

PER CONOSCERE L'AMBIENTE

Uno strumento di indagine

Premessa

Tutti quanti noi abbiamo ormai una certa dimestichezza con le tante espressioni tipiche del nostro movimento. Quante volte abbiamo sentito parlare di “Studio dell’ambiente”...! Eppure, forse, non sono molti coloro che, pur dotati di capacità e di grande intelligenza, sanno farsi un’idea precisa su un determinato ambiente semplicemente perché privi di un valido strumento di indagine. É proprio questo ciò che vorremmo proporre con questo nostro intervento: aiutare a “costruirsi” e ad usare un valido strumento di indagine al fine di conoscere determinati aspetti o situazioni.

Ne parliamo per il momento in termini generali anche se poi é ovvio che andremo a considerare quelli che ci interessano come cristiani impegnati che vivono quella “sana inquietitudine” derivante dal voler portare qualcuno a Cristo.

Uno dei mezzi di indagine più efficaci é il **questionario**. Quando, per esempio, noi sentiamo dire che la percentuale di poveri in Italia é il tot per cento, sappiamo che quella percentuale é il risultato di un’indagine portata avanti con dei questionari opportunamente preparati. Utilizzando questi “strumenti” si può avere, per così dire, il polso di una situazione. Un questionario é, quindi, come una sorta di “termometro”, una specie cardiografo per la valutazione dello stato di salute del cuore. É uno strumento, dunque, che qualcuno ci può preparare ma che, in genere, é bene che ci costruiamo da soli perché siamo noi che desideriamo ottenere determinate informazioni.

Ci rendiamo conto di essere di fronte ad un argomento “tecnico” per cui siamo tentati di pensare a qualcosa di freddo, di arido, di non coinvolgente ma i risultati che ci permette di ottenere sono tali da farci ritenere quanto mai opportuno dedicargli un certo tempo. E lo diciamo anche perché ... non é raro che ci riservi sorprese. Talvolta, quando siamo convinti di un qualcosa può accadere, infatti, che con una verifica fatta con uno strumento adeguato ci si possa imbattere in risultati abbastanza lontani dalle nostre stime fatte un po’ a lume di naso.

Recentemente mi é capitato, tanto per fare un esempio, di conversare con un sacerdote con tantissimi anni di esperienza del Movimento. Sapendo che io do una mano nella redazione della nostra rivista nazionale, il discorso é caduto sul numero di abbonati del suo territorio. Questi era convintissimo che il suo avesse un numero di abbonamenti di gran lunga superiore a quello di un altro territorio che non sto a dirvi. Nel momento in cui, io che conosco la situazione, gli ho riferito che il numero di abbonamenti nel suo territorio é all’incirca un terzo di quell’altro, questo sacerdote é rimasto così sorpreso che quasi non ci voleva credere.

Qualche puntualizzazione

Prima di passare nel vivo di questo nostro discorso é bene fare qualche puntualizzazione. Non é escluso che man mano che andremo avanti qualcuno possa trovare qualche problema di linguaggio. Parleremo per esempio di monitoraggio e altri termini o espressioni che non sono di uso molto comune. Non c’è da preoccuparsene perché chiariremo tutto via via.

Intanto diciamo subito che per *monitoraggio* intendiamo la raccolta di tante singole informazioni che andranno a costituire gli elementi oggetto di analisi. Significa, in definitiva, ricercare, individuare, raccogliere, registrare determinati dati, determinate informazioni. Non a caso chiamiamo *monitor* lo schermo del nostro computer su cui compaiono tutti gli elementi che a noi interessano per fare una determinata valutazione o una determinata operazione.

Per realizzare un progetto

Volendo partire per la realizzazione di un progetto, per una vera e propria pianificazione, il primo passo da compiere - non é superfluo ricordarlo - é la definizione esatta di ciò che vogliamo sapere, quale è, cioè, l'obiettivo che ci proponiamo. Questo ci evita il rischio di imboccare altri percorsi, di badare più ai contorni che all'essenziale o, addirittura di perderlo di vista. Partendo con un'idea chiara e precisa sull'obiettivo è possibile in ogni momento effettuare una rapida verifica della validità dell'impostazione del lavoro. É partendo da questa definizione che possiamo cominciare a formulare delle domande precise per poter ottenere delle risposte precise.

