

# METODI DI RICERCA

in ambito psicosociale

Anna Rita Colasanti

# **METODI DI RICERCA**

**I FENOMENI OGGETTO DI STUDIO NECESSITANO NON SOLO DI UNA RILEVAZIONE QUANTITATIVA, MA DI UN' ANALISI QUALITATIVA**

- i metodi quantitativi sono stati sviluppati soprattutto per verificare e confermare teorie
- i metodi qualitativi sono stati elaborati con il fine principale di generare o scoprire ipotesi

# **METODI DI RICERCA**

- METODI PER STIMARE L' ESTENSIONE E LA PERCEZIONE DI UN FENOMENO
- GLI STUDI QUASI SPERIMENTALI
- LA RICERCA INTERVENTO

# METODI PER STIMARE L' ESTENSIONE E LA PERCEZIONE DI UN FENOMENO

## DEFINIZIONE

Si tratta di metodi utilizzati per raccogliere informazioni rilevanti circa il fenomeno che si intende analizzare e sul quale si vuole intervenire

# METODI PER STIMARE L' ESTENSIONE E LA PERCEZIONE DI UN FENOMENO

DI NATURA  
EPIDEMIOLOGICA

**SCOPI**

DI NATURA  
PSICO-SOCIALE

## **STIMARE L' INCIDENZA E LA PREVALENZA**

- ✓ **ESTRAZIONE DEI CAMPIONI  
RAPPRESENTATIVI**
- ✓ **DATI DEI SERVIZI**
- ✓ **OSSERVAZIONE PARTECIPATA**
- ✓ **INDICATORI INDIRETTI**

## **STIMARE LA PERCEZIONE**

- ✓ **INFORMATORI CHIAVE**
- ✓ **GRUPPO FOCUS**
- ✓ **INTERVISTA**
- ✓ **QUESTIONARI**
- ✓ **METODO DELPHI**

# ESTRARRE CAMPIONI RAPPRESENTATIVI

## Vantaggi

giungere ad una stima abbastanza reale dell'incidenza e della prevalenza di un determinato fenomeno.

## Svantaggi

c'è sempre un certo numero di rifiuti ed una percentuale di non risposte.

# USUFRUIRE DEI DATI DEI SERVIZI

## Vantaggi

- ❑ i problemi vengono situati nel loro contesto sociale e di gruppo e quindi si riesce a cogliere meglio l'influsso di determinati fattori sociali e ambientali
- ❑ i servizi possono essere organizzati proattivamente in base ai bisogni di una popolazione in una determinata area, anziché in base ai bisogni specifici di un'utenza che si rivolge ad un particolare servizio .

## Svantaggi

- ❑ molti residenti cercano assistenza al di fuori della loro area geografica (es. aborti)
- ❑ le Banche Dati pongono grossi problemi di riservatezza, perciò non sono facilmente accessibili.

# OSSERVAZIONE PARTECIPANTE

## Vantaggio

- ❑ possibilità di raccogliere informazioni particolareggiate circa il comportamento, le abitudini, i bisogni dei membri del gruppo, partendo dal loro punto di vista e partecipando alla loro vita quotidiana.

## Svantaggi

- ❑ molto dispendiosa
- ❑ se il livello di partecipazione è eccessivo, questo può essere incompatibile con l'esigenza di oggettività.



# INDICATORI INDIRETTI

## Vantaggio

- consentono, in assenza di altri mezzi, un'approssimazione alla prevalenza reale.

## Svantaggio

- Il limite è che permettono una stima solo approssimativa.

# INDICATORI INDIRETTI

## Tipologie

- ❑ le tecniche moltiplicative a seconda dei casi si moltiplicano le stime ufficiali per 50 o per 100, per 5 o per 10

- ❑ l'indicatore di diluizione si estraggono 2 campioni indipendenti casuali e si applica la seguente formula:

$$N = (n1 \times n2) / y,$$

N =prevalenza; n1 = casi di un campione

n2 =casi dell'altro campione ed y =casi comuni

- ❑ le 'nomination techniques' agli utenti dei servizi viene chiesto se conoscono altri amici con problemi analoghi e di descrivere la loro situazione e i loro bisogni.

