



# **METODI E TECNICHE DELLA RICERCA SOCIALE**

Prof.ssa Caterina Balenzano

[caterina.balenzano@uniba.it](mailto:caterina.balenzano@uniba.it)

# FRAME ORGANIZZATIVO DEL CORSO

Pagina docente: <https://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/scienze-politiche/docenti/balenzano-caterina>

Link del corso: <https://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/scienze-politiche/docenti/balenzano-caterina/a-a-2021-2022/metodi-e-tecniche-della-ricerca-sociale-a-a-2021-2022-i-sem-ispi-lm-cfu-7-a-z>

Lezioni: 56 ore di didattica frontale

Ogni lunedì e giovedì, alle 16.30, e mercoledì, alle 14.30 per un totale di 6 ore a settimana (circa 8 settimane)

Programma:

Alle	
Testi di riferimento	<ol style="list-style-type: none"><li>1. E. AMATURO, METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE, UTET, 2011.</li><li>2. CARDANO, M., VENTURINI G.L., MANOCCHI M., Ricerche. Un'introduzione alla metodologia delle scienze sociali, CAROCCI, 2011.</li></ol>

Ricevimento: prenotazione via mail

# 1. IL PERCORSO DI RICERCA

Che cosa intendiamo per «RICERCA SOCIALE»?

Similitudine dell'investigazione poliziesca: individuare dati, indizi, prove e testimonianze a supporto di una ipotesi ovvero per rispondere ad una domanda/quesito (colpevolezza) – tali elementi vanno INTERPRETATI dai decisori (giudici)

La RS:

A) parte da una domanda di ricerca/quesito che riguarda la realtà sociale;

B) nasce da un'esigenza conoscitiva (identificazione del colpevole → dei meccanismi, delle variabili indipendenti, ecc ..)

- esterna (committenza) : utilità (migliorare la realtà- ricerca applicata, valutativa)
- del ricercatore (interesse scientifico sul fenomeno) : libertà (conoscere la realtà)

SI TRATTA DI UN PROCESSO CONOSCITIVO MIRATO AD ESAMINARE E/O MIGLIORARE LA REALTÀ SOCIALE

# IL PERCORSO DI RICERCA

« ... un particolare tipo di agire strategico con il quale il ricercatore si apre ad un'esperienza con l'intento di elaborare un risposta a una domanda relativa a un dato fenomeno sociale»  
(Cardano, 2011, p. 13)

*Problem solving, fornire risposte*

**Su quali basi?**

**Evidenze empiriche**, dati rilevati che supportano le argomentazioni conclusive a cui si giunge con l'indagine sociale (es. di dati)

**Come si raccolgono tali evidenze?**

Attraverso la **pianificazione** della ricerca, la scelta di tempi e contesti in cui raccogliere gli indizi utili a rispondere al quesito di partenza

**Come si assicura la «qualità» del dato?**

Mediante il rispetto delle regole metodologiche che assicurano il rigore scientifico alla ricerca: scelta di tecniche valide, utilizzo di metodi adeguati, rispetto dei principi etici, ecc ...

# ESEMPI DI RICERCA

## 1. ricerca sulla povertà in una determinata Regione, funzionale alla programmazione delle politiche di welfare

- Quale definizione operativa assumiamo? Identificazione della soglia di povertà
- Quali dati sulla povertà abbiamo a disposizione (indagine secondaria) o possiamo raccogliere? (Istat)
- Come possiamo usare tali dati? (ad es. leggerli nella prospettiva delle famiglie; in una dimensione diacronica: pre-post pandemia o trend/analisi longitudinale; in relazione al capitale culturale, ecc ...)
- Se decidessimo di raccogliere dati, come generiamo il campione? Quali strumenti utilizziamo? (quali o quantitativi) Chi li somministra? Che tempi prevediamo per la somministrazione? **BILANCIARE TEMPI, RISORSE E PIANO DELLA RICERCA**
- Una volta raccolti i dati come li analizziamo? Come usiamo i dati per rispondere alla domanda della committenza? Se per es. si vuole stimare l'efficacia di un intervento contro la povertà (valutazione) è opportuno comparare due gruppi

# MODI DI FARE RICERCA

La declinazione della domanda di ricerca, a partire dall'operazionalizzazione del costrutto, orienta la scelta di metodi e tecniche specifiche di raccolta dati

## DUE GRANDI APPROCCI

### A) QUANTITATIVA:

- Predilige ampi campioni
- Raccoglie dati standardizzati (stessi dati per tutti i casi esaminati) - > COMPARAZIONE E GENERALIZZAZIONE DEI RISULTATI
- Non scende in profondità

### B) QUALITATIVA:

- Si focalizza su pochi casi ma scende in profondità (es. interviste agli homeless) -> NO COMPARAZIONE E GENERALIZZAZIONE, ma INDIVIDUALIZZAZIONE

TRIANGOLAZIONE più che DICOTOMIA nella SCIENZA DELLA SOCIETÀ (complessità della realtà sociale)



# UN TENTATIVO DI CLASSIFICAZIONE

Commento collettivo della tab. Di pag 13

# FONTI DI DATI PER ANALISI SECONDARIE

Istat

Eurostat

Banca mondiale

Ocse

Uffici statistici regionali, provinciali o comunali



# QUESTIONI TERMINOLOGICHE

## INCHIESTA O **INDAGINE CAMPIONARIA** (SONDAGGIO o RICERCA DI MERCATO)

Un modo di rilevare informazioni interrogando gli stessi individui oggetto della ricerca, appartenenti ad un campione rappresentativo, mediante procedure standardizzate,, per studiare relazioni tra variabili (Corbetta, 2003)

QUESTIONARIO

**RICERCA SPERIMENTALE:** i soggetti vengono osservati in situazioni di laboratorio: inducendoli a reagire a situazioni artificiali (manipolazione delle V.I.) si osservano meglio i **NESSI CAUSALI** tra VI e VD

ESPERIMENTO

**INTERROGAZIONE BASATA SULL'USO DELLE INTERVISTE:** i soggetti vengono intervistati in quanto depositari di dati rilevanti/testimoni privilegiati; al di là del tema comune, le tracce possono variare in funzione del soggetto e si declina nell'interazione tra ricercatore e intervistato

INTERVISTA

**RICERCA ETNOGRAFICA**

OSSERVAZIONE

# FASI DI RICERCA: DAL PROGETTO ALLA RESTITUZIONE

1. composizione del gruppo di ricerca e scelta del **focus** (+ giustificazioni di rilevanza per eventuale call)
2. stesura del progetto di ricerca/**progettazione** e disegno di ricerca
  - Il disegno di ricerca è una prefigurazione del percorso di ricerca e può essere soggetto ad aggiustamenti (ad es. per indisponibilità di dati, slittamenti temporali)
  - Chi detiene le informazioni? Quanti casi? Quali tecniche?
  - Se Rqt. → stabilire ampiezza e piano di campionamento, costruzione degli strumenti, ipotizzare strategie analitiche
  - Se Rql. → identificare i casi e stabilire strategie di contatto, scegliere i temi e le strategie di analisi dei materiali
3. lavoro sul **campo: costruzione** della documentazione
  - Se Rqt. → raccolta di dati organizzati in matrice
  - Se Rql. → raccolta di testi (non solo trascritti, ma anche foto, diari, documenti, ecc...)
4. **analisi** dei dati empirici
  - Se Rqt. → analisi statistiche, descrittive o inferenziali, supportate da software (SPSS, STATA, R ...)
  - Se Rql. → analisi e interpretazione dei contenuti, anche supportato da software (T-LAB ecc...)
5. **comunicazione** dei risultati: restituzione al pubblico, comunità scientifica, committente, finanziatori, con specifici canali in base allo scopo (divulgativo e-o scientifico, convegni, report, paper, ecc. ...)

TALI FASI SOLO LINEARI SOPRATTUTTO NELL'APPROCCIO QUANTITATIVO; NELLA RICERCA QUALITATIVA PREVALE INVECE LA CIRCOLARITÀ: c'è scambio e influenza reciproca tra i diversi step, ad es. la raccolta dati può portare ad una revisione del DDR

## 2. CONOSCENZA E METODO SCIENTIFICO

L'idea moderna di SCIENZA si afferma con Galileo; il suo compito è di formulare, controllare e decidere asserti che descrivono relazioni tra le proprietà quantificabili degli oggetti

Con Cartesio si afferma il primato del METODO nel processo di conoscenza

FORMALIZZAZIONE DEL METODO SPERIMENTALE: misura, ipotesi e cimento

L'idea è di una scienza intesa come disciplina nomotetica, che mira alla formulazione di leggi scientifiche attraverso il metodo induttivo, cioè fondando le argomentazioni sull'esperienza, dal particolare all'universale

Si afferma il METODO SCIENTIFICO: un metodo unico, universale, applicabile a tutti i campi della conoscenza scientifica

Il sapere scientifico è CUMULATIVO: si costruiscono conoscenze utilizzando stessi metodi per applicazioni sequenziali

Impostazione POSITIVISTICA: la realtà è indipendente da chi la studia (realismo ontologico) ed è conoscibile in modo oggettivo; attraverso il metodo sperimentale si mira alla formulazione di leggi universali spiegando i nessi causali tra i fenomeni attraverso l'osservazione e il metodo induttivo.

# OLTRE IL POSITIVISMO

Il positivismo ottocentesco è stato gradualmente soppiantato da una nuova concezione epistemologica, il NEOPOSITIVISMO, che pur salvaguardando il realismo ontologico, affermava il principio della VERIFICA EMPIRICA come momento di valutazione della scientificità di una teoria

Per i neopositivisti:

A. la scienza è l'unica fonte di conoscenza valida

B. il valore di ogni enunciato dipenda dal suo poter essere verificato (criterio di verifica)

C. Le proposizioni scientifiche possono essere ridotte ad asserti di base

D. il nesso tra th e osservazione empirica viene rafforzato, indebolendo il principio di induzione --→ Karl Popper: nessun dato empirico può dar certezza della verifica di una th -> è il CRITERIO DI FALSIFICABILITÀ, e non quello di verificabilità, a distinguere scienza e non scienza, ovvero un sistema empirico deve poter essere CONFUTATO dall'esperienza → RIFIUTO DEL PROCESSO INDUTTIVO: non esiste una generalizzazione inferita da singole asserzioni vere → la conoscenza scientifica si basa sulla DEDUZIONE ovvero sul metodo deduttivo dei controlli

# PER I POST-POSITIVISTI

1. la realtà è indipendente da chi la studia ma può essere studiata solo in modo imperfetto e probabilistico
2. il ricercatore osserva nell'ambito di un paradigma, pertanto la sua analisi non è oggettiva
3. il metodo sperimentale mira alla formulazione di leggi probabilistiche
4. è possibile ricorrere a più teorie per interpretare un fenomeno
5. i processi sono deduttivi e basati sulla falsificazione delle ipotesi

**METODO IPOTETICO-DEDUTTIVO**, in cui il problema è formulato sulla base di un quadro th e della letteratura precedente, in cui si costruiscono ipotesi teoricamente fondate e si specifica la procedura di raccolta dati per il controllo delle hp; si raccolgono dati e li si analizzano per accettare o respingere l'hp; vengono espresse delle conclusioni, in connessione con la th.

# IL DIBATTITO NELLE SCIENZE SOCIALI

Lo studio della realtà sociale è possibile solo utilizzando il paradigma e i procedimenti delle scienze naturali (tecniche, strumenti, processi inferenziali)

Per Comte, la scienza dev'essere fondamento di tutto l'ordine sociale e l'unico metodo d'indagine possibile è quello sperimentale, in quanto i fenomeni sociali sono in relazione di causa-effetto tra loro, e il rapporto tra scienza e progresso è inscindibile.

Nel Positivismo sociologico di Durkheim, la sociologia deve stabilire le cause dei fenomeni sociali analizzando le relazioni tra i dati di fatto. I FATTI SOCIALI sono per Durkheim regolati da regole proprie, leggi naturali, che esistono nella realtà esterna indipendentemente dagli osservatori.

Compito dello scienziato sociale è scoprire e spiegare tali leggi attraverso processi induttivi: deve individuare regolarità e ricorrenze per giungere a generalizzazioni, attraverso la manipolazione e il controllo delle variabili

# TRA SPIEGAZIONE E COMPrensIONE

Approccio quantitativo o standard: gli asserti sui fenomeni studiati vengono trasformati in hp suscettibili di controllo empirico tramite il processo di operazionalizzazione (definizioni operative) -> Scopo: SPIEGAZIONE

Storica contrapposizione tra due scopi diversi dei processi conoscitivi: i fenomeni sociali vanno spiegati in termini causali o compresi nelle loro finalità?

Al monismo metodologico positivista si va contrapponendo il dualismo metodologico che afferma l'esistenza di due diversi metodi, uno delle scienze naturali e l'altro delle scienze sociali/dello spirito/umane, che si differenziano anche per l'unità di analisi.

Le scienze dello spirito studiano l'esperienza vissuta nella vita quotidiana, che può essere studiata mediante processi di comprensione, grazie alla capacità di immedesimazione e interpretazione dell'osservatore

Al di là dell'oggetto di studio, per Windelband, la differenza tra i due tipi di saperi, generalizzante e individualizzante, sta nel METODO:

- Valutazioni oggettive, tese alla spiegazione causale dei fenomeni
- Interpretazioni qualitative, contestualizzate, tese alla comprensione dei fenomeni

# TRA QUANTITATIVO E QUALITATIVO

La dicotomia quali- quantitativo oggi è più sfumata, ed è cambiato il concetto stesso di scienza (Weber: la sociologia comprendente, analisi sempre parziale della realtà e dell'agire sociale, non volta alla formulazione di leggi generali immutabili)

Crespi: sono le scienze naturali ad essersi sempre più avvicinate ai modelli storico-statistici delle scienze sociali

Il modello di scienza come certezza è stato sostituito da un approccio probabilistico

Heisenberg (1958): se non è possibile osservare contemporaneamente posizione e velocità di una particella di energia, perché i procedimenti di misurazione di uno dei due elementi ricade inevitabilmente sull'altro



# PER CONCLUDERE ...

L'OSSERVAZIONE EMPIRICA NON è UN PROCESSO NEUTRALE, MA è ANCORATA ALLA TEORIA

IL PROCESSO CONOSCITIVO è CONDIZIONATO DALLE CIRCOSTANZE SOCIALI E DAL QUADRO TEORICO IN CUI SI INNESTA

OGNI DATO EVIDENZIATO NEL PROCESSO EMPIRICO è FRUTTO DI UN'ATTIVITÀ INTERPRETATIVA E NON PUÒ PRESCINDERE DAL MODO IN CUI L'OSSERVATORE GUARDA LA REALTÀ (approccio, visioni, condizionamenti culturali, strumenti ...)

Oggi, in una prospettiva costruttivista, è ribadito il ruolo attivo della th. nella costruzione della realtà e si sottolinea il limite di OGNI forma di sapere, che può essere criticato e riformulato ogni volta che le teorie formulate non trovano riscontro nelle evidenze empiriche

## 2. LA METODOLOGIA DELLE SCIENZE SOCIALI

### Prospettiva quantitavista/standard

- Focus sulle variabili: rinuncia d osservare i fenomeni nella loro interezza e a cogliere il significato che l'attore attribuisce al proprio agire
- Centralità dei concetti di MISURAZIONE, ATTENDIBILITÀ, VALIDITÀ

### Prospettiva qualitativa/interpretativista (competenze del ricercatore)

- Rifiuta il tecnicismo statistico e delle generalizzazioni che non tengono conto dell'unicità dell'esperienza
- È orientata al contatto con l'osservato
- È attenta alla specificità delle situazioni e alle questioni «micro-sociologiche»
- Adotta un approccio idiografico-descrittivo, di tipo induttivo
- Si concentra sulla comprensione e non sull'identificazione di relazioni tra variabili
- Usa la narrazione per ricostruire i processi e non la causazione

# DALLA COMPRESENZA ALLA TRIANGOLAZIONE

Sociologia come scienza semi-paradigmatica: non si può identificare un unico paradigma

Si va affermando l'utilità di adottare diverse prospettive per osservare il fenomeno da più punti di vista: se si ottengono risultati convergenti, essi saranno più validi → TRIANGOLAZIONE

Sebbene i quantitativisti «puri» riconoscano l'utilità della ricerca qualitativa solo per le fasi preliminari di ricerca, si sostiene la pari dignità e legittimità dei due approcci e si esortano gli studiosi ad un loro uso combinato → MIXED METHODS

# MIXED METHODS

«**Approccio integrato** che supera i limiti degli approcci qualitativi e quantitativi adottando una visione complessa, che tiene insieme l'esigenza di cogliere la profondità dei fenomeni con il bisogno di fare inferenze e generalizzazioni»

**Integrazione e complementarità** di prospettive divergenti ma non mutualmente escludentesi, per bilanciare e compensare i punti di debolezza reciproci e consentire un'analisi più precisa, sia in termini di comprensione che di spiegazione

Lavorare con una strategia MIX vuol dire non solo combinare **tecniche diverse**, ma anche farsi guidare da **interrogativi di ricerca diversi**, nell'ambito di un disegno di ricerca complesso (es. famiglie in pandemia)

Ciò richiede competenze specifiche e flessibilità dei ricercatori, che nell'ambito di un approccio pragmatista, usano la **cassetta degli attrezzi** delle tecniche in funzione dello scopo e del contesto

# DISEGNI DI RICERCA

**Continuum** dai single methods ai multi-methods, a seconda di 3 caratteristiche:

- A. il livello nel quale intercorre la fusione dei metodi
- B. l'orientamento temporale (sequenziale vs. concomitante)
- C. rapporto tra approcci (predominante o pari dignità)

## **Fattori per l'impostazione del disegno:**

### A. Visione di applicazione

- Esplicativa: integrazione interpretativa
- Esplorativa: integrazione ispezionatrice
- Nested: integrazione a grappolo

### B. la sequenza di implementazione

- Sequenzialità: si esplorano i risultati ottenuti con un metodo con un altro
- Concomitanza: si ricerca la convergenza di dati quali e quanti per l'analisi globale del problema
- Trasformazione: si usa un obiettivo th. come prospettiva generale per delineare un DDR quali-quantitativo

# DISEGNI DI RICERCA

## **Fattori per l'impostazione del disegno:**

C. il livello di integrazione, ovvero porsi nel contesto della scoperta (nelle fasi di progettazione, formulazioni di ipotesi, ecc ...) o della giustificazione (nella fase analitico-interpretativa)

D. il ritorno alla teoria, ovvero la possibilità di ricongiungere gli approcci creando una base th. che possa usare linguaggi comuni

DIFFICOLTÀ LEGATE ALLE COMPETENZE MA ANCHE ALLA COMPLESSITÀ DI  
CONIUGARE I DIVERSI APPROCCI IN UN DISEGNO UNICO E NON COME FASI NON  
COMUNICANTI DELLA RICERCA

### 3. OBIETTIVI E STRUTTURA DELLA RICERCA

- ❑ Sebbene tradizionalmente adottato nell'approccio quantitativo di ricerca, la formulazione del **DDR** rappresenta un momento cruciale di ogni percorso di ricerca.
- ❑ Ciò che differenzia i due approcci è il livello di **formalizzazione** del DDR

# IL DDR

- ❑ Nel processo d'indagine scientifica il ricercatore **sceglie**, di volta in volta, il percorso più adatto per raggiungere i suoi **obiettivi conoscitivi**, fermo restando il rispetto degli standard che garantiscono il **rigore metodologico** della ricerca.
- ❑ Alcune scelte e decisioni vanno prese prima dell'avvio della fase empirica.
- ❑ La progettazione preliminare del percorso di ricerca si definisce DDR e rappresenta uno step fondamentale per tutte le fasi successive del processo empirico.



