



## La stesura del questionario

Chiunque si trovi a preparare un questionario, dovrebbe tenere presente l'importanza della **fase preliminare/esplorativa**, a maggior ragione se l'argomento da affrontare è complesso.

Questa fase consente di eliminare una elevata quota degli errori potenziali che si nascondono nella stesura di un questionario, fornisce un **notevole apporto di informazioni e di idee al ricercatore** e lo pone in una situazione **più obiettiva**, superando i vincoli inevitabilmente imposti dalla sua personalità, dalla sua professione, ecc.

Da non dimenticare, poi, i **collaudi del questionario** (*fase pilota*), da svolgere eventualmente a più riprese, intervallati dalle opportune modifiche della stesura originaria.

In questo modo, è più facile che il questionario possa rimanere inalterato nel corso di eventuali ripetizioni dell'indagine, in quanto buona parte dei problemi è stata eliminata in seguito ai collaudi della fase pilota. Se invece si interviene sul questionario, modificandolo da una rilevazione a quella successiva, si rischia di perdere parte della confrontabilità.

È importante che i collaudi vengano effettuati in **condizioni analoghe a quelle che caratterizzeranno le interviste vere e proprie**: se queste ultime avverranno per strada, un collaudo a domicilio dell'utente potrà mascherare diverse imperfezioni che poi inevitabilmente emergeranno durante le interviste in strada, ossia in un ambiente che potrebbe essere rumoroso e caotico, dove l'intervistato ha fretta ed è soggetto a tanti fattori di distrazione.

## Le categorie di domande

Le domande formulate nell'ambito di un questionario possono essere suddivise, in base alle loro caratteristiche, secondo **diverse classificazioni**.

In primo luogo, si distinguono le **domande dirette**, con le quali **si coinvolge direttamente l'intervistato**, dalle **domande indirette**, con cui si cerca di raggiungere l'intervistato in modo indiretto, proponendo un interrogativo che l'intervistato stesso percepisce **più in termini generici che personali**.

Le domande indirette sono costituite prevalentemente dalle tecniche proiettive, che verranno affrontate successivamente a proposito della ricerca motivazionale.

Un esempio di domanda diretta è: "*lei pensa di avere difficoltà ad utilizzare questo servizio?*", a cui corrisponde una versione indiretta: "*secondo lei, la gente avrà difficoltà ad utilizzare questo servizio?*".



Un'altra importante distinzione tra le domande che possono far parte di un questionario è quella tra **domande primarie** (dalla cui risposta dipende l'effettuazione di una o più domande secondarie) e **domande secondarie**, la cui esecuzione o meno dipende dalla risposta che è stata data a una domanda primaria.

Per esempio: "*se fosse possibile acquistare da casa, con Internet, lei lo farebbe?*" (domanda primaria); "*(se no) per quali motivi?*" (domanda secondaria).

Quando le domande primarie e le relative domande secondarie sono numerose, può essere molto utile, per evitare di sbagliare i salti tra una domanda e l'altra (salti conseguenti a una determinata risposta), disegnare inizialmente un **diagramma di flusso** o *flow chart*.

In un secondo momento, lo schema verrà trasformato nel questionario vero e proprio, con la formulazione completa delle domande. Potrebbe sembrare complesso realizzare il diagramma, ma è senz'altro più difficile stendere direttamente il questionario senza commettere errori e salti inesatti.

Spesso, il questionario inizia con una o più **domande filtro**, per verificare se le caratteristiche dell'intervistato sono **coerenti con l'obiettivo dell'indagine**. Da queste domande dipende l'effettuazione vera e propria dell'intervista.

Se per esempio, si vogliono intervistare solo le persone che hanno utilizzato un determinato servizio, si chiederà inizialmente "*le è capitato di rivolgersi al servizio ...?*". Se la risposta è negativa, l'intervista non verrà effettuata.

Esiste infine un particolare tipo di domanda, chiamata **domanda di controllo**, finalizzata a **controllare la significatività e l'attendibilità di una risposta** ottenuta precedentemente.

Le domande di controllo devono essere inserite nel questionario a opportuna distanza dalle domande che si vogliono verificare, altrimenti il controllo perderebbe di efficacia.

Per esempio, le domande poste al condizionale, relative a intenzioni e disponibilità, vanno di norma controllate con domande più concrete.

Meglio non limitarsi a chiedere "*sarebbe disposto a .... ?*", ma integrare l'indagine con una verifica; per esempio: "*le è capitato qualche volta di .....?*".