# **INFORMATORI CHIAVE**

**Sono persone che nella rete di un determinato contesto hanno un certo potere di influsso.**

**Tali persone vengono previamente contattate e invitate a rispondere ad un' intervista.**

# TRACCIA PER L'INTERVISTA AGLI INFORMATORI CHIAVE

- ✓ **CHI SIAMO**
- ✓ **COSA VOGLIAMO PROPORRE**
- ✓ **PERCHÉ**

- 1. QUALI SONO I PROBLEMI PIÙ IMPORTANTI**
- 2. CHE PERCEZIONE HAI DI ESSI E DEL PROBLEMA IN OGGETTO**
- 3. QUALI SONO I FATTORI CAUSATIVI E DI MANTENIMENTO**
- 4. QUALI SONO LE PERSONE CHE POSSONO ESSERE IDENTIFICATE COME PERSONE CHIAVE E CHE RUOLI HANNO**
- 5. COSA SI È FATTO PER RISOLVERE IL PROBLEMA**
- 6. COME POTRÀ ESSERE RISOLTO IL PROBLEMA**
- 7. SE DESIDERA ESSERE COINVOLTO E IN CHE MISURA**

# DEFINIZIONE DEL GRUPPO FOCUS

- ✓ IL GRUPPO FOCUS È UN'INTERVISTA RIVOLTA A UN GRUPPO DI PERSONE PER APPROFONDIRE UN TEMA O PARTICOLARI ASPETTI DI UN ARGOMENTO.
- ✓ E' GUIDATO DA UN MEDIATORE SOCIALE CHE, SEGUENDO UNA TRACCIA STRUTTURATA, PROPONE DEGLI STIMOLI VERBALI O VISIVI AI PARTECIPANTI.
- ✓ DALLE RISPOSTE A QUESTI STIMOLI SCATURISCE DI VOLTA IN VOLTA LA DISCUSSIONE CHE CONSENTE DI OTTENERE PREZIOSE INFORMAZIONI.

# SCOPI DEL GRUPPO FOCUS

- ❑ identificare o risolvere problemi
- ❑ confermare o testare un'ipotesi di lavoro (vedere se gruppi piccoli e uniformi confermano o meno la validità dell'ipotesi considerata);
- ❑ colmare di informazioni un gap che può esserci tra decisori e coloro che subiscono le decisioni;
- ❑ assumere informazioni complesse (abitudini, aspettative, conoscenze) che mai potrebbero essere rilevate tramite domande strutturate in un questionario;
- ❑ testare ed analizzare gli effetti di una campagna di comunicazione;
- ❑ esplorare il grado di consenso su un argomento.

# **DURATA DEL GRUPPO FOCUS**

DURATA MINIMA DI UN'ORA, MASSIMA TRE ORE. IL TEMPO DIPENDE DAI PARTECIPANTI E DAL TIPO DI INTERAZIONE CHE SI CREA TRA LORO. SE IL CLIMA È FREDDO SI RISCHIA CHE CIASCUNO RISPONDA IN MODO SINGOLO AGLI STIMOLI. SE AL CONTRARIO È MOLTO CALDO, CON PIÙ FIGURE CARISMATICHE, ALLORA SI RISCHIA DI AVERE FOCUS INTERMINABILI.

QUESTE DUE SITUAZIONI LIMITE NON ACCADONO SE IL FOCUS È CONDOTTO DA UN MEDIATORE SOCIALE ABILE.



# COMPONENTI DEL GRUPPO FOCUS

IL FOCUS È COMPOSTO DA PARTECIPANTI VOLONTARI SCELTI IN BASE A CARATTERISTICHE CHE PRESUPPONGANO IL GIUSTO GRADO DI INTERAZIONE EFFICACE E NON CONFLITTUALE.

È NECESSARIO UN CERTO GRADO DI OMOGENEITÀ DI TIPO PSICO-SOCIO-TERRITORIALE, MA IN OGNI GRUPPO DEVE ESISTERE UNA DIFFERENZA INTERNA CHE PERMETTA L'EMERGERE DI POSIZIONI DIFFERENTI.

È NECESSARIO CONOSCERE GLI EVENTUALI GRADI DI PARENTELA ALL'INTERNO DEL GRUPPO, AL FINE DI CONSIDERARLO COME ELEMENTO DI POSSIBILI INFLUENZE DA TENERE CONTO IN FASE DI ANALISI.

LA RAPPRESENTATIVITÀ DEL GRUPPO VARIA A SECONDA DELL'OGGETTO DELLA RICERCA E DELLO SCOPO DEL FOCUS E NON DEVONO ESSERE DEL TIPO STATISTICO, MA RAPPRESENTATIVO PER CATEGORIE.



