

Statistica sociale - 6

Prof. Antonio Mussino

a. a. 2016-2017



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Il questionario

***strumento per la raccolta
delle informazioni***

L'intervista - 1

- Lo strumento principale per la raccolta delle informazioni nella ricerca sociale è **l'intervista**.
- Nell'approccio qualitativo l'intervista è libera, o tutto al più strutturata con uno schema di domande che l'intervistatore deve seguire.

L'intervista - 2

- Più l'intervista è strutturata, più ci si avvicina allo schema del **questionario**, strumento caratteristico dell'approccio quantitativo, nel quale tutte le domande e le risposte sono strutturate con modalità codificate.
- Qualche volta, nell'approccio quantitativo, viene consentita la risposta libera, o viene lasciata una modalità con l'etichetta "altro" e la possibilità di specificare a cosa si fa riferimento.

L'intervista - 3

- I questionari possono essere somministrati in vario modo: direttamente (**face to face** o **PAPI** – *Paper and Pencil Interview*), telefonicamente, per posta, oggi desueto e sostituito dalla posta elettronica (via **web**).
- La somministrazione può essere aiutata dall'uso di un personal computer, nel quale è previsto un software che controlli la congruità delle risposte: in questo caso si parla di: **CAPI** (*Computer Aided Personal Interview*) per l'intervista diretta, **CATI** (*Computer Aided Telephonic Interview*) e **CAWI** (*Computer Aided Web Interview*).

L'intervista - 4

- Le modalità di somministrazione influenzano ovviamente la formulazione delle domande e delle risposte:
 - ad esempio, nelle interviste telefoniche le domande devono essere necessariamente tutte strutturate, con modalità di risposta limitate;
 - nelle interviste *face to face* o *via web* è possibile proporre un elenco di risposte anche complesso, anche corredandolo di immagini (fotografie, disegni..).

Le domande - 1

- Ogni questionario ha i suoi **obiettivi** e la formulazione delle **domande** e delle **risposte** dipendono da tali obiettivi.
- In letteratura si è cercato di individuare e analizzare tipologie di domande e di risposte, ma ogni situazione è, in realtà, diversa:
<<.....ben difficilmente possono verificarsi condizioni *similari* ad una catalogata casistica e, quindi, non è mai possibile procedere per meccanicistica analogia>> (Marbach, 2006).

Le domande - 2

- La capacità di costruire un buon questionario dipende dalla chiarezza degli obiettivi, dal rispetto di alcune regole oggettive, dalla consapevolezza del contesto e delle modalità di somministrazione, ma anche dalla bravura del ricercatore. È insomma più un "**arte**" che una "**tecnica**"!

Le domande - 3

- Piuttosto che proporre le varie teorie del **questioning**, presenteremo i vari problemi ripercorrendo un caso concreto, di particolare interesse perché lo stesso questionario doveva essere utilizzato in paesi e anni diversi per permettere una comparazione dei risultati:
 - un questionario sulla “**partecipazione sportiva dei cittadini**”.
- Si tratta di un tema specifico che introduce le classiche problematicità di tutte le indagini in ambito sociale, nelle quali intervengono elementi di soggettività, definizioni spesso non condivise e approcci culturali diversi da paese a paese.

Caso di studio - 1

- La prima distinzione è fra domande che mirano a conoscere le caratteristiche **strutturali** dell'intervistato e domande relative alle modalità, ai **profili** della partecipazione sportiva.
- Questo nell'ipotesi che le prime spieghino le diversità fra i profili individuali.

Caso di studio - 2

- Pertanto le domande sulle caratteristiche (che nel prosieguo tratteremo come variabili, in quanto le risposte varieranno da intervistato a intervistato) strutturali sono:
 - genere, età, livello di istruzione, area territoriale di residenza, dimensione demografica dell'aggregato territoriale, colore della pelle o etnia nei paesi in cui questa abbia rilevanza,
 - ma anche, per il particolare argomento, peso e statura
 - e così via.

Caso di studio - 3

- Un discorso a parte merita il *reddito*: è chiaro che su tutti i comportamenti il livello economico dell'intervistato e della sua famiglia sono fortemente discriminanti. Definire, però, correttamente le capacità economiche di un individuo è arduo e spesso l'intervistato non vuole rispondere.
 - Si pensi alla richiesta di classificarsi rispetto all'ISEU per le tasse universitarie e a quante critiche e omissioni questa variabile introduca.
 - Così è preferibile una domanda che miri a cogliere la *percezione* che l'intervistato ha della sua condizione economica, variabile qualitativa ordinabile.
-

Caso di studio - 4

- Rispetto ai profili della partecipazione sportiva, ci interessa avere informazioni
 - **oggettive**
 - sui **comportamenti**,
 - **soggettive**
 - sugli **atteggiamenti**
 - sulle **motivazioni**
 - sulle **opinioni**.