# NEL DDR VANNO DEFINITI

- A. INTERROGATIVI E IPOTESI
- B. CONTESTO DI RACCOLTA DATI
- C. CONCETTI DA INDAGARE, MODALITÀ DI RILEVAZIONE E USO DEI DATI RACCOLTI (AD. ES. CONFRONTI TRA GRUPPI, ANALISI LONGITUDINALI ...)
- D. L'UNITÀ DI ANALISI: I SOGGETTI, LE AREE, I PERIODI TEMPORALI
- E. LE SITUAZIONI IN CUI VERRANNO RACCOLTI I DATI (LABORATORIO VS. CONTESTI NATURALI)
- F. RUOLO DEL RICERCATORE



BAGAGLIO TEORICO-  
DISCIPLINARE

# PROCESSO DI COSTRUZIONE DEL DDR

Si tratta di passare dai **concetti** e dalle **relazioni** tra essi che si ipotizzano e si intendono studiare empiricamente, all'uso di **INDICATORI** da **correlare** su un insieme di **CASI reali**, facendo attenzione a 3 aspetti:

1. **operazionalizzazione** e definizione operative dei concetti (es. PE), affinché essi siano empiricamente rilevabili;
2. **controllo** dei rapporti di causalità tra i concetti (ruolo fattori intervenienti);
3. **rappresentatività** del campione (persone, eventi, casi) su cui si focalizza il processo empirico.

Mentre per Durkheim la spiegazione sociologica tra variabili si esprime in termini di rapporti causa-effetto tra variabili, per cui a ogni fenomeno corrisponde una causa (es. Suicidio), Mill (1843) identifica diverse tipologie di nessi causali

# RELAZIONI TRA VARIABILI E DDR

Nell'**approccio non-standard/qualitativo**, le domande di ricerca si elaborano man mano e non è imprescindibile formulare concetti e ipotesi ex-ante, prima dell'incontro con il campo. In questo caso, il DDR consiste nel **preparare il campo**, cioè scegliere il setting e assicurarsi l'accessibilità del contesto da studiare, decidere l'approccio utilizzato dal ricercatore (estraneità vs. Incontro), scegliere quali sg osservare per esplorare il fenomeno indagato, ecc...

Nell'**approccio standard/quantitativo**, la ricerca si basa sullo studio delle **relazioni tra variabili** numeriche che vengono misurate empiricamente, pertanto il DDR è più formalizzato. Il **DDR sperimentale**, tradizionalmente più diffuso in psicologia che in sociologia per scarsa applicabilità dei suoi requisiti, è recentemente utilizzato nella **ricerca valutativa**.

# IL LINGUAGGIO DELLE VARIABILI: CONCETTI TRADOTTI IN VARIABILI NUMERICHE

Lazarsfeld coniò il termine linguaggio delle variabili per indicare che «ogni soggetto sociale, a partire dall'individuo, viene analiticamente definito sulla base di una serie di attributi e proprietà, e a queste ridotto; e i fenomeni sociali analizzati in termini di relazioni tra variabili. La variabile, coi suoi criteri di neutralità, oggettività e operativizzabilità matematica, è così la protagonista dell'analisi sociale, senza più bisogno di passare per la ricomposizione unitaria dell'individuo originario (spersonalizzazione). Per andare oltre il "linguaggio quotidiano notoriamente vago [in un processo di] chiarificazione e purificazione del discorso [che è] fondamentale per lo scienziato sociale; [...] la nostra conoscenza poteva essere organizzata in una qualche forma manipolabile [...] e il senso comune riformulato in proposizioni tali da poter essere sottoposte a test empirico» (Lazarsfeld, Rosenberg, 1955, pp. 2 e 11). In questo modo tutti i fenomeni sociali possono essere rilevati, classificati, ordinati, misurati, correlati, elaborati e formalizzati, e le teorie convalidate o falsificate in maniera oggettiva e priva di ambiguità (Corbetta, 2003).

# DAI CONCETTI AI DATI

Nella R.QT., a partire dal concetto da studiare, bisogna esplicitare se questo si riferisce all'oggetto di analisi o alle sue proprietà

Disoccupazione giovanile: il concetto della disoccupazione riguarda l'oggetto giovani (definire soglie- 34): di questo oggetto si analizzano le proprietà: genere, status, atteggiamento, ecc...

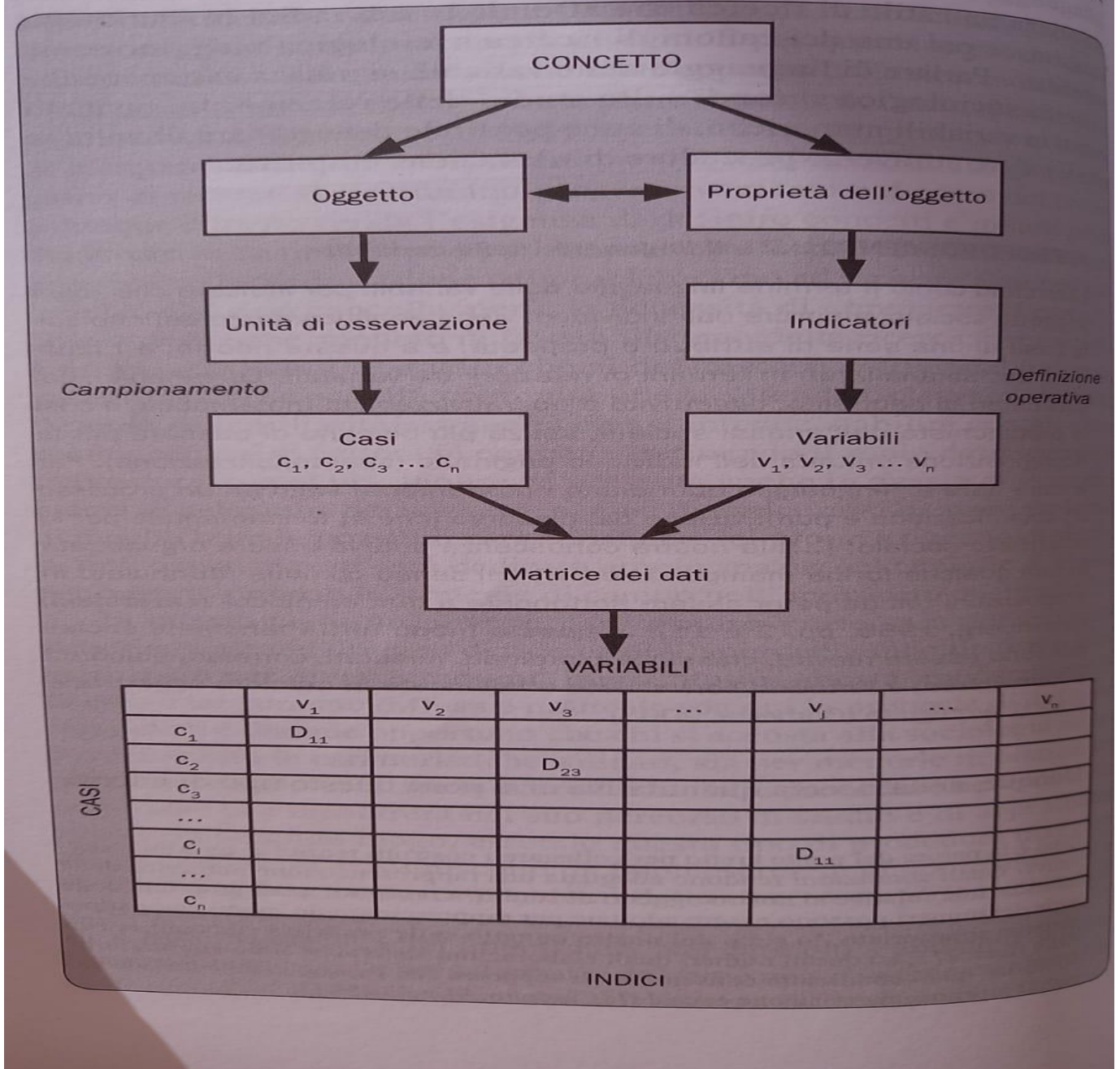
Stabilito il target, vanno selezionati i CASI di indagine (n) nell'universo di riferimento (N)

Per studiare le proprietà dell'oggetto (i giovani), vanno poi scelti degli INDICATORI (es. Capitale familiare)

Una volta che sono stati raccolti i dati, si crea la **MATRICE DATI**, che sarà in seguito analizzata per stabilire le **RELAZIONI CAUSALI** tra le variabili, attraverso analisi statistiche

ESERCITAZIONE

Fig. 3.2 Dai concetti alla matrice dei dati



# NELL'ANALISI DELLE RELAZIONI TRA VARIABILI...

Si deve tener conto che **la correlazione empirica tra due variabili non implica una causazione**: due fenomeni possono essere associati, ciò non significa che uno causa l'altro (es. Altezza e intelligenza: contesto di cura)

È quindi importante **CONTROLLARE IL FATTORE TEMPO**: la sequenza degli eventi può aiutare a stabilire quale sia la causa (V.I.) e quale l'effetto (V.D.)

- ad es. Motivazione scolastica e performance
- ad es. Isolamento e difficoltà socio-relazionali
- ad es. ....



# TIPI DI INDAGINI DIVERSE CON VANTAGGI E SVANTAGGI

## **Studi trasversali**

Rilevazione di dati in uno specifico momento in un determinato campione: fotografa la realtà, anche se ci si può servire di informazioni storiche, retrospettive e ricostruite (bias legato alla memoria dei partecipanti)

In questo caso, lo studio delle relazioni tra le variabili indagate di base su manipolazioni statistiche tra variabili

Per effettuare comparazioni statisticamente fondate, è molto importante che il campione sia rappresentativo della popolazione generale (N)

## **Studi longitudinali**

Si analizza un fenomeno nel tempo attraverso

- disegno a serie temporale (misura il trend del fenomeno, monitorato attraverso la rilevazione di indicatori: es. Survey dell'ISTAT)

- disegno a contatti ripetuti o panel: le misure vengono rilevate ripetutamente nel tempo sullo stato campione di soggetti (si valutano cambiamenti legati a certe variabili o a determinati interventi)

A volte si combinano a studi qualitativi che esaminano i processi in profondità (es. Interviste sulla gestione dei conflitti, sui processi di empowerment, ecc...)



# COME SI SELEZIONANO LE UNITÀ DI ANALISI?

Per individuare l'oggetto di analisi, vanno specificate prima le proprietà del concetto che vogliamo studiare; queste invece possono essere studiate in riferimento a più oggetti

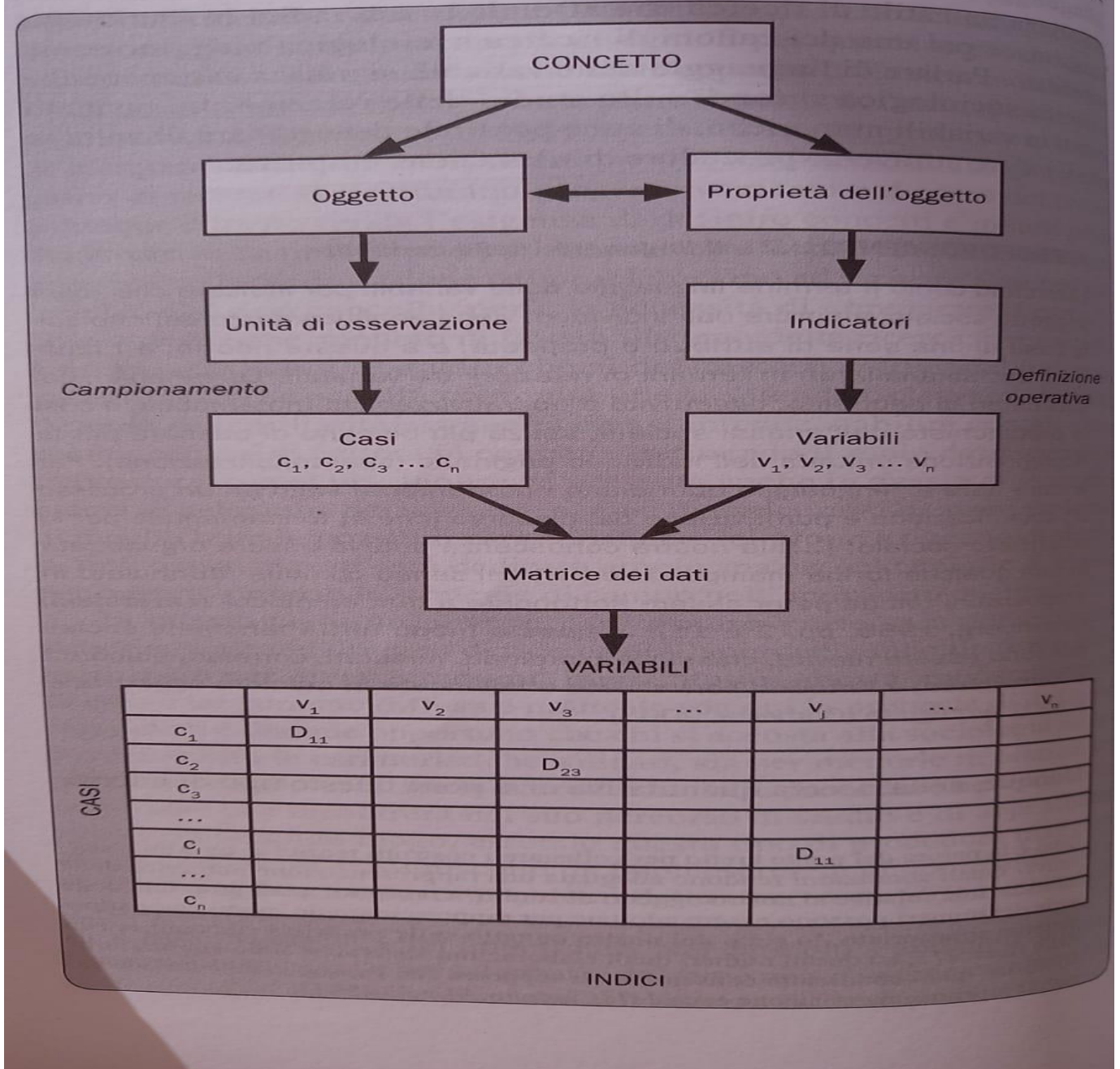
Es. Benessere--> reddito, beni ---> focus sull'individuo<>/ numero di ricoveri ---> focus sulla città

Non solo gli individui rappresentano OGGETTI DI ANALISI E OSSERVAZIONE NELLA RICERCA SOCIALE: comuni, scuole, servizi, ecc...

**IL TIPO DI OGGETTO DI CUI SI OCCUPA LA RICERCA SI DEFINISCE UNITÀ DI ANALISI O DI OSSERVAZIONE. ESSO È ASTRATTO E VA SPECIFICATO, IDENTIFICANDO L'UNITÀ E QUINDI I CASI SU CUI RILEVARE I DATI, ATTRAVERSO LE PROCEDURE DI CAMPIONAMENTO**

# LATO SX

Fig. 3.2 Dai concetti alla matrice dei dati



# COME SI IDENTIFICANO I CASI?

1. DELIMITAZIONE SPAZIO-TEMPORALE: i fenomeni sociali sono dinamici e mutevoli nei contesti, la ricerca deve quindi selezionare un arco temporale e un ambito territoriale di riferimento (es. Nei diversi gruppi)
2. SELEZIONE DI UN CAMPIONE SIGNIFICATIVO DI CASI a partire dall'universo di CASI POTENZIALI (ad es. Non tutti i giovani baresi ma n giovani con determinate caratteristiche): si passa dall'astratta unità alla scelta dei casi da studiare (righe della matrice) rispetto a certe variabili (colonne)

Si distingue l'unità di analisi dall'unità di raccolta:

- a volte coincide (genere, titolo di studio, cittadinanza: info. Individuali chieste agli individui coinvolti nella ricerca)
- altre no (ad es. Proprietà tasso di disoccupazione di un comune X: l'unità di raccolta è l'individuo, ma non coincide con quella di analisi: es. Numero di disoccupati su 1000 abitanti)

L'unità di raccolta è quella su cui vengono raccolte le informazioni; quando le informazioni vengono raccolte a un livello inferiore dell'UDA, le due non coincidono. L'unità di analisi è quella su cui si ottiene l'informazione, la riga della matrice)

Si identifica anche l'unità statistica, su cui si effettuano le analisi

# 4 TIPI DI UNITÀ

**INDIVIDUO:** unità di base non scomponibile (es. Nei gruppi)

**AGGREGATO:** scomponibile in unità più piccole

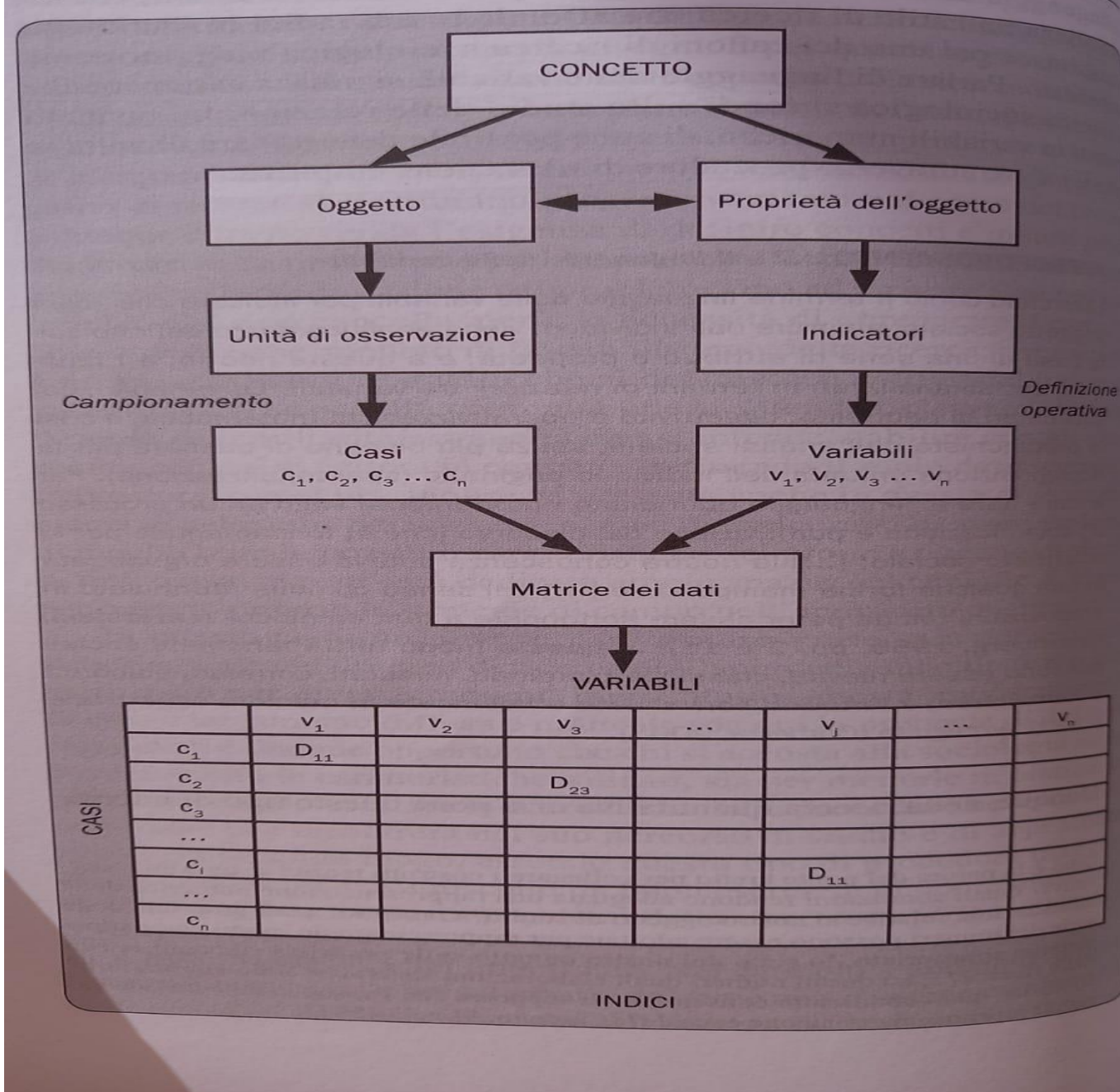
1. Elemento individuale (es. FAMIGLIA, reddito familiare: unità di raccolta – individuo - e analisi non coincidono)
2. unità ecologiche/territoriali (es. Città, regioni ecc..., qualità di vita di un territorio attraverso rilevazioni nel contesto, es. Biblioteche, spazi verdi, sicurezza, nidi ecc)
3. gli enti (associazioni, partiti, sindacati, servizi, istituzioni, scuole: le informazioni riguardano l'unità e non chi ne fa parte: ad es. Numero di docenti)

**EVENTO SOCIALE:** ad es. Manifestazioni, scioperi, dove le informazioni sono raccolte sull'evento specifico

**PRODOTTO CULTURALE:** se l'unità analizza la rappresentazione simbolica del fenomeno sociale, ad es. Studiati analizzando articoli di giornale, la comunicazione massmediale digitale, ecc ... (la violenza di genere – es. Di proprietà: caratteristiche dell'informazione, tipo di linguaggio, tempo dedicato, canali o trasmissioni in cui se ne parla ecc...). i dati vengono solitamente letti attraverso l'analisi del contenuto.

