

LA GLOBALIZZAZIONE DELLA SURVEY. STORIA, LIMITI E OPPORTUNITÀ

È luogo comune pensare che l'intervista standardizzata e la *survey* siano nate contemporaneamente o almeno che il loro matrimonio sia indissolubile. Ciò non sembra corrispondere a verità. L'intervista standardizzata ha incontrato la *survey* solo negli anni Venti, quando quest'ultima era già grande, forte di un'esperienza di quasi cent'anni. Di conseguenza l'idea di standardizzare le interviste con questionario nasce solo molto tardi. Infatti soltanto negli anni Trenta esse si vincolarono definitivamente, quando la *survey* tradì le sue origini per diventare il metodo che oggi conosciamo.

Per cui *survey*, intervista con questionario (*survey interview*) e intervista standardizzata non sono sinonimi. La *survey* è un metodo e s'identifica con l'intero processo di ricerca (dal disegno della ricerca all'analisi dei dati); l'intervista con questionario è la tecnica attraverso cui la *survey* raccoglie i suoi dati. Infine l'intervista standardizzata è una modalità particolare, che è diventata dominante nell'ultimo secolo, di raccogliere i dati *survey*. Sfortunatamente nel corso degli anni la pratica di ricerca e la letteratura hanno implosi questi tre differenti termini (e concetti) facendoli diventare tutt'uno.

Lo scopo di questo saggio è di mantenere questa distinzione e affermare che la *survey* può vivere benissimo senza l'intervista standardizzata, come le era già accaduto tra il 1820 e 1920. Anzi l'abbandono dell'intervista standardizzata da parte della *survey*, aprirebbe quest'ultima a una nuova vita, più in sintonia con i tempi correnti.

I - LA NASCITA DELLA «SOCIETÀ DELLA SURVEY»

Gubrium e Holstein hanno riesaminato il dibattito avvenuto negli anni Cinquanta sull'origine dell'intervista. Esso pervenne alla conclusione che l'intervista non è una semplice tecnica, uno strumento neutrale di raccolta delle informazioni, ma è una parte integrante della società contemporanea (2001: xii). Essi sostengono che l'intervista nasce in un particolare momento della storia della società incarnandone alcune forme culturali. Infatti ci fu un tempo quando l'intervista, come forma sociale, semplicemente non esisteva. Più precisamente, riprendendo gli articoli degli anni Cinquanta di David Riesman, Mark Benney e Everett H. Hughes, l'intervista nasce agli inizi del Novecento come un prodotto della modernità e ne interpreta il «*modern temper*» (Riesman - Benney 1956). Di

conseguenza l'intervista fu un prodotto di quelle mutate relazioni sociali, in cui gradualmente divenne normale la conversazione tra estranei, esporre pubblicamente le proprie opinioni (con il conseguente spostamento del confine tra opinioni pubbliche e private), e più recentemente mettere in piazza le proprie emozioni e sentimenti. Divenne così una delle «tecnologie del *self*», come direbbe Michel Foucault, uno degli apparati per l'invenzione moderna della soggettività, una pratica istituzionale volta a creare l'idea di individuo e mettere in luce i punti di vista personali.

Atkinson e Silverman (1997) hanno acutamente sottolineato che noi viviamo nella società dell'intervista («*interview society*»), una società dove intervistare è diventata un'attività fondamentale e le interviste sembrano elementi centrali nel dare senso alle nostre vite. Infatti, da una parte l'intervista (intesa in senso lato) è una delle forme sociali oggi più diffuse di raccolta delle informazioni: dal poliziotto al medico, dal commesso al giudice, dall'assistente sociale al manager, dall'insegnante allo psicoterapeuta, dal confessore al giornalista, dal selezionatore del personale all'operatore di *call center*, tutti praticano quotidianamente una qualche forma di intervista. Dall'altra, radio e TV trasmettono quotidianamente l'esposizione (e qualche volta l'esibizione) del proprio *self*: i *talk show*, gli spettacoli di intrattenimento, i *reportage*, i sentimenti catturati al bordo di un campo di calcio, le emozioni rubate sui luoghi di una tragedia o di un disastro, sono solo l'ultima trasformazione dell'intervista.

Data la pervasività di questa particolare forma di relazione sociale (l'intervista, appunto), ci si può chiedere se esista una relazione con il fatto che anche nella ricerca sociale la *survey* e le interviste discorsive (o «in profondità»), prese complessivamente, siano fortemente dominanti. Secondo Silverman (1997: 248) intervista e società si costituiscono mutualmente: da una parte la *survey* e l'intervista discorsiva per poter nascere e svilupparsi hanno avuto bisogno di un particolare tipo di società; dall'altra questi metodi di ricerca rinforzano la società stessa che li ha prodotti.

II - LE RADICI COMUNI DELL'INTERVISTA CON QUESTIONARIO E DELL'INTERVISTA DISCORSA

Leggendo il paragrafo precedente, non pochi si saranno sorpresi dall'accostamento dell'intervista con questionario all'intervista discorsiva (o in profondità). Infatti in tutti i manuali esse vengono solitamente considerate come due metodi distinti, se non addirittura contrapposti. Tuttavia questa differenziazione è un fenomeno relativamente recente, che risale agli inizi degli anni Quaranta. Prima la *survey* consisteva in una conversazione con domande sia con risposta predefinita che libera. Non c'era una chiara distinzione tra questi due tipi di domande. Infatti in entrambe le due diverse tradizioni (socialmente e culturalmente indipendenti come quella americana e quella europea) all'interno delle quali nasce la *survey*, questa raccoglieva le informazioni attraverso modi molto più flessibili degli attuali.

2.1. *Le origini americane della survey: gli straw poll (1824-1900)*

Non è facile datare con certezza l'origine della *survey*. Un'ipotesi plausibile la fa risalire ai primi *straw poll* condotti nel 1824 nella costa atlantica degli USA, durante la

campagna per le elezioni presidenziali (Smith 1990). Gli *straw poll*¹ nascono per capire gli umori della gente, cogliere le intenzioni di voto e anticipare il risultato elettorale. La tecnica era molto semplice: consisteva nel contare, per alzata di mano, le preferenze per i candidati durante le assemblee pubbliche o le celebrazioni (come il 4 luglio). Non era quindi una rilevazione individuale ma collettiva, cioè in presenza di un alto numero di persone. Questa pratica venne poi man mano estesa anche a gruppi molto più circoscritti come i giurati di un processo, gli equipaggi o i passeggeri di una nave, i viaggiatori sui treni, i cittadini che si recavano a pagare le tasse o in occasione di parate militari, dove venivano raccolte le preferenze dei soldati stessi. Oppure attraverso *poll book*, lasciati per giorni nei locali pubblici. I risultati venivano poi resi pubblici attraverso i giornali. In poco tempo gli *straw poll* divennero una parte importante dell'informazione giornalistica.

I primi *straw poll* furono promossi da comitati di sostegno a un candidato o a una fazione di partito che si ribellavano al potere dei *caucuses*², i quali sceglievano dall'alto i nomi dei candidati. Sono perciò una manifestazione di un nuovo fermento democratico, un desiderio di partecipazione dal basso. Infatti gli *straw poll* del 1824 decretarono la scomparsa del *caucus* congressuale e rappresentarono un nuovo modo di scegliere i candidati. Furono uno straordinario strumento per una nuova forma di partecipazione politica (Draghi 2003).

Solo successivamente divennero una forma di propaganda elettorale utilizzata, dai giornali di partito o da quelli politicamente schierati, per orientare il voto degli elettori.

