



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

FLORE

Repository istituzionale dell'Università degli Studi di Firenze

La misurazione nella ricerca sociale. Teorie, strategie, modelli

Questa è la Versione finale referata (Post print/Accepted manuscript) della seguente pubblicazione:

Original Citation:

La misurazione nella ricerca sociale. Teorie, strategie, modelli / F. MAGGINO. - ELETTRONICO. - (2004), pp. 1-99.

Availability:

This version is available at: 2158/306284 since:

Publisher:

FIRENZE UNIVERSITY PRESS, ARCHIVIO E-PRINTS

Terms of use:

Open Access

La pubblicazione è resa disponibile sotto le norme e i termini della licenza di deposito, secondo quanto stabilito dalla Policy per l'accesso aperto dell'Università degli Studi di Firenze (<https://www.sba.unifi.it/upload/policy-oa-2016-1.pdf>)

Publisher copyright claim:

(Article begins on next page)

Applicazioni **\$T**atistiche nella **R**icerca **\$**ociale - 1

Filomena Maggino

La misurazione nella ricerca sociale

Teorie, strategie, modelli



Università degli Studi di Firenze

1. Principi della misurazione scientifica	1
1.1 Definizione di misurazione	3
1.2 Requisiti della misurazione	4
2. Teorie della misurazione	6
2.1 La teoria classica	6
2.1.1 La distribuzione dei valori e dell'errore	7
2.1.2 Valutazione e stima dell'affidabilità	8
2.1.3 Schemi sperimentali per ottenere misure parallele	10
2.1.3.1 Il modello <i>test-retest</i>	11
2.1.3.2 Il modello degli strumenti paralleli	12
2.1.3.3 Misure ripetute con più rilevatori	14
2.1.3.4 Combinazione tra diverse misure ripetute	14
2.2 La teoria della generalizzabilità	15
2.2.1 La stima del punteggio dell'universo	15
2.2.2 Valutazione della generalizzabilità dei punteggi	16
2.3 La teoria del tratto latente	18
3. I modelli di misurazione	21
3.1 Gli indicatori	21
3.2 La dimensionalità	22
3.2.1 Interpretazione del concetto di dimensionalità	23
3.3 Approcci alla misurazione complessa: modelli di scaling e modelli fattoriali	24
3.4 I modelli fattoriali	25
3.4.1 Gli assunti	26
3.4.1.1 Additività della varianza	26
3.4.1.2 I fattori comuni	27
3.4.1.3 Modello esplorativo e modello confermativo	28
4. Affidabilità e validità	33
4.1 La validità	33
4.1.1 Modelli di verifica	34
4.1.1.1 Le strategie	34
4.2 Validità, affidabilità e indicatori multipli	38
4.2.1 Il metodo proposto da Campbell e Fiske	39
4.2.2 La matrice <i>multitrait multimethod</i>	40
4.2.3 Un esempio di applicazione del metodo	45
4.2.4 Vantaggi e svantaggi dell'approccio <i>MTMM</i>	48
5. Dall'osservazione al dato	49
5.1 La teoria dei dati	49
5.1.1 La teoria dei dati di Coombs	50
5.1.2 Una teoria alternativa: dati e forma della matrice	53
5.2 Il sistema di classificazione	54
5.2.1 Genere di misurazione	55
5.2.2 Tipo di misurazione	55
5.2.3 Criteri di misurazione	56
5.3 Livelli fondamentali di misurazione	57
5.3.1 Classificazione	58
5.3.2 Ordinamento	59

5.3.3	Quantificazione	60
5.3.4	Misurazione e livelli di misurazione	62
5.3.4.1	Indeterminatezza dei valori di misurazione	62
5.3.4.2	Il processo di misurazione: misure continue e misure discrete	63
5.3.4.3	Importanza del livello di misurazione	65
5.4	Le tecniche di <i>scaling</i>	65
5.4.1	Tipo di riferimento	66
5.4.2	Genere di riferimento	66
5.4.2.1	Le scale comparative	68
5.4.2.2	Le scale non-comparative	70
5.4.3	Tipo di rappresentazione della scala	72
5.4.4	Dimensione della scala	77
5.4.5	<i>Optimal scaling</i>	78
5.5	La procedura di misurazione	79

Appendici

A.	Ancora sulla stima di affidabilità	81
A.1.	Applicazioni del coefficiente di affidabilità	81
A.1.1.	Stima dell'errore standard di misurazione	81
A.1.2.	La correzione dell'attenuazione	82
A.2.	L'indice di affidabilità	84
A.3.	Precisione della stima dell'affidabilità	84
B.	La misura del soggettivo	86
B.1.	Le dimensioni del soggettivo	88
B.1.1.	La misurazione di capacità	88
B.1.2.	La misurazione di tratti di personalità	89
B.1.3.	La misurazione dei sentimenti	94
B.1.3.1.	Interessi, valori e atteggiamenti	94
C.	Il Lisrel: la notazione	96