

risultano connessi con la disattenzione e l'iperattività. Il loro uso standard si basa sulla frequenza con cui si manifesta ciascuno dei comportamenti riportati nel questionario.

4.2

Per domandare (intervistare, discutere, interagire)

Le ricerche che hanno l'obiettivo di studiare e analizzare il punto di vista e le prospettive del soggetto, oltre a utilizzare gli strumenti dell'osservazione, partecipante o più distaccata, possono procedere attraverso l'interrogazione diretta, rivolgendo domande e dialogando con le persone. L'atto dell'interrogazione, del porre domande, offre una diversa prospettiva di raccolta dati in quanto, per indagare conoscenze, atteggiamenti, opinioni, emozioni e comportamenti, ci si rivolge direttamente al soggetto studiato e si attiva un processo conoscitivo mediato da una varietà di forme e strumenti di "intervista". Se le domande non vengono poste da un intervistatore, ma sono proposte su supporto cartaceo o su supporto telematico, si preferisce parlare di questionario autocompilato. Quando invece si prevede la mediazione di un intervistatore, che pone e gestisce le domande con possibili variazioni nella sequenza e nel livello di approfondimento, si preferisce parlare di intervista. Nel caso l'intervistatore sia compresente, definiamo l'intervista "faccia a faccia", quando invece si utilizza solo il canale uditivo per la comunicazione o si aggiunge quello video, si parla di intervista telefonica o videointervista.

La variabilità nel porre domande, e del livello di strutturazione degli strumenti, è quindi in ragione delle finalità di indagine. Nella TAB. 4.13 riportiamo le caratteristiche distintive che differenziano gli strumenti e le tecniche per porre domande (Zammuner, 1998, pp. 66-92).

In questo paragrafo tratteremo esclusivamente l'intervista di natura qualitativa, indirizzata a quelle ricerche che intendono raccogliere dati in forma maggiormente dialogica e partecipata. Le forme del questionario verranno riprese nel paragrafo sugli strumenti per misurare (PAR. 4.4).

Corbetta (2003, pp. 405-35), dopo aver sottolineato l'ambiguità del termine "intervista", preferisce distinguere tra *interrogazione* di tipo quantitativo (intervista con questionario) e *interrogazione* di tipo

TABELLA 4.13

Strumenti per porre domande: caratteristiche e funzioni

Modalità raccolta dati	<i>Questionario autocompilato</i> Solo canale visivo (cartaceo o postale).	<i>Questionario telefonico o attraverso altri media</i> Solo canale uditivo (telefonico). Su supporto telematico o canale video (telematico, videointervista).	<i>Intervista faccia a faccia</i> Le varianti di questa tecnica prevedono un diverso grado di strutturazione nella gestione dell'interazione: – procedura <i>thinking aloud</i> ; – intervista in profondità; – intervista di gruppo (focus).
Funzioni prevalenti	Comparazione e generalizzazione dei risultati.	Comparazione e generalizzazione dei risultati.	Descrizione e analisi di processi, esplorazione qualitativa.
Stile di ricerca	<i>Survey</i> , per esperimento, misurativa.	<i>Survey</i> , per esperimento, misurativa.	Etnografica, analisi di caso, ricerca-azione.

qualitativo (intervista libera, in profondità, non strutturata, ermeneutica) e definisce l'intervista qualitativa come «una conversazione a) provocata dall'intervistatore; b) rivolta a soggetti scelti sulla base di un piano di rilevazione e c) in numero consistente, d) avente finalità di tipo conoscitivo, e) guidata dall'intervistatore, f) sulla base di uno schema flessibile e non standardizzato di interrogazione» (ivi, p. 405).

Lo strumento dell'intervista qualitativa si propone quindi come un'interazione dialogica, faccia a faccia, che permette di condurre analisi in profondità e di raccogliere una mole estremamente ricca e completa di dati sulle esperienze, opinioni, atteggiamenti e aspettative degli intervistati, a patto che l'intervistatore abbia le indispensabili competenze per condurre e gestire la tecnica, assicurando una valida e attendibile raccolta di dati. Non dobbiamo difatti dimenticare che la ricchezza di informazioni che si possono raccogliere e la loro autenticità dipendono proprio dalle competenze dell'intervistatore e di come le utilizza flessibilmente.

Prima di passare ad analizzare le competenze necessarie per condurre un'intervista, è bene sottolineare quanto la scelta di adoperare