# LATO DX

Fig. 3.2 Dai concetti alla matrice dei dati



# CONCETTI E INDICATORI

Operazionalizzazione o operativizzazione: processo attraverso cui il ricercatore assegna al concetto una DEFINIZIONE OPERATIVA, ovvero traduzione del concetto in variabili i cui valori siano empiricamente osservabili e misurabili

Es. Età: fasce o etichette (adulti, anziani, ecc), Età esatta in anni, se minori in mesi ecc...

**Come raccogliamo l'informazione?** (data di nascita desunta dai documenti, età richiesta ai partecipanti, ...)

**Da cosa dipende tale scelta?** Da come intendiamo usare l'informazione, dagli obiettivi di ricerca (es)

# OPERAZIONALIZZAZIONE DI CONCETTI COMPLESSI



Quando i concetti hanno un'ampia estensione semantica e un livello maggiore di astrazione, il processo di operazionalizzazione è più complesso (es. Partecipazione, benessere)



La declinazione in variabili direttamente osservabili non è possibile, quindi il concetto deve essere RAPPRESENTATO da altri concetti le cui proprietà siano empiricamente rilevabili (processo di semplificazione).



Tali concetti meno generali e astratti si definiscono **INDICATORI**: concetti specifici e sotto-ordinati rispetto a quelli semanticamente più estesi (es. Indicatori di status: si tratta di indizi che ci informano sul concetto più generale)



# GLI INDICATORI

1. sono manifesti e ci informano su concetto non manifesti/direttamente osservabili
2. possono essere sia interessanti di per sé (titolo di studio), sia come informatori sul concetto non manifesto --> analisi differenziate
3. possono essere interpretati diversamente da osservatori diversi

Nelle scienze sociali un indicatore è ...

Un concetto di proprietà che, per affinità semantica, viene rilevato in luogo di altro concetto non direttamente rilevabile

Quando il ricercatore seleziona gli indicatori di un concetto generale istituisce un rapporto di INDICAZIONE anche detto di RAPPRESENTANTA SEMANTICA



# IL RAPPORTO DI INDICAZIONE

Il contenuto dei concetti non è univoco, pertanto il rapporto di indicazione è di natura stipulativa poiché dipende dal giudizio consapevole del ricercatore

Il rapporto tra concetti e indicatori è elastico e dipende da:

1. l'unità di analisi (lo stesso indicatore rilevato in diverse u.d.a. può assumere significati diversi, ad es. % di giovani o anziani in una certa regione o comuni)
2. i contesti sociali (es. Tasso di partecipazione alle elezioni nei paesi democratici o totalitari)
3. l'esperienza del ricercatore

# IL RICORSO A INDICATORI MULTIPLI

Nel caso di concetti complessi, il ricercatore fa ricorso a un **set di indicatori** per avvicinarsi più possibile all'estensione semantica del concetto, poiché ogni indicatore non è completamente rappresentativo del concetto che misura e può essere utilizzato in rappresentanza di più concetti generali, diversi tra loro (ad es. Libertà di stampa come indicatore di democraticità di un paese, ma anche di libertà politica)

**Come avviene quindi la selezione dei giusti indicatori, la traduzione empirica del concetto?**

Conoscenze e teorie di riferimento

Ricerche pregresse

Preliminari esplorazioni empiriche

# TRADUZIONE DEL CONCETTO IN LAZARSFELD

## **1. rappresentazione figurata del concetto**

Osservando il fenomeno che si intende studiare, il ricercatore inizia a costruire una rappresentazione del concetto da misurare

## **2. analisi concettuale: specificazione dei suoi aspetti e dimensioni**

Il ricercatore declina la descrizione astratta identificando le dimensioni concettuali che compongono il concetto e seleziona quelle che dal suo punto di vista sono più rappresentative

## **3. scelta di indicatori empirici, tracce osservabili, utili a misurare le dimensioni concettuali specificate (sulla base della th di riferimento e del contesto)**

## **4. sintesi post-rilevazione: riaccorpamento dei dati rilevati in un indice che rappresenta la variabile nella matrice**

# FOCUS: LA QUALITÀ DI VITA

Unità territoriale: paesi

Scopo: comparazione

Più dimensioni:

1. economico.sociale

2. demografica

3. culturale

Ognuna di queste viene declinata in indicatori (pg.88) che devono essere operazionalizzati per potere essere misurati: ad es. Livello di istruzione, se l'unità è il territorio, diventa %di laureati (se l'unità è l'individuo, è il titolo di studio!)

# FOCUS: IL BENESSERE

Scegliete l'unità

Specificate lo scopo

Individuate le dimensioni

Scegliete gli indicatori

Traduceteli in misure

# ESERCITAZIONE

1. DEFINIRE LA DOMANDA DI RICERCA specificando la sua RILEVANZA SCIENTIFICA e RILEVANZA PRAGMATICA (Cardano, 2011)

2. INDIVIDUARE FASI E TECNICHE DELLA RICERCA EMPIRICA motivando le scelte metodologiche rispetto agli SCOPI

... poi, costruiremo gli strumenti

Possibili temi: globalizzazione. Genere e sessualità. Razze, etnie e migrazioni. Stratificazione e classi sociali. Interazione sociale e vita quotidiana. Famiglie e relazioni di intimità. Istruzione. Lavoro. Mass media. Politica e movimenti sociali. Devianza e criminalità.

# AFFINCHÈ IL PROCESSO DI TRADUZIONE EMPIRICA SIA CORRETTO ...

È necessario accertarsi della VALIDITÀ e ATTENDIBILITÀ di variabili e indicatori

**Validità: grado in cui la procedura di traduzione del concetto in variabili misurabili rileva effettivamente il concetto che si vuole misurare**

q.i. come indicatore di intelligenza

(correttezza del processo di indicazione, dal concetto alla variabile)

**Attendibilità: grado in cui la procedura di traduzione del concetto in variabili misurabili produce gli stessi risultati**

- in prove ripetute con lo stesso strumento di rilevazione (stabilità, costanza)

- con strumenti equivalenti (equivalenza)

(correttezza del processo di definizione operativa, dalla variabile all'indicatore)

IN SENSO LATO, IL TERMINE VALIDITÀ INDICA LA SOLIDITÀ DI UN'INDAGINE, OSSIA UNA VERA CORRISPONDENZA TRA MONDO REALE E CONCLUSIONI DI UNA RICERCA (DUHHAM, 1988)

## TIPI DI VALIDITÀ

### **1. Validità di contenuto**

- Validità esteriore

### **2. Validità per criterio: correlazione con una variabile criterio**

- Validità predittiva
- Validità concomitante

### **3. Validità di costrutto per relazione con altri concetti**

- Validità per gruppi noti



# 1. LA VALIDITÀ DI CONTENUTO

indica che l'indicatore/i prescelto/i per un concetto copre/coprono effettivamente l'intero dominio di significato del concetto; riguarda i contenuti espressi dagli indicatori

Gli indicatori devono essere:

- coerenti con quanto si intende rilevare
- rappresentativi degli obiettivi dell'indagine.

Una misura ha validità di contenuto quando gli indicatori rappresentano in modo accurato l'universo di contenuto che si intende misurare

# LA VALIDITÀ DI CONTENUTO: COME SI INDIVIDUA?

*una convalida di questo tipo può avvenire soltanto su  
un piano puramente logico*

scomponendo analiticamente il concetto studiato in  
tutte le sue dimensioni ed assicurandosi che  
l'indicatore lo copra tutte, mediante una rassegna  
della letteratura o l'ascolto del parere di più  
giudici.

# LA VALIDITÀ DI CONTENUTO: LA *VALIDITÀ ESTERIORE*

Si tratta di una caratteristica del test non propriamente metrologica né facilmente quantificabile.

In pratica, l'esame esteriore si riduce a un giudizio qualitativo, intuitivo sull'adeguatezza degli indicatori in riferimento al concetto

## 2. LA VALIDITÀ PER CRITERIO

E' una verifica che non avviene sul piano teorico, ma su quello empirico, ossia all'atto della [rilevazione dei dati](#).

*corrispondenza tra l'indicatore e un criterio esterno che per qualche motivo si ritiene correlato con il concetto.*

*Questo criterio può essere rappresentato da un altro indicatore già accettato come valido oppure da un fatto oggettivo.*

La validazione dei dati raccolti mediante un insieme di indicatori predisposti dal ricercatore avviene servendosi di un secondo insieme di indicatori che si suppone già validato o comunque provvisto di validità di contenuto.

# LA VALIDITÀ PER CRITERIO: VALIDITÀ PREDITTIVA

si correla il dato dell'indicatore con un evento successivo ad esso connesso: l'indicatore è valido se vi è coerenza tra il dato dell'indicatore e un dato rilevato mediante un evento successivo

PROCEDURA: si controlla se considerando i punteggi su un indicatore siamo in grado di prevedere correttamente i risultati di una prova successiva [Scott 1968; Carmines e Zeller 1979].

**Esempio** se vi è relazione tra il risultato del test di ammissione all'università e i voti ottenuti agli esami

# LA VALIDITÀ PER CRITERIO: **VALIDITÀ CONCOMITANTE**

l'indicatore è correlato con un altro indicatore rilevato nello stesso momento.

PROCEDURA: si calcolano coefficienti di associazione con altri supposti indicatori dello stesso concetto [Carmines e Zeller 1979], nella ragionevole aspettativa che due o più indicatori dello stesso concetto siano positivamente associati tra loro.

**esempio** due test di profitto basati su tipi di domande diverse che rilevano la stessa abilità

# 3. VALIDITÀ DI COSTRUTTO

Riunisce e riassume le validazioni effettuate sul piano teorico (validità di contenuto) e sul piano empirico (validità di criterio).

l'indicatore non si associa con indicatori dello stesso concetto, ma con variabili che secondo le aspettative teoriche o il senso comune dovrebbero avere una relazione empirica forte (positiva o negativa) col concetto da indicare [Cronbach e Meehl 1955].

L'indicatore si giudica valido se le relazioni sono simili a quelle che si aspettavano sulla base del senso comune e/o delle teorie accettate.

***rispondenza di un indicatore alle attese teoriche in termini di relazioni con altre variabili***

# VALIDITÀ DI COSTRUTTO: VALIDITÀ PER GRUPPI NOTI

Utilizzata dagli psicologi della prima metà del '900 per stabilire se un determinato test era un indicatore valido di un concetto

l'indicatore viene applicato a soggetti dei quali sia nota la posizione sulla proprietà da rilevare

**Esempio:** indicatore di anomia, lo si applicava ad una popolazione conosciuta. Il test viene giudicato valido se il gruppo di alunni che il professore giudica "anomici" ottiene nel test un punteggio medio significativamente più alto del resto della classe [Thurstone e Chave 1929; Frey 1970].



# IN SINTESI ... LA VALIDITÀ

La validità è una proprietà del concetto I (Indicatore) in quanto possibile indicatore del concetto C in un determinato ambito spazio-temporale e con una determinata unità d'analisi.

Il grado in cui il concetto I possiede questa proprietà non si può misurare né indagare in qualsiasi modo "oggettivo".

*Sulla validità si può solo esprimere una valutazione in base a criteri semantici:* un compito che spetta al singolo ricercatore, al gruppo di ricercatori, alla comunità dei ricercatori nella disciplina pertinente

# IN SINTESI

<b>Validità di contenuto/concettuale</b>	<b>Validità concorrente/di criterio</b>
<p><i>Definizione</i> Capacità dello strumento di misurare effettivamente ciò che si intende rilevare.</p>	<p><i>Definizione</i> Corrispondenza tra i risultati ottenuti e un criterio esterno correlato.</p>
<p><i>Come misurarla</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Attraverso l'analisi indipendente dello strumento da un gruppo di esperti. <i>Ad esempio attraverso l'utilizzo del metodo Delphi.</i></li></ul>	<p><i>Come misurarla</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Confrontando i risultati ottenuti da un pre-test con altri risultati noti.</li><li>• Confrontando i risultati ottenuti da un pre-test con un fatto oggettivo.</li></ul>
<b>Validità di costrutto</b>	<b>Validità di faccia</b>
<p><i>Definizione</i> Corrispondenza tra i risultati ottenuti e la costruzione teorica proposta.</p>	<p><i>Definizione</i> Analisi dell'adeguatezza del materiale-stimolo ai soggetti da esaminare.</p>
<p><i>Come misurarla</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborando una ipotesi teorica ed esaminando la corrispondenza tra tale ipotesi e i risultati ottenuti.</li></ul>	<p><i>Come misurarla</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Attraverso la richiesta di un giudizio qualitativo intuitivo ai soggetti sul materiale-stimolo.</li></ul>

<b>Validità convergente e discriminante</b>	<b>Validità predittiva</b>
<p><i>Definizione</i> La validità discriminante consiste nel dimostrare un ragionevole grado di indipendenza tra le varie aree che compongono lo strumento. Per validità convergente si intende la misura della dipendenza di ogni <i>item</i> con il fattore di riferimento.</p>	<p><i>Definizione</i> Indica la capacità della scala di predire l'evoluzione del fenomeno che si intende misurare.</p>
<p><i>Come misurarla</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Per la misura della validità discriminante si può utilizzare il coefficiente di cograduazione di Spearman.</li><li>• La validità convergente si misura tramite correlazione tra ogni domanda/<i>item</i> e la sua scala di appartenenza.</li></ul>	<p><i>Come misurarla</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Si può utilizzare la cograduazione come misura dell'intensità del legame tra le variabili.</li></ul>

# L'ATTENDIBILITÀ

- Uno strumento non valido nel rilevare può essere attendibile
- Uno strumento non attendibile non può essere nemmeno valido

*«Il grado di validità o di attendibilità dipende direttamente dal grado di accuratezza o di precisione di cui abbiamo bisogno»*

[Bailey, 85]

# LE VERIFICHE EMPIRICHE DELL'ATTENDIBILITÀ RIGUARDANO:

- ❑ la **stabilità** delle reazioni di soggetti esaminate più volte (*test-retest*)
- ❑ la concordanza/**equivalenza** tra forme parallele di uno stesso test (*split-half e parallel form*)
- ❑ l'omogeneità o **coerenza interna** dell'insieme degli stimoli che compongono il test (*internal consistency*);

# ATTENDIBILITÀ COME **STABILITÀ** DELLE REAZIONI DI SOGGETTI: IL TEST RETEST

consiste nel somministrare due volte lo stesso stimolo agli stessi individui nelle stesse condizioni, per misurare poi la correlazione attraverso lo *Stability coefficient* : quanto più alto risulta essere tale coefficiente, tanto più la scala è attendibile (i risultati sono gli stessi).

**NB** si assume implicitamente che lo stato dell'oggetto non muta spontaneamente durante l'intervallo delle due osservazioni e che esso non è alterato dal processo di osservazione

# L'omogeneità o Coerenza Interna *Internal Consistency- Alfa Di Cronbach*

Gli errori accidentali variano da test a test e da domanda a domanda

PROCEDURA: l'insieme degli stimoli che compongono il test viene correlata con ciascun item

# IN SINTESI...

---

## Omogeneità / coerenza interna

---

### *Definizione*

Corrispondenza tra risposta e risposta all'interno dello strumento.

### *Come misurarla*

- alfa di Cronbach: calcolare la correlazione delle risposte a ogni domanda con le risposte a tutte le altre domande.
- *Split half*: metodo della divisione a metà.

---

## Concordanza

---

### *Definizione*

Corrispondenza tra risultati di rilevazioni ripetute con strumenti diversi.

### *Come misurarla*

Replicare la rilevazione con strumenti diversi e calcolare la correlazione tra i risultati.

---

## Stabilità

---

### *Definizione*

Corrispondenza tra risultati di rilevazioni ripetute con lo stesso strumento.

### *Come misurarla*

Tecnica del test – re-test: replicare la rilevazione nel tempo sugli stessi soggetti e calcolare la correlazione tra i due risultati.

---

# GLI ERRORI

- **Gli errori sistematici** dipendono dal limite dello strumento o del metodo usato e sono solitamente i più semplici da eliminare, perché hanno un'origine precisa che, una volta individuata, permette di eliminare o ridurre gli errori stessi.
- **Gli errori accidentali** dipendono da una serie di cause non esattamente individuabili e non ben definite, variano in modo imprevedibile e possono agire per eccesso o per difetto sulla misura. Alcune volte agiranno aumentando il valore della misura, altre riducendolo.



# GLI INDICATORI SOCIALI

Concetto che nasce negli USA degli anni 50 per monitorare gli standard di vita della popolazione

Sono ricavati dall'elaborazione di dati statistici, di natura demografica, economica, sanitaria e culturale, sulla base di un modello sociale esplicitato

Se rilevati periodicamente, consentono di ragionare su serie storiche e monitorare il sistema sociale, ovvero per catturare il cambiamento sociale e orientare possibili interventi

Sostanziano i sistemi informativi utilizzabili per le decisioni politiche (es. Priorità d'intervento, scelta dei target ...)

# POSSIBILI CLASSIFICAZIONI

In base all'utilizzo:

- Indicatori descrittivi, che non si riferiscono a modelli causali o distribuzione di risorse
- Indicatori normativi, che si riferiscono a modelli di causazione o previsione
- Sistema di indicatori, che si riferiscono a modelli interpretativi complessi
  
- Indicatori oggettivi, rendicontabili, sono usati per monitorare la distribuzione delle risorse e del benessere, e si basano generalmente su dati disponibili/secondari al progetto di ricerca (ad es. Tasso di dispersione scolastica medio a livello nazionale)
- Indicatori soggettivi, percettivi, riferiti a livelli di soddisfazione (ad es. S. di vita), alla percezione (del benessere, della giustizia, della sicurezza), agli atteggiamenti (ad es. Aspettative, fiducia verso ...)

