



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento per le Politiche di Coesione

In collaborazione con



Ministero dell'istruzione



Progetto finanziato con il sostegno di





A Scuola di
OPENCOESIONE

LA RICERCA SUL CAMPO: I DATI PRIMARI

DATI PRIMARI: METODI DI RACCOLTA



Come accennato nella Lezione 1.2, utilizzare dati primari significa raccogliarli **in prima persona**.

Lo si può fare in **diversi modi**: osservando e prendendo note organizzate, registrando interviste, misurando attività e comportamenti, somministrando questionari.

Le informazioni che si possono raccogliere sono infinite, perciò è importante conoscere bene i principali metodi di raccolta di dati primari per organizzarsi al meglio.

METODI DI RACCOLTA DI DATI PRIMARI

QUESTIONARIO



I **questionari** sono utili per raccogliere grosse quantità di dati, sui quali poter fare analisi quantitative e qualitative.

QUESTIONARIO: VANTAGGI

- Poco costoso
- Efficace per strutturare la ricerca in fase di analisi sul territorio
- Buona qualità delle risposte (attendibilità delle informazioni)



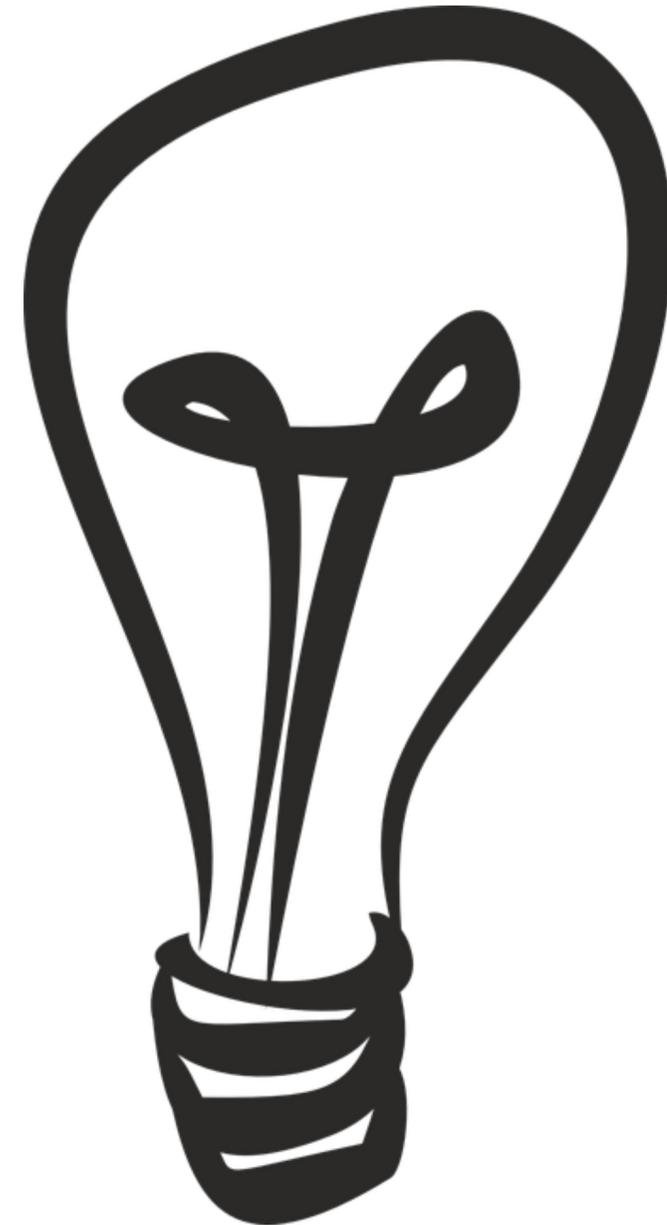
QUESTIONARIO: SVANTAGGI

- Occorre disegnarlo accuratamente
- Potrebbe essere poco accattivante
- E' un metodo impersonale (problemi – risolvibili – di autenticità)



QUESTIONARIO: COSA SAPERE

- Individuare l'**universo di riferimento**
- Dare **istruzioni chiare** per la compilazione
- Capire quali **variabili** vogliamo investigare e trasformare queste informazioni in buone domande
- Scegliere se utilizzare domande **chiuse** o **aperte**
- Utilizzare eventualmente **strumenti online** (es. LimeSurvey, SurveyMonkey, Google Forms)





Le **interviste** sono molto utili per raccogliere informazioni specifiche, che magari conoscono solo alcune persone, o per raccogliere conoscenza molto approfondita.

