a punto non sostanziali ma se così non è non si deve esitare a sottoporre ancora a verifica qualche parte del progetto complessivo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AA.VV. (1985), *Special issue on questionnaire design*, Statistics Sweden, Stoccolma.
- Barcaroli G., Fortunato E., Magalotti A., Manicardi G., Vaccari C. (1987), *Manuale per la progettazione concettuale di dati statistici*, Istat, Roma.
- Belson, W.A. (1981), *The design and understanding of survey questions*, Gower Publishing, London.
- Bourke P., Dalenius T. (1975), *Some new ideas in the realm of randomized inquiries*, I.S.I., 40th Session, Varsavia.
- Bradburn N.M., Mason W.M. (1964), *The effect of question order on responses*, Journal of Marketing Research, 1.
- Buratta, V. (1988), *The problem of proxy responses in household surveys*, I.A.O.S. 1th Session, Roma.
- Campbell A. A. (1945), *Two problems in the use of the open question*, Journal of Abnormal and Social Psychology 40.
- Campbell C., Joiner B. (1973), *How to get the answer without being sure you've asked the questions*, The American Statistician, 27.
- Cannel C.F., Kahn R. (1957) *The dynamics of interviewing*, Wiley and Sons, New York.
- Cannel C.F., Fowler G., Kalton G., Oxsenberg F., Bischoping F. (1989), *New quantitative techniques for pretesting survey questions*, I.S.I. 47th Session, Parigi.
- Coombs C.H. and Coombs L. (1977), *Don't know: item ambiguity or respondent uncertainty?* Public Opinion Quarterly 40.
- Courtenary, G. (1977), *Structured questionnaire Layout*, Social and Community Planning Research (SCPR), London.
- Dautriat, H. (1970), *Le questionnaire*, Institut Des Sciences Humaines appliquees, Paris.
- Ferber R. (1952) *Order bias in a mail survey*, The Journal of Marketing, 17.
- Gallup G.H. (1941), *Question wording in public opinion polls*, Sociometry, 4.
- Goode, Hatt (1952), *Methods in social research*, McGraw-Hill, New York.
- Groves R.M. and Kah R.L. (1979), *Surveys by Telephone: a national comparison with personal interviews*, Academic Press, New York.
- Hoinville G., Jowell R. (1986), *Survey research practice*, Heinemann Educational Books, London.
- International Statistical Institute, (World Fertility Survey), Basic Documentation:
- N. 1 *Core questionnaires* (1975)
 - N. 2 *Survey organization manual* (1975)
 - N. 4 *Training manual* (1975)
 - N. 5 *Supervisor's instructions* (1975)
 - N. 6 *Interviewer's instructions* (1975)
 - N. 10 *Modifications to the WFS core questionnaires and related documents* (1975).
- Kalton G., Schumann H. (1980), *The effect of the question on survey responses: a review*, A.S.A.: Proceedings of the section on survey research methods, Washington D.C.
- Lansing M. (1971), *Economic survey methods*, Institute for social research, University of Michigan.
- Marbach G. (1975), *Sull'uso di quesiti che tutelano completamente la riservatezza dell'informazione*. Metron vol. XXXIII n. 3-4.

- McKenna A.C. (1974), *Surveying attitude structures*, Elsevier, Amsterdam.
- Moser C.A., Kalton G. (1971), *Survey Methods in social investigations*, Basic Books, New York.
- N.C.H.S. (1977), *A summary of studies of interviewing methodology*, U.S. Department of health, education and welfare, New York.
- Oppenheim A.N. (1966), *Questionnaire design and attitude measurement*, Basic books, New York.
- Payne S.L. (1951), *The art of asking questions*, University Press, Princeton.
- Ricci L. (1987) *Classificazione del grado di istruzione*, Istat, Roma (documento interno).
- Sabbadini L.L. (1988), *Situazioni di intervista tipo: profili incrociati rispondenti-non rispondenti*, Istat, Roma (documento interno).
- Schuman H., Presser S. (1981), *Question and answers in attitude surveys*. Accademic Press, New York.
- Schuman H., Presser S. (1979), *The open and closed question*, American Sociological Review 44.
- Sudman S., Bradburn N.M. (1982), *Asking questions*, Jossey-Bass, San Francisco.
- United Nations (1984) *Handbook of Household surveys* (revised edition), *Studies in methods, Series F. n. 31*, Washington D.C.
- United Nations, Economic and Social Council (1983), *An empirical comparison of two modes of data collection: the same survey by telephone and in person*, Meeting on statistical Methodology, Report by Netherlands Central Bureau of Statistics, Washington D.C.
- United Nations, National Household Survey Capability Programme: (1985), *Development and design of survey questionnaires*, United Nations Department of technical co-operation for development and statistical office, Washington D.C.
- U.S. Office of management and budget: Statistical policy office (1983), *Statistical policy Working Paper 10: Approaches to developing questionnaire*, Washington D.C.