Dal punto di vista metodologico lo *straw poll* era una tecnica molto lacunosa: nessuna o scarsa rappresentatività, palese partigianeria o faziosità, e perfino veri e propri brogli nel conteggio dei voti. Verso la fine dell'Ottocento esso cominciò a migliorare nell'estensione della copertura territoriale e nella sistematicità della raccolta delle intenzioni di voto. Ai primi del Novecento, dopo quasi 75 anni dalla loro nascita, iniziò una nuova grande stagione degli *straw poll*, nel senso che cominciarono a essere promossi e organizzati non più da militanti bensì da giornali («New York Herald», «Literary Digest», «Farm Journal» ecc.), i quali impiegarono diverse tecniche: interviste faccia-a-faccia, telefoniche, tagliandi sui giornali (Robinson 1932). Negli anni Venti (quando nella sociologia la Scuola di Chicago era culturalmente dominante) decine di rilevatori giravano per le città con urne portatili e schede elettorali per raccogliere i voti negli uffici, nelle fabbriche, a teatro, nei club, negli alberghi, nei *residence*, sui tram, agli angoli delle strade. A volte i giornali organizzavano piccole flotte di *camper* che giravano per gli Stati e portavano i rilevatori nelle principali strade cittadine davanti alle fabbriche all'ora di chiusura (Robinson 1932).

¹ Come per molti termini e concetti, anche l'espressione «*straw poll*» ha un'origine metaforica: gettare nel vento un filo di paglia per vedere da che parte va. Lo *straw poll* è quindi la raccolta di indizi per conoscere in quale direzione si muovono le opinioni elettorali.

² Il *caucus* congressuale era un'assemblea di parlamentari. Esso sceglieva il candidato alle elezioni presidenziali in riunioni non pubbliche manovrate da una ristretta cerchia di politici di Washington. Pare che il termine «*caucus*» derivi dalla lingua *Algonquin*: esso significa consiglio e venne probabilmente introdotta nel gergo politico statunitense grazie alla *Tammany Society*, un'associazione benefica vicina al Partito Democratico di New York, che amava usare termini dei nativi americani.

Il loro successo fu straordinario, soprattutto nel periodo fra le due guerre mondiali. La cosa incredibile è che questi strumenti così grossolani, pieni di lacune metodologiche e affetti da errori sistematici, riuscirono per decenni a prevedere con successo il candidato vincitore. Fra tutti il «Columbus Dispatch» (Ohio) pare si sia distinto per essere stato il primo giornale, sin dalla fine dell'Ottocento (Teer and Spence 1973), a organizzare un sondaggio locale con intervistatori opportunamente addestrati, controlli accurati e criteri di raccolta dei dati su variabili socio-demografiche, simili a quelli utilizzati oggi nei campioni per quote, criteri che la *survey methodology* e la teoria statistica dei campioni codificheranno solo diversi anni dopo (Draghi 2003).

2.2. *Le origini Europee della survey: i mixed methods (1840-1880)*

Mentre negli Usa la *survey* nasceva dagli *straw poll*, in Europa essa si sviluppava (anch'essa quasi contemporaneamente) su altre basi: come metodo misto (*mixed method*).

Dobbiamo (forse) all'ingegnere minerario e poi sociologo Frédéric Le Play (1806-1882), un altro precursore del metodo *survey*, l'invenzione (alla fine degli anni Quaranta) di quello che può essere considerato come il primo prototipo di questionario. Esso fu usato per raccogliere informazioni sui bilanci famigliari attraverso un diario delle entrate e delle uscite, che esprimeva in cifre la vita della famiglia (Seger 1970: 181).

Le Play fu anche il primo a usare la tecnica «monografica», cioè lo studio particolareggiato di un caso «tipico», costituito da un gruppo di famiglie di operai rappresentative di un paese, una regione o di un settore industriale. Inoltre fu il primo a utilizzare il metodo dell'osservazione partecipante, vivendo nell'ambiente della famiglia-tipo il tempo necessario per raccogliere la documentazione (ibid.: 184). Le Play fu anche il precursore dell'idea che si dovessero raccogliere informazioni originali, cioè direttamente dai soggetti studiati. Da questa descrizione possiamo capire come il lavoro di Le Play fosse il prodotto di una mescolanza di metodi. Questa situazione di pluralismo metodologico proseguì per gli anni successivi.

III - I PIONIERI (1880-1935)

Nonostante il suggestivo lavoro di Le Play, la tendenza a non intervistare i soggetti studiati prevalse ancora per molto tempo. Anche il metodo stesso della *survey* in Europa stentò ad affermarsi: studiosi come Comte e Spencer preferirono utilizzare i dati storici e etnografici disponibili piuttosto che avventurarsi in *survey*. Quételet stesso, precursore della sociologia empirica quantitativa, preferì ricorrere a materiale prefabbricato. Nemmeno Marx (1818-1883) «adottò i metodi di Le Play e nonostante l'appassionata simpatia che professava per il destino della classe lavoratrice rimase confinato nella biblioteca del British Museum, a compulsare le statistiche e le relazioni preparate da altri» (ibid: 184).

Soltanto poco prima di morire, agli inizi degli anni Ottanta quindi, Marx fece un tentativo, ambiziosamente concepito ma privo di risultati pratici, per documentarsi

sulla situazione degli operai francesi attraverso la rivista «Revue Socialiste»: inviò 25.000 copie di un questionario di 101 domande a tutte le società operaie, ai gruppi socialisti, ai circoli democratici, a tutti i giornali francesi e a tutte le persone che ne avevano fatto richiesta.

Sempre secondo Seger «il motivo della [generale] avversione [nei suoi confronti] fu che Le Play, l'unico dei contemporanei che svolgesse studi dal vivo, era politicamente un conservatore a oltranza, sicché non soltanto [i contemporanei] ma anche i sociologi delle due generazioni successive non vollero saperne né di lui né delle sue indagini» (ibid.).

È interessante notare che il questionario sia stato inventato da un ingegnere, cioè uno studioso con spiccate preoccupazioni pratiche, e avversato da filosofi ed economisti. Inoltre il suo inventore è un personaggio politicamente conservatore, mentre paradossalmente nel secolo successivo il questionario diventerà uno strumento *liberal*.

Alla fine degli anni Ottanta anche in Gran Bretagna sorsero le prime *survey*. Già da secoli venivano però elaborate statistiche sulle condizioni di estrema miseria in cui versavano moltissimi abitanti dell'Inghilterra meridionale. E sin dal 1600 esisteva in Inghilterra una tradizione di statistiche epidemiologiche, indagini sulla mortalità e censimenti (Converse 1987: 12): nel 1790 fu realizzato negli Stati Uniti il primo censimento nazionale dell'età moderna e poco dopo, nel 1801, l'Inghilterra seguì l'esempio.

Questi studi non erano però delle vere e proprie *survey*, le quali invece comparvero — come abbiamo detto — soltanto alla fine dell'Ottocento. Secondo Mitchell le *survey* sociali britanniche furono favorite dalla cultura giuridica, che assegnava un grosso peso alle testimonianze, e dall'orientamento empirico della filosofia anglosassone. Probabilmente «all'intento filantropico si accompagnava[va] una latente funzione di controllo sociale: accanto all'esigenza di sensibilizzare l'opinione pubblica e la classe dirigente sulla necessità di vaste riforme sociali, c'era verosimilmente la preoccupazione per la potenziale minaccia dell'ordine pubblico costituita da ampi strati sociali che vivevano in condizioni miserande» (Pitrone 1984: 19).

Nel 1886 l'industriale Charles Booth (1840-1916) iniziò un'estesa *survey* sulla povertà i cui risultati furono pubblicati nel 1902 in diciassette volumi. Per raccogliere le informazioni Booth e i suoi collaboratori, anziché intervistare direttamente i poveri, si rivolsero a ispettori scolastici. Il lavoro di Booth è basato principalmente su tre tecniche: l'intervista agli ispettori scolastici, l'analisi secondaria di dati statistici già esistenti e l'osservazione partecipante. L'autore infatti visse per alcuni periodi in stanze prese in affitto presso abitanti londinesi relativamente poveri (Converse 1987: 15). Booth e il suo *staff* trascorsero ore a intervistare gli ispettori scolastici che avevano visitato i quartieri di Londra. Gli ispettori però non erano stati precedentemente addestrati all'osservazione; per cui i loro resoconti risultarono molto diversificati. Successivamente le descrizioni degli ispettori venivano inserite in un rudimentale questionario, in cui comparivano domande relative al numero di case visitate, di bambini incontrati, di persone disoccupate, oppure allo stato delle strade e delle piazze, al tipo di professioni ivi osservate ecc. A detta di Beatrice Webb, una collaboratrice di Booth, l'indagine coprì l'80% della città di Londra.