INTERVISTA: VANTAGGI E SVANTAGGI

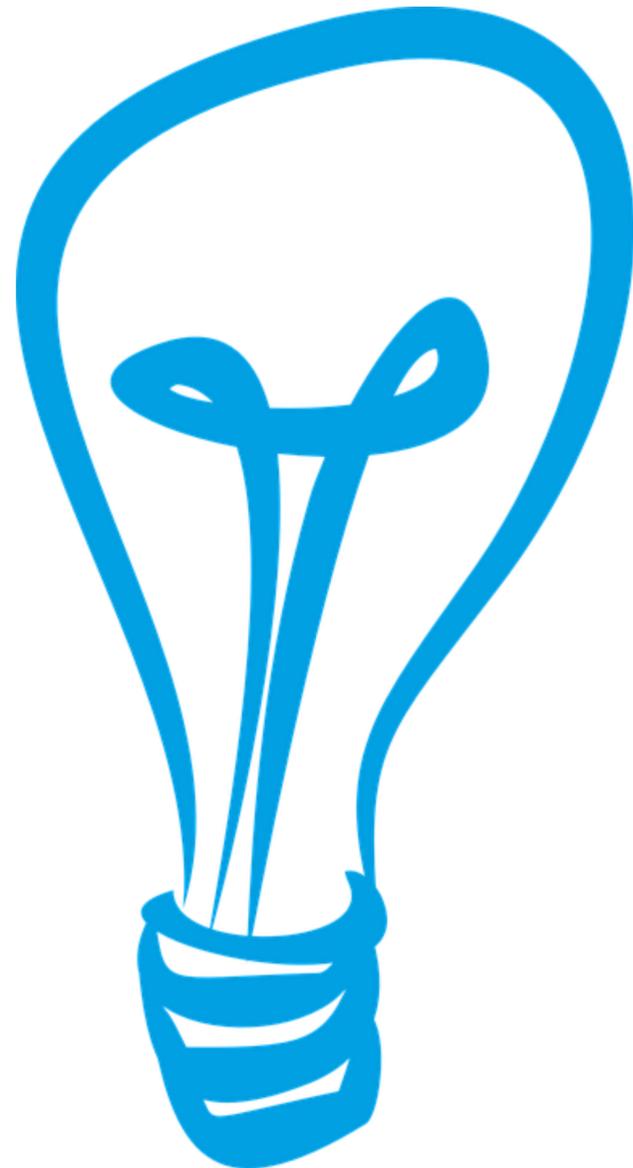


- Strumento più flessibile di tutti
- Vicinanza con l'intervistato che permette di cogliere molte sfumature



- Più complessa da organizzare
- Più complessa da analizzare
- Rischio di "sviare" da parte dell'intervistato

