



---

*Come formulare domande per raccogliere  
informazioni da campioni rappresentativi  
di popolazione?*

---

# **QUESTIONARIO**

*Alessandro Migliardi*

## Che cosa è un questionario

Il questionario rappresenta lo strumento tipico di rilevazione dell'informazione nell'ambito delle indagini con campioni rappresentativi di popolazione. Più precisamente, i caratteri della standardizzazione e della strutturazione qualificano il questionario delle *survey* realizzate negli studi di tipo trasversale (*cross-sectional*), i più utilizzati nelle scienze sociali.

La standardizzazione fa riferimento alla tecnica dello stimolo-risposta nella somministrazione dello strumento, la strutturazione alla chiusura delle risposte delle domande da sottoporre agli intervistati. Più nello specifico, per quanto concerne il concetto di standardizzazione, lo stimolo deve essere somministrato in modo uniforme a tutti gli intervistati, in modo che tutti possano rispondere secondo la stessa formulazione del quesito; rispetto alla strutturazione, le domande devono prevedere una risposta di tipo chiuso, secondo cioè modalità di risposta predefinite dal quesito. Nel caso il questionario preveda anche alcune domande a risposta aperta si parla di strumento semi-strutturato. Nell'ambito degli studi di popolazione con il questionario si prefigge l'obiettivo, con crescente ambizione, di descrivere, comparare, spiegare i comportamenti messi in atto, gli atteggiamenti che assumono, le opinioni che esprimono, il sistema di norme, valori, credenze alle quali aderiscono i soggetti appartenenti al campione selezionato di intervistati.

Benché mostri grandi potenzialità e un ampio spettro di applicazioni, un questionario *ex novo* va pianificato con cautela: la sua preparazione è un'attività onerosa, che va prevista solo e quando si è in reale assenza di fonti informative alternative o quando si considera che l'informazione aggiuntiva, l'approfondimento, l'originalità dei dati ricavabili ne giustificano realmente il suo ricorso.

## Come individuare i temi di investigazione

L'individuazione dei temi oggetto di indagine rappresenta la fase a monte della costruzione di un questionario di tipo standardizzato e strutturato e

deve essere pianificata con attenzione e rigore per essere tradotta in quesiti precisi che ne riassumano i suoi significati.

La formulazione delle domande rappresenta, da questo punto di vista, l'ultimo aspetto al quale porre attenzione che deve essere in prima battuta rivolta alla individuazione dei temi di investigazione e alla loro esplicitazione e traduzione in costrutti teorici. Aiutano a percorrere questa fase di costruzione di categorie concettuali, l'esplorazione rigorosa e sistematica della letteratura scientifica che si è occupata dell'oggetto in questione, l'interpellare testimoni o osservatori privilegiati e la discussione all'interno del gruppo di ricerca.

La revisione della letteratura consente in prima battuta di individuare gli ambiti principali di interesse e discussione della comunità scientifica su quell'argomento; il confronto con i testimoni privilegiati integra e contestualizza gli ambiti di interesse che sono emersi dalla revisione della letteratura, esplicitandone la fattibilità e la trasferibilità operativa al proprio contesto di esplorazione; la discussione all'interno del gruppo di ricerca consente di selezionare, organizzare e stabilire delle priorità rispetto ai diversi temi nei quali si articolerà l'investigazione sul campo.

Uno strumento utile alla preparazione dei costrutti teorici, alla loro riconduzione a categorie e tipi ideali, all'individuazione di relazioni e legami tra essi, è rappresentato dalle mappe concettuali. Si tratta di rappresentazioni di pensiero sotto forma grafica che consentono di organizzare il materiale concettuale frutto delle attività discusse, individuando relazioni tra i diversi concetti, permettendo di chiarire e fare emergere nuove idee e nessi tra idee. Un approccio teorico di questo tipo consente di individuare una gran numero di categorie concettuali, articolandolo a sua volta in sottocategorie e gruppi, ognuno dei quali dovrebbe rappresentare una dimensione del fenomeno che si intende esplorare attraverso il questionario.

A questo punto è possibile provare ad esplicitare e a tradurre in domande le diverse dimensioni concettuali emerse da questo procedimento.