Una decina d'anni più tardi, precisamente nel 1899 B. Seebohm Rowntree (1871-1954) utilizzò questo metodo nella ricerca sui poveri di York. A differenza di Booth e imi-

tando Le Play, Rowntree raccolse le informazioni *direttamente* dalle famiglie, in parte servendosi di intervistatori (Moser - Kalton 1951: 8) e in parte raccogliendo dati su un innumerevole quantità di aspetti della vita quotidiana dei poveri: pesò e misurò l'altezza degli studenti figli di famiglie operaie; mise intervistatori davanti alle chiese per contare il numero di fedeli durante le cerimonie festive; entrò nei *pubs* di York (in base a una *drink map*) contandone gli uomini, donne e bambini presenti a ogni ora del giorno, a partire dall'alba sino a tarda sera (Converse 1987: 17). Insomma un vero e proprio etnografo. Come già aveva fatto Le Play, Rowntree chiese a 35 famiglie operaie di tenere un rendiconto (*budget*) delle entrate e delle uscite nonché della loro alimentazione quotidiana.

Seguendo le tracce di questi precursori, appare chiaro che la *survey* nacque in Europa come metodo misto e mantenne questa vocazione per molto tempo. Anche molti dei ricercatori *survey* degli anni Quaranta si affidarono spesso ad altre tecniche. Ad esempio *Arbeitslöser in Marienthal* (1933), la ricerca condotta da Paul F. Lazarsfeld (1901-1976) e dai suoi allievi Marie Jahoda e Hans Zeisel, non fu una *survey* bensì uno studio di comunità, «condotto con la tecnica dell'osservazione partecipante e che raccoglieva dati di diverso tipo e dimensioni: statistiche ministeriali, interviste individuali, documenti di famiglie (478 famiglie), diari familiari, storie di vita (di 62 soggetti), *time budget* (per 80 persone), registrazioni dei pasti (consumati durante una settimana da 40 famiglie), appunti tratti da osservazioni e origliando nei bar, e così via» (ibid.: 134). E anche successivamente – dopo il suo arrivo in USA, in fuga dal nazismo – Lazarsfeld continuò a coniugare tecniche qualitative e quantitative, come peraltro avevano fatto politologi come Merriam e Gosnell (1924), Gosnell (1927 e 1937) e Leornad D. White (1929 e 1932), che lavoravano anch'essi all'Università di Chicago.

IV - UNA FILOSOFIA SOCIALE INDIVIDUALISTA

Secondo il sociologo polacco Gostkowski (1966) il diffondersi del sondaggio è stato favorito dalla filosofia sociale individualista, molto radicata nella società americana. Questa filosofia ha le sue radici dapprima nel cristianesimo e poi nella cultura illuminista del Settecento e nell'utilitarismo americano dell'Ottocento, i quali hanno diffuso una visione della società come aggregato di individui. Il primato del soggetto è, infatti, un'ideazione cristiana dal momento che nella Grecia antica non si privilegiava la soggettività individuale, ma l'ordine del Tutto (cosmo) a cui l'individuo era subordinato come parte. Invece il cristianesimo, e sant'Agostino in particolare, privilegia la soggettività dell'individuo consumando così la separazione tra individuo e società. Sant'Agostino pone le basi per vedere il mondo come «oggetto» e se stesso come «soggetto», comportando così la fuoriuscita dell'individuo dall'ordine naturale. Successivamente la cultura illuminista ha secolarizzato la metafisica della soggettività del pensiero cristiano, rafforzando una concezione razionale dell'io: un individuo, solo e con la forza della ragione e della volontà, può decidere del proprio futuro, può costruire un progetto, è padrone del proprio destino.

Per cui «l'individualismo della tradizione filosofica americana ne ha favorito la diffusione sia direttamente (mettendo l'accento sul comportamento e gli atteggiamenti del

singolo), sia indirettamente, favorendo lo sviluppo di un mercato molto competitivo, che le aziende dovettero presto imparare a conoscere e influenzare attraverso *marketing*» (Pitrone 1984: 23).

Alla *survey* si arrivò prendendo coscienza dei limiti delle indagini che utilizzavano esclusivamente dati aggregati. Questo tipo di studi, i cui esempi classici si ritrovano nelle ricerche di Durkheim sull'alcolismo e sul suicidio (1897), possono fornire informazioni sul comportamento manifesto di un vasto numero di persone (i consumi, il voto, la mobilità sociale ecc.) ma non ci dicono nulla sulle motivazioni, le opinioni, il livello di conoscenza di coloro che attuano quei comportamenti (McClosky 1967: 77). Questo comportò un progressivo spostamento dalle ricerche su dati aggregati a ricerche su dati individuali; negli anni Quaranta negli USA e UK cambiò anche la natura dei temi oggetto di indagine: «l'attenzione si spostò dai problemi economici e demografici verso le opinioni e gli atteggiamenti degli individui, perché ai governi americano e britannico premeva conoscere le reazioni dei cittadini ai bombardamenti inflitti e subiti» (Pitrone 1984: 25).

4.1. *L'ideologia individualista e il campionamento*

Se l'ideologia individualista ha favorito lo sviluppo della ricerca sociale, tuttavia l'ha incanalata entro precisi confini. Si tende così a ignorare che le opportunità individuali sono pesantemente limitate dalla stratificazione sociale, dall'epoca in cui si nasce, dai luoghi dove si è socializzati e dalle reti sociali di appartenenza. L'ideologia individualista quindi presuppone che ciascun soggetto sia in qualche modo autonomo dagli altri. Ma quante sono le attività che facciamo realmente da soli? Se è pur vero che esistono comportamenti individuali (fare la spesa, guidare, scrivere ecc.), noi siamo spesso coinvolti in azioni di gruppo e collettive. In moltissime sfere della nostra vita (famiglia, lavoro, tempo libero ecc.) compiamo azioni coordinate, dove costantemente negoziamo con altri le nostre scelte. Ci si può chiedere quanto sia appropriato somministrare un questionario *individuale* se molte delle nostre attività e opinioni sono un prodotto *collettivo*? Sarebbe molto più opportuno intervistare famiglie (intere, e non solo un suo membro), gruppi di pari, gruppi professionali.

L'individualismo adotta una prospettiva che sottolinea il ruolo del singolo nella produzione di atteggiamenti, comportamenti e opinioni. Tuttavia le ricerche antropologiche hanno invece mostrato proprio l'opposto: non sono tanto gli individui a produrre valori, norme e schemi di comportamento, bensì è la cultura a produrre il loro modo di pensare degli individui. Gli individui prendono in prestito per la maggior parte significati già pre-esistenti (Parsons 1951 e 1959; Geertz 1966).

Questa ideologia individualista si ripercuote anche sulla filosofia di base che presiede le tecniche di campionamento, ancora troppo centrate sul reclutamento degli individui anziché dei gruppi. L'intervista discorsiva e la *survey* si fondano quindi su una tradizionale concezione volontaristica degli attori sociali, pensati come individui in carne e ossa, ed è lontana dalle recenti teorie cognitive, sistemiche, costruttiviste e etno-metodologiche, che invitano a guardare la società come a un reticolo di relazioni e scambi comunicativi.