Caso di studio - 5

- Tra le prime annoveriamo:
 - la pratica o meno di una attività sportiva e/o di una generica attività motoria;
 - le sue specificità relativamente alla **quantità** (quante volte in un intervallo di tempo predefinito), alla **qualità** (ovvero alle modalità competitive, agonistiche o amatoriali) e alla **organizzazione** (ovvero se svolta come affiliati, tesserati a una associazione sportiva o autonomamente);
 - la(e) disciplina(e) praticata(e);
 - l'impianto utilizzato, con le modalità di fruizione (a pagamento o gratis);
 - la presenza di un istruttore/allenatore;
 - e così via.
-

Caso di studio - 6

- Tutte le domande sui comportamenti sono inutili nel caso in cui un intervistato non pratici alcuna attività sportiva o motoria, ovvero sia ***sedentario***.
- Appare così utile inserire una domanda ***filtro***, che indirizzi a un blocco specifico di domande a seconda di come si risponde.

Caso di studio - 7

- In questo caso il filtro è più complesso, essendo costituito dalla combinazione di due domande:
 - D1 - **Lei pratica una o più attività sportive?**
se la risposta è SI, l'intervistato è classificato come **sportivo** e si passa al blocco di domande relativo alla partecipazione; se la risposta è NO, si passa alla Domanda 2.
 - D2 - **Lei pratica una o più attività motorie?**
se la risposta è SI, l'intervistato è classificato come **attivo** e si passa al blocco di domande relativo alla partecipazione; se la risposta è NO, l'intervistato è classificato come **sedentario** e si passa alle domande relative.
-

Caso di studio - 8

- Nel caso di intervistati che praticino sia attività sportive che motorie è sufficiente la prima domanda per classificarli correttamente.
- Nella indagine sulla partecipazione sportiva, l'Istat, nell'Indagine Multiscopo già citata, costruisce un analogo filtro relativamente alla pratica **continuativa** o **saltuaria** di uno sport:
 - tale strategia inserisce un elemento di soggettività (quali sono i livelli che definiscono una pratica come *continuativa*?) ed è ridondante, in quanto l'analisi della *quantità* della partecipazione meglio caratterizza i profili.

Caso di studio - 9

- Vi è poi un altro aspetto da considerare: quale attività si può considerare sportiva? E quale meramente motoria?
 - È un problema molto complesso, che sconta ancora una componente fortemente soggettiva:
 - un passeggiata nel bosco, un incontro di scacchi, una partita di calcetto, la finale di salto in lungo alle Olimpiadi, l'ascensione del Monte Everest, senza limiti, regole o antagonisti, possono oggi essere considerati come sport?
 - È pertanto necessario affiancare alle domande precedenti quelle su quali attività sportive (D1b) e/o motorie (D2b) l'intervistato eventualmente pratici.
-

Caso di studio - 10

- Le domande D1 e D2 si definiscono con *risposte strutturate* (o **chiuse**).
- Le domande D1b e D2b per essere chiuse dovrebbero prevedere una lista molto lunga di attività,
 - che forse non sarebbe nemmeno completa, viste le variegatissime attività che oggi vengono praticate in ambito sportivo e motorio!.
- Una lista di questo tipo dovrebbe essere mostrata all'intervistato che dovrebbe scegliervi le sue risposte e viene definita **prompt card**.

Caso di studio - 11

- È facilmente comprensibile come questa soluzione sia da sconsigliare;
- si ricorre così a una *prompt card* ridotta, nella quale sono indicate le attività più praticate, oppure queste sono raggruppate per tipologia, oppure si utilizza un misto delle due modalità di classificazione, e si lascia sotto la voce "altro" tutto quello che non è indicato:
- si definiscono così le domande con risposta ***semi-strutturata***.

Caso di studio - 12

- Un esempio potrebbe essere:
 - *1- Calcio e simili (calcetto, calcio a 8, beach soccer);*
 - *2- Nuoto e simili;*
 - *3- Ginnastica e altre attività di palestra;*
 - *4- Altri sport individuali;*
 - *5- Altri sport di squadra;*
 - *6- Attività motorie non organizzate da Federazioni o Enti sportivi.*
 - Questa soluzione è molto facile da percorrere, ma lascia indistinti la maggior parte dei profili per quanto riguarda le effettive attività.
-

Caso di studio - 13

- La soluzione migliore è quella di lasciare libero l'intervistato di indicare la(e) attività, inserendole nella risposta D1b o in D2b.
- In questo modo si può avere un'ulteriore informazione, relativamente a quale sia la percezione di "attività sportiva" (vs. quella "motoria") nel campione investigato, e di conseguenza nella popolazione dalla quale il campione è stato estratto!