**COMBINARE INDICATORI OGGETTIVI E SOGGETTIVI (es. Di progetti)**

# PROGETTO DI RICERCA SUL TEMA DELLA CONCILIAZIONE LAVORO-FAMIGLIA

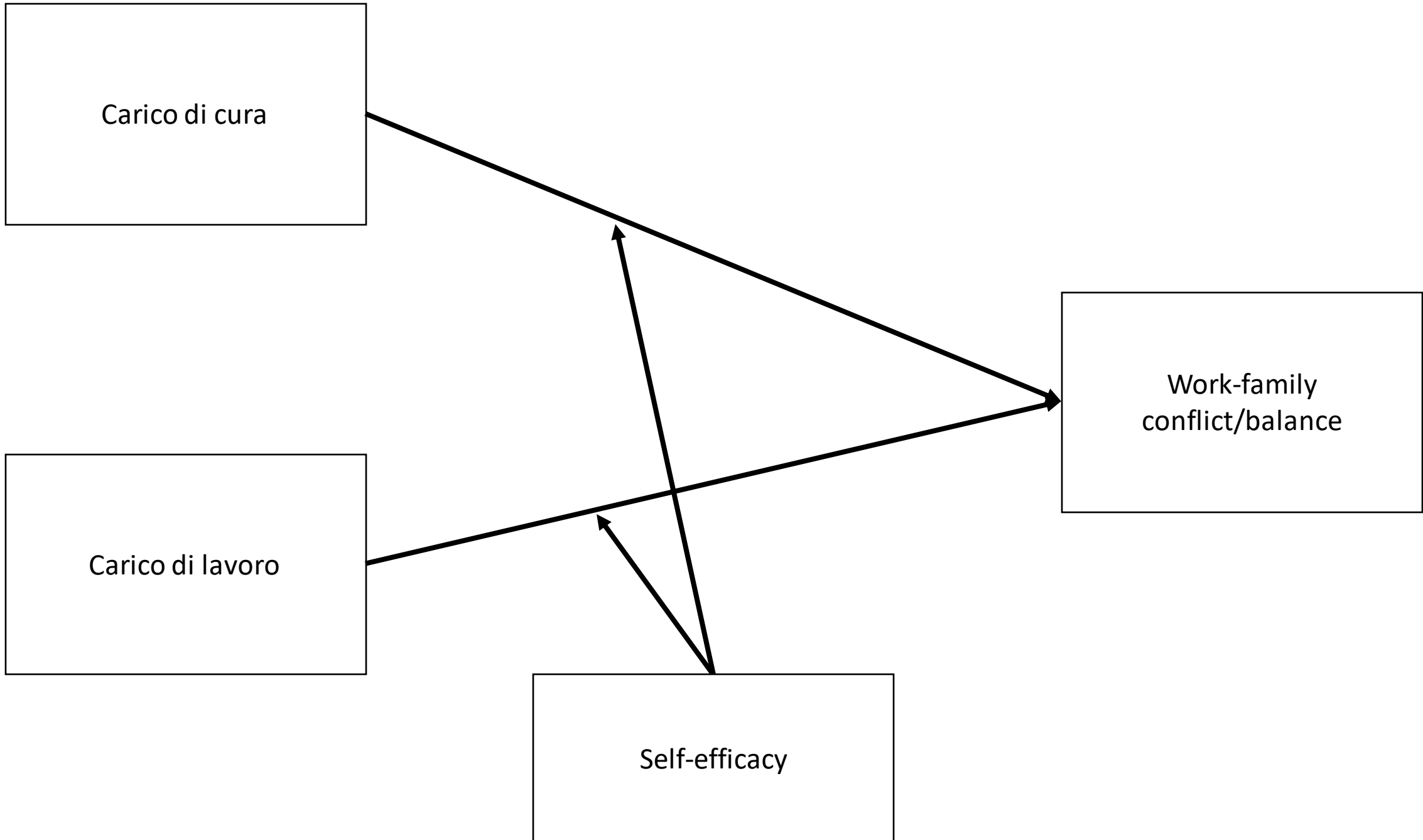
SCOPO

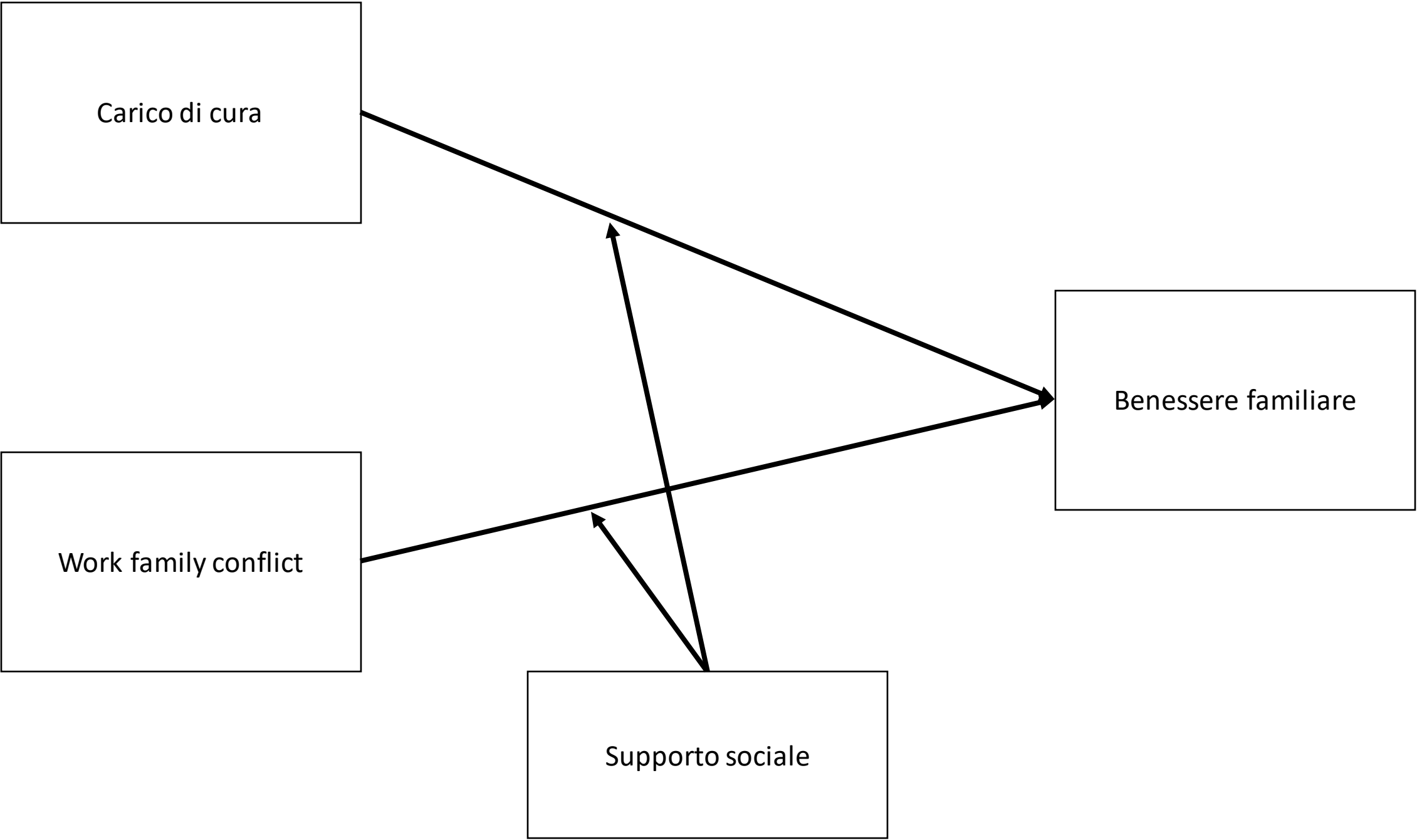
STATO DELL'ARTE

DEFINIZIONE DELLE DOMANDE DI RICERCA

Definizione in termini chiari ed immediatamente comprensibili della questione che si vuole indagare.

Si articola in domande DI RICERCA, che orientano la ricerca, ne fissano gli obiettivi e servono come punto di partenza delle ipotesi di analisi.





## Esempi di operazionalizzazione del supporto sociale

SUPPORTO SOCIALE da 1 (fortemente in disaccordo) a 7 (fortemente d'accordo).

1. C'è una particolare persona che mi è vicina quando ho bisogno
2. C'è una particolare persona con cui posso condividere le mie gioie e i miei dispiaceri
3. La mia famiglia cerca veramente di aiutarmi
4. Ricevo dalla mia famiglia l'aiuto morale e il sostegno di cui ho bisogno
5. Ho una particolare persona che è un'autentica fonte di conforto per me
6. I miei amici/amiche cercano veramente di aiutarmi
7. Posso contare sui miei amici/amiche quando le cose vanno male
8. Posso parlare dei miei problemi nella mia famiglia
9. Ho amici/amiche con i quali possono condividere le mie gioie e i miei dispiaceri
10. C'è una particolare persona nella mia vita che si interessa dei miei sentimenti
11. La mia famiglia è disponibile ad aiutarmi quando devo prendere decisioni
12. Posso parlare dei miei problemi con i miei amici/amiche

Nella gestione dei suoi compiti quotidiani di cura dei figli, quanto ritiene di poter contare su (1-5 per niente – moltissimo)

- Servizi educativi (asilo nido pubblico, scuole)
- Servizi ludico-ricreativi (attività di supporto scolastico e/o di svago, tempo libero, sport gestite da parrocchie e/o associazioni del territorio)
- Nonni e/o parenti prossimi

#### A. Work-family conflict (Carlson et al. 2000)

Fortemente d'accordo	Moderatamente d'accordo	Maggiormente d'accordo	Maggiormente in disaccordo	Moderatamente in disaccordo	Fortemente in disaccordo
----------------------	-------------------------	------------------------	----------------------------	-----------------------------	--------------------------

1. Il mio lavoro mi tiene lontano dalla mia vita familiare più di quanto vorrei
2. Il tempo che devo dedicare al mio lavoro mi impedisce di partecipare come vorrei alla vita familiare
3. Non posso partecipare ad attività della mia famiglia a causa della quantità di tempo richiesta dal mio lavoro

**WORK-FAMILY BALANCE** - Landolfi, A., & Lo Presti, A. (2020). A psychometric examination of the work-family balance scale. A multisample study on Italian workers. *Current Psychology*, 1-10.

4. Mi ritengo in grado di conciliare e fare bene ciò che ci si aspetta da me sia a lavoro che in famiglia
5. Ritengo di essere in grado di soddisfare le aspettative che le persone per me più importanti, sia a lavoro che in famiglia, nutrono nei miei confronti
6. Le persone a me vicine direbbero che riesco bene a conciliare lavoro e famiglia
7. Mi ritengo in grado di soddisfare le aspettative che i miei superiori a lavoro e la mia famiglia nutrono nei miei confronti
8. I miei colleghi di lavoro e i componenti della mia famiglia direbbero che soddisfo le loro aspettative nei miei confronti
9. Mi è chiaro, in base ai riscontri che ricevo dai miei colleghi di lavoro e dai componenti della mia famiglia, che appaio loro come una persona responsabile sia a lavoro che in famiglia



# **CAPITOLO 4**

## **La misurazione nella ricerca sociale**



# DAL CONCETTO ALLA VARIABILE

Ci sono molti modi di tradurre le proprietà in variabili

Ogni proprietà (es. Età, titolo di studio) può essere operazionalizzata in modi diversi, un funzione del livello di generalità, dell'unità di analisi, e del contesto

Anche quando l'unità di analisi è la stessa, l'operazionalizzazione può cambiare a seconda del target di ricerca: ad es. Nessun titolo in popolazione anziana e tipo di laurea, triennale e magistrale, nella popolazione giovanile

Pertanto, la corrispondenza tra concetto e variabile non è biunivoca, ma il processo di operazionalizzazione deve garantire rigore metodologico e scientificità

# DEFINIZIONE DI VARIABILE

**È una proprietà di cui viene data una definizione operativa, in modo tale che le situazioni reali/stati siano trasformabili in dati**

**È un concetto operativizzato**

Gli stati operativizzati della proprietà diventano categorie; a ciascuna di esse si assegna un valore alfanumerico che viene riportato nella relativa colonna della matrice dati

La matrice dati è definibile come un insieme ordinato di righe/casi e di colonne <variabili; nella casella che incrocia una determinata riga e una certa colonna si trova il valore alfanumerico che rappresenta la **categoria**

I casi sono detti *vettori riga*, le variabili sono *vettori colonna*

La matrice si può leggere per riga (tutte le info. Sul singolo caso), per colonna (distribuzione della variabile nel campione esaminato); incrociando i vettori riga e colonna si mettono in relazione casi e variabili, ovvero si conoscono gli stati degli oggetti/casi su ciascuna proprietà/variabile.

# MATRICE CASI X VARIABILI

	Cg*	Tipofam(figli)- 1 childfree, 2 childless, 3 con figli		Numero di figli
Famiglia balenzano	2	3	d/4	0
c2		2		1
C...		2		2
<b>1 – coppia coniugata rito civile</b>				

2- 1 – coppia coniugata rito religioso

Fare clic per inserire testo

# ESEMPI

Concetto: status socio-economico

Unità di analisi: individuo

Indicatore: livello di scolarizzazione

Stati della proprietà: grado di istruzione basso, medio, alto

Attraverso il processo di operazionalizzazione, la proprietà diventa la variabile "titolo di studio" e i suoi stati le relative modalità della variabile (ad es. Licenza media, post-lauream, a seconda della popolazione target e del focus della ricerca) - vedi fig. 4.2 pag. 111

A ciascuna modalità/categoria si assegna un valore che andrà riportato in matrice (1, 2, 3); i dati saranno analizzati attraverso tecniche statistiche (lettura per colonne: distribuzione della variabile; lettura dell'incrocio, per testare relazioni tra variabili, a es. Titolo di studio e reddito)

# RELAZIONE TRA TITOLO DI STUDIO E GENERE

	Maschi 1	Femmine 2		
Titolo di studio basso (1)	1,1 a	1,2 b		
Titolo di studio alto (2)	2,1 c	2,2 d		

# DALLA PROPRIETÀ ALLA VARIABILE: PRECONDIZIONI

1. Per poter trasformare la proprietà in variabile, questa deve variare; se non ci sono almeno due stati, non è una variabile, ma una costante (es. Tutti i laureati di UNIBA, indagine sui giovani disoccupati, ricerca sulle donne detenute)
2. le proprietà devono poter essere descritte attraverso definizioni operative, così da orientare la rilevazione dei differenti stati e permettere le successive analisi statistiche

Proprietà semplici danno origine a una sola variabile, proprietà più complesse sono trasformate in più variabili/colonne nella matrice. Così come per concetti complessi si possono individuare più indicatori, per ciascuna proprietà si possono individuare più variabili, con relative modalità

Per individuare le modalità delle variabili, il ricercatore deve rispettare un **unico criterio di classificazione**, in modo tale che le categorie risultino **mutualmente escludentesi**: se si utilizza un solo criterio logico, non è possibile che un referente possa essere attribuito contemporaneamente a più classi; un'altra regola da rispettare è l'**esaustività**: se le modalità prevedono tutte le possibili sfaccettature della proprietà, ogni stato deve poter essere assegnato ad almeno una classe

# TIPI DI VARIABILI

In funzione del tipo di valore nella matrice:

VARIABILI CATEGORIALI E CARDINALI

Licenza media: 3 (valore simbolico) --> v. categoriale

Numero di figli: 3 (valore numerico) --> v. cardinale

Le proprietà si classificano in DISCRETE (possono assumere un numero di **stati** che però non sono in relazione tra loro, ad es. Numero di figli) e CONTINUE (gli stati sono collocabili lungo un **continuum** e sono in **relazione** quantitativa tra loro)

es. genere: i numeri in matrice che rappresentano le modalità della variabile sono **frutto di un lavoro di classificazione**, ma non hanno alcun valore cardinale; basta che a ciascuna modalità venga assegnato un codice differente: si tratta di VARIABILI CATEGORIALI

Es. Titolo di studio: i numeri in matrice che rappresentano le modalità della variabile sono frutto di un lavoro di classificazione, **ma possono essere ordinati**: si tratta di CATEGORIALI ORDINATE perché pur essendo discreta, la proprietà è ordinabile lungo un continuum (dal più basso al più alto: ordinamento). Non è possibile però calcolare la distanza tra i punti (come per le proprietà cardinali, ad es. Altezza, lunghezza ...)

# PROPRIETÀ E TIPI DI VARIABILI

Le proprietà discrete possono essere

- non ordinabili --> **variabili con categorie non ordinate**-- > si possono fare solo uguaglianza e differenza

- o ordinabili gerarchicamente --> **variabili con categorie ordinate** > alle categorie della variabile viene assegnato un valore che riflette le relazioni tra esse > uguaglianza e differenza, maggiore e minore

**SONO COMUNQUE VARIABILI CATEGORIALI** Perché SI POSSONO CONFRONTARE LE CATEGORIE, MA NON FARE OPERAZIONI

- cardinali o enumerabili--> **variabile cardinale, basata sul conteggio, che produce una scala assoluta**: i numeri registrati in matrice non sono simbolici ma corrispondono al valore reale (es, numero di figli, numero di stanze in una casa...)-> si possono fare conteggi



# PROPRIETÀ E TIPI DI VARIABILI

Le proprietà continue hanno un numero infinito di stati collocabili lungo un continuum; se si dispone di un'unità di misura, la proprietà si dice **continua misurabile**

## Step del processo di misurazione:

1. identificazione dell'unità di misura
2. definizione delle cifre da registrare e delle procedure di arrotondamento
3. confronto tra unità di misura (es.  $M$ ) e proprietà del singolo caso
4. trasformazione del confronto in un corrispondente numero/dato

**Nel caso di proprietà continue misurabili, con la definizione operativa si trasforma la proprietà in variabile cardinale/metrica che è trattabile, nel processo di analisi dei dati, con operazioni matematiche (confronti tra misure).**

# CONCETTO DI MISURAZIONE

Processo attraverso cui l'ammontare di una proprietà  $x$  posseduto da un oggetto  $A$  si confronta con l'ammontare della stessa proprietà posseduto dallo strumento-unità scelto convenzionalmente per misurarla (unità di misura)

La misurazione converte la proprietà in simboli numerici, che sono multipli dell'unità di misura.

A differenza del conteggio, l'unità di misura è di natura convenzionale e l'ammontare da misurare è raramente un multiplo esatto dell'udm; si dovrà pertanto ricorrere ai numeri razionali, e non solo naturali (es. Numero di figli).

Il processo di misurazione delle scienze sociali ha due attori: la persona che misura e la persona le cui proprietà sono misurate; in assenza di interazione sociale tra i due attori, le udm sono quelle tipiche delle scienze fisiche (es. Lunghezza, ampiezza). Nel campo delle scienze sociali, generalmente avviene un'interazione tra soggetto osservatore e osservato, che influenza il processo di misurazione.

# TECNICHE DI SCALING

Nel processo di misurazione, il ricercatore ricorre a *tecniche di scaling* per qualificare atteggiamenti e opinioni, a seconda di come vengono concepiti gli stati sulla proprietà

- tecniche che generano **variabili categoriale ordinate**
- tecniche che generano **variabili quasi-cardinali**

TIPI DI VARIABILI:

- 1. categoriale NON ordinate:** affermazioni di uguaglianza e diversità
- 2. categoriale ordinate:** affermazioni di uguaglianza e diversità, di  $>$  o  $<$
- 3. cardinali/quasi-cardinali:** affermazioni di uguaglianza e diversità, di  $>$  o  $<$ ; operazioni matematiche se le modalità sono espresse numericamente (numeri interi o decimali)

Cfr. Tabella riassuntiva

Fig. 4.5 Tipi di variabili, tipi di proprietà. Schema riassuntivo

<b>Tipi di proprietà</b>	<b>Caratteristiche</b>	<b>Definizione operativa</b>	<b>Tipi di variabili</b>
<b>Discrete</b>	Categoriali non ordinate	Classificazione	Categoriali pure
	Categoriali ordinate	Classificazione monotonica (ordinamento)	Categoriali ordinate
	Con stati enumerabili	Conteggio (unità di conto)	Cardinali enumerate (naturali)
<b>Continue</b>	Cardinali misurabili	Misurazione (unità di misura)	Cardinali metriche
	Cardinali non misurabili	<i>Scaling</i>	Categoriali ordinate Quasi cardinali

# L'AUTONOMIA SEMANTICA

... è il grado in cui l'espressione che etichetta una certa modalità assume un significato autonomo, di senso compiuto, anche senza dover ricorrere alle etichette delle altre modalità o della variabile (ad es. Studente, pensionato)

Quando le modalità esprimono un grado di accordo l'autonomia semantica è bassa: non è possibile interpretare la *modalità* senza far ricorso alla *variabile*.

In alcuni casi, è necessario accorpate le modalità per poter interpretare e-o operare le analisi dei dati (es. Fasce di Età sulla base di un range)

Variabili	Autonomia semantica
Categoriali non ordinate	alta
Categoriali ordinate	ridotta
Cardinali	nulla

# ALTRI CRITERI DI CLASSIFICAZIONE DELLE VARIABILI

## 1. posizione nella relazione causale

Date due variabili, X e Y, il ricercatore ipotizza che la prima sia **indipendente** e che influenzi Y, intesa come **dipendente**  
X---> Y, RELAZIONE IPOTIZZATA SULLA BASE DI TH, CONTESTO, OSSERVAZIONI PRELIMINARI E IPOTESI

## 2. grado di manipolabilità

Esistono variabili **controllabili**, che il ricercatore può scegliere di alterare, e variabili solo **rilevabili** (genere, età, titolo di studio): non c'è una vera e propria manipolazione.

