



# Benessere Digitale

**Questionario e intervista: i principali strumenti per le survey.  
Dalla raccolta all'analisi dei dati**

Lara Colombo

Anno accademico 2021/2022



Politecnico  
di Torino



# Approcci di ricerca

Le origini della psicologia hanno influenzato i metodi di ricerca in modo polarizzato, in funzione di due approcci filosofici del tutto distinti:

**POSITIVISMO** (empirismo)

**FENOMENOLOGIA**



# Il Positivismo

L'approccio **positivista** si caratterizza per:

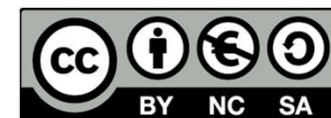
- Uso di metodi quantitativi;
- Individuazione di ipotesi (hp) da verificare (con obiettivi di previsione futura);
- Identificazione di variabili;
- Identificazione di procedure per garantire attendibilità e validità dell'indagine;
- Replicabilità dello studio.



# Il Positivismo

Parole chiave dell'approccio positivista:

- Variabile = misura di qualunque caratteristica osservabile o verificabile che può assumere valori diversi.
- Attendibilità = coerenza di un insieme di misure o di uno strumento di misura specifico.
- Validità = livello di precisione con cui una procedura di misurazione misura effettivamente ciò che si intende misurare.
- Verifica delle ipotesi = produzione sistematica di uno o più enunciati verificabili sulla relazione tra due o più variabili e verifica della loro veridicità attraverso la raccolta e l'analisi dei dati.
- Metodo quantitativo = metodo che ha l'obiettivo di quantificare e di analizzare dati basati su misure attendibili e oggettivi (esperimenti, questionari, test).



# La Fenomenologia

L'approccio fenomenologico è **interpretativo**: il significato del comportamento umano si rileva attraverso le cognizione, le emozioni e le interazioni delle persone con gli altri.

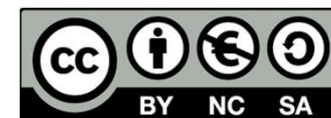
Per capire, quindi, il comportamento umano si devono comprendere le esperienze personali e soggettive di un individuo.



# La Fenomenologia

Principi fondamentali dell'approccio fenomenologico:

- Uso di metodi qualitativi (interviste in profondità, focus group, gruppi di discussione, analisi di documenti, studi di casi, studi diaristici).
- Modalità di raccolta dati in cui il ricercatore è fortemente coinvolto nell'interazione con i partecipanti. Tali interazioni portano i partecipanti a essere influenzati dalla persona che conduce la ricerca (effetto dell'osservatore partecipante).
- Analisi dei dati condotta attraverso i contenuti.
- Interpretazione dei risultati in base alla visione soggettiva del ricercatore.
- Conclusioni provenienti dall'analisi dei dati non sono generalizzabili da un campione a un altro.



# Ricerca qualitativa vs Ricerca quantitativa

Ricerca qualitativa (es. ricerca etnografica):

- assenza della matrice dati;
- la non ispezionabilità della base empirica;
- il carattere informale delle procedure di analisi dei dati e assenza dell'uso della statistica.

Ricerca quantitativa (es. indagine survey e disegni sperimentali):

- organizzazione dei dati in matrice CxV;
- definizioni operative dei "modi" della matrice dati;
- ricorso alla statistica e all'analisi dei dati.



# Tecniche di raccolta dati usate nella RO

## Tecniche quantitative:

- questionario
- diary
- test
- fonti statistiche ufficiali (dati secondari).

## Tecniche qualitative:

- intervista (strutturata, semi-strutturata, narrativa/biografica)
- colloquio
- focus group
- documenti, diari di bordo (narrativi), documenti scritti, etc.
- osservazione.



# Ciclo di vita del questionario: dalla costruzione all'analisi dei dati



1. Inquadramento teorico del tema di ricerca (quali sono le domande di ricerca?) → Recupero della letteratura di riferimento e di ricerche pubblicate sul tema oggetto di analisi
2. Costruzione dello strumento (dalle proprietà alle variabili) →  
Usò di batterie già esistenti → Traduzione degli item  
Costruzione di item ad hoc → Ex novo oppure a partire dalla fase di ricerca qualitativa
3. Campionamento (dalle unità ai casi) → Costruzione del campione
4. Lettera di presentazione da allegare al questionario → In funzione della modalità di somministrazione e delle persone a cui è rivolto il questionario
5. Fase di pre-test → Verifica del livello di chiarezza delle domande, dell'adeguatezza delle domande e valutazione dei tempi di compilazione
- x 6. Comunicazione dell'avvio della ricerca e presentazione del questionario → Con l'obiettivo di sensibilizzare gli interlocutori alla ricerca e alla compilazione del questionario
7. Somministrazione e compilazione del questionario → Benessere Digitale Compilazione "in presenza" con modalità cartacea; compilazione "in assenza" con modalità cartacea; on line; telefonica; postale



- |  |   |  |
|--|---|--|
| 8. Restituzione del questionario                     | → | Raccolta "in presenza"; in urne; postale   |
| 9. Costruzione del libro codice                      | → | Nome delle variabili e codici alle modalità di risposta  |
| 10. Costruzione della matrice CxV e caricamento dati | → | Controllo dei questionari compilati, numerazione progressiva dei questionari ed etichettamento della matrice |
| 11. Pulizia della matrice                            | → | Calcolo delle frequenze per tutte le variabili ed eventuale correzione della matrice                         |
| 12. Analisi dei dati                                 | → | Uso delle tecniche di analisi dei dati in funzione delle scale di misura e degli obiettivi di ricerca        |
| x 13. Costruzione del report di ricerca              | → | Lettura, presentazione e discussione dei risultati della ricerca. Documento in ppt o word                    |
| x 14. Restituzione dei risultati                     | → | Presentazione dei risultati della ricerca agli interlocutori coinvolti                                       |

1. Inquadramento teorico del tema di ricerca (quali sono le domande di ricerca?)

---

È necessario, come primo passaggio per la costruzione del questionario, definire in modo preciso **l'oggetto di ricerca**. Il contenuto del questionario dipende infatti dalla natura e dagli scopi dell'inchiesta.