Caso di studio - 14

- Domande di questo tipo si definiscono *non strutturate* (o **aperte**) e, ovviamente, dovranno essere codificate in modalità (come visto precedentemente) per l'elaborazione.
- Questo avverrà, peraltro, solo *a posteriori* conservando tutte le potenzialità informative fino al momento di questa **post codifica**.

Caso di studio - 15

- Unico limite all'accettazione di un'attività indicata, o fra le sportive o fra le motorie, è che essa possa essere riconosciuta conforme a una definizione di sport presa convenzionalmente.
- Nelle ricerche da cui questa strategia (COMPASS*) è stata presa la **Definizione di sport** è quella proposta dal Consiglio d'Europa:
- <<**Sport means all forms of physical activity which, through casual or organized participation, aim at expressing or improving physical fitness and mental well-being, forming social relationships or obtaining results in competition at all levels.**>>

* Co-Ordinated Monitoring of Participation in SportS

Caso di studio - 16

- Tornando alle risposte alle domande D1 e D2, si è visto come il questionario possa essere ripartito in tre percorsi, a seconda delle risposte alle domande filtro:
 - quello per gli *sportivi*,
 - quello per gli *attivi* e
 - quello per i *sedentari*.
- In realtà, poiché ogni intervistato può avere una diversa percezione di cosa sia sport, i due percorsi degli sportivi e degli attivi devono essere necessariamente uguali nel questionario, salvo a differenziarsi nelle elaborazioni e nelle analisi.

Caso di studio - 17

- Ad esempio, facciamo riferimento alla risposta *“nuoto”*:
 - se un intervistato è tesserato alla FIN, partecipa a gare e si allena con regolarità ovviamente risponderà SI alla D1;
 - se, invece, è un tesserato a un'associazione studentesca e va a fare nuoto *“libero”* tre volte alla settimana in una piscina, potrebbe rispondere SI alla D1, ma anche considerare la sua come una semplice attività motoria e rispondere NO alla D1 e SI alla D2;

Caso di studio - 18

- se la sua attività si estrinseca in alcune piacevoli nuotate in mare o al lago durante le vacanze, dovrebbe rispondere NO alla D1 e SI alla D2, ma non è detto che egli si consideri uno "sportivo" e risponda subito SI alla D1!

Caso di studio - 19

- Quindi, in effetti, i percorsi sono due:
attivi & sportivi vs. sedentari.
 - Quali domande potremmo porre ai *sedentari*?
 - Ad esempio, se in passato siano stati *attivi* o *sportivi*. Anche in questo caso si tratta di una domanda filtro, in quanto:
 - se la risposta è SI è utile investigare su quali siano stati i profili di tale partecipazione,
 - se è NO l'unico spunto di interesse è capire le ***motivazioni*** per tale scelta di vita sedentaria (mancanza di tempo, problemi di salute, età, costi eccessivi, mancanza di strutture e così via).
-

Caso di studio - 20

- Si entra così nel complesso ambito delle domande sulle **motivazioni**, che possono essere richieste anche
 - agli sportivi e agli attivi, per capire per quali motivi praticino (agonismo, socializzazione, fitness, wellness e così via), ma anche
 - a chi ha praticato in passato e ha poi abbandonato (**drop out**), per capire per quali motivi lo abbia fatto (mancanza di tempo, difficoltà di rapporti, problemi di salute, età, costi eccessivi, mancanza di strutture, stanchezza e così via).

Caso di studio - 21

- Le domande motivazionali sono molto complesse da formulare e difficilmente colgono la reale causa per la quale l'intervistato ha quel comportamento.
- Gli psicologi utilizzano *batterie di item* per indagare a fondo su questi aspetti, ma il questionario risultante potrebbe essere troppo lungo e complesso per l'indagine.
- In questo caso l'unico consiglio che si può dare è quello di basarsi sulla letteratura e sull'esperienza consolidata di ricerche sul tema di interesse.

Caso di studio - 22

- Tornando alle domande sul profilo della partecipazione, a titolo esemplificativo analizziamo quelle sulla sua **quantità, qualità e organizzazione**:
- queste modalità sono state introdotte con il progetto **COMPASS** per caratterizzare i profili degli sportivi e degli attivi in una scala che va dalla mancata partecipazione alla partecipazione intensa, competitiva e organizzata.

