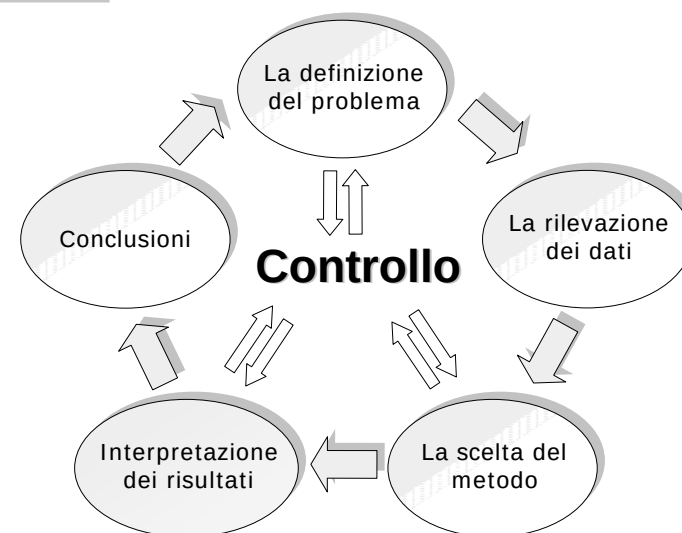
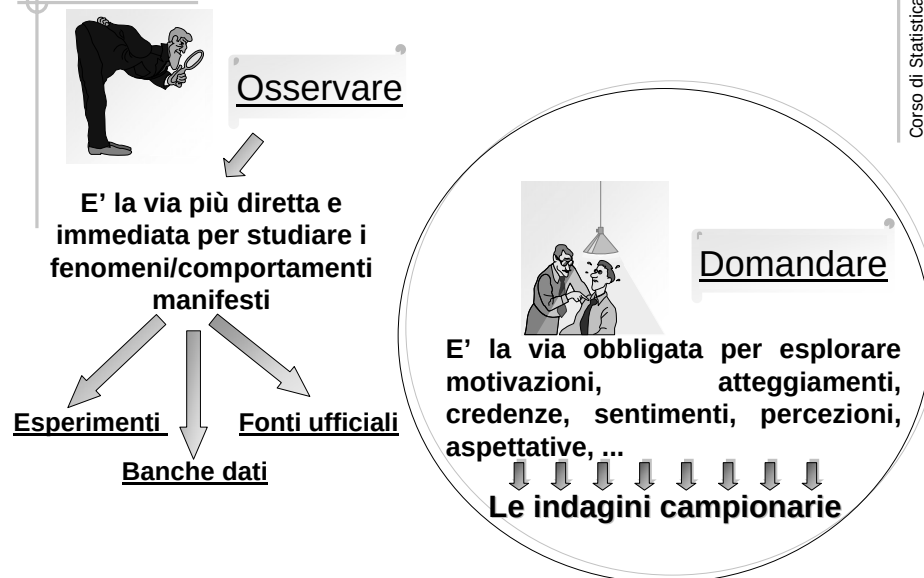


Il piano di un'indagine



Le fonti dei dati



L'indagine campionaria

“Per indagine campionaria si intende un modo di rilevare informazioni ottenuto interrogando gli stessi individui oggetto della ricerca, e appartenenti ad un campione rappresentativo, mediante una procedura standardizzata di interrogazione allo scopo di studiare le relazioni fra le variabili osservate”.

Corbetta, 1999

L'indagine campionaria

Per indagine campionaria si intende un modo di rilevare informazioni...

1. Interrogando $\Rightarrow$ Mediante interviste (faccia a faccia, telefoniche, ecc.)
2. gli stessi individui oggetto della ricerca $\Rightarrow$ Non sono, quindi, le interviste a "testimoni privilegiati"
3. e appartenenti ad un campione rappresentativo, $\Rightarrow$ In grado, cioè, di riprodurre su scala ridotta le caratteristiche dell'intera popolazione oggetto di studio
4. mediante una procedura standardizzata di interrogazione $\Rightarrow$ A tutti i soggetti vengono poste le stesse domande nella stessa formulazione
5. allo scopo di studiare le relazioni esistenti tra le variabili $\Rightarrow$ Non si limita, quindi, ad accertare la sola esistenza e/o consistenza di un fenomeno (sondaggio), ma si interroga sulle sue origini, sulle interrelazioni, sui fenomeni connessi, ecc...

