



manuale di tecniche di indagine

3 - tecniche di somministrazione del questionario

istat
istituto nazionale
di statistica

note e relazioni
anno 1989 n.1

Autori del fascicolo:
Vittoria Buratta per i capitoli 3 e 4;
Linda Laura Sabbadini per i capitoli 1 e 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. INTERVISTA DIRETTA, AUTOCOMPILAZIONE, INTERVISTA TELEFONICA	
1. La scelta della tecnica adeguata	9
2. Strumenti per l'utilizzo di ciascuna tecnica	10
CAPITOLO 2. L'INTERVISTA DIRETTA	
1. Dinamica dell'intervista e formazione degli intervistatori	13
2. Tipi di interviste	15
3. Fasi dell'intervista e strumenti per gestirle	17
4. La lettera di preavviso dell'intervista: un'occasione per sensibilizzare i rispondenti	19
5. Uno strumento di comunicazione ricercatore-rispondente: il questionario per intervista	22
6. Organizzazione delle indagini istat presso le famiglie e istruzioni per gli intervistatori	26
7. Una guida per il comportamento degli intervistatori nel proprio lavoro	28
8. Il libretto di istruzioni per un'indagine specifica	36
CAPITOLO 3. L'AUTOCOMPILAZIONE	
1. La tecnica dell'autocompilazione: quando ricorrervi	47
2. I limiti dell'autocompilazione	49
3. Il questionario per l'autocompilazione	51
4. Le istruzioni per la compilazione del questionario e le definizioni	55
5. La lettera di accompagnamento	55
6. Il piano dei solleciti	56

CAPITOLO 4. L'INTERVISTA TELEFONICA

1. Una tecnica in espansione	59
2. Un questionario-guida	60
3. Avvertire prima della telefonata-intervista: la lettera di preavviso	61
4. Le istruzioni per gli intervistatori	62
5. Un sistema automatizzato di rilevazione telefonica: il CATI	65
6. Aspetti particolari della costruzione di un questionario CATI	66
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	69

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 - INTERVISTA DIRETTA, AUTOCOMPILAZIONE, INTERVISTA TELEFONICA.

1. LA SCELTA DELLA TECNICA ADEGUATA

Intervista diretta, autocompilazione, intervista telefonica: sono tre diverse tecniche di rilevazione che possono essere utilizzate a seconda degli obiettivi e dell'estensione della ricerca, della popolazione di riferimento, dei tempi e costi della rilevazione.

Esistono vantaggi e svantaggi nell'utilizzo di ciascuna tecnica che vanno attentamente presi in esame, sia al momento della scelta, sia per predisporre strumenti adatti a limitare le conseguenze negative inevitabilmente associate a ciascuna di esse. Vediamone alcuni.

Nell'*intervista diretta* la presenza fisica dell'intervistatore permette di essere sicuri dell'identità del rispondente, di dare delucidazioni nel caso in cui alcune domande non siano capite, di poter utilizzare tecniche di probing⁽¹⁾ o comunque tecniche volte a far aumentare la motivazione a rispondere degli intervistati; ma al tempo stesso la presenza dell'intervistatore può provocare distorsioni nella risposta: un intervistatore poco formato e poco esperto può condizionare fortemente i risultati dell'indagine.

L'*autocompilazione* comporta costi sensibilmente minori dell'intervista diretta e una meno complessa organizzazione del lavoro sul campo. Quando l'argomento affrontato dalla ricerca e il tipo di popolazione interessata è tale da far confidare in un buon livello di collaborazione da parte dei rispondenti, allora il ricorso all'autocompilazione può essere molto vantaggioso, ma va anche tenuto presente che l'autocompilazione comporta il rischio del verificarsi di un'alta percentuale di mancati ritorni e/o di mancate risposte e di una spontanea e incontrollabile autoselezione dei rispondenti.

L'*intervista telefonica* permette una maggiore tempestività nella raccolta delle informazioni, costi alquanto contenuti, registrazione e controlli automatici se viene utilizzata la tecnica CAT I, ma oltre a non garantire un totale tasso di copertura non consente di essere certi dell'identità dell'intervistato e rende più difficile il lavoro dell'intervistatore che non può cogliere espressioni di dubbio o di fastidio nel rispondente.

Vantaggi e svantaggi nell'utilizzo delle tre tecniche

(1) Per le tecniche di probing si veda il paragrafo 7 del Capitolo 2.

2. STRUMENTI PER L'UTILIZZO DI CIASCUNA TECNICA

Ognuna delle tecniche segnalate presenta dei pro e dei contro; compito del ricercatore, una volta compiuta la scelta vagliando attentamente vantaggi e svantaggi, è di predisporre alcuni strumenti fondamentali per valorizzare gli aspetti positivi insiti in ciascuna tecnica e limitarne al massimo quelli negativi. Nell'ambito di questo fascicolo ci soffermeremo su come ciò dovrà essere fatto in relazione a tre strumenti fondamentali:

la lettera rivolta ai rispondenti

il questionario

le istruzioni per la compilazione del questionario.

Vediamo in che senso ogni strumento assume specificità nell'ambito di ciascuna tecnica di rilevazione.

Obiettivo della lettera è predisporre i rispondenti ad essere intervistati o a compilare il questionario.

Nel caso dell'intervista diretta la lettera è di preavviso: l'obiettivo è convincere la persona interessata a collaborare facendo entrare in casa l'intervistatore e rispondendo alle domande.

Nel caso di autocompilazione la lettera è di accompagnamento: obiettivo è convincere il rispondente a cooperare, compilando il questionario e rispedendolo.

Nel caso di intervista telefonica la lettera è di preavviso dell'arrivo di una telefonata-intervista: obiettivo è evitare che la telefonata venga presa come uno scherzo e predisporre positivamente all'intervista.

I contenuti, il tono, l'impostazione grafica dovranno essere specificamente modellati per raggiungere tali differenti obiettivi.

Un buon questionario nasce da buone ipotesi, studiate accuratamente e dalla capacità del ricercatore di tradurle in domande ben formulate: esperienza, competenza, sensibilità, creatività sono requisiti fondamentali per il ricercatore che ha questo oneroso compito.

Ma un buon questionario è tale se ben calibrato in relazione alla tecnica di rilevazione adottata. Se i problemi di chiarezza e preci-

Adeguare la lettera per i rispondenti alla tecnica scelta

Come si differenzia il questionario

sione delle domande, di memoria, di classificazione, si pongono per tutti i tipi di questionari in linea di massima nello stesso modo, è bene utilizzare alcuni accorgimenti particolari a seconda del metodo di somministrazione prescelto.

Si possono enucleare tre tipi di situazioni fondamentali (questi possono essere ampliati, considerando anche la combinazione degli uni con gli altri):

Il questionario viene lasciato (o spedito per posta) al rispondente che deve autocompilare: in questo caso il questionario è strumento di comunicazione unico, deve essere di immediata comprensione.

Il questionario viene somministrato da un intervistatore: in questo caso il questionario è la base fondamentale della comunicazione tra due individui posti uno di fronte all'altro. Il questionario dovrà, quindi, contemporaneamente comunicare all'intervistato le "parole giuste" per ottenere risposte adeguate e comunicare all'intervistatore il modo migliore per porle. Dovrà configurarsi cioè, come una guida per intervista.

Il questionario viene somministrato telefonicamente: in questo caso è simile a una scheda e deve essere mirato a rendere immediata e possibile una comunicazione che avviene tra due individui a distanza.

Anche il modo di presentare le istruzioni deve modificarsi al variare delle tecniche di rilevazione.

Nel caso di intervista diretta le istruzioni sono rivolte all'intervistatore per prepararlo ad adottare un comportamento che faciliti la comunicazione con l'intervistato.

Come si vedrà le istruzioni dovranno così seguire la dinamica dell'intervista. In corrispondenza di ciascuna fase dell'intervista dovranno essere previste indicazioni precise sul comportamento dell'intervistatore. In relazione a ciascuna domanda dovranno essere previste delucidazioni, chiarimenti, esempi.

Nel caso di autocompilazione le istruzioni sono rivolte al rispondente con l'obiettivo di rendere di immediata comprensione il questionario per un individuo anche con basso livello di istruzione.

Dovranno essere particolarmente sintetiche e figurare direttamente sul questionario per evitare rinvii ed appesantimenti inutili che potrebbero disincantare alla compilazione.

Avere una chiara immagine dei destinatari per predisporre le istruzioni

Nel caso di intervista telefonica le istruzioni sono rivolte all'intervistatore e devono essere finalizzate a che il suo comportamento durante le telefonate sia tempestivo.

Dovranno essere previste 'situazioni problema' per dotare gli intervistatori degli strumenti adeguati per affrontare le fasi più critiche del lavoro con immediatezza e tempestività.

Nei successivi tre capitoli verranno approfonditi tali aspetti in relazione a ciascuna tecnica di rilevazione: verranno descritte inizialmente le caratteristiche di ciascuna tecnica, aspetti positivi e negativi; si passerà poi ad evidenziare le caratteristiche specifiche che la lettera ai rispondenti, il questionario, e le istruzioni devono avere. Il carattere della trattazione sarà fondamentalmente operativo: ogni capitolo deve essere visto come *traccia* del lavoro che il ricercatore deve sviluppare una volta scelta una determinata tecnica di indagine⁽²⁾.

(2) Per quanto riguarda gli altri aspetti di strumentazione dell'indagine si rimanda al Fascicolo 1 del Manuale di Tecniche di Indagine, *Pianificazione della produzione dei dati*, Istat. Note e relazioni - anno 1989 n. 1.

CAPITOLO 2 - L'INTERVISTA DIRETTA

1. DINAMICA DELL'INTERVISTA E FORMAZIONE DEGLI INTERVISTATORI

«L'intervista è uno sviluppo nel senso della precisione, dell'attenzione, dell'attendibilità, della validità di un atto sociale assai comune: la conversazione» (Good Hatt).

In realtà non si tratta mai di una vera conversazione quanto di una *pseudoconversazione*. Non si definisce, infatti, un 'rapporto alla pari' tra intervistatore e intervistato. Tranne che nella fase iniziale, è sempre una persona a fare domande e una a dare le risposte. La situazione, quindi, obiettivamente non è naturale.

L'intervista comporta, quindi, l'instaurarsi di un processo di interazione tra due individui, intervistatore e intervistato, con ruoli precisi e asimmetrici. Per tale motivo presenta molti aspetti positivi, ma anche molti rischi che vanno attentamente presi in considerazione.

I pro e i contro dell'intervista diretta

Tra gli *aspetti positivi* possono considerarsi i seguenti:

- Si ha la certezza che la risposta provenga dalla persona designata o comunque si conosce l'identità del rispondente.
- L'intervistatore, per il contatto umano che stabilisce col rispondente può ottenere maggiore disponibilità alla risposta: l'interesse per l'oggetto dell'indagine e la fiducia da parte dell'intervistato, infatti, si possono ottenere più facilmente tramite contatto diretto.
- Esiste la possibilità di far precisare affermazioni poco chiare del rispondente.
- Esiste la possibilità da parte dell'intervistatore di fornire delucidazioni nel caso che una domanda non fosse stata capita.
- L'intervistatore può utilizzare tecniche di probing.

Tra i *rischi* vanno tenuti presenti quelli connessi alla presenza dell'intervistatore:

- Nel processo di comunicazione tra intervistato e intervistatore, quest'ultimo può influenzare le risposte, introducendo distorsioni.
- L'intervistatore potrebbe cambiare la formulazione delle domande che non risultano più omogenee per tutti gli intervistati.
- L'intervistatore potrebbe cambiare l'ordine delle domande del questionario o addirittura sopprimerne qualcuna per fretta.
- L'intervistato potrebbe percepire l'intervista come interrogatorio.

In sintesi, si potrebbe dire che il problema per il ricercatore è quello di trovare le strade per far sì che tutti gli aspetti che in qualche modo concorrono a distorcere e a bloccare la comunicazione intervistatore-intervistato siano il più possibile ridotti o eliminati e che, invece, siano valorizzati tutti gli aspetti positivi connessi alla presenza dell'intervistatore.

L'intervistatore
protagonista

Per fare questo è necessario intervenire sugli intervistatori, protagonisti in questo processo.

È a loro che si possono trasmettere ed insegnare accorgimenti e modi di comportamento adeguati, sono loro stessi che attraverso un modo adeguato di comportarsi possono migliorare la comunicazione con l'intervistato. Ma per fare questo l'intervistatore deve comprendere profondamente la dinamica dell'intervista in cui lui stesso si trova, capire le forze che possono motivare l'intervistato e che influenzano le sue stesse reazioni nei confronti di quest'ultimo.

Non è quindi solo questione di pratica o di intuito, ma di riflessione e di razionalizzazione. L'intervistatore deve arrivare ad essere cosciente del proprio ruolo e della propria centralità per riuscire, nel processo di comunicazione che si avvia con l'intervistato, a massimizzare le forze favorevoli alla comunicazione stessa e a neutralizzare quelle contrarie, cercando di dirigere e controllare il processo.

La formazione
degli
intervistatori

Ma non può fare da solo tutto questo. È necessario *impostare un'adeguata formazione*, sia in termini di contenuti che di organizzazione: scegliere gli intervistatori adatti all'indagine, selezionare i contenuti della formazione, organizzarla, controllare l'operato degli intervistatori è un processo unico che fa parte di una 'politica della formazione' che è necessario adottare.

Il ricercatore deve essere cosciente che la formazione non può risolversi nelle istruzioni su come compilare un determinato questionario, o come dare una spiegazione esauriente di ciascun quesito.

Formazione significa dare indicazioni precise su come condurre l'intervista.

Formazione significa anche entrare nei dettagli, affrontare tutti i problemi con cui un intervistatore si scontra nel suo lavoro.

E i dettagli in questo caso significano molto: una parola mal posta, un cenno, uno sguardo, un commento fuori luogo dell'intervistatore possono essere fonte di deformazione.

Certo in indagini come quelle Istat le situazioni specifiche che possono incontrarsi sono una miriade e sarebbe impossibile pre-

vederle tutte. Ma l'importante è prevedere gli aspetti fondamentali del comportamento dell'intervistatore in modo da poterne guidare l'attività.

Sarebbe assai sbagliato lasciare tutto all'iniziativa o non iniziativa personale (dipende dai casi). Per quanto siano ricchi di esperienza e pieni di buona volontà gli intervistatori possono sedimentare distorsioni nel loro comportamento, che devono essere assolutamente rimosse.

Non bastano, quindi, poche righe per affrontare tale problema di comportamento: bisogna prevedere, approfondire ed enfatizzare quest'aspetto nelle istruzioni.

La cura per la formazione degli intervistatori deve essere massima, il tempo in essa impiegato è tempo ben speso, come ben speso è quello impiegato per fare un buon questionario.

Solo così l'intervistatore potrà svolgere al meglio il suo ruolo di intermediazione nella comunicazione tra ricercatore e intervistato, garantendo il doppio flusso della comunicazione: esprimendo le domande nel modo deciso in un clima adeguato, riportando le risposte accuratamente.

2. TIPI DI INTERVISTE

Esistono vari tipi di interviste che si distinguono in relazione al diverso grado di flessibilità e di standardizzazione nella formulazione e sequenza delle domande e conseguentemente nei margini di discrezionalità che sono lasciati all'intervistatore:

Intervista non strutturata

Intervista semistrutturata

Intervista strutturata

Altri tipi di interviste

È bene tenere presente tale classificazione, perché a ciascun tipo di intervista corrispondono criteri diversi di costruzione del questionario e di formazione degli intervistatori.

Analizziamo sinteticamente di seguito i diversi tipi di interviste.

L'intervista non strutturata può essere molto utile nel caso in cui il ricercatore non conosca in modo approfondito le modalità di presentazione del fenomeno che vuole indagare e deve, per esempio, apprestarsi ad impostare un'indagine non riuscendo a definire

Intervista non
strutturata

precisamente i contenuti del questionario di rilevazione. In questo tipo di interviste non ci sono domande precostituite che l'intervistatore deve sottoporre all'intervistato, ma una serie di argomenti da trattare. Il momento in cui questi devono essere affrontati, il modo in cui devono essere trattati è a completa e totale discrezionalità dell'intervistatore che deve avere la capacità di approfondire gli aspetti essenziali del problema e sfrondare quelli secondari. Per questo le domande poste dovranno essere poche e di stimolo all'intervistato per esplicitare aspetti del problema sconosciuti al ricercatore.