# ANALISI DEI DATI

IL TIPO DI ANALISI DEI DATI, IL DETTAGLIO E LA FORMA DEL RAPPORTO, DIPENDONO DAGLI OBIETTIVI DELLA RICERCA COME ANCHE DALLE IPOTESI INIZIALI.

L'ANALISI DEI DATI PUÒ AVVENIRE SEGUENDO DUE TIPI DIVERSI DI APPROCCIO:

- *STRETTAMENTE QUALITATIVO;*
- *SISTEMATICO, ATTRAVERSO UNA CODIFICA DEL CONTENUTO*

SI PUÒ SCEGLIERE DI UTILIZZARE ENTRAMBI I METODI POICHÉ UNO NON ESCLUDE L'ALTRO, MA ANZI SI COMPLETANO A VICENDA.

# IL MEDIATORE

DEVE AVERE LA SENSIBILITÀ DI FAVORIRE UN BUON CLIMA IN CUI I PARTECIPANTI SI SENTONO A PROPRIO AGIO IN MODO CHE TUTTI ANCHE I PIÙ TIMIDI SIANO FACILITATI A PARTECIPARE.

DEVE AVERE CARISMA E FORZA PER POTER PILOTARE L'ARGOMENTO SUI PUNTI CHIAVE E MANTENERE SEMPRE LA LEADERSHIP DEL GRUPPO, ASSICURANDO IL CONTROLLO DI PERSONALITÀ PREDOMINANTI, CHE TENDONO A MONOPOLIZZARE GLI INTERVENTI, EVITANDO SCONFINAMENTI E DIVAGAZIONI ECCESSIVE.

# **PASSI DEL GRUPPO FOCUS**

- ✓ **SI CHIEDE ALLE PERSONE DI COMPILARE UNA LISTA DI PROBLEMI INDIVIDUALMENTE**
- ✓ **SI RIPORTANO I PROBLEMI SU UN TABELLONE**
- ✓ **SI INVITANO LE PERSONE AD ATTRIBUIRE UN ORDINE DI PRIORITÀ AI PROBLEMI**
- ✓ **SI RIPORTANO LE PRIORITÀ COMPLESSIVAMENTE CALCOLATE**
- ✓ **SI APRE LA DISCUSSIONE SUI VARI PROBLEMI CON ALCUNE DOMANDE-STIMOLO**
- ✓ **SI CHIEDE DI ATTRIBUIRE L'ORDINE DI PRIORITÀ ARRIVANDO AD UNA GRADUATORIA DI GRUPPO**

# INDICAZIONI PER IL GRUPPO FOCUS

- ✓ NON UTILIZZARE LE TECNICHE COMUNICATIVE DIRETTIVE DELLA DOMANDA E DELL' INVESTIGAZIONE ATTRAVERSO IL PERCHÉ.
- ✓ CONTENERE IL LEADER INFORMALE CHE TENTA DI ORIENTARE IL GRUPPO CON IL SUO ASCENDENTE.
- ✓ MEDIARE ANTICIPATAMENTE AFFINCHÉ L'INCONTRO SI ORIENTI SU VALENZE POSITIVE. TENTARE DI INCREMENTARE LA RELAZIONE TRA CONDUTTORE/OSSERVATORE E PARTECIPANTI
- ✓ PREOCCUPARSI DI DAR SEMPRE VOCE AI PIÙ DEBOLI E AI PIÙ TIMIDI, ALTRIMENTI SI RISCHIA DI PERDERE PUNTI DI VISTA IMPORTANTI
- ✓ RIDIMENSIONARE E RIORIENTARE QUELLE CONSIDERAZIONI DEI PARTECIPANTI CHE INNESCANO MECCANISMI DI FUGA DALL' ARGOMENTO.

# INDICAZIONI PER IL GRUPPO FOCUS

✓ **NON SVALUTARE LE OPINIONI DEI PARTECIPANTI, ANCHE SE DI OPINIONE CONTRARIA ALLA PROPRIA (ATTENZIONE ALLA CURA DELLA COMUNICAZIONE VERBALE E NON VERBALE).**

✓ **NON ESPRIMERE MAI LA PROPRIA OPINIONE E NON DARE GIUDIZI, TENTARE INVECE DI RILANCIARE SEMPRE LA QUESTIONE AL GRUPPO.**

✓ **CHI CONDUCE IL GRUPPO FOCUS NON SI DEVE PREOCCUPARE DI APPROFONDIRE IL PROBLEMA/LA QUESTIONE, SECONDO IL SUO SENTIRE, ORIENTANDO LA DISCUSSIONE IN UN CERTO MODO.**

