

ELENA VANNI CAR – Centro Alcológico Regionale della Toscana

TIZIANA MOLA Dipartimento di Studi Sociali, Università degli Studi di Firenze

FILOMENA MAGGINO Dipartimento di Studi Sociali, Università degli Studi di Firenze

VALENTINO PATUSSI CAR – Centro Alcológico Regionale della Toscana

CALOGERO SURRENTI CAR – Centro Alcológico Regionale della Toscana

Proposta metodologica per l'indagine negli ambienti di lavoro in alcologia

Riassunto

L'articolo si sviluppa su due versanti uno metodologico e l'altro applicativo. Il primo spiega brevemente il modello gerarchico per la strutturazione di un'indagine in ambito sociale, rispondente alle esigenze conoscitive della stessa. Il secondo descrive il questionario per un'indagine esplorativa dei lavoratori verso le bevande alcoliche e i loro effetti.

Parole chiave: *ricerca sociale, modello gerarchico, luoghi di lavoro*

Abstract

This paper is composed by two parts: the first is a brief methodological introduction to hierarchical approach in order to construction a valid and reliable instrument of survey; the second part, instead, shows and describes a questionnaire to look into the behaviours and perceptions of the workers in their workplace. The presented questionnaire is constructed by the hierarchical approach.

Key words: *social research, hierarchical approach, workplace*

Introduzione

Ogni volta che si vogliono indagare il comportamento e le percezioni in campo sociale, sono molti i problemi che emergono a causa della complessità sia di indagine che di rilevazione (1, 2). La questione risulta complicata ulteriormente dalla problematicità e dalla vastità che caratterizzano l'alcologia (3, 4, 5). E' pertanto necessario e indispensabile utilizzare una metodologia di lavoro, che sia riconosciuta anche a livello internazionale, che risponda a criteri di affidabilità e validità.

In particolare, dopo una breve esposizione del modello teorico di riferimento, viene descritto uno strumento di rilevazione pensato per una ricerca in ambito alcologico negli ambienti di lavoro (6) e costruito seguendo un approccio gerarchico, secondo il quale ciascuna parte dell'indagine ha un proprio ruolo esclusivo e insostituibile.

Il modello teorico di riferimento

Per osservare empiricamente e analizzare un fenomeno, soprattutto se inserito in un contesto sociale, è necessario strutturare un modello di riferimento rispondente alle esigenze dell'indagine stessa, secondo un approccio gerarchico (7) che prevede la descrizione e la definizione di quattro importanti significati (fig. 1):

- un modello concettuale (detto *conceptual framework*), che permette di chiarire il fenomeno da osservare e i costrutti ad esso connessi, e che risponde alla domanda "qual è l'oggetto da osservare?". La definizione di tale modello è un momento importante e fondamentale per l'intero svolgimento dell'indagine, infatti una sua cattiva definizione può inficiare i risultati dello studio. Il modello concettuale prevede l'identificazione e la definizione di aspetti che lo connotano;
- i concetti astratti (detti costrutti, aree di indagine o *domain*) che rappresentano le caratteristiche del fenomeno in questione e che rispondono alla domanda "quali aspetti generali definiscono l'oggetto da osservare?". La definizione dei concetti astratti deve essere coerente con gli obiettivi dell'indagine, consultando anche la letteratura esistente che potrebbe fornire essa stessa una definizione idonea;

- le variabili (dette anche latenti perché non misurabili direttamente) che caratterizzano i costrutti e che rispondono alla domanda "quali aspetti puntuali definiscono i costrutti?". La definizione delle variabili può aumentare in maniera significativa la potenza esplicativa del costrutto sia a livello teorico che empirico;

- gli *item* che rappresentano le variabili e sono le parti osservabili e misurabili e che rispondono alla domanda "come le variabili possono essere concretamente misurate?". Non sempre un unico *item* definisce una variabile, anzi è più facile il contrario visto che spesso le variabili hanno una complessità tale da richiedere più *item* per la loro esaustiva definizione: utilizzare un unico *item* per definire una variabile introduce una grande componente di errore. In questa ottica gli *item* proposti possono essere considerati il campione tra tutti quelli possibili, infatti l'errore di misurazione è influenzato dalla dimensione del campione di *item*. Infine ciascun *item* rappresenta un indicatore elementare del modello, più *item* quindi possono definire un indicatore composito (8, 9).