Potremmo voler sapere, per esempio, come stanno andando determinate iniziative del Movimento (a livello locale, territoriale, nazionale ...). E sgombriamo subito il campo dall'idea che un'esatta valutazione debba necessariamente prendere in considerazione solo i dati numerici perché potrebbe essere fuorviante (non dimentichiamo l'esiguità del "piccolo gregge").

Una volta stabilito cosa esattamente vogliamo sapere, dobbiamo stabilire da chi vogliamo le risposte.

A questo punto si può passare ad organizzare le domande strutturandole in modo che da ognuna di esse si possano ottenere risposte chiare e che non si prestino a possibili equivoci. Dobbiamo poi vedere se queste risposte possono essere *misurabili*. Diversamente dalle risposte "sì" o "no" possiamo trovarci, per esempio, a risposte espresse in numero (in termini di persone coinvolte oppure in termini di periodicità con cui una determinata iniziativa viene portata avanti oppure ancora col numero di ore a questa dedicate e via dicendo).

Una volta definiti i destinatari delle domande é importante stabilire subito se questi devono essere i componenti di un *gruppo ristretto* o di una *popolazione ampia* perché é ovvio che l'inevitabile margine di errore e, in definitiva, l'attendibilità dei risultati, potranno dipendere anche da queste scelte. Optando per il *gruppo ristretto* occorre chiedersi ancora: "quanto ristretto?". E inoltre: "che tipo di campione scelgo sul quale puntare la mia attenzione ai fini dell'indagine?".

Naturalmente per operare un'adeguata scelta del campione di rilevamento, che ovviamente deve essere fatta con estrema cura, é bene tenere presenti alcuni criteri:

- **nel gruppo ristretto** il campione coincide con la intera popolazione

Nel gruppo esteso:

- Il campione deve rispettare la struttura della popolazione (per età, livello culturale, stato civile ecc.)
- Il rapporto tra numero componenti campione e popolazione condiziona la attendibilità dei risultati.

Proviamo a fare qualche esempio concreto.

Un responsabile del Movimento, o un coordinatore diocesano, o un coordinatore territoriale, vogliono valutare se sia il caso o meno di proporre all'interno della Scuola responsabili, oltre allo studio dei temi proposti dal Coordinamento nazionale anche uno studio biblico (magari siamo di fronte ad una Scuola responsabili che si incontra settimanalmente e fa oltre 35 incontri l'anno).

Prima di fare la proposta e di operare la scelta dei libri della Bibbia si fa un monitoraggio.

Obiettivo preciso: *conoscere il livello di conoscenza della Bibbia dei responsabili della Scuola per poi prendere una decisione se proporre lo studio e su quali possono essere i libri biblici di maggiore interesse.*

Ci si può trovare davanti a due possibilità:

- effettuare il monitoraggio solo in una diocesi,
- effettuare il monitoraggio in tutto un territorio.

Nel primo caso si è di fronte ad una situazione in cui il gruppo ristretto (per una diocesi generalmente si tratta di alcune decine di persone attive) coincide con l'intera popolazione. Questo gruppo in pratica sarà costituito da tutti i partecipanti alla Scuola.

Nel secondo si è di fronte ad un gruppo esteso per cui il campione su cui effettuare il monitoraggio non coinvolgerà la totalità delle persone ma deve comunque rispettare la struttura della popolazione. Questo significa che per ogni diocesi che fa parte di un territorio si costituirà un campione in cui entreranno a far parte persone di diverse fasce di età, di diversa scolarità, diverso stato civile, diverse parrocchie, diverse attività professionali, diversa anzianità nel Movimento e così via.

Qualcuno potrebbe chiedere: "Numericamente, da quante persone dovrebbe essere composto questo campione?". Appare subito ovvio che quanto più grande è il numero componenti del campione rispetto alla popolazione totale, tanto maggiore sarà l'attendibilità dei risultati. Comunque, sempre applicando il buon senso e tenendo conto dei criteri suddetti, si potrebbe costituire un campione per ogni diocesi prendendo una percentuale del 20-30% della popolazione di persone attive nella Scuola operante all'interno della singola diocesi.