Per questo è, inoltre, indispensabile che gli intervistatori siano altamente specializzati e motivati; tanto da cogliere anche da risposte parziali o imprecise indicazioni preziose ai fini dell'indagine.

Intervista semistrutturata

Nell'intervista semistrutturata il questionario si presenta con una parziale strutturazione. Non esiste solo una traccia di argomenti da affrontare, ma delle domande specifiche da rivolgere, che in gran parte risultano essere aperte. Infatti la scelta di questo tipo di intervista è dettata dal fatto che il ricercatore, pur essendo a conoscenza degli aspetti fondamentali del fenomeno oggetto di studio, ha bisogno di un ulteriore approfondimento e di indagare più precisamente su risvolti, implicazioni, motivazioni di determinati comportamenti, atteggiamenti, opinioni degli individui. Si ipotizza cioè, che altre modalità, oltre quelle note, possono presentarsi nella popolazione.

In questo caso l'intervistatore è maggiormente vincolato nella formulazione delle domande ed è più direttamente chiamato a stimolare la risposta alle domande aperte. Questo tipo di interviste, molto adatto per indagini su opinioni e atteggiamenti, può essere particolarmente utile in fase di pretest del questionario, quando l'obiettivo è di trasformare la domanda aperta del questionario sottoposto a test in domanda strutturata.

Intervista strutturata

Nel caso di intervista strutturata il questionario è articolato in modo da raccogliere sistematicamente tutte le informazioni ed è altamente strutturato: è il caso più frequente all'interno dell'Istat e conseguentemente quello su cui maggiormente ci soffermeremo in seguito.

L'alto grado di strutturazione vincola maggiormente l'intervistatore che non può a sua discrezione cambiare la formulazione o l'ordine alle domande. Questo tipo di interviste pone all'intervistatore il delicato compito di non trasformare l'intervista in interrogatorio e mantenere sempre vivo l'interesse dell'intervistato.

Esistono altri tipi di interviste che non fanno parte dell'esperienza dell'Istat.

Altri tipi di interviste

Tra questi l'*intervista non direttiva* che presenta stretti legami con quella psicoanalitica; l'*intervista focalizzata*, che a volte viene utilizzata per verificare un'intervista strutturata sugli elementi non abbastanza chiariti; l'*intervista per la raccolta di storie di vita* che punta su resoconti autobiografici degli individui, molto usata per studi antropologici, difficilmente standardizzabile e quindi non comparabile. Non ci soffermeremo su queste ultime che non fanno parte, almeno per ora, dell'attività dell'Istat. La nostra attenzione sarà rivolta in particolare alle interviste che si sviluppano sulla base di un questionario, quindi a quelle strutturate e semistrutturate. Quando parleremo di intervista, quindi, ci riferiremo a questi ultimi due tipi.

3. FASI DELL'INTERVISTA E STRUMENTI PER GESTIRLE

L'intervista può essere suddivisa in distinte fasi che è fondamentale analizzare precisamente, se si vuole impostare un adeguato piano di formazione degli intervistatori.

È bene che il ricercatore tenga a mente tali fasi, se vorrà predisporre adeguatamente gli strumenti affinché l'intervistatore individui il modo più consono di comportarsi in relazione a ciascuna fase.

Le fasi dell'intervista possono essere ricondotte a tre:

Prima fase: la presentazione alle famiglie

Seconda fase: la conduzione dell'intervista

Terza fase: la conclusione dell'intervista

L'inizio del colloquio è la fase più delicata. Dipende da questo la maggiore o minore disponibilità dell'intervistato a rispondere. L'esperienza insegna che una cattiva riuscita di questa prima fase condizionerà inevitabilmente l'esecuzione dell'intervista: l'intervistato reticente, dubbioso, poco convinto, difficilmente collaborerà costruttivamente e potrebbe anche interrompere l'intervista prima della sua conclusione.

La presentazione alle famiglie

In linea generale l'intervistatore deve comportarsi fin dall'inizio in modo da mettere gli individui a proprio agio e suscitare fiducia. Non deve essere titubante e indeciso, perché più facilmente si sentirebbe opporre un rifiuto, né d'altro canto apparire invadente: cordialità e al tempo stesso discrezione devono essere gli aspetti fondamentali del suo comportamento.

Tutto ciò non può essere improvvisato, né delegato alla buona volontà degli intervistatori, che anche se hanno esperienza sanno solo in parte operare autonomamente. Fondamentale è l'apporto del ricercatore, il cui intervento dovrà avvenire su due piani:

Attraverso la lettera di preavviso dell'intervista alle famiglie estratte.

Tale lettera è volta a predisporre positivamente gli individui all'arrivo dell'intervistatore.

Attraverso le istruzioni ai rilevatori.

Queste devono essere finalizzate a spiegare gli elementi fondamentali del comportamento degli intervistatori in questa prima fase.

Tutto ciò dovrà essere fatto col massimo della precisione e dell'attenzione, utilizzando un linguaggio adatto sia nei confronti delle famiglie che degli intervistatori stessi: termini semplici e comprensibili, tono dialogante e non troppo per addetti ai lavori, devono essere gli accorgimenti che il ricercatore deve tenere presente nella preparazione di questa prima fase dell'intervista, cosciente che da questa dipenderà il buon andamento di tutta l'intervista.

La conduzione dell'intervista

L'intervista può iniziare. L'intervistato ha accettato di rispondere alle domande, dopo aver avuto le delucidazioni necessarie sul carattere dell'intervista, il tema, la durata. Gran parte dello svolgimento di questa seconda fase dipenderà da come l'intervistatore è riuscito a conquistare all'intervista nella fase precedente il rispondente.

Indipendentemente da come è andata la prima fase, il passaggio a questa seconda è comunque delicato, perché da una situazione in cui l'intervistato poteva porre domande e chiedere delucidazioni, si passa ad una situazione in cui dovrà fornire fondamentalmente le risposte.

Il comportamento dell'intervistatore è cruciale anche in questo caso. Deve stare attento a non trasformare l'intervista in un interrogatorio, deve saper gestire l'intero colloquio senza influenzare le risposte, ma soprattutto deve svolgere un ruolo costruttivo per far sì che le informazioni raccolte siano informazioni vere, deve registrare tutte le risposte correttamente, deve aver chiaro il significato delle domande.

Che cosa può fare il ricercatore per mettere l'intervistatore nelle condizioni di svolgere adeguatamente il suo compito in questa seconda fase?

Predisporre un questionario adatto all'intervista.

Predisporre istruzioni per la compilazione del questionario in ogni sua parte e per la conduzione dell'intervista nel suo complesso.

Questi due aspetti interagiscono tra loro e non possono essere affrontati in modo separato. Basta che uno solo sia carente per influenzare negativamente tutto l'andamento dell'intervista. Un ottimo questionario non serve a nulla se l'intervistatore non è ben istruito. D'altra parte una buona preparazione dell'intervistatore non può risolvere i problemi di un questionario fatto male.

La conclusione dell'intervista è sicuramente la fase più semplice da affrontare per l'intervistatore essendo stata condotta l'intervista.

La conclusione dell'intervista

È bene, comunque, prevedere una parte nelle istruzioni in cui si raccomandi all'intervistatore di concludere l'intervista in un'atmosfera distesa.

4. LA LETTERA DI PREAVVISO DELL'INTERVISTA: UN'OCCASIONE PER SENSIBILIZZARE I RISPONDENTI

Esistono pareri discordanti sull'utilità della lettera di preavviso ai fini dell'accettazione dell'intervista da parte degli individui o delle famiglie. Ci sono senz'altro situazioni in cui può risultare utile comunicare in anticipo ai potenziali intervistati che c'è in programma un'indagine e che essi sono stati scelti per un'intervista: è il caso delle aree urbane, caratterizzate dall'esistenza di una maggiore diffidenza nei confronti di persone non conosciute. Ma esistono anche situazioni in cui l'effetto della lettera può essere controproducente. L'inconveniente, quando si preavvisa con la lettera, è, infatti, che non sempre questa riesce ad essere efficace come una visita personale, per convincere a cooperare. Il preventivo avvertimento può avere già fatto maturare un rifiuto, che il contatto personale difficilmente potrà mutare. È così che la lettera invece di facilitare il compito dell'intervistatore può rischiare di ostacolarlo.

La funzione della lettera di preavviso

In alcuni paesi sono state condotte numerose sperimentazioni in tale senso. L'esperienza è a sfavore di un preavviso telefonico a quanti fanno parte del campione, rispetto a un preavviso epistolare. È più facile opporre un rifiuto a un individuo a distanza, che non guardandolo in viso. E se al telefono è stato opposto un rifiuto, l'intervistatore non può fare poi una visita a domicilio; se invece

all'intervistato è stato scritto, rimane ancora la possibilità di effettuare una visita personale.

È chiaro che ci stiamo riferendo alle famiglie in generale e non a imprenditori, dirigenti, professionisti dove invece un appuntamento telefonico è la strada migliore da percorrere per ottenere un'intervista. Ci sarà bisogno, quindi, di sviluppare una sperimentazione ad hoc anche in Italia per sapere se questo tipo di accorgimento è utile in generale o anche solo in alcune zone.

Nel frattempo, considerata la bassa percentuale di 'cadute' delle interviste nelle Indagini presso le famiglie dell'Istat, in particolare delle cadute per rifiuto, è corretto continuare ad utilizzare la lettera di preavviso alle famiglie.

Questa rappresenta uno degli strumenti fondamentali per garantire la riuscita della prima fase dell'intervista.

Contenuti adeguati ai destinatari

La lettera di preavviso deve essere impostata avendo in mente una chiara immagine dei destinatari. Ciò permetterà non solo di individuare i contenuti più adeguati, ma anche il tono più adatto da usare.

Di seguito vengono riportati i contenuti che nella maggior parte dei casi è opportuno prevedere. È evidente che esigenze particolari potranno indurre a rivederne alcuni o cosa più probabile ad inserirne altri.

Presentare sinteticamente i contenuti dell'indagine, facendo leva sui più importanti e i più interessanti.

Presentare l'Istat.

Non si può dare per scontato che tutti la conoscano. Può essere utile un riferimento ai censimenti a cui la maggior parte degli individui intervistati avranno partecipato (direttamente o indirettamente).

Far risaltare la numerosità delle famiglie coinvolte nell'indagine, il carattere casuale della scelta delle famiglie, la garanzia di anonimato delle informazioni.

Ciò può rappresentare un buon accorgimento per sminuire le preoccupazioni dell'intervistato che non si sentirebbe isolato e più difficilmente potrebbe porsi il quesito «Perché proprio io?».

Sottolineare la preziosità del contributo individuale di ogni cittadino.

Preannunciare l'arrivo dell'intervistatore munito di tesserino di riconoscimento.

In questo caso è bene segnalare alcune caratteristiche del tesserino (ad esempio il colore); in seguito alla lettera ricevuta sono, infatti, pervenute all'Istat da parte di alcuni rispondenti telefonate che richiedevano delucidazioni in tal senso.

Avere chiarezza sui contenuti non basta. È necessario adottare alcuni accorgimenti, perché tali contenuti siano resi in modo efficace. Vediamoli:

Come rendere i contenuti efficaci: il tono e la grafica

Adottare un tono dialogante e non formale.

Concludere la lettera con la firma del presidente dell'Istat.

Ciò permette alla lettera di essere ufficiale, senza per questo essere formale.

Evitare un testo lungo.

Più la lettera si dilungherà, meno verrà letta e meno risulterà convincente. Meglio impostare una lettera agile che riesca sinteticamente a focalizzare i contenuti precedentemente esposti. La lettera non dovrà superare la lunghezza di una pagina.

Individuare un'adeguata impostazione grafica.

La lettera va scritta con buona spaziatura tra riga e riga, adottando caratteri tipografici sufficientemente grandi. Particolare attenzione dovrà essere posta anche all'impostazione grafica della busta che contiene la lettera. Questa deve differenziarsi dalle normali buste da lettere e soprattutto da quelle che contengono messaggi pubblicitari. Sulla busta deve essere riportato il marchio dell'Istat in modo evidente e la scritta Istituto Nazionale di Statistica per intero, perché non tutti gli individui possono ricordarsi il significato della sigla Istat. Come per il questionario, il suggerimento è di affidare tale impostazione ad un esperto di comunicazione.

Prevedere in una parte della lettera un recapito telefonico dell'Istat a cui il rispondente può rivolgersi.

L'esperienza insegna che la presenza di questo numero rappresenta, comunque, un elemento di rassicurazione per il rispondente. Non sono pochi i casi di individui che, in seguito all'arrivo della lettera, hanno telefonato per ottenere delucidazioni e rassicurazioni direttamente all'Istat.

Evitare che altre lettere di preavviso pervengano ai rispondenti da altri enti coinvolti nell'indagine.

Tutti gli sforzi volti a creare motivazioni sufficienti nei potenziali intervistati ad accettare l'intervista possono vanificarsi, se si verificano interventi di altri Enti (come i Comuni) che vanno nel senso opposto. È, quindi, bene prevenire tali situazioni attraverso un'adeguata opera di sensibilizzazione, per evitare che i potenziali intervistati siano sollecitati in modo addirittura divergente e tale quindi da scoraggiare piuttosto che invogliare all'accettazione dell'intervista.

In alcuni casi, comunque, potrebbe essere proficua un'unica lettera dell'Istat insieme con l'Ente interessato all'indagine (per esempio il Ministero della Sanità) che permetterebbe da un lato di argomentare in modo più approfondito le finalità di utilità sociale dell'indagine, dall'altro di coordinare un'azione di sensibilizzazione presso i rispondenti altrimenti atomizzata e meno efficace.

5. UNO STRUMENTO DI COMUNICAZIONE RICERCATORE-RI-SPONDENTE: IL QUESTIONARIO PER INTERVISTA

Due livelli di comunicazione

Per definizione un questionario per intervista deve essere adatto all'intervista, strumento fondamentale nelle mani dell'intervistatore per ben gestire il processo di comunicazione ricercatore-intervistato. Dovranno comparirvi argomenti adeguati, potranno essere scelte diverse strade in relazione alla sequenza delle domande e alla lunghezza del questionario nel suo complesso.

La sua particolarità sta nel fatto di essere al tempo stesso strumento di comunicazione tra ricercatore e intervistato e tra ricercatore e intervistato.

È proprio la presenza di questa doppia comunicazione che si esprime attraverso il questionario per intervista, che pone il rischio di un accavallamento dei due livelli e quindi di una grande confusione.

I due livelli di comunicazione devono essere presenti nel questionario, ma in modo chiaramente distinto: ciò che riguarda la comunicazione ricercatore-intervistato deve essere ben distinto da ciò che riguarda la comunicazione ricercatore-intervistato. In termini concreti, l'intervistato deve saper immediatamente distinguere ciò che a lui è diretto da ciò che deve diramare, per poter raccogliere il flusso delle informazioni di ritorno al meglio possibile.

Il questionario per essere adatto all'intervista dovrà, quindi, prevedere argomenti adeguati, dovrà configurarsi come una guida d'intervista dove arrivano le indicazioni più importanti del ricercatore per l'intervistato, si diramano all'intervistato e tornano al

ricercatore. È necessario, quindi, che il questionario sia adatto all'intervista in relazione a:

Contenuti, lunghezza, sequenza delle domande

Possibilità che si sviluppi l'intero processo di comunicazione ricercatore-intervistato-intervistato.

Non tutti gli argomenti si prestano allo stesso modo ad essere trattati tramite questionario per intervista. Domande particolarmente delicate, in cui è evidente che la presenza dell'intervistato può bloccare qualunque tipo di comunicazione, è bene che siano poste in questionari per l'autocompilazione. Ciò non significa che un questionario per intervista non possa contenere tali domande, ma semplicemente che in alcuni casi, se possibile, è preferibile che queste siano sottoposte agli intervistati senza nessuna interferenza esterna.