Perché il modello concettuale sia completo, è necessario che siano definite le diverse relazioni che si ipotizzano sia tra le variabili latenti considerate che determinano il modello strutturale, sia tra variabile latente e corrispondenti indicatori che determinano il modello di misurazione e il livello di affidabilità degli indicatori.

Definire il modello concettuale è un momento così importante che va oltre la semplice strutturazione dello strumento di misurazione, infatti la sua definizione comporta la definizione anche del campione e della tecnica di campionamento, la procedura di rilevazione e anche quella di analisi. Nel caso specifico è previsto che:

- tutti i dipendenti di un'azienda rispondano al questionario;
- la rilevazione sia effettuata tramite questionario autocompilato (10, 11);
- la procedura di analisi sia data dalle relazioni ipotizzate tra le variabili, utilizzando metodi e tecniche statistiche idonee a raggiungere gli obiettivi proposti dall'indagine.

Proposta di applicazione del modello gerarchico in alcologia negli ambienti di lavoro

Anche l'indagine in ambito alcologico deve seguire il modello gerarchico il cui obiettivo principale è, nel caso specifico, conoscere, studiare e analizzare il comportamento dei lavoratori rispetto al consumo di bevande alcoliche (definito in termini di consumo, conoscenze, percezioni, ecc.). In questo contesto un approccio esplorativo è da privilegiare perché consente di individuare eventuali situazioni o identificare specifiche abitudini e stili di vita legati alle modalità d'uso dell'alcol.

Prima di essere un lavoratore, il soggetto è una persona inserita in un contesto socio-economico-culturale il quale influenza significativamente i suoi comportamenti. Per questo motivo l'indagine deve contenere, oltre alle informazioni relative alla professione, ai comportamenti e alle abitudini legate all'uso di bevande alcoliche, anche la rilevazione delle abitudini e i comportamenti in termini generali, le caratteristiche e le peculiarità in relazione al modo di porsi rispetto a se stessi e agli altri. In questo senso infatti il soggetto sarà osservato "a tutto tondo", così da non incorrere in distorsioni di interpretazione dovute alle informazioni relative solamente al lavoro, inteso come contesto e profilo professionale, e all'uso di bevande alcoliche.

I concetti astratti

Il fenomeno che si intende studiare è quindi il comportamento dei lavoratori rispetto al consumo di bevande alcoliche, inteso come stile di vita, abitudini e comportamenti individuali. Per raggiungere l'obiettivo, è necessario rilevare i seguenti cinque concetti astratti:

- I. il profilo individuale
- II. l'ambito di lavoro
- III. lo stile di vita
- IV. il rapporto con l'alcol
- V. le disposizioni soggettive.

Concetto astratto I: Il profilo individuale

Il profilo individuale consente non solo la definizione di quegli aspetti legati alle informazioni anagrafiche, ma anche la descrizione del soggetto come persona inserita in un contesto socio-economico-culturale che influenza in maniera fondamentale i comportamenti e le abitudini individuali, quali ad esempio il rapporto con le bevande alcoliche, in termini sia di consumo che di atteggiamenti e percezioni. Considerati gli obiettivi dell'indagine, sembra importante rilevare anche lo stato di salute del soggetto, inteso come percezione del proprio stato di salute in termini di relazione e confronto con altre situazioni ritenute significative (secondo la teoria delle discrepanze multiple di Alex Michalos (12)).