Davanti ad un gruppo ristretto

Abbiamo optato per un *gruppo ristretto*. Naturalmente, ai fini della precisione del risultato, sarà importante il grado di dettaglio. Stabiliremo quest'ultimo sulla base dell'obiettivo che ci siamo proposti. È ovvio che le modalità di lavoro possono essere diverse. Lo si può intuire subito pensando, per esempio, all'esercitazione di gruppo. Si può procedere con un normalissimo questionario anonimo (generalmente meno condizionato) oppure con un *brain storming* (non spaventi la parola) oppure, ancora, con la discussione aperta (talvolta condizionata).

Qualche nota sulla tecnica *brain storming*

*Intanto sgombriamo il campo dai linguaggi difficili dicendo subito che abbiamo usato l'espressione *brain storming* solo perché è quella con cui è più conosciuta una certa modalità di lavoro. Questa significa semplicemente "tempesta cerebrale" o, meglio, "tempesta di idee". Si tratta di una tecnica di creatività usata nei gruppi per far emergere delle possibili soluzioni ad un problema. È un metodo apparentemente sciocco e infantile che vuole che ognuno esprima liberamente quello che vuole, senza censure, ma che, alla fine, porta ad una lista di idee da cui si può partire per un programma di interventi finalizzati all'individuazione della soluzione del problema.*

Questa tecnica consiste in pratica in una "discussione di gruppo incrociata e guidata da un animatore". Si prefigge di trovare e far emergere il più alto numero di idee possibile su un argomento precedentemente definito. Al termine di questo compito si potrà poi selezionare,

criticare e valutare nell'alto numero di idee prodotte. Inizialmente, questa tecnica è stata sfruttata soprattutto nel campo della pubblicità, solo successivamente è stata applicata per analizzare dati, per individuare le cause di un determinato fenomeno, per trovare soluzioni alternative, per fare valutazioni.

Si parte con la definizione e la scomposizione del problema. Si identificano le parti di esso che richiedono un intervento di tipo creativo e quelle che, invece, interventi decisionali. Dopo la raccolta delle idee nuove si passa alle ultime due fasi che si svolgono in gruppi che contano "da 6 a 10 persone che lavorano nello stesso luogo in cui si vuol risolvere il problema".

In questo processo il conduttore ricopre un ruolo importantissimo perché è la persona che conosce bene il problema, sa istruire i membri del gruppo sulle regole di questa tecnica, sa stimolare l'interesse e creare un clima di fiduciosa attesa.

La formulazione delle richieste da sottoporre al gruppo dovrebbe essere preparata accuratamente. Essa, infatti, dovrebbe presentarsi in forma aperta, per permettere ai partecipanti del gruppo di non fissarsi su vecchie idee, ad esempio: "Anziché parlare di trattore è preferibile parlare di un "apparecchio per ammorbidire e aerare la terra". Il fine rimane identico, ma la mente dei partecipanti non viene legata all'immagine classica del trattore.

Al contrario, la mente lavora intorno al verbo 'aerare'.

Per applicare questa tecnica è richiesto un luogo tranquillo e confortevole, non soggetto a presenze impreviste o disturbanti, dotato possibilmente di un tavolo ovale o rotondo, con sedie comode, e provvisto di bevande dissetanti. Ogni partecipante deve essere dotato di carta e penna per poter scrivere e prendere appunti; nella sala è indispensabile anche la presenza di un registratore con cui memorizzare la seduta, o ancora di una lavagna a fogli su cui segnare le nuove idee.

Il gruppo può essere composto, secondo i casi, da personale più o meno eterogeneo per specializzazione, studi, gerarchie, interessi, ecc., infatti: "l'eterogeneità è di solito auspicabile, perché l'urto dei pensieri apre di solito strade nuove a ciascuno di essi. Quanto meno si assomigliano, tanto più le idee hanno probabilità di essere originali". Lo svolgimento della seduta prevede quindi: l'acquisizione delle regole fondamentali del brainstorming che al gruppo vengono spiegate con chiarezza dal conduttore. Esse consistono: nell'espressione libera di tutte le idee; nell'esclusione di ogni tipo di ironia o critica compresa quella contenuta nelle cosiddette frasi killer, come ad esempio: "E' già stato fatto" o "costerebbe troppo" ecc.; quindi ancora: lo sforzo costante di migliorare le idee degli altri, senza timore di plagiare, e produrre idee in gran quantità, anche se semplici o apparentemente banali. I partecipanti devono quindi esprimere le loro opinioni e ragionamenti in modo sintetico e concreto.

