



*Laboratorio  
di  
Statistica*

## IL QUESTIONARIO

Il questionario è lo strumento di rilevazione dei dati maggiormente utilizzato in campo sociale. E' costituito da un insieme di domande da somministrare in maniera identica ad ogni unità statistica del collettivo. Domande relative a:

- **proprietà sociografiche di base:** caratteristiche sociali del soggetto o ereditate dalla famiglia;
- **atteggiamenti:** campo difficile da esplorare – *cosa pensa il soggetto* – perché fa riferimento a opinioni, orientamenti, sentimenti, valutazioni, giudizi...;
- **comportamenti:** campo più solido – *cosa fa o ha fatto il soggetto* – perché si fa riferimento ad azioni compiute.

In generale, un questionario deve essere il più breve possibile, ben *focalizzato* sul problema di interesse e non deve contenere *domande inutili*. Infatti:

- la partecipazione all'indagine da parte del rispondente è, nella maggior parte dei casi, volontaria e “gratuita”;
- un questionario lungo riduce a parità di tutto il resto la qualità delle misurazioni.

Le domande devono essere le più semplici possibili, senza però essere ambigue.

Si tratta di obiettivi difficili da raggiungere che richiedono non solo precise conoscenze di psicologia cognitiva, ma anche *esperienza* e *arte*.

## Prescrizioni essenziali:

- **semplicità di linguaggio**: (linguaggio accessibile a tutti, adeguato alle caratteristiche dei rispondenti);
- **domande concise**: (si possono preferire domande un pochino più lunghe per argomenti delicati);
- **alternative di risposta** non troppo numerose;
- evitare **definizioni ambigue** (es. lavoro stabile? numero locali della casa?);
- evitare parole dal **forte significato negativo**;

- evitare domande dalla **sintassi complessa** (es. doppia negazione, frasi negative);
- evitare domande con **risposta non univoca** (una domanda – un argomento);
- evitare domande **non discriminanti** (evitare che tutti rispondano allo stesso modo, appesantiscono il questionario);
- evitare domande **tendenziose** (le risposte non devono essere viziate o pilotate);
- evitare **comportamenti presunti** (non dare nulla per scontato ed introdurre semplici domande-filtro – es. E' andato al cinema? Quale è l'ultimo film che ha visto?);

- **focalizzazione sul tempo** (fare riferimento ad un preciso periodo di tempo – che così è il medesimo per tutti –, al variare del periodo di riferimento possono variare le risposte);
- evitare **domande astratte** e prediligere **domande concrete** (per far capire concetti astratti è meglio usare un esempio esplicativo e chiedere quanto si è d'accordo);
- **desiderabilità sociale** (si evita con domande concrete, introducendo alcuni atteggiamenti con “Alcuni pensano che...”, “Alcuni dicono che...”, lei è d'accordo?)

- evitare domande **imbarazzanti** quando si affrontano argomenti delicati (il sesso, il reddito, le tasse, la droga, ma anche la posizione politica,...);
- **mancaza di opinione e non so** (non avere opinione o non sapere è legittimo; ma formulare la domanda in modo neutrale per evitare troppe non risposte);
- **intensità degli atteggiamenti** (non distinguere solo tra favorevoli e contrari, ma misurare anche la gradazione di intensità delle due posizioni, proprio perché è l'intensità che determina il comportamento);
- **distorsione sistematica delle risposte** (**acquiescenza** – tendenza a dare risposte positive, piuttosto che negative, **uniformità delle risposte** (response set) – tendenza a dare la medesima risposta in batterie di domande).

## Esempio di batteria di domande (Corbetta, 2015, vol. 2 pag. 168):

**TAB. 3.1.** Esempi di batterie di domande

*Dom. 1. Indichi se negli ultimi giorni ha sofferto dei seguenti disturbi<sup>a</sup>*

	No	Sì
– Impiego più tempo del solito ad addormentarmi la notte	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– Mi sveglio spesso nel mezzo della notte	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– Posso concentrarmi con facilità quando leggo il giornale	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– Mi sento irritabile e nervoso	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– Per gran parte della giornata ho paura di qualcosa senza ragione	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– Sono spaventato e prossimo al panico	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– Ho problemi digestivi	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– A volte il mio cuore batte più forte del normale	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– A volte ho le vertigini e mi sento quasi svenire	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
– Le mie mani tremano al punto che gli altri se ne accorgono	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>

<sup>a</sup> Tratto dall'indice di depressione di Carroll [Robinson, Shaver e Wrightsman 1991, 211], limitatamente agli aspetti di insonnia, ansietà psicologica e ansietà somatica (il terzo elemento ha una direzione invertita rispetto agli altri).

*Dom. 2. Quali familiari sono a conoscenza della tua omosessualità?<sup>a</sup>*

	È a conoscenza	Lo sa ma fa finta di non saperlo	Credo che lo sappia ma non ne abbiamo mai parlato	Non è a conoscenza	Non c'è (deceduto o altro)
Madre	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Padre	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Fratello/i	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Sorella/e	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Coniuge	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Figlio/i	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

<sup>a</sup> Ricerca condotta su un campione di omosessuali.