Concetto astratto II: L'ambito di lavoro

L'ambito di lavoro è un costrutto centrale per gli obiet-

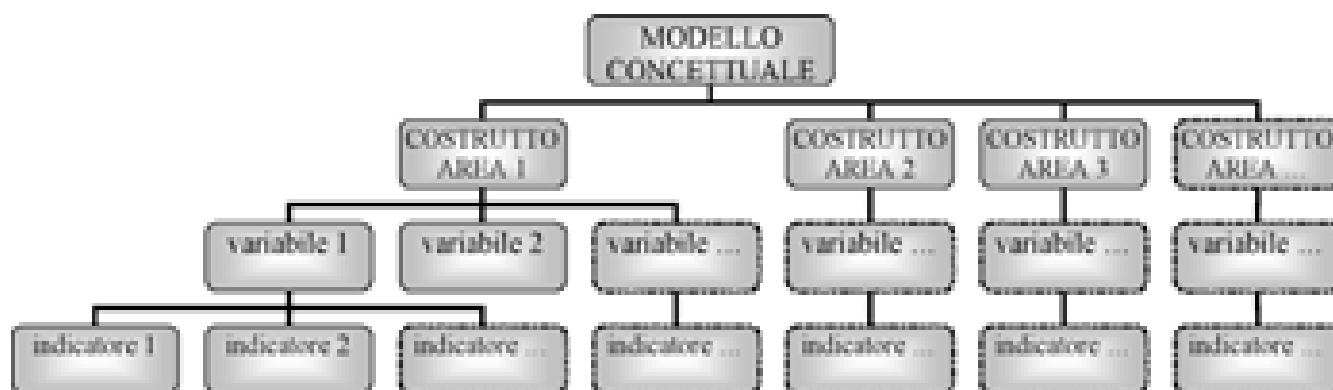


Fig. 1: Rappresentazione schematica del modello gerarchico in cui ciascun item misura una determinata componente del fenomeno considerato

tivi del progetto, per questo motivo si presenta come area complessa, nel senso che comprende sia la definizione del profilo professionale sia del profilo aziendale. In questa prospettiva, il profilo professionale comprende sia descrizioni relative ad aspetti amministrativo-burocratici, sia valutazioni soggettive inerenti le attività di lavoro realmente svolte; per quanto riguarda invece il profilo delle aziende, è comprensibile che lo strumento di rilevazione miri sia alla raccolta di informazioni oggettive per l'identificazione delle tipologie di azienda, sia alla registrazione delle impressioni soggettive rispetto all'azienda in relazione al proprio vissuto quotidiano e, in particolare, in relazione all'uso di bevande alcoliche sul luogo di lavoro.

Concetto astratto III: Lo stile di vita

Lo stile di vita è il costrutto il cui obiettivo principale è la definizione e l'identificazione di comportamenti e abitudini del soggetto. In questo concetto astratto sono state inserite anche le relazioni al di fuori della famiglia in quanto si ritiene che esse possano incidere in maniera rilevante nella definizione di diversi profili di comportamento. L'obiettivo delle dimensioni presenti in questo costrutto è quello di descrivere sinteticamente la vita di questi soggetti rispetto alla loro *routine* quotidiana unita alla percezione che i soggetti stessi hanno

del proprio vissuto in termini di "qualità di vita".

Concetto astratto IV: Il rapporto con l'alcol

Il rapporto con l'alcol è il costrutto centrale in tutte le indagini in campo alcolico. L'obiettivo primario infatti consiste nel rilevare abitudini e comportamenti rispetto al consumo di bevande alcoliche. Pertanto l'etichetta "rapporto con l'alcol" è generica e non si riferisce solamente ad uno specifico aspetto come per esempio il consumo. Nell'ottica della prevenzione in ambito di lavoro, come previsto dall'articolo 15 della Legge n. 125 del 2001 (13) e dall'accordo Stato - Regioni n. 75 del 2006 (14), è essenziale lo sforzo di rilevare anche che cosa si conosce della sostanza alcol, la percezione diffusa del fenomeno dell'alcol e dei consumatori di bevande alcoliche, nel tentativo di individuare i "perché" e le motivazioni connesse al consumo di alcol.