✓ **IL GRUPPO FOCUS È FATTO PERCHÉ SIA IL GRUPPO DEI PARTECIPANTI A COSTRUIRE LA PIATTAFORMA CONCETTUALE, SULLA BASE DELLE PRIME IPOTETICHE INFRASTRUTTURE PREDISPOSTE PRIMA DEL FOCUS.**

✓ **IL CONDUTTORE DEVE RISPETTARE IL PIÙ POSSIBILE I TEMPI CHE SI È DATO PRIMA DELL' INCONTRO, NELLA CERTEZZA CHE PER MOLTI DEI PROBLEMI TRATTATI, IL TEMPO SAREBBE COMUNQUE SEMPRE "TROPPO POCO"**

# QUESTIONARIO

- DATI OGGETTIVI  
(sex., età, scuola quartiere)
- DATI RELATIVI AL COMPORTAMENTO  
(individuale, di gruppo)
- DATI RELATIVI AGLI ATTEGGIAMENTI  
(opinioni, percezioni, desideri).

# INTERVISTA

- ❑ Simile al questionario, ma meno strutturata
- ❑ Contiene più domande aperte
- ❑ Analisi qualitativa facilitata dalla presenza di domande semistrutturate







# TIPOLOGIA DI DOMANDE NELL'INTERVISTA

1. DA QUANTO TEMPO SEI IN QUESTA SCUOLA?

- a. anni
- b. mesi

2. QUANTO SEI SODDISFATTO O INSODDISFATTO DELL'AMBIENTE SCOLASTICO? IMMAGINA CHE:

a = molto insoddisfatto

e = molto soddisfatto

**A**

**B**

**C**

**D**

**E**

3. QUANTE PERSONE CHE VIVONO NELLA TUA CLASSE RITIENI AMICHE?

- a. nessuno
- b. una o due
- c. alcune
- d. molte
- e. quasi tutte

# TIPOLOGIA DI DOMANDE NELL' INTERVISTA

4. QUALI SONO LE COSE CHE TI PIACCIONO DI PIÙ E QUELLE CHE TI PIACCIONO DI MENO IN QUESTA SCUOLA?

Di più	Di meno
a.	a.
b.	b.
c.	c.
d.	d.

SE ORA TI CHIEDESSI DI ORDINARLE DA 1 A 4 DOVE 1 È AL PRIMO POSTO E 4 ALL'ULTIMO?

1	_____
2	_____
3	_____
4	_____

# Metodo Delphi

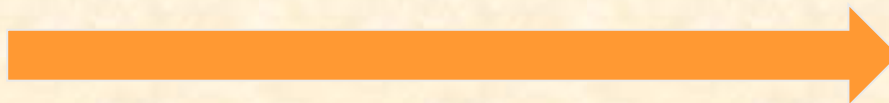
## DEFINIZIONE

- Un procedimento di conoscenza che permette di strutturare la comunicazione di un gruppo di persone esperte allo scopo di coagulare giudizi soggettivi riguardanti stime sulla realtà, previsione di eventi formulazioni di decisioni (Niero, 1993)

# Scopi

- Coagulare giudizi soggettivi riguardanti stime sulla realtà indagata
- Prevedere eventi
- Formulare decisioni

OSSERVAZIONE  
FENOMENO



ASSUNZIONE  
DECISIONI  
OPERATIVE

# Metodo Delphi: presupposti

- a) Selezione accurata degli esperti:
  - Rappresentativi per gruppo professionale e in rapporto con il tema;
  
- b) Disponibilità degli esperti a mantenere la collaborazione per l'intero percorso.

# Metodo Delphi: iter procedurale

- Gli esperti, precedentemente contattati e selezionati, ricevono un questionario al quale sono invitati a rispondere in base alla propria esperienza e al proprio ruolo.
- Le risposte pervenute dagli esperti vengono valutate. I ricercatori rielaborano i contenuti ed organizzano una seconda griglia di domande da inviare ad un gruppo più ristretto di esperti chiedendo loro di
  - dare chiarimenti
  - fare degli approfondimenti per poi
  - pronunciarsi definitivamente sulle decisioni da prendere.
- Le risposte pervenute vengono nuovamente valutate e socializzate.