## **Domande aperte e domande chiuse**

Da un altro punto di vista, le domande di un questionario possono essere suddivise in **domande aperte**, le cui **modalità di risposta non sono state previste** dal ricercatore o per lo meno non vengono lette all'intervistato (non esiste, quindi, alcun vincolo alle risposte), e **domande chiuse** (o precodificate). In questo secondo caso, le possibili risposte vengono lette



all'intervistato, il quale deve scegliere **nell'ambito di quanto già predeterminato** in fase di impostazione del questionario.

Per esempio: *"a cosa dà più importanza, quando sceglie un albergo?"* (domanda aperta), e *"a quali di questi aspetti dà più importanza quando sceglie un albergo?"*, seguita da un elenco di possibili risposte (domanda chiusa).

I principali difetti delle domande aperte sono:

- il **rischio di influenze** sia da parte dell'intervistatore nel riportare e sintetizzare le risposte, sia da parte di chi si troverà successivamente a interpretare e classificare tutte le risposte;
- la **dispersione** dei concetti ottenuti;
- le **difficoltà di sintesi** delle risposte.

A proposito di quest'ultimo punto, occorre specificare che per le domande aperte è necessario un **lavoro aggiuntivo al momento dell'elaborazione**: l'analisi del contenuto delle risposte e la successiva classificazione, prima di inserire i dati in un database.

Da un punto di vista operativo, si procede esaminando un certo numero di interviste e trascrivendo le risposte ottenute. Queste risposte vengono poi **raggruppate in aree concettuali omogenee** (classificazione). Ai concetti così emersi viene applicato un determinato codice da utilizzare per le risposte di tutti i questionari.

Se da un lato questa fase può richiedere un notevole impegno di tempo, dall'altro le domande aperte si possono rivelare particolarmente **utili per analizzare in profondità gli argomenti** e per ottenere una **maggior ricchezza di spunti e di dettagli**.

Difetti delle domande chiuse sono soprattutto:

- la **difficoltà di previsione di tutte le tipologie di risposta**,
- l'impossibilità di seguire correttamente nel tempo una domanda le cui risposte potenziali sono variabili,
- l'intervento dell'intervistatore per **fare rientrare la risposta ottenuta in una delle classi previste**; nel caso dell'autocompilazione, l'intervistato può incontrare difficoltà nel trovare una risposta sufficientemente corrispondente alla sua opinione.

Inoltre, **il numero e l'ordine delle modalità** previste influiscono sulle frequenze ottenute: vengono maggiormente ricordate le prime e, soprattutto, le ultime risposte, mentre vengono penalizzate quelle centrali.



Per evitare questo problema, è utile **mostrare le possibilità di risposta all'intervistato** mentre vengono lette dall'intervistatore (si utilizza a questo scopo un foglio chiamato "*cartellino*" o "*check list*").

Per ovviare ad alcuni difetti che caratterizzano da un lato le domande aperte, dall'altro quelle chiuse, è possibile utilizzare le **domande semi-chiuse**, che prevedono modalità di risposta pre-codificate e una modalità aperta, da specificare ("*altro*").

Si è già accennato al fatto che, nel caso di autocompilazione, le domande devono essere chiuse, per agevolare la collaborazione dei rispondenti. Rappresenta un'eccezione la richiesta finale di altre osservazioni o altri suggerimenti, con la quale si tende soprattutto a dimostrare attenzione nei confronti dell'intervistato.

Per quanto riguarda l'elaborazione di queste osservazioni libere, a volte si espone nel report finale un vero e proprio elenco degli spunti affiorati. Ciò può però risultare rischioso, in quanto l'esperienza sembra dimostrare che buona parte dei lettori dedica una eccessiva attenzione a questi aspetti, che magari sono stati pronunciati o scritti da pochi intervistati.

Le domande chiuse si possono a loro volta suddividere ancora in **domande a risposta singola**, a cui è possibile fornire una sola risposta (per esempio: "*quale di questi servizi ha utilizzato in prevalenza nell'ultima settimana?*") e **domande a risposta multipla**, alle quali si possono dare più risposte (per esempio: "*quali di questi quotidiani ha utilizzato nell'ultima settimana?*").

Con le domande a risposta multipla si ottiene una **maggiore ricchezza di spunti**. Questo vantaggio è però bilanciato dalle maggiori **difficoltà in termini di elaborazione dei risultati**.