Concetto astratto V: Le disposizioni soggettive

Infine l'ultimo concetto astratto è quello che riguarda le disposizioni soggettive: si ritiene infatti che per spiegare i comportamenti delle persone non sia sufficiente descriverne i contesti di vita e le abitudini, ma sia necessario avere anche alcune informazioni sul modo con cui i soggetti si pongono verso il mondo che li circonda e in cui sono inseriti, verso il futuro,

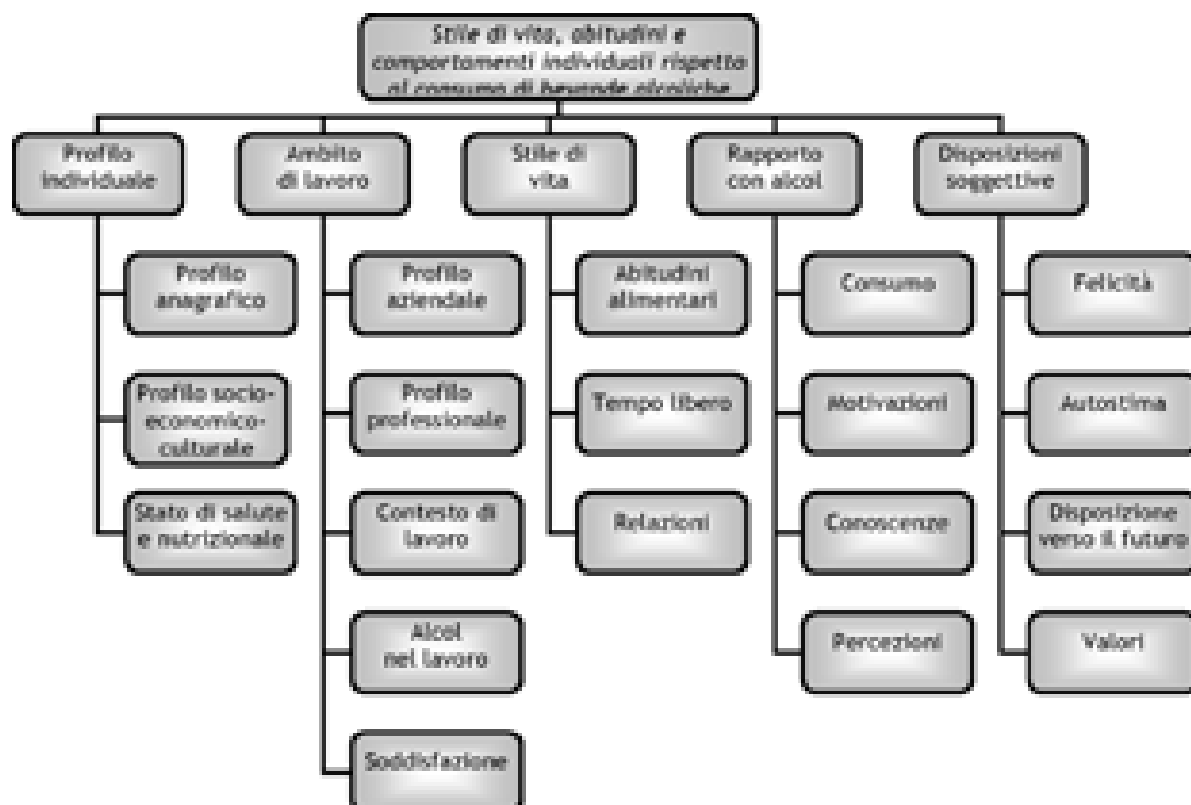


Fig. 2: Rappresentazione schematica del disegno dell'indagine in ambito alcolico in contesti di lavoro

verso se stessi. Lo scopo di questo costrutto è la rilevazione di alcune informazioni su caratteristiche di personalità e non solo, in modo tale da poter identificare tipologie di approcci che possono contribuire all'interpretazione di differenti comportamenti.

Le variabili latenti

La definizione dei costrutti ritenuti significativi per lo studio e l'analisi di ciò che è oggetto di indagine ha consentito l'identificazione delle variabili che descrivono operativamente ed empiricamente il concetto da misurare, ovvero gli aspetti che devono essere rilevati. La struttura teorico-concettuale (*conceptual framework*) così definita è riportata schematicamente nella fig. 2.