### **Classificare e formulare le domande**

Le domande possono essere classificate e ricondotte all'esplorazione di tre grandi dimensioni:

- \ proprietà socio-grafiche
- \ comportamenti
- \ atteggiamenti

Per proprietà socio-grafiche si intendono le caratteristiche demografiche, sociali ed economiche che contraddistinguono il soggetto intervistato e per questo motivo si definiscono di tipo individuale. Rientrano in questa categoria attributi come sesso, età, stato civile, titolo di studio, professione. Sono riconducibili alle proprietà socio-grafiche anche aspetti come il comune di residenza e la sua ampiezza demografica, la zona altimetrica e il contesto urbano o rurale, la vocazione produttiva e l'accessibilità ai servizi dell'area di residenza. Queste ultime caratteristiche vengono definite di tipo contestuale.

L'ampia gamma di domande relative ai comportamenti consente di esplorare azioni ed eventi empiricamente osservabili e potenzialmente controllabili e proprio per queste caratteristiche di tangibilità sono più facilmente rilevabili della dimensione relativa agli atteggiamenti che fa riferimento ad aspetti come le opinioni, i valori, le motivazioni, gli orientamenti, le valutazioni e i giudizi: proprio per la loro natura di maggiore astrattezza sono più difficilmente rilevabili attraverso quesiti diretti.

Per questo motivo, le domande che rilevano gli atteggiamenti vanno formulate in modo da ricondurre questa dimensione ad azioni o situazioni oggettive che sottendano la struttura latente del fenomeno che si vuole rilevare.

Da un punto di vista operativo è possibile individuare alcune regole da seguire per la formulazione delle domande, tratte, più che da considerazioni teoriche, dalla pratica di lavoro:

- \ far ricondurre l'intervistato a comportamenti e ad azioni da svolgere e non a situazioni generiche o potenziali
- \ non chiedere opinioni su argomenti che l'intervistato potrebbe non conoscere
- \ usare una terminologia semplice, comprensibile anche ai soggetti con un livello culturale basso o comunque appropriata al *target* a cui è rivolta l'indagine
- \ fare riferimento a periodi temporali non troppo lunghi, data la difficoltà a collocare correttamente eventi lontani nel tempo (effetto telescopio)
- \ non obbligare l'intervistato a fare dei calcoli che potrebbero generare errori
- \ evitare domande doppie che contengono al loro interno la richiesta di più di una informazione.

## Alcuni esempi guida

*Nel corso dell'ultima settimana ha praticato qualche sport?*

E non

*Pratica qualche sport?*

*Si è parlato a lungo sui giornali e in televisione della questione di aiutare una persona a morire in caso di grave malattia. Qual è la sua opinione a questo proposito?*

E non

*Cosa ne pensa dell'eutanasia?*

*Nelle ultime 4 settimane si è sottoposto ad esami del sangue?*

E non

*Nel corso di quest'anno si è sottoposto ad esami del sangue?*

*Quanto tempo impiega complessivamente per andare al lavoro?*

E non

*Quanti KM dista la sua abitazione dal posto di lavoro?*

*Quale è il suo giudizio sui servizi sanitari?*

*Qual è il suo giudizio sui servizi socio-assistenziali?*

E non

*Qual è il suo giudizio sui servizi sociali e sanitari?*

## I tipi di domanda

Le domande dei questionari standardizzati e strutturati o semi-strutturati possono essere ricondotte a diversi tipi e sottotipi:

### \ chiuse

- dicotomiche
- politomiche
- scale numeriche
- scale verbali
- multiple

### \ aperte

Per esemplificare, le domande di tipo dicotomico sono quelle che prevedono una sola risposta tra due modalità come sì/no, vero/falso, d'accordo/non d'accordo.

Le domande politomiche prevedono una sola risposta tra tre o più opzioni previste dal quesito.

Le scale numeriche possono essere simmetriche rispetto ad un valore centrale (sono quindi scale di numerosità dispari, solitamente a 5, 7 o 11 valori) o asimmetriche (sono quindi scale di numerosità pari, solitamente a 4 o 10 valori).

Le scale verbali a chiusura di tipo *Likert* sono scale dispari a 5 (ad esempio: molto d'accordo, abbastanza d'accordo, né d'accordo né in disaccordo, poco d'accordo, per nulla d'accordo) o a 7 modalità che sottendono valori numerici.