Il questionario può indagare:

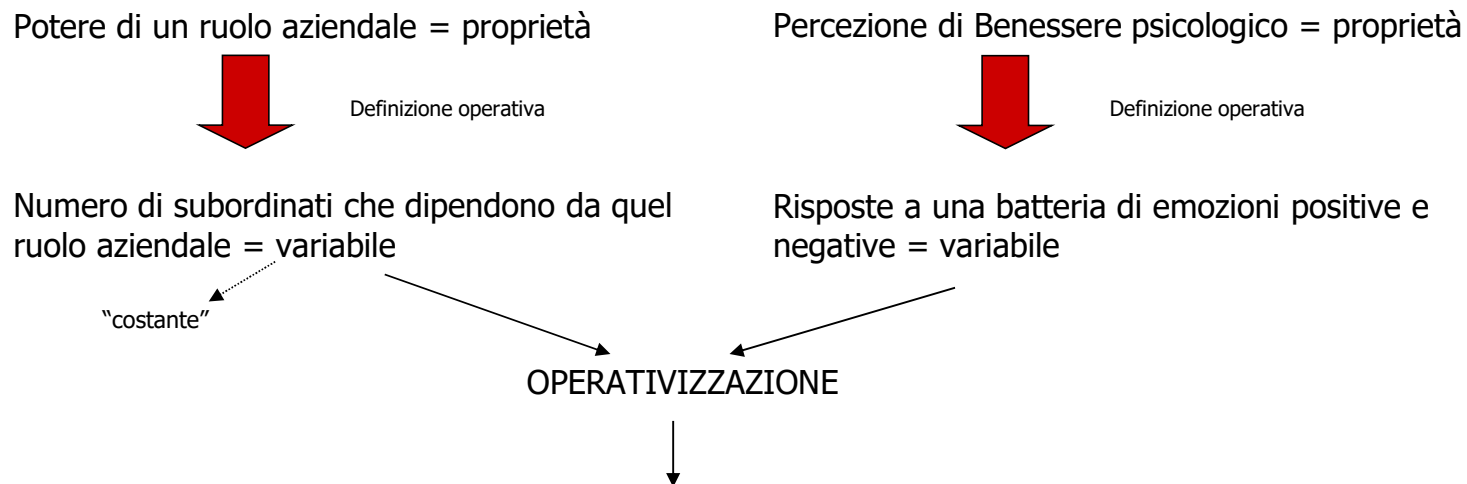
- comportamenti (Chi? Quanto? Quando?)
- atteggiamenti (Conoscenze, sentimenti verso l'oggetto in questione)
- opinioni e motivazioni (Quali sono le ragioni?).

## 2. Costruzione dello strumento (dalle proprietà alle variabili)

---

Dopo aver individuato l'unità di analisi (a partire dal "concetto"), attraverso la definizione operativa (Marradi, a cura di, 1992) è possibile passare dalle proprietà alle variabili: stabilire cioè le regole per la traduzione della proprietà in operazione empiriche.

Alcuni esempi:



Gli "stati" operativizzati della proprietà sono le **modalità** a ognuna delle quale viene assegnato un **valore** simbolico, normalmente costituito da un numero.

## 2. Costruzione dello strumento (formato del questionario e tipi di domande) (*segue*)

---

Prima della costruzione vera e propria del questionario è necessario decidere:

- il numero di parti di cui si compone (è sempre consigliabile dividere il questionario in sezioni)
- come inizia e come termina (decidere se inserire la scheda anagrafica all'inizio o alla fine del questionario – utilizzo del campo aperto come domanda conclusiva)
- il tipo di linguaggio (semplice, tecnico, sofisticato; dare del tu o del lei?)
- colore, peso e tipo di carta (importanti soprattutto per un questionario postale).

Il questionario, in funzione della sua strutturazione, può essere composto da diversi tipi di domande:

- solo aperte
- solo chiuse
- aperte e chiuse.
  
- filtro (in presenza di questo tipo di domande, il questionario prevede "percorsi" per la compilazione").

Che sia aperte o chiuse, le domande di un questionario dovrebbero possedere le seguenti qualità:

1. focalizzare il più possibile l'argomento;
2. essere brevi;
3. essere chiare;
4. essere formulate con un linguaggio adeguato alle persone che dovranno compilare il questionario.

Attenzione alle distorsioni nelle domande. È, infatti, necessario evitare:

- domande doppie
- domande troppo generali o troppo specifiche
- domande tendenziose
- domande che usano la doppia negazione.

*Inoltre, è importante far sentire il più possibile a proprio agio chi deve rispondere a domande delicate oppure che riguardano un argomento sconosciuto.*

Attenzione alle distorsioni nelle risposte:

- desiderabilità sociale
- prestigio
- acquiescenza
- minaccia psicologica
- committente noto
- response set
- schemi
- ordine di presentazione delle domande.