Gli item

L'identificazione degli *item* deve essere coerente ed adeguata al modello concettuale e la loro definizione può considerare diverse caratteristiche, non necessariamente e non sempre correlate tra loro. Per ciascuna variabile sono generalmente definiti più *item*, i quali costituiscono un campione estratto da un ipotetico universo di *item* che definisce completamente la dimensione indagata, pertanto costrutti complessi richiedono l'identificazione di un numero di *item* più consistente rispetto ai costrutti semplici. Inoltre è bene tenere presente che uno stesso *item* può contribuire alla definizione di più dimensioni.

Di seguito si riportano gli *item* collocati all'interno di un costrutto/ambito preciso così da mettere in evidenza quale variabile definiscono. Per ciascun gruppo di *item*, quindi, vengono specificati l'ambito (evidenziato dal grassetto) e la variabile (evidenziata dalla sottolineatura) che contribuiscono a definire.

Per chiarezza di informazione gli *item* sono stati suddivisi per costrutti e variabili, ma nel questionario saranno organizzati e riportati in sequenza diversa rispetto a come sono esposti nel questionario allegato. Infatti la versione del questionario da utilizzare per la rilevazione costituisce una ottimizzazione del modello concettuale e deve essere impostata in modo tale da facilitare il processo di comunicazione tra intervistato e intervistatore/ricercatore piuttosto che quello di raggruppare *item* che contribuiscono alla definizione di uno stesso costrutto. Dal punto di vista operativo è importante, quindi, valutare il numero delle domande, la loro disposizione e la sequenza soprattutto in relazione agli effetti cognitivi e di coinvolgimento (15).

Profilo individuale

Il profilo individuale è stato indagato con informazioni di tipo individuale, cioè quelli utilizzati per la descrizione del soggetto dal punto di vista anagrafico, il titolo di studio, la composizione familiare, il peso e l'altezza, e di tipo soggettivo, ad esempio il rapporto con la politica e con la religione, il supporto familiare e i rapporti con la famiglia in termini di soddisfazione, i disturbi fisici e la percezione del proprio stato di salute.

Ambito di lavoro

Il costrutto relativo all'ambito di lavoro nel contesto della presente indagine è molto importante e quindi è stato necessario indagarlo in maniera approfondita. Le informazioni rilevate sono di tipo:

- individuale, con *item* che si riferiscono alla descrizione sia del profilo aziendale come la dimensione, la natura giuridica, il settore, chilometri di distanza dall'abitazione e tempo di percorrenza, sia di quello professionale relative alla posizione, alle attività quotidiane e al contratto;
- e soggettivo, relative al contesto e all'ambiente di lavoro inteso come discrepanza tra le attività svolte e quelle previste dal contratto, la soddisfazione per i diversi aspetti connessi alla professione e l'impatto che l'uso di alcol ha nel lavoro (valutazione del rischio e ricaduta sulle capacità fisiche e psicologiche del soggetto).

Stile di vita

Il costrutto relativo allo stile di vita comprende tre variabili che sono le abitudini alimentari, il tempo libero e le relazioni. Gli *item* usati per la misurazione di tali variabili sono di tipo soggettivo e sono volti ad indagare le abitudini alimentari, quelle connesse al consumo di tabacco, ai ritmi di vita (ad esempio il ritmo sonno-veglia), le ore e le attività del tempo libero e il supporto amicale.

Rapporto con l'alcol

Gli *item* dell'ambito "Rapporto con l'alcol" hanno lo scopo di misurare:

- informazioni di tipo individuale sulle bevande alcoliche consumate nell'ultima settimana
- le conoscenze relative alle bevande alcoliche
- informazioni di tipo soggettivo (16, 17, 18, 19):
- sulle motivazioni dei consumi e sull'influenza del consumo di bevande alcoliche
- sulle percezioni relative alle bevande alcoliche.

Disposizioni soggettive

Per indagare le disposizioni soggettive, sono stati utilizzati *item* per informazioni esclusivamente di tipo soggettivo che riguardano:

- lo stato emozionale, in particolare la felicità,
- alcuni aspetti di personalità, in particolare l'autostima (viene utilizzata una scala standardizzata di notevole diffusione),
- disposizioni verso il futuro, nella specificità la perdita della speranza (viene utilizzata una scala standardizzata di notevole diffusione),
- e infine i valori del soggetto.