Indagini campionarie e sondaggi

L'indagine campionaria si differenzia dal sondaggio:

- A. Per l'esistenza di un'ampia problematica che le sta alle spalle e che struttura l'impostazione stessa della rilevazione.
- B. Per l'ampiezza dei temi toccati e il livello di approfondimento scelto.
- C. Per il tipo di analisi che viene condotta successivamente alla rilevazione, basato prevalentemente sullo studio delle interazioni tra le variabili, modelli causali, tecniche multivariate.

Indagine campionaria e indagine qualitativa

- L'interrogazione di un soggetto si compone di due momenti: la domanda e la risposta;
- La loro formulazione può essere lasciata libera oppure possono essere formulate entrambe in maniera standardizzata:

Esempio

D. Lei guarda la pubblicità in televisione?

- ☐ Sì, sempre
☐ Sì, qualche volta
☐ No, mai

R.

Sì, ma solo quando sto seguendo un programma che mi interessa particolarmente

Indagine campionaria e indagine qualitativa

La combinazione delle caratteristiche delle domande e delle risposte dà luogo ai tre strumenti fondamentali di rilevazione:

		Risposte	
		Standardizzate	Libere
Domande	Domande Standardizzate	Inchiesta campionaria (Survey)	Intervista strutturata
	Domande Libere		Intervista libera
		Qualitative	
		Quantitative	

L'indagine campionaria: le origini

Prof.ssa C. Davino

UNIMC
scienze politiche

Corso di Statistica Sociale

Fine '800



K. Marx (!)

Invia 25000 copie di un questionario ai lettori della *Révue socialiste* con domande aperte sulle loro condizioni di vita.



M. Weber

Tra il 1880 e il 1910 fa più volte ricorso a questionari per studiare problemi sociali quali le condizioni di lavoro nella Prussia orientale (con questionari postali a proprietari agricoli e a pastori protestanti) e gli effetti del lavoro nella grande industria sulla struttura della personalità e gli stili di vita degli operai (con questionari posti sia ad osservatori privilegiati che direttamente ad un campione di operai).

Anni '30



J. Neyman

Si comincia ad affermare il concetto di rappresentatività ed il principio che per conoscere la distribuzione di un certo numero di variabili in una determinata popolazione non è necessario studiare tutta la stessa, poiché un campione opportunitamente scelto è in grado di produrre risultati altrettanto accurati (o addirittura più accurati in quanto le risorse risparmiate con la riduzione dell'ampiezza della rilevazione possono essere impiegate per migliorarne la qualità).

L'indagine campionaria: le origini

Prof.ssa C. Davino

UNIMC
scienze politiche

Corso di Statistica Sociale

Teatro dei primi successi
delle indagini campionarie



Orientamento
pragmatico della
cultura americana

Assenza di dati
statistici sulla
popolazione

Sviluppo delle tecniche
di marketing

1930-1960: Scuola Neo-positivista

- Si afferma una nuova concezione che assegna un ruolo centrale alla critica della scienza, all'analisi dei problemi metodologici a questa legati, alla critica dei loro assunti;
- Si diffonde la convinzione che il senso di un'affermazione deriva dalla sua verificabilità empirica, dalla possibilità, cioè, di poterne formulare una definizione operativa per il controllo della sua validità.

Ricordiamo sempre che...

Prof.ssa C. Davino

UNIMC
scienze politiche

Corso di Statistica Sociale

- La standardizzazione delle domande non implica la *neutralità dello strumento di rilevazione* o, detto in altri termini, l'*invarianza dello stimolo*;
- Le domande poste dall'intervistatore *non cadono su un terreno asettico neutrale* e comune a tutti gli intervistati ma su un *terreno variabile da soggetto a soggetto* nel quale si fondono la biografia dell'intervistato, la sua cultura, le sue precedenti esperienze;
- Il linguaggio è sempre ambiguo;
- Il linguaggio comune della domanda standardizzata non assicura la comunanza di significato per tutti gli intervistati;
- "Le domande standardizzate a risposta chiusa forniscono una soluzione al problema del significato semplicemente ignorandolo".