## 2. Costruzione dello strumento (tipi di domande chiuse e batterie) (*segue 2*)

---

### Tipi di domande chiuse:

- a scelta singola

Esempio (scala nominale):

**Sesso**

(1)F  (2)M

Esempio (scala ordinale):

**Titolo di studio**

(1) Licenza elementare  (2) Diploma di scuola media inferiore o di avviamento professionale  (3) Diploma di scuola superiore  
 (4) Diploma universitario  (5) Laurea  (6) Altro (*indicare*) \_\_\_\_\_

Esempio (scala metrica):

**Età** \_\_\_\_\_

- a scelta multipla

Esempio:

**d18. Tra i seguenti compiti di cura, di quali si occupa abitualmente?** (Ha la possibilità di indicare più compiti contemporaneamente)

d18.1  Fare le pulizie di casa

d18.2  Stare con i figli quando si ammalano

d18.3  Accompagnare e prendere i figli all'asilo/scuola

d18.4  Accompagnare figli ad attività extrascolastiche

d18.5  Fare la spesa

d18.6  Fare i piccoli lavori di manutenzione in casa

d18.7  Gestire il bilancio familiare

d18.8  Assistere i genitori anziani

d18.9  Preparare i pasti

d18.10  Aiutare i figli a fare i compiti

d18.11  Pianificare le attività domestiche

d18.12  Fare commissioni per i genitori anziani

d18.13  Altro, *specificare* \_\_\_\_\_

## 2. Costruzione dello strumento (tipi di domande chiuse e batterie) (*segue 3*)

---

- batterie di item

Esempio di scala Likert:

d14. **Pensando all'ultimo mese, con quale frequenza si è sentito...**  
(Scala di frequenza da 1 - mai a 6 - sempre)

	<i>Mai</i>					<i>Sempre</i>
d14.1 Allegro	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.2 Calmo	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.3 Contento	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.4 Depresso	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.5 Entusiasta	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.6 Infelice	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.7 Inquieto	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.8 Ottimista	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.9 Preoccupato	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.10 Rilassato	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.11 Teso	①	②	③	④	⑤	⑥
d14.12 Triste	①	②	③	④	⑤	⑥

### Da valutare:

- *Modalità centrale?*
- *Modalità "Non so"?*
- *Reverse item?*
- *Modalità "altro, specificare \_\_\_\_\_"*



## 2. Costruzione dello strumento (tipi di domande chiuse e batterie) (*segue 4*)

---

Altri tipi di scale:

- Thurstone (o scale differenziali)
- Guttman (scalogramma o scala cumulativa)

Esempio

- Accetto un uomo di colore come amico;
- Accetto un uomo di colore come vicino di casa;
- Accetto un uomo di colore come turista nel mio paese.

- Differenziale semantico (utili per rilevare le rappresentazioni mentali, l'immagine di oggetti o concetti, la percezione di stimoli)

Esempio

Mia madre

	1	2	3	4	5	6	7	
Attiva	–	–	–	–	–	–	–	Passiva
Mite	–	–	–	–	–	–	–	Rigida

## 2. Costruzione dello strumento (tipi di domande chiuse e batterie) (*segue 5*)

---

### Altri tipi di scale:

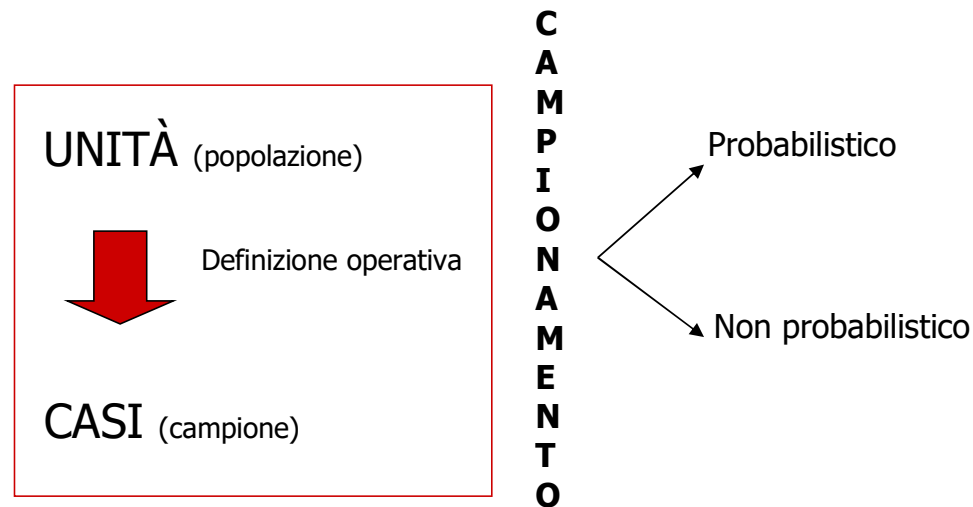
- Termometro di lontananza/vicinanza
- Di ordinamento forzato
- Somiglianza/dissomiglianza
- Non verbale
- ...

### 3. Campionamento (dalle unità ai casi)

---

L'unità è il particolare tipo di "oggetto" di cui si occupa il ricercatore. Nella maggior parte dei casi lo psicologo, come anche il sociologo, l'antropologo, l'economista, etc., si interessa dell' "unità uomo".

I particolari "oggetti" di cui si occupa una ricerca sono le persone che vengono intervistate, cioè i "casi".



4. Lettera di presentazione del questionario

---

Cosa scrivereste?



Politecnico  
di Torino

## 5. Fase di pre-test

---

Per valutare la comprensione delle domande e degli item proposti nel questionario è consigliabile prevedere una fase di **pre-test** del questionario.

Il pre-test consiste nella somministrazione del questionario a un numero ristretto di persone (che possiede le stesse caratteristiche del campione della ricerca) per poi valutare la **comprensibilità** delle domande, l'**adeguatezza** degli item, etc. In questa fase è anche possibile stimare il **tempo di compilazione** e le eventuali difficoltà incontrate nella compilazione.

6. Comunicazione dell'avvio della ricerca e presentazione del questionario

---

Come curare la comunicazione?

La somministrazione, la compilazione e la restituzione del questionario dipende dalla modalità di raccolta dati, che può essere:

- in presenza dei ricercatori con diversi gradi di “contatto” con gli intervistati\*
- nei luoghi di lavoro\*
- tramite il telefono (intervista telefonica o CATI – *Computer Assisted Telephone Interview*)
- per posta
- via internet (o intranet).