Il modello di analisi

Utilizzare il modello gerarchico per lo studio e l'analisi di un fenomeno significa non solo costruire uno strumento seguendo un metodo scientifico, ma anche procedere con l'elaborazione dei dati secondo la logica del modello gerarchico stesso. Quest'ultimo infatti facilita la definizione di indicatori coerenti con il modello concettuale, perché ogni indicatore acquista un preciso significato in quanto inserito in un modello concettuale che lo pone in relazione anche con altri indicatori.

Secondo la logica del modello gerarchico, la fase di analisi dei dati ripercorre il modello al contrario (fig. 3), dagli *item* al *conceptual framework*, consentendo così di ricostruire, a partire dai dati rilevati, le variabili e i costrutti definiti e conseguentemente di verificare il modello teorico-concettuale.

L'analisi dei dati prevede quattro fasi:

- la descrizione e il controllo dei dati, in modo da verificarne la qualità e fornire gli elementi necessari per il proseguimento delle elaborazioni;
- la costruzione di valori sintetici o indicatori con le informazioni rilevate, *item*, riducendo così il numero delle colonne della matrice;
- lo studio e l'analisi delle relazioni tra variabili, mettendo in relazione gli indicatori ottenuti nella fase precedente;
- la definizione di profili, sintetizzando i valori individuali in nuove unità significative e riducendo così il numero delle righe presenti nella matrice.

Perché le analisi producano buoni risultati, è necessario che il processo di analisi si svolga con un metodo preciso e puntuale: in questo senso (ed erroneamente) viene spesso valutato come un processo <<rigido>> nel quale non si trovi che una sola stra-

da da percorrere. In realtà si tratta di un momento estremamente creativo che offre innumerevoli opportunità sia nella scelta delle variabili che degli approcci di analisi che consentono di perseguire i medesimi obiettivi.

Per lo studio delle relazioni tra variabili, è necessario tenere presente che ne esistono diverse tipologie, infatti tra variabili latenti si potrebbe ipotizzare che:

- non esiste alcuna relazione, come ad esempio tra il profilo professionale o il profilo aziendale e il consumo di bevande alcoliche;
- esiste una relazione di causazione, come ad esempio tra il profilo anagrafico o socio-economico e culturale e il consumo di bevande alcoliche;
- esiste una relazione di causazione reciproca, come ad esempio tra le relazioni e il consumo di bevande alcoliche;
- esiste una correlazione tra variabili, come ad esempio tra il consumo di bevande alcoliche e lo stato di salute e nutrizionale.

Conclusioni

Il modello gerarchico presentato è l'unico che consente di definire degli indicatori in modo coerente con il modello concettuale. Si è potuto osservare che ogni indicatore acquista significato perché inserito in un modello concettuale che lo pone in relazione anche agli altri indicatori. Impostare il lavoro di ricerca seguendo questa logica consente in fase di analisi di ripercorrere il modello a ritroso, quindi di ricostruire, a partire dai dati rilevati, le variabili e i costrutti definiti e di verificare il modello teorico-concettuale. Poiché, quindi, il questionario proposto per l'indagine, sui luoghi di lavoro, dei comportamenti e delle percezioni dei lavoratori rispetto alle bevande alcoliche è stato costruito seguendo tale approccio metodologico, si ritiene che sia uno strumento idoneo alla rilevazione degli aspetti relativi agli obiettivi che l'indagine esplorativa si propone.

