

# Intervista e del Questionario

*Prof. A.C. Baldry & Dr.ssa Anna  
Sorrentino*

Dipartimento di Psicologia  
Università degli Studi della  
Campania 'Luigi Vanvitell'

# La misura in psicologia

# Livello di misurazione

- Qualitativo vs. quantitativo
- **Scale nominali** - sistema di classificazione (almeno due categorie). Categorie reciprocamente esclusive. Possiamo dire solo che  $A \neq B$ . Esempi
- **Scale ordinali**, categorie reciprocamente esclusive ma poste in ordine gerarchico; possibilità di classificazione. Possiamo dire che  $A \neq B$ , e che  $A \leq$  o  $\geq B$ , ma non di QUANTO. Esempi.

# Livello di misurazione

- **Scala a intervalli** . Si stabilisce sia uguaglianza e diversità, l'ordine e di quanto sono differenti. La differenza nelle scale a intervalli equivalenti sono uguali. (Operazioni consentite: sottrazione e somma). Non esiste un punto 'zero' assoluto, ma è arbitrario. Scale di temperatura. Scale Likert.

# Livello di misurazione

- **Scale di rapporti** - come scale a intervalli ma con il punto 'zero' assoluto (senza negativi). La differenza fra 14 e 15 anni è la stessa (!) fra 20 e 21. Esempio.
- N.B. Ogni livello successivo incorpora in precedenti

# La misura in psicologia

- Variabili **discrete e continue**. Le prime non prevedono frazioni (numero di esami sostenuti). Le seconde sono misure continue (età, peso).

# Tecniche per la raccolta dei dati Tecniche di somministrazione del questionario -

Non si parla di **QUALE**  
metodo si usa ma di **COME**  
avviene la raccolta dati

Intervista faccia a faccia

# 1) Intervista faccia-a-faccia

- Attraverso l'intervista ☺ a ☺ o diretta, l'intervistatore incontra direttamente l'intervistato
- Interazione fra due individui con ruoli differenti. Posizioni asimmetriche.

**Vantaggi.** Rispetto a tutte le altre forme di raccolta dati

- a) Certezza che la risposta provenga dalla persona designata.
- b) Possibile stabilire un contatto diretto con il rispondente, procurare interesse per l'oggetto di indagine e fiducia, ottenendo così una maggiore disponibilità alla risposta.

- c) Possibilità di chiedere precisazioni in caso di risposte poco chiare o chiarire la domanda se il rispondente non ha capito. Utilizzo tecniche di *probing* dove necessario.
- d) L'intervistatore può osservare il comportamento non verbale dell'intervistato.
- e) L'intervistatore può scegliere o controllare il momento e il luogo dove si svolge l'intervista. (Se percepisce un luogo come non adatto, o un clima non idoneo).

## Vantaggi della ☺ a ☺ Rispetto a questionari autocompilati

- a) Possibilità di controllare che l'intervistato risponda alle domande seguendo la sequenza prevista, che non torni indietro a controllare precedenti risposte, e che non dimentichi di rispondere ad alcune domande.
- b) L'intervistatore ben addestrato può gestire adeguatamente anche questionari con una struttura molto complessa.
- c) L'intervistato non può "ripensarci", cancellando la sua risposta e fornendone un'altra.

- **Svantaggi:** Rispetto a tutte le altre forme di raccolta dati
- a) **Costi**, dovuti all'elevato numero di intervistatori, che si devono spostare
- b) **Tempi**: quello dell'intervista, del primo contatto con l'intervistato, e il tempo quando viene concessa l'intervista (a volte l'intervistato non è più reperibile)

... cont.

## Svantaggi

- c) Minore (apparente) garanzia di anonimato per l'intervistato. Limite speculare al vantaggio dovuto alla certezza della provenienza della risposta.

- **Svantaggi** rispetto all'autocompilato
- a) La possibile percezione dell'intervista come "interrogatorio"
- b) L'influenza dell'intervistatore. In particolare:
  - 1) La possibilità che questi influenzi le risposte
  - 2) La possibilità che questi modifichi il modo con cui sono formulate le domande, l'ordine con cui esse dovrebbero essere proposte, ne ometta alcune.
- c) l'intervistato non può scegliere quello che è per lui il momento migliore per rispondere alle domande.

# CAPI

- La persona contattata direttamente a casa deve compilare il questionario per conto proprio con il supporto del PC.

## 2) Le interviste telefoniche.

Con o senza supporto informatico (CATI)

**Vantaggi:** Rispetto alle altre forme di raccolta dati

- a) Tempestività nella raccolta dei dati.  
Ad es. su fatti imminenti. Con il telefono si possono risparmiare i lunghi tempi di attesa propri dei questionari postali, o i lunghi tempi per selezionare, contattare e intervistare i rispondenti nel caso di interviste faccia a faccia.

