

## LA VALIDITA' DI UN'INDAGINE PSICOLOGICA

Per ultimare una corretta ricerca è fondamentale la RACCOLTA DATI, è necessario:

- MISURARE: Bisogna tradurre una variabile concettuale (per esempio aggressività, distanza fisica e/o psicologica, ecc.) in una **variabile misurabile** (un test di personalità, una scala, dei comportamenti). Specificare i dati che il ricercatore vuole registrare per rappresentare la variabile concettuale.
- OPERAZIONALIZZARE una variabile: un'errata operazionalizzazione mina la validità della ricerca.

### LA VALIDITÀ

E' fondamentale chiedersi se stiamo davvero misurando quello che pensiamo di stare misurando.

Tre tipi di validità:

1. LA VALIDITÀ **INTERNA**: Si può inferire causalità? La causalità interna è resa possibile da un buon disegno di ricerca/strumento di misura (test o questionario ad esempio) e si riferisce alla validità della conclusione secondo cui VI (la variabile indipendente, quella che viene intenzionalmente manipolata dallo sperimentatore il quale deve quindi avere un pieno controllo su di essa ) ha una influenza diretta (causale) su VD (la variabile oggetto di misura all'interno di una indagine sperimentale) Fattori che possono ridurre la validità interna: altre diversità nelle condizioni (rischi associati ai quasi-esperimenti). Ancora una volta dunque va ribadita l'importanza dell'assegnazione casuale dei soggetti alle differenti condizioni sperimentali. Inoltre è fondamentale prestare attenzione ed avere sempre il controllo della situazione: occorre sempre chiedersi cosa stia effettivamente succedendo quando manipoliamo la variabile indipendente.
2. LA VALIDITÀ **ESTERNA**: In che misura la relazione causale tra A e B può essere generalizzata al di là delle circostanze particolari dell'esperimento (differenti situazioni e differenti popolazioni)? L'obiettivo è sempre quello di individuare regole quanto più generali, per questo risulta utile combinare strategie differenti di indagine: più studi di laboratorio (possibilmente con operazionalizzazioni differenti delle variabili), studi correlazionali e sul campo.

**3. LA VALIDITÀ DI COSTRUTTO:** Rimanda alla validità della supposizione secondo cui le variabili

indipendenti (o dipendenti) colgono in modo adeguato le variabili (o i costrutti) che dovrebbero rappresentare.

Esempio: Le donne mentono più degli uomini? Sì... ma forse no!

La validità di costrutto diventa tanto più importante quanto più rilevante è il costrutto indagato per la persona oggetto d'indagine (es: situazioni di diagnosi).

**DUE MINACCE ALLA VALIDITÀ DI COSTRUTTO:**

**1. LE CARATTERISTICHE DELLA DOMANDA** (Rosenthal, 1969): "In un contesto di ricerca, quei segnali inconsapevoli provenienti dai ricercatori che portano i soggetti a trarre delle inferenze riguardo a ciò che i ricercatori si aspettano o desiderano e che pertanto distorcono il modo di agire dei soggetti stessi". Da qui l'utilità (quando possibile) di far sì che chi raccoglie i dati non conosca le ipotesi dello studio.

### **L'EFFETTO HAWTHORNE**

Vennero condotti degli studi presso la Western Electric Company (1924-1933) volti a capire se fosse possibile aumentare la produttività dei lavoratori attraverso la modificazione dell'ambiente di lavoro (illuminazione, lunghezza tempi di lavoro ecc.). Quello che è emerso è che, a priori dalle specifiche modificazioni, si aveva sempre un aumento della produttività: la semplice consapevolezza di prender parte ad uno studio e di essere osservati modificava le condotte dei soggetti. questo effetto va dunque tenuto in considerazione nello svolgimento di una ricerca sperimentale.

### **2. IL PROBLEMA DELLA DESIDERABILITÀ SOCIALE**

Anche le risposte che vengono fornite negli studi di psicologia sociale possono essere delle "costruzioni sociali" ovvero risultare delle opzioni strategiche degli individui volte a fornire una certa immagine di sé. Il problema è tanto più rilevante tanto più i temi trattati sono socialmente sensibili (es: stereotipi, consumo di sostanze, ecc.). Per questo aiuta garantire l'anonimato e adottare sistemi "indiretti" di rilevazione.