La durata di una seduta può variare in ragione del numero delle idee prodotte e delle disponibilità fino a raggiungere l'ora; durante tutta la seduta, compito del conduttore è, oltre che fornire gli incoraggiamenti e le disponibilità sopra menzionate, mantenere la disciplina sulle regole ed evitare pause ideative che possano compromettere il flusso delle idee, a questo scopo può egli stesso lanciare provocazioni attraverso proposte e idee.

Alla chiusura della seduta è ancora compito dell'animatore riassumere le idee espresse dal gruppo, e "chiedere ai partecipanti di comunicargli tutte le idee che possano presentarsi nelle

ventiquattro ore successive" perché " queste idee sono talvolta le migliori".

Nell'ultima fase del brainstorming le idee raccolte in un verbale vengono quindi selezionate secondo i criteri di attuabilità, convenienza e compatibilità con l'azienda e con altre idee. Alcuni studiosi sostengono che "le sedute di brainstorming possono essere dieci volte più produttive di suggerimenti adatti alla soluzione del problema posto".

Oggi c'è anche chi ritiene superata la tecnica del brainstorming ma può essere ritenuta comunque la prima di una nuova serie di tecniche di creatività.

Per far capire quanto in fondo sia semplice questa tecnica, mi viene da indicare un classico esempio di don Milani. Chi ha letto qualcosa di questo straordinario sacerdote sa, per esempio, che la sua famosa "Lettera ad una professoressa" venne scritta dai suoi ragazzi proprio in questa maniera. Ognuno liberamente esprimeva il suo pensiero mentre lui fungeva da animatore, da guida e da stimolo.

Davanti ad una popolazione ampia

Volendo fare un monitoraggio su una *popolazione ampia*, si può procedere sostanzialmente in due modi: con l'*intervista* o col *questionario anonimo*.

Come accennato in precedenza, occorre comunque tener presente che le risposte dell'*intervista* possono essere soggette a condizionamenti vari che poi vedremo. È bene tener presente comunque che con qualunque metodo, ci sono vantaggi e ci sono svantaggi. In entrambi i casi bisogna partire con la scelta del campione di persone sul quale applicare il metodo prescelto.

Ricorrendo all'*intervista*

Non vogliamo ingenerare quando parliamo di *intervista* perché si tratta comunque di un questionario da compilare. L'unica differenza sta nel fatto che a compilarlo, in questo caso, è l'intervistatore che riporta le risposte ottenute. I vantaggi dell'*intervista* sono la chiarezza e l'accuratezza nella trascrizione delle risposte che consentono di escludere quasi totalmente ogni possibile dubbio. Tra gli svantaggi ci sono da considerare i possibili condizionamenti derivanti dalla mancanza dell'anonimato e quelli derivanti dalla presenza dell'intervistatore. Quando parliamo di condizionamenti dobbiamo pensare anche a quelle influenze che spesso, anche inconsapevolmente, sono determinate dall'intervistatore e quelle che, altrettanto inconsapevolmente, subisce l'intervistatore. Possono esserci infatti il timore di deludere, le difficoltà nel comunicare, le imprecisioni nel linguaggio, la sudditanza psicologica, forme di esibizionismo e via dicendo.

Ricorrendo al *questionario anonimo*

Tra i vantaggi del *questionario anonimo* possiamo annoverare la possibilità di ottenere risposte più sincere, una maggiore rapidità nell'effettuare il monitoraggio e una maggiore ampiezza del campione su cui porre l'attenzione grazie proprio a questa rapidità. Tra gli svantaggi del *questionario anonimo* c'è da considerare principalmente la maggiore complessità nell'elaborazione dei dati acquisiti.

Tutti gli aspetti del questionario nell'esercitazione di gruppo

Dopo aver inquadrato a grandi linee questo nostro discorso, proviamo adesso ad esaminarlo cercando di costruire un questionario guardando agli aspetti pratici.

Abbiamo detto che occorre partire dal “che cosa” esattamente vogliamo sapere. Una volta stabilito questo, occorre formulare le domande. Questa formulazione, però, non é così facile come può apparire nell'immediato. Dobbiamo considerare infatti che noi possiamo ottenere risposte con connotazioni diverse. Possono essere risposte nette, del tipo bianco/nero, sì/no. Ma possiamo ottenerne anche con delle sfumature, con delle gradazioni di grigio. Un “sì” può essere accompagnato da un “ma”, da un “se”. E lo stesso vale per il “no”. Una risposta può essere secca ma anche articolata. In definitiva anche le sfumature possono essere tante. Nel formulare le domande occorre quindi anche prestare attenzione a questi aspetti.