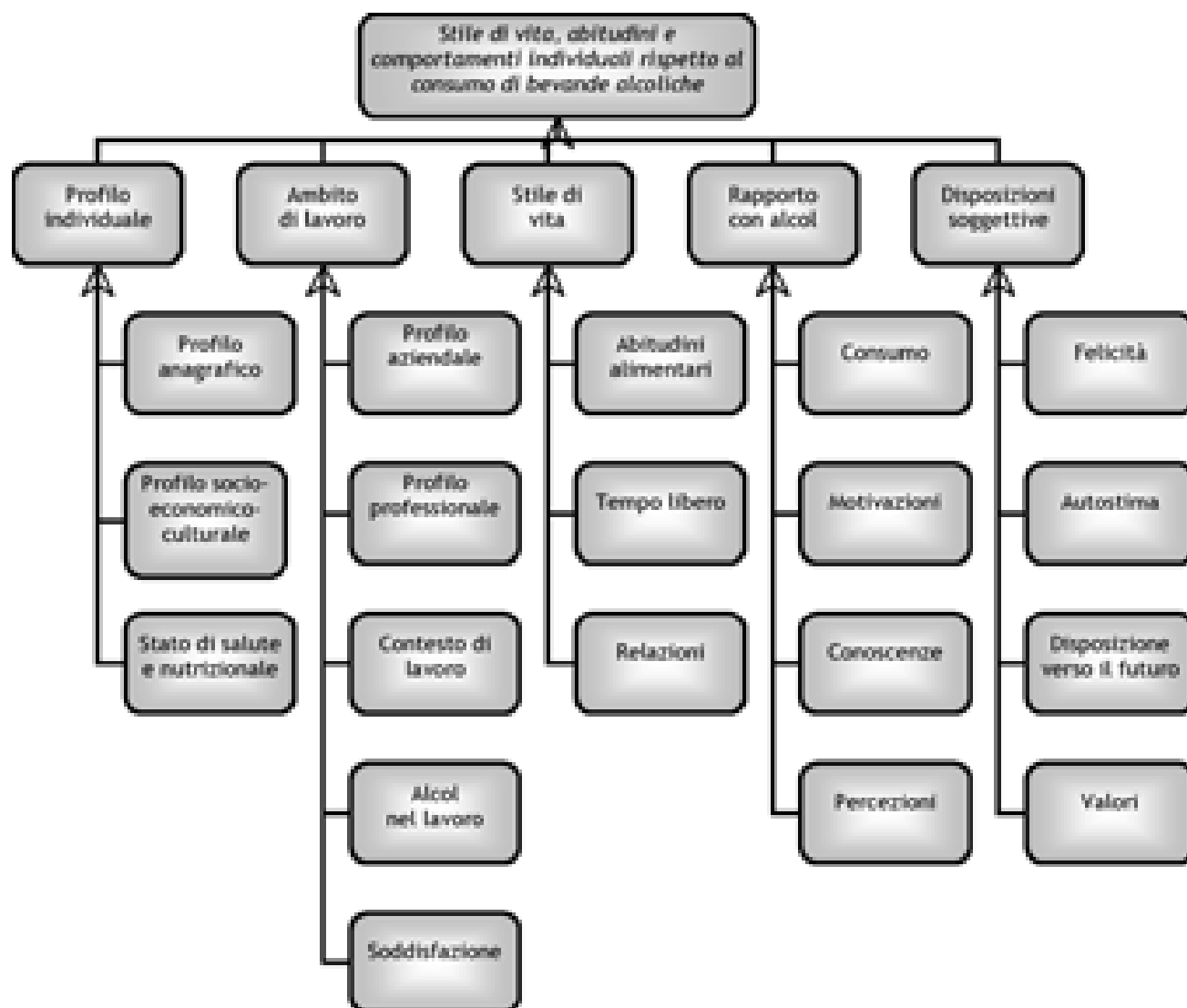


Fig. 3: Rappresentazione schematica del processo a ritroso dagli item al conceptual framework secondo la logica del modello gerarchico

BIBLIOGRAFIA

1. Maggino F. (2004) *La misurazione nella ricerca sociale. Teorie, strategie, modelli*, Firenze University Press, Archivio E-Prints, Firenze.
2. Corbetta P. (2003) *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna.
3. World Health Organization, *International Guide for Monitoring Alcohol Consumptions and Related Harm*, WHO, Geneva, 2000.
4. World Health Organization, *Global Status Report on Alcohol 2004*, WHO, Geneva, 2004.
5. Scafato E., Russo R., Ghirini S., *I consumi alcolici e il rischio alcol-correlato nella popolazione. Rapporto Osservasalute 2005. Stato di salute e qualità dell'assistenza nelle regioni italiane*. 2005;2-6.
6. Annovi C., Biolcati R., Di Rico R. (a cura di) *Manuale di prevenzione dei problemi alcol-correlati negli ambienti di lavoro*, Franco Angeli, 2006.
7. Maggino F. (2007) *La rilevazione e l'analisi statistica del dato soggettivo*, Firenze University Press, Archivio E-Prints, Firenze.
8. Andrews F.M., Withey S.B. (1976) *Social Indicators of well-being Americans' Perceptions of Life Quality*, Plenum press, New York.
9. Maggino F. (2006) *Gli indicatori statistici: concetti, metodi e applicazioni*, Firenze University Press, Archivio E-Prints, Firenze.
10. Dautriat H. (1988) *Il questionario*, trad. ital., 6ª Ed., Franco Angeli Editore, Milano.
11. Maggino F. (2000) *Il questionario. Aspetti metodologici, informatici e statistici*, C.E.T., Firenze.
12. Michalos A.C., (2002) *Prince George Papers on the Quality of Life*, (dispense)
13. Legge 30 marzo 2001, n. 125, *Legge quadro in materia di alcol e di problemi alcolcorrelati*, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 90 del 18-04-2001.
14. Provvedimento 16 Marzo 2006, Conferenza Permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province Autonome di Trento e Bolzano *Intesa in materia di individuazione delle attività lavorative che comportano un elevato rischio di infortuni sul lavoro ovvero per la sicurezza, l'incolumità o la salute dei terzi, ai fini del divieto di assunzione e di somministrazione di bevande alcoliche e superalcoliche, ai sensi dell'articolo 15 della Legge 30 marzo 2001, n.125*, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 75 del 30 marzo 2006.
15. Maggino F. (2005) *L'analisi dei dati nell'indagine statistica*, Firenze University Press, Firenze.
16. Osgood C.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H. (1957) *The measurement of meaning*, University of Illinois Press, Urbana.
17. Maggino F., Mola T (2007) *Il differenziale semantico per la misura degli atteggiamenti: costruzione, applicazione e analisi. Presentazione di uno studio*, Firenze University Press, Archivio E-Prints, Firenze.
18. Arcuri L., Flores D'Arcais G.B. (1974) *La misura degli atteggiamenti*, Martello – Giunti.
19. Johnson P.E. (1998) *Social Choice: Theory and Research*, Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, series no. 07-123, Thousand Oaks, CA:Sage.

ALLEGATO 1: Proposta del questionario, costruito secondo i criteri del modello gerarchico, per l'indagine, sui luoghi di lavoro, dei comportamenti e delle percezioni dei lavoratori rispetto alle bevande alcoliche

Costrutto 1: Profilo individuale

Variabile 1: Profilo anagrafico

Genere: Maschio Femmina

Anno di nascita: 19 Provincia di nascita: Provincia di residenza:

Attualmente vive in ...
 ... casa di sua proprietà ... affitti ... altro contesto: _____

Zona in cui vive
 Città Paese Campagna Zona industriale
 Altro (specificare): _____

Variabile 2: Profilo socio-economico-culturale

Indichi il suo titolo di studio
 Nessuno Licenza elementare Licenza media
 Diploma superiore Diploma universitario/Laurea breve Laurea

Quale è la sua attuale posizione rispetto allo studio?
 Ha concluso gli studi e attualmente non sta studiando
 Devo concludere il percorso di studi istituzionale (studi inferiori o superiori o università)
 Ho concluso gli studi istituzionali, ma sto seguendo dei corsi di formazione professionale
 Sto seguendo un percorso post-universitario (dottorato, master, scuola di perfezionamento, specializzazione, etc.)
 Sto studiando privatamente (specificare): _____

Il suo rapporto con la religione?
 Non credente Credente ma non praticante Credente e praticante

Il suo rapporto con la politica?
 Non mi interessa Mi tengo aggiornato Partecipo attivamente

Attualmente vive ...
 ... da solo ... famiglia di origine ... famiglia propria
 ... famiglia propria + origine ... altro: _____

Cominciando anche se stesso, indichi il numero dei componenti della famiglia ...