\* Deve essere cura del ricercatore, in accordo con le strutture coinvolte nella ricerca, predisporre urne per la raccolta dei questionari.

Prima della costruzione della matrice è necessario predisporre il “libro codice” che può essere contenuto nel questionario stesso (per le domande chiuse).

Il “libro codice” deve contenere:

- i nomi dalle variabili
- i codici numerici delle modalità di risposta
- il codice numerico dei missing (distinguendo tra dato mancante “vero e proprio” e dato mancante “giustificato”)
- i codici numerici delle risposte ai campi aperti, dopo la ricodifica “a posteriori”.



## 10. Costruzione della matrice CxV e caricamento dati

---

Prima di inserire i dati in matrice è necessario **controllare i questionari** ricevuti e scartare i questionari compilati "male" o solo parzialmente compilati. I restanti questionari, ritenuti validi, sono **numerati** progressivamente.

La costruzione della matrice è la fase preliminare al **data entry** (o editing); quest'ultima operazione comporta: la registrazione dei dati nel calcolatore (in una matrice di spss o di excel) e il controllo del trasferimento.

La matrice, prima o dopo l'imputazione dei dati, dovrà essere correttamente etichettata in base alle informazioni contenute nel libro codice:

- nome della variabile
- etichetta della variabile
- codici delle modalità di risposta
- etichette alle modalità di risposta
- formato della variabile (numerica o stringa)
- valori ai dati mancanti.

Una **prima grossolana verifica** della registrazione dei dati può essere effettuata facendo scorrere sul video i dati caricati in matrice.

Controllare, inoltre, che:

- nessun questionario sia stato caricato due volte
- nessun questionario sia stato "scordato"
- ogni record termini allo stesso punto degli altri
- non ci siano righe bianche, in testa, in coda e dentro il file
- non ci siano caratteri non previsti nella matrice.

La verifica vera e propria della matrice, prima di iniziare l'analisi dei dati, avviene attraverso il **calcolo delle frequenze** per tutte le variabili con l'obiettivo di individuare eventuali errori di digitazione dei dati. Alla pulizia dei dati segue la correzione della matrice.

Un'attenta pulizia dei dati, dovrebbe prevedere anche l'esclusione dei casi e delle variabili con troppi missing.

## 12. Analisi dei dati

---

Il passo successivo al caricamento dei dati e alla pulizia della matrice è l'analisi dei dati. Solitamente, come primo passaggio, è sempre consigliabile svolgere una prima analisi descrittiva monovariata.

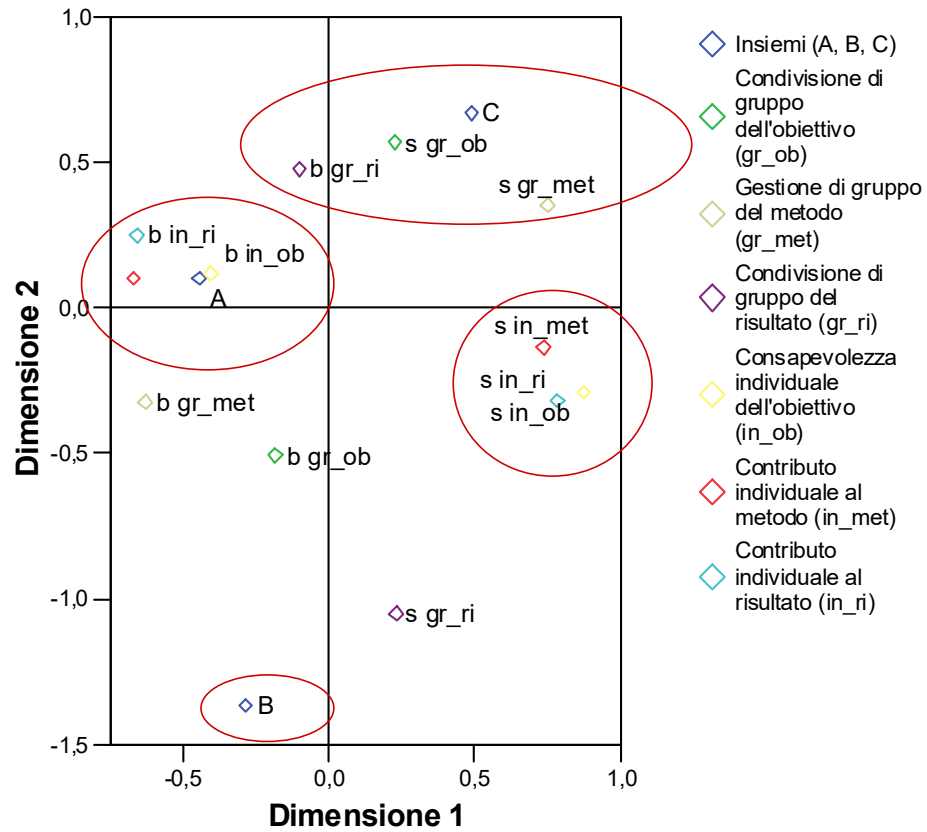
Le analisi, successive a quella monovariata, dipendono dagli obiettivi della ricerca e dal livello di scala delle domande che compongono il questionario stesso.