PUBBLICAZIONI ISTAT

BOLLETTINO MENSILE DI STATISTICA

La più completa ed autorevole raccolta di dati congiunturali concernenti l'evoluzione dei fenomeni demografici, sociali, economici e finanziari
Abbonamento annuo L. 108.000 (Estero L. 131.000) Ogni fascicolo L. 14.000

INDICATORI MENSILI

Forniscono dati riassuntivi e tempestivi sull'andamento mensile dei principali fenomeni interessanti la vita nazionale
Abbonamento annuo L. 27.000 (Estero L. 33.000) Ogni fascicolo L. 3.500

NOTIZIARI ISTAT

Forniscono i primi risultati delle rilevazioni ed elaborazioni statistiche riguardanti l'attività produttiva, i prezzi, il commercio interno, gli scambi internazionali come pure lo stato ed il movimento della popolazione e le sue caratteristiche sociali e sanitarie.
 I dati, esposti in grafici e tabelle, sono accompagnati da commenti, illustrazioni e note interpretative.

Serie 1 - Statistiche demografiche e sociali
Abbonamento annuo L. 20.000 (Estero L. 27.000) una copia L. 1.500

Serie 2 - Statistiche dell'attività produttiva
Abbonamento annuo L. 60.000 (Estero L. 80.000) una copia L. 1.500

Serie 3 - Statistiche del lavoro, delle retribuzioni e dei prezzi
Abbonamento annuo L. 20.000 (Estero L. 27.000) una copia L. 1.500

Serie 4 - Argomenti vari
Abbonamento annuo L. 12.000 (Estero L. 16.000) una copia L. 1.500
Abbonamento annuo a tutte le serie L. 100.000 (Estero L. 135.000).

INDICATORI TRIMESTRALI

Conti economici trimestrali
Abbonamento annuo L. 10.000 (Estero L. 12.000) Ogni fascicolo L. 3.500

STATISTICA DEL COMMERCIO CON L'ESTERO

Documentazione statistica ufficiale, a periodicità trimestrale, sul commercio dell'Italia con l'estero; fornisce, per tutte le merci comprese nella classificazione merceologica della tariffa dei dazi doganali, l'andamento delle importazioni e delle esportazioni da e per i principali Paesi
Abbonamento annuo L. 93.000 (Estero L. 105.000) Ogni fascicolo L. 29.000

Abbonamento annuo cumulativo a tutti i periodici, compresa la «Statistica del commercio con l'estero»: L. 290.000 (Estero L. 375.000); esclusa la «Statistica del commercio con l'estero»: L. 197.000 (Estero L. 270.000)

Gli abbonamenti decorrono dal 1° gennaio anche se sottoscritti nel corso dell'anno. In tal caso l'abbonato riceverà i numeri dell'annata già pubblicati. L'abbonato ai periodici ISTAT ha diritto a ricevere gratuitamente i fascicoli non pervenutigli soltanto se ne segnalerà il mancato arrivo entro 10 giorni dal ricevimento del fascicolo successivo. Decorso tale termine, si spediscono solo contro rimessa dell'importo. Le variazioni di indirizzo devono essere segnalate dall'abbonato per iscritto. Nel sottoscrivere l'abbonamento cumulativo, gli interessati possono chiedere che l'ISTAT provveda, senza ulteriori richieste, all'invio di tutte le pubblicazioni non periodiche non appena liberate dalle stampe, contro assegno o con emissione di fattura, con lo sconto del 30%. Le singole pubblicazioni possono essere richieste direttamente all'Istituto centrale di statistica (Via Cesare Balbo, 16 - 00100 Roma) versando il relativo importo, maggiorato del 10% per spese di spedizione, sul c/c postale n. 619007.

Tutti i prezzi sono riferiti all'anno 1990.

ANNUARIO STATISTICO ITALIANO - Edizione 1989 - L. 43.000

Sintetizza in semplici tabelle numeriche di facile lettura ed attraverso appropriate note illustrative e rappresentazioni grafiche, i dati fondamentali della vita economica, demografica e sociale e fornisce un quadro panoramico della corrispondente situazione degli altri principali Paesi del mondo.

COMPENDIO STATISTICO ITALIANO - Edizione 1989 - L. 20.000

Sintetizza i risultati delle rilevazioni ed elaborazioni statistiche di maggior interesse nazionale.

I CONTI DEGLI ITALIANI - Vol. 23, edizione 1989 - L. 15.000

Illustra in forma divulgativa i principali aspetti quantitativi dell'economia italiana.