La scelta

Prof.ssa C. Davino

UNIMC
scienze politiche

Corso di Statistica Sociale

La scelta cui il ricercatore è chiamato sarà quindi tra:

- Una tecnica di interrogazione che massimizzi la standardizzazione e la ricerca di uniformità;



Questionario

- Una tecnica di interrogazione che massimizzi l'individualità del soggetto studiato e del suo rapporto col soggetto studiante.



Intervista in
profondità
(non strutturata)

L'affidabilità del comportamento verbale

E' il comportamento verbale un'affidabile fonte di esplorazione della realtà sociale?

- È la valutazione, socialmente condivisa, che viene data ad un certo comportamento individuale
- Si crea nella dinamica dell'intervista una sorta di pressione a rispondere
- Il ricercatore non è in grado di distinguere le opinioni profondamente radicate da quelle superficiali



Desiderabilità sociale



Mancanza di opinioni



Intensità

L'indagine mediante questionario

Per la stesura di un buon questionario sono necessari:

- L'esperienza del ricercatore
- La conoscenza della popolazione alla quale il questionario viene somministrato
- La chiarezza delle ipotesi di ricerca

L'indagine mediante questionario

Il questionario è un modello di rilevazione costituito da un certo numero di domande espresse in modo standardizzato (uguale per tutti gli interpellati) e strutturato (le domande riflettono le ipotesi e l'oggetto della ricerca)

L'indagine mediante questionario

Intervista faccia-a-faccia

E' il modo più diretto e, quando condotta correttamente, garantisce ottimi risultati. Buona parte della qualità dell'intervista è legata all'intervistatore

Intervista telefonica

E' oggi probabilmente la modalità di intervista prevalente, avendo sostituito in gran parte la tradizionale intervista faccia-a-faccia



- Rapidità di rilevazione
- Costi inferiori
- Minori resistenze
- Migliore copertura
- Minore preparazione



- Minore coinvolgimento
- Minore disponibilità
- Quesiti troppo semplici
- Minore rappresentatività
- Dati solo verbali

Questionari autocompilati

Si ha un enorme risparmio dei costi di rilevazione ma c'è una autoselezione dei rispondenti e manca la figura dell'intervistatore

L'indagine mediante questionario

CATI

Computer Assisted
Telephone Interviewing

E' l'evoluzione dell'intervista telefonica. Su un monitor scorre una maschera che riporta le domande e le risposte di un questionario, l'intervistatore legge le domande e digita immediatamente le risposte.

+

- Selezione casuale dei numeri di telefono
- Digitazione immediata delle risposte
- Controllo in tempo reale della composizione del campione
- Controlli di coerenza logica delle risposte
- Elaborazione dei dati in tempo reale

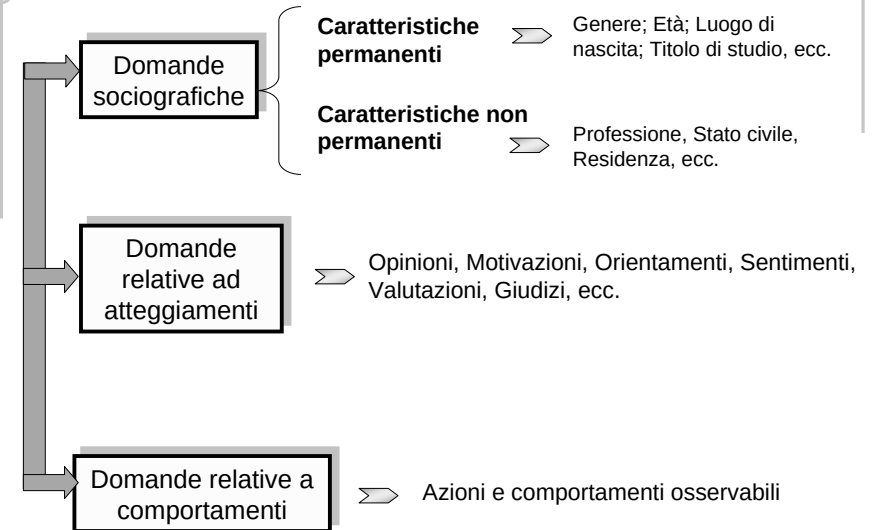
-

- Minore coinvolgimento
- Minore disponibilità
- Quesiti troppo semplici
- Minore rappresentatività
- Dati solo verbali