Nell'esperimento, la VI viene manipolata dal ricercatore per osservare il suo effetto sulla VD (es. Film aggressivo e accettazione della violenza)

## 3. grado di osservabilità

Variabili **osservabili** direttamente attraverso dati rilevabili (reddito) vs. Variabili **latenti**, frutto di un processo di misurazione complesso, basato sulla combinazione di diverse variabili osservabili, perché riferite a concetti astratti (intelligenza, competenze, pregiudizi, attitudini ...) --> ricorso a tecniche di scaling

4. **carattere individuale** (assolute, es. Età, comparative, es. Giudizi, relazionali, es. Grado di accettazione vs. Inclusione, e contestuali, es. Tipo i scuola frequentata) o **collettivo** (aggregate, ad es. Reddito familiare, analitiche, es. Tasso di occupazione di un territorio, strutturali, es. Coesione di un gruppo, e globali, esclusive del gruppo, es. Densità abitativa)

5. variabili **naturali**, così percepibili, e **artificiali**, ricavabili mediante analisi dei dati

# DAGLI INDICATORI ALL'INDICE

Scomposto il concetto complesso in multipli indicatori, questi vengono misurati per catturare il concetto; essi vanno poi ricomposti per ricostruire l'unità del concetto astratto che è stato operazionalizzato

Si tratta cioè di costruire l'indice, una variabile che raggruppa l'insieme dei dati rilevati sull'unità di analisi dalle diverse variabili

Il passaggio dalle variabili all'indice ha anche una funzione statistica: nel processo di analisi dei dati il modello interpretativo deve essere parsimonioso, avere cioè non troppe variabili da mettere in relazione

Dal punto di vista metodologico, **da variabili categoriali si ottengono indici tipologici**, (seguendo criteri logici si accorpano modalità in macrocategorie e si ridefinisce lo spazio semantico del concetto) **da quelle cardinali o quasi-cardinali indici additivi o sommatori** (es. Soddisfazione per una serie di servizi -> indice medio di soddisfazione:  $\text{sommatoria}^*/\text{numero di variabili}$ , o score fattoriali)

\*precondizioni: 1) no missing; 2) la variabili devono essere associate alla stessa scala; 3) coerenza tra le scale, stesso orientamento (se no, reverse), 4) si può ponderare

# ESERCITAZIONE

INDIVIDUARE UN ARTICOLO

SELEZIONARE VARIABILI E CLASSIFICARLE (DIVERSI CRITERI)

INDIVIDUARE **EVENTUALI** INDICI E SPEIGARE COME SONO STATI COSTRUITI



# CAP. 5

## LA DOCUMENTAZIONE EMPIRICA

Nella ricerca sul campo, il ricercatore raccoglie i dati per la sua indagine

Sia nel caso di ricerca sperimentale che di survey, l'individuazione delle variabili da misurare deve essere esplicitata prima dell'avvio della ricerca sul campo: si deve definire esattamente il dato che sarà raccolto, come verrà registrato ...

Nella ricerca non standard, la scelta delle variabili da attenzionare può emergere anche durante la raccolta dati, dall'interazione tra osservatore e osservato

ESPERIMENTO.....OSSERVAZIONE PARTECIPANTE

(formalizzazione)

(oggettività vs. Soggettività)

(paradigma neopositivista vs. Interpretativista)

(ruolo estraneo o integrante del ricercatore)

Nell SURVEY, c'è un grado moderato di formalizzazione del DDR, ma il livello di oggettività delle procedure dipende dal grado di validità e attendibilità che si riesce a raggiungere. Più le tecniche risultano intrusive, più si innesca la desiderabilità sociale e quanto osservato non corrisponde a quanto si sarebbe osservato in assenza del ricercatore.

# LIMITI DELLE TECNICHE

Esperimento	Perturbazioni legate al ruolo del ricercatore; artificialità della situazione e reattività dei soggetti sperimentali
Inchiesta campionaria	Distorsioni legate alle procedure di interrogazione dei soggetti (formulazione item, es. Doppia negazione)
Interviste, storie di vita	Distorsioni legate alle procedure di interrogazione dei soggetti (es. Domande suggestive, linguaggio ...)
Osservazione partecipante	Desiderabilità sociale e reattività

Tecniche non intrusive evitano il contatto con i soggetti da studiare e utilizzano documenti, fonti, e tracce

# TECNICHE E AZIONI DI RICERCA

Le tecniche possono essere più o meno intrusive a seconda del modo in cui vengono usate.

- ❑ Se il ricercatore INTERROGA, attraverso questionari, scale, interviste o FGD, oppure OSSERVA, attraverso tecniche di osservazione diretta o partecipante, la ricerca è intrusiva cioè influenzata dal ricercatore.
- ❑ Se il ricercatore OSSERVA in modo non partecipante, esaminando tracce o LEGGE E INTERPRETA documenti e fonti statistiche, la ricerca non è intrusiva, perché la rilevazione dei dati è indipendente dal ruolo del ricercatore.

# TECNICHE NON INTRUSIVE

Si raccolgono dati senza che RICERCATORE E OGGETTO DI STUDIO entrino in contatto; l'ODS non è consapevole di essere tale.

Si tratta di tecniche NON REATTIVE, in quanto si ricostruiscono le informazioni sulle persone senza interagire con loro --> **non c'è reattività**, né problemi legati alla reperibilità, alla disponibilità e alla collaborazione.

IL COMPORTAMENTO DEL SO è sempre INFLUENZATO DALLA PRESENZA DEL RICERCATORE ANCHE QUANDO QUESTO HA UN RUOLO NEUTRALE E DISTACCATO (ES. Effetto Hawthorne, in cui il livello di produttività aumentava per la sola presenza dei ricercatori, indipendentemente dalla V.I. manipolata)

SVANTAGGI: rilevanza del dato, completezza, accuratezza, mancanza di riscontro del SO/autoreferenzialità del processo di rilevazione dati

# 1. L'OSSERVAZIONE

**1. di tracce fisiche:** segni che restano, ma il produttore potrebbe non esserne consapevole (nessuna reattività)- es. *Garbology*: analisi della spazzatura per rilevare dati relativi al consumo di alcool

- Tracce erosive (segni dell'attività di una popolazione)
- Tracce consolidate (segni persistenti che il ricercatore usa per fare considerazioni su chi li ha generati)

**2. osservazione semplice/periscopica:** il ricercatore osserva e registra il dato, senza intervenire in alcun modo nel contesto osservato: ad es., come nell'indagine sulla tossicodipendenza si possono osservare le caratteristiche di certi luoghi c (es. Vigilanza, illuminazione, presenza delle istituzioni, isolamento vs. Trasporti) per poi classificarli in funzione del rischio

**3. utilizzo di archivi,** per elaborare considerazioni a partire da dati e documenti: processo non passivo, in cui il ricercatore svolge un compito più laborioso

## 2. L'ANALISI DEI DOCUMENTI

La comunicazione, a tutti i livelli, si serve di documenti: quelli prodotti con lo scopo esplicito di trasmettere informazioni sono detti **segnici**, che a loro volta si distinguono in personali, istituzionali, e culturali-mediatici, e quelli che vengono prodotti ed utilizzati in un determinato contesto, senza uno scopo comunicativo, detti **non segnici**.

**La ricerca sociologica utilizza:**

- a. documenti personali (es. Autobiografie, diari)**, per indagare in ottica microsociologica l'esperienza soggettiva, il significato attribuito ad alcuni processi e comportamenti
- b. Documenti on line (ad es. Blog, forum di discussione)**, per indagare posizioni su certi temi o processi di confronto sociale
- c. documenti istituzionali, prodotti nel corso di attività istituzionali** (ad es. Verbali di riunioni, sentenze di tribunali, documenti raccolti in archivi amministrativi), per produrre statistiche e-o ricostruire processi
- d. Documenti prodotti e materiali fruiti dai mass media e digital media:** la sociologia della comunicazione, in particolare, esamina attraverso analisi qualitative e quantitative il contenuto della produzione di stampa, radio, tv, cinema e social media

# STRUMENTI DI ANALISI

Il materiale documentario viene analizzato mediante l'**ANALISI DEL CONTENUTO**, attraverso cui il messaggio viene scomposto in elementi-base di cui si può calcolare la ricorrenza (qt) o che si possono classificare e categorizzare (ql)

Nasce come tecnica utile a descrivere in modo obiettivo, sistematico, e quantitativo il contenuto manifesto della comunicazione: in una prospettiva statistico-quantitativa, si focalizzava sul cosa fosse comunicato/l'unità semplice

Più di recente, in una prospettiva ermeneutico-interpretativa, si dà importanza al contesto e alle caratteristiche e alle intenzioni della fonte e del ricevente, per interpretare il significato di un messaggio

Oggi coesistono i due approcci: strumenti informatici consentono di trattare in modo quantitativo grandi masse di dati testuali (es. Conteggio parole, analisi della ricorrenza o associazione tra lemmi) mentre i ricercatori approfondiscono in ottica qualitativa il significato di quanto catalogato e formulano ipotesi da approfondire e testare

SI TRATTA QUINDI DI UN INSIEME DI METODI CHE SI COMBINANO PER ESAMINARE I CONTENUTI COMUNICATIVI E IL LORO SIGNIFICATO

# STEP DEL PROCESSO ANALITICO

1. **scomposizione** dell'unità comunicativa da analizzare (es. Trascrizione di intervista) in **elementi-base**, sulla base di **criteri** espliciti

2. **classificazione** degli elementi attraverso un **sistema di categorie esaustive e mutualmente escludentesi**, grazie al quale ogni categoria diventa variabile da esaminare statisticamente per testare le hp di ricerca

(la categorizzazione è attendibile se raters indipendenti mostrano accordo)



# LEGGERE LE INFORMAZIONI STATISTICHE

Il ricercatore può servirsi di dati ricavati da **fonti statistiche ufficiali**, collocabili lungo un continuum

Dati amministrativi (es. Contenuti nell'anagrafe comunale)	Censimenti	Survey/inchiesta campionaria
Scopo gestionale	Rilevazione statistica con obiettivi gestionali e conoscitivi (es. Su popolazione e abitazione, sugli interventi e ss dei comuni e sulla spesa per aree di utenza 328/00)	Scopo conoscitivo, ricerche ad hoc
+ esaustivi: disponibili per l'intera popolazione -> comparazione diacroniche e sincroniche	+ informazioni territoriali dettagliate essenziali per supportare il <i>decision making</i> a vari livelli-> delineare politiche e pianificare servizi e attività (es. Occupazione, disparità territoriali)	+ dati informativi e rispondenti ai bisogni conoscitivi del ricercatore
- non hanno scopo conoscitivo, quindi sono rigidi e poco informativi; non sempre soddisfano le esigenze del ricercatore; non sempre sono accessibili.	- costi della rilevazione dati; - scarsa tempestività della restituzione dei dati che vanifica la loro utilità programmatoria, soprattutto per fenomeni mutevoli.	- dati non esaustivi, disponibili solo per i soggetti campionati

## Possibili usi:

- Usare i dati relativi alla struttura della popolazione (indice di vecchiaia, di dipendenza), per ipotizzare bisogni a cui rispondere con la programmazione dei ss comunali;
- predisporre liste di campionamento per estrazione casuale (\*limiti della privacy)
- descrivere aspetti strutturali della popolazione (es. Migrazione, famiglia, devianza, istruzione, sanità)

# USARE I DATI DEGLI ARCHIVI E DELLE BANCHE DATI

I ricercatori sociali possono anche utilizzare:

- dati degli Archivi di Stato (centrale e sezioni territoriali) che acquisiscono, inventariano e conservano il patrimonio documentario del Paese;
- informazioni contenute in banche-dati informatizzate organizzate in matrici utilizzabili per la ricerca quantitativa (analisi secondarie)

**ADPSS-Sociodata** è un archivio dati che ha come obiettivo principale quello di promuovere lo scambio, la condivisione e l'analisi di basi dati per le scienze sociali.

<https://www.unidata.unimib.it/old/ita/index.php#:~:text=ADPSS-Sociodata%20%C3%A8%20un%20archivio%20dati%20che%20ha%20come,l%E2%80%99analisi%20di%20basi%20dati%20per%20le%20scienze%20sociali.>

Motore di ricerca: <https://www.unidata.unimib.it/old/ita/index.php?w=cerca>

# LE SURVEY

Dati raccolti tramite indagini campionarie che i ricercatori utilizzano per studiare le caratteristiche e l'evoluzione dei fenomeni sociali, avendo come UDA il territorio -> **dati aggregati per analisi secondarie** di tipo comparativo, secondo un approccio sincronico (confronto tra territori o tra variabili, es. Istruzione e lavoro) o diacronico (evoluzione del fenomeno nel tempo) ≠ \*UDA individuale: ricerche a hoc)

- Indagini campionarie dell'ISTAT sulle condizioni di vita nel Paese
- Indagine Multiscopo sulla Famiglia (periodicità)
- Rilevazione continua sulle forze di lavoro, per analisi sul mercato del lavoro
- Indagini ISTAT e EUROSTAT sulla povertà (consumi, reddito, a seconda dell'esigenza conoscitiva e del livello territoriale scelto)
- Indagini ISTAT triennale sulla transizione istruzione-lavoro
- Indagini aggiuntive non periodiche
- Dati dell'Eurobarometro, che monitora le opinioni su tematiche sociali e l'European Social Survey

*\*fastidio statistico*

# I SISTEMI INFORMATIVI

Grazie alle nuove tecnologie oltre alla progettazione di indagini singole, si sta adoperando sempre più la logica del SI, che integra e ottimizza dati provenienti da diverse fonti, per conoscere un fenomeno sociale

Es. <http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp>

Lista delle fonti: <http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?p=10>

Consultazione: per oggetto (<http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?p=0> ), per UDA ([http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?a1=u2i4a94&a2=-&n=\\$\\$\\$2\\$\\$\\$\\$\\$\\$\\$&o=&p=0&sp=null&l=0&exp=0](http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?a1=u2i4a94&a2=-&n=$$$2$$$$$$$&o=&p=0&sp=null&l=0&exp=0) ), tempo ([http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?a1=u2i4a94&a2=-&n=\\$\\$\\$4\\$\\$\\$\\$\\$\\$\\$&o=&p=0&sp=null&l=0&exp=0](http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?a1=u2i4a94&a2=-&n=$$$4$$$$$$$&o=&p=0&sp=null&l=0&exp=0) ) e territorio ([http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?a1=u2i4a94&a2=-&n=1V3309\\$\\$\\$\\$\\$\\$\\$&o=&p=0&sp=null&l=0&exp=0](http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?a1=u2i4a94&a2=-&n=1V3309$$$$$$$&o=&p=0&sp=null&l=0&exp=0) )

Es. Puglia: <http://dati.disabilitaincifre.it/dawinciMD.jsp?a1=u2i4a94&a2=-&n=1V350907UE2&o=&p=0&sp=null&l=0&exp=0>

Come per tutti i dati indiretti, si deve tener conto della corrispondenza tra il dato disponibile e il concetto che il ricercatore intende misurare, accertarsi della **validità** e della qualità delle informazioni usate nelle analisi secondarie. Si tratta comunque di dati rapidamente accessibili, non costosi, e che non impongono il problema della reattività e dell'intrusività.

# ESERCITAZIONE

Individuare una survey su un argomento di proprio interesse

Classificare fonte, concetti, variabili

Ipotesizzare uno studio empirico pianificabile a partire dai dati disponibili:

- quale scopo?
- quali variabili si possono mettere in relazione?

Specificare cosa si riesce a fare e cosa, invece, richiederebbe una ricerca ad hoc

## 6. L'INCHIESTA CAMPIONARIA

Molto spesso i ricercatori raccolgono informazioni su un certo oggetto di studio interrogando direttamente le persone.

Quando si adotta un approccio quantitativo, che mira a studiare relazioni tra variabili e a produrre generalizzazioni, il ricercatore deve assicurarsi che le persone interrogate siano rappresentative della popolazione.

Ciò significa che non è sufficiente fare un sondaggio, ma pianificare un'**inchiesta campionaria/survey: un modo di rilevare informazioni interrogando gli stessi individui oggetto della ricerca, appartenenti a un campione rappresentativo, mediante procedure standardizzate di interrogazione, per studiare relazioni tra variabili**

# PECULIARITÀ DELLA SURVEY

1. l'UDA è sempre l'individuo
2. utilizza campioni rappresentativi
3. si basa su stimoli invariati, per minimizzare le differenze interindividuali nell'interpretazione
4. non si sofferma a sondare opinioni (marketing, voto ...), ma mira a testare relazioni tra variabili; pertanto il processo di costruzione del questionario deve rispecchiare tale logica, nell'operazionalizzazione dei concetti

# COSTRUIRE UN QUESTIONARIO (1)

Insieme di un set di domande prestabilite a cui un campione di persone risponde utilizzando una serie di opzioni pre-codificate dal ricercatore.

Le domande vanno standardizzate, formulate garantendo l'assenza di effetti di condizionamento.

## **Tipi di domande:**

- a. socio-anagrafiche, di individui o enti/organizzazioni
- b. chiuse -> orientano la risposta evitando errori, assicurano la comparabilità e facilitano l'analisi dei dati;
- c. aperte: non avendo risposte predefinite (campo libero), l'intervistato esprime liberamente la sua posizione; è utile quando non si conoscono le categorie esaustive o quando si vuole cogliere il giudizio soggettivo sul tema (es. Criticità e punti di forza di un corso vs. Soddisfazione per specifiche dimensioni prestabilite). L'analisi dei dati richiede un processo di categorizzazione ex-post
- d. semi-aperte: si aggiunge l'opzione altro o un campo per motivare una risposta (utilità, esempi)



# COSTRUIRE UN QUESTIONARIO (2)

## L'ordine delle domande

- Dati socio-anagrafici posti all'inizio
- Domande sul concetto indagato/opinioni/atteggiamenti: parte centrale, seguendo un criterio logico, dai quesiti generali a quelli più specifici, facendo attenzione alle domande filtro e a quelle aggiuntive (che si legano a precedenti)
- Domande "scomode" o intrusive poste alla fine, per evitare condizionamenti e rischiare solo la non risposta
- Domande aperte, generalmente alla fine: permettono una riflessione che va oltre gli item posti

# LA FORMULAZIONE DEI QUESITI:

PER MINIMIZZARE LE DISTORSIONI LEGATE ALL'INTERVISTATO (MEMORIA, FATICA, COMPRESIBILITÀ, DESIDERABILITÀ SOCIALE) E AL QUESITO STESSO (COMPLESSITÀ, AMBIGUITÀ), IL RICERCATORE DEVE SEGUIRE ALCUNE **REGOLE** NEL COSTRUZIONE DEL QUESTIONARIO

1. porre domande facilmente comprensibili: usare un **linguaggio** semplice e adatto al rispondente, evitare doppie negazioni o espressioni gergali, tener conto della fascia di età e del livello culturale;

2. non usare, nel quesito, **vocaboli** connotati positivamente o negativamente che potrebbero influenzare la risposta (es. Clandestino vs. Immigrato), vocaboli di nicchia (variabile), o discriminatori

3. quando la modalità di risposta è la stessa – ad es. Scala d'accordo - gli item vengono presentati in **batteria**, come in un blocco, per limitare le istruzioni e facilitare risposte coerenti; talvolta, per stanchezza o acquiescenza (*response set*), il soggetto tende a rispondere meccanicamente e sempre in maniera positiva alle domande. Per evitare ciò il ricercatore utilizza **item a polarità inversa**

4. evitare domande **lunghe** (es. Pag. 190), soprattutto se vengono poste dal ricercatore (si può fornire una copia!) o un **numero eccessivo** di risposte (es. Pag. 190); a causa dell'**effetto memoria**, la risposta potrebbe essere non attendibile. Diversamente, se la domanda posta richiede di richiamare un ricordo (ad es. reazioni a eventi storici), ha senso introdurre con una premessa.