I ricercatori sociali, invece, prima campionano gli *individui* e li intervistano, poi dalle loro risposte ricostruiscono gli atteggiamenti e i comportamenti sociali; tuttavia nel questionario non c'è l'azione sociale, ma solo una sua ricostruzione alquanto distorta dal grado di consapevolezza dell'intervistato. Appare invece più corretto *prima* campionare i *comportamenti* (Cicourel 1982) e gli *atteggiamenti* oggetto del sondaggio, e successivamente intervistare i soggetti che tengono questi comportamenti e condividono questi atteggiamenti. Ad esempio prima individuare un quartiere che si è distinto per comportamenti razzisti e poi intervistarne i residenti; oppure intervistare le persone che escono dai cinema, dalle mostre, dai teatri ecc. per studiare i consumi culturali. Anche Converse e Schuman, già molto tempo fa (seppur timidamente), convenivano sull'opportunità di «campionare non solo persone ma momenti di vita vissuta» (1974: 1).

Questa nuova prospettiva ci porta a ripensare il problema del campionamento al fine di adattarlo alle peculiarità proprie degli oggetti di studio delle scienze sociali. Diversi autori (Goode - Hatt [1952] 1962: 322-327; Guidicini 1968: 331; Gilli 1971: 222-226; Capecchi 1972; Perrone 1977: 71; Gangemi 1982; Marradi 1984: 98-100) hanno infatti sottolineato la necessità di superare "l'impostazione corrente del problema del campionamento [che] risente della trasposizione meccanica dei suoi principi dal campo delle scienze biologiche dove sono stati formulati" (Pitrone 1984: 133).

V - SOFISTICAZIONI TECNICHE E ABBANDONO DEI METODI MISTI

Man mano che le *survey* si diffondevano il questionario diventava sempre più sofisticato, passando da domande basate su scale assolute (conteggi) a domande basate su scale metriche e a intervalli (per le differenze cfr. Marradi 1980-1981; Ricolfi 1985). Ad esempio nel 1925 Archibald Crossley inventò il 'termometro dei sentimenti' e lo utilizzò in una ricerca di mercato sulla lettura di riviste per il «Literary Digest». Questo semplice ma efficace strumento grafico fu poi *reiventato* per ben due volte: la prima negli Quaranta a opera dell'agenzia di sondaggi Gallup, come misura di intensità; poi fra gli anni Sessanta e Settanta da parte dell'Institute for Social Research (ISR) dell'Università del Michigan, che lo usò come misura dei sentimenti degli intervistati nei confronti di gruppi politici e sociali (Converse 1987: 100). Nei questionari degli anni Venti e Trenta gli stimoli venivano formulati in modo molto semplice al fine di ottenere rapidamente informazioni chiare, anche se magari schematiche e superficiali. Allo stesso modo le modalità di risposta erano costituite da semplici dicotomie del tipo «sì/no» oppure tritomie quali «molto/abbastanza/poco».

Pian piano le *survey* abbandonarono la pluralità di tecniche che le accompagnavano, per concentrarsi (e fossilizzarsi) soltanto su di una: il questionario. Sino agli inizi degli anni Trenta il sondaggio includeva ancora una mescolanza di tecniche per raccogliere informazioni: le tecniche usate da Jahoda, Lazarsfeld e Zeisel erano fondamentalmente identiche a quelle impiegate da Le Play, e poi da Booth e Rowntree. Diverse erano invece le scale utilizzate per raccogliere le informazioni: i pionieri del sondaggio erano esclusivamente intenti a *contare*, mentre negli anni Venti si cominciò a *misurare* gli atteggiamenti.

Nel decennio successivo si diffuse la proposta di Likert (1932), il quale aumentò la gamma e la complessità delle modalità di risposta che divennero cinque oppure addirittura sette (Converse 1987: 73). La proposta di Likert rese più agile la raccolta delle informazioni e contribuì al definitivo predominio del questionario sulle altre tecniche. Il National Opinion Research Center dell'Università di Denver fu il primo a utilizzare la tecnica di Likert in un sondaggio sugli atteggiamenti politici. Sempre a opera dello stesso istituto venne anche introdotta una scala di frequenza per i comportamenti, anch'essa con cinque modalità: quasi ogni giorno/una o due volte la settimana/alcune volte al mese/alcune volte l'anno/una volta l'anno.

Negli anni Cinquanta si diffonde, proposto dallo psicologo Charles Osgood, il differenziale semantico, una tecnica che si proponeva addirittura di "misurare" i significati (sull'insensatezza di tale espressione cfr. Marradi 1990). Esso era costituito da sette gradazioni alle cui estremità erano collocati due termini semanticamente contrapposti.

VI - L'IDEA DI STANDARDIZZARE L'INTERVISTA CON QUESTIONARIO

Tra gli anni Trenta e Quaranta avvennero due trasformazioni che modificarono profondamente le pratiche di conduzione di una *survey*. Da una parte si assistette a un abbandono della *survey* come metodo misto per diventare una pratica basata su un unico metodo (come la conosciamo oggi). Dall'altra avvenne la separazione tra intervista discorsiva e intervista con questionario. Per cui la pluralità di modi per formulare le domande e raccogliere le risposte (che aveva caratterizzato l'approccio americano alla *survey* sin dagli *straw poll*) si perdettero lasciando in campo all'intervista standardizzata.

L'idea di standardizzare l'intervista circolava già da tempo, precisamente dalla fine degli anni Venti. Alcuni psicologi behavioristi avevano insistito sulla necessità di uniformare il comportamento dell'intervistatore. Ad esempio lo statistico e sociologo americano Rice (1929) aveva mostrato che l'intervistatore può influenzare le risposte e nello stesso anno un altro behaviorista radicale come lo psichiatra americano Hamilton (1929) aveva stilato un elenco di norme rigidissime che l'intervistatore avrebbe dovuto seguire. Quest'idea s'impose definitivamente agli inizi degli anni Cinquanta per evitare che la personalità dell'intervistatore, le sue opinioni e atteggiamenti, e le sue aspettative potessero influenzare le risposte dell'intervistato.

VII - LA SCISSIONE TRA METODI QUANTITATIVI E QUALITATIVI

Uno dei fattori che provocò, nelle concrete pratiche di ricerca, la scissione tra l'intervista discorsiva e la *survey* fu la controversia, nata nella seconda metà degli anni Trenta e protrattasi per decenni sulla scena metodologica, sul fatto se fosse meglio usare domande a risposta libera oppure predeterminata. Infatti fino a quel tempo i questionari erano ancora strumenti molto diversi da quelli attuali: assomigliavano più a una traccia di intervista che a un'intervista strutturata.

Invece lo scenario cambiò qualche anno più tardi. Come ricorda J.M. Converse (1987: 195-201) in USA all'inizio della seconda guerra mondiale si confrontavano su

questo dilemma due opposte fazioni, rappresentate rispettivamente dalla Division of Polls di Elmo C. Wilson e dalla Division of Program Surveys di Rensis Likert (1903-1981). Entrambe appartenevano al Bureau of Intelligence allora diretto da Keith R. Kane. Nella primavera del 1942 Kane chiese a Lazarsfeld di studiare la controversia al fine di trovare una soluzione metodologica. Il suo famoso articolo del '44 (*The Controversy over Detailed Interviews - An Offer for Negotiation*) è una rielaborazione del rapporto che Lazarsfeld consegnò nel '42 a Kane.

Oltre a questioni personali, il conflitto era originato anche dalle diverse pratiche di ricerca impiegate nelle due divisioni. Gli intervistatori della Division of Polls, ad esempio, chiedevano agli intervistati di scegliere direttamente una delle modalità di risposta (come ancor oggi viene prescritto nei manuali di ricerca). Gli intervistatori che lavoravano per Likert, invece, erano istruiti a trascrivere fedelmente le reazioni degli intervistati e a scegliere al loro posto, in un secondo momento, la modalità di risposta più vicina al commento dell'intervistato.

Sebbene la procedura di Likert poteva introdurre delle distorsioni dal lato dell'intervistatore (la cui principale era fraintendere l'opinione dell'intervistato), tuttavia essa permetteva di rilevare e correggere molte delle distorsioni, dal lato dell'intervistato, che si producevano durante l'intervista (ad esempio incomprensione delle domande, incomprensione sull'uso delle modalità di risposta ecc. – Gobo 1997; 2006 e 2009), che secondo Likert doveva essere il più vicino possibile ad una conversazione. Egli aveva, infatti, battezzato la sua procedura «*fixed question/free answers*».