Non tutti gli argomenti sono adatti

Domande, invece, che si basano su uno sforzo di memoria dell'intervistato sono più adatte ad un'intervista nel caso lo sforzo richiesto sia grande; l'intervistato, infatti, può, intervenire aiutando l'intervistato a precisare l'arco temporale richiesto.

Particolarmente adatte sono anche le domande volte ad accertare la conoscenza di alcuni fenomeni. L'intervistato, infatti, è costretto a rispondere ciò che effettivamente sa, e non ciò che può essergli suggerito da altri, come potrebbe accadere nel caso dell'autocompilazione.

Un questionario per intervista può anche essere più lungo di uno postale e senz'altro di uno telefonico, se l'argomento è stimolante e interessante per l'intervistato e l'intervistato riesce a mantenere vivo l'interesse durante l'intervista. Questo aspetto, però, va calibrato anche in relazione alla presenza o meno di risposte proxy.

Quanto può essere lungo il questionario

Contrariamente a quanto succede per i questionari autocompilati, la sequenza delle domande non è soltanto di ordine logico. Il questionario non viene letto prima dall'intervistato; conseguentemente l'uso di domande di controllo potrebbe essere particolarmente adatto.

La sequenza delle domande

Di seguito riportiamo alcuni accorgimenti che possono permettere di sviluppare al meglio la comunicazione ricercatore-intervistato-intervistato, che come si è visto è una doppia comunicazione. Tali accorgimenti permettono di configurare il questionario come una guida per l'intervistato.

Il questionario, una guida per l'intervistato

Prevedere segnalazioni e istruzioni per l'intervistatore sul questionario.

Proviamo ad immaginarci un questionario che contenga soltanto le domande da rivolgere all'intervistato, dove sia assente qualsiasi tipo di segnalazione rivolta all'intervistatore: l'intervistatore avrebbe di fronte a sé l'elenco delle domande da sottoporre e, a parte, un libretto di istruzioni con tutte le specificazioni necessarie (a chi devono essere rivolte certe domande e a chi no, la spiegazione delle classificazioni ecc.).

Che conseguenze può comportare un questionario impostato in tal modo? Una grande complicazione per il lavoro dell'intervistatore. Infatti, l'intervistatore non solo dovrebbe stare attento a tutti gli aspetti di conduzione dell'intervista, ma dovrebbe anche ricordarsi tutto. Per quanto professionalmente capaci, gli intervistatori sono uomini, non macchine. Tra l'altro lo sforzo che verrebbe loro richiesto sarebbe inutile e andrebbe a discapito della fluidità dell'intervista. È per questo che bisogna prevedere segnalazioni e istruzioni sul questionario che aiutino a garantire la scorrevolezza dell'intervista.

È chiaro che non bisogna abusarne, ma se poste in modo sintetico ed efficace, prima o a fianco delle domande interessate, tali segnalazioni possono aiutare veramente l'intervistatore. Non tutti i casi possono essere qui previsti, sarà il ricercatore che dovrà individuarli volta per volta.

Esistono però alcuni casi, in cui la utilità di tale segnalazione è maggiore, che riportiamo di seguito:

- **Domande uniresposte e multiresposte.**

In questo caso è bene segnalare accanto alla multiresposta che si accetta più di una risposta. Così si evita uno sforzo inutile di memoria dell'intervistatore, si diminuisce il numero di errori nella compilazione del questionario, si permette all'intervistatore di condurre l'intervista senza dubbi e con maggiore scioltezza.

- **Domande strutturate.**

Va specificato se le modalità di risposta devono essere lette ad alta voce una per volta, oppure se l'intervistato deve rispondere spontaneamente. Nel caso sia previsto l'utilizzo di un cartellino con le modalità di risposta è bene che ciò sia segnalato, e che sia anche specificato il numero del cartellino cui ci si riferisce.

- **Domande rivolte a sottocampioni.**

Le domande che sono riservate solo ad una parte degli intervistati devono avere in testata una segnalazione che specifichi a chi devono essere rivolte.

Esprimere le domande in forma diretta

Tramite le domande che devono essere rivolte all'intervistato si esprime il secondo livello di comunicazione ricercatore-intervistato. Per comunicare adeguatamente con l'intervistato è necessario che le domande siano formulate correttamente. Come già segnalato nel Fascicolo 2, va sviluppato uno studio accurato sul linguaggio da utilizzare, sulla sequenza delle domande, su tutti gli aspetti che in qualche modo possono aiutare l'intervistato a ricordare ecc.. Esiste un altro aspetto importante che riguarda la forma con cui vengono poste le domande. Tranne che nel caso di variabili strutturali (sesso, età, titolo di studio) in cui la forma utilizzata è meno importante, va preferibilmente evitata la forma impersonale perché tende a confondere l'intervistatore. Vediamo perché:

- L'intervistatore non distingue immediatamente ciò che deve dire da ciò che deve memorizzare.
- L'intervistatore deve fare un'ulteriore sforzo di elaborazione per tradurre le domande dalla forma impersonale in quella diretta
- In questo sforzo di traduzione può più facilmente cambiare i vocaboli usati nelle domande.

Prevedere un'impostazione grafica adeguata.

Essendo il questionario uno strumento di comunicazione tra ricercatore e intervistatore che deve usarlo come strumento di comunicazione con l'intervistato, è importante che anche la sua impostazione grafica sia ben finalizzata, rivolta cioè, a facilitare il compito dell'intervistatore: spazi adeguati, uso dei colori appropriato, coerenza nell'utilizzo di titoli, caratteri, sottolineature, parentesi, e soprattutto attenzione massima ad utilizzare caratteri diversi tra domande ed istruzioni.

Spesso l'aspetto grafico viene trascurato nei questionari per intervista, perché si pensa che avendo gli intervistatori esperienza, possono sempre risolvere il problema di un questionario impostato male graficamente. Spesso si pensa che l'aspetto grafico è importante solo per i questionari che richiedono autocompilazione. Un'impostazione grafica adeguata in un questionario per intervista è, invece, ugualmente fondamentale perché permette il non accavallamento dei due livelli di comunicazione e quindi facilita il lavoro dell'intervistatore.

Prevedere l'utilizzo di cartellini.

Accanto al questionario si può prevedere uno strumento ausiliario di comunicazione ricercatore-intervistato: è il caso di cartellini dove sono riportate le modalità di risposta di quelle domande

strutturate con gran numero di items, particolarmente impegnative per l'intervistato. In questo modo:

- Si alleggerisce il lavoro dell'intervistatore che mantiene nelle sue mani il questionario.
- Si facilita il compito dell'intervistato che si concentra meglio sulla risposta.
- Si evita il rischio che l'intervistato, prendendo in mano il questionario per leggere la domanda, legga le domande successive prima del dovuto.

L'uso dei cartellini è auspicabile per domande strutturate con un gran numero di items e in particolare per le multiresposte a carattere gerarchico.

Va comunque sottolineato che, seppure utili, i cartellini non devono essere troppi nell'ambito di una stessa intervista, altrimenti invece di facilitare il lavoro agli intervistatori, rischierebbero di renderlo più caotico.

6. ORGANIZZAZIONE DELLE INDAGINI ISTAT PRESSO LE FAMIGLIE E ISTRUZIONI PER GLI INTERVISTATORI

L'organizzazione delle Indagini Istat

L'organizzazione delle Indagini Istat presso le famiglie impone la necessità di predisporre strumenti adeguati alla standardizzazione del lavoro sul campo per i seguenti motivi:

Le indagini Istat presso le famiglie necessitano di una presenza capillare e numerosa di rilevatori su tutto il territorio nazionale.

Tali indagini, infatti, presentano una numerosità campionaria che varia da circa 23.000 famiglie (Indagine Multiscopo) a 140.000 famiglie (Indagine sulle Forze di Lavoro). Il campione di Comuni in cui effettuare le interviste presso le famiglie è estratto casualmente e potrebbe contenere qualunque Comune italiano.

L'Istat non ha a tutt'oggi una rete di rilevatori propria, ma si avvale dei rilevatori scelti dai Comuni e solo in certi casi di rilevatori di società private.

Nell'organizzare la formazione dei rilevatori non esiste un rapporto diretto tra il responsabile dell'indagine Istat (che predispone il questionario e le istruzioni) e i rilevatori.

Tale rapporto è mediato dai responsabili degli Uffici Regionali che una volta istruiti dal responsabile di indagine, avviano i rapporti

con i Comuni-campione e organizzano le riunioni di istruzione dei rilevatori e le ispezioni.

La situazione attuale dell'Istat, quindi, prefigura diversi passaggi della comunicazione tra responsabile dell'indagine e rilevatore (responsabile centrale — Ufficio regionale Istat — rilevatori dei singoli comuni) nel processo di formazione dei rilevatori, e altri momenti di comunicazione tra Uffici Regionali e rilevatori nella fase di controllo della rilevazione sul campo. Il ruolo degli Uffici regionali dell'Istat diventa cruciale, perché garantisce il rapporto diretto con i rilevatori, la loro formazione e il loro controllo.

Ma come fare in modo che il lavoro di ciascun Ufficio Regionale si svolga nello stesso modo? E come garantirsi che anche i rilevatori si comportino correttamente e uniformemente? È necessario predisporre degli strumenti idonei a che ciascun responsabile si comporti uniformemente nei confronti dei rilevatori, e ciascun rilevatore nei confronti del rispondente.

Le istruzioni assumono, così un'importanza fondamentale:

La funzione delle istruzioni

- come elemento unificante, di standardizzazione del lavoro di formazione del responsabile di indagine nei confronti dei responsabili degli Uffici Regionali;
- come traccia della formazione che deve essere impartita da parte dei responsabili degli Uffici Regionali ai rilevatori;
- come base fondamentale di standardizzazione del lavoro dei rilevatori e punto di riferimento stabile per ogni rilevatore in caso di dubbi.

Perché le istruzioni possano soddisfare tali esigenze fondamentali è necessario predisporre due tipi di libretti di istruzione.

Due tipi di libretti di istruzione

Guida al comportamento dell'intervistatore nel suo lavoro.

Tale guida deve contenere tutti gli aspetti fondamentali del comportamento degli intervistatori in una situazione di intervista. Dovrà aiutare l'intervistatore a saper adottare i comportamenti adeguati in ogni situazione. Dovrà essere unica per tutte le indagini presso le famiglie.

Libretto di istruzione per un'indagine specifica.

Dovrà soffermarsi sulle caratteristiche specifiche dell'indagine e del questionario. Dovrà quindi essere predisposto per ciascuna indagine.

Come scrivere e come presentare i libretti di istruzioni

La grafica ed il linguaggio utilizzato per le istruzioni sono aspetti spesso sottovalutati nella predisposizione degli strumenti adeguati per la realizzazione dell'indagine. È necessario che il ricercatore sia cosciente che non è importante solo *ciò che è scritto*, ma *come è scritto*. Formare adeguatamente un intervistatore non è possibile, se non si individuano gli strumenti adeguati alla comunicazione. Il libretto di istruzioni non può quindi, essere progettato come una lunga e noiosa lista di definizioni, codici e adempimenti, male impostati graficamente. Possibilmente modulare, il libretto di istruzioni deve essere caratterizzato da facilità di consultazione, linguaggio dialogante, grafica rivolta a distinguere le diverse parti e a renderle di maggiore immediatezza. La cura degli spazi, dei caratteri tipografici, dei colori e della sua impostazione complessiva dovranno essere concordate con un esperto di comunicazione a cui devono essere chiari alcuni aspetti fondamentali perché possa riuscire nel suo lavoro: obiettivi dell'indagine, target, cioè popolazione di riferimento, caratteristiche degli intervistatori a cui è rivolto il libretto.

7. UNA GUIDA PER IL COMPORTAMENTO DEGLI INTERVISTATORI NEL PROPRIO LAVORO

L'intervista, un processo di interazione

Se l'intervista è un processo di interazione, inevitabilmente l'intervistatore e l'intervistato si influenzano a vicenda. Il problema, quindi, non è quello di cercare di ottenere un'intervista senza influenze (contraddizione in termini), quanto quello di formare l'intervistatore in modo tale che riesca a controllare le influenze dannose ai fini dell'intervista e ad enfatizzare quelle positive (volte, per esempio, a motivare l'intervistato, ad esprimergli adeguatamente gli obiettivi dell'indagine, a chiarire quesiti non compresi ecc.).

Vediamo di seguito gli aspetti del comportamento dell'intervistatore da evitare e quelli da sollecitare. In tutto il processo di formazione degli intervistatori questi devono essere ben chiariti.

Ciò che l'intervistatore deve sapere prima dell'intervista

Deve essere raccomandato all'intervistatore di controllare accuratamente la completezza del materiale e di studiarsi approfonditamente ciascun quesito con le avvertenze presenti nel libretto di istruzioni.

Prima di iniziare l'intervista, l'intervistatore deve anche avere chiaro:

Dove svolgere l'intervista

In quali ore

Come rispondere ad alcune particolari domande

Nella guida al comportamento degli intervistatori dovranno essere riportati su tali aspetti dei criteri generali. Nel caso in cui dovesse emergere la necessità di qualche eccezione, questa dovrà essere esplicitata nel libretto di istruzioni specifico dell'indagine.

Le indagini Istat presso le famiglie avvengono solitamente a domicilio.

Dove svolgere l'intervista

Va specificato che cosa si intende per domicilio. Gli intervistatori devono avere ben chiaro che le interviste, riguardando tutti i componenti della famiglia e richiedendo la massima attenzione da parte degli intervistati, non possono svolgersi, per esempio, sul pianerottolo o dal citofono di casa. L'intervistatore educatamente dovrà chiedere di entrare in casa, adducendo a motivazione, per esempio, la necessità di trascrivere precisamente le risposte e di poter avere un piano di appoggio. Se proprio dovesse ricevere un rifiuto in tal senso potrà iniziare l'intervista sul pianerottolo e, una volta ottenuta la fiducia, cercare di riproporre la richiesta di entrare in casa. Non va dato per scontato che di propria iniziativa l'intervistatore lo farà. Pur di fare l'intervista potrebbe decidere di svolgerla in luoghi poco adatti e condizionanti negativamente sia per l'intervistato che si troverebbe ad essere meno concentrato e più sbrigativo e superficiale, sia per l'intervistatore che avrebbe più probabilità di commettere errori nella compilazione del questionario e nella formulazione delle domande. Va comunque segnalato sul libretto di istruzioni che nel caso in cui l'intervistatore fosse costretto a svolgere l'intervista in luoghi non idonei dovrà sottolinearlo in una parte del questionario.

Accanto a ciò è importante segnalare nelle istruzioni se l'intervista può svolgersi con altre persone presenti oppure no. Ciò dipenderà dal carattere del questionario e soprattutto dalla presenza o meno di domande *delicate* al suo interno. Se si dovesse valutare che possono essere presenti altri individui, va precisato se costoro possono intervenire durante l'intervista (è il caso, per esempio, di alcuni questionari in cui è accettata la proxy e l'apporto di più componenti può essere proficuo).

Se si valutasse, invece, che la presenza di altre persone potrebbe distorcere la risposta dell'intervistato, sempre educatamente, il rilevatore dovrà spiegare perché è importante ottenere le informazioni sul comportamento e il modo di pensare delle persone selezionate una per volta e invitare le altre ad allontanarsi temporaneamente. Se proprio non dovesse riuscire, è bene che la presenza di altre persone al momento dell'intervista sia segnalata in una parte del questionario.

Ognuno di questi particolari ha una grande importanza per la qualità delle informazioni raccolte. Sugerire esempi e dare soluzioni per affrontare tali situazioni assai delicate, che facilmente

possono verificarsi nel lavoro sul campo, può essere di notevole ausilio per l'intervistatore.

In quali ore

In quali ore è opportuno svolgere l'intervista?

Il buon senso può aiutare: vanno sconsigliati colloqui nelle ore dei pasti; se si devono intervistare casalinghe è bene non recarsi quando queste sono occupate nelle faccende domestiche. Il capofamiglia o le persone che lavorano, invece, possono essere reperite più facilmente nel tardo pomeriggio.

