

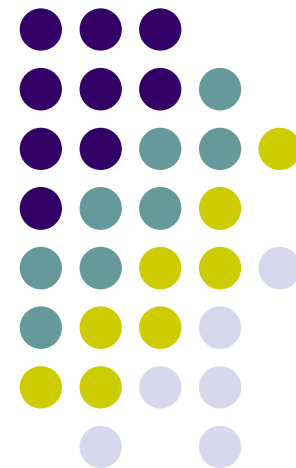
# La valutazione della scuola

Concetti, metodi e strumenti

## Il questionario

A cura di Massimo Conte e Stefano Laffi

[massimo.conte@codiciricerche.it](mailto:massimo.conte@codiciricerche.it)



# Il questionario



1. È lo strumento di ricerca che garantisce il risultato di conoscenza pur in presenza di molti attori in campo (committenti, ricercatori, rilevatori, soggetti da conoscere).
2. È composto da un **insieme strutturato di domande**,
3. poste in forma di intervista o in autosomministrazione, **nelle stesse condizioni**,
4. ad un **gruppo ampio di soggetti** di solito selezionati su criteri campionari,
5. allo scopo di raccogliere informazioni, di conoscere opinioni, atteggiamenti, intenzioni e azioni compiute.

# Il questionario



1. Ogni passaggio fra gli attori della ricerca (committente, ricercatore, rilevatore, soggetto) aumenta il **rischio di distorsione** e il questionario garantisce che i passaggi non comportino costi.
2. Non è quindi una conversazione, **non si può improvvisare**
3. occorre controllare e **standardizzare i modi in cui si raccolgono i dati**
4. ha senso se proposto a tante persone, scelte in modo “casuale”, allo stesso modo
5. serve a conoscere e capire, e può avere contenuti di conoscenza molto diversi

# Forme di somministrazione 01

## Intervista diretta (face to face)



- 😊 Possibilità di scegliere il momento e il luogo dell'intervista
- 😊 Possibilità di controllare il rifiuto dell'intervista e agire rinforzi
- 😊 Possibilità di controllare non risposte e precisare
- 😊 Possibilità di somministrare questionari più estesi
- 😊 Possibilità di variare l'ordine delle domande in aderenza alla situazione
- 😊 Possibilità di esercitare flessibilità nella formulazione delle domande
  
- 😞 Selezione, formazione, coordinamento e supervisione degli intervistatori
- 😞 Possibile influenza dell'intervistatore
- 😞 Costi monetari e organizzativi elevati
- 😞 Possibile controindicazioni della relazione diretta rispetto ai contenuti di rilevazione

# Forme di somministrazione 02

## Auto-somministrazione



- ☺ Minor costo rispetto all'intervista *face to face*
- ☺ Disponibilità di risultati in tempi brevi
- ☺ Assenza del condizionamento dell'intervistatore
  
- ☹ Impossibilità di controllare la compilazione
- ☹ Difficoltà a fornire supporto in caso di errata o dubbia comprensione dei quesiti
- ☹ Rinuncia alla scelta del momento ottimale per l'intervistato
- ☹ Limitazioni nel grado di approfondimento del questionario

# Forme di somministrazione 03

## Web survey



- ☺ Riduzione drastica dei costi
  - ☺ Disponibilità immediata dei dati
  - ☺ Possibilità di supporto telefonico/web a distanza
  - ☺ Disponibilità di software libero per la compilazione (ad es. [limesurvey.org](https://limesurvey.org))
  - ☺ Probabile diffusione crescente
- 
- ☹ Possibili imiti nella formulazione dei quesiti
  - ☹ Limitazioni nel grado di approfondimento del questionario
  - ☹ Utilizzabile solo laddove i soggetti dispongono di pc e connessione
  - ☹ Possibili problemi nel controllo del campione

# Fasi di costruzione del questionario 01



- 1. Definire bene il tema, gli obiettivi di ricerca**  
[codificarli insieme al committente, capire bene qual è la domanda, cercare di evitare ricerche solo confermate, scegliere parole chiave, intendersi sui risultati attesi,...]
- 2. Definire le aree, le dimensioni, le questioni da indagare, da verificare, da scoprire**  
[“esplosione” il tema nelle sue voci attraverso discussioni interne al gruppo di ricerca, controllo della letteratura, uso del web o focus group; ipotizzare questioni aperte e ipotesi da verificare, cercare una scansione del tema che ne esaurisca i punti di vista,...]
- 3. Individuare unità di analisi e modalità di somministrazione**  
[capire bene quali sono i soggetti ovvero i titolari del tema, e quali sono le modalità più adeguate per rilevare il loro punto di vista rispetto a quel tema]

# Fasi di costruzione del questionario 02



## 4. Scegliere le variabili da rilevare e trasformarle in domande

[per ogni sottotema stendere per iscritto un elenco di variabili e trasformarle in quesiti di questionario, verificando in letteratura se esiste una modalità standard di formulazione della domanda,...]