CASI

Computer Assisted
Self Interviewing

La formulazione del questionario



La formulazione delle domande

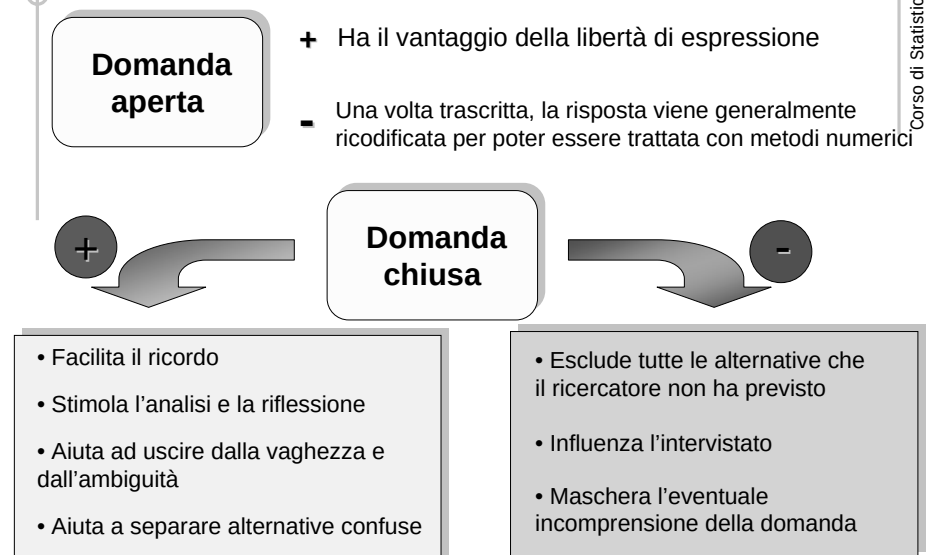
Il modo in cui la domanda è formulata può influenzare la risposta



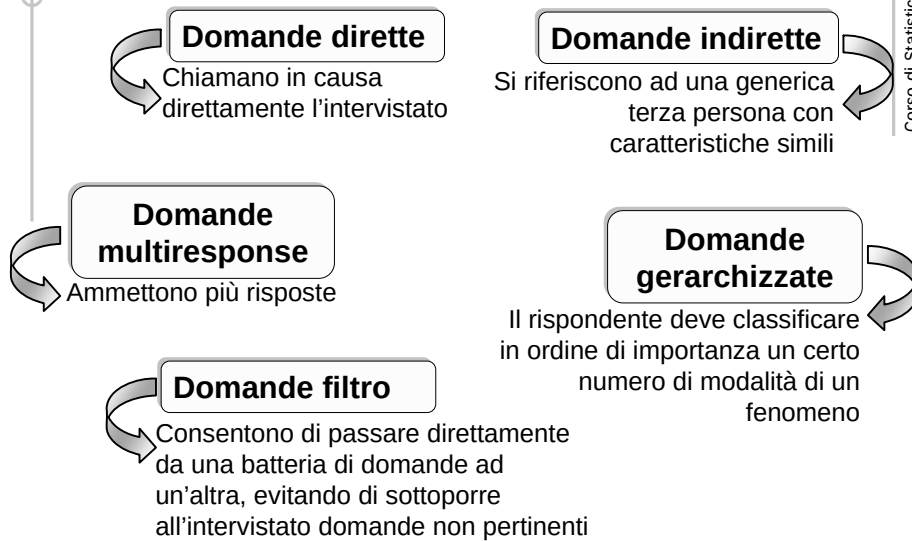
Da evitare...

- ... domande espresse in un linguaggio poco chiaro
- ... domande troppo lunghe
- ... domande chiuse con troppe alternative
- ... domande sintatticamente complesse
- ... domande con risposta non univoca
- ... domande non discriminanti

Domande aperte e domande chiuse



Altri tipi di domande



La gestione dei "Non so"

- La risposta "Non so" è una risposta legittima come tutte le altre;
- Forzare l'intervistato a dare una risposta produce non solo un dato non attendibile ma "inquina" anche il resto dei dati;
- Evitate quindi di presentare il questionario come una sorta di "test di intelligenza".