Creare tipologie?	←	Domande su scala nominale o ordinale	←	Es. Homals; Cluster
Creare punteggi?	←	Domande su scala metrica o Likert	←	Es. Analisi fattoriale esplorativa
Spiegare un insieme di relazioni?	←	Domande su scala metrica o Likert	←	Es. Correlazioni e Regressioni/ Modelli di equazioni strutturali
Osservare le differenze?	←	Domande su scala metrica e su scala nominale	←	Es. T-test e Anova
Creare mappe?	←	Domande su scala di somiglianza/dissomiglianza	←	Es. MDS

## 12.1 Analisi dei dati – Es. output Homals (Analisi delle corrispondenze multiple)

### La presa di decisione di gruppo: una ricerca esplorativa

*Team decision making: an explorative research*  
Lorenzo Tesio e Lara Colombo



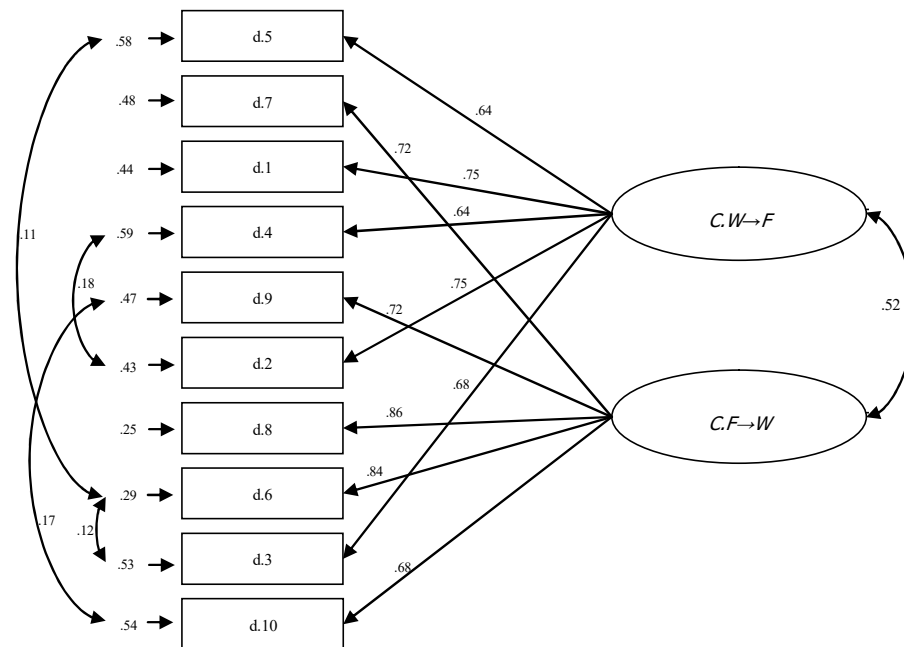
## 12.2 Analisi dei dati – Es. output Analisi fattoriale esplorativa

**Two-factor exploratory factor analysis solution (ULS extraction, Oblimin rotation;  $N = 184$ )**

	Family→Work Conflict	Work→Family Conflict
.1.8 Le cose che vorrei fare al lavoro non sono portate a termine a causa delle richieste della mia famiglia [Things I want to do at work do not get done because of the demands of my family or spouse/partner]	<b>.89</b>	.00
.1.6 Le richieste della mia famiglia (o della/del mia/o compagna/o) interferiscono con i miei impegni/attività di lavoro [The demands of my family or spouse/partner interfere with work-related activities]	<b>.77</b>	.09
.1.7 Mi capita di sacrificare il lavoro perché devo passare più tempo a casa [I have to put off doing things at work because of demands on my time at home]	<b>.70</b>	-.07
.1.10 Le ansie e le preoccupazioni familiari interferiscono con la mia possibilità di soddisfare le richieste lavorative [Family-related strain interferes with my ability to perform job-related duties]	<b>.64</b>	-.06
.1.9 La mia vita familiare interferisce con le mie responsabilità di lavoro [My home life interferes with my responsibilities at work such as getting to work on time, accomplishing daily tasks, and working overtime]	<b>.63</b>	.13
.1.2 La quantità di tempo che il lavoro mi richiede rende difficile adempiere alle responsabilità familiari [The amount of time my job takes up makes it difficult to fulfill family responsibilities]	.04	<b>.86</b>
.1.3 Non riesco a portare a termine le cose che vorrei fare a casa perché ho troppi impegni di lavoro [Things I want to do at home do not get done because of the demands my job puts on me]	.02	<b>.77</b>
.1.1 Le richieste del mio lavoro interferiscono con la mia vita familiare [The demands of my work interfere with my home and family life]	.07	<b>.75</b>
.1.4 Sono così stanca/o e stressata/o quando esco dal lavoro che mi è difficile adempiere ai miei compiti familiari [My job produces strain that makes it difficult to fulfill family duties]	-.00	<b>.73</b>
.1.5 A causa dei miei impegni di lavoro, devo cambiare i miei programmi/impegni familiari [Due to work-related duties, I have to make changes to my plans for family activities]	-.08	<b>.70</b>
Alpha (five items)	.86	.86
<i>M</i>	11.02	17.57
<i>SD</i>	5.49	6.45

### 12.3 Analisi dei dati – Es. output Analisi fattoriale confermativa

**Confirmatory factor analysis solution**



## 12.4 Analisi dei dati – Es. output Correlazioni

	1	2	3	4	5	6	7	8
CAMPIONE COMPLESSIVO (N = 695)								
1. S.n.	-							
2. S.p.	.13**	-						
3. S.f.c.	-.10*	.13**	-					
4. S.f.a.	-.05	.18**	.46**	-				
5. S.o.	-.20**	.25**	.20**	.16**	-			
6. S.sup.	-.26**	.18**	.23**	.18**	.45**	-		
7. S.col.	-.19**	.09*	.21**	.28**	.28**	.52**	-	
8. C.c.	.15**	.03	-.32**	-.05	-.14**	-.03	-.01	-

*Nota.* \*\*  $p < .001$ , \*  $p < .05$ .