Va anche sottolineato di non contattare le famiglie in giornate caratterizzate da particolari eventi nazionali e locali (partite di calcio, feste di paese, ecc.).

Avendo ogni regione d'Italia proprie abitudini e orari non si tratta in questo caso di dare indicazioni precise, se non alcune fondamentali, ma di stimolare l'intervistatore che è a conoscenza di tali abitudini a tenerne conto.

Come rispondere a una domanda sulla durata dell'intervista

Nel caso di una domanda sulla durata dell'intervista, all'intervistatore va detto che è sempre bene non mentire e dare una risposta realistica. Dire *non vi farò perdere tempo*, quando si prevede più di un'ora, oltre ad essere sbagliato (perché l'intervistatore non deve mai definire l'intervista una perdita di tempo), potrebbe portare alla spiacevole situazione di interruzione dell'intervista a metà.

Nelle istruzioni vanno dedicate alcune righe a quest'aspetto, suggerendo di dire la verità: meglio indicare all'inizio il tempo necessario al colloquio e definire eventualmente un nuovo appuntamento in un'ora in cui il diretto interessato è disponibile, piuttosto che mentire, fare un'intervista troppo in fretta, rischiando di doverla interrompere a metà.

Come l'intervistatore deve comportarsi durante l'intervista

Deve essere raccomandato all'intervistatore di adottare comportamenti adeguati con il rispondente durante l'intervista, evitando di influenzare nella risposta, e svolgendo un ruolo costruttivo. Per questo dettagliatamente devono essere esplicitate le caratteristiche fondamentali del comportamento che questi dovrà adottare.

Il rischio di un comportamento valutativo

In primo luogo va chiarito che l'intervistatore deve evitare un comportamento valutativo nella fase di formulazione delle domande.

Se l'intervistatore adottasse un comportamento valutativo nel formulare le domande ciò potrebbe:

rinforzare la comunicazione

È il caso di un'accentuazione positiva da parte dell'intervistatore di una risposta data dall'intervistato, che si sentirà incentivato ad accentuare determinate posizioni, perché le vede gradite.

frenare o addirittura bloccare la comunicazione

È il caso dell'esplicitazione (mimica o verbale) di dissenso da parte dell'intervistatore nei confronti di alcune risposte: l'intervistato può soprassedere su determinate convinzioni, perché non accettate dall'intervistatore.

Esempio:

Un esempio di tale comportamento valutativo si esprime quando l'intervistatore pone domande in modo tale da incorporarvi la propria opinione su quale è la risposta adeguata: «Non è che io pensi che a lei sia successo...», oppure «Suppongo che lei non abbia fatto ciò, però le chiedo ugualmente...». Questo tipo di atteggiamento influenza negativamente quanto più l'intervistato si è costruito una buona immagine dell'intervistatore.

Va fatto presente all'intervistatore che una persona è influenzata in ciò che dice, da ciò che ritiene l'altro aspetti di sentirsi dire e che per ovviare a ciò l'intervistatore deve essere cosciente di tali problemi e deve cercare di costruire un rapporto con l'intervistato che sia cordiale e al tempo stesso neutrale: né solidarietà, né dissenso, né rifiuto, ma incoraggiamento. Mai dare indicazioni sul proprio modo di pensare, sulle proprie aspettative; mai tradirsi anche attraverso gesti o esclamazioni: basta un «bene!», oppure una smorfia per eliminare quella neutralità così faticosamente raggiunta.

Esempio:

Nelle istruzioni agli intervistatori della World Fertility Survey quest'aspetto è particolarmente evidenziato:

«Non mostratevi mai a favore di famiglie numerose o contro, a favore della pianificazione familiare o contro. Non mostrate sorpresa, approvazione o disapprovazione alle risposte dell'intervistata, con il tono della vostra voce o l'espressione del vostro viso».

Quando si utilizzano domande strutturate si può decidere di non leggere ad alta voce le modalità di risposta, in modo che l'intervistato sia portato a dire spontaneamente ciò che effettivamente pensa. In questo caso l'intervistatore dovrà decidere a quali delle modalità previste corrisponde la risposta data dall'intervistato. Il rischio di interpretare non correttamente è grande e può derivare sia dal fatto che l'intervistatore non ha capito bene il senso della risposta, sia dal fatto che si è costruito delle idee preconette sull'intervistato, che condizionano le sue capacità interpretative. Va quindi raccomandato all'intervistatore da un lato di mantenere la neutralità anche in fase di registrazione delle risposte, dall'altro di sollecitare gentilmente l'intervistato a fornire una nuova formulazione della risposta, nel caso questa non fosse sufficientemente chiara.

Leggere le domande così come sono formulate

Lo sforzo del ricercatore di costruzione di un buon questionario non può essere vanificato da una condotta troppo 'disinvolta' e non controllata dell'intervistatore. Gli intervistatori devono sapere che loro compito è leggere le domande così come sono state formulate dal ricercatore.

Se le domande non vengono capite dal rispondente, tre possono esserne i motivi:

- il quesito è stato mal formulato
- il quesito è stato letto troppo velocemente
- l'intervistato non capisce alcuni vocaboli (ad esempio capisce solo il dialetto)

Non si può ovviare a ciò lasciando all'intervistatore la facoltà, sempre e comunque, di esprimere con parole proprie il concetto retrostante la domanda, perché in questo modo non si avrebbe più il controllo della situazione: a quale domanda avrebbero risposto gli intervistati? A quella del questionario o alle singole *rielaborazioni autonome* di ogni intervistatore? Che senso avrebbe a questo punto la ricerca del linguaggio non ambiguo, chiaro, preciso, se ogni intervistatore può riformularle come vuole?

Si pone, quindi, il problema di *che indicazione dare agli intervistatori nel caso in cui l'intervistato non abbia capito la domanda.*

- All'intervistatore va detto che se il quesito non viene capito ad una prima lettura l'intervistatore dovrà rileggerlo lentamente, scandendo bene ogni parola, senza cambiarne la formulazione.

Può succedere, però, che anche dopo la riletture l'intervistato non abbia capito il quesito.

- Per quesiti cruciali può essere espressa dall'intervistatore una diversa formulazione, ma a condizione che il ricercatore l'abbia prevista e inserita nelle istruzioni.
- Nel caso in cui l'intervistatore provveda di propria iniziativa a riformulare la domanda dovrà riportare la formulazione in una parte specifica del questionario.

Più volte gli intervistatori per fretta, per trascuratezza o perché pensano di potersi sostituire su certi quesiti al rispondente, o perché non ne capiscono l'importanza, non esprimono ad alta voce un'alternativa in una domanda strutturata, parte integrante del quesito che dovevano rivolgere.

Questo è un errore molto grave. La lettura delle alternative di risposta è fatta con un fine preciso, spesso come aiuto alla memo-

ria. Dimenticando una parte della domanda si distorce la risposta e più facilmente il quesito può essere male interpretato.

Alcune volte gli intervistatori possono trovarsi nella situazione in cui l'intervistato ha indirettamente risposto ad una domanda che andava posta più avanti nel questionario; saltano le domande intermedie e codificano la risposta, non riproponendo la domanda al momento opportuno.

Questa situazione non può essere accettata perché:

- se c'è un ordine alle domande è perché il ricercatore l'ha ritenuto ottimale e quello deve essere mantenuto al fine di evitare condizionamenti nella risposta (cfr. Fascicolo 2);
- così facendo, l'intervistatore codifica la risposta di una domanda da lui non formulata e che solo lui stabilisce essere la domanda a cui ha risposto l'intervistato;
- così facendo l'intervistatore sopprime una domanda del questionario.

L'intervistatore potrebbe, comunque, incontrare difficoltà nel sottoporre domande con molte modalità di risposta; in questo caso il ricercatore deve aver previsto la presentazione di cartellini, dove sono riportate tutte le modalità di risposta, che vanno mostrate al momento giusto.

Per alcune domande con molte modalità di risposta l'intervistatore potrebbe essere tentato di far leggere direttamente il questionario. Va fatto capire all'intervistatore che questa è una cosa che va possibilmente evitata.

In un questionario per intervista possono esistere, infatti, domande delicate, o comunque domande che per motivi psicologici il ricercatore ha deciso di mettere in un certo punto e che l'intervistato non deve conoscere prima di quel momento. Senza considerare che in alcuni casi si potrebbe richiedere al rilevatore di segnalare senza chiedere all'intervistato alcuni aspetti che lo riguardano. Se il rispondente venisse a saperlo prima, ciò oltre a togliere efficacia alle domande, potrebbe essere un elemento di condizionamento negativo per il proseguimento dell'intervista.

L'intervistatore deve aiutare l'intervistato a rispondere più approfonditamente utilizzando le tecniche di probing.

Può succedere che una risposta non sia considerata sufficiente per gli obiettivi dell'indagine, troppo generica o troppo ambigua, tale cioè da prestarsi a diverse interpretazioni. Può succedere, d'altro canto, che l'intervistato incontri difficoltà nel fornire le risposte.

Seguire l'ordine delle domande previsto dal questionario

Evitare di far leggere il questionario al rispondente

Utilizzare tecniche di probing

L'intervistatore può, allora, utilizzare alcune domande suppletive non previste nel questionario, per ottenere una risposta più completa. L'importante è che tali domande non indirizzino in nessun modo le risposte e mantengano la caratteristica di neutralità (*probing non direttivo*).

Tra le tecniche di *probing* non direttivo che può utilizzare l'intervistatore vanno considerate le seguenti:

Integrazione della domanda primaria (cioè che introduce un nuovo tema)

L'uso di brevi commenti di assenso ('capisco'), pause fatte al momento giusto, semplici richieste di maggiore informazione ('me ne parli più diffusamente'), stimola la comunicazione, senza introdurre distorsioni. A tale proposito possono essere considerate anche le seguenti frasi neutre: «Perché pensa che sia così?», «Perché è di questa opinione?», «C'è nient'altro?»

Tecnica del riepilogo

Si tratta di riepilogare le opinioni o i fatti espressi dal rispondente.

Tale tecnica è valida quando si vuole che l'intervistato esplori in ampiezza e profondità i propri atteggiamenti. L'intervistato, in questo modo, riascolta succintamente dall'intervistatore ciò che egli stesso sta cercando di dire, percependo in una qualche misura una sorta di accettazione delle sue opinioni.

Il rischio nell'utilizzo di tale tecnica sta nel fatto che le opinioni dello stesso intervistatore siano inavvertitamente incluse nel suo tentativo di riassumere gli atteggiamenti dell'intervistato. È questa una tecnica che richiede particolare sensibilità e preparazione dell'intervistatore.

In sintesi le tecniche di *probing* devono essere volte a 'mettere a fuoco' gli obiettivi delle varie domande.

Esempio:

Poniamo che la domanda prevista dal questionario sia: «Quali beni di consumo durevole ha in programma di comprare l'anno prossimo?» e la risposta sia: «Una lavatrice».

Questa risposta potrebbe essere valida solo nel caso in cui effettivamente l'intervistato voglia comprare soltanto una lavatrice. Se la lavatrice è soltanto uno dei beni che l'intervistato ha in programma di comprare è necessario sollecitare attraverso domande suppletive il rispondente. Ma la domanda suppletiva deve essere ben scelta.

Vediamone alcune:

1. «Ha in programma di comprare anche una macchina da cucire?»
2. «Possibile che non ha intenzione di comprare nient'altro che una lavatrice?»
3. «Normalmente persone come lei acquistano diversi tipi di beni di consumo durevole durante l'anno. Voi non avete intenzione di comprarne nessun altro?»
4. «Avete intenzione di comprarne anche qualcun altro?»
5. «Capisco. Non ha in mente nient'altro?»

La prima domanda è sbagliata perché limita il sistema di riferimento dell'intervistato a un unico articolo di acquisto. Non si dà uguale attenzione a tutti i beni durevoli. O si elencano tutti i beni durevoli, o nessuno. Altrimenti il risultato è una sovrastima di quello elencato.

La seconda domanda può provocare una distorsione; l'intervistatore dà l'impressione di meravigliarsi o di scandalizzarsi della risposta o perché l'intervistato non ha risposto esaurientemente, o perché si trova in non buone condizioni economiche. L'intervistato può essere così indotto ad esagerare i futuri acquisti.

La terza domanda presenta una situazione analoga alla seconda con l'aggravante che l'intervistato si sente un 'deviante' se non dichiara un numero di futuri acquisti congruo alle aspettative dell'intervistatore.

La quarta e quinta domanda sono adatte. Si richiedono ulteriori informazioni se ci sono. L'effetto è sollecitare ulteriori risposte senza introdurre distorsioni.

Questi sono solo alcuni suggerimenti che possono essere dati all'intervistatore per migliorare il processo di interazione con l'intervistato. Fondamentale è la loro argomentazione: anche intervistatori considerati "bravi" perché hanno molti anni di esperienza di rilevazione, possono aver sedimentato comportamenti scorretti, che con il passare del tempo, sarà difficile rimuovere.

La coscienza dell'intervistatore del proprio ruolo è fondamentale per la riuscita dell'intervista ma è anche direttamente proporzionale allo sforzo che avrà fatto il ricercatore per farla crescere nell'ambito di un adeguato piano di formazione.

L'Istat ha tutto l'interesse, per il gran numero di indagini che svolge, a che si lasci una buona immagine di sé e a che gli intervistati mantengano la propria disponibilità a future interviste.

Questo aspetto diventa centrale nel caso di una indagine longitudinale, in cui si preveda la reintervista di una parte del campione in un nuovo ciclo.

È bene quindi che l'intervista si concluda in un'atmosfera distesa, indipendentemente dal fatto che sia stata più o meno fruttuosa, e che la collaborazione dell'intervistato sia stata più o meno valida.

È bene che l'intervistatore accomiatandosi sottolinei l'importanza del contributo dato dall'intervistato con la risposta alle domande del questionario e ringrazi per il tempo dedicato all'intervista.

Come
l'intervistatore
deve comportarsi
alla fine
dell'intervista

Esplicitare all'intervistatore l'obiettivo di *lasciare un buon ricordo di sé* è un aspetto importante. Sarà lui stesso che potrà così trovare il modo più adatto per accomiarsi dall'individuo o dalla famiglia sulla base delle raccomandazioni ricevute e delle specificità della situazione incontrata.

Esempio:

Nella Labour Market Survey canadese in conclusione del libretto di istruzioni si suggeriva all'intervistatore la seguente dichiarazione:

«La presente inchiesta si iscrive in un progetto volto a studiare l'attività dei canadesi su un periodo di due anni. Noi dovremo comunicare di nuovo con la vostra famiglia tra un anno per ottenere informazioni ulteriori sulla vostra eventuale attività lavorativa nel 1987.

Nell'eventualità di un cambio di abitazione prima di gennaio prossimo, noi gradiremmo avere il nome e l'indirizzo di un amico, un parente, un vicino, da contattare per ottenere il nuovo indirizzo o il nuovo numero telefonico della vostra famiglia. Ci teniamo a sottolineare che noi comunicheremo con questa persona solo nell'eventualità di un vostro cambiamento di abitazione e solo per conoscere il vostro nuovo indirizzo o numero di telefono».

Tale intervista che fa parte di un'indagine longitudinale, pone all'intervistatore un compito molto gravoso che è quello non solo di avvertire la famiglia che sarà nuovamente intervistata nell'arco di un anno, ma anche di tentare di convincerla a dare un recapito di qualche conoscente per poter essere rintracciata. Casi come questi devono essere attentamente riportati nelle istruzioni attraverso *dichiarazioni tipo* che l'intervistatore avrà cura di leggere.

8. IL LIBRETTO DI ISTRUZIONI PER UN'INDAGINE SPECIFICA

Questo secondo libretto di istruzioni dovrà prevedere tutti gli aspetti particolari del lavoro dell'intervistatore in relazione ad un'indagine specifica. È bene ripercorrere le fasi in cui è suddivisa l'intervista nella sua impostazione.