Caso di studio - 23

- La **quantità** fa riferimento alla frequenza della pratica misurata in "numero delle volte nei precedenti 12 mesi";
- la **qualità** alla partecipazione o meno a competizioni, gare, tornei e campionati;
- l'**organizzazione** al possesso o meno di una tessera di affiliazione a una struttura sportiva.

Caso di studio - 24

- Anche le ultime due componenti fanno riferimento agli ultimi 12 mesi,
- ma le risposte sono piuttosto facili e immediate, in quanto l'intervistato dovrebbe avere piena conoscenza della sua situazione;
- più complessa è la risposta per la prima componente, in quanto è implicito un ricordo (spesso sbiadito) di comportamenti tenuti nell'ultimo anno.

Caso di studio - 25

- In realtà a noi non interessa conoscere il numero esatto di volte in cui l'intervistato si è impegnato in un'attività sportiva o motoria (ad esempio 147 volte!), ma sapere se questo impegno è, in media:
 - di 3 o più volte alla settimana;
 - di 1/2 volte/a alla settimana;
 - di almeno 1 volta al mese;
 - meno intenso.
- Quindi nelle modalità di risposta, accanto a una frequenza stimata sull'arco di 12 mesi, è prevista una codifica con queste specifiche.

Caso di studio - 26

- Una particolarità dell'attività sportiva e motoria è la sua possibile diversa cadenza stagionale: per tenere sotto controllo questa **stagionalità**, si può aggiungere una domanda sul numero di mesi in cui si è stati attivi;
- così si potranno differenziare gli sportivi che hanno praticato per due mesi consecutivi la vela (d'estate) o lo sci (d'inverno) da coloro che invece si sono allenati per tutto l'anno una volta alla settimana:
- in tutti e tre i casi la frequenza stimata si aggirerebbe, infatti sulle 60 volte!

Le domande - 4

- In sintesi, le domande sono classificate come relative a (Marbach, 2006):
 - **fatti**, ovvero relative a dati strutturali, situazioni certe, avvenimenti e ai comportamenti, nel nostro caso i profili della partecipazione sportiva;
 - **conoscenze**, ovvero le informazioni che l'intervistato possiede su un tema in oggetto; nel nostro esempio potrebbero essere domande sulla normativa locale o nazionale sullo sport, sulla presenza di impianti nel territorio e così via;

Le domande - 5

- **opinioni**, ovvero cosa pensa l'intervistato di un tema, spesso relativamente alle informazioni indagate con i quesiti sulle conoscenze; nel nostro caso cosa ne pensa l'intervistato sulla politica sportiva a livello locale, sull'organizzazione di un grande evento sportivo (ad esempio le Olimpiadi) nella propria città e così via;

Le domande - 6

- **atteggiamenti**, ovvero come si comporterebbe l'intervistato "se"; è una tipologia a cavallo fra opinioni e motivazioni, ad esempio una domanda sulla congruità della quota di iscrizione a un Centro sportivo universitario può rientrare in questa categoria, che è tipica delle indagini di marketing;
- **motivazioni**, che possano spiegare i comportamenti, le opinioni, gli atteggiamenti, che abbiamo già illustrato precedentemente.

Le domande - 7

- Un'altra modalità di classificazione delle domande è rispetto a:
 - **dirette**, nelle quali si chiede l'informazione relativamente all'intervistato;
 - **indirette**, nelle quali ci si riferisce a una generica terza persona o a un gruppo di persone, con le caratteristiche strutturali dell'intervistato; vengono formulate nel caso si voglia evitare che l'intervistato ometta per l'imbarazzo alcune risposte;

Le domande - 8

- ad esempio, in un'indagine sempre sulla partecipazione sportiva in un gruppo di studenti delle scuole medie inferiori, alcune delle motivazioni per l'abbandono potevano essere motivo di imbarazzo per i ragazzi (11-14 anni):
 - i costi eccessivi della pratica, i cattivi rapporti con l'istruttore e i compagni, la pigrizia e così via;
- pertanto la domanda è stata così formulata:
 - <<Secondo te, per quali motivi i ragazzi della tua età abbandonano lo sport?>>.

Domande con risposta semplice - 1

- Abbiamo poi domande con risposta:
- **semplice**, quando l'intervistato può
 - scegliere una e una sola delle risposte previste, se il questionario è chiuso,
 - o dare una e una sola risposta se è aperto;
 - ad esempio la Facoltà cui si è iscritti, la frequenza della pratica di tutte le attività negli ultimi 12 mesi, il peso, il reddito.