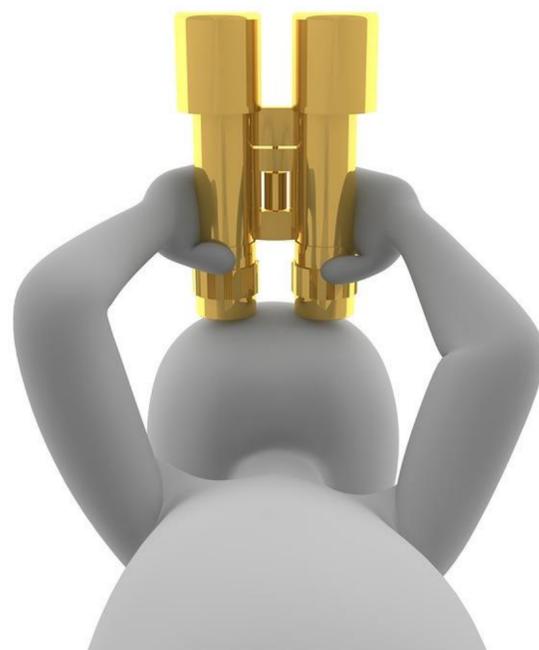
INTERVISTA: COSA SAPERE



- Le interviste possono essere **strutturate, semi-strutturate** o **non strutturate**, cioè avere uno schema di domande più o meno preciso
- Possono essere condotte **di persona** (face-to-face), ma anche **al telefono** o su **Skype**
- Se non registrate l'intervista, prendete molte **note**; se volete registrare l'intervista, chiedete prima il **consenso** all'intervistato
- Le interviste andrebbero **trascritte** per poi essere **analizzate** secondo uno schema/codice

OSSERVAZIONE

L'**osservazione distaccata o partecipata** può essere molto utile per osservare le condizioni di particolari luoghi, eventi e attività.



OSSERVAZIONE: VANTAGGI E SVANTAGGI



- Ottimo metodo per capire un territorio nel suo complesso
- Più “neutrale” rispetto all’oggetto della ricerca
- Buon modo per ottenere info preliminari



- Una buona osservazione richiede tempo
- Poco utile se il contesto che si osserva cambia spesso