Esistono alcuni elementi chiave che, se ben assimilati dagli intervistatori, possono contribuire al successo della prima fase dell'intervista e quindi ad un buon avvio della fase successiva. Questi vanno adeguatamente presentati nel libretto di istruzioni:

i soggetti da intervistare

l'eventuale procedimento di sostituzione

il modo più adeguato per presentarsi

In relazione ad ognuno di questi aspetti il responsabile di indagine dovrà prevedere delle istruzioni-guida sufficientemente dettagliate, corredate da esempi e simulazioni e soprattutto chiare, senza ambiguità di nessun tipo.

Cio' che deve essere chiarito dell'indagine dall'intervistatore

Alcune questioni potranno essere standardizzate e valere per ogni tipo di indagine, altre invece dovranno essere specificamente modellate in relazione alle caratteristiche dell'indagine e degli individui a cui ci si rivolge.

Di seguito affronteremo uno per uno questi aspetti sottolineando ciò che sempre il ricercatore deve cercare di esprimere nelle istruzioni agli intervistatori relative a questa prima fase. Come si vedrà alcuni aspetti sono già stati considerati come contenuti della lettera di preavviso.

Nel caso in cui si debba intervistare un individuo e l'intervistatore abbia a disposizione il nome e il cognome, deve accertarsi che la persona contattata sia effettivamente quella cercata.

Nel caso in cui invece non esistano nominativi precisi, le istruzioni dovranno prevedere una parte in cui siano chiarite le modalità di selezione.

Consideriamo, ora, il caso più diffuso all'Istat, quello delle indagini che hanno come unità di rilevazione le famiglie.

La prima cosa che deve essere chiarita nelle istruzioni è *se si accetta che un membro della famiglia possa rispondere per altri componenti oppure no*.

Se ogni componente deve essere intervistato direttamente possono darsi due casi:

- Ogni componente deve rispondere direttamente all'intervistatore su tutto il questionario.

In tal caso l'intervistatore dovrà provvedere a tornare presso la famiglia per intervistare anche gli assenti alla prima visita.

- Ogni componente deve rispondere direttamente solo ad una parte del questionario.

In tal caso dovrà essere spiegato all'intervistatore quali sono i quesiti in cui sono accettate risposte proxy e quali no e come comportarsi nei confronti dei quesiti che necessitano di una risposta diretta (ritorno o autocompilazione).

Esempio:

Nel ciclo dell'indagine multiscope si è valutato che ai quesiti sulle *Lettere* dovessero rispondere i diretti interessati. Tali quesiti sono stati posti su un modello a sé stante per l'autocompilazione che l'intervistatore doveva lasciare presso la famiglia, per ciascun componente.

Chi intervistare

Il caso della risposta diretta

Il caso della risposta proxy

Se può essere accettata la risposta di un componente per altri, (il caso della risposta proxy), all'intervistatore deve essere chiarito:

- Se deve fare il possibile per intervistare direttamente i singoli componenti della famiglia.

In tal caso va specificato il numero di ritorni che l'intervistatore deve fare, prima di procedere all'intervista di uno dei presenti per gli assenti.

- Se esiste in assenza del singolo componente della famiglia un individuo più adatto a sostituirlo nella risposta.

Esempio:

Nell'indagine sulle condizioni di salute del 1983 pur essendo accettate risposte proxy, non viene suggerita nessuna preferenza in relazione alla persona da intervistare per altri membri della famiglia.

«Ogni singolo componente della famiglia, in condizione per età e capacità psichiche di rispondere ai quesiti deve essere intervistato singolarmente. Per i componenti che non sono in grado di rispondere alle domande e per quelli che non sono presenti al momento dell'intervista, le notizie verranno richieste a uno degli altri componenti della famiglia».

La scelta è, in questo caso, di puntare alla risposta diretta e ripiegare sulla proxy in un secondo momento. Ciò che non è chiarito è dopo quanti tentativi accettare la proxy. In questo caso l'intervistatore potrebbe sentirsi autorizzato ad intervistare immediatamente un altro componente della famiglia al posto dell'assente.

Su questo piano non possono esistere ambiguità. Se un intervistatore ha un dubbio su questi aspetti, consultando il libretto di istruzioni deve poterlo risolvere.

- Se esiste un numero massimo di interviste che uno stesso individuo può dare per altri membri della famiglia (o che eventualmente può dare in un giorno).

Per quanto riguarda questo aspetto, va detto che la carenza è attualmente grande: nelle attuali indagini non è previsto nessun vincolo sul numero di interviste cui può essere sottoposto uno stesso individuo.

Esempio:

Nell'indagine sulla salute '83 non è stato posto nessun vincolo in questo senso. Il risultato è stato che il 50% delle risposte è stato dato da persone che hanno risposto a tre o più questionari di seguito.

Va tenuto presente che l'intervistato dopo un certo numero di interviste si stanca, le sue risposte sono sempre meno attendibili. Che dovrebbe fare l'intervistatore? Interrompere dopo due interviste e passare ad un altro componente? Interrompere e tornare il giorno successivo a reintervistare la stessa persona? Non si può

stabilire una regola una volta per tutte, dipende dall'indagine e soprattutto dalla lunghezza e pesantezza del questionario.

L'intervistatore deve sapere dal libretto di istruzioni come comportarsi.

Solitamente le indagini presso le famiglie sono di natura campionaria; l'eliminazione di famiglie originariamente campionate tende a provocare delle distorsioni, incidendo negativamente sulla qualità dei risultati.

In alcuni casi è prevista la sostituzione, in altri no. Quando questa è prevista è necessario sottolineare che va limitata ai casi di assoluta necessità.

L'assoluta necessità va comunque definita. L'intervistatore deve sapere quanti devono essere i tentativi di contatto da avviare prima di poter parlare di caduta di una famiglia e la casistica in base alla quale procedere alla sostituzione.

Ma l'intervistatore deve essere a conoscenza anche delle modalità attraverso cui procedere alla sostituzione.

Esempi:

a) Nell'indagine sulle strutture e comportamenti familiari all'intervistatore viene consegnato un elenco base delle famiglie del campione di ogni Comune e un elenco suppletivo da cui attingere le famiglie per la sostituzione. Si procede nel modo seguente: la famiglia di partenza presenta un certo numero d'ordine nell'elenco base se questa va sostituita, si prende la famiglia dell'elenco sostitutivo con lo stesso numero d'ordine; se ciò non fosse possibile, va presa quella con numero immediatamente precedente o successivo.

b) Altre volte potrebbe esistere l'esigenza di sostituire in base a criteri diversi. È questo il caso dell'indagine sulla salute del 1983, dove viene segnalata la necessità di procedere a sostituzione con una famiglia della medesima area, utilizzando la prima famiglia che per ampiezza si avvicina a quella da sostituire.

I criteri possono essere differenti da indagine ad indagine e a volte anche complessi, ciò che deve accomunare tutte le indagini è la chiarezza e la precisione, con cui questi devono essere espressi agli intervistatori all'interno delle istruzioni.

Chiariti questi aspetti devono essere dati strumenti agli intervistatori perché possano presentarsi adeguatamente alla famiglia.

È necessario che rapidamente il rilevatore faccia capire chi è, per non essere confuso con venditori o rappresentanti, oppure ancora peggio con persone che svolgono un qualche tipo di controllo burocratico e fiscale.

È bene che l'intervistatore faccia riferimento alla lettera di pre-avviso già inviata alla famiglia e all'appartenenza all'Istat, mostrando il tesserino.

Si possono sostituire le famiglie?

Ciò che deve essere suggerito all'intervistatore per presentarsi alle famiglie

Il primo contatto con i rispondenti

Poiché il primo approccio è molto importante è bene che l'intervistatore si prepari in anticipo, con l'aiuto delle istruzioni, una breve introduzione utilizzabile nella maggior parte delle situazioni. Ovviamente dovrà anche essere capace di adattarla a situazioni specifiche. A questo fine vanno tenuti presenti alcuni punti chiave, perché l'introduzione possa essere efficace, che dovranno anche comparire nelle istruzioni per gli intervistatori:

Presentazione degli obiettivi dell'indagine.

Garanzia di anonimato per il rispondente.

Criterio casuale di scelta dell'individuo o della famiglia.

Perché il rilevatore sia in grado di presentare adeguatamente gli obiettivi dell'indagine in modo da destare interesse nel rispondente è necessario che il ricercatore operi in due sensi nelle istruzioni:

Far capire gli obiettivi dell'indagine all'intervistatore

Fornire strumenti perché gli intervistatori sappiano poi presentarli in modo adeguato agli intervistati.

In modo semplice e adeguato, considerando che gli intervistatori non sono né dei tecnici, né degli esperti della materia, vanno espresse le caratteristiche fondamentali dell'indagine, i suoi contenuti. A volte si può decidere di nascondere il vero obiettivo dell'indagine, ma in questo caso va comunque esplicitato l'obiettivo ufficiale.

La massima attenzione deve essere rivolta a questa parte: bisogna risvegliare l'interesse dell'intervistatore, se si vuole che riesca a risvegliare l'interesse dell'intervistato.

Gli aspetti che il ricercatore ritiene possano destare maggiore attenzione e anche curiosità in chi ascolta è bene che siano riportati nelle istruzioni attraverso delle presentazioni tipo.

Esempio:

Se si descrivono i contenuti generali di una indagine presso le famiglie, usando termini troppo per addetti ai lavori, gli intervistatori saranno portati a fare altrettanto presso le famiglie. Il risultato sarà un'esposizione piatta, incomprensibile e poco stimolante. Si potrebbe meglio dire: «La ricerca che stiamo conducendo ha l'obiettivo fondamentale di verificare se sta cambiando qualcosa nella famiglia italiana: esistono più famiglie in cui sono presenti dai nonni ai nipoti oppure più famiglie formate da genitori e figli? Aumentano le persone che vivono da sole e se sì, ciò avviene di più per le nuove o vecchie generazioni? Che abitudini hanno le famiglie italiane, praticano sport, frequentano corsi di lingue, che cosa fanno nel proprio tempo libero?», e così via. Gli argomenti in questo caso si prestano particolarmente a risvegliare curiosità e interesse ma solo a condizione che siano presentati nel modo giusto.

Ogni volta il «modo giusto» e i contenuti appropriati possono e devono essere trovati. È uno sforzo questo fondamentale che solo il responsabile di indagine può fare, e che può rendere il lavoro degli intervistatori più stimolante e al tempo stesso più gratificante.

Inoltre è bene che al rilevatore si dica di sottolineare a sufficienza il contributo prezioso che con le risposte l'intervistato e la famiglia possono apportare all'indagine. Immediatamente dopo, all'intervistatore va detto di sottolineare che le notizie rilevate sono riservate e mai legate ai nomi degli intervistati; che non si ricercano indicazioni sull'individuo in se stesso, sulla sua situazione, ma si vuole ottenere un quadro generale della popolazione. Per questo motivo il nome del rispondente non sarà mai divulgato. Quest'aspetto può essere rafforzato sottolineando che i nominativi delle persone da intervistare sono stati estratti casualmente, e che altri individui e/o famiglie della stessa zona sono state selezionate nello stesso modo.

Questo tipo di introduzione non garantisce collaborazione della famiglia, ma fatta nel modo adeguato, con cordialità combinata a discrezione può senz'altro aiutare nell'opera di persuasione condotta dall'intervistatore.

Si tratta a questo punto di presentare e spiegare dettagliatamente il questionario perché sia ben assimilato dall'intervistatore. Anche in questo caso bisogna trovare il modo giusto per rendere più efficace tale presentazione.

È bene impostare le istruzioni per la compilazione, partendo dalla presentazione della struttura del questionario. Nel caso di indagini presso le famiglie, quindi, si tratterà di descrivere le parti in cui solitamente il questionario viene suddiviso:

Scheda generale

Questionario individuale

Questionario familiare

Questionario da autocompilare (se esiste)

Parte dedicata ai controlli di qualità

Presentato in generale il questionario, si potranno affrontare più approfonditamente gli aspetti peculiari di ogni sua parte e si potrà entrare nel merito del significato di ciascuna domanda.

Garanzia di anonimato e scelta casuale delle famiglie

Come presentare il questionario perché sia ben assimilato

Partire dalla struttura del questionario

Come compilare la scheda generale

Nella scheda generale vengono riportate informazioni particolari su ciascun componente della famiglia, più o meno dettagliate a seconda dell'obiettivo dell'indagine.

Ogni persona occupa una riga; solitamente la prima è riservata al capofamiglia. Questo tipo di modulo, consentendo diverse classificazioni della composizione e della struttura della famiglia risulta particolarmente importante. È bene, quindi, che l'intervistatore acquisisca una certa dimestichezza nel maneggiarlo. Può essere utile a questo fine, accanto ad una minuziosa spiegazione volta a specificare il significato di tutte le variabili che devono essere prese in considerazione, la loro collocazione in distinte colonne, prevedere un facsimile della scheda già compilato.

Esempio:

Facsimili della Scheda generale compilati sulla base di diversi casi sono stati previsti nel libretto di Istruzioni dell'indagine sulle strutture e comportamenti familiari, della salute '86-'87, e dell'indagine multiscope. In queste indagini, infatti, la scheda presentava delle difficoltà aggiuntive date dalla necessità che fossero riportate al tempo stesso notizie sulla famiglia anagrafica e su quella di fatto. Quest'ultima prevedeva anche l'individuazione di una persona di riferimento, in linea di massima diversa dal capofamiglia, in base alla quale considerare le relazioni di parentela all'interno della famiglia. Casi come questi, abbastanza complessi, necessitano di spiegazioni dettagliate e di esempi concreti di compilazione.

La spiegazione del questionario individuale

Come prima cosa va ricordato all'intervistatore che ogni questionario individuale deve contenere le notizie di un singolo componente della famiglia. Di seguito vengono riportati alcuni *criteri guida* che devono ispirare il ricercatore nella predisposizione di tale parte delle istruzioni.

Presentare il questionario a partire dalle aree tematiche di cui è composto.

Solitamente il questionario viene costruito per aree tematiche. Tranne domande particolari, di solito segue una logica.

È bene che tale logica sia esplicitata all'intervistatore e che, quindi, la presentazione del questionario non avvenga a partire dalle singole domande, ma dalle aree o sezioni da cui questo è costituito. A tale proposito è bene:

Prevedere un titolo per ogni area informativa, una breve introduzione che ne sintetizzi il contenuto, una presentazione dei diversi sottogruppi di domande di ciascuna area.

L'intervistatore deve familiarizzare non solo con ciascuna domanda separatamente, ma con l'insieme del questionario e con il modo in cui le domande sono poste in sequenza.

Segnalare l'eventuale particolare importanza di alcune sezioni nella relativa introduzione.

Esempio:

Nelle istruzioni della World Fertility Survey si diceva:

«Questa sezione è particolarmente importante e voi dovrete prestare molta attenzione ad ottenere e ad annotare le risposte in modo corretto. Si raccolgono informazioni sui figli avuti dall'intervistata e su tutte le gravidanze avute nel corso della vita. Qualche donna potrebbe dimenticare di parlare di un figlio deceduto o che non vive più con lei. Le domande 201-211 vengono fatte appositamente per evitare che si verifichino tali dimenticanze».

L'aspetto positivo di questo modo di presentazione sta nel fatto che non solo viene dichiarata l'importanza della sezione, ma viene anche argomentata con l'obiettivo di convincere l'intervistatore della sua importanza.

Segnalare l'eventuale presenza di sezioni che trattano temi delicati.

Esempio:

Nelle istruzioni della World Fertility Survey si diceva:

«Questa sezione tratta dei diversi metodi contraccettivi... Il soggetto della contraccezione e della pianificazione familiare può essere considerato dall'intervistata come molto personale e questa può, quindi, essere portata a non parlarne. Per sormontare tale difficoltà, dovete porre queste domande come se non fossero diverse da altre del questionario. Se l'intervistata dovesse esitare a rispondere a una di tali domande, andrà rassicurata che tutte le dichiarazioni saranno trattate in modo confidenziale e che le stesse domande vengono poste in tutto il Paese».

L'aspetto positivo di questo modo di presentazione sta nel fatto non solo di aver segnalato il problema della delicatezza dei temi trattati nella sezione, ma di avere anche evidenziato una strada per affrontarli.