L'ipotesi che sta dietro a questo tipo di scale è che la distanza tra ogni modalità sia la stessa e che quindi sia possibile effettuare calcoli numerici. Si tratta quindi di scale di tipo additivo che consentono, se messe insieme in una batteria di domande, di totalizzare punteggi complessivi.

L'utilizzo di questo tipo di scale permette di cogliere la multidimensionalità che sta alla base dei fenomeni che si vogliono esplorare. Ogni fenomeno è quindi scomposto in sottodimensioni e ogni singola scala rileva quella sottodimensione. La somma dei punteggi ottenuti su ogni singola scala

consente di tener conto di tutte le dimensioni che compongono il fenomeno e restituire una informazione di sintesi che tiene conto di tutte le componenti del fenomeno in studio.

## Un esempio guida: la scala SF-12®

L'SF-12 (Short Form Health Survey) è una scala validata che consente di misurare lo stato di salute fisica e mentale degli intervistati. È costituita da una batteria di 12 domande a scala *Likert* ognuna delle quali è deputata a misurare uno specifico aspetto della salute fisica (attività fisica, limitazioni di ruolo dovute alla salute fisica, dolore fisico, salute in generale) e mentale (vitalità, attività sociali, stato emotivo, stato mentale, salute in generale).

Attraverso opportune tecniche di analisi statistica, l'informazione ricavata dalle singole domande viene ricondotta a due indici sintetici che permettono di esprimere attraverso dei valori numerici lo stato di salute fisica e mentale delle persone.

Le domande a risposta multipla sono domande alle quali è possibile rispondere con una o più risposte tra tutte le opzioni previste dal quesito e vanno utilizzate quando si vuole cogliere più aspetti che concorrono ad esplorare un tema di studio e dare conto della sua complessità e ricchezza di significato.

Prevedendo un questionario di tipo semi-strutturato è possibile proporre alcune domande aperte con l'intenzione di dare maggiore libertà e spontaneità di risposta e con l'avvertenza di poter ricondurre le risposte a delle parole chiave, sulla base ad esempio di un glossario pre-individuato da esperti del tema in oggetto. L'idea di fondo delle parole chiave è quella, non tanto di sintetizzare quello che viene detto dall'intervistato, quanto quella di selezionare alcuni concetti salienti che evidenziano il pensiero del rispondente.

## Le scale validate e il test sul questionario

La validazione di una scala è un processo complesso che comporta un lavoro di verifica della sua "bontà" su campioni di popolazione molto ampi, utilizzando tecniche statistiche più o meno sofisticate. Il lavoro di validazione di solito esula dall'attività del neofita che si accinge a preparare un questionario, ma utilizzare scale validate da gruppi di lavoro riconosciuti all'interno della comunità scientifica offre all'utilizzatore numerosi vantaggi.

I principali sono:

- \ validità
- \ attendibilità
- \ comparabilità

La validità fa riferimento alla capacità dello strumento di rilevare l'oggetto di studio che si è interessati proprio a rilevare e non a rilevarne un altro, magari simile. Ad esempio, una scala costruita per rilevare il quoziente di intelligenza dei rispondenti è valida se rileva proprio l'intelligenza, non è valida se rileva il loro livello culturale.

L'attendibilità o la riproducibilità fa invece riferimento alla capacità dello strumento di misurare correttamente il fenomeno in studio. È quindi una verifica della stabilità e della precisione dello strumento. Ad esempio, in prove ripetute ravvicinate nel tempo una scala costruita per misurare lo stato di salute si intende attendibile se restituisce lo stesso risultato.

L'utilizzo di scale validate permette inoltre di effettuare confronti tra i risultati della propria osservazione e quelli ottenuti in altre rilevazioni, con il grande vantaggio di valutare se il proprio campione si comporta diversamente rispetto al fenomeno oggetto di studio da ciò che emerso in un altro contesto.