- b) **Costi dello studio.** Contattare i rispondenti telefonicamente abbatte del 25-30% i costi dello studio rispetto a interviste faccia a faccia; no spese di viaggio dell'intervistatore. In caso di telefonate brevi i costi sono più bassi anche rispetto all'invio postale.
- c) La copresenza di tutti gli intervistatori nel medesimo ambiente (call center) facilita la supervisione del lavoro.

**Vantaggi.** Rispetto alle interviste faccia a faccia

- a) Assenza distorsioni legate alla presenza fisica dell'intervistatore:
  - 1) La diffidenza di quegli individui che difficilmente accettano un contatto fisico con un estraneo: chi non apre la porta; chi non si ferma se contattati in luoghi pubblici, ecc.
  - 2) Le distorsioni legate alla gestualità, alle espressioni facciali, all'aspetto fisico dell'intervistatore.

- b) Aumento sensazione anonimato. Maggiore disponibilità a fornire informazioni su argomenti riservati.
- c) Possibilità di riprovare più volte il contatto con l'intervistato in caso di mancato reperimento.
- d) L'uso del telefono permette di ricontattare facilmente l'intervistato qualora si mostrasse riluttante a rispondere.

- **Vantaggi** rispetto ai questionari postali
- a) Diminuzione tasso di non risposta
- b) Gestione anche interviste moderatamente complesse, e che contengono domande condizionate.
- c) Verifica che l'intervistato risponda alle domande seguendo la sequenza prevista.
- d) L'intervistato non può "ripensarci", cancellando la sua risposta e fornendone un'altra.

- **Svantaggi.** Rispetto a tutte le altre forme di raccolta dati
- a) Impedisce di usare materiale visivo come grafici, disegni e fotografie.
- b) Alcuni intervistati possono pensare si tratti di uno scherzo (telefonico).
- (questo problema può essere superato facendo precedere la telefonata da una lettera di presentazione o fornendo il numero verde)

**Svantaggi.** Rispetto alle interviste faccia a faccia:

- a) La parziale mancanza di contatto umano riduce la possibilità di spingere l'intervistato a collaborare.
- b) L'intervistatore non può cogliere il comportamento non verbale
- c) L'intervistatore non può essere sicuro dell'identità dell'intervistato né controllare la situazione in cui egli risponde alle domande

## Svantaggi. Rispetto ai questionari postali

- d) Il numero di domande che possono essere poste all'intervistato è limitato.

# CATI

- Computer Assisted Telephone Interview
- Attraverso il RDD (Round Digit Dialing) campionamento veloce, casuale e immediata immissione dati. **Svantaggio**: non si raggiunge chi non ha il telefono.
- Sistema di controllo degli intervistatori
- Necessario un buon training

### 3) Questionari auto-compilati

- 1) Invio postale (con busta pre-affrancata e precompilata su cui sia già scritto l'indirizzo a cui restituire il questionario compilato);
- 2) consegna da parte di operatori che poi si occupano anche di ritirare il questionario

- **Vantaggi**

- a) Costi ridotti dello studio sono sensibilmente inferiori rispetto all'uso di interviste faccia a faccia e, se questionario lungo o lo studio consideri abitanti di differenti città, sono più bassi anche rispetto alle interviste telefoniche.
- b) I tempi si abbassano: con una sola spedizione il ricercatore potrebbe ritenere di avere raggiunto interamente il campione dei rispondenti. I tempi in realtà sono >.

- Vantaggi

- c) campione più esteso rispetto alle altre forme di raccolta dei dati.
- d) maggiore garanzia di anonimato. Rispondente più disponibile a rispondere anche a domande estremamente salienti e a lasciarsi condizionare meno dagli aspetti di desiderabilità sociale. Per temi "delicati", il questionario autocompilato è preferibile

- **Vantaggi**

- e) Libertà di scelta di quando compilare il questionario.
- f) Assenza di distorsioni dovute all'intervistatore. No fraintendimenti o altre distorsioni legate all'interazione tra intervistatore e intervistato.
-

- **Svantaggi:**
- a) Distorsioni legate all'assenza dell'intervistatore.
- 1) Non si può essere certi dell'identità del rispondente.
- 2) Non si può controllare il momento e il contesto in cui il rispondente compila il questionario (chi è presente oltre a lui?). Non è possibile ottenere informazioni sul comportamento non verbale dell'intervistato.

- Svantaggi.
- 3) Impossibile controllare l'ordine di risposte o eventuali correzioni. Distorsioni legate all'ordine delle domande. Si perdono risposte immediate poi giudicate affrettate o poco desiderabili socialmente.
- 4) Questionario strutturato in modo molto semplice. Senza intervistatore evitare domande filtro, o di salti condizionati
- 5) Linguaggio semplice altrimenti lasciate in bianco troppe risposte. Questionari incompleti.