## 5. Adattare l'elenco di domande alla rilevazione

[adattare il lessico al target, studiare la formulazione in funzione della modalità scelta di somministrazione, capire la sequenza ottimale dei sottotemi e dei relativi quesiti, verificare la dimensione complessiva del questionario e il tempo di somministrazione, verificarne la sostenibilità, capire se non sia possibile rinunciare ad alcuni quesiti,...]

## 6. Test pilota

[effettuare un'indagine pilota ad alcuni (pochi ma differenziati) soggetti dello stesso target, verificare chiarezza, comprensibilità, univocità, correttezza dei quesiti, effettuare la revisione dello strumento]



# Fasi di costruzione del questionario 03



## 7. **Somministrazione**

[preparare gli elenchi campionari, formare i rilevatori eventuali, dotarli di strumenti di riconoscimento, garantire la copertura istituzionale in caso di richiesta da parte dell'intervistato, predisporre eventuali comunicazioni preventive istituzionali ai destinatari, predisporre gli strumenti per la tutela della privacy]

# Struttura generale del questionario 01



- **Dati di identificazione**  
[ad es. nome dell'intervistatore, data, ora, luogo dell'intervista, codice progressivo del questionario scomposto secondo codici di campionamento,...]
- **Richiesta di collaborazione e valorizzazione del consenso informato**  
[introduzione all'intervista, spiegazione sul tema, rinforzo alla compilazione, garanzia di anonimato,...]
- **Istruzioni**  
[modalità di compilazioni formulate con la massima semplicità e chiarezza]
- **Quesiti**  
[le domande vere e proprie, divise in aree, a volte con brevi introduzioni di stacco]

# Struttura generale del questionario 02



- **Dati di classificazione**

[quelli anagrafici come sesso, età, stato civile, tipologia del nucleo familiare, luogo di residenza... quelli di status come titolo di studio, posizione professionale, ...]

- **Ringraziamenti**

[essenziale anche se spesso dimenticati, a volte include anche info su come accedere ai risultati finali, a eventuali momenti di presentazione o restituzione dei risultati, ecc.]

# Aree tradizionali di contenuto delle domande



- Profilo sociografico dell'intervistato
- Comportamenti
- Atteggiamenti
- Sentimenti
- Opinioni
- Orientamenti
- Valori
- Valutazioni

# Alcuni consigli 01



- Inserire una domanda iniziale che favorisca la relazione di intervista o l'approccio alla compilazione, semplice e interessante, anche se inessenziale all'intervista
- Porre attenzione alla progressione di fiducia e al rischio che insorga la noia o la stanchezza. Quindi, porre i temi più delicati o difficili in una posizione mediana del questionario
- Il questionario deve possedere una struttura logica e facile da seguire. Le domande relative 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).
- Porre prima quesiti generali e poi specifici

## Alcuni consigli 02



- Porre i quesiti meno interessanti per l'intervistato alla fine
- Evitare comunque quesiti inutili (un questionario breve è sempre meglio accolto)
- Usare le domande filtro e seguire i filtri
- Curare la veste grafica del questionario perché l'interpellato lo prenda sul serio e si senta motivato a compilarlo. Il questionario deve risultare allettante, chiaro e facile da leggere
- Abbiate cura che il questionario abbia già i codici necessari alla imputazione dei dati

# Check list

## sulla formulazione delle domande 01



- Le domande evitano i dati sensibili (origine razziale ed etnica, convinzioni religiose, filosofiche o di altro genere, opinioni politiche, adesione a partiti o sindacati, stato di salute, vita sessuale)?
- Il lessico e la sintassi sono semplici e adeguati alle abitudini linguistiche del soggetto?
- Le parole sono chiare e univoche per l'intervistato?
- I quesiti sono brevi?
- Le domande sono prive di espressioni gergali?
- Le domande evitano formulazioni astratte o generiche (o nel caso usano esempi per favorire l'individuazione dell'oggetto)?

