



## Questionari

Versione: 2.0 / 14.10.2003 / 1

# Questionari

## Funzione

Nell'ambito della prevenzione e della promozione della salute, i questionari vengono per lo più utilizzati per raccogliere opinioni o giudizi soggettivi in merito ad attività, situazioni, esigenze o comportamenti. Qui vi presentiamo alcune indicazioni di cui tener conto nell'elaborazione di un questionario.

## Realizzazione di un questionario

Prima di realizzare un nuovo questionario, occorrerebbe informarsi sull'eventuale esistenza di questionari messi a punto per scopi analoghi, da adeguare al proprio progetto.

### Riflessioni preliminari

Prima di elaborare un questionario, cercate di rispondere alle seguenti domande:

- che cosa voglio sapere concretamente?
- da quale tipo di pareri/valutazioni posso ottenere delucidazioni in merito a un determinato stato di cose?
- in che misura desidero informazioni differenziate?
- quanto devono essere vaste e complete le informazioni (numero delle domande)?
- per quale scopo utilizzerò le risposte (valutazione e rappresentazione dei risultati)?

## Domande

### Tipi di domande

Le domande si possono distinguere in base al loro *contenuto* o alla loro *forma*. A livello contenutistico, esse possono riferirsi ad atteggiamenti, opinioni, convinzioni, orientamenti, conoscenze e interventi degli interpellati. Per quanto riguarda la forma, sulla base delle possibilità di risposta, le domande si suddividono in tre categorie:

- domande chiuse
- domande semi chiuse
- domande aperte

Nel caso delle domande *chiuse*, le possibilità di risposta sono già date. Se da un lato la domanda chiusa facilita la valutazione quantitativa, dall'altro comporta lo svantaggio che la persona interpellata spesso ha l'impressione che nessuna delle risposte predefinite rispecchi realmente la risposta che vorrebbe dare. Il risultato dipende in larga misura da quali possibilità di risposta vengono fornite (cfr. scala delle risposte). Nel caso nelle domande *aperte*, non vi sono risposte predefinite. L'interlocutore risponde con parole proprie. La domanda aperta consente di rilevare aspetti non (ancora) contemplati durante la fase di realizzazione del questionario. La risposta è strettamente legata alle capacità di verbalizzazione dell'intervistato e la valutazione richiede un notevole dispendio di tempo. Spesso si usano le domande *semi chiuse*, domande cioè che, oltre



## Questionari

Versione: 2.0 / 14.10.2003 / 2

alle categorie prestabilite, offrono una possibilità di risposta aperta, caratterizzata da termini quali "altro" o "diversi".

### Regole per la formulazione delle domande

Domande mal formulate generano dati inutilizzabili, dai quali nessun accorto metodo analitico è in grado di trarre risultati significativi di una situazione. Di seguito trovate alcune regole da rispettare per la formulazione delle domande dei questionari. In qualsiasi caso è importantissimo commisurare le domande al contesto e al target a cui appartengono gli interpellati. Utilizzate tuttavia queste regole criticamente, in quanto lasciano un ampio margine di interpretazione e in alcuni casi sono persino contraddittorie tra loro.

#### a) Adeguare il linguaggio alle abitudini linguistiche degli interpellati

Domande poste a studenti universitari saranno formulate in modo diverso rispetto a domande poste a giovani affetti da tossicomania all'interno di un'istituzione chiusa. Le parole utilizzate, la struttura e la lunghezza delle frasi devono essere adeguate al target.

#### b) Porre domande a cui gli interpellati possano rispondere

Le domande devono essere calibrate al livello di istruzione degli interpellati. Domande troppo ricercate comportano il rischio di mancata risposta, di risposte false per non sentirsi stupidi o di risposte scritte a casaccio tanto per dire qualcosa.

#### c) Formulare le domande in modo chiaro e specifico

Domande (e possibilità di risposta) formulate in modo chiaro e specifico facilitano il lavoro di interpretazione al momento della valutazione. Generalmente può essere opportuno spiegare i principali concetti sul questionario.

#### d) Porre una domanda per volta

Formulate solo una domanda per frase, in modo che sia possibile fornire una risposta chiara e che gli interpellati non debbano fornire una risposta valida solo in parte.

##### da evitare

In che misura sono mutati gli obiettivi originari e quali sono a suo parere le ragioni di questo cambiamento?