*Legenda.* S.n. = Spillover negativo; S.p. = Spillover positivo; S.f.c. = Supporto familiare concreto; S.f.a. = Supporto familiare affettivo; S.o. = Soddisfazione organizzativa; S.sup. = Supporto superiori; S.col. = Supporto colleghi; C.c. = Compiti di cura

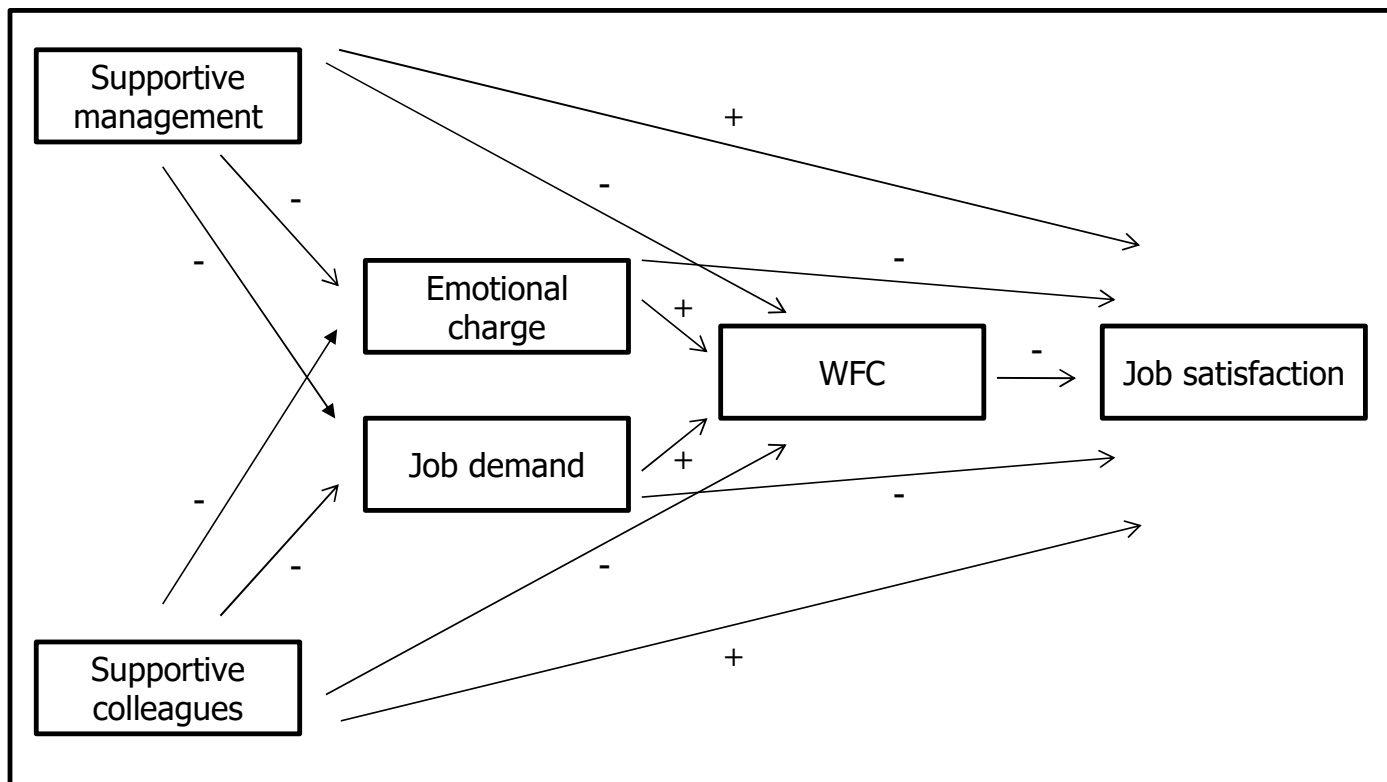
12.5 Analisi dei dati – Es. output Regressione multipla

---

<i>Predittori</i>	<b>CONFLITTO LAVORO-VITA</b>		
	$\beta$	$t$	$p$
Ore di lavoro settimanale in periodo impegnativo	.18**	4.47	.00
Tempo di percorrenza casa-lavoro	.06	1.5	.13
Compiti di cura svolti	.18**	4.42	.00
Sostegno organizzativo	-.22**	-4.92	.00
<b>Significato del lavoro</b>	<b>.25**</b>	<b>5.59</b>	<b>.00</b>
<i>Valutazione del modello: <math>R^2</math> .15 (* p &lt; .05; **p &lt; .01)</i>			