## Esempio di batteria di domande (Corbetta, 2015, vol. 2 pag. 168):

*Dom. 3. Con riferimento ai seguenti aspetti del suo lavoro, lei si ritiene molto, abbastanza, poco o per niente soddisfatto?*

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non saprei
Autonomia	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
Responsabilità	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
Livello tecnico	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
Retribuzione	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
Possibilità di carriera	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
Sicurezza del posto	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

*Dom. 4. Ora le leggerò una serie di affermazioni tratte dai discorsi che più comunemente si fanno. Per ciascuna di queste affermazioni lei dovrebbe dirmi se è molto d'accordo, abbastanza d'accordo, poco d'accordo, per niente d'accordo*

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non saprei
- In condizioni di scarsità di lavoro, gli uomini dovrebbero avere maggiore diritto a ottenerlo delle donne	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
- In condizioni di scarsità di lavoro, la gente dovrebbe essere obbligata ad andare in pensione prima del termine	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
- In condizioni di scarsità di lavoro, i datori di lavoro dovrebbero dare preferenza agli italiani rispetto agli immigrati	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
- Non è giusto dare lavoro agli handicappati mentre la gente senza menomazioni fisiche non riesce a trovare un impiego	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

Le domande di un questionario possono anche essere classificate in base a:

➤ **domande a risposta chiusa** → scegliere una o più opzioni – *modalità* –  
da un elenco

*i*) istruzioni di compilazione chiare (es. barrare una sola o più risposte);

*ii*) alternative esaustive e distinguibili (modalità esaustive e non sovrapposte);

*iii*) alternative non in numero eccessivo (rischio confusione).

Nel caso di domande a risposta chiusa si possono avere:

- **risposte nominali:** le risposte possibili non hanno un ordinamento ( $=$  o  $\neq$ );
- **risposte ordinali:** le risposte possibili hanno un ordinamento ( $=$  o  $\neq$ ;  $<$  o  $>$ ),  
(es. scale di Likert: - poco, per niente, abbastanza, molto - o ancora - completamente in disaccordo, in disaccordo, d'accordo, completamente d'accordo -);
- **risposte cardinali su scala a intervalli:** scala numerica con zero arbitrario  
(ha senso la differenza tra valori, ma non il rapporto);
- **risposte cardinali su scala a rapporti:** scala numerica con zero assoluto  
(hanno senso sia la differenza tra i valori che il rapporto).

➤ **domande a risposta aperta** —→ libertà di formulare la risposta

○ **brevi** —→ es: indicare età, date, nomi, quantità monetarie, ...

○ **narrative** —→ per capire attitudini e valori del rispondente

E' importante valutare attentamente *quanto spazio lasciare* per la risposta: il rispondente tende molto spesso a giudicare quale sia lo stile della risposta e quanto scrivere sulla base dello spazio lasciato (poche righe o più spazio).

Lasciano completamente *libero il rispondente* e non restringono o condizionano la sua risposta in nessun modo, ma richiedono più tempo.

Difficoltà nella *riclassificazione* delle risposte (inevitabile arbitrarietà e lavoro più lungo).

L'*ordinamento delle domande* può essere in alcuni casi un problema delicato che può influenzare il contenuto delle risposte.

La *struttura del questionario* è importante in tutti i casi in cui esso viene compilato direttamente dal rispondente (modalità autosomministrate): deve essere gradevole, facilmente leggibile, con domande ben distinte le une dalle altre, ...

Prima di far partire la raccolta dei dati, è importante:

- **testare il questionario** - verificare se le domande sono comprensibili, le istruzioni di compilazione chiare, *etc.*;
- **piccola indagine pilota (pre-test)** presso alcuni soggetti campionati dalla popolazione obiettivo. Valutare se le alternative delle risposte multiple sono mutuamente esclusive, coprono tutte le risposte che i rispondenti considerano naturali per le domande in questione.

Es: nelle domande si assume una conoscenza dei problemi e dei concetti da parte dei rispondenti superiore a quella che hanno in pratica? Le domande misurano effettivamente quello che vogliamo misurare?

➤ **misurare i tempi necessari per le interviste** (nelle modalità che la prevedono) in modo da disporre di stime affidabili del tempo di risposta per gli intervistati e di riflesso anche dei costi di intervista nei casi in cui sia prevista la presenza di un intervistatore.

➤ **selezione e addestramento degli intervistatori** quando previsti.

Occorre tener presente che il questionario è uno strumento di misurazione utilizzato da persone; per questa ragione la sua proprietà di standardizzazione dipende in modo essenziale anche dal modo e dal contesto in cui viene somministrato e compilato.

E' importante coordinare gli intervistatori.

Un buon intervistatore deve quindi:

- essere informato sull'argomento dell'indagine;
- conoscere il questionario per fornire aiuti o chiarimenti;
- conoscere le procedure di intervista (presentazione dell'inchiesta, conduzione, ringraziamenti finali) ed impegnarsi a seguirle;
- raccogliere tutte le informazioni al contorno che possono essere utili per analizzare i dati campionari (condizioni in cui si è svolta l'intervista, percezione di condizionamenti *etc...*) o per lo studio della non-risposta (motivazioni della non risposta, motivi di mancato contatto, informazioni raccolte presso i vicini, *etc...*)

➤ definire il **periodo di rilevazione** (intervallo temporale all'interno del quale si raccolgono i dati) e il **periodo di riferimento dell'indagine** (periodo al quale si devono riferire le risposte). Non devono essere troppo distanti per evitare errori dovuti alla dimenticanza, o ad effetti telescopici della memoria.

*Se emergono dei problemi una volta che le operazioni sono partite, spesso sono difficili da correggere e possono portare ad un fallimento parziale dell'indagine.*

Una volta raccolti i dati e dopo averli trasferiti su software, è necessaria un'analisi preliminare della qualità – **qualità dei dati** – mediante un controllo:

- compatibilità delle informazioni ottenute,
- mancate risposte,
- dati poco attendibili.