Presentare ciascuna domanda del questionario in modo preciso e analitico.

Deve essere specificato:

- a chi deve essere rivolta la domanda
- il significato complessivo del quesito e di ciascuna modalità di risposta nel caso di domande strutturate
- se ha bisogno di tecniche di probing
- nel caso sia strutturata, se le alternative di risposta vanno lette ad alta voce
- eventuali formulazioni alternative
- esemplificazioni.

Questa parte delle istruzioni deve essere preparata con particolare cura ed attenzione. L'intervistatore deve avere chiari i concetti retrostanti le domande. Se si pensa che alcuni termini o addirittura alcune domande, seppure ben formulate, potrebbero in alcune zone del Paese dare adito ad interpretazioni differenti, è bene prevedere una formulazione alternativa o una spiegazione più esauriente che l'intervistatore potrebbe utilizzare nel caso di

richiesta di delucidazioni. Ciò, infatti, permetterebbe all'intervistatore, da un lato di entrare più profondamente nel merito dei problemi trattati, dall'altro di poter spiegare più precisamente alcuni aspetti richiesti attenendosi al concetto, senza dover improvvisare.

La spiegazione di un eventuale questionario familiare

Per quanto riguarda il *questionario familiare* valgono le stesse segnalazioni poste per quello individuale. Suddividerlo per aree tematiche, evidenziarne il filo logico sono aspetti fondamentali. È necessario sottolineare che i quesiti sono riferiti a comportamenti e situazioni della famiglia nel complesso, e qual è la persona della famiglia che deve preferibilmente rispondere alle domande.

Quando esistono altri questionari

La presenza di eventuali *questionari da autocompilare* o altro va segnalata con tutte le istruzioni per la loro utilizzazione. L'intervistatore deve essere messo in grado di spiegare all'intervistato come ciascun membro della famiglia dovrà compilare il questionario (in questo caso dovranno essere inoltre previste specifiche istruzioni per i rispondenti, come per qualunque indagine postale).

Possono essere previsti dei modelli particolari riguardanti eventi rari nell'ambito dell'indagine. Le istruzioni relative a questi devono essere predisposte come per il questionario *base*. Va segnalato qual'è l'individuo che deve preferibilmente fornire le risposte anche in questo caso.

Ricordarsi dei quesiti sui controlli di qualità

Nel caso dei quesiti utili ai fini di controlli di qualità dei risultati il rischio è che l'intervistatore trascuri tale parte, considerandola di un'importanza secondaria rispetto alla precedente. Bisogna quindi sottolineare a sufficienza la necessità che l'intervistatore compili questa parte con la stessa attenzione e cura della precedente.

Esempio:

«Vi chiediamo di segnalare la presenza o assenza di altre persone al momento dell'intervista, perché abbiamo bisogno di sapere se dietro le risposte degli intervistati possano nascondersi elementi di condizionamento dati dalla presenza di altri individui».

Alcune raccomandazioni

I problemi di compilazione del questionario non sono però finiti. In una parte delle istruzioni deve essere previsto lo spazio per ulteriori informazioni e raccomandazioni generali volte fondamentalmente ad evitare errori di registrazione. È questo il caso della spiegazione della grafica adottata: in che carattere sono le istruzioni e in che carattere le domande, il significato dei colori ecc.

È questo il caso anche di raccomandazioni su come si compila il questionario: non scrivere su foglio separato, non usare la matita o penna stilografica, non compilare una domanda quando si sta già

leggendo la domanda successiva, biffare la casella in modo da non coprire i numeri di codice e soprattutto non basarsi sulla memoria, riempire il questionario completamente durante l'intervista.

Fa parte di queste raccomandazioni anche quella relativa alla registrazione delle domande aperte. In questo caso, infatti, è bene insistere con l'intervistatore perché scriva per intero la risposta dell'intervistato, anche se non è bene espressa in italiano, evitando di riassumere con parole proprie il contenuto. L'intervistatore, infatti, filtrando e trasformando la risposta può distorcere il concetto espresso dall'intervistato.

Per concludere, lo sforzo nell'approntamento di questa parte del libretto di istruzioni deve essere volto a mettere l'intervistatore in condizione di poter risolvere i suoi dubbi fondamentali dalla semplice consultazione del libretto di istruzioni.

In questa parte delle istruzioni dovrà essere raccomandato all'intervistatore di:

Adempimenti finali

Accertarsi che tutti i modelli siano compilati in modo chiaro e completo.

Firmare il modello dell'intervista.

Riempire la parte del questionario dedicato ad annotazioni sull'andamento dell'intervista.

Controllare la completezza del materiale (numero di modelli per numero di famiglie intervistate, ecc.).

Consegnare tutto il materiale al Comune di riferimento o alla società responsabile.

CAPITOLO 3 - L'AUTOCOMPILAZIONE

1. LA TECNICA DELL'AUTOCOMPILAZIONE: QUANDO RICORRERE

Quando l'argomento affrontato dalla ricerca e il tipo di popolazione interessata sia tale da far confidare in un buon livello di collaborazione da parte dei rispondenti allora il ricorso alla tecnica dell'autocompilazione può rivelarsi molto vantaggioso.

Tale tecnica infatti comporta costi sensibilmente minori rispetto a quella dell'intervista diretta ed inoltre una meno complessa organizzazione del lavoro sul campo.

In relazione alle diverse esigenze un questionario per autocompilazione può essere:

Alcuni tipi di questionari per l'autocompilazione

Inviato per posta.

Esempio:

L'indagine sui laureati condotta nel 1988 dall'Istat ha utilizzato questa tecnica. Nel corso dell'indagine pilota si è registrato un tasso di ritorno dei questionari del 75% che ha confermato per questo tipo di ricerca la validità dell'utilizzo del questionario autocompilato.

Il tasso di ritorno nell'indagine madre, dopo aver effettuato un solo sollecito, è del 70%.

Consegnato agli individui da personale specializzato che avrà poi anche l'incarico di ritirarlo.

Esempio:

Nell'indagine sui consumi di famiglia un intervistatore consegna alle famiglie del campione un questionario sotto forma di diario nel quale, per dieci giorni consecutivi uno dei componenti della famiglia ha il compito di registrare dettagliatamente tutti gli acquisti sostenuti da ogni membro della famiglia.

Lasciato da un intervistatore al termine di un'intervista diretta a parziale integrazione di un questionario principale.

Esempio:

L'indagine sulle letture, nell'ambito dell'indagine multiscopo sulle famiglie 1° ciclo, viene effettuata lasciando alla famiglia, al termine di un'intervista, delle schede individuali sulle letture che vanno compilate per ogni componente di età superiore ai 6 anni.

In quali particolari situazioni di ricerca è fruttuoso ricorrere ad un questionario autocompilato?

Quando scegliere l'autocompilazione

Questa decisione dipende da un insieme di fattori e dal loro combinarsi. I principali sono i seguenti:

*Il tema trattato dalla ricerca**Il tipo di popolazione coinvolta nella ricerca**L'estensione della ricerca***Il tema trattato dalla ricerca**

Il tema trattato dalla ricerca è uno dei principali fattori che intervengono nella scelta della tecnica da adottare.

Innanzitutto ci sono informazioni che gli individui, per condizionamenti storici e culturali, sono riluttanti a fornire ad un interlocutore fisicamente presente quale è l'intervistatore (l'esempio classico è il reddito).

Con tali argomenti, percepiti come riservati o delicati, il ricorso ad un questionario autocompilato è solitamente più efficace. Questo è il motivo che spesso induce ad accompagnare la tecnica dell'autocompilazione ad una prima fase condotta con intervista diretta.

Esempio:

Nell'indagine sui consumi le domande relative all'ammontare del risparmio annuale e del reddito mensile sono presentate su una scheda separata dal questionario dell'indagine. Questa scheda viene lasciata alla famiglia che ha il compito di compilarla e spedirla all'Istat.

Il questionario per autocompilazione si rivela inoltre molto utile nei casi in cui si debbano raccogliere una gran quantità di notizie molto dettagliate che richiedono una riflessione attenta e/o la consultazione di altri individui.

Esempio:

(a) Nell'indagine sui consumi ad un incaricato della famiglia si chiede di registrare dettagliatamente le spese quotidianamente sostenute da tutti i membri del nucleo familiare in un arco di tempo piuttosto prolungato (dieci giorni consecutivi).

(b) Nel 2° e 3° ciclo dell'indagine multiscopo è presente una sezione dedicata all'uso del tempo. Questa sezione si presenta come un diario che ogni componente della famiglia ha l'incarico di compilare con la descrizione analitica di tutte le attività svolte nel corso di una intera giornata (24 ore), con l'indicazione del tempo dedicato ad ogni singola attività, delle persone con cui eventualmente si trovava e della eventuale sovrapposizione di più attività.

Infine esso si rivela efficace quando il tema proposto è altamente coinvolgente per gli interpellati.

In tutti questi casi un questionario per autocompilazione ben costruito può dare frutti migliori di un corrispondente questionario somministrato per intervista diretta o telefonica perché il rispondente può scegliere il momento più opportuno per la compilazione, ha il tempo e la possibilità di riflettere ed, eventualmente, di documentarsi ed inoltre può compilarlo in condizioni di riservatezza.

Per quanto riguarda il secondo fattore è noto che non tutte le fasce di popolazione presentano lo stesso grado di partecipazione ad una indagine condotta con questionario autocompilato (in particolar modo ad un'indagine postale).

Le persone meno colte (fino al caso limite degli analfabeti), ad esempio, presentano forti resistenze a rispondere, anche nei casi in cui siano coinvolti dal tema della ricerca.

Questa resistenza può essere motivata da una acquisita mancanza di familiarità con il leggere e lo scrivere ma anche da una radicata disaffezione alla partecipazione sociale. Alcuni non possono rispondere, altri non vogliono. Con questo genere di persone il ricorso ad un questionario autocompilato non sarebbe adeguato perché si verrebbe ad introdurre una distorsione nei risultati non essendo questi due insiemi di individui (chi risponde e chi non risponde) omogenei dal punto di vista della composizione strutturale.

Il questionario autocompilato è invece adeguato con gruppi selezionati di persone (professionisti, insegnanti,...) sebbene non si possa escludere che, in casi particolari, e quando gli individui siano adeguatamente sollecitati, esso possa essere adottato con successo anche con una popolazione più estesa (si pensi al censimento generale della popolazione).

Il terzo fattore citato, e cioè l'estensione dell'indagine, è direttamente correlato con il fattore costo. La tecnica dell'autocompilazione, in particolar modo quando si ricorre ad una indagine postale, comporta costi unitari minori, rispetto all'intervista diretta e quindi, a parità di budget, consente una indagine di dimensioni maggiori. Sarebbe molto oneroso, ad esempio, effettuare i censimenti generali mediante intervista diretta.

2. I LIMITI DELL'AUTOCOMPILAZIONE

I rischi associati all'utilizzo di un questionario autocompilato, in particolar modo ad un questionario postale, sono:

Alta percentuale di mancati ritorni

Autoselezione dei rispondenti ⁽³⁾

Restituzione di questionari parzialmente incompleti

(3) A ben vedere tale fattore di rischio esiste anche nelle indagini condotte per intervista diretta (si pensi alle sostituzioni), ma non c'è dubbio che esso sia molto più grave nel caso di indagine postale.

La popolazione oggetto di studio

L'estensione della ricerca

Non tutti restituiscono il questionario

Quando la restituzione dei questionari è affidata all'iniziativa dei rispondenti esiste il rischio di avere un basso numero di ritorni. Tale fattore può infirmare, in parte, la validità dei risultati perché per via indiretta riduce la dimensione effettiva della rilevazione. Se l'indagine è campionaria tale circostanza è ancora più grave perché può alterare il livello di precisione delle stime.

Ove l'entità di tale fattore sia prevista in anticipo si può in parte ovviare all'inconveniente aumentando la dimensione campionaria ma questo rimedio non è, in generale, sufficiente.

Un altro strumento a cui si può ricorrere è l'attuazione di un piano di solleciti, di cui parleremo nel seguito.

Chi si autoesclude è un individuo particolare

Quando i mancati ritorni si riferiscono ad alcuni sottogruppi di popolazione con caratteristiche sistematicamente diverse da quelle dei rispondenti, in relazione sia alle variabili strutturali sia alle variabili proprie dell'indagine, si introduce una distorsione nei risultati. Tale conseguenza è molto grave poiché può deviare i risultati in una direzione a volte sconosciuta e in misura non calcolabile. Per eliminare o ridurre l'inconveniente è necessario cercare di organizzare il questionario in modo che ogni individuo che entra a far parte del campione si senta motivato a rispondere. Occorre cioè supplire alla mancanza dello stimolo prodotto dalla figura dell'intervistatore con espedienti psicologici da un lato (ad esempio con l'inserimento di domande anche superflue ma che danno la possibilità ad ogni individuo di sentirsi importante ai fini dell'indagine) e dall'altro lato enfatizzando, nella lettera o nelle istruzioni che accompagnano il questionario, l'importanza del contributo di tutti i rispondenti indistintamente, facendo anche appello, in qualche modo, all'altruismo degli interpellati.

Possibili mancate risposte parziali

Un inconveniente molto frequente nelle indagini postali è la restituzione di questionari parzialmente incompleti o non correttamente compilati. È indubbio che, fra tutti, questo è l'inconveniente minore, ma costringe a predisporre un accurato piano di revisione per ovviare alle carenze o incoerenze presenti. Non ci si può evidentemente sostituire ai rispondenti ma in molti casi si potrà supplire alle carenze in base ad un controllo di coerenza e compatibilità dell'intero questionario. Per questa via si possono così a volte, ricostruire alcune informazioni mancanti. Nel calcolo dei tempi e costi complessivi dell'indagine vanno compresi anche quelli determinati dall'attuazione di tale piano di revisione, che in un'indagine condotta tramite intervista diretta incideranno in misura minore.

3. IL QUESTIONARIO PER L'AUTOCOMPILAZIONE

Si è detto in precedenza che il questionario costituisce da un lato uno strumento di comunicazione e dall'altro uno strumento di misurazione. Nel caso di questionario autocompilato, in assenza cioè del tramite dell'intervistatore, la comunicazione si instaura direttamente tra il ricercatore e il rispondente. Di quali strumenti dispone il ricercatore per comunicare con il rispondente? Tali strumenti sono:

il questionario

le istruzioni per la compilazione

la lettera di accompagnamento

Il questionario autocompilato dovrà naturalmente rispondere a quei requisiti di chiarezza, semplicità e non ambiguità di cui si è già discusso a proposito di qualunque questionario. Esso inoltre non dovrà richiedere elaborazioni troppo complesse. Tramite il questionario il ricercatore dovrà trasmettere al rispondente la propria richiesta di informazioni. L'ipotesi di base su cui lavorare è che esso non abbia familiarità con la compilazione di questionari, diversamente da quanto avviene per l'intervistatore.

Esporrò brevemente alcuni aspetti che meritano un'attenzione particolare.

Un questionario destinato ad autocompilazione dovrà essere breve ma non si può stabilire a priori di quante facciate debba essere composto o qual'è il numero massimo di domande da porre. La lunghezza di tali questionari dipende strettamente dal grado di interesse suscitato nelle persone a cui è rivolto, da quanto cioè gli individui si sentano psicologicamente o socialmente coinvolti dall'argomento. A volte, come già accennato in precedenza, è perfino preferibile inserire domande ad hoc per guadagnare la collaborazione dei rispondenti nonostante che queste domande possano non essere strettamente necessarie ai fini dell'indagine e sebbene questo vada a scapito della brevità del questionario.

Le prime domande, in particolare, sono essenziali nel determinare la collaborazione dell'individuo. Laddove non siano previste domande molto interessanti in questa prima sezione, occorre prepararle ad hoc. Sono proprio esse che a volte orientano l'interlocutore a rispondere o ad ignorare il questionario e quindi sarebbe controproducente privilegiare la brevità trascurando tale fattore.