Likert era consapevole che per eseguire correttamente questi compiti l'intervistatore doveva essere adeguatamente addestrato, sia sul modo porre le domande suppletive (*probing*), sia a comprendere il senso delle dichiarazioni degli intervistati. A tal scopo, nel 1942, Likert chiese allo psicologo Carl Rogers (1902-1987), che a quel tempo era conosciuto per l'uso di tecniche «nondirettive» durante le sedute di psicoterapia, di addestrare gli intervistatori a comunicare con gli intervistati, a capirne le loro emozioni e le reazioni. I membri dello *staff* di Likert (in particolare Charles F. Cannell e Victor C. Raimy) impararono proprio da Rogers a formulare domande suppletive nondirettive e a utilizzare all'occorrenza pause e silenzi come strumenti di comunicazione.

I ricercatori della Division of Program Surveys dedicarono anche molta cura alle procedure di codifica dei materiali narrativi raccolti con le domande aperte, ma ben presto si accorsero di quanto queste procedure fossero lunghe e laboriose. Inoltre essi avevano l'abitudine di inserire nei rapporti di ricerca alcuni dei commenti degli intervistati, per meglio illustrare i tipi di risposte o le tipologie di intervistati, oppure di riportare in appendice le tre o quattro interviste più significative. Ovviamente il criterio adottato da Likert richiedeva più tempo e denaro di quello utilizzato da Wilson.

Terminata la seconda guerra mondiale la *survey methodology* si impose definitivamente nelle scienze sociali, nonostante vi fossero da più parti molte e giustificate riserve. Autorevoli personaggi come lo psicométrico McNemar, la politologa Rogers, lo

storico Schlesinger, gli scienziati sociali Trilling e Krutch furono molto caustici con i risultati di ricerche condotte con *survey*. Accuse di «atomismo» e di «empirismo astratto» vennero rispettivamente da Blumer e Wright Mills. Quest'ultimo, che pur aveva utilizzato dati quantitativi ne *White Collars* e *The Power Elite*, deprecava l'uso feticistico della *survey* che stava portando le scienze sociali verso un vuoto e dogmatico formalismo, perdendo per strada strumenti essenziali come l'analisi storica e il metodo comparato.

Tuttavia la *survey*, con le sue percentuali e l'aurea di scientificità, s'impose nel mondo accademico dove trovò in Lynd, Merton, Cantril, Stouffer, Gordon Allport, Marquis, sostenitori autorevoli quanto i suoi detrattori. Gli anni Cinquanta la consacrarono definitivamente nell'ambiente accademico. Ed è appunto dall'ambiente accademico che la *survey* riceve la sua piena legittimazione, in particolare nella più grande struttura accademica di sondaggi, il National Opinion Research Center diretto da Hyman, che proseguì proprio nella direzione opposta a quella indicata da Lazarsfeld e da Likert, puntando alla standardizzazione del comportamento dell'intervistatore e all'uso pressoché esclusivo di domande con modalità di risposta già codificate.

IX - IL DECLINO DELL'ATTENZIONE ALLA RACCOLTA DEI DATI

Dal 1960 molti scienziati sociali (ad esempio Cantril, Cartwright, Field, Hart, Lazarsfeld, Likert, Stouffer), che avevano dato un grosso contributo allo sviluppo delle tecniche di sondaggio, si ritirarono dal lavoro sul campo. Essi appartenevano all'era pre-computer in cui l'analisi dei dati veniva eseguita artigianalmente con carta e matita, con l'ausilio di semplici calcolatori da tavolo, schede ecc. Proprio con il loro ritiro si assiste a un rapido sviluppo delle tecniche di analisi dei dati, favorito dalla diffusione e dal continuo potenziamento dei mezzi di calcolo elettronico, che in poche ore sono in grado di produrre centinaia di tabulazioni incrociate o matrici di correlazione. In modo speculare si ridusse l'attenzione verso i problemi legati alla *raccolta* delle informazioni: «prima dell'era del computer, l'analisi dei dati richiedeva grandi investimenti di tempo e abilità, e quindi l'accuratezza nella raccolta dei dati era vista dal ricercatore come una garanzia che i propri sforzi non andassero spesi su dati distorti e poco attendibili» (Marradi 1984: 3).

Ora che in poche ore è possibile produrre centinaia di tabulazioni incrociate o matrici di correlazione, il bisogno psicologico di questa garanzia è stato quasi del tutto rimosso, tant'è che «leggendo i rapporti delle ricerche si ha l'impressione che tecniche statistiche sempre più sofisticate vengano applicate a dati sempre più scadenti, o inadeguati» (ibid.: 4).

A partire dagli anni Settanta poi declinò vistosamente anche la riflessione metodologica sullo strumento del questionario che tanto aveva occupato la scena negli anni Cinquanta. Questa ridotta attenzione ha portato a trascurare la presenza delle componenti *interattive* e degli elementi *situazionali* nelle pratiche di raccolta delle informazioni. Eppure «in teoria tutti i dati delle scienze sociali derivano da qualche forma di discorso o materiale testuale» (Cicourel 1982: 11).

A partire dagli Trenta il modello di *survey* sviluppatosi negli USA comincia a diffondersi in tutto il mondo; prima in Europa, poi in America Latina, Asia, Africa. Paesi che erano estranei a questa forma di conoscenza (come i Paesi asiatici e africani) cominciano a ospitare scienziati americani ed europei nelle loro università, con il compito di attivare programmi *survey* locali, oppure mandano i loro ricercatori e studenti a formarsi presso i centri di ricerca occidentali. L'adozione del modello della *survey* in questi Paesi si associa a un'idea di progresso: le tradizionali forme di conoscenza proprie delle culture locali vengono considerate obsolete e la *survey* si presenta come uno strumento di modernizzazione e avanzamento scientifico. Solo più tardi ci si accorgerà che in essa furono riposte speranze eccessive.

10.1. *Un nuovo sistema culturale globale*

La globalizzazione è stata definita come «l'emergere di un sistema culturale globale [...] che influisce su una varietà di sviluppi sociali e culturali» (Marshall 1998: 258). Uno di questi sistemi è stato senza dubbio la *survey* che si è avvalsa, come ricordano (Heath - Fisher - Smith 2005) dell'aumento degli scambi comunicativi fra i ricercatori di Paesi differenti, e dell'esportazione dei modelli tecnologici nei cosiddetti Paesi in via di sviluppo. Sono così nati i programmi di ricerca *survey* sovranazionali.

I primi sono stati quelli *commerciali*, ricerche sistematiche sull'opinione pubblica nate dall'iniziativa di George Gallup già fra le due guerre mondiali (Worcester 1987; Bulmer 1998; Osborne - Rose 1999; Heath - Fisher - Smith 2005). Il suo approccio fu esportato in UK nel 1937 e in Francia nel 1938, per poi diffondersi rapidamente durante gli anni della seconda guerra mondiale in altri Paesi industrializzati come Australia, Canada, Danimarca, Svizzera, Olanda, Germania Ovest, Finlandia, Norvegia, e Italia nel 1946 (Worcester 1987; Heath, Fisher e Smith 2005).

Agli inizi degli anni Ottanta sondaggi politici furono condotti in quasi tutte le democrazie occidentali e in un crescente numero di Paesi comunisti o/e meno sviluppati (Crespi 1989; Heath, Fisher e Smith 2005); oggi l'ultima rilevazione (2006) del programma Gallup *The Voice of the People* (<http://www.voice-of-the-people.net>), include 65 paesi, fra cui alcuni del Medio Oriente, Asia occidentale e Africa.

Successivamente ai sondaggi commerciali, sono nate le *survey* accademiche. Alcuni fra i primi istituti furono il Bureau for Applied Social Research, fondato nel 1944 da Lazarsfeld alla Columbia University di New York, e il Survey Research Center (SRC) alla University of Michigan fondato nel 1946 da Likert e Angus Campbell.

