

L'indagine campionaria: le interviste telefoniche

È l'ora di cena. Il telefono squilla: "Qualcuno vuole venderci qualcosa per telefono. No, questa volta è un'intervistatrice". Probabilmente la tua intenzione iniziale è di non collaborare all'intervista.

L'intervistatrice spiega che la tua famiglia è stata selezionata casualmente e che le tue risposte sono determinanti per l'esito della ricerca. Cosa rispondere? In genere, in queste circostanze, sorgono spontanee alcune domande del tipo: l'intervistatrice come ha avuto il tuo numero di telefono? E perché ha detto che era così importante che la tua famiglia collaborasse all'indagine? Nel documento che segue tenteremo di dare una risposta alla prima domanda.

Telefonate a casa

Le interviste telefoniche consentono una reale "rappresentatività" di tutte le famiglie? E in quale misura? Oggi il telefono fisso è presente nella quasi totalità delle case, tuttavia, esistono ancora nuclei familiari che ne sono privi. Spesso si tratta di famiglie o di soggetti emarginati, con reddito basso; se l'ambito della ricerca riguardasse anche questi soggetti, l'omissione delle famiglie che non hanno un telefono ne vizierebbe i risultati. Gli effetti fuorvianti che ne derivano non sono il solo aspetto da prendere in considerazione quando si riflette sull'opportunità di effettuare indagini telefoniche; il costo, il tempo e soprattutto la qualità dei risultati che si possono ottenere sono altrettanto importanti.

Le ricerche telefoniche richiedono un tempo relativamente breve, sono meno costose di quelle personali (*face to face*) e garantiscono comunque la presenza dell'intervistatore, anche se con tutti i limiti derivanti dall'interazione telefonica; per tutti questi motivi sono molto utilizzate. Le interviste postali sono ancor meno costose delle interviste telefoniche ma richiedono più tempo per avere le risposte e deve essere messo in conto il rischio dell'autoselezione del campione.

Utilizzo di numeri completamente casuali

In un paese come gli Stati Uniti dove gli elenchi telefonici riportano soltanto i numeri di telefono di quanti ne hanno fatto esplicita richiesta (in Italia la situazione è esattamente l'opposto, si deve fare richiesta per non figurare) il problema della copertura per quello che riguarda le indagini telefoniche è serio; solo un numero di telefono su 5 è riportato negli elenchi. L'utilizzo di numeri telefonici generati casualmente evita i problemi di parzialità precedentemente indicati ma richiede di fare molte chiamate con il rischio di contattare anche numeri non attivi per ottenere il campione richiesto. I numeri di telefono fuori servizio sono accompagnati da una segreteria della compagnia telefonica che informa della disfunzione ma ogni contatto extra fa aumentare i tempi della ricerca. Le statistiche dimostrano che mantenendo uno stesso prefisso la digitazione di numeri casuali funziona soltanto per il 20-25%, ciò che rende questo procedimento troppo costoso.

Un'idea intelligente

Per ovviare a questo problema, lo statistico Warren Mitofsky ha sviluppato un metodo basato sulla clusterizzazione dei numeri di telefono, migliorando notevolmente l'indagine telefonica e riducendone i costi nel caso di campioni molto estesi. L'approccio prevede due fasi; nella prima fase viene generato un campione relativamente piccolo tramite chiamate casuali digitando a caso 4 suffissi in aree di cui si conoscevano codice postale e prefisso. Solo il 25% di questi risultarono numeri funzionanti. Nella seconda fase gli intervistatori chiamano esclusivamente numeri telefonici generati casualmente ma con i primi due numeri del suffisso uguali. Grazie a questo metodo il campionamento telefonico è divenuto notevolmente più efficiente. Mitofsky, non troppo sicuro delle proprietà statistiche di questa tecnica, chiese a un collega, Joseph Waksberg, di ottimizzarla. Waksberg, in effetti, ne ricavò molte utili proprietà e fu così che essa venne denominata il “*Metodo a due fasi di Mitofsky-Waksberg*”, destinato a divenire presto un approccio standard per il campionamento telefonico delle famiglie.

Un'altra idea intelligente

La tecnica appena presentata non mancava però di difetti e i ricercatori continuarono a cercare altri modi per selezionare i campioni in maniera più efficiente. Essi tornarono al metodo delle *directories* telefoniche potenziandolo in modo tale da includervi le intuizioni di Mitofsky; nacque così il metodo della “lista assistita” basato su una lista commerciale come punto di partenza per il campionamento. Questo metodo è chiamato “lista assistita” perché la selezione casuale viene assistita da un filtraggio preliminare sulle liste dei numeri residenziali funzionanti. È divenuto una popolare alternativa al metodo Mitofsky-Waksberg in quanto è più facile da gestire e dà migliori garanzie in termini di affidabilità delle stime derivanti dai suoi campioni.

Alcune aziende selezionano i campioni dalle liste per poi venderli agli istituti di ricerche di mercato e di opinione. Spesso non è più necessario che un'organizzazione di ricerca crei all'interno il proprio campione, può semplicemente comprarlo! Nel tempo infatti i campioni sono divenuti sempre più complessi, vi sono aziende specializzate nel lavoro di *field*, dalla creazione di campioni (con le caratteristiche richieste dal cliente) al reclutamento di soggetti da intervistate personalmente (individualmente o come componenti di focus group).

Il futuro delle indagini telefoniche

Intanto il metodo delle interviste telefoniche continua a evolvere, individuando ed eliminando le criticità, e a perseguire nuove strategie di perfezionamento; ma se da una parte si prospettano nuove possibilità dall'altra permangono i tipici problemi del metodo di rilevazione che devono ancora trovare una soluzione. In sintesi, queste sono le sfide più imminenti:

Chiamate sui cellulari

Attualmente ci sono in Italia oltre 50 milioni di telefoni cellulari registrati e se ne prevede l'inserimento negli elenchi del telefono per i prossimi anni; la maggior parte di questi abbonati può essere raggiunta anche a casa; ci sono poi quei soggetti che utilizzano il telefono cellulare anche per casa. Il rischio di considerare anche i numeri cellulari è che le famiglie (più abbienti) che dispongono sia di telefoni cellulari che di un numero fisso hanno maggiori probabilità di essere selezionate di quelle che possiedono solo il numero fisso (*single* anziani). Anche per questo motivo i numeri dei telefoni cellulari sono al momento esclusi dai campionamenti a meno che il target d'indagine non richieda espressamente questo requisito. Per affrontare il problema di questa "sovra-rappresentazione" si dovrebbe intervenire sulla probabilità di "selezione" proprio come per le famiglie che hanno più linee telefoniche fisse.

Segreterie e visualizzazione del numero

I servizi di segreteria e i visualizzatori di numero propongono una sfida sempre più grande agli istituti di ricerca telefonica. I recenti dati mostrano che un terzo dei telefoni fissi dispone del servizio di segreteria telefonica per filtrare le chiamate, attivo per la maggior parte del tempo oppure a tutte le ore.

Tassi di risposta in diminuzione

I ricercatori approfondiscono sempre più la conoscenza delle caratteristiche di questa metodologia e continuano a modificare le procedure di campionamento per renderlo più efficiente. Eppure, un problema che non sono ancora riusciti a risolvere del tutto riguarda il fatto che quando si chiama più volte la stessa persona la disponibilità di quest'ultima a cooperare si riduce. I ricercatori devono lavorare proprio su questo, per invertire questa tendenza e garantire la validità scientifica di questo metodo.