5. ancorare la domanda ad uno specifico **arco temporale** (es. Ricerche in pandemia, settimane! Vs. Nell'ultimo periodo: 1 mese? 6 mesi? Va sempre specificato, soprattutto quando si studia il comportamento e la sua variazione- efficacia programmi)

6. contenere più possibile la **desiderabilità sociale**, adottando un atteggiamento non giudicante: soprattutto per comportamenti stigmatizzati è difficile ottenere risposte sincere nel contesto faccia a faccia. Le persone tendono a dare risposte in linea con le aspettative, con le risposte attese in funzione della cultura dominante

7. porre in modo delicato le **domande su questioni sensibili** (reddito, sessualità, devianza, salute) creando un clima favorevole e non etichettante

8. evitare un questionario troppo lungo a cui, per **stanchezza e distrazione**, si risponde casualmente

9. organizzare quesiti in **batterie** per snellire il questionario

10. Bilanciare le scelte in base alle **modalità di compilazione**: sel-report, questionario face to face, somministrazione telefonica ...(forme brevi)

Data la complessità della procedura, il questionario va sempre testato su un sub-campione (pretest) per verificare l'adeguatezza del contenuto e delle procedure di somministrazione

# MODALITÀ DI RILEVAZIONE DATI

- ❑ In funzione della presenza dell'intervistatore: **Carta e matita**, etero-somministrato (face to face o somministrazione telefonica) o auto-somministrato
- ❑ In funzione del ricorso alla tecnologia: (a) face to face, (b) auto-somministrazione, © face to face con supporto informatico, (d) autosomministrazione con supporto informatico

**1. La FTF** è utile quando il tema richiede una sollecitazione della riflessione dell'intervistato, e-o un supporto nella compilazione del questionario; gli item vengono letti in un luogo familiare (casa), previo appuntamento, o pubblico (scuola); in questo caso va posta attenzione alla distraibilità degli intervistati.

È utile per cogliere aspetti di comunicazione non verbale e quando sia necessario aiutare il soggetto nella comprensione degli item, pur mantenendo invariata la struttura dello strumento (es. Social distance). Gli svantaggi sono legati i costi e ai tempi.

# MODALITÀ DI RILEVAZIONE DATI

2. **CAPi** (computer assisted personal interviewing): l'intervistatore segna le risposte direttamente in matrice dati; si velocizza il processo di data entry limitando gli errori e i tempi della ricerca perché si bypassa la fase di imputazione dati

3. nella **somministrazione telefonica**, l'intervistatore può rilevare le risposte date ai quesiti posti telefonicamente sia su un questionario cartaceo che sul pc (**metodo CATI**), raggiungendo così un numero ampio di persone in poco tempo. Utile per temi sensibili poiché riduce desiderabilità sociale e imbarazzo. Manca tuttavia la CNV e il contatto, e non si possono esaminare dati di contesto; non si possono formulare quesiti complessi o somministrare questionari lunghi. Non si può raggiungere un campione probabilistico in quanto non tutti sono raggiungibili telefonicamente, sebbene si tratti di un campione casuale, poiché la selezione dei recapiti telefonici è effettuata dal computer.

# MODALITÀ DI RILEVAZIONE DATI

4. **auto-somministrazione**: numero elevato di casi in poco tempo, utile per temi delicati. Tuttavia:

- *selection bias*: chi partecipa è interessato/motivato/capace ... si autoseleziona; va quindi considerato l'errore legato al tasso di non risposta che inquina la generalizzabilità dei risultati (cfr. statistici tra rispondenti e non);

- comprensibilità e livello culturale Fare clic per inserire testo

- **se autocompilato al pc o on line** (web survey) le risposte vengono fornite in tempo reale ma va tenuto conto del livello di **competenze digitali** del campione, da cui possono derivare distorsioni nelle risposte oltre che un livello diverso di accessibilità al questionario

Ciascuna modalità ha vantaggi e svantaggi, la scelta dipende dallo scopo della ricerca, dalla tipologia di popolazione coinvolta, dal grado di esperienza del ricercatore e dalla disponibilità di risorse e tempi. Se questa è limitata, sarà difficile realizzare FTF .

# ESEMPI

1. [https://docs.google.com/forms/d/1T-e\\_Jc5QlhR6wTASk5zf599UCeFM2X\\_kLs322np-IDQ/edit](https://docs.google.com/forms/d/1T-e_Jc5QlhR6wTASk5zf599UCeFM2X_kLs322np-IDQ/edit)

Pre-post nelle percezioni degli utenti

2. [https://docs.google.com/forms/d/1D1o9dHmchRNVtSJVRRxnTVed6Dx\\_agXMaq1O7UX144/edit](https://docs.google.com/forms/d/1D1o9dHmchRNVtSJVRRxnTVed6Dx_agXMaq1O7UX144/edit)

Valutazione degli effetti percepiti

3. PRE: <https://docs.google.com/forms/d/1Xirf7ygk7EOqgEnRRjTSTjo0sTVh2Y5JORT9lmsSgnE/edit>

POST: [https://docs.google.com/forms/d/1Ldl8JaBe-reH1JNanBkn-ecSLtisV7HjOtt6S0WmFrc/edit?usp=drive\\_web](https://docs.google.com/forms/d/1Ldl8JaBe-reH1JNanBkn-ecSLtisV7HjOtt6S0WmFrc/edit?usp=drive_web)

disegno prrma-dopo a 1 o 2 gruppi

# LA POPOLAZIONE E IL CAMPIONE

Lo step successivo è l'individuazione dei casi da interrogare per la raccolta dati, a partire dalla **POPOLAZIONE** di riferimento.

La popolazione è un insieme di casi che teoricamente rappresentano la popolazione oggetto di indagine (ad es. Tutti i docenti delle scuole italiane, tutti i giovani italiani disoccupati, tutte le famiglie monogenitoriali, ecc ...), in funzione dello scopo conoscitivo ovvero delle domande di ricerca a cui lo studio intende rispondere

La popolazione teorica comprende TUTTE LE UNITÀ che costituiscono la popolazione oggetto di indagine, mentre la popolazione accessibile(N) è costituita dai soli casi potenzialmente raggiungibili.

PT e PA coincidono solo nelle rilevazioni esaustive, che sono però costose e lunghe -  
> sfalsamento cronologico della restituzione e scarsa utilità dei dati.

Negli altri casi, il ricercatore sceglie i casi per la sua indagine sulla base di specifiche procedure di campionamento, grazie alle quali estrae o compone il **CAMPIONE**

# CAMPIONE E CAMPIONAMENTO

**CAMPIONE:** parte della popolazione di essa rappresentativo, cioè che presenta le caratteristiche di N

**CAMPIONAMENTO:** procedura mediante la quale il ricercatore estrae dalla popolazione originaria un certo numero di casi scelti con procedure rigorose, che permettono di fare generalizzazioni e inferenze

Va detto che i risultati ottenuti sul campione servono a **STIMARE** le caratteristiche della popolazione originaria anche dette **parametri**

**Le stime (nel campione) e i parametri (incogniti per definizione) coincidono solo per le rilevazioni esaustive. Nelle indagini campionarie, i valori di stime e quelli dei parametri coincidono con una certa probabilità, che dipende dalla capacità del DDC di minimizzare l'errore.**

L'affidabilità della stima dipende dall'intervallo di fiducia/confidenza: più è ampio, più c'è probabilità d'errore (il valore della stima può non coincidere col parametro).



# CAMPIONE E CAMPIONAMENTO

Più il campione è rappresentativo della popolazione, più è basso l'errore di campionamento (errore casuale che si produce nella formazione del campione).

Per ridurre le probabilità di errore si deve aumentare l'ampiezza campionaria, soprattutto per fenomeni caratterizzati da alti livelli di variabilità che si osserva quando il parametro da stimare presenta forte oscillazioni nella popolazione; più è ampio il campione, più la rilevazione dati è capace di cogliere la variabilità del fenomeno

L'INCHIESTA CAMPIONARIA TENTA quindi di STIMARE ALCUNI PARAMETRI DELLA POPOLAZIONE in funzione dei VALORI CHE ESSI ASSUMONO NEL CAMPIONE

# CAMPIONE E CAMPIONAMENTO

**IL DISEGNO DI CAMPIONAMENTO È L'INSIEME DELLE SCELTE E DELLE DECISIONI CHE IL RICERCATORE PRENDE PER FORMARE IL CAMPIONE:**

- metodo di selezione dei casi
- a numerosità campionaria...

**Il campionamento è il procedimento attraverso cui si individuano i casi che formeranno il campione**

**Il campione è l'insieme di  $n$  unità selezionate tra le  $N$  che compongono la popolazione**

Nella selezione del campione il ricercatore può compiere errori di sovracopertura (includendo casi che non appartengono a  $N$ ) o sottocopertura (non si riesce a selezionare o coinvolgere casi parte di  $N$ ). Va controllato inoltre l'errore di non risposta (self-report), attraverso (a) nuove richieste, (b) nuovi casi sostituiti ai primi, © ponderazione, per rendere la rilevazione più accurata possibile

# CAMPIONE E CAMPIONAMENTO

**Più il campione è ampio (stime più precise) e casuale, più è rappresentativo della popolazione**, ovvero ci fornisce una visione realistica e attendibile della popolazione di riferimento.

**Ciò implica che il ricercatore deve conoscere la distribuzione della popolazione rispetto alle variabili target considerate dalla ricerca** (es. Se l'area geografica è una variabile rilevante per l'occupazione, il campione deve essere rappresentativo rispetto all'area geografica, cioè mantenere la stessa ripartizione della popolazione)

Il campionamento è casuale (processo); il campione è rappresentativo (esito).

Anche quando il campionamento è casuale la rappresentatività del campione non è garantita (condizione necessaria ma non sufficiente); essa va sempre testata per assicurarsi che i risultati siano generalizzabili (statistiche descrittive e cfr. con N).

# TIPI DI CAMPIONAMENTO

## PROBABILISTICO:

Se per ciascun caso appartenente alla popolazione di riferimento, la probabilità di essere estratto è nota e  $\neq$  da 0

I risultati di indagini che usano procedure di campionamento probabilistico sono generalizzabili alla popolazione

**È imprescindibile aver accesso alla lista della popolazione:** l'elenco completo dei casi di N da cui estrarre il campione (es. Tutti gli studenti UNIBA, tutti gli a.s. del comune x...)

Il ricercatore seleziona dalla lista n casi in modo casuale (software che genera numeri casuali, tavola dei numeri, urna...)

Costi e tempi elevati

## NON PROBABILISTICO:

Se per ciascun caso appartenente alla popolazione di riferimento, la probabilità di essere estratto non è nota

Quando non è accessibile la lista della popolazione o non si intende produrre inferenze e generalizzazioni ma solo esplorare un fenomeno sociale

Costi e tempi contenuti

Minore affidabilità e accuratezza

Si distinguono campionamenti **mirati** (se si usa un criterio di selezione utile per la ricerca) e analogici (se il campione è analogo alla popolazione solo in alcune variabili)

# CAMPIONAMENTI PROBABILISTICI

Casuale semplice	Sistematico	Stratificato random
La probabilità del caso di essere estratto alla prima estrazione è $1/N$	Le unità del campione sono selezionate a <b>intervalli regolari in base al "passo di campionamento"</b> (ad es. Ogni 15 a partire da un numero estratto a caso tra 1 e 15), sino alla fine della lista	La popolazione viene suddivisa in strati omogenei sulla base di alcune caratteristiche note e rilevanti per la ricerca e si estraggono le unità da campionare per strato (es. Nord, centro, Sud)
Viene associato un numero a ciascun caso e si estraggono casualmente dei numeri		Proporzionale se nel campione si riproduce la composizione degli strati della popolazione (es. %giovani al Sud e al Nord)
<b>Con ripetizione</b> (reinserimento $\rightarrow 1/N$ per ogni estrazione)		Non proporzionale, se si vogliono rappresentare gli strati meno numerosi della popolazione
<b>Senza ripetizione</b> ( $1/N$ in assoluto)		

# CAMPIONAMENTI PROBABILISTICI

A grappoli	A stadi	Per aree
<b>Utile quando la lista della popolazione non è accessibile ma si dispone di quella dei gruppi/grappoli, in cui questa è suddivisa (es. Lista degli atenei)</b>	La popolazione viene suddivisa in gruppi gerarchicamente ordinati detti stadi (es. Scuola, classe, studente) e si estraggono le unità con procedimento ad imbuto	Se lo stadio è rappresentato dall'area geografica (es. Macroarea, regione, provincia, comune ...)
Individuati i grappoli da considerare (per anno, per ateneo, ecc) si forma la lista e si estraggono i casi da campionare	Es. Estrazione di scuole -> estrazione di classi --> estrazione di alunni	Si divide il territorio in aree territoriali in cui campionare un certo numero di territori, per poi selezionare casualmente numeri civici, abitazioni, famiglie e individui
I grappoli a differenza degli strati devono essere più possibile eterogeni tra loro	A 2 o più stadi	
Solo parte dei grappoli farà parte del campione		

# CAMPIONAMENTI NON PROBABILISTICI

Accidentale	A scelta ragionata	A valanga/palla di neve	Per quote
<p>È l'opposto del CCS: il ricercatore sceglie a caso le prime unità (es. i primi 10 che entrano nel servizio) o basa la ricerca su soggetti che si autoselezionano volontariamente (websurvey). In entrambi i casi c'è bassa accuratezza/alto errore di campionamento/bassa generalizzabilità</p>	<p>Il ricercatore sceglie i casi da campionare sulla base di <b>criteri derivanti dalla conoscenza del fenomeno</b> (ad es. Sceglie zone ad alto tasso di immigrazione e identifica i casi da coinvolgere)</p> <p>Si scelgono soggetti che per loro competenze ed esperienze detengono informazioni chiave per la ricerca</p> <p>Gli esperti possono essere opinion leader (sindaco, parroco ... -&gt; non sostituibili) o testimoni privilegiati, sostituibili</p> <p>Al confine tra qtt e qlt</p>	<p>Quando la popolazione è difficile da raggiungere, la selezione dei casi avviene a mano a mano, utilizzando le reti e i contatti dei primi casi esaminati</p> <p>Si rischia un campione troppo omogeneo da cui derivano distorsioni nella rilevazione dei dati</p>	<p>Come nel c. stratificato si individuano gli strati rispetto ad una variabile target (per età, per area), ma per ciascuno strato si fissano quote ovvero il numero dei casi da selezionare per ciascuna di esse, senza adottare criteri probabilistici: <b>casi scelti dal ricercatore</b></p> <p>Si può campionare per quote fisse o in modo proporzionale alla popolazione</p>

# 7. LE TECNICHE DI SCALING

Come misurare atteggiamenti, valori, opinioni?

Le tecniche di scaling permettono di assegnare VALORI per MISURARE PROPRIETÀ CONTINUE NON MISURABILI

Il termine scaling viene usato sia per indicare il processo di MISURAZIONE che lo STRUMENTO utilizzato



# PREMESSA TEORICA

Che cos'è un atteggiamento?

È una **predisposizione** all'azione, sulla base di tendenze e sentimenti, pregiudizi e nozioni preconcepite verso un determinato oggetto --> non è direttamente rilevabile, ma indirettamente deducibile in presenza di uno STIMOLO che lo fa emergere, attraverso espressioni verbali o comportamenti

**l'atteggiamento è un CONTINUUM sul quale ciascun individuo si può collocare**

La posizione individuale rispetto a un certo oggetto viene catturata attraverso un set di affermazioni/items associati ad una scala che il soggetto usa per esprimere la propria posizione

Per ciascun punto è possibile individuare direzione/posizione e grado/intensità

<----->

Minimo

massimo

Negativo

positivo

# SCALING

Uda: INDIVIDUO

Concetto generale da misurare: ATTEGGIAMENTO

Come?

Concetti specifici rilevabili: OPINIONI

LA SCALA UNIDIMENSIONALE: l'atteggiamento è la dimensione latente, rilevabile attraverso la batteria di item che esprime il set di indicatori usati per misurarla

Inizialmente predisposte per gli atteggiamenti troviamo scale nei questionari, per analizzare ad es. Il grado di soddisfazione o, come nella ricerca valutativa, per valutare l'efficacia di azioni, l'efficienza di istituzioni, ecc...

LA SCALA è MULTIDIMENSIONALE se per misurare l'atteggiamento ci si riferisce a più dimensioni latenti, che possono essere note a priori o ricostruite ex post attraverso analisi statistiche (fattoriale): es. Atteggiamento antidemocratico: etnocentrismo. Conservatorismo e antisemitismo

## ESEMPI DI SCALE

Multidimensionali: <https://drive.google.com/drive/shared-with-me>

Unidimensionale: [https://drive.google.com/drive/folders/1O\\_wGr3r8-15w384abDcLlc\\_r3o1hdvB\\_](https://drive.google.com/drive/folders/1O_wGr3r8-15w384abDcLlc_r3o1hdvB_) ultime 2 pg- TS

# TIPI DI TECNICHE DI SCALING

## Generano variabili categoriali ordinate

la proprietà è continua e il ricercatore divide l'ipotetico continuum in stati discreti ordinati secondo un crescendo ma di cui non si può calcolare la distanza reciproca

Le modalità di risposta hanno autonomia semantica e sono graduabili (molto, poco, ecc; per niente d'accordo, totalmente d'accordo ...)

## Generano variabili quasi cardinali/autoancoranti

la proprietà è continua e il soggetto si **auto-colloca** sul continuum autovalutando il proprio stato ad un numero ancorato in un range (min-max)-> la variabile è trattata a tutti gli effetti come variabile cardinale

Rispetto alle etichette semantiche, si presuppone che la distanza tra i numeri della scala sia la stessa per tutti i soggetti (1-5, equidistanza delle categorie)

FIG. 7.2 La classificazione delle Scale di atteggiamento

Tecnica di Scaling	Caratteristiche	Tipo di variabile
<p><i>NON trattabili come cardinali</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Scala Bogardus</li> <li>- Scala Thurstone</li> <li>- Scala Likert</li> <li>- Scala Guttman</li> <li>- Scale grafiche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- monotonicità delle categorie;</li> <li>- alta/media autonomia semantica</li> <li>- unità di misura stabilita dal Ricercatore</li> </ul>	<p>Categoriale ordinale</p>
<p><i>Trattabili come cardinali (autoancoranti)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La Scala Cantril</li> <li>- Differenziale semantico</li> <li>- Termometro dei sentimenti</li> <li>- La Scala di autocollocazione su segmento graduato (politica)</li> <li>- Le scale auto-grafiche (<i>line production</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- monotonicità delle categorie</li> <li>- assenza/ridotta di autonomia semantica</li> <li>- unità di misura stabilita dall'Intervistato</li> </ul>	<p>(quasi) Cardinale</p>

# LA SCALA DI BOGARDUS

❖ **Scala relazionale:** le relazioni tra i membri della società sono collocabili lungo un continuum

Rifiuto-----ostilità-----indifferenza-----intimità

❖ **Scala cumulativa:** ciascun item rappresenta un gradino di una scala crescente (come per le abilità)

7 item posti gerarchicamente rispetto alla distanza --> se il soggetto risponde affermativamente all'item che denota la massima distanza non si procede con gli item successivi (<distanza)

Es. Lo accetterei come vicino di casa (no)-- accetterei di sposarlo

Risposte dicotomiche: 0 no, 1 sì--> la somma delle risposte positive è l'indice di contatto sociale; il numero delle categorie non accettate l'indice di distanza sociale

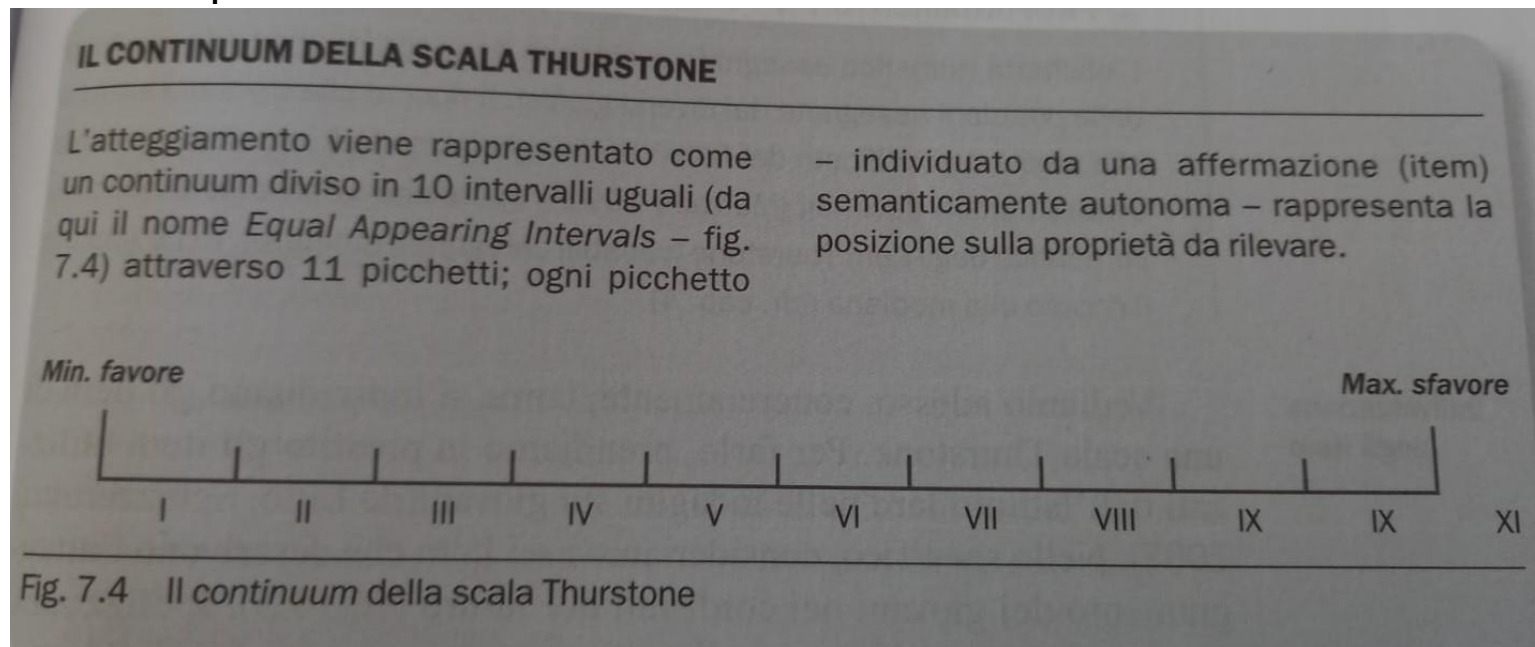
# LA SCALA DI THURSTONE, 1929

1. gli atteggiamenti sono collocabili lungo un continuum, dal minimo al massimo favore
2. il soggetto è capace di ordinare affermazioni sulla base della direzione (favore/sfavore)

Poiché l'assegnazione di un individuo a una posizione su una scala di atteggiamento è un'astrazione, a ciascuna posizione/gradino della scala è associata un'affermazione semanticamente autonoma.