Fanno parte delle attività di verifica della bontà dello strumento di rilevazione messo a punto, il pre-test o il test pilota sul questionario. Per pre-test si intende una sorta di prova generale su un campione ristretto di unità da effettuare prima di comin-

ciare la campagna di rilevazione vera e propria. È un lavoro che va necessariamente effettuato tutte le volte che si costruisce un questionario *ex novo* per evitare problemi a cui è impossibile porre rimedio quando la rilevazione effettiva è cominciata, a meno di non perdere il materiale raccolto e ricominciare le interviste.

Gli obiettivi fondamentali del test sul questionario sono:

- \ verificare la comprensibilità delle domande
- \ verificare la struttura logica
- \ controllare i tempi di rilevazione

Il primo punto consente di capire se le domande vengono comprese da tutti gli intervistati allo stesso modo, se i termini utilizzati sono comprensibili e se non danno adito a fraintendimenti di alcun genere.

Il secondo fa riferimento all'importanza della struttura sequenziale del flusso di domande, al comprendere se eventuali salti da una domanda ad un'altra sono logici e gli eventuali percorsi alternativi generati da questi salti sono coerenti e fluidi.

Il terzo consente di verificare i tempi di somministrazione, valutando la modalità di rilevazione più idonea, le risorse di tempo, di numero di intervistatori e più in generale di entità economica necessarie per approntare la rilevazione.

## La struttura logica

Una struttura logica e coerente del questionario ha la funzione di aiutare l'intervistato a rispondere al questionario limitando i fattori di errore e di disturbo che inevitabilmente sono presenti durante la somministrazione dello strumento, qualunque sia la modalità scelta.

Pensare quindi a una struttura del questionario con un ordinamento coerente e sequenziale del flusso di domande, costruendo parallelamente un diagramma di flusso per verificare che la sequenzialità e coerenza logica siano garantite all'interno di eventuali differenti percorsi e/o salti per tipologia di rispondenti aiuta a realizzare questo obiettivo.



Più nello specifico è utile inserire un preambolo introduttivo dove vengono brevemente illustrati obiettivi e finalità dell'indagine, indicati i promotori della ricerca e garantita la riservatezza dell'intervistato e richiesto il consenso informato ad utilizzare le informazioni raccolte in forma anonima ed aggregata.

Questo aiuta molto a instaurare un rapporto di fiducia con l'intervistato, ad accattivarsi la simpatia, a favorire un buon clima generale del *setting* di rilevazione per un proficuo esito dell'intervista.

Il questionario vero e proprio deve seguire una struttura "ad imbuto" partendo da domande di carattere più generale per passare via via a quelle a contenuto più specifico e delicato e che necessitano di maggiore attenzione e approfondimento. La parte conclusiva del questionario viene riservata alle domande che rilevano le proprietà di tipo socio-grafico. Inserire questo set di domande nella parte iniziale del questionario può generare perplessità, fraintendimento e irritabilità da parte dell'intervistato perché contraddice quanto dichiarato nel preambolo introduttivo rispetto alle finalità dell'indagine, compromettendo fin dall'inizio la veridicità delle informazioni raccolte.

Fa parte di una corretta composizione e corredo del questionario la veste grafica chiara e accattivante e istruzioni di compilazione esaurienti nel caso di questionari in autocompilazione, l'ausilio di cartellini con una chiara rappresentazione delle scale nel caso di rilevazione con intervistatore e un *setting* di rilevazione tranquillo e non contaminato da fattori di disturbo esterni come la presenza di altre persone nello stesso ambiente.

La numerazione progressiva delle domande e delle relative modalità di risposta favoriscono inoltre la corretta e più rapida imputazione dei risultati in una matrice di dati.

## Come somministrare il questionario

Esistono diverse modalità per somministrare un questionario standardizzato e strutturato o semi-strutturato. A priori non è corretto stabilire una gerarchia e affermare che una modalità sia migliore di un'altra. La scelta di un tipo piuttosto che di un altro dipende essenzialmente da due fattori:

- \ oggetto dello studio
- \ disponibilità di risorse

Il primo punto fa riferimento al livello di complessità e al grado di delicatezza del tema di indagine. Esistono tecniche di rilevazioni più adatte per temi per i quali è necessario andare molto in profondità o per argomenti che, per loro natura, necessitano di particolare sensibilità e attenzione.