# Check list

## sulla formulazione delle domande 02



- Le domande sono non tendenziose, ovvero evitano di suggerire la risposta?
- Le domande partono da posizioni neutre sul tema, ovvero evitano di contenere un giudizio?
- Le domande sono formulate in modo da evitare forme di conformismo in chi risponde (tendenza a dirsi sempre d'accordo)?
- La sequenza evita l'effetto di response set (risposte meccaniche)?
- Nella formulazione c'è un chiaro e univoco riferimento temporale?
- La formulazione è circostanziata in modo da evitare che si possa rispondere "dipende"?
- Sono state elencate tutte le alternative, in ordine casuale?
- Le alternative sono in numero limitato (3 o 4)?
- Sono state evitate le stime numeriche o i calcoli problematici?



# Check list

## sulla formulazione delle domande 03



- Le domande sono non congiunte (ovvero non c'è la congiunzione “e” cioè la formulazione di due quesiti in uno)?
- Le domande contengono doppie negazioni che potrebbero provocare 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.
- Le domande evitano di mettere in imbarazzo il soggetto?
- Si è tenuto conto della desiderabilità sociale delle risposte?
- Si è tenuto conto dei quesiti per i quali è opportuno prevedere l'opzione “non sa” oppure “non risponde”?
- C'è abbastanza spazio per le domande aperte?
- Le domande fanno riferimento a un'unica dimensione concettuale?



## Domande: chiuse o aperte?

- Le domande chiuse hanno il vantaggio di un'elaborazione più semplice, e quindi di una maggior rapidità e un minor costo, ma costringono l'intervistato a scegliere, perdendo quindi eventuali risposte non previste nelle soluzioni offerte o rischiando falsi opinioni per aderire alle opzioni
- Le domande aperte sono più libere e recettive dei punti di vista, ma richiedono una codifica a posteriori per poter procedere nei calcoli, ricadono quindi almeno in parte in una semplificazione rispetto alla varietà di risposte raccolte e in un'interpretazione rischiosa delle parole dell'intervistato nelle codifiche a posteriori
- In sostanza conviene: *chiudere il più possibile le domande, usando le formulazioni standard in letteratura o curando la fase di test per raccogliere al meglio i punti di vista, prevedere al limite la categoria "altro: specificare..." per non perdere alternative di risposta, e lasciare aperte solo quelle domande rispetto alle quali è essenziali cogliere il linguaggio, l'espressione originale, il libero punto di vista dell'intervistato, o davvero non siamo in grado di predefinire risposte*

# Domande chiuse 01



- **Dicotomiche:** sì/no, presente/assente, ecc.

*Attenzione a considerare le opzioni non so, non risponde, oppure opzioni intermedie utili ai fini conoscitivi della ricerca come “in fase di realizzazione”, “prevista nel prossimo anno”, ecc.*

- **Elenchi:** con risposta singola o multipla

*Nel caso di elenchi lunghi o complessi è opportuno prevedere i cartellini, ovvero la possibilità per il soggetto di leggere le opzioni su un foglio consegnato in mano in caso di intervista. In caso di risposte multiple occorre avvisare nella formulazione della domanda (perché la regola a inizio questionario è una sola risposta per domanda) e nell’analisi si possono trattare sia come un’unica variabile data dalle combinazioni di risposte o come tante variabili per ogni opzione*

# Le scale Likert 02



## Le scale

In generale le tecniche di scaling (l'uso di scale nella costruzione di variabili), si distinguono scale *verbali* e *scale numeriche*. Apparentemente simili nell'uso, in realtà sono molto diverse: le prime rappresentano variabili categoriali, le seconde rappresentano variabili quasi-cardinali. La differenza è fondamentale in fase di analisi dei dati.

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.

# Le scale Likert 01



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
-----	-----------	-----------------	--------	--------

# Le scale Likert 03



Le tre dimensioni maggiormente esplorate con le scale sono: "frequenza", "intensità" e "valutazione".

	--	-	0	+	++
<b>Frequenza</b>	mai	raramente	occasionalmente	spesso	sempre
<b>Intensità</b>	per niente	poco	mediamente	abbastanza	molto
<b>Valutazione</b>	in completo disaccordo	in disaccordo	incerto	d'accordo	completamente d'accordo

# Le scale Likert 04



Attenzione a non dimenticare l'opzione complementare non so/non risponde, ricordarsi che le scale dispari espongono al rischio di posizioni neutre centrali che per esigenze di ricerca a volte si ha necessità di identificare se più propense in termini positivi o negativi.

Decidete se vi occorre veramente una parte centrale neutra o se non sia preferibile una possibilità di risposta complementare („0“, „+/-“, „non so“, „inadeguata“).

# La valutazione della scuola

Concetti, metodi e strumenti

**Il questionario**

**Grazie**

A cura di Massimo Conte e Stefano Laffi

[massimo.conte@codiciricerche.it](mailto:massimo.conte@codiciricerche.it)