La complessità risiede nella selezione degli item scelti per ciascun punto della scala

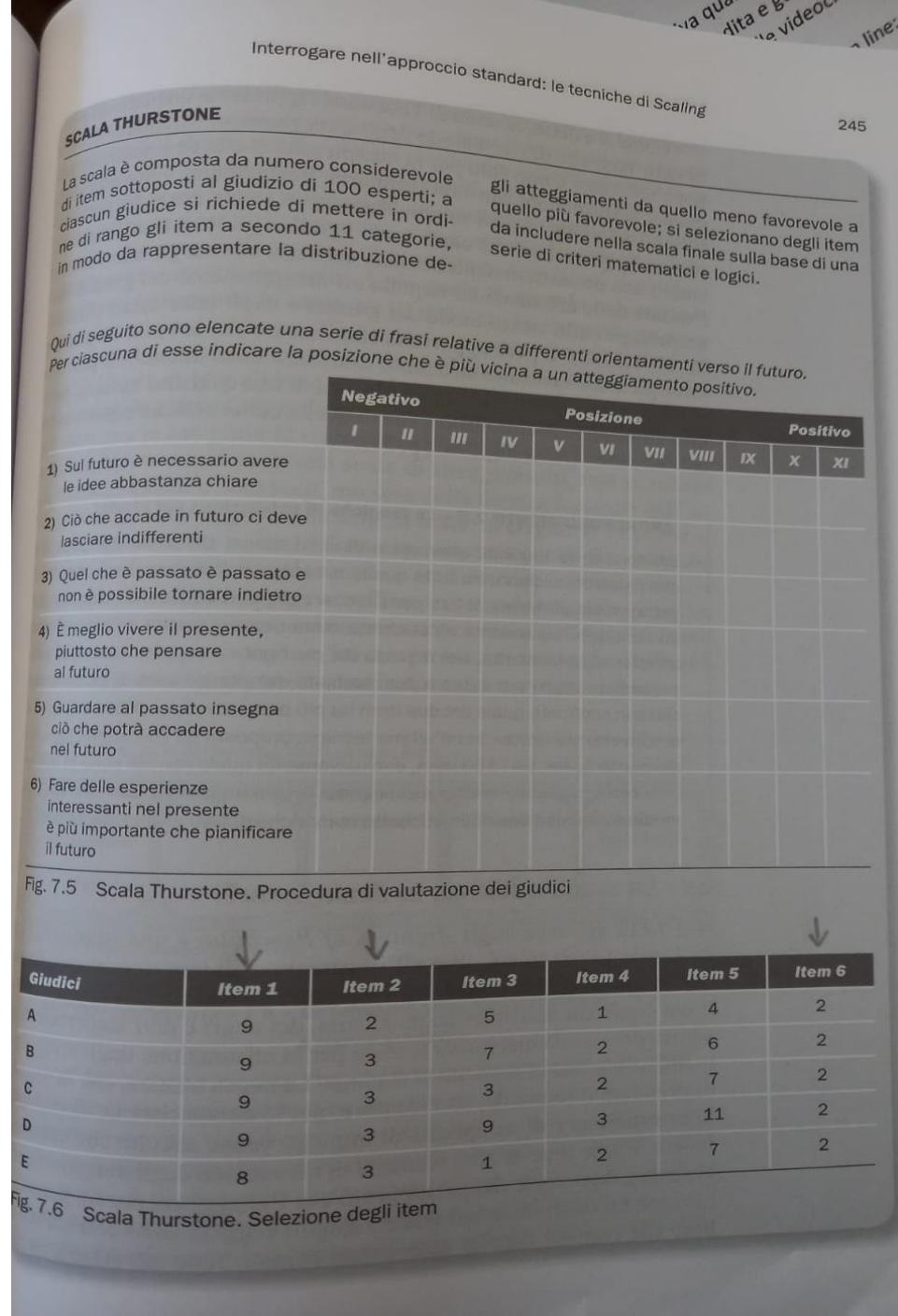
Fare clic per inserire testo





# LA SELEZIONE DEGLI ITEM

1. Individuazione di N item, numerosi per garantire di coprire l'intero continuum (ricercatore)
2. Attribuzione di ciascun item in ordine di rango, da 1 a 11 (giudici esperti)
3. Selezione degli item con meno variabilità (più accordo sui posizionamenti)
4. Assegnazione del valore numerico a ciascun item



# ALTRE TECNICHE DI VALUTAZIONE DEI GIUDICI

- ❖ Ogni giudice sceglie l'item più "pertinente" a cui si associa un numero
- ❖ Ogni giudice valuta coppie di item ed esprime il suo giudizio di salienza (item più vicino al concetto)
- ❖ Ogni giudice sceglie solo gli item su cui è d'accordo su un set numeroso di items



# LA SCALA LIKERT

Le categorie di risposta vengono posizionate lungo un continuum e il soggetto può scegliere la categoria che sente più vicina alla propria posizione per esprimere il proprio grado di accordo

Inizialmente a 7 punti, la versione a 5 evita la tendenza a posizionarsi al centro

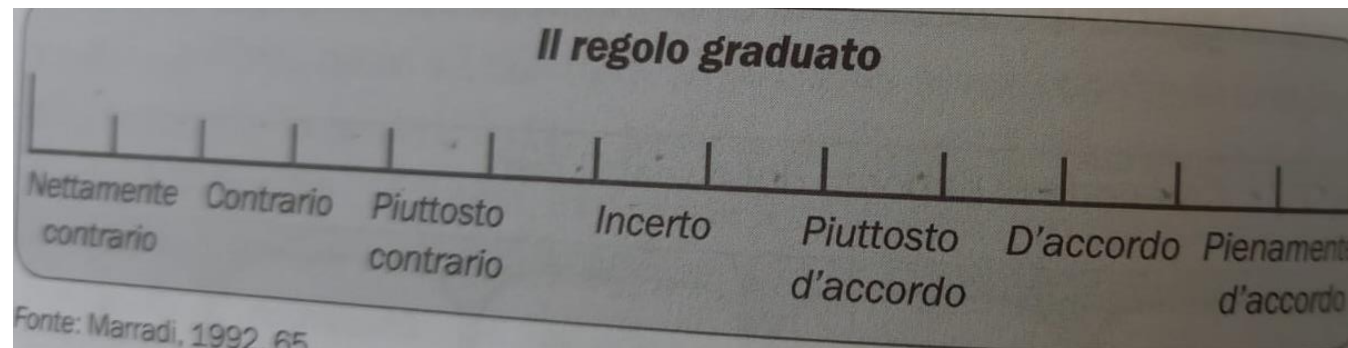


Si presuppone che l'equidistanza percepita tra i punti sia uguale per tutti

La distanza tra **approvo** e **indeciso** è la stessa tra **indeciso** e **disapprovo**?

# USO DELL'ANALOGIA SPAZIALE

Per migliorare l'attendibilità della misura, si può ricorrere al supporto grafico che rende più immediata la percezione delle distanze e il soggetto deve solo collocarsi con una X



# ANALISI DEI PUNTEGGI

TEST  
PRELIMINARI

UNIDIMENSIONALITÀ DELLA SCALA: ITEM OMOGENEI DA SOTTOPORRE A PRETEST

CON PROCEDURE DI ITEM ANALYSIS SI INDIVIDUANO QUELLI PIÙ DISCRIMINANTI

1. CORRELAZIONE ITEM-TOTAL SCORE
2. DIFFERENZA DELLE MEDIE NEI DUE GRUPPI CRITERIO (ALTO VS BASSO, I e IV QUARTILE)
3. CORRELAZIONALE PARTH-WHOLE (CIASCUN ITEM CON INDICE RICAVATO DAGLI ALTRI ITEM DELLA BATTERIA)
4. ANALISI FATTORIALE

SCORING

LA SOMMA DEI PUNTEGGI ATTRIBUITI AI SINGOLI ITEM COSTITUISCE LO SCORE DI SCALA, CHE RAPPRESENTA LA POSIZIONE DEL SINGOLO SUL CONTINUUM

# REGOLE PER LA SELEZIONE E IL CONTROLLO DEGLI ITEM

1. Evitare doppie negazioni (negando una negazione si afferma)
2. Eliminare item con più preposizioni, che potrebbero orientare l'attenzione del soggetto solo su una parte della frase (Esempi dai progetti)
3. se i temi trattati sono familiari al soggetto gli item devono essere più precisi possibili, se no evitare tecnicismi
4. Attenzione al livello culturale degli intervistati
5. Attenzione al response set, da evitare con la doppia polarità semantica degli item
6. Attenzione all'attendibilità: test-retest e coefficiente di correlazione tra le risposte-sore (stabile); split half (omogenea, equivalente)

# LA SCALA DI GUTTMAN

❖ Gli item sono ordinati come nella scala di Bogardus, ma ex post, sulla base dei dati.

❖ Si ordinano i soggetti in base ai punteggi, in ordine decrescente

❖ Si ordinano gli item, dal più semplice al più complesso

❖ LO SCALOGRAMMA è DEFINITO SULLA BASE DELLE RISPOSTE REALI DEI SG (EX-POST) E NON TEORICAMENTE DAL RICERCATORE (EX-ANTE)

Fig. 7.11 Scalogramma ideale

In riferimento agli immigrati, indichi se lo accetterebbe come

Intervistato	Vicino di casa	Amico	Coniuge	Totale risposte positive di ciascun intervistato
Maria	1	1	1	3
Luisa	1	1	0	
Gianni	1	0	0	
<b>Totale risposte positive su ciascun item</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

## COSTRUZIONE DI UNO SCALOGRAMMA

La scala Guttman è composta da un insieme di item disposti in ordine crescente di difficoltà: se un individuo X è, ad esempio, più razzista di un individuo Y, approverà tutte le affermazioni di una scala di razzismo approvate da Y più qualche altra. Il risultato finale è che gli individui vengono ordinati in base alle risposte e le risposte in base agli individui.

In riferimento agli immigrati, indichi se lo accetterebbe come:

	Intervistato	Risposta A Vicino di casa	Risposta B Amico	Risposta C Coniuge	Punteggio individuale
I Matrice	Maria	1	1	1	3
	Luisa	0	0	1	1
	Gianni	0	1	1	2
	<b>Totale risposte positive</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>-</b>
II Matrice ordinata in base al punteggio individuale	Maria	1	1	1	3
	Gianni	0	1	1	2
	Luisa	0	0	1	1
	<b>Totale risposte positive</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>-</b>
III Matrice ordinata in base al punteggio individuale e alle preferenze accordate alle affermazioni	Maria	1	1	1	3
	Gianni	1	1	0	2
	Luisa	1	0	0	1
	<b>Totale risposte positive</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>-</b>

Fig. 7.12 Costruzione di uno scalogramma. Esempio

# LE SCALE GRAFICHE

Utili per studi crossculturali, evitano problemi interpretativi legati a difficoltà linguistiche o cognitive (es. Popolazione di minori o disabili)

La maggior salienza riduce le distorsioni nel rating

Possono generare sia variabili categoriali ordinate che quasi cardinali

Se prevedono sia etichette semantiche che numeri sono dette **SCALE MISTE**

# LE SCALE GRAFICHE

## LADDER SCALE

Nella *Ladder scale* il supporto grafico è costituito da una vera e propria scala composta da 9 o 11 gradini delimitata da due ancoraggi semantici: nella parte alta della scala si colloca la categoria corrispondente al livello più alto, alla base della scala si colloca l'ancoraggio semantico più basso. All'intervistato viene chiesto di indicare la sua posizione riguardo un qualche oggetto

Qual è il grado di soddisfazione per la tua vita?

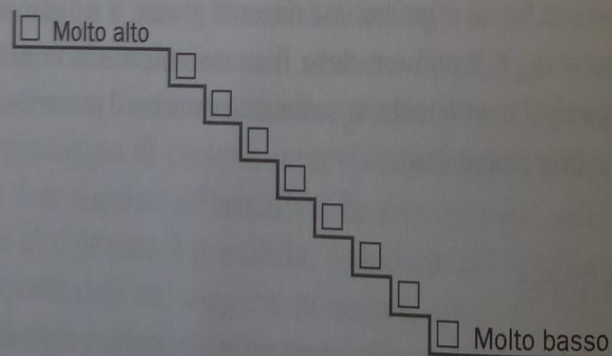


Fig. 7.13 Ladder scale. Esempio

utilizzando uno dei nove (o undici gradini). A differenza del segmento graduato, questo tipo di rappresentazione grafica consente di visualizzare non solo l'ordinamento, ma anche di trasmettere all'intervistato la percezione del massimo e del minimo. La Ladder scale viene utilizzata generalmente per misurare il livello di soddisfazione per la propria vita.

## FACES SCALE

Un'altra tecnica è la *Faces Scale* le cui le modalità grafiche sono costituite da 5 o 7 «faccine con o senza sorriso», ciascuna corrispondente a uno stato diverso sull'atteggiamento che si intende rilevare. Nelle sue varianti è immagini differenti. La *Circle scale* è generalmente costituita da sette modalità di risposta ciascuna delle quali è rappresentata da un cerchio suddiviso in spicchi che contengono un «+» o un «-»; i cerchi sono ordinati in modo da contenere un numero decrescente dei segni raffiguranti il più (+) o

il meno (-); per esempio, + + + indica molto positivo, + + abbastanza positivo, + positivo, - negativo e così via. Al soggetto viene di valutare la propria posizione rispetto a un oggetto (stimolo) ricorrendo a uno dei sette cerchi mostrati. Infine, la *Pile scale* viene presentata come formata da mucchi di carte di diversa numerosità; il soggetto deve indicare quale gruppo di carte rappresenta la sua posizione in riferimento a un oggetto.

Indichi il suo grado di soddisfazione per la città in cui abita

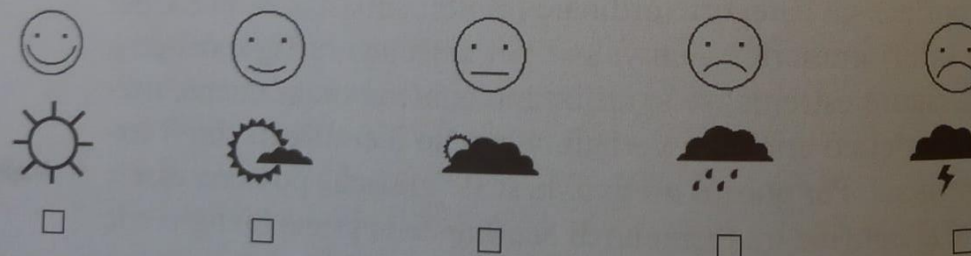
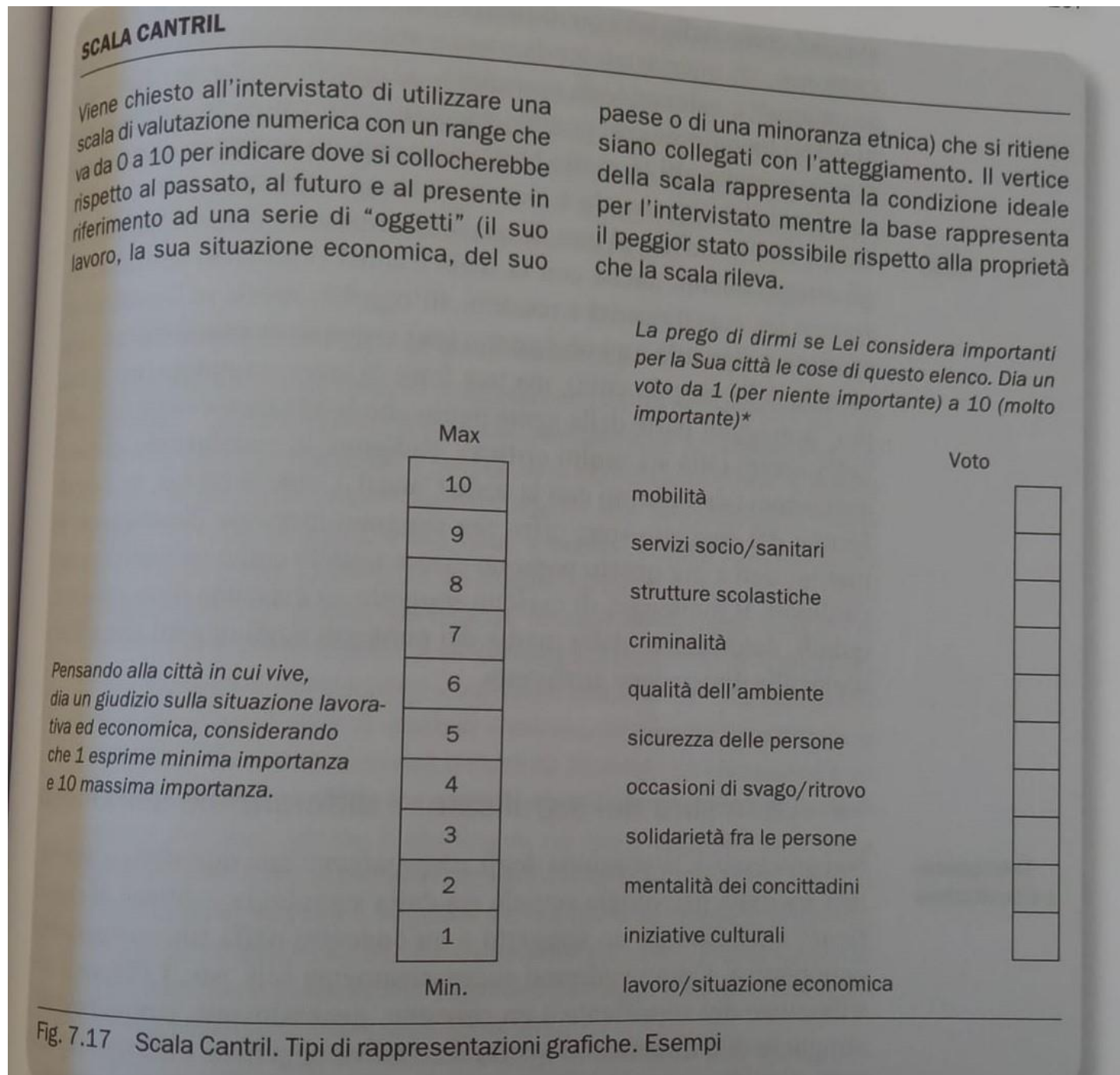


Fig. 7.14 Faces Scale e sue varianti. Esempio



# LA SCALA DI CANTRIL

- ❖ CI SONO SOLO 2 ANCORAGGI SEMANTICI, 1 E 10; LA VALUTAZIONE SIMILE A QUELLA SCOLASTICA GARANTISCE LA CONDIVISIONE DELLA PERCEZIONE DEI PUNTEGGI (+) MA DIFFICILMENTE CI SI COLLOCA SUI PUNTI ESTREMI
- ❖ L'INDIVIDUO SI COLLOCA SU UN PUNTO E LA VARIABILE è QUASI CARDINALE
- ❖ SI PUÒ CHIEDERE UN GIUDIZIO ALLA VOLTA SUL SINGOLO INDICATORE O LISTARE GLI INDICATORI DEL CONCETTO DA MISURARE
- ❖ SI CALCOLA LA MEDIA PER STABILIRE LO SCORE DEL SOGGETTO







# STEP

Si selezionano gli oggetti rappresentativo del fenomeno da studiare (non più di 5)

Si scelgono le coppie di aggettivi (non più di 20) che saranno le variabili della matrice

Si costruisce la scala in modo casuale (polarità e ordine)

Si associa a ciascuna coppia la scala a 5 o 7 (Per ridurre razionalizzazioni si può usare il righello)

Si analizzano i risultati

# SCALA STAPEL

UN SOLO AGGETTIVO  
ASSOCIATO A UNA SCALA  
"DOPPIA", ESCLUSO LO  
ZERO

## SCALA STAPEL

Una variante del differenziale semantico è rappresentata dalla Scala di Stapel (dal nome del ricercatore che l'ha sviluppata, Jan Stapel nel 1969) che misura contemporaneamente la direzione e l'intensità degli atteggiamenti. È una scala unipolare, nel senso che ogni attributo non è descritto da coppie di aggettivi, ma da aggettivi o espressioni presentati

separatamente. In pratica, l'intervistato è chiamato a valutare la sua posizione in riferimento a un oggetto cognitivo attraverso un solo aggettivo. Ciascun aggettivo è affiancato da una scala numerica costituita da 6 punti non verbali i cui valori sono compresi tra +5 e -5 e da cui si esclude lo zero in modo che le posizioni lungo la scala siano pari.