Quando la domanda può lasciare spazio a più risposte, è meglio che sia specificato se è possibile fornirle oppure no, per evitare comportamenti discordanti da parte dei diversi intervistati e degli stessi intervistatori.

## **Le scale**

Un caso particolare di domanda chiusa è costituita dalla "*scala*", con la quale si chiede all'intervistato di posizionarsi lungo una **sequenza di possibili risposte**, tra loro **graduate secondo un preciso criterio**.

Può essere una scala **di tipo numerico**, impiegabile in qualsiasi situazione di intervista e in grado di facilitare una serie di elaborazioni quantitative dei risultati, oppure una scala **basata su concetti** (per esempio, per nulla soddisfatto, poco soddisfatto, mediamente soddisfatto, abbastanza soddisfatto, molto soddisfatto). Quest'ultima presenta il vantaggio di una immediata comprensibilità da parte di qualunque genere di intervistato.



Nell'ambito delle sequenze numeriche, si possono utilizzare scale da 1 a 3, da 1 a 5, da 1 a 7, da 1 a 9, ecc. Una scala con un elevato numero di livelli (per esempio, 11 livelli) consente un **maggior dettaglio dei risultati**, ed è teoricamente più valida. Nella realtà, si è visto come una scala del genere comporti forti problemi di chiarezza e di univocità di interpretazione da parte dell'intervistato: ognuno si concentra su determinate parti della sequenza, a seconda delle sue precedenti esperienze, del suo vissuto, ecc.

Una scala con una gamma molto contenuta di livelli (per esempio, con solo tre livelli) presenta il pregio di una ottima **chiarezza di interpretazione** da parte dell'intervistato, ma non consente un sufficiente dettaglio dei risultati e una adeguata precisione delle risposte.

Quando per esempio si chiedono previsioni ("*prevede di utilizzare un servizio di questo tipo?*"), è sempre consigliabile pre-codificare le risposte secondo una scala più graduata che non sia ridotta semplicemente alle alternative sì-no. Nella maggior parte dei casi, gli intervistati si troverebbero in difficoltà, in quanto la loro risposta sarebbe intermedia rispetto a questi due estremi. Meglio allora prevedere una scansione di questo tipo:

- certamente sì
- probabilmente sì
- non so
- probabilmente no
- certamente no

In molti casi, quindi, si cerca una mediazione tra le scale molto precise, dotate di un elevato numero di livelli, e le scale più corte, facili da gestire ma piuttosto approssimative.

A volte, la scala impiegata presenta un numero pari di modalità, per esempio da 1 a 4; una soluzione di questo tipo è caratterizzata dal difetto consistente nell'assenza di un baricentro, un **punto di equilibrio centrale**. In linea di massima, si ricorre a questo genere di scala quando si ritiene conveniente sollecitare in qualche modo l'intervistato a prendere una posizione precisa, che non sia una condizione di neutralità.

In altri casi, si ricorre alla tradizionale scala di **valutazione numerica scolastica**, con punti che vanno da 1 a 10. Il pregio di questa scelta è connesso alla immediata intuibilità per l'intervistato e alla vicinanza a una forma mentis diffusa nella grande maggioranza delle persone. D'altra parte, proprio l'associazione con le valutazioni scolastiche tende a ridurre l'utilizzo della scala a solo una parte di questa, ossia quella parte effettivamente utilizzata a scuola, dove un 4 è un punteggio già decisamente negativo.



### Esempio di scala applicata alla misurazione della customer satisfaction

1. Quanto è importante per lei .... ?

L'illuminazione del locale	1	2	3	4	5
La silenziosità del locale	1	2	3	4	5

2. Quanto è soddisfatto di ... ?

L'illuminazione del locale	1	2	3	4	5
La silenziosità del locale	1	2	3	4	5

A volte, la scala viene presentata all'interno di una coppia di concetti o di aggettivi, uno dei quali ha il **significato** esattamente **opposto rispetto all'altro**: come nuovo/vecchio, maschile/femminile, debole/forte, ecc. Si parla in questo caso di **differenziale semantico**.

Per esempio, si può chiedere quanto un determinato aspetto della qualità (come gli orari di apertura) sia più vicino al concetto di "importante" oppure al concetto di "trascurabile".

### Esempio di differenziale semantico applicato alla misurazione della customer satisfaction

*La cortesia del personale ha deluso le sue aspettative o ha superato le sue aspettative?*