Batterie di domande

Sono domande formulate allo stesso modo e presentate in un unico blocco.

- Fanno risparmiare spazio (*sul questionario*) e tempo (*di intervista*);
- Facilitano la comprensione del meccanismo di risposta;
- Migliorano la validità della risposta;
- Consentono al ricercatore, in fase di analisi dei dati, di costruire indici sintetici che riassumano in un unico punteggio le diverse domande della batteria.

Batterie di domande

Negli ultimi tre anni ha effettuato investimenti per...

	SI	NO
Acquisto e/o ammodernamento dei locali?	☐	☐
Adeguamento a normative CEE?	☐	☐
Acquisto macchinari?	☐	☐
Formazione dipendenti?	☐	☐

Con riferimento ai seguenti aspetti del suo lavoro, lei si ritiene:
per niente, poco, abbastanza o molto soddisfatto?

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Non so
Autonomia	☐	☐	☐	☐	☐
Responsabilità	☐	☐	☐	☐	☐
Retribuzione	☐	☐	☐	☐	☐
Possibilità di carriera	☐	☐	☐	☐	☐
Sicurezza del posto	☐	☐	☐	☐	☐

Batterie di domande

Quali sono, a suo avviso, gli aspetti più importanti per migliorare la competitività nel suo settore? (max tre risposte ordinate)

	I	II	III
Rispetto dei tempi	☐	☐	☐
Rispetto dei preventivi	☐	☐	☐
Rapidità del servizio	☐	☐	☐
Prezzo	☐	☐	☐
Rispetto delle norme ambientali	☐	☐	☐
Servizi accessori	☐	☐	☐
Altro _____	☐	☐	☐

Quali sono, a suo avviso, gli aspetti cui la clientela bada di più e quali quelli a cui bada di meno? (max due risposte ordinate)

-			+	
I	II		I	II
☐	☐	Rispetto dei tempi	☐	☐
☐	☐	Rispetto dei preventivi	☐	☐
☐	☐	Rapidità del servizio	☐	☐
☐	☐	Prezzo	☐	☐
☐	☐	Rispetto delle norme ambientali	☐	☐
☐	☐	Servizi accessori	☐	☐
☐	☐	Altro _____	☐	☐

Il numero di modalità nei giudizi

Con riferimento ai seguenti aspetti del suo lavoro, lei si ritiene per niente, poco, abbastanza o molto soddisfatto?

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Non so
Autonomia	☐	☐	☐	☐	☐
Responsabilità	☐	☐	☐	☐	☐
:					
Sicurezza del posto	☐	☐	☐	☐	☐

Problemi:

Equidistanza delle categorie

Il numero di modalità

La modalità "Non so"

Una soluzione:

Le scale "autoancoranti"

Con riferimento ai seguenti aspetti del suo lavoro, lei si ritiene per niente, poco, abbastanza o molto soddisfatto?

	Per niente	Molto	Non so
Autonomia	_____	_____	☐
Responsabilità	_____	_____	☐
:			
Sicurezza del posto	_____	_____	☐



L'organizzazione della rilevazione

Studio esplorativo

Presuppone la conoscenza sia delle domande che delle possibili risposte;

- Interviste libere a testimoni privilegiati
- Interviste a domanda standardizzata e a risposta aperta

Questionario provvisorio

Pre-test

Da effettuare su poche decine di unità, con le stesse caratteristiche della popolazione studiata, per determinare:

- Punti deboli del questionario
- Domande poco chiare
- Lunghezza dell'intervista

Questionario definitivo

Preparazione intervistatori

Evitare la distinzione tra parti "nobili" della ricerca (elaborazione teorica, analisi statistica, interpretazione dei risultati) e parti "manuali" (rilevazione dei dati).

Forma grafica Cercare di disporre le domande in modo compatto ma ordinato.

Dove ripetere questa parte?...

P. Corbetta (1999)

Metodologia e tecniche della ricerca sociale (il Mulino)

Cap. 5

- o oppure

P. Corbetta (2003)

La ricerca sociale: metodologia e tecniche

Vol. II. Le tecniche quantitative – Il Mulino

Cap. 3