*Pensando alla sua vita, per ciascun aggettivo segni una crocetta accanto al valore che meglio descrive la sua idea di vita. Risponda senza soffermarsi troppo.*

+5	+5	+5
+4	+4	+4
+3	+3	+3
+2	+2	+2
+1	+1	+1
Stabile	Sgradevole	Forte
-1	-1	-1
-2	-2	-2
-3	-3	-3
-4	-4	-4
-5	-5	-5
-6	-6	-6

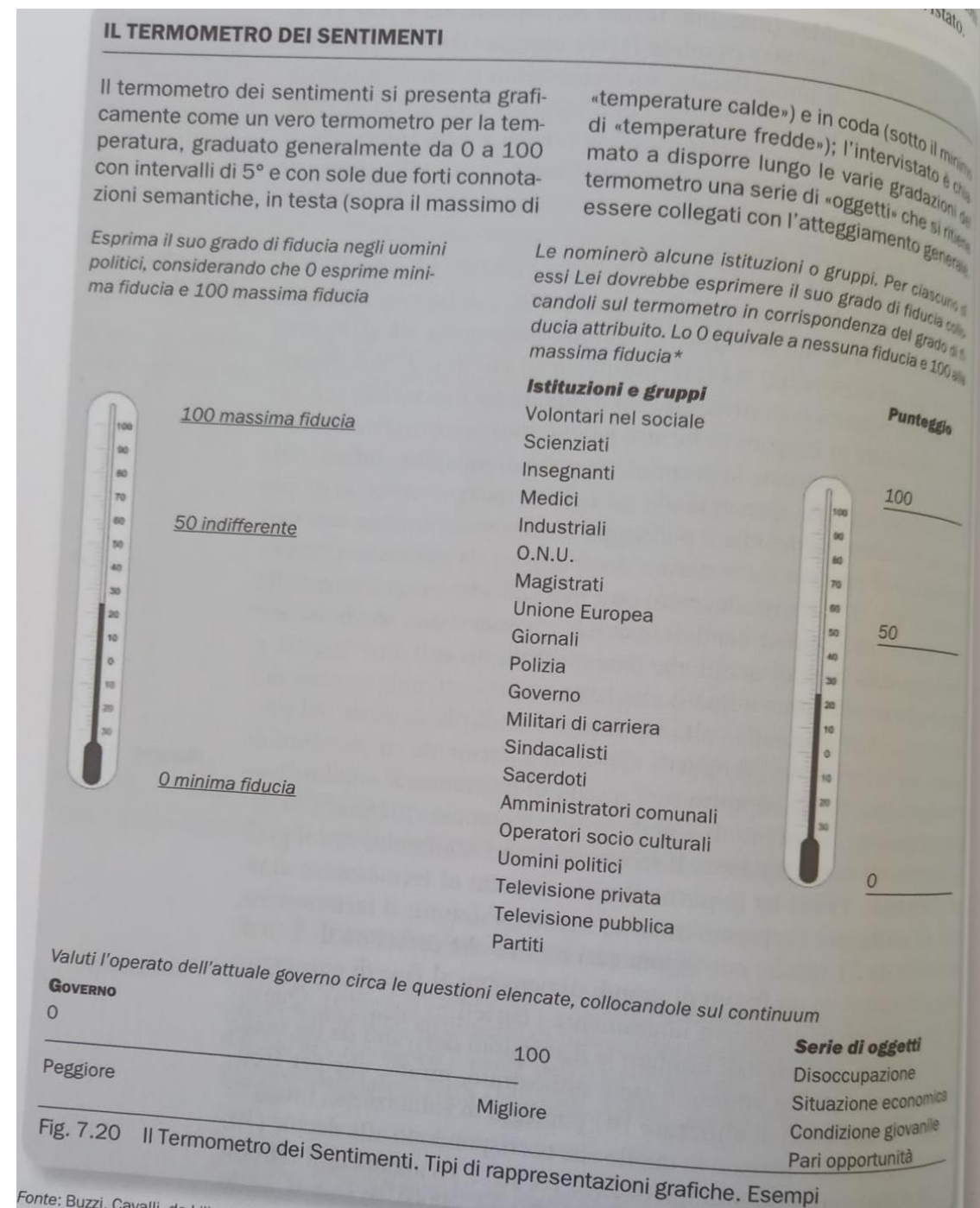
Fig. 7.20 Scala Stapel. Esempio

# IL TERMOMETRO DEI SENTIMENTI

- ❖ L'intervistato si colloca sul termometro in corrispondenza del suo grado di favore/sfavore nei confronti dell'oggetto cognitivo
- ❖ La variabile è quasi cardinale

## Accorgimenti

- ❖ È possibile che i sg usino solo le decine -> versione termometro con il gadget (21 tacche, cifre di 5 in 5)
- ❖ È possibile chiedere una valutazione multipla per favorire la comparazione tra tutti gli stimoli scelti per la valutazione dell'oggetto (ponderazione+)



# ALTRE SCALE AUTOANCORANTI

## Autoallocazione politica

- ❑ Single item scale con 10 caselle/posizioni da sx a dx
- ❑ Variabile quasi cardinale
- ❑ Molto usata per stabilire l'influenza dell'orientamento politico su valori e opinioni

## Scale autografiche

- ❑ Il soggetto è richiesto di disegnare linee sul foglio per esprimere il proprio livello di gradimento
- ❑ Utile con i bambini



# CAP. 8 L'APPROCCIO NON STANDARD

La principale tecnica dell'approccio non standard è l'intervista, **"un'interazione tra due soggetti, con finalità conoscitive, condotta dall'intervistatore sulla base di uno schema di interrogazione"**. Viene sottoposta a un certo numero di intervistati in base al piano di rilevazione

1. L'interazione avviata dall'intervistatore rende protagonista l'intervistato che narra un certo sapere, anche esperenziale
2. L'oggetto dipende dall'obiettivo del ricercatore (cosa intende conoscere), che viene stabilito inizialmente ma può variare in fz delle sollecitazioni del campo
3. Clima di parità relazionale nella diversità di ruoli
4. Non si parla di piani di campionamento poiché i sg da intervistare non sono scelti in fz di criteri statistici, non ci si pone il problema della rappresentatività ma si deve pianificare bene chi coinvolgere per cogliere testimonianze variabili
5. È necessario costruire uno schema di interrogazione che guiderà l'intervista

# L'INTERVISTA

Strutturazione: schema di intervista più o meno strutturato a seconda di ob. E contesto

Standardizzazione: ordine di presentazione degli stimoli

Direttività: grado di libertà con cui l'intervistatore e l'intervistato gestiscono l'intervista

SSD lungo un continuum

# TIPI DI INTERVISTA

Diversi tipi:

Th.

- Ermeneutica, utilizzata se si vuole esplorare e interpretare il mondo
- Comprendente, se mira a comprendere il sociale attraverso la comprensione degli individui

Output

- Discorsiva, in cui il ricercatore usa il discorso e le informazioni narrate dall'intervistato per ricostruire il significato degli eventi
- Focalizzata, circoscritta su uno specifico tema o hp di lavoro

Strutturazione

- Semi-strutturata, per sollecitare racconti su un elenco di temi predeterminati, di cui si può variare l'ordine ma non il contenuto
- Non strutturata o libera, in cui si parte da una lista di temi, ma è l'intervistato a scegliere la direzione del discorso e il ricercatore ascolta e chiede riflessioni in merito a questioni di ricerca (- comparabilità, + scoperta)



# LE FASI

1. La costruzione dello strumento
2. La pianificazione della rilevazione
3. La somministrazione
4. L'analisi e l'interpretazione dei risultati

# 1. LA COSTRUZIONE DELLO STRUMENTO

- a. individuare i temi cardine dell'intervista, distinguendo le dimensioni teoriche che il ricercatore individua nelle letterature e quelle empiriche, ovvero il mondo in cui il fenomeno studiato è percepito, rappresentato e narrato dall'intervistato
- b. scelta delle dimensioni da attenzione nello schema di interrogazione e assegnazione di un ruolo specifico all'intervistato: protagonista? Testimone? Esperto?
- c. redazione della traccia: elaborare per ciascuna dimensione alcune domande-stimolo e poi selezionare quelle più pertinenti rispetto all'obiettivo conoscitivo
- d. riorganizzare le domande nella griglia guida, in modo tale che 1) l'intervistato sia guidato e non si distraiga; 2) siano già individuabili le categorie concettuali su cui verterà l'analisi

# L'INTERVISTA BIOGRAFICA E LE STORIA DI VITA

Stile di conduzione meno direttivo possibile

Intervistato protagonista e Ricercatore in posizione di ascolto

Raccoglie le narrazioni degli intervistati per

- a. ricostruire eventi fattuali (IB)
- b. Individuare nessi tra risorse e comportamenti ovvero ricostruire traiettorie biografiche (SDV)
- c. Distinguere i diversi piani analitici, analizzando le narrazioni, distinguendo:
  - la realtà storico-empirica: esperienze vissute e come sono valutate
  - la realtà psichica ed emotiva: ciò che il sg pensa, retrospettivamente, del suo percorso autobiografico
  - la realtà discorsiva: come la vita si racconta nell'interazione

COMPARANDO DIVERSI PERCORSI BIOGRAFICI, SI INDIVIDUANO RICORRENZE E MECCANISMI SOCIALI

## 2. LA SCELTA DEI CASI DA INTERVISTARE

Scelta di casi strategici: hanno sperimentato direttamente un certo fenomeno che si vuole indagare o hanno conoscenza in merito ad esso (es. PA)

La scelta dipende dallo scopo conoscitivo dello studio

Si può prestare attenzione a casi tipici/ricorrenti o estremi/rari

È però imprescindibile che gli intervistati siano:

- ben informati; disponibili; capaci di riflettere sui processi

Quanti? Dai 20 ai 60 casi

Si potrà integrare il piano di rilevazione iniziale, non solo per compensare rifiuti ma anche per esplorare nuove domande di ricerca

## 2. LA SCELTA DEI CASI DA INTERVISTARE: I CRITERI

### **1. sufficienza:**

Il ricercatore deve assicurarsi di aver rappresentato la gamma delle posizioni presenti nella popolazione oggetto di studio

### **2. saturazione teorica**

Le interviste non apportano valore aggiunto a quanto compreso sino a quel momento

### **3. criteri di fattibilità: risorse e tempo**

# 3. LA SOMMINISTRAZIONE

L'intervista è governata da un **ordine cerimoniale**: ognuno ha un compito specifico -> asimmetria (il r. decide le domande e il ritmo, l'int. Deve fornire risposte pertinenti, coerenti e veritieri)

**Fattori legati alla somministrazione -> comunicazione -> qualità del dato**

- A. Estraneità vs. Familiarità :::> clima che deve favorire l'apertura e la fiducia (calibrare le distanze senza trasmettere controllo e giudizio)
- B. Contesto
- C. Strategie comunicative

A. Intervista come processo sociale quasi mai neutro, in cui il ricercatore non estrae dati ma li co-costruisce nell'interazione con l'intervistato -Z> competenze del ricercatore, sin dalla fase dei primi contatti (con o senza mediatore, spiegare bene il senso della ricerca, i tempi, le modalità e i margini di riservatezza/**consenso**)

# 3. LA SOMMINISTRAZIONE

B. scegliere setting adeguati, accoglienti ma non colmi di elementi di distrazione

C. difficoltà, errori e accorgimenti

- evitare eccessiva dominanza, evitare di suggerire risposte o interpretazioni, giudizi o commenti che possono turbare l'intervistato
- Porsi in una posizione di ascolto attivo e tollerare il silenzio
- Evitare di essere estremamente rigidi: flessibilità e adattamento
- Mostrare interesse e incoraggiare l'eloquio con segni non linguistici e ricapitolando quanto intesi (rilanci)
- Rinunciare alla tentazione di anticipare le risposte

## 4. LA TRASCRIZIONE

1. separazione chiara dei turni conversazionali e identificazione delle domande chiave, meglio se numerate e in neretto (oltre le aggiuntive)
2. segnare non solo gli aspetti verbali ma anche quelli gestuali che accompagnano il discorso (es. Piange) e le eventuali interruzioni /
3. riportare eventi esterni e disturbanti (entra il bambino, si interrompe ecc)
4. non dimenticare le pause (... 6 sec) e gli intercalari (esitazione vs. Netta posizione)

Più dettagliata è la trascrizione, più sarà accurato il lavoro interpretativo



# I FOCUS GROUP

Discussione di gruppo su un determinato argomento grazie alla facilitazione di uno o più mediatori che guidano l'attenzione dei partecipanti verso alcuni temi-chiave

L'attenzione non è solo ai contenuti ma al processo dialogico: come i partecipanti si confrontano, se e come raggiungono una visione comune, perché alcuni hanno maturato certe posizioni

Due tipi di interazioni coesistono:

- asimmetrica e lineare (col ricercatore)
- simmetrica e reticolare (tra partecipanti)

# I FOCUS GROUP

Nell'interazione sociale il ricercatore può:

- individuare i meccanismi responsabili della formazione delle opinioni
- riconoscere le influenze reciproche
- comprendere le ragioni per cui si differenziano certe posizioni

Tecnica flessibile molto usata nella ricerca valutativa, sia per esplorare fenomeni (avvio dello studio) che per interpretare dati (fasi avanzate della ricerca)

# INDICAZIONI OPERATIVE

- Range 5-12
- Capacità relazionale oltre che tecnica del moderatore (conduzione del gruppo, dinamiche conflittuali, eccessiva dominanza di alcuni partecipanti ...)
- L'osservatore può supportare segnando note di campo
- Obiettivo del focus chiaramente definito
- Uso di materiale stimolo: verbale, visivo, film, casi da discutere ...
- Dosare la direttività per evitare caos e discussione autonoma fuori topic
- Focus pilota per testare e migliorare la traccia
- Composizione generalmente omogenea, evitare disparità culturali /gruppi eterogenei per confronti specifici
- Evitare dinamiche di dominanza/subordinazione (più professionisti vs. Medico-paziente)
- Più gruppi (almeno 3) o stessi gruppi più volte
- Dura circa 2 ore e va registrato
- Dettagli annotati possono rendere più realistica la trascrizione e aiutare a identificare i parlanti
- Si possono usare riassunti tematici, matrici di adiacenza per tracciare gli scambi comunicativi tra emittenti e riceventi, e analisi comparativa (es. Criteri di successo dell'adozione, cfr tra operatori)

# L'OSSERVAZIONE PARTECIPANTE

- ❑ STUDIA LE INTERAZIONI SOCIALI E LE SUE REGOLE NEI CONTESTI NATURALI (villaggi tipicamente studiati nelle ricerche antropologiche, ma anche organizzazioni, servizi ...)
- ❑ Ruolo strategico del ricercatore, che partecipa alla vita del gruppo/comunità per comprenderne appieno norme, valori e comportamenti
- ❑ Studio prolungato nel tempo (+)
  - ❑ ricco di **informazioni** preziose: gergo, pratiche sociali e conoscenze tacite che fanno da sfondo alle IS;
  - ❑ osservazione dei **meccanismi** sociali oltre che delle semplici azioni (perché e non solo cosa accade!);
  - ❑ Relazione di **fiducia** --> relazione --> conoscenza e apprendimento, senza la perturbazione generata dalla presenza del ricercatore (reattività che si abbassa con il prolungarsi dell'esperienza)

Ma: impossibilità di delega; risorse

# PROCEDURA E SCELTE METODOLOGICHE

1) scegliere la forma:

- palese/scoperta (ruolo dichiarato del ricercatore) e dissimulata/coperta (obiettivi e ruolo non esplicitati -->< reattività ma problemi etici) in funzione dell'ODR (es. devianza)

2) ottenere il consenso e il supporto dei guardiani del campo per aver accesso alla partecipazione alla vita del gruppo

3) essere consapevoli delle perturbazioni e riflettere sui suoi effetti:

- OP: la perturbazione è nell'osservazione stessa che altera la naturalezza dei comportamenti
- OD: la perturbazione è nell'interazione tra ricercatore e gruppo (alterazione del contesto, delle azioni e reazioni)

4) gestire la rilevazione dei dati in modo nascosto o flessibile e aperto (poter prendere **note di campo** in diretta, discutere di quanto osservato)

5) continuare a curare la relazione di fiducia sul campo: adeguare le strategie all'interlocutore e avanzare richieste proporzionali alla fiducia riposta

6) adeguarsi al contesto: abbigliamento, linguaggi

7) dosare spazi e intensità della partecipazione alle diverse fasi

8) ricorrere a mediatori culturali per favorire il contatto con i guardiani

# LA SCRITTURA

- ❑ Nella fase osservativa il ricercatore annota ciò che gli appare segnando degli elementi che gli permetteranno ex post di ricostruire l'esperienza
- ❑ Nella fase riflessiva, l'osservatore compone le note in testo:
  - ❑ quando, dove, chi, cosa e come accade?
  - ❑ Ricostruire la scena e il contesto
  - ❑ Descrivere i personaggi, le relazioni e i conflitti

Usare uno stile redazionale dettagliato per rendere l'analisi più ricca possibile  
Intreccio tra ciò che si osserva e si interpreta

# L'ANALISI DEI DATI NARRATIVI

- ❑ Identificare le dimensioni-chiave della documentazione empirica e le relazioni tra i concetti (mappa concettuale)
- ❑ Leggere e interpretare i temi alla luce della cornice th. di riferimento

Step:

1. riduzione dei dati: eliminare info superflue e concentrarsi sui dati **pertinenti** rispetto alla DDR
2. visualizzazione dei dati: format, rappresentazione grafica, ...
3. presentazione dei dati **interpretati** dal ricercatore
  - si può usare una griglia/template flessibile a integrazioni e revisioni
  - ci si può far guidare dal materiale empirico senza precategorie (grounded theory)
  - si possono identificare tipologie e categorie semantiche, anche mediante l'aiuto di software
4. reportistica finale: chiari e concisi nel descrivere obiettivi e procedura di rilevazione dati, ipotesi interpretative e risultati (le citazioni vanno poste come premessa alle argomentazioni)