Vogliamo risposte nette, secche, precise? Oppure le vogliamo con le sfumature? La formulazione deriverà da questa nostra scelta.

A questo punto dobbiamo definire i parametri ossia le caratteristiche delle categorie di persone sulle quali punteremo la nostra attenzione ai fini del monitoraggio. Possono essere tante. Proviamo a fare qualche esempio.

Potremmo pensare agli arrivati nel Movimento negli ultimi cinque anni, oppure a quelli che sono al di sotto o al di sopra di una certa età, oppure ancora alle persone più assidue nel seguire le attività del Movimento ...

Considerando i vari parametri potremmo pensare anche ad alcuni aspetti tipicamente numerici come per esempio le ore di impegno mensile per un determinato scopo, oppure ad un indice di frequenza in un certo gruppo. Ripetiamo che però tutto questo lo stiamo dicendo a mo' di esempio perché l'impostazione generale é sempre vincolata al *che cosa* esattamente si vuole conoscere.

Un esempio

Vogliamo porci per esempio questo obiettivo:

Conoscere il tempo mediamente dedicato al treppiede dai corsisti della diocesi.

Preferendo risposte numeriche secche, potremmo cominciare a preparare un questionario anonimo procedendo, per esempio alla maniera che segue:

- **Per la “Pietà”** intesa come la cura di un rapporto diretto col Signore (possiamo considerare la preghiera o la meditazione personale, quella comunitaria, la recita del Rosario, la liturgia delle Ore, la partecipazione alla messa).

Da 0 a 10 minuti al giorno

Da 10 a 20 minuti al giorno

Da 20 a 30 minuti al giorno

Da 30 a 60 minuti al giorno

Oltre 60 minuti al giorno

- **Per lo “Studio”** inteso come l'insieme delle attività connesse all'approfondimento di una maggiore conoscenza del Signore (possiamo considerare la lettura personale della Bibbia, del “Messalino”, di libri o riviste cattoliche, la partecipazione alla Scuola Responsabili e all'Ultreya, la partecipazione a corsi di catechesi o corsi biblici, a riflessione personale sul creato o sui vari misteri della salvezza,

le conversazioni con qualche sacerdote su temi spirituali,

Da 1 a 2 ore la settimana

Da 2 a 4 ore la settimana

Da 4 a 8 ore la settimana

Da 8 a 16 ore la settimana

Oltre le 16 ore la settimana

- **Per l' "Azione"** (possiamo considerare le Riunioni di Gruppo, gli incontri con amici o gli incontri, anche "casuali", con altre persone all'interno dei quali riusciamo a trovare lo "spazio" per parlare di Cristo, della Bibbia, della Chiesa, delle Verità di fede ... Sono da considerare inoltre anche le telefonate nel corso delle quali troviamo spazio per questi temi e, naturalmente, anche quelle attività volute dalla Parrocchia come le "Missioni nelle famiglie, le "minimissioni" e via dicendo).

Da 1 a 2 ore la settimana

Da 2 a 4 ore la settimana

Da 4 a 8 ore la settimana

Da 8 a 16 ore la settimana

Oltre le 16 ore la settimana

Questo tipo di questionario potrebbe essere presentato naturalmente anche in forma diversa. Ecco domande che suppongono risposte sì/no, "bianco/nero".

Per esempio:

Mantieni sempre in equilibrio il tuo treppiede?

Sì

No

Per la PIETA'

Trovi tutti i giorni un po' di tempo per curare il tuo rapporto col Signore?

Sì

No

La tua partecipazione alla messa domenicale é assidua?

Sì

No

Il rosario é per te una preghiera abituale?

Sì

No

E la liturgia delle ore é un fatto abituale?

Sì

No

La preghiera, la meditazione personale e la messa sono per te un fatto quotidiano?

Sì

No

Per lo STUDIO

Dedichi almeno settimanalmente un po' di tempo allo studio della Bibbia?

Sì

No

Dedichi almeno settimanalmente un po' di tempo alla lettura di qualche rivista cattolica?