I *Michigan Studies* del SRC (successivamente gli *American National Election Studies* o ANES) differiscono dai *Columbia studies* per l'uso di campioni probabilistici relativamente piccoli ma rappresentativi a livello nazionale, di domande standardizzate e in gran parte a risposta predeterminata, focalizzandosi sulle «motivazioni» individuali delle preferenze partitiche, attraverso interviste faccia-a-faccia [...]. In breve tempo i *Michigan Studies* sono diventati la regola aurea nelle ricerche elettorali (Heath - Fisher - Smith 2005).

Il modello dei *Michigan Studies* è stato esportato, proprio come avvenne con i *Gallup studies*, attraverso i contatti con gli studiosi di altri Paesi: Francia (1949), Svezia (1956), Germania (1961), UK (1963), Norvegia (1965), India (1967), Olanda (1971). Negli ultimi vent'anni c'è stata una rapida diffusione degli studi elettorali in tutto il mondo: ad esempio i Comparative Study of Electoral Systems (CSES, <http://www.umich.edu/~cses>), ora coprono più di cinquanta Paesi, fra cui Ucraina, Israele, Corea, Thailandia e Perù. Come Heath, Fisher e Smith (2005) segnalano:

mentre negli anni Cinquanta e Sessanta la ricerca accademica sull'opinione pubblica era largamente relegata a una manciata di Paesi occidentali industrializzati, dall'inizio degli anni Ottanta questa tradizione è cresciuta sino a includere la maggior parte di quelli americani e europei, sebbene molti di questi sono ancora quelli più benestanti. La copertura dei Paesi dell'America Latina e dell'Asia è cominciata negli anni Novanta, e l'Africa e il Medio Oriente hanno iniziato a ospitare ricerche sistematiche sull'opinione pubblica solo negli ultimi cinque anni.

Un forte impulso alla globalizzazione della ricerca *survey* venne anche dalle ricerche sulla cultura civica, un settore degli studi comparativi sull'opinione pubblica. Come ricorda Norris (2009), le prime ricerche nacquero nell'immediato dopoguerra: nel 1948 *How Nations See Each Other* di William Buchanan e Hadley Cantril (l'edizione del 1953 fu sponsorizzata dall'UNESCO e coinvolse 9 Paesi); nel 1956 la International Stratification Survey (ISS) diretta dai sociologi Ganzeboom e Nieuwbeerta; nel 1957 la Pattern of Human Concerns survey sempre di Cantril; infine il Civic Culture Study di Gabriel Almond e Sidney Verba nel 1959.

In Europa, nel 1962 Jacques-Rene Rabier, nel suo ruolo di direttore generale della Stampa e Informazione per la Comunità europea, guidò la prima *survey* sovranazionale (5 Paesi) sugli atteggiamenti di massa verso l'integrazione europea e le istituzioni, come precursore dell'Eurobarometro (1970). Gli anni Settanta vedono così lo svilupparsi dei maggiori programmi di ricerca che portano alla globalizzazione della *survey*: oltre al già citato Eurobarometro e relative *survey* dell'Unione Europea, l'European Election Study (1979), l'European Values Survey e la World Values Survey (1981), l'International Social Survey Program (1985), i Global Barometers (1990), il Comparative National Elections Project (1990), l'European Voter e il Comparative Study of Electoral Systems (1995), l'European Social Survey (2002), il Transatlantic Trends survey (2002), il Pew Global Attitudes project (2002), e il Gallup World Poll (2005), l'East Asian Social Survey (2003). Per fare solo due esempi del processo di «contaminazione», il World Values Study (WVS), sotto la direzione di Ronald Inglehart passò da 22 Paesi nel 1981 a 41 nel 1991. Successivamente

la terza rilevazione del WVS fu condotta in 55 Paesi tra il 1995-1996. La quarta, in 59 Stati, avvenne tra il 1999 e 2001. Il WVS rappresenta un'inchiesta mondiale sul cambiamento politico e socio-culturale. Questo progetto ha condotto *survey* nazionali rappresentative sui valori e credenze del pubblico in più di 90 Paesi indipendenti, contenenti più del 88% della popolazione mondiale e coprendo tutti e sei i continenti [...]. L'International Social Survey Program (ISSP) partì nel 1985 con l'obiettivo di allargare la collaborazione fra nazioni e riunendo i precedenti progetti di scienze sociali. L'ISSP coordina gli obiettivi di ricerca del consorzio, fornendo una

prospettiva transnazionale a studi (che sarebbero di per sé) individuali e nazionali. L'ISSP iniziò con 6 Paesi ma gradualmente è cresciuto sino a coprire gli atteggiamenti di 43 nazioni, fra cui molte società industriali e post-industriali (Norris 2009).

Oltre che per mezzo degli scambi e delle comunicazioni, la diffusione mondiale di un modello di conoscenza basato sulla *survey* avviene anche attraverso la costruzione di un particolare sistema culturale, fatto di valori, norme, convenzioni, standard e procedure: «standard mondiali per la ricerca *survey* sono stati adottati dall'*International Organization on Standardization* e dalle più importanti associazioni professionali (American Association for Public Opinion Research, ESOMAR, e la World Association for Public Opinion Research)» (Smith e Jibum 2006). In particolare la General Social Survey (GSS), nata nel 1971 all'interno del *National Opinion Research Center* dell'Università di Chicago a opera di James A. Davis, ha abbracciato un nuovo modello di ricerca sociale, un'infrastruttura per le scienze sociali, che è stata esportata dagli USA alla Germania (1980), Gran Bretagna (1983), Canada (1985), Australia, Polonia e recentemente nell'Asia dell'Est come Taiwan (1990), Cina e Corea (1996), Giappone (2000). Come affermano Smith e Jibum (2006) «il seme originale del GSS ha germogliato non solo una grande quercia, ma un'intera foresta di *survey* rigogliose e ricerche cariche di frutti».

Riguardo gli standard, l'americana GSS dirige una collana di *Methodological Report* con oltre 100 paper che coprono virtualmente tutti gli errori *survey* (ad esempio la terminologia, l'ordine e il contesto delle domande, il *nonresponse* ecc.). In aggiunta questo sistema culturale fornisce una serie di procedure e condotte standard:

1) tecniche per tradurre e livello di competenza dei traduttori, 2) tipo e durata dell'addestramento per i ricercatori sul campo, 3) livelli di validazione per controllare i dati da loro raccolti, 4) il loro uso di identificativi, 5) notifiche che il potenziale intervistato deve ricevere, 6) documentazione dell'uso degli incentivi per gli intervistati, 7) garanzie sulla riservatezza, e quali documenti devono essere conservati e per quanto tempo (Smith e Jibum 2006).

10.1.1. I Barometri Globali

Tuttavia l'esempio più lampante dell'avvenuta globalizzazione della ricerca *survey* sono i *Barometri*. Seguendo il modello dell'Eurobarometro (http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm), ne sono sorti altri quattro, coprendo così tutti i continenti. Essi rilevano gli atteggiamenti verso la democrazia, il governo, l'economia, la partecipazione politica, l'identità nazionale, con uno speciale approfondimento sulle democrazie più recenti (delle nazioni in via di sviluppo).

Il *Latinobarometro* (<http://www.latinobarometro.org/>) ha iniziato a operare nel 1995. Esso consiste in una *survey* annuale sull'opinione pubblica che coinvolge circa 19.000 intervistati, in 18 Paesi dell'America Latina, che rappresentano più di 400 milioni di abitanti.

L'*Afrobarometro* (<http://www.afrobarometer.org/>) fu iniziato da Michael Bratton, Robert Mattes e E. Gyimah-Boadi, i quali svilupparono una rete di sondaggi in mol-

ti Paesi, tra cui il Mali, la Tanzania e lo Zambia, che non avevano mai avuto in precedenza *survey* sociali scientifiche sugli atteggiamenti politici e sociali. L'Afrobarometro ha finora condotto tre rilevazioni su campioni probabilistici nazionali, coprendo 18 Paesi africani.