# Passaggi essenziali

**Presenza di conoscenza/informazione sul fenomeno oggetto di studio.** Il primo passo è quindi quello di produrre conoscenze tramite il parere di esperti; in questa fase il Delphi diventa uno strumento atto ad esplorare le diverse caratteristiche di un dato problema e tener conto dei diversi punti di vista.

**Comunicazione.** Riguarda più esplicitamente l'aspetto relazionale dell'intervento, rivolta a costruire un rapporto in cui ognuno possa sentire di dare opinioni attendibili e valorizzabili nel lavoro di insieme.

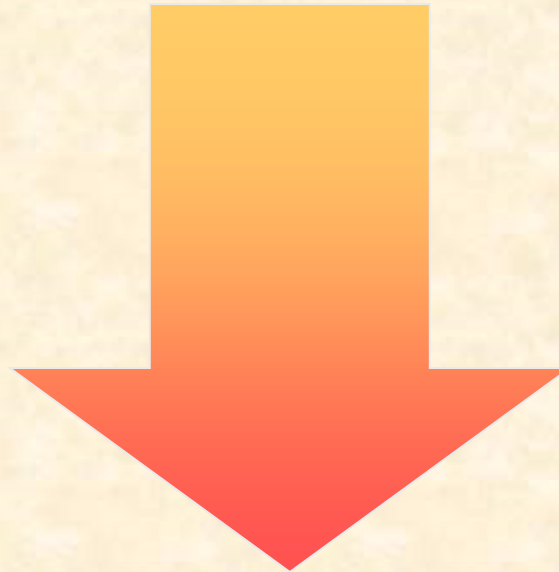
**Presenza delle decisioni.** Attraverso un ulteriore passaggio il Delphi tende ad assicurare la posizione del "previsore/oracolo" in funzione di una presa di decisione.

# GLI STUDI QUASI SPERIMENTALI

## *DEFINIZIONE*

Sono disegni in cui si cerca di approssimare il più possibile il setting sperimentale, affinché la ricerca sia sufficientemente valida, nella consapevolezza che non è possibile controllare e manipolare tutte le variabili

**SCOPO**



**VERIFICARE L' EFFICACIA  
DELL' INTERVENTO**



# GLI STUDI QUASI SPERIMENTALI

PRE-TEST/POST-TEST CON GRUPPO DI CONTROLLO	GS	O <sub>1</sub>	X	O <sub>2</sub>
	GC	O <sub>1</sub>		O <sub>2</sub>

REGRESSIONE DISCONTINUA	GS	O <sub>1</sub>	X	O <sub>2</sub>
	≠			
	GC	O <sub>1</sub>		O <sub>2</sub>

SERIE TEMPORALI											
Interrotto semplice	O <sub>1</sub>	O <sub>2</sub>	O <sub>3</sub>	O <sub>4</sub>	O <sub>5</sub>	X	O <sub>6</sub>	O <sub>7</sub>	O <sub>8</sub>	O <sub>9</sub>	O <sub>10</sub>
Interrotto con gruppo di controllo		O <sub>1</sub>	O <sub>2</sub>	O <sub>3</sub>	O <sub>4</sub>	X	O <sub>5</sub>	O <sub>6</sub>	O <sub>7</sub>	O <sub>8</sub>	
		O <sub>1</sub>	O <sub>2</sub>	O <sub>3</sub>	O <sub>4</sub>		O <sub>5</sub>	O <sub>6</sub>	O <sub>7</sub>	O <sub>8</sub>	

STUDI LONGITUDINALI
---------------------

# RICERCA - INTERVENTO

## Definizione

Ogni indagine che al di là della specifica metodologia utilizzata intenda  
-sia raccogliere conoscenze  
-sia stimolare e verificare, sulla base di esse  
l'attuazione di programmi di intervento all'interno  
delle organizzazioni, servizi e comunità,  
Dando vita ad un processo integrato e dinamico  
nel quale "conoscere è cambiare e cambiare è  
conoscere".