Sì

No

Frequenti assiduamente l'Ultreya?

Sì

No

Frequenti assiduamente la Scuola Responsabili?

Si

No

Frequenti assiduamente l'Ultreya e la Scuola Responsabili?

Si

No

Per l' "AZIONE"

Riesci a trovare almeno settimanalmente lo "spazio" per parlare di Cristo con amici o anche con persone incontrate "casualmente"?

Si

No

Nei tuoi contatti abituali, magari anche telefonici, riesci a dare qualche tua testimonianza di fede?

Si

No

Si può notare subito che questo secondo questionario, pur avendo lo stesso obiettivo alla fine dà un risultato un po' meno preciso, potremmo dire un'immagine finale un po' più sfuocata. Naturalmente potremmo arricchire il questionario anche di tanti altri dettagli. (Questi sono solo a titolo di esempio).

Ad ogni parametro si potrebbe dare anche un peso cioè una valenza proporzionale all'importanza dello stesso. Per dirla più chiaramente si potrebbe attribuire ad ogni parametro un riferimento numerico (ad es. da 1 a 5 o da 1 a 10) numero come indice di una ipotetica scala di valutazione.

Tornando all'esempio di prima potremmo fare così:

- **Per la "Pietà"** attribuire

Valore 1 per un tempo compreso tra 0 a 10 minuti al giorno

Valore 2 per un tempo compreso tra 10 a 20 minuti al giorno

Valore 3 per un tempo compreso tra 20 a 30 minuti al giorno

Valore 4 per un tempo compreso tra 30 a 60 minuti al giorno

Valore 5 per un tempo superiore a 60 minuti al giorno

Lo stesso si potrebbe poi fare con i parametri riferiti allo Studio e all'Azione

Per la seconda forma di impostazione si potrebbe attribuire

- **per la "Pietà"**

Valore 5 per "La preghiera, la meditazione personale e la messa sono per te un fatto quotidiano"

Valore 4 per "tutti i giorni un po' di tempo per curare il tuo rapporto col Signore"

Valore 3 per "la partecipazione assidua alla messa domenicale"

Valore 2 per "Il rosario come preghiera abituale"

Valore 2 per "la *Liturgia delle ore* come fatto abituale"

- **per lo Studio**

Valore 5 per la “Frequenza assidua dell’Ultreya e della Scuola Responsabili”

Valore 4 per “dedica almeno settimanale di un po’ di tempo allo studio della Bibbia”

Valore 3 per la “Frequenza assidua dell’Ultreya”

Valore 3 per la “Frequenza assidua della Scuola Responsabili”

Valore 2 per “dedica almeno settimanale di un po’ di tempo alla lettura di qualche rivista cattolica”

- **per l’Azione**

Valore 5 per “Nei tuoi contatti abituali, magari anche telefonici, riesci a dare qualche tua testimonianza di fede”

Valore 4 per “Riesce a trovare almeno settimanalmente lo *spazio* per parlare di Cristo con amici o anche con persone incontrate *casualmente*”

É importante anche stabilire la tipologia delle domande. Come abbiamo visto nell’esempio ci possono essere quelle a cui si potrebbe rispondere semplicemente con una crocetta da mettere su una delle tre-quattro risposte possibili (scelta multipla) oppure si potrebbe dare un’impostazione tale da sottolineare un *sì* o un *no*. Ma si potrebbe anche lasciare la possibilità di risposte aperte ...

Rimanendo sul filone precedente, classico tipo di risposta aperta é quella che lascia spazio ad aggiunte, a precisazioni o a risposte personali. Per esempio:

“Curo il mio rapporto col Signore per un’ora alla settimana ma nella Quaresima questo tempo lo raddoppio, lo triplico...”

Oppure:

“Per me la liturgia delle ore é un fatto abituale nei tre giorni che ogni mese dedico ad un ritiro in un convento ...”

Come possiamo notare, ci possono essere tanti aspetti di cui si può tener conto o si deve tener conto quando si vuole fare un monitoraggio serio o un’indagine accurata.

Ovviamente vale sempre il presupposto che, il risultato finale sarà sempre, inevitabilmente caratterizzato da un certo margine di approssimazione che sarà tanto più piccolo quanto più accuratamente avremo preparato l’impostazione dell’indagine.

