

## 1.1 LA STRUTTURA DELL'INDAGINE

Lo schema logico seguito nella costruzione del questionario e nella sua elaborazione è quello rappresentato in figura 1:



Figura 1: la struttura dell'indagine

Il questionario d'indagine è stato suddiviso in tre sezioni:

1. nella prima "**aspetti generali della comunicazione**", si è cercato di mettere in evidenza il grado di soddisfazione dei partecipanti rispetto al tema della comunicazione interna. Si è infatti indagato su aspetti che circoscrivono il contesto rispetto al quale un lavoratore si trova facilitato da una buona comunicazione interna verificandone il livello di gradimento (es: comunicazione da parte della direzione, feedback dei capi, coinvolgimento dei dipendenti, ecc...);
2. nella seconda "**gestione della comunicazione istituzionale**" si è voluto rilevare quali sono le funzioni aziendali cui tipicamente è affidata la gestione della comunicazione istituzionale legata ad aspetti formali e direzionali (vision, mission, strategia, policies, iniziative particolari del management, ecc...);
3. nella terza sezione, ventotto strumenti di comunicazione interna sono stati suddivisi in tre gruppi (*istituzionali/tradizionali*, *operativi* ed *innovativi*) e per ciascuno di essi sono stati rilevati l'utilizzo, la frequenza con cui si inviano/ricevono informazioni attraverso il singolo canale (giornaliera/settimanale, mensile, trimestrale, semestrale, annuale ed oltre) ed il giudizio attribuito (efficace, efficiente, utile ma dispersivo ed inutile).

Le variabili prese in considerazione nelle tre sezioni sono state scomposte e misurate diversamente. Di seguito verranno esplicitate le logiche seguite e le metodologie di calcolo.

L'obiettivo della prima sezione è stato quindi quello di valutare lo stato dell'arte della comunicazione interna, attraverso la percezione dei rispondenti rispetto a temi/situazioni/rapporti aziendali variamente legati al tema della comunicazione mentre con la sezione III si è voluto comprendere quali sono gli strumenti di comunicazione interna maggiormente utilizzati e se esistono delle relazioni fra la frequenza di utilizzo degli stessi ed il giudizio attribuito dai rispondenti.