##### da preferire

Domanda 1: In che misura sono mutati gli obiettivi originari?

Domanda 2: A parer suo quale sono le ragioni dei cambiamenti sopraggiunti a livello di obiettivi?

#### e) Evitare le domande suggestive e le insinuazioni

Non ponete domande che includono ipotesi vostre e che possono influenzare gli interpellati.

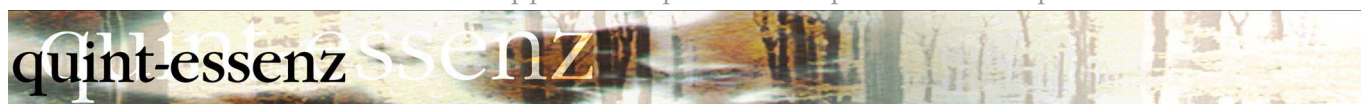
##### da evitare

Se fosse stato meglio informato, avrebbe frequentato comunque il corso?

##### da preferire

Domanda 1: Era stato ben informato sul corso?

Domanda 2: In caso contrario, avrebbe comunque frequentato il corso?



## Questionari

Versione: 2.0 / 14.10.2003 / 3

### f) Evitare la doppia negazione

Con la doppia negazione vi è il rischio, considerata la complessità della formulazione, di ottenere risposte false. Non è mai chiaro, in caso di doppia negazione se, per esprimere il proprio accordo, è necessario dare una risposta affermativa o negativa.

#### da evitare

Non dipende da me se i malintesi non vengono eliminati  
(Scala di risposta da 1="non è assolutamente vero" a  
7="esatto")

#### da preferire

"Dipende da me se i malintesi non vengono eliminati."

### g) Le domande dovrebbero avere un chiaro riferimento temporale

Senza chiaro riferimento temporale, per gli interpellati diventa difficile dare una risposta, in quanto sono costretti a definire loro stessi un punto di riferimento. Le risposte in questo modo non si riferiranno al medesimo periodo in quanto il margine di interpretazione è troppo ampio. I dati che si ottengono non saranno dunque sufficientemente indicativi.

#### da evitare

Negli ultimi tempi ti sei sentito bene a casa tua?

#### da preferire

Se ripensi all'ultima settimana, puoi dire di esserti sentito bene a casa tua?

### h) Evitare le possibilità di risposta pluridimensionali

#### da evitare

Ho trovato le informazioni riportate sull'opuscolo:

- nuove
- interessanti
- utili

#### da preferire

Ho trovato le informazioni sull'opuscolo:

- molto interessanti
- interessanti
- poco interessanti
- per nulla interessanti

### i) Nel caso delle domande aperte, lasciare sufficiente spazio per rispondere

Per le domande aperte o semi chiuse, lasciate abbastanza spazio per le risposte. Un rubrica conclusiva "Osservazioni" consente agli interpellati di aggiungere ulteriori commenti al sondaggio, che possono contenere importanti informazioni supplementari.

## Possibilità di risposta predefinite

### Categorie

Si tratta di risposte in cui è necessario scegliere tra diverse categorie. Queste vengono utilizzate p.e. nel caso in cui una risposta non contenga un giudizio o una valutazione di una situazione concreta, bensì la situazione stessa. Esempio:

- Scuola elementare
- Apprendistato professionale
- Scuola media superiore
- Università/Istituto tecnico superiore
- Altre: .....



## Questionari

Versione: 2.0 / 14.10.2003 / 4

Tra le possibilità di risposta si distingue tra risposta semplice e risposta multipla. Nel primo caso l'intervistato deve scegliere un'unica categoria, nel secondo caso la scelta viene estesa a più categorie.

### La scala Likert

La variante più utilizzata tra le possibilità di risposta predefinite è la cosiddetta scala Likert, messa a punto negli anni '30. La scala Likert prevede che una lista di affermazioni, semanticamente collegate agli atteggiamenti su cui si vuole indagare, venga sottoposta ad un gruppo di individui assieme a 4 – 7 possibili alternative di risposta. Esempio:

mai	raramente	occasionalmente	spesso	sempre
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nell'ambito della scala Likert, si distinguono scale *verbali* e scale *numeriche*. Le scale verbali sono caratterizzate dall'abbinamento di una chiara denominazione verbale a ogni punto della scala. Nelle scale numeriche, invece, viene verbalizzato solo il punto terminale, mentre gli altri valori vengono rappresentati da cifre o caselle vuote. Per le tre dimensioni "frequenza", "intensità" e "valutazione" i seguenti concetti si sono rivelati semanticamente equivalenti in merito agli spazi tra i valori:

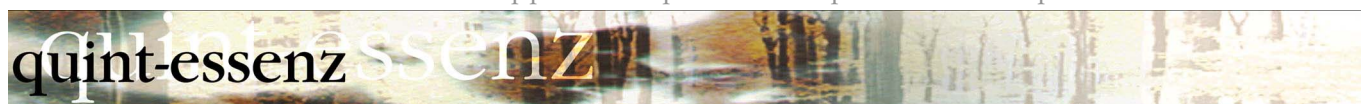
	--	-	o	+	++
<b>Frequenza</b>	mai	raramente	occasionalmente	spesso	sempre
<b>Intensità</b>	per niente	poco	mediamente	abbastanza	molto
<b>Valutazione delle affermazioni</b>	in completo disaccordo	in disaccordo	incerto	d'accordo	completamente d'accordo

### Scale di rating

Per il rilevamento di affermazioni in merito a atteggiamenti, opinioni, ecc., si sono affermate le scale di valutazioni (scale di rating), che contemplano i diversi gradi di una dimensione di valutazione. Un certo numero di gradazioni sulla scala senza parte centrale neutra evita la diffusa tendenza a optare per la via di mezzo. In questo modo obbligate le persone interpellate a fare una scelta tra un'affermazione positiva e una negativa.

Scegliete una scala con 3 – massimo 7 livelli (scala ordinale, vedi livello sotto)

- nelle istruzioni fate presente che non è possibile apporre una crocetta tra le risposte predefinite (onde evitare un'estensione artificiale della scala)
- decidete se vi occorre veramente una parte centrale neutra o una possibilità di risposta complementare („0“, „+/-“, „non so“, „inadeguata“)



## Questionari

Versione: 2.0 / 14.10.2003 / 5

## Struttura di un questionario

### Istruzioni

Al questionario scritto generalmente vengono accluse le istruzioni per compilarlo.

### Successione delle domande

La struttura e la successione accorta delle domande sono importanti. All'inizio del questionario dovrebbero figurare domande semplici e motivanti: domande interessanti, vertenti sul tema o domande che riguardano la persona intervistata, facili da capire e tecnicamente facili da rispondere. In questo modo si mantiene viva o si stimola la motivazione a partecipare. Le domande di inizio, quelle cioè per rompere il ghiaccio, devono risultare di facile risposta per tutti i partecipanti. Le domande più complesse vanno invece riportate alla fine.

### Blocchi di domande

Il questionario deve possedere una struttura logica e facile da seguire. Questo significa che domande inerenti allo stesso argomento dovrebbero essere raggruppate in blocchi. È inoltre importante pensare anche alla composizione del formulario: a seconda dell'ordine, le domande precedenti possono influire sulla risposta delle domande successive (effetto di contesto).

### Lunghezza

Questionari troppo lunghi comportano il rischio di una percentuale inferiore di riscontro. Le inchieste scritte non dovrebbero in alcun caso superare le 12 pagine.

### Ringraziamento

Il questionario si conclude con un ringraziamento per aver dedicato il proprio tempo alla compilazione dello stesso.

## Presentazione del questionario

### Layout

Con una presentazione adeguata, potete fare in modo che l'interpellato prenda sul serio il questionario e si senta motivato a compilarlo. Il questionario deve risultare allettante, chiaro e facile da leggere. La presentazione deve inoltre contribuire a trasmettere un senso di serietà e di importanza al sondaggio.

### Codice

Ogni questionario deve essere provvisto di un codice, affinché sia possibile risalire facilmente all'abbinamento questionari - indirizzi. Questo aspetto non è importante ai fini della valutazione (che generalmente avviene in forma anonima), ma permette di risparmiare tempo e rabbia, evitando di contattare una seconda volta persone che hanno già partecipato al sondaggio.



## Questionari

Versione: 2.0 / 14.10.2003 / 6

### Utilizzo

#### Informazioni ai partecipanti

Le persone interpellate dovrebbero essere informate preventivamente, a voce o per iscritto, del significato e dello scopo dell'inchiesta. È importante, nel limite del possibile, assicurare l'anonimato, a beneficio della motivazione e della quota di riscontri.