Alcune note importanti

Prima di concludere vogliamo riportare alcune note da considerare come buoni suggerimenti per la fase di progetto al fine di ottenere un indice di attendibilità il più alto possibile.

- Formulare le domande nel modo più chiaro possibile anche per evitare ogni possibile ambiguità.
- Illustrare il significato di tutti quei termini che possono apparire di uso non comune o, comunque, di significato poco chiaro.

- Evitare di porre le domande in un modo tale da influenzare la risposta.
- Preferire le domande formulate in maniera semplice, concreta e immediatamente comprensibile.
- Là dove é possibile lasciare l'opzione *non so*.
- Nelle domande evitare le doppie negazioni che possono ingenerare confusione.
- Sistemare la successione delle domande partendo da quelle più veloci e più facili.
- Prima di utilizzare il *questionario* con i diretti destinatari, é bene fare un *test pilota* con un piccolo numero di persone per identificare eventuali problemi di comprensione.
- Selezionare il campione in modo che sia sufficientemente rappresentativo rispetto all'obiettivo prefissato.

L'analisi

Appare ovvio che qualsiasi risultato passa sempre attraverso l'analisi. Considerando che le modalità di monitoraggio e le procedure di indagine, devono essere ben comprensibili, é bene stilare un apposito documento su questi aspetti.

L'analisi diventa più facile assegnando ad ogni risposta un punteggio e ad ogni sezione di domande un "peso". Questa è ulteriormente facilitata se si assegna ad ogni sezione di domande un punteggio totale. Questo si può ricavare moltiplicando il punteggio della totalità delle domande presenti nella sezione col *peso* della sezione.

Sempre rimanendo nel filone dell'esempio precedente:

- abbiamo scelto di assegnare alla sezione "Pietà" un peso pari a 5,
- la somma dei valori corrispondenti a ciascuna risposta risulta pari a 12,
- moltiplicando il peso (5) per la somma dei valori (12) troveremo un valore pari a 60.

Questo valore può essere poi confrontato col valore ipoteticamente più alto che si può ottenere per una determinata sezione. Se, per esempio, le domande sono 5 e ad ognuna si assegna un valore progressivo da 1 a 5, ammesso che si risponda a tutte positivamente, il valore massimo ottenibile é $(1 + 2 + 3 + 4 + 5) \times 5$ (il peso) = 75.

L'analisi dovrebbe chiudersi sempre con un minimo di commento dei risultati. In questo caso

Avremmo un valore di 60/75 che sicuramente é da considerare un ottimo risultato (corrisponde a 80/100)

Conclusione

Potremmo anche chiudere qui questo argomento tecnico che, come accennavo all'inizio di questo mio intervento poteva sembrare freddo e arido. In effetti lo è ma vorrei mettere in evidenza due aspetti.

Monitoraggio é una parola che deriva dal latino col significato di informazione, avviso, ammonimento. E noi, prima di portare avanti le nostre azioni, dobbiamo essere informati sul tipo di

terreno su cui stiamo camminando, sugli ostacoli o sulle difficoltà che possiamo incontrare, su chi sono i nostri “compagni di viaggio”, se a loro volta sono ben preparati ad affrontare le difficoltà, su quanti si può veramente contare nei momenti “forti”, nei momenti “importanti”.

Anche Gesù dice che un re prima di andare in battaglia valuta le forze dell'avversario. Anche noi molte volte ci troviamo a dover combattere le nostre battaglie (e talvolta sembra che dobbiamo stare attenti anche al “fuoco amico”).

Ma il monitoraggio in campo cristiano credo che l'abbia fatto per primo lo stesso Gesù, quando a chiesto un po' a tutti i suoi discepoli: “Ma la gente chi dice che io sia ...”. Ogni discepolo ha dato la sua risposta, Gesù ha ascoltato, ha valutato ognuna di esse e ha taciuto ... tranne che davanti a quella di Pietro che disse: “Tu sei il Cristo, il figlio del Dio vivente!”(Mt 16,13-16)

Ecco, queste cose, anche i questionari come “strumenti” per conoscere, e soprattutto per conoscere gli ambienti (anche i nostri ambienti) noi li prepariamo con la speranza che, prima o poi, anche qualche altra persona rivolgendosi a Gesù, possa ripetere in cuor suo la stessa espressione di Pietro “Tu sei il Cristo, il figlio del Dio vivente!”.