# RICERCA - INTERVENTO

## SCOPI

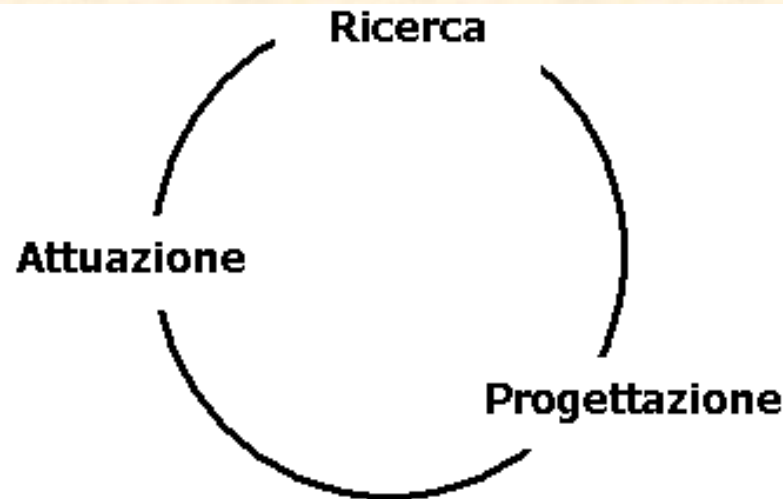
Identificare problemi e risorse

Valutare programmi di intervento

Raccogliere informazioni nella comunità in modo informale

Effettuare scoperte scientifiche e risolvere problemi pratici

# RICERCA – INTERVENTO: **realizzazione**

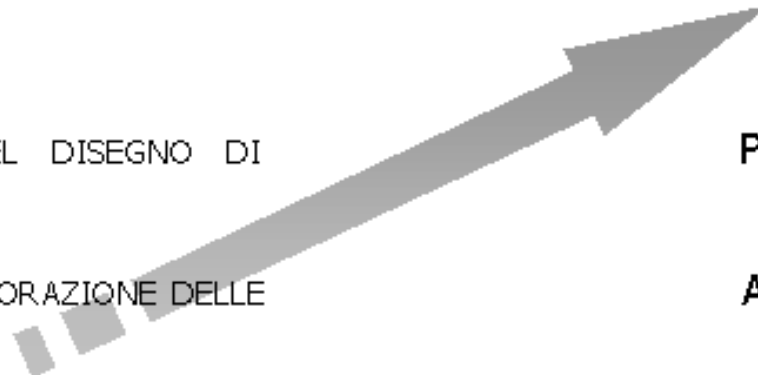


## PRIMO CICLO

- R** DEFINIZIONE OBIETTIVI E OGGETTO
- P** FORMULAZIONE DEL DISEGNO DI RICERCA
- A** RACCOLTA ED ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI

## SECONDO CICLO

- R** ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI NECESSARIE PER RISOLVERE IL PROBLEMA
- P** DECISIONE DEL PERCORSO DA ATTUARE
- A** REALIZZAZIONE DEL PERCORSO PROGETTATO



# Il modello procedurale di Cunningham

## Costituzione del gruppo di lavoro

- **Inizio:** la R.I. inizia sulla base di una motivazione, di un problema da risolvere. Le persone interessate ad esso discutono in linee generali la percezione del problema.
- **Costituzione del gruppo:** si individua il gruppo che condurrà la R.I. L'adesione è volontaria, ma le persone che vi partecipano devono avere capacità e competenze tali da facilitare l'attuazione delle sperimentazioni.
- **Precisazione della meta del gruppo:** si tratta di definire gli scopi passo dopo passo.
- **Training del gruppo:** addestramento tecnico e coesione del gruppo.

# Il modello procedurale di Cunningham

## Ricerca

- **Formulazione ipotesi:** il gruppo deve identificare e definire le ipotesi della ricerca
- **Determinazione del modo di raccogliere informazioni:** si tratta di scegliere strumenti validi, attendibili e funzionali per intraprendere la raccolta dati.
- **Analisi dei dati:** elaborazione dei dati e presentazione del rapporto
- **Ipotesi di intervento:** sulla base dei dati raccolti formulare ipotesi di azioni possibili

# Il modello procedurale di Cunningham

## Intervento

- **Pianificazione dell' intervento:** L' intervento deve essere collegato con le acquisizioni della ricerca e dotato di obiettivi operativi, realistici ed osservabili.
- **Organizzazione dell' intervento:** il gruppo stabilisce le risorse da impiegare, attribuisce responsabilità e mansioni, prevede scadenze di verifica
- **Attuazione del progetto :** Si passa all' implementazione e al controllo del progetto

# ***Le fasi della Ricerca Intervento secondo D'Aunno, Klein, Susskind.***





# **METODI DI RICERCA ESAMINATI**

- METODI PER STIMARE L' ESTENSIONE E LA PERCEZIONE DI UN FENOMENO
  - di natura epidemiologica e
  - di natura psicosociale
- GLI STUDI QUASI SPERIMENTALI
- LA RICERCA INTERVENTO