Nel considerare la lunghezza del questionario occorre tener conto anche dell'effetto psicologico a volte indotto dalla numera-

Quanto può essere lungo il questionario

La numerazione delle domande

zione delle domande. Molto spesso chi riceve un questionario da autocompilare lo sfoglia prima di iniziare a rispondere. Se trovasse numeri d'ordine delle domande molto elevati potrebbe valutare eccessivo il compito che gli viene richiesto e ignorare il questionario. È opportuno perciò adottare una numerazione per sezioni (ad esempio 1a, 1b, ... 5a, ...) composta da lettere e numeri. Tale accorgimento contribuisce a dare l'impressione di una lunghezza minore di quella effettiva e potrà anche servire indirettamente ad aiutare nel distinguere con più chiarezza le varie parti del questionario, guidando l'individuo nella compilazione.

Un questionario «gradevole»

In assenza dello stimolo prodotto dall'intervistatore è il questionario stesso che dovrà assumere, in un certo senso, il compito di suscitare e mantenere desto l'interesse dell'intervistato. Il primo elemento per indurre i destinatari a prendere in considerazione il questionario è l'aspetto con cui si presenta. Una impaginazione spaziosa, una impostazione particolare e accurata, vivacizzata dall'utilizzo dei colori, potrà servire, oltretutto a guidare e facilitare la compilazione, a soddisfare il senso estetico degli interlocutori. Un questionario che si presenti monotono e che sembri un modulo amministrativo può scoraggiare il rispondente. Nel caso in cui vengano richiesti sforzi particolari e ripetuti in un arco di tempo prolungato, com'è il caso dell'indagine sui consumi, è bene alleggerire lo sforzo del rispondente accompagnando, laddove sia possibile, le didascalie con dei disegni o schizzi che orientino verso gli spazi da compilare: la percezione visiva rende a volte con più immediatezza i concetti e nel complesso il questionario risulterà più gradevole. Tali disegni non dovranno in alcun caso sovrapporsi alle scritte o agli spazi destinati alla registrazione delle risposte.

Attenzione alla grafica della busta

Accorgimenti di carattere grafico andranno utilizzati oltre che per il questionario anche per la busta che lo contiene. Quest'ultima dovrebbe essere chiaramente distinta da quella che è stampa pubblicitaria o comunque da quel genere di posta che spesso viene cestinata direttamente. Deve presentare il nome di una persona specifica anche se all'interno contiene modelli per la famiglia. In questo modo la corrispondenza risulterà personalizzata e meno facilmente cestinata. Anche esternamente deve essere chiara la provenienza della busta. Il nome Istat deve essere messo in rilievo, possibilmente scritto a colori. Secondo alcune ricerche effettuate, la provenienza della busta da una fonte ufficiale contribuisce ad aumentare la percentuale di risposta.

Un linguaggio preciso

È inutile ripetere qui quanto già detto a proposito del linguaggio da utilizzare nei questionari. Ricordiamo soltanto che quei criteri di

chiarezza, univocità di significato e semplicità che devono guidare nella costruzione del questionario vanno sottoposti a verifica. Quello che può essere chiaro per il ricercatore può non essere chiaro per il rispondente.

Esempio:

In un'indagine condotta tramite questionario postale presso un gruppo di professori di scuola media superiore furono poste, tra l'altro, domande sugli istituti in cui essi insegnavano. Di tali istituti si voleva conoscere la denominazione, il numero telefonico e l'indirizzo.

La domanda sull'indirizzo indusse, da parte di alcuni insegnanti di Istituti Tecnici, le risposte: *indirizzo tecnico-commerciale, indirizzo informatico e simili.*

Per quanto banale l'esempio può forse chiarire che, quando non è presente l'intervistatore, anche termini all'apparenza privi di ambiguità possono essere variamente interpretati.

Un questionario per l'autocompilazione deve contenere in sé tutti i riferimenti necessari per fornire le risposte poiché non si può confidare su alcuna collaborazione esterna. Se esistono dubbi che qualche parte, o frase o parola possano essere fraintesi si deve cercare una formulazione migliore e, se non esiste o non è possibile modificarla per motivi vari, allora i dubbi vanno esplicitati e chiariti nel corpo del questionario precisando, ad esempio con una nota, che laddove sorgano dubbi il termine usato va inteso nel modo riportato.

Occorre anticipare qualunque obiezione per evitare cadute di risposta. Se necessario è bene inserire degli esempi per illustrare i concetti presentati avendo cura di non introdurre in alcun modo elementi che possano venir presi a suggerimento.

Nei questionari per autocompilazione è preferibile limitare al massimo l'impiego di domande aperte. In assenza della possibilità di usare tecniche di *probing* tali domande potrebbero dar luogo a risposte molto eterogenee tra loro, alcune molto generiche altre molto dettagliate. Tale diverso livello di precisione e di dettaglio riflette il diverso livello culturale o il diverso grado di coinvolgimento nella ricerca dei rispondenti. Alcune volte le domande aperte possono venir usate in modo strumentale per catturare l'attenzione del rispondente dandogli modo di esprimere più compiutamente il proprio punto di vista e quindi alleggerendo la eventuale monotonia della compilazione.

Per quanto attiene alle domande strutturate va precisato, ogni volta che si presenti una possibilità di dubbio, quante risposte sono ammesse e se eventualmente siano da mettere in ordine gerarchico. Un fattore che spesso interviene a ridurre e selezionare artificialmente l'insieme dei rispondenti è una sorta di «effetto esclusione» che si determina quando la prima o le prime domande

Usare domande aperte?

L'effetto esclusione

sono rivolte ad accertare la consistenza di un evento o comportamento (in particolare di un evento o comportamento ritenuto socialmente positivo). In questi casi spesso chi non ha sperimentato quel fattore, o non ha avuto quel comportamento si autoesclude dall'indagine supponendo più o meno esplicitamente che il proprio caso non interessi ai fini della ricerca.

Esempio:

Si supponga di fare una indagine sulla lettura di quotidiani. Se la prima domanda è accertativa del tipo: «Lei legge abitualmente quotidiani?» potrebbe accadere che una parte degli individui, e precisamente una parte del sottoinsieme che non legge quotidiani, decida di non proseguire oltre nella compilazione del questionario ritenendo automaticamente di non poter collaborare alla ricerca e trascurando così di compilare anche l'eventuale sezione sui motivi per cui non legge quotidiani. È evidente che si avrebbe una alterazione nei risultati della ricerca.

Per avviare a questo fattore di distorsione occorre enfatizzare nella lettera di accompagnamento l'importanza della collaborazione di tutti i rispondenti indistintamente e rafforzare questo elemento nello stesso questionario collocando le domande critiche di questo genere dopo che il rispondente abbia preso familiarità col questionario, quindi dopo una prima batteria di domande generiche che coinvolgano tutti nello stesso grado. Al limite si può ricorrere all'espediente di inserire domande anche generiche che non verranno poi elaborate per dare un senso di uguale importanza alla collaborazione di ognuno.

Poiché l'individuo ha la possibilità di leggere interamente il questionario prima di iniziare la compilazione non ha senso utilizzare la sequenza delle domande per guidare psicologicamente l'intervista, ma è importante che la sequenza abbia una logica trasparente per l'intervistato. È preferibile, quando si affrontino temi diversi o più articolazioni dello stesso tema, organizzare il questionario in sezioni concettualmente distinte, dando dei titoli di riferimento alle diverse sezioni. In questo modo si renderà il questionario più comprensibile per l'intervistato e meglio predisposto per le analisi successive. È inoltre consigliabile collocare all'inizio le domande a cui l'intervistato possa rispondere con più facilità e quelle che più verosimilmente possano catturare l'interesse di tutti i rispondenti. Questo accorgimento metterà a proprio agio l'intervistato predisponendolo più favorevolmente all'impegno che gli viene richiesto.

Nella parte finale è bene spendere qualche parola per invitare cortesemente gli intervistati a controllare la completezza delle risposte e a spedire con sollecitudine il questionario.

Una sequenza logica delle domande

Alla fine del questionario

Occorre inoltre ringraziarli per il contributo offerto ed invitarli ad esprimere i suggerimenti che essi abbiano eventualmente maturato. In questo modo si mira a lasciare l'impressione che ogni collaborazione è stata utile ed apprezzata dall'Istituto.

A questo riguardo va lasciato lo spazio sufficiente per raccogliere eventuali suggerimenti o commenti.

4. LE ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE DEL QUESTIONARIO E LE DEFINIZIONI

Tramite il questionario il ricercatore dovrà trasmettere al rispondente la propria richiesta di informazioni. L'ipotesi di base su cui lavorare è che esso non abbia familiarità con la compilazione di questionari, diversamente da quanto avviene per l'intervistatore. Quindi le istruzioni per la compilazione e le definizioni dovrebbero essere inserite nel corpo del questionario, laddove se ne presenti la necessità. È stato sperimentalmente osservato che le avvertenze per la compilazione collocate in altra parte del modello raramente vengono consultate. In calce ad ogni domanda, o ad ogni foglio, dovrebbero trovarsi tutti i riferimenti necessari per rispondere. Per lo stesso motivo è preferibile ripetere una nota piuttosto che rimandare ad altra sezione del questionario.

Le modalità di registrazione delle risposte devono essere spiegate all'inizio e mantenute inalterate nel seguito del questionario. È preferibile, a questo riguardo, prevedere delle caselle da crocettare piuttosto che i numeretti da cerchiare. Il procedimento di crociare delle caselle è abbastanza familiare e inoltre non si corre il rischio che la biffatura copra il numero di codice prestampato.

5. LA LETTERA DI ACCOMPAGNAMENTO

La lettera che accompagna il questionario deve, al tempo stesso, presentare l'indagine, convincere il rispondente a collaborare e fornire gli strumenti per una corretta compilazione del questionario. In essa va dunque chiaramente specificato:

Qual'è la fonte da cui proviene

I motivi per cui si fa l'indagine

I motivi per cui è importante che collabori

Inserire le istruzioni nel questionario

Come registrare le risposte

I contenuti

Cosa gli viene chiesto di fare**Le istruzioni per la compilazione****Cosa fare in caso di dubbio****Recapito telefonico di riferimento****In che modo viene tutelato l'anonimato****Ringraziamenti per la collaborazione**

Come si vede le linee guida per la preparazione della lettera di presentazione per un'indagine postale sono analoghe a quelle già esposte riguardo alla lettera di presentazione per un'indagine condotta con intervista diretta. Ricordiamo soltanto che un'enfasi particolare va posta nel richiamare l'importanza della collaborazione di tutti i rispondenti cercando di corresponsabilizzare gli individui. È bene concludere la lettera, così come il questionario destinato ad autocompilazione, con un invito a riportare eventuali commenti, valutazioni o anche critiche che l'individuo ritenga utile dover fare e questo non per farne a posteriori un'analisi o per correggere i risultati ma per dare a tutti la convinzione di sentirsi parte responsabile e attiva della ricerca; fattore, questo, che contribuisce a migliorare non solo la quantità delle risposte fornite ma senz'altro anche la loro qualità.

6. IL PIANO DEI SOLLECITI

In quasi tutte le indagini postali occorre approntare almeno un sollecito. È questo un elemento che va soprattutto deciso in seguito alla performance dell'indagine pilota.

Il sollecito, o i solleciti, consentono di aumentare considerevolmente il tasso di ritorno dei questionari.

A volte accade che il questionario per disguidi postali non sia stato realmente recapitato al destinatario oppure che sia stato smarrito dopo la consegna. Con il primo o con il secondo sollecito quindi va inoltrata anche un'altra copia del materiale (questionario, istruzioni ecc...) avendo cura di controllare a posteriori che non vi siano doppioni nei questionari restituiti.

La lettera di sollecito deve contenere un cortese ma fermo invito a rispondere, ribadire con enfasi l'importanza e l'urgenza della collaborazione del rispondente ed inoltre deve contenere le

Coinvolgere i rispondenti

Quanti solleciti

Che cosa inserire nella lettera di sollecito

scuse per coloro che eventualmente avessero già risposto ma la cui lettera non fosse ancora pervenuta, o per coloro che non avessero mai ricevuto il materiale.

Il piano dei solleciti va attuato quando il ritorno dei questionari comincia a diminuire con regolarità, avendo cura di non far coincidere questa fase con periodi critici dell'anno (dicembre, luglio, agosto, periodo di Pasqua) accorgimento d'altronde altrettanto essenziale per l'indagine vera e propria.

CAPITOLO 4. L'INTERVISTA TELEFONICA

1. UNA TECNICA IN ESPANSIONE

Il metodo dell'intervista telefonica ha avuto in anni recenti un notevole sviluppo in conseguenza di due motivi: la diffusione sempre più capillare del telefono in ampie fasce di popolazione e la messa a punto di alcune tecniche informatiche di supporto (CATI) ⁽⁴⁾ che consentono una riduzione dei tempi e dei costi parallelamente ad un miglioramento della qualità dei dati raccolti.

I principali vantaggi del ricorso all'intervista telefonica sono:

Principali vantaggi

Tempestività nella raccolta delle informazioni.

Riduzione dei costi rispetto all'intervista personale.

Registrazione e controllo automatici se viene utilizzata una procedura di intervista automatizzata come il CATI.

Questi sono i vantaggi più immediatamente apprezzabili ma ve ne sono altri che si riflettono direttamente o indirettamente sulla qualità delle informazioni raccolte; essi sono:

Possibilità di superare la diffidenza di quegli individui che difficilmente aprono la porta ad estranei.

Migliore disponibilità di alcune persone a dare per questa via informazioni su argomenti ritenuti riservati.

Possibilità di entrare in contatto con persone che sono difficilmente reperibili in casa negli orari in cui, di solito, si svolgono le interviste «faccia a faccia».

A fronte di questi notevoli vantaggi sussistono però alcuni inconvenienti. Il primo e principale problema connesso con l'indagine telefonica è, ovviamente, quello del *non totale tasso di copertura*. Non tutte le famiglie italiane, infatti, sono abbonate al servizio telefonico (tali famiglie costituiscono attualmente circa l'83% della popolazione).

Non tutti hanno il telefono

Per tale motivo, quindi, alcuni individui non entrano a far parte delle liste di estrazione. I non abbonati sono più frequenti nelle fasce più povere della popolazione, nelle zone rurali, ecc..

Un secondo problema è quello di *un più basso tasso di risposta rispetto alle indagini condotte con intervista personale*; i non rispondenti sono più diffusi tra gli anziani per cui tutte le variabili

Altri inconvenienti

(4) Computer Assisted Telephone Interviewing.

correlate con l'età potrebbero risentire di tale fattore. (es. statistiche sulla salute).

Oltre a tali problemi, principalmente afferenti al campionamento, si pongono problemi più direttamente collegati con la specifica situazione d'intervista.

La parziale mancanza di contatto umano implicita in questa tecnica, inibisce la possibilità di utilizzare la sensibilità dell'intervistatore per capire la reazione dell'individuo alle domande poste. È più difficile cogliere espressioni di dubbio, esitazione o fastidio.

Momenti di silenzio al telefono possono significare che l'individuo sta riflettendo, ma possono anche significare che non ha capito la domanda. Per questo motivo è anche limitata la possibilità di utilizzare tecniche di probing.

Non è possibile utilizzare materiale di accompagnamento come, ad esempio, i cartellini che presentano le modalità di risposta alle domande strutturate.

Non si può esser certi dell'identità dell'intervistato.

2. UN QUESTIONARIO GUIDA

Il questionario telefonico riflette la condizione in cui si svolge l'intervista. Esso deve essere breve, non deve proporre definizioni complesse e deve essere disegnato in modo da guidare con immediatezza l'intervistatore nel seguire il percorso delle domande. In una situazione d'intervista in un certo senso accelerata rispetto all'intervista faccia a faccia, l'intervistatore non deve andare incontro a tempi morti nella conversazione a causa di istruzioni complesse da seguire. Pause lunghe nella conversazione possono dare all'intervistato la sensazione che qualcosa non vada.

È consigliabile limitare al massimo l'uso di domande aperte. Con questo tipo d'intervista alcuni individui tendono a sintetizzare e semplificare producendo così risposte non adeguatamente ragionate.