#### Test preliminare

La realizzazione di test preliminari rappresenta una condizione indispensabile per l'elaborazione efficace di un buon questionario. Il test preliminare consiste in un rilevamento dei dati con alcuni rappresentanti del/dei gruppo/i target, onde valutare la qualità del questionario e migliorarla. I partecipanti al test e la valutazione dei questionari compilati dovrebbero risultare indicativi per i seguenti aspetti:

- comprensibilità delle domande
- problemi di compilazione
- effetti generati dal contesto
- ripartizione della frequenza delle risposte
- durata dell'intervista
- problemi tecnici con i questionari / con i supporti all'inchiesta

#### Secondo intervento

Se, entro il termine prestabilito, non è stata raggiunta la quota di riscontro auspicata, è possibile "partire nuovamente alla carica". Nel quadro di un secondo intervento, le persone vengono quindi ricontattate per iscritto, e viene loro ritrasmessa una copia del questionario. In questo modo, anche mediante un sondaggio epistolare, è possibile ottenere una percentuale elevata di risposte; tuttavia, in caso di forte partecipazione, il dispendio di tempo e di denaro risulta molto elevato.

### Valutazione

In presenza di un numero elevato di questionari, si possono utilizzare dei lettori elettronici, che consentono di elaborare i dati automaticamente. La presentazione del questionario va preventivamente adeguata al lettore.

#### Frequenza delle risposte

Se i questionari sono pochi, in genere le risposte vengono contate, e la frequenza calcolata in percentuale (p.e. il 33% dei presenti ha ritenuto l'incontro molto informativo, il 60% mediamente informativo e il 7% per niente informativo).

## Valori centrali e indici di dispersione

A fronte di numerose valutazioni quantitative di domande chiuse, spesso si calcolano i valori centrali e gli indici di dispersione. I principali valori centrali sono:

- *la media (aritmetica)*: somma diviso il numero degli addendi
- *la mediana*: valore della variabile che bipartisce la distribuzione ordinata delle modalità di un carattere (p.e. il 50% degli interpellati si trova sopra e il 50% si trova sotto questo valore)
- *la moda*: indice di posizione e modalità del carattere cui corrisponde la massima frequenza

Oltre ai valori centrali, in caso di grossi quantitativi di dati, in genere si considerano anche gli indici di dispersione (range, varianza, deviazione standard).

## Livello di scale

Il livello di scala determina quali valori centrali utilizzare. Così, ad esempio, per dati ricorrenti a livello di scala ordinale (scala Likert e scala di rating), la media aritmetica appare inappropriata. Lo stesso vale in caso di assenza di categorie centrali. In questi casi si possono utilizzare unicamente la moda e la mediana.

Tipo di scala	Tipo di affermazione	Possibili affermazione	Esempi
Scala nominale	uguale-diverso	Qualcosa è uguale o diverso da qualcos'altro	Sesso, materie scolastiche
Scala ordinale	più grande-più piccolo	Qualcosa è più grande, più piccolo o uguale	Graduatorie
Scala intervallare	medesima distanza	La distanza tra due valori vicini è uguale alla distanza tra due altri valori vicini	Temperatura
Scala di rapporti	medesimi rapporti	Qualcosa è grande il doppio di qualcos'altro	Lunghezza, peso

## Valutazione delle domande semi chiuse

Le risposte rilevate in aggiunta alle categorie predefinite, sotto la voce „altro“, generalmente vengono suddivise a loro volta in categorie, onde poterle valutare e rappresentarle numericamente. Vengono inoltre riunite in nuove categorie anche le risposte simili per significato, mentre affermazioni singole vengono raggruppate alla voce „altre affermazioni“. Tuttavia, queste risposte vanno dapprima elencate singolarmente, affinché il contenuto informativo non vada perso.

## Valutazione delle domande aperte

Quando il numero di formulari è relativamente basso, in genere risposte individuali simili vengono riunite in gruppi di affermazioni e presentate complementariamente ai dati quantitativi. In caso di numero elevato di espressioni verbali, si consiglia di utilizzare software idonei per la valutazione qualitativa. I pareri espressi vengono dapprima classificati per tema, i temi riuniti in settori tematici e quindi collocati gerarchicamente entro una struttura ad albero o a rete. Obiettivo della valutazione è quello di ottenere una struttura più fitta di pareri, con affermazioni-chiave, illustrate a fronte di osservazioni tipiche.