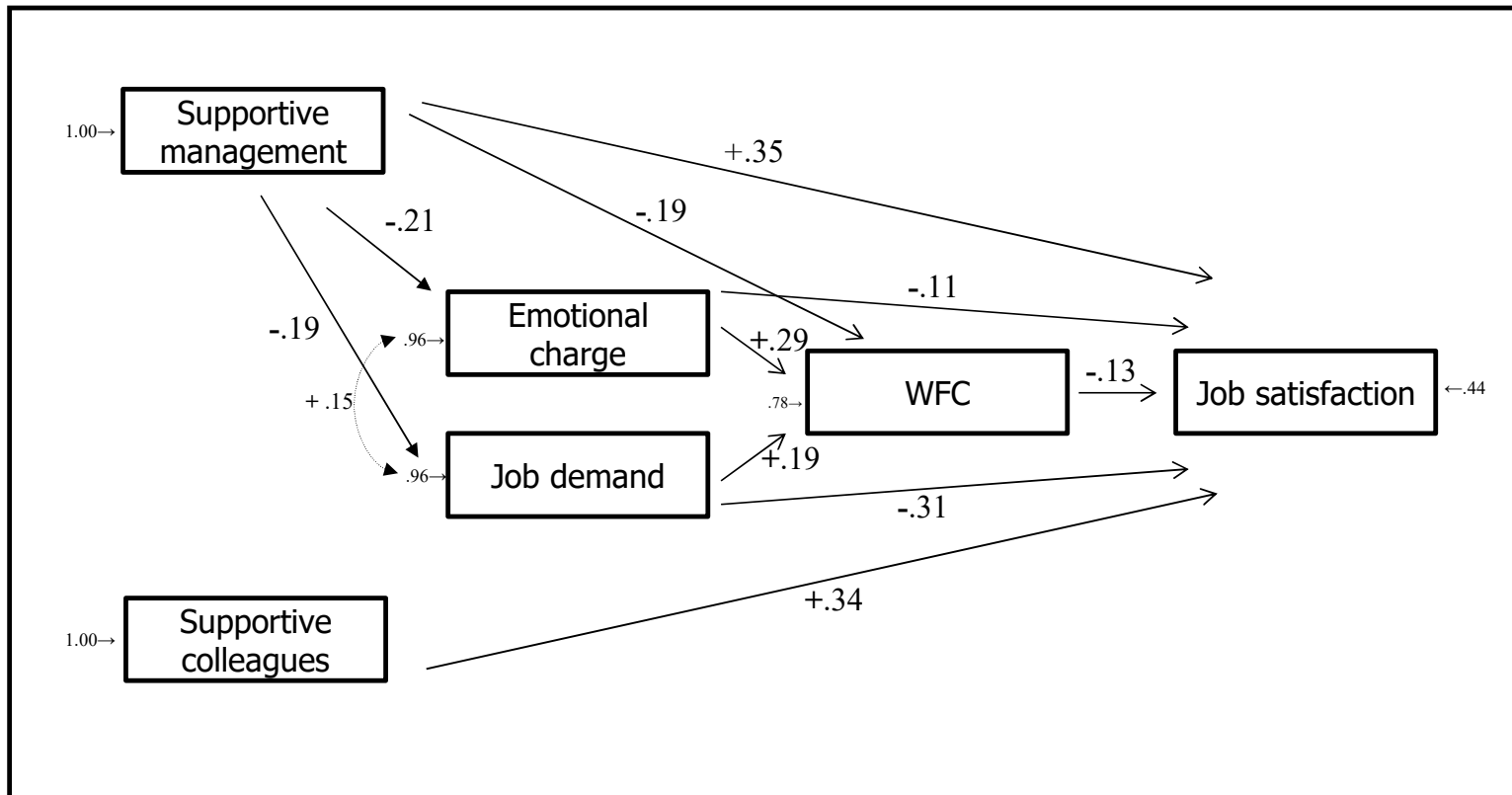


**The theoretical model**



12.6 Analisi dei dati – Es. output Modelli di equazioni strutturali (path analysis) (*segue*)

**The empirical model**



$\chi^2$	d.f.	P-value	$\chi^2/d.f.$	RMSEA	RMR	NNFI	AGFI	GFI
6.22	4	.18	1.55	.04	.04	.98	.96	.99

## 12.7 Analisi dei dati – Es. output Analisi della varianza

### T-TEST

#### Statistiche di gruppo

	secco	N	Media	Deviazione std.	Errore std. Media
Wlc	<b>F</b>	379	<b>16,0950</b>	6,24851	,32096
	<b>M</b>	181	<b>15,2818</b>	5,80643	,43159

#### Test per campioni indipendenti

		Test di Levene di uguaglianza delle varianze		Test t di uguaglianza delle medie						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-code)	Differenza fra medie	Differenza errore standard	Intervallo di confidenza per la differenza al 95%	
									Inferiore	Superiore
Wlc	Assumi varianze uguali	,374	,541	1,473	558	,141	,81322	,55199	-,27102	1,89746
	Non assumere varianze uguali			1,512	378,962	,131	,81322	,53785	-,24433	1,87077

## 12.7 Analisi dei dati – Es. output Analisi della varianza (*segue*)

### ANOVA A UNA VIA

#### Test di omogeneità delle varianze

Wlc

Statistica di Levene	df1	df2	Sig.
,175	3	556	,913

#### ANOVA univariata

Wlc

	Somma dei quadrati	df	Media dei quadrati	F	Sig.
Fra gruppi	490,363	3	163,454	4,451	,004
Entro gruppi	20417,858	556	36,723		
Totale	20908,221	559			

#### Test post hoc

#### Confronti multipli

Variabile dipendente: Wlc\_somma

LSD

(I) stato civile	(J) stato civile	Differenza fra medie (I-J)	Errore std.	Sig.	Intervallo di confidenza 95%	
					Limite inferiore	Limite superiore
celibe/nubile	coniugato/convivente	-1,86888(*)	,52637	,000	-2,9028	-,8350
	separato/divorziato	-1,78261	1,28964	,167	-4,3158	,7506
	vedovo	-2,31594	2,73452	,397	-7,6872	3,0553
coniugato/convivente	celibe/nubile	1,86888(*)	,52637	,000	,8350	2,9028
	separato/divorziato	,08627	1,29388	,947	-2,4552	2,6278
	vedovo	-,44706	2,73652	,870	-5,8222	4,9281
separato/divorziato	celibe/nubile	1,78261	1,28964	,167	-,7506	4,3158
	coniugato/convivente	-,08627	1,29388	,947	-2,6278	2,4552
	vedovo	-,53333	2,97904	,858	-6,3849	5,3182
vedovo	celibe/nubile	2,31594	2,73452	,397	-3,0553	7,6872
	coniugato/convivente	,44706	2,73652	,870	-4,9281	5,8222
	separato/divorziato	,53333	2,97904	,858	-5,3182	6,3849

