

INDICE

Introduzione	9
I. <i>Significato e obiettivi della ricerca sociale</i>	13
1. Che cosa vuol dire fare ricerca sociale	13
2. Tipi di ricerca sociale e loro obiettivi	16
3. La circolarità tra teoria e ricerca empirica	19
II. <i>Ricerca sociale standard e non standard</i>	23
1. Terminologia (1)	23
2. Le variabili	25
3. Terminologia (2)	27
4. Validità e attendibilità	30
5. Ricerca standard e ricerca non standard	31
5.1. Tecniche di ricerca standard	32
5.2. Tecniche di ricerca non standard	34
5.3. Tecniche standard e non standard: un confronto e una valutazione	37
III. <i>Tipi di variabile, indicatori e indici</i>	41
1. Tipi di variabile	41
1.1. I tipi di variabile secondo Stevens	42
1.2. I tipi di variabile secondo Marradi	45
2. Indicatori e indici	49
2.1. Indicatori	49
2.2. Indici	50
IV. <i>Le fasi dell'indagine mediante questionario</i>	53
1. Uno sguardo d'insieme	53
2. La scelta del tema e degli obiettivi dell'indagine	54

3. Lo studio preparatorio (o preliminare)	55
4. Definizione articolata del disegno della ricerca	57
4.1. L'organizzazione amministrativa dell'indagine	59
5. Altre fasi dell'indagine mediante questionario	60
6. La circolarità del processo di ricerca	61
7. Studi longitudinali: trend e panel	61
7.1. Le ricerche di trend	62
7.2. Gli studi di panel	64
8. Aspetti problematici e limiti della ricerca sociale	65
8.1. La reattività	65
8.2. Implicazioni etiche	67
8.3. Il rapporto con il committente	70
8.4. La pubblicità delle procedure	71
 V. <i>La somministrazione del questionario</i>	 73
1. La scelta del tipo di somministrazione del questionario	73
2. La somministrazione del questionario mediante intervista faccia a faccia	74
2.1. Vantaggi della somministrazione mediante intervista faccia a faccia	74
2.2. Svantaggi della somministrazione mediante intervista faccia a faccia	79
3. I questionari autosomministrati	82
3.1. Autosomministrazione con restituzione differita	82
3.2. Autosomministrazione con restituzione immediata	84
3.3. Autosomministrazione guidata	85
4. Le interviste telefoniche	85
5. Questionari telematici	86
 VI. <i>La costruzione del questionario</i>	 89
1. Il questionario	89
2. La scelta delle domande da inserire nel questionario	90
3. Domande a risposta aperta e domande a risposta chiusa	92
3.1. Domande a risposta aperta	92
3.2. Domande a risposta chiusa	94
3.3. Le domande chiuse come scelta obbligata e i modi per limitarne i difetti	96
4. Caratteristiche delle domande di un questionario	98
5. Le scale di atteggiamento	101
5.1. Le scale Likert	102
5.2. Le scale autoancoranti	107
5.3. I differenziali semantici (o scale di Osgood)	110

6. Possibili errori nella formulazione delle domande di un questionario	112
7. L'ordine delle domande nel questionario	120
7.1. Le domande sensibili	123
8. Codifica e impostazione grafica del questionario	125
8.1. La codifica dei tipi più ricorrenti di domanda	127
8.2. Note conclusive sulla codifica e la redazione del questionario	131
9. Il pretest	132
 VII. <i>Il campionamento</i>	 137
1. Definizione e considerazioni preliminari	137
2. Campionamento probabilistico e non probabilistico	140
3. Tecniche di campionamento probabilistiche (o casuali)	141
3.1. Campionamento casuale semplice	143
3.2. Campionamento sistematico	146
3.3. Campionamento stratificato	148
3.4. Campionamento a stadi e a grappoli	151
4. Tecniche di campionamento non probabilistiche	152
4.1. Campionamento a valanga	154
4.2. Campionamento per quote	154
4.3. Campionamento a scelta ragionata (per obiettivi)	155
4.4. Campioni autoselezionati	157
5. Campione teorico e campione reale	157
6. Un caso concreto di campionamento	159
7. Errore di campionamento e ampiezza del campione	168
7.1. Alcune importanti precisazioni	174
 VIII. <i>Conduzione e gestione della rilevazione</i>	 177
1. La rilevazione sul campo	177
2. Ridurre il numero delle mancate somministrazioni	178
3. Somministrare i questionari in maniera corretta e in tempi rapidi	181
4. La realizzazione dell'intervista	183
5. La pulizia e il caricamento dei dati	184
 IX. <i>L'analisi monovariata dei dati</i>	 187
1. Caratteristiche e funzioni dell'analisi monovariata	187
2. L'analisi monovariata di variabili categoriali (categoriali non ordinate)	188
2.1. La costruzione della distribuzione di frequenza	188
2.2. L'individuazione dei valori caratteristici	196
2.3. La rappresentazione grafica della distribuzione	198

3. L'analisi monovariata di variabili ordinali (categoriali ordinate)	200
3.1. La costruzione della distribuzione di frequenza	200
3.2. L'individuazione dei valori caratteristici	203
3.3. La rappresentazione grafica della distribuzione	206
4. L'analisi monovariata di variabili cardinali	208
4.1. La costruzione della distribuzione di frequenza	208
4.2. L'individuazione dei valori caratteristici	210
4.3. La rappresentazione grafica della distribuzione	216
Bibliografia	219