Il secondo preclude la possibilità di realizzazione di indagini che per loro natura abbiamo definito essere complesse e delicate. Bassa disponibilità di risorse economiche e di personale appositamente formato, impediscono la realizzazione di indagini di questo tipo.

In sintesi le modalità di raccolta dell'informazione tramite questionario sono riconducibili alle quattro seguenti:

- \ *face to face* (PAPI e CAPI)
- \ telefoniche (CATI e CAMI)
- \ postali
- \ CAWI

Ognuna di queste presenta vantaggi e limiti intrinseci che orientano la scelta di quale utilizzare. La modalità di rilevazione *face to face*, condotta in modalità PAPI (*Paper And Pencil Interview*) o CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*) presenta alcuni vantaggi come la possibilità di somministrare questionari complessi e articolati e di controllare l'ambiente della rilevazione vista la presenza di un intervistatore appositamente reclutato e formato; questi due aspetti offrono la possibilità di esplorare e approfondire tematiche di natura sensibile che altre tecniche non consentono di fare.

I principali svantaggi di questa modalità sono legati alla necessità di impiantare una macchina organizzativa per la rilevazione, onerosa da un punto di vista economico e di tempo. Un altro aspetto fa riferimento alla influenzabilità e condizionamento dell'intervistato da parte dell'intervistatore: *briefing* dedicato alla illustrazione dei temi di studio da parte del coordinatore degli intervistatori in fase di pre rilevazione, esperienza e giusto equilibrio tra distacco e partecipazione da parte dell'intervistatore consentono di ridurre i fattori di distorsione durante il *setting* di rilevazione.

Le interviste telefoniche, in modo particolare quando sono realizzate attraverso l'ausilio di computer e di un sistema di imputazione in tempo reale delle informazioni, comunemente denominato CATI (*Computer Assisted Telephone Interview*) e più recentemente, per l'aumento esponenziale della telefonia mobile e la contemporanea diminuzione delle utenze domestiche, CAMI (*Computer Assisted Mobile Interview*), offrono rapidità nella rilevazione e registrazione dei dati e risorse economiche contenute. Altro vantaggio è l'alto tasso di rispondenza che questa metodologia offre, proprio per il basso coinvolgimento e impegno che comporta all'intervistato. Di converso, la rapidità di rilevazione insieme alla mancanza di un contatto personale, che non consentono di approfondire più di tanto le tematiche in studio, rappresentano i principali limiti di questa tecnica. Altro svantaggio è dovuto alla sottorappresentazione di alcune categorie sociali che a priori vengono escluse dalle liste di campionamento (ad esempio, nelle CATI, i soggetti che per ragioni molto diverse non compaiono sugli elenchi telefonici dai quali vengono estratti i nominativi da intervistare).

I questionari postali sono la tecnica di rilevazione più adatta quando sono da coinvolgere persone giuridiche come enti, fondazioni, associazioni... Sono tecniche in autocompilazione che permettono una capillare campagna di rilevazione su territori molto vasti, con costi relativamente ritenuti. Se impostate correttamente con lettere di presentazione dell'indagine chiare e convincenti insieme

a solleciti tempestivi, consentono, con questa tipologia di soggetti, tassi di rispondenza soddisfacenti. I principali svantaggi sono legati alla mancanza di controllo dell'ambiente di rilevazione vista l'assenza di un intervistatore, la bassa rispondenza con persone fisiche e la difficoltà a proporre temi che necessitano un approfondimento.

È di più recente diffusione, a seguito dell'utilizzo di massa del web, l'introduzione della tecnica di rilevazione che utilizza internet come canale di somministrazione. Si tratta delle CAWI (*Computer Assisted Web Interview*) che sono cresciute esponenzialmente in questi ultimi anni per la facilità e rapidità di costruzione e per il costo molto contenuto per la loro somministrazione rispetto a tutte le altre forme di rilevazione che sono state illustrate. L'autoselezione dei rispondenti rappresenta il principale limite di questa tecnica. Il problema è quindi di rappresentatività statistica del campione selezionato, visto che gli intervistati non vengono reclutati secondo criteri di tipo probabilistico, ma in base a una loro scelta di partecipare o meno all'indagine (selection bias). Anziani, persone con basso livello di istruzione e lavoratori manuali hanno un accesso più basso al web e quindi una maggior probabilità di non essere rappresentati. Per ovviare a questo problema gli istituti demoscopici costruiscono grosse *community web* di intervistati di cui verificano la rappresentatività statistica e dai quali estraggono di volta in volta campioni di popolazione per la specifica indagine da realizzare. È quindi uno strumento efficace e che garantisce rappresentatività statistica con *target* specifici di popolazione dei quali si possiedono *mailing list* complete, sui quali è possibile calcolare un tasso di risposta e controllare le caratteristiche dei rispondenti rispetto all'universo di riferimento.