Domande con risposta semplice - 2

- Le alternative di risposta possono essere
 - due (e la codifica si definisce ***dicotomica***), come ad esempio vero vs. falso, sì vs. no, buono vs. cattivo;
 - oppure più di due, nel qual caso le modalità previste possono essere ordinate o meno.
- Un esempio di alternative ordinate è il titolo di studio o una scala di atteggiamento (molto, abbastanza, poco, per nulla).

Domande con risposta semplice - 3

- Se le modalità di risposta non sono gerarchizzate, l'ordine con il quale vengono scritte sul questionario e/o poste all'intervistato può condizionare la scelta di quest'ultimo:
- poniamo che la domanda sia "per quale motivo pratici attività sportiva?"
- e siano previste cinque modalità di risposta A, B, C, D, E.

Domande con risposta semplice - 4

- In vari studi si è rilevato che, facendo ruotare la posizione delle alternative (B,C,D,E,A – C,D,E,A,B – D,E,A,B,C – E,A,B,C,D) gli item al primo e al quinto posto risultavano sempre i preferiti.
- Questa distorsione, prevedibilmente, cresce al crescere del numero degli item:
- infatti gli intervistati sono più colpiti dalle risposte proposte per prime, quando sono più attenti, o dalle ultime, quando lo sono meno e quindi dimenticano le prime alternative.

Domande con risposta semplice - 5

- La rotazione suggerita può eliminare in parte la distorsione; può essere fatta:
- prevedendo cartellini con le risposte che l'intervistatore propone con ordine casuale davanti a ogni intervistato
- o, nelle interviste **computer aided** con una rotazione prevista dal *software*.

Domande con risposta semplice - 6

- L'alternativa può anche essere in un **continuum**, nel qual caso la risposta è univoca, ma poi sarà necessario postcodificare.
- Vediamo un esempio: utilizzando peso e statura di un individuo si può calcolare il **Body Mass Index** (indice di massa corporea), che è uno strumento messo a punto dai medici per calcolare i rischi legati al sovrappeso sulla nostra salute e si ottiene dividendo il peso per la statura in metri.

Domande con risposta semplice - 7

- Le due misure e l'indice si sviluppano su un continuum, che però non è molto utile in termini di sintesi:
- si può pertanto codificare la risposta aggregando i valori di BMI in funzione del suo obiettivo:
 - "obesità" (≥ 30),
 - "sovrappeso" (25-29,99),
 - "regolare" (19-24,99) e
 - "sottopeso" (< 19).

Domande con risposta multipla

- **multipla**, quando invece le risposte posso essere anche più di una;
- ad esempio lo sport praticato, gli impianti frequentati.
- In questo caso ogni modalità di risposta può essere scelta o meno, quindi diventa una nuova variabile con codifica dicotomica binaria "1", se è scelta, "0", se non lo è.

Le domande - 9

- Infine, vi è la già introdotta differenza fra domande con risposta:
- **aperta**, quando l'intervistato è lasciato libero di rispondere senza alcun suggerimento; il caso estremo di un questionario con tutte domande aperte corrisponde a una *intervista guidata*, metodo che rientra negli approcci qualitativi alla ricerca sociale;
- **semichiusa**, quando l'intervistato deve scegliere una (o più) delle modalità proposte dall'intervistatore, ma una di queste è codificata come "altro (specificare:.....)" ed è prevista per eventuali suggerimenti da parte dell'intervistato.

Le domande - 10

- **chiusa (*pre-codificata*)**, quando l'intervistato deve scegliere una (o più) delle modalità proposte dall'intervistatore e non può suggerire una sua diversa risposta;
- **chiusa (*non pre-codificata*)**, quando l'intervistato deve fornire un'informazione precisa e univoca, per esempio l'età, la statura e non è prevista una pre-codifica per questi valori, che saranno poi post-codificati.

Le domande - 11

- Nel questionario possono essere inserite anche domande di **controllo**, per verificare la congruità delle risposte dell'intervistato;
- se il questionario è ben fatto e i filtri funzionano a dovere, tutte le domande possono fungere da controllo e l'intervistatore potrà chiarire i motivi delle discordanze.

Le domande - 12

- Per chiudere una raccomandazione sull'opportunità di predisporre più stesure del questionario, sottoporre ciascuna di esse a un **pre test** per cogliere le maggiori difficoltà di comprensione delle domande e le carenze nella formulazione delle modalità di risposta.
- In tal modo si potranno anche strutturare domande aperte, e ottimizzare la codifica.