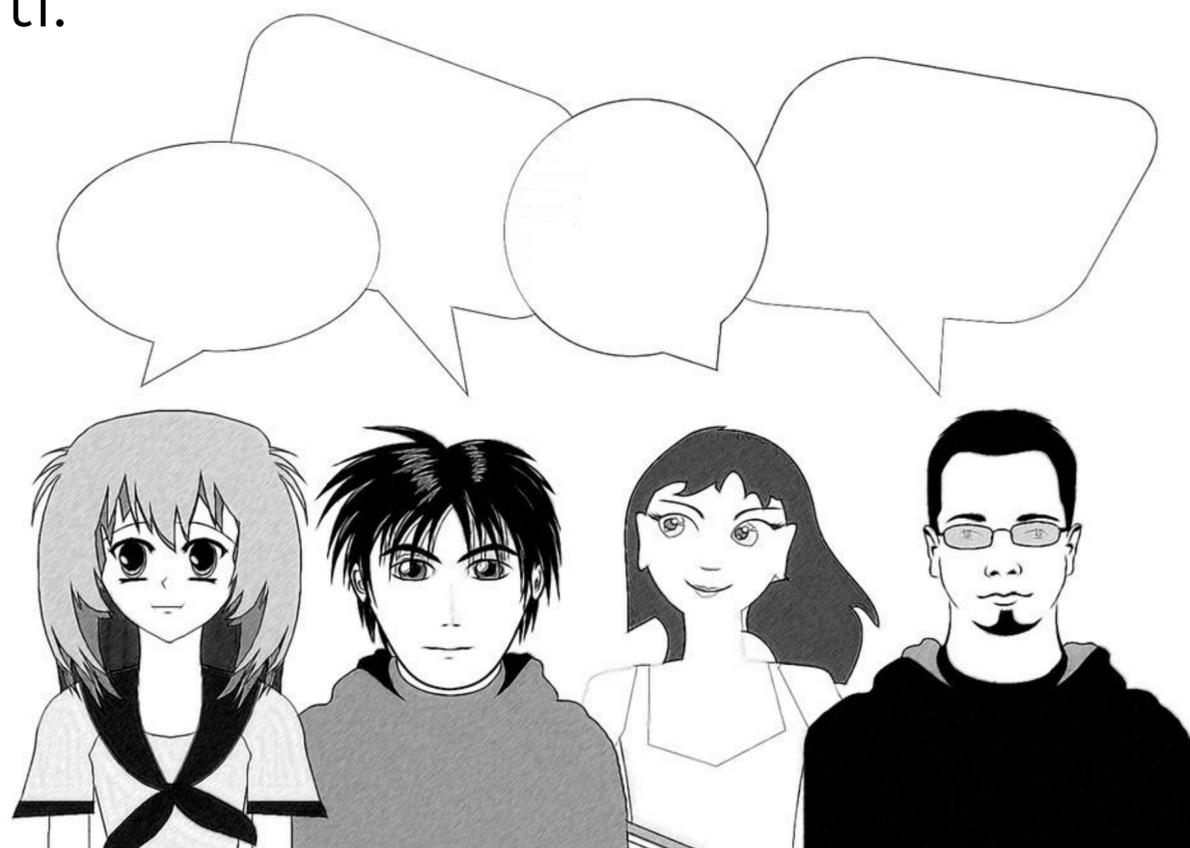
OSSERVAZIONE: COSA SAPERE

- L'osservazione può essere **pura** (non si interagisce col contesto) o **partecipata** (si interagisce)
- E' utile fare una **lista preliminare** delle cose da osservare prima di andare sul territorio
- Provare a **ottenere l'accesso** a siti importanti da osservare
- **Organizzare le informazioni** in forma strutturata



FOCUS GROUP

Il **focus group** è un tipo di “intervista di gruppo” che si concentra sull’analisi in profondità di un determinato tema, non solo attraverso domande a diversi partecipanti, ma anche attraverso l’interazione tra gli stessi partecipanti.



FOCUS GROUP: VANTAGGI E SVANTAGGI



- Combina la flessibilità dell'intervista con l'interazione tra i partecipanti
- Ottimo metodo per investigare un tema in profondità



- Difficile da organizzare
- Interazioni tra partecipanti non semplici da gestire

FOCUS GROUP: COSA SAPERE

- Bisogna essere **buoni moderatori** ed evitare che alcuni partecipanti dominino la discussioni rispetto ad altri
- Importante **chiarire l'obiettivo** del focus group
- Cercare di **far emergere la diversità e i punti di vista divergenti** o non inizialmente previsti dalle domande



DIARI O REGISTRI

I **diari o registri** sono una particolare forma di osservazione che permette di raccogliere informazioni molto dettagliate riguardo a uno specifico comportamento.

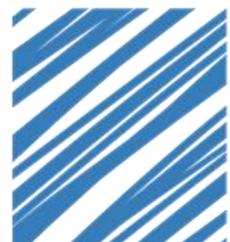
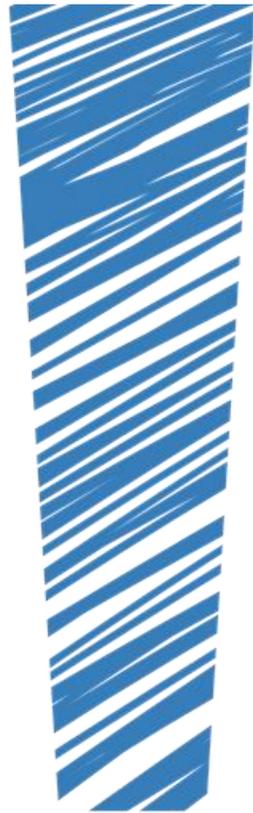


CONTENT ANALYSIS



La **content analysis** è l'analisi sistematica e quantitativa dei testi. Se una grossa parte delle informazioni raccolte è in formato testuale, l'analisi sistematica dei contenuti può essere molto efficace, per capire se ci sono degli elementi ricorrenti.

PRONTI ALLA RICERCA SUL CAMPO...



Adesso tocca a voi!
Scegliete con cura il metodo di
raccolta dei dati primari che
ritenete più utile ed efficace ai fini
della vostra ricerca.



LA RICERCA SUL CAMPO: I DATI PRIMARI



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento per le Politiche di Coesione

In collaborazione con



Ministero dell'istruzione



Progetto finanziato con il sostegno di