Il *Barometro dell'Est Asiatico* (<http://www.eastasiabarometer.org/>) ha iniziato a operare nel 2000 sulla falsariga degli altri tre, monitorando gli atteggiamenti pubblici nei confronti dello sviluppo democratico e politico di 8 nazioni, coordinate da Yun-han Chu di Taiwan. Nel 2006 il progetto si è ingrandito diventando *Asiabarometro* e coprendo 17 nazioni (Giappone, Mongolia, Corea del Sud, Taiwan, Hong Kong, Cina, Filippine, Thailandia, Vietnam, Cambogia, Singapore, Indonesia, India, Pakistan, Bangladesh, Sri Lanka e Nepal).

Infine, sotto la direzione dell'Università del Michigan, nel 2005 l'*Arabobarometro* (<http://www.arabbarometer.org>) rileva gli atteggiamenti economici e politici in 5 società arabe (i Territori Palestinesi, Giordania, Marocco, Algeria e Kuwait).

Come già per il GSS, il progetto del Globalbarometro (<http://www.globalbarometer.org/>) sta cercando di rafforzare la collaborazione al fine di usare metodi e terminologie coerenti, costruendo così di fatto il sistema culturale della *survey*, esportato dall'Occidente all'Oriente, e da Nord a Sud.

XI - IL RITORNO ALL'ETÀ DELL'ORO

La *survey* raggiunse il suo apogeo tra il 1930 e il 1940. Studiosi come Lazarsfeld e Likert le fecero fare un salto di qualità. Tuttavia non tutte le loro proposte metodologiche furono prese in considerazione e applicate. Anzi alcune di queste (come l'analisi dei casi devianti, l'uso massiccio di domande a risposta libera ecc.) aspettano ancora di essere *riscoperte*. Il loro impiego avrebbe potuto cambiare il corso della *survey* ed evitare molte delle critiche che essa si attirò negli anni Sessanta. Ritornare all'età dell'oro della *survey* significa tornare a un'epoca in cui raccolta e analisi dei dati procedevano insieme, e un buon bilanciamento fra le due era pratica costante. Sfortunatamente la lezione di Lazarsfeld e di Likert sembra scomparsa.

Ovviamente negli anni Settanta e Ottanta altri studiosi (come Campbell, Cronbach, Kinsey, Converse, Galtung, Belson, Pawson, Marradi, Blaikie, Lutynska and Lutynski, Noelle-Neumann, Schuman, Bradburn, Sudman e molti altri) fornirono contributi importanti per migliorare la *survey*. Tuttavia sono applicati da un numero marginale di ricercatori.

VIII - DALLE DOMANDE ALLE RISPOSTE: UMANIZZARE LA SURVEY

La riscoperta di questi contributi permetterebbe, invece, di costruire un nuovo modello di *survey* che prenda maggiormente in considerazione gli elementi internazionali presenti in un'intervista, gli aspetti della situazione sociale in cui essa si sviluppa, i sentimenti degli intervistati, i loro modi di ragionare (pensiero) e di esprimersi (lin-

guaggio). In un'unica espressione occorre 'umanizzare la *survey*', sul modello dei lavori dei primi anni Settanta dello psicologo Americano Mahlon Brewster Smith (*Humanizing Social Psychology*) e del sociologo polacco Zygmunt Gostkowski (*Toward empirical humanization of mass survey*). «Umanizzare» significa considerare le relazioni sociali (proprie della situazione d'intervista e, in generale, di ogni processo di raccolta dei dati) come risorse per il miglioramento della qualità dei dati.

Mentre le correnti dominanti nella letteratura (influenzata dal paradigma behaviorista) sono ancora concentrate sulle domande, sul comportamento dell'*intervistatore* e sulle modalità di somministrazione (CATI, CAWI, CASI ecc.), un nuovo modello di *survey* (traendo spunto dal contributo della svolta cognitiva degli anni Ottanta) dovrebbe basarsi sulle risposte e sul comportamento dell'*intervistato*, prendendone in considerazione i processi cognitivi e comunicativi che intervengono durante la somministrazione del questionario. Questo significa passare *dalle domande* (gli intervistatori) *alle risposte* (gli intervistati). Vediamone la logica.

L'intervista con questionario è una forma poco frequente di interazione sociale. A meno di non essere stati reclutati in un *panel*, potrà capitare una o due volte nella vita di essere intervistati. Probabilmente proprio questa sporadicità non ha stimolato i ricercatori a considerare l'intervista con questionario un evento *comunicativo*, un comportamento, un fare, anziché un semplice evento *informativo*.

Per questo motivo riservare pari attenzione agli aspetti comunicativi e cognitivi dell'intervista con questionario è abbastanza innovativo rispetto all'impostazione dominante. Per influenza del behaviorismo, in letteratura si sono a lungo privilegiati gli aspetti relativi al comportamento dell'intervistatore. Il behaviorismo, che ha avuto fra i suoi precursori Thorndike (1898; 1903) e Pavlov (1927), e fra i suoi maggiori esponenti Watson (1914), Tolman (1932), Hull (1943) e Skinner (1957), interpretava l'interazione come un processo di stimolo-risposta; più precisamente, in uno scambio comunicativo assegnava allo stimolo un ruolo preponderante, mentre la risposta (detta appunto reazione o riflesso) veniva considerata una mera reazione allo stimolo stesso. In questa prospettiva, per spiegare il comportamento non abbiamo bisogno di ricorrere a concetti come quello d'intelligenza o di comprensione, impossibili da osservare, ma ad alcuni semplici principi che fissino le modalità con cui si stabiliscono le connessioni fra stimolo e risposte.

Questo approccio ha caratterizzato per lungo tempo i sondaggi: soltanto il comportamento dell'intervistatore (colui che produce lo stimolo) e le domande (gli stimoli) hanno infatti ricevuto la dovuta attenzione. In particolare negli anni Cinquanta e Sessanta si sono studiate quasi esclusivamente l'influenza delle caratteristiche dell'intervistatore (etnia, genere, *status* sociale, età, aspetto esteriore) sulle risposte, e le reazioni psicologiche dell'intervistato di fronte agli argomenti delle domande. L'intervistato (il "rispondente" appunto) veniva concepito semplicemente come uno schedario, una banca-dati, una macchina che formula risposte (Bokszanski - Piotrowski 1980: 46). Si è trascurato il fatto che l'intervista è un'interazione, che avviene in una situazione sociale e che le cognizioni dei soggetti intervistati giocano un ruolo attivo, trasformando il questionario.

Solo negli anni Ottanta, sull'onda della svolta cognitivista, si è concentrata l'attenzione sui ragionamenti degli intervistati e si è messa in discussione la supposta univocità

semantica dello stimolo. Il contributo cognitivista ha quindi spostato l'attenzione dal comportamento dell'intervistatore a quello dell'intervistato, in altre parole *dalle domande alle risposte*.

XIV - CONCLUSIONE

Se aprissimo un qualsiasi manuale, alla voce 'survey' troveremmo pressappoco la seguente definizione: un metodo di ricerca basato su

- 1) un'intervistata standardizzata con
- 2) un questionario di domande con risposte predeterminate.

Questa definizione corrisponde correttamente alle pratiche di ricerca sondaggistiche contemporanee. Tuttavia la presenza di queste due caratteristiche non è ontologicamente costitutiva della *survey*, in quanto essa almeno fino al 1940 non le contemplava *necessariamente*. L'attuale sistema culturale della *survey*, che si è diffuso in tutto il mondo contribuendo al processo di globalizzazione dei saperi, è stato il prodotto di un modo molto particolare di concepire l'inchiesta sociale che ha le sue radici nel behaviorismo. Questo modello ha però diversi limiti che, a lungo andare, hanno indebolito la *survey*, sia dal punto scientifico (ad es. le critiche degli approcci qualitativi) sia dal punto di vista culturale (un progressivo disincanto dell'opinione pubblica nei suoi confronti). Cosa dobbiamo ancora aspettare per cambiare?