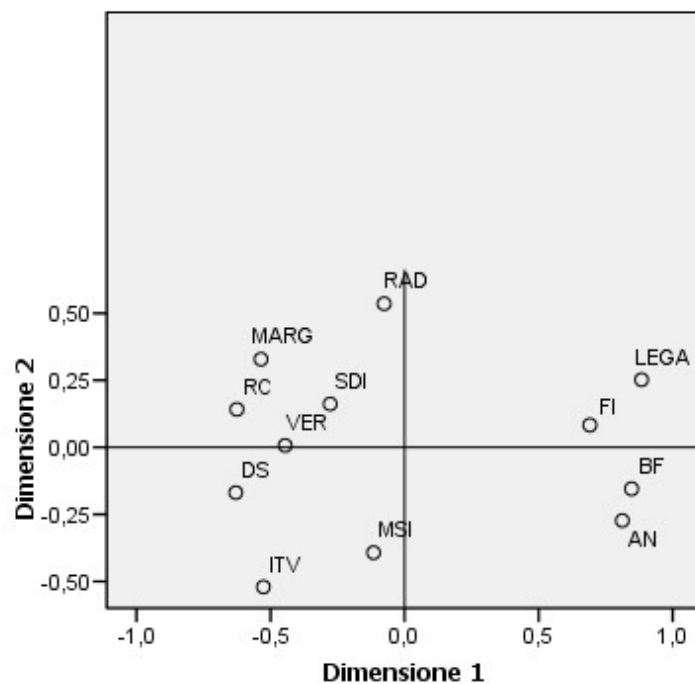
## 12.8 Analisi dei dati – Es. output MDS (Multidimensional Scaling)

Punti di oggetto

Quanto sono simili, su una scala da 1 a 10, DS e FI?

molto dissimili 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 molto simili

Spazio comune



Esempio di mappa individuale (dati Pico)

Il report di ricerca, in word e/o in power point, deve contenere una:

- descrizione della ricerca e degli obiettivi conoscitivi
- descrizione delle fasi di ricerca
- descrizione dello strumento (o degli strumenti) indicando le fonti
- presentazione dei risultati della ricerca con tabelle e commenti.

Il report in word è esteso e contiene tutti i risultati della ricerca.

Il report in power point è più sintetico e può presentare una selezione dei principali risultati della ricerca.

Ricordarsi di inserire i **loghi** degli "enti" coinvolti sia nel report in word, sia nel report in ppt.

Possono essere previste diverse **restituzione dei risultati** della ricerca, a seconda delle modalità scelte e dei diversi interlocutori:

- "in presenza" (incontri ad hoc; convegno)
- "a distanza"
- on line
- pubblicazione
  
- committenza (vertici aziendali)
- partecipanti alla ricerca
- sindacati
- stakeholder.

# Analizzare le interviste

---

## Ricerca qualitativa

...esplorare un fenomeno in profondità attraverso opinioni e vissuti personali degli attori coinvolti



## Analisi qualitativa

... per ridurre i dati raccolti attraverso tecniche di indagine qualitativa



Nigel King  
(1998)

## **Cos'è la *Template Analysis***

---



Una forma di analisi tematica che usa la codifica gerarchica



Un approccio flessibile che permette di usare sia un approccio bottom-up che uno top-down

Dati con cui può essere usata:

**trascrizioni di**  
*interviste, focus group, diari,*  
*questionari con risposte aperte*





# Come e quando si usa



Ricerca qualitativa in ambito  
psicologico

Ricerca organizzativa

- 6 step** | Definire il **template finale e applicarlo a tutti i dati**. Se rimangono dati rilevanti non codificati, il template non può essere considerato sufficientemente adeguato
- 5 step** | Applicare il **template iniziale alle successive trascrizioni** e modificarlo se necessario. Possono essere inseriti nuovi temi, mentre altri possono essere eliminati se ridondanti
- 4 step** | Sviluppare una **versione iniziale del template** sulla base di una parte del campione
- 3 step** | **Organizzare** le tematiche emerse **in cluster significativi** e iniziare a definire come siano in relazione fra loro
- 2 step** | **Codificare in maniera preliminare i dati**. È possibile partire con dei temi *a priori*, che possono essere ridefiniti o rimossi se non risultano utili nell'analisi
- 1 step** | Acquisire **familiarità con i dati** attraverso un'attenta lettura di tutte le trascrizioni

## Dalla teoria alla pratica... *(continua)*



### Come trascrivere:

- **assegnare un codice alla sessione** (riportarlo anche nell'intestazione a piè pagina)
- **creare una griglia con le informazioni principali**
- **trascrivere fedelmente l'audio-registrazione**
- **riportare il linguaggio *non verbale* significativo**
- **eliminare i dati sensibili**
- **ricontrollare la correttezza della trascrizione** (possibilmente con riascolto dell'audio)

*Nel caso di parte non comprensibile segnare:  
(? – T 00:06:00)*

**1** *step*

Prima **lettura attenta** di tutte le 10 sessioni trascritte

# Dalla teoria alla pratica... *(continua)*

---



*Tema 1 letteratura ...*

*Tema 2 letteratura...*

*Tema 3 letteratura...*

*...*

---

**2<sup>step</sup>**

**Codifica preliminare dei dati.**

Sono stati individuati temi a priori suggeriti dalla letteratura di riferimento



# Dalla teoria alla pratica... *(continua)*

---

**4 step**

Sviluppo di una **versione iniziale del template**

**3 step**

**Organizzazione in cluster significativi** delle tematiche emerse.  
Prima definizione delle relazioni tra le categorie



# Dalla teoria alla pratica... *(continua)*

---

**6<sup>step</sup>** | **Definizione del template finale e applicazione a tutti i dati.**  
Non sono rimasti dati rilevanti non codificati

**5<sup>step</sup>** | **Applicazione del template iniziale a tutte le trascrizioni.**  
Modifica di alcune etichette e inserimento nuove categorie

# Dalla teoria alla pratica... *(continua)*

---

## Come riportare i risultati?



**Descrizione del metodo e dei partecipanti**



**Descrizione dei risultati**