Nelle domande strutturate vanno proposte poche alternative di risposta. Non avendo la possibilità di sottoporre dei cartellini, un numero elevato di modalità di risposta potrebbe produrre artificiose concentrazioni di frequenza in corrispondenza delle prime o ultime modalità.

Anche per le scale di valutazione si presenta un problema analogo a quello appena descritto. È stato infatti osservato un più elevato numero di risposte in corrispondenza alle modalità centrali che esprimono, solitamente, posizioni di neutralità. Per aggirare

La brevità

No alle domande aperte

Le scale di valutazione

questo problema si può adottare una domanda in due tempi proponendo per prima una scala a tre modalità di risposta (positivo, negativo, neutro) e successivamente una scala che entri nel dettaglio del grado di preferenza. Tale seconda domanda andrà posta soltanto agli individui che abbiano espresso una posizione non neutrale alla prima.

È assolutamente sconsigliabile il ricorso a domande gerarchizzate poiché esse, per loro natura, richiedono una attenzione in generale non garantita in questa situazione.

È appena il caso di ricordare che sono assolutamente improponibili formulazioni molto lunghe delle domande. È molto facile «perdere il filo» in una conversazione telefonica in cui l'attenzione del rispondente può essere dirottata casualmente verso altri stimoli provenienti dall'ambiente, sui quali l'intervistatore non ha un controllo immediato.

Non diversamente da altri tipi di questionario una attenzione particolare va posta alla simbologia utilizzata, alla impaginazione, e alla grafica. Per tali aspetti rimandiamo dunque agli appositi paragrafi sottolineando che ogni cura va posta per evitare che l'intervistatore sia messo nella condizione non naturale di dover rallentare l'intervista a causa di codici o definizioni difficili da interpretare.

La percezione del tempo speso nel colloquio telefonico è molto più marcata che in una intervista personale diretta. Per questo motivo occorre ponderare bene la composizione complessiva del questionario. In questo non esiste differenza tra il questionario «di carta» e il questionario informatizzato.

Il questionario risulterà più facile da gestire e da costruire se l'indagine tende principalmente ad accertare fatti o comportamenti. L'inserimento di domande su atteggiamenti e motivazioni va attentamente valutato. Con domande complesse che richiedono un più pesante sforzo di elaborazione è difficile ottenere una buona collaborazione da parte degli intervistati.

3. AVVERTIRE PRIMA DELLA TELEFONATA-INTERVISTA: LA LETTERA DI PREAVVISO

Lo scopo della lettera di preavviso è quello di preannunciare la telefonata che la famiglia riceverà. Nella lettera andrà orientativamente indicato in quale periodo ed in quale orario della giornata avverrà la chiamata telefonica.

Andranno inoltre sinteticamente esposti gli obiettivi dell'indagine accentuando l'importanza che ogni intervista riveste ai fini della indagine.

Occorre specificare in quale modo la famiglia è stata selezio-

Evitare domande gerarchizzate

L'importanza della grafica

I fatti e i comportamenti

Che cosa scrivere nella lettera

nata a far parte dell'indagine. Una domanda che spesso gli interpellati rivolgono è: «Perché proprio io?»

Occorre inoltre garantirli della riservatezza dei dati forniti. Un elemento importante è la presenza di un recapito telefonico e l'indicazione di una persona con cui la famiglia o l'individuo può mettersi in contatto per eventuali ulteriori informazioni invitandoli a chiedere, senza timore, tutte le spiegazioni di cui avessero bisogno. Tale accorgimento servirà anche ad offrire la possibilità di un controllo sulla autenticità della provenienza della lettera.

Andrà inoltre precisato che se la telefonata arrivasse in un momento poco opportuno essi hanno la possibilità di fissare con l'intervistatore un altro appuntamento telefonico. Il colloquio, infatti, deve avvenire in un momento di calma e con la migliore disponibilità da parte degli intervistati. È preferibile rinviarlo di un giorno piuttosto che svolgerlo in una condizione di fretta e, quel che è peggio, con persone infastidite.

L'invio della lettera di preavviso, in sostanza, mira al raggiungimento di tre obiettivi fondamentali:

- Predisporre gli individui all'intervista
- Ridurre i mancati contatti
- Anticipare brevemente i contenuti in modo che gli individui abbiano, eventualmente, la possibilità di raccogliere la documentazione necessaria per rispondere

Inoltre occorre sottolineare che in questo genere di intervista la lettera di preavviso è l'unico strumento in grado di garantire i rispondenti sulla identità dell'interlocutore. Un individuo che si presentasse al telefono come intervistatore dell'Istat senza una lettera che preannuncia l'intervista potrebbe più facilmente incorrere in un rifiuto a collaborare perché si presterebbe a sospetti sulla autenticità della fonte.

4. LE ISTRUZIONI PER GLI INTERVISTATORI

Nel preparare le istruzioni per gli intervistatori il ricercatore deve scomporre il problema generale in tanti sottoproblemi e presentare delle istruzioni per così dire *modulari* dove i moduli sono i sottoproblemi ognuno dei quali a sua volta avrà una propria geografia di elementi componenti.

Questa segmentazione risponde allo scopo di fornire gli intervistatori di uno strumento utile e snello ad affrontare le situazioni critiche e gli ostacoli che dovessero presentarsi e soprattutto agevole da consultare anche per così dire *in corso d'opera* con un minimo dispendio di tempo.

Istruzioni modulari e situazioni critiche

Il *libretto* di istruzioni dovrà così risultare più simile ad una raccolta di schede che ad un classico libretto. Ogni scheda dovrà far parte di una sezione che individua la fase a cui la funzione o il problema appartengono.

Al livello più generale possiamo rappresentare tre fasi principali:

- 1) Contatto con gli individui da intervistare
- 2) Esecuzione dell'intervista
- 3) Conclusioni dell'intervista e restituzione del materiale.

Ognuna di queste fasi è caratterizzata da:

- a) il compito o funzione che l'intervistatore deve svolgere
- b) il materiale necessario allo svolgimento del compito
- c) ostacoli o problemi che possono presentarsi e soluzioni proposte dal ricercatore.

Le istruzioni per l'intervistatore saranno costituite dalle schede corrispondenti nell'ordine delle fasi e delle situazioni-problema e dovranno contenere una parte dedicata alla spiegazione del compito assegnato, una parte dedicata alla illustrazione delle situazioni e a come superare tali situazioni e una parte dedicata alla illustrazione del materiale di supporto.

Nella prima fase l'intervistatore deve genericamente assolvere il compito di entrare in contatto con gli intervistati e presentare gli obiettivi della ricerca. Il risultato di questa attività dovrà essere l'ottenimento della collaborazione del rispondente e quindi la sua buona disponibilità a rispondere all'intervista. Questa fase si articola in:

- Chiamata telefonica
- Verifica dell'identità del rispondente
- Presentazione dell'intervistatore e della ricerca
- Richiesta di collaborazione

In corrispondenza a queste attività possono verificarsi le seguenti *situazioni-problema*:

- Il numero telefonico risulta inesistente oppure il rispondente non è l'utente indicato in elenco.
- Il rispondente prescelto non è in casa.
- L'interpellato rifiuta di collaborare o chiede chiarimenti e garanzie.

Prima fase: contatto con gli individui da intervistare

Individuare le situazioni-problema

Il materiale necessario allo svolgimento delle attività tipiche sarà:

- Elenchi dei nominativi estratti e loro numeri telefonici con relativo prefisso.
- Una breve presentazione scritta, preparata dal ricercatore, in cui sono introdotti gli scopi della ricerca e l'istituto organizzatore ed in cui viene enfatizzata l'importanza della collaborazione di ognuno.

Il materiale necessario nel caso di situazioni critiche:

- Elenchi di nominativi sostitutivi.
- Moduli per appuntamenti telefonici in altra ora del giorno o in altro giorno.
- Lista di risposte già preparate alle domande più frequenti di chiarimenti o garanzie.

Per quanto riguarda questa prima fase, senza entrare troppo nel dettaglio delle indicazioni che d'altra parte sono diverse per ogni indagine, vorremmo però sottolineare la particolare importanza che rivestono la presentazione della ricerca e la breve lista di risposte standard a domande che gli intervistatori molto spesso si sentono rivolgere in questa fase.

La presentazione scritta

La presentazione scritta: questo strumento a volte è incorporato direttamente nel questionario e ne costituisce la parte iniziale. È un brevissimo discorso introduttivo nel corso del quale occorre presentarsi ufficialmente ponendo particolare enfasi sulla natura non fiscale della ricerca e sulla segretezza delle informazioni e richiamando la lettera di preavviso che la famiglia dovrebbe avere già ricevuto. Questa breve presentazione e la lettera di preavviso, costituiscono gli unici strumenti di cui il ricercatore dispone per aiutare l'intervistatore ad ottenere la collaborazione del rispondente e a superare questa fase delicatissima poiché è abbastanza facile rifiutare una telefonata mentre è molto più arduo rifiutare un'intervista ad un interlocutore fisicamente presente come nel caso di intervista face-to-face.

E quando sono gli intervistati a porre le domande?

La lista di risposte: alcune domande che gli intervistati pongono prima di concedere la propria collaborazione sono ormai piuttosto note perché ricorrenti (Perché proprio io? Quanto tempo mi richiederà l'intervista? Chi mi garantisce l'anonimato? ecc.). Per queste domande l'intervistatore deve aver già pronta una risposta da dare con naturalezza, senza aver l'aria di recitare, ma senza essere costretto ad improvvisare, almeno in casi come questi in cui si può facilitarli il compito.

L'attività tipica della seconda fase consiste nella effettuazione dell'intervista. Se l'intervista va ripetuta per tutti i componenti familiari l'intervistatore deve avere istruzioni chiare.

Materiale necessario: questionario, classificazioni, istruzioni.

Situazioni-problema: richieste di chiarimenti o spiegazioni, tentativi di eludere le domande o di dare risposte vaghe o non chiare.

Materiale per le situazioni critiche: esempi che illustrino alcuni concetti, definizioni per alcune variabili, esortazioni scritte ad essere più chiari, o a dare le risposte a domande delicate.

Una particolare attenzione va riposta nel predisporre degli esempi e nel preparare delle domande *probing* per invitare gli intervistati a dare risposte più chiare e precise.

Nella terza fase il materiale necessario è un breve discorso di conclusione con cui si ringrazia la famiglia o l'individuo esprimendo apprezzamento per la collaborazione prestata.

Seconda fase:
esecuzione
dell'intervista

Terza fase:
conclusione
dell'intervista

5. UN SISTEMA AUTOMATIZZATO DI RILEVAZIONE TELEFONICA: IL CATI

Il CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) è un sistema automatizzato di rilevazione telefonica.

Il CATI consente una gestione automatica del questionario: le domande appaiono in successione sullo schermo e l'intervistatore ha il compito di leggerle e registrare le risposte. Così facendo si ha una perforazione immediata dei dati ed un simultaneo ed automatico controllo dei dati registrati. All'intervistatore vengono anche immediatamente segnalati eventuali errori o incompatibilità presenti.

Il CATI può incorporare anche altre funzioni, come ad esempio la estrazione casuale dei numeri da chiamare, di cui qui non ci occupiamo perché riguardanti le tecniche di campionamento.

Esaminiamo gli aspetti caratteristici del CATI per quanto riguarda la gestione dell'intervista.

Il CATI visualizza le domande del questionario e le relative istruzioni per l'intervistatore.

Può personalizzare le domande conservando memoria delle risposte date alle domande precedenti (può ad esempio sostituire i nomi propri degli intervistati nelle domande, riformularle in funzione del sesso e della condizione civile, ecc...).

Effettua una operazione automatica di scelta delle domande da porre in funzione delle risposte date alle domande precedenti

La gestione
automatica del
questionario

quando esistano percorsi differenziali di domande a seconda del valore assunto da certe caratteristiche (ramificazione o salto condizionato).

Può incorporare e fornire, automaticamente in alcuni casi oppure su richiesta esplicita dell'intervistatore, formulazioni alternative della domanda che l'intervistatore può utilizzare nei casi in cui, nella prima formulazione, la domanda non sia stata chiara per il rispondente.

Consente agli intervistatori di richiamare uno qualunque degli schermi precedenti per controllare le informazioni raccolte.

Un altro aspetto fondamentale di questo sistema di intervista consiste nella possibilità di monitorare in simultanea l'operato degli intervistatori. La procedura CATI viene infatti gestita in modo centralizzato: gli intervistatori vengono riuniti in un'unica sede dalla quale vengono effettuate tutte le telefonate. Simultaneamente uno o più supervisori controllano l'operato degli intervistatori e possono fornire ad essi qualunque chiarimento nel corso dello svolgimento del lavoro. Il CATI consente di riprodurre qualunque schermo degli intervistatori su un altro terminale permettendo così ai supervisori un controllo on-line.

Il questionario CATI, per il suo alto grado di standardizzazione, e per le forme di controllo che consente, contribuisce a ridurre la distorsione dovuta al comportamento dell'intervistatore.

Tale risultato dipende anche, in parte, da quanto il ricercatore riesce ad anticipare ogni circostanza che si può verificare e a dotare l'intervistatore degli strumenti per far fronte a tali circostanze.

6. ASPETTI PARTICOLARI DELLA COSTRUZIONE DI UN QUESTIONARIO CATI

La costruzione di un questionario CATI richiede da un lato l'applicazione di quei principi che presiedono in generale alla corretta costruzione di un normale questionario ma dall'altro richiede che vengano considerati alcuni aspetti peculiari legati alla tecnica informatica con cui il questionario viene supportato.

La velocità di alternanza degli schermi

Questo elemento è molto importante ai fini dello scorrimento dell'intervista. Il ricercatore deve verificare di persona che i tempi con cui gli schermi si susseguono non siano troppo lenti. Come già sottolineato in precedenza questo fattore può innervosire l'intervistatore e l'intervistato introducendo pause artificiali nella conversazione. Ove tale inconveniente si presenti il ricercatore dovrà, se è possibile, alleggerire le fasi di calcolo presenti poiché esse

Il monitoraggio
simultaneo
dell'operato degli
intervistatori

Il questionario
automatizzato

contribuiscono a rallentare il ritmo di successione delle schermate.

La completezza e la chiarezza degli schermi

Utilizzando tale tecnica l'intervistatore non vede mai il questionario nella sua interezza. Occorre dunque che il ricercatore si curi di controllare che ogni schermata, e cioè ogni domanda, sia completa di tutti gli elementi necessari all'intervistatore: istruzioni, definizioni, ecc...

Il requisito di completezza deve accompagnarsi a quello della chiarezza; l'intervistatore deve essere in grado di distinguere facilmente tra loro le diverse parti che compongono la schermata: le istruzioni, le parti da leggere, le definizioni, i codici, le modalità di risposta, ecc...

Per comporre la schermata secondo questi criteri il ricercatore deve anche essere informato su quelle che sono le caratteristiche «hardware» a disposizione per quello che riguarda: il set di caratteri componibili, i colori del video, i contrasti di luminosità, e tutti quegli elementi che in generale possono contribuire a creare una «grafica» del questionario informatizzato.

Per non sovraccaricare l'intervistatore è anche essenziale evitare di costruire schermi «affollati». Operare davanti ad un video comporta, per la vista, più sforzo che non leggere un questionario stampato su carta.

I movimenti all'interno del questionario.

Un terzo aspetto da tenere sotto controllo sono i movimenti di scorrimento del questionario. Poiché l'intervistatore non ha davanti la struttura complessiva è necessario usare degli accorgimenti perché egli possa ritrovare con facilità dei punti critici all'interno del questionario senza doverlo scorrere per intero.

Occorre inoltre approntare un *help screen* nel quale raccogliere tutte quelle informazioni di non frequente consultazione ma che possono essere di aiuto in alcuni casi particolari.

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., Bischooping F. (1989), *New quantitative techniques for pretesting survey questions*, I.S.I. 47-th session, Parigi.
- Coombs C.H. and L. Coombs (1977), *Don't know: item ambiguity or respondent uncertainty?* Public Opinion Quarterly 40.
- Courtenary G. (1977), *Structured questionnaire Layout*, Social and Comunity 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 on 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.