GIAMPIETRO GOBO

*Dipartimento di Studi sociali e Politici
Università degli Studi di Milano*

BIBLIOGRAFIA

- ATKINSON P. - SILVERMAN D.
 (1997) *Kundera's Immortality: The Interview Society and the Invention of Self*, in «Qualitative Inquiry», 3, 3, pp. 324-45.
- BOKSZANSKI Z. - PIOTROWSKI A.
 (1980) *Sociolinguistic Aspects of Questionnaire Interview Application*, in «The Polish Sociological Bulletin», LII, 4, pp. 45-60.
- BULMER M.
 (1998) *The problem of exporting social survey research*, in «American Behavioral Scientist», 42, pp. 153-167.
- CAPECCHI V.
 (1972) *Struttura e tecniche della ricerca*, in Rossi P. (a cura di), *Ricerca sociologica e ruolo del sociologo*, Il Mulino, Bologna, pp. 23-120.
- CICOUREL A.V.
 (1982) *Interviews, Surveys, and the Problem of Ecological Validity*, in «The American Sociologist», XVII, pp. 11-20.
- CONVERSE J.M.
 (1987) *Survey Research in the United States: Roots and Emergence 1890-1960*, University of California Press, Berkeley.
- CONVERSE J. M. - SCHUMAN H.
 (1974) *Conversations at Random: Survey Research as Interviewers See it*, Wiley, New York.
- CRESPI I.
 (1989) *Public opinion polls*, in Barnouw E. (ed.), *International Encyclopedia of Communications*, Oxford Press, New York.
- DRAGHI S.
 (2003) *Elogio del voto di paglia. Ascesa e declino degli straw votes*, Dip. Studi Sociali e Politici, Università di Milano, paper.
- DURKHEIM E.
 (1897) *Le suicide: etude de sociologie*, Alcan, Paris.
- GANGEMI G.
 (1982) *Le ricerche di massa: tecniche e distorsioni*, in «Politica ed Economia», XIII, 12, pp. 33-42.
- GEERTZ C.
 (1966) *The Impact of the Concept of Culture on the Concept of Man*, in Platt J.R. (ed.), *New View on the Nature of Man*, Chicago University Press, Chicago, pp. 93-118.
- GILLI G. A.
 (1971) *Come si fa ricerca*, Mondadori, Milano.
- GOBO G.
 (1997) *Le risposte e il loro contesto. Processi cognitivi e comunicativi nelle interviste standardizzate*, Angeli, Milano.

- (2006) *Set them free. Improving data quality by broadening interviewer's task*, in «International Journal of Social Research Methodology», 9, 4, October, pp. 279-301.
- (2009) *Ritorno a Likert. Verso una survey discorsiva*, in «Sociologia e Ricerca Sociale», XXX, 88, pp. 5-28.
- GOODE W. - HATT P.K.
 (1952) *Methods in Social Research*, McGraw-Hill, New York, trad. it. *Metodologia della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1962.
- GOSNEL H.F.
 (1927) *Getting out the Vote: An Experiment in the Stimulation of Voting*, University of Chicago Press, Chicago.
 (1937) *Machine Politics: Chicago Model*, Chicago: University of Chicago Press.
- GOSTKOWSKI Z.
 (1966) *Some assumptions and postulates concerning the empirical research of the research techniques in sociology*, in «Polish Sociological Bulletin», 1.
- GUIDICINI P.
 (1968) *Manuale della ricerca sociologica*, Angeli, Milano.
- GUBRIUM J.F. - HOLSTEIN J. (ED.)
 (2001) *Handbook of Interview Research*, Sage, Thousand Oaks, Ca.
- HEATH A. - FISHER S. - SMITH S.
 (2005) *The Globalisation of Public Opinion Research*, Working Paper, Number 109.
- HAMILTON G.V.
 (1929) *A Research in Marriage*, Albert & Charles Boni, New York.
- HULL C.L.
 (1943) *Principles of Behavior*, Appletton Century Crofts, New York.
- LIKERT R.
 (1932) *A Technique for the measurement of attitudes*, in «Archives of Psychology», monografia, 140.
- MARRADI A.
 (1980/1981) *Misurazione e scale: qualche riflessione e una proposta*, in «Quaderni di Sociologia», XXIX, 4, pp. 595-639
 (1984) *Concetti e metodo per la ricerca sociale*, La Giuntina, Firenze, II edizione.
 (1990) *Fedeltà di un dato, affidabilità di una definizione operativa*, in «Rassegna Italiana di Sociologia», XXXI, 1, pp. 54-96.
- MARSHALL G.
 (1998) *Oxford Dictionary of Sociology*, Oxford University Press Oxford.
- McCLOSKEY H.
 (1967) *Survey Research in Political Science*, in Glock C. (ed.), *Survey Research in the Social Sciences*, Sage, New York, pp. 63-143.
- MERRIAM C.E. - GOSNELL H.F.
 (1924) *Non-Voting: Causes and Methods of Control*, University of Chicago Press, Chicago.

- Moser C.A. - Kalton G.
(1951) *Survey Methods in Social Investigation*, Heinemann, London.
- Norris P.
The globalization of comparative public opinion research, in Robinson N. -
Landman T. (ed.),
(2009) *Handbook of Comparative Politics*, Sage, London.
- Parsons T.
(1951) *The Social System*, The Free Press, Glencoe, Ill.
(1959) *An Approach to Psychological Theory in Terms of the Theory of Action*, in
Koch S. (ed.), *Psychology: A Study of Science*, McGraw Hill, New York, vol.
III, pp. 612-711.
- Pavlov I.P.
(1927) *Conditioned Reflexes*, Clarendon Press, London.
- Perrone L.
(1977) *Metodi quantitativi della ricerca sociale*, Feltrinelli, Milano.
- Pitrone M.C.
(1984) *Il sondaggio*, Angeli, Milano.
- Reisman D. - Benney M.
(1956) *Asking and Answering*, in «Journal of Business of the University of
Chicago», 29, pp. 225-236.
- Rice S.A.
(1929) *Contagious bias in the interview: a methodological note*, in «American
Journal of Sociology», 35, pp. 420-423.
- Ricolfi L.
(1985) *Operazioni di ricerca e scale*, in «Rassegna Italiana di Sociologia», XXVI, 2.
- Robinson C.
(1932) *Straw votes. A study of political prediction*, Columbia University Press, New
York.
- Seger I.
(1970) *La sociologia moderna illustrata*, Rizzoli, Milano.
- Silverman D.
(1997) *Qualitative Research: Theory Method and Practice*, Sage, London.
- Skinner B.F.
(1957) *Verbal Behavior*, Appletton Century Crofts, New York.
- Smith T.
(1990) *The first straw? A study of the origins of the election poll*, in «Public
Opinion Quarterly» 54, 1, pp. 21-36.
- Smith T. - Kim J.
(2006) *The Globalization of Survey Research*, Paper presented at the annual mee-
ting of the American Sociological Association, TBA, New York.
- Teer F. and Spence J.
(1973) *Political Opinion Polls*, Hutchinson, London.

Thorndike E.L.

(1898) *Animal Intelligence: an Experimental Study of the Associative Processes in Animals*, in «Psychological Monographs», II, 4.

(1903) *Educational Psychology*, Lemcke and Beuchner, New York.

Tolman E.C.

(1932) *Purposive Behavior in Animals and Men*, Appleton Century Crofts, New York.

Watson J.B.

(1914) *Behavior. An Introduction to Comparative Psychology*, University of Chicago Press, Chicago.

White L.D.

(1929) *The Prestige Value of Public Employment in Chicago*, University of Chicago Press, Chicago.

(1932) *Further Considerations to the Prestige Value of Public Employment*, University of Chicago Press, Chicago

Worcester R.M.

(1987) *The internationalization of public opinion research* in «The Public Opinion Quarterly», 51: pp. 79-85