La rispondenza delle diverse tecniche di rilevazione rappresenta un aspetto cruciale della generalizzabilità delle informazioni dal campione alla popolazione di riferimento. Un alto tasso di risposta, definibile come il rapporto tra le persone intervistate con successo e il totale delle persone con le quali si è effettuato il contatto (più precisamente si



considerano tra questi le interviste completate e parzialmente completate, i rifiuti, i non trovati dopo alcuni tentativi), consente di limitare errori di selezione sistematici del *target* in studio che potrebbero inficiare pesantemente i risultati dell'indagine. Per questo motivo è di fondamentale importanza impostare correttamente la rilevazione fin dall'inizio e tenere costantemente sotto controllo le quote di risposta durante la rilevazione in modo da apportare gli opportuni correttivi e aggiustamenti del tiro della raccolta sul campo.

Un altro aspetto da discutere è la questione della lunghezza del questionario e il numero congruo di domande da sottoporre.

La risposta più corretta a questo quesito è che non si può prevedere una lunghezza e un numero di domande standard: lunghezza e congruità dipendono essenzialmente dal tema che si vuole esplorare e devono consentire di farlo in modo esaustivo.

Questo aspetto si riallaccia quindi alle diverse modalità di somministrazione illustrate: la scelta di una piuttosto che di un'altra dovrà tenere in considerazione anche la questione della esaustività nell'esplorazione delle tematiche di investigazione e dell'appropriatezza quindi della sua scelta.

Un'indagine campionaria, per concludere, è per definizione perturbabile da numerose fonti di errore: impostazione rigorosa del disegno dello studio, selezione secondo un piano campionario casuale e rappresentativo dell'universo, preparazione e validazione attenta del questionario, corretta scelta della modalità di rilevazione, di pianificazione e di conduzione delle interviste consentono di ridurre i potenziali fattori di disturbo e di restituire risultati con un margine di incertezza contenuto e quantificabile: seguire questo percorso, tenendo a mente queste raccomandazioni e adottare gli accorgimenti proposti, potrà aiutare a costruire un buon questionario.

## Per saperne di più

Bailey KD. Metodi della ricerca sociale. Il Mulino: Bologna; 1995

Fink A. The Survey Kit. Sage Publication; 1995

Ware JE, Kosinski M, Keller SD. A 12-Item Short Form Health Survey: construction of scales and preliminary tests of reliability and validity. *Med Care*, 1996; 34: 220-33

Corbetta P. Metodologie e tecniche della ricerca sociale. Il Mulino: Bologna; 1999

AA.VV. Misurare la qualità: il questionario. Regione Emilia-Romagna, Agenzia Sanitaria Regionale, 2003; Dossier n. 88

Caselli M. Indagare col questionario. Introduzione alla ricerca sociale di tipo standard. Vita e Pensiero: Milano; 2005

Bailey KD. Metodi della ricerca sociale, Vol. 2: L'inchiesta. Il Mulino: Bologna; 2006

Amaturo E. Metodologia della ricerca sociale. Utet Università: Torino; 2012

Corbetta P. Metodi e tecniche della ricerca sociale. Il Mulino: Bologna; 2014

Grassia G, Amaturo E, Aragona B. Statistica per le scienze sociali, Utet Università: Torino; 2018



Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute.  
[www.dors.it](http://www.dors.it), ottobre 2019

---

Tratto da Dors. Lavorare con i gruppi. Una raccolta di tecniche di partecipazione. 2019.  
[www.dors.it](http://www.dors.it) – Pubblicazioni - Modelli e strumenti



Quest'opera è distribuita con Licenza Creative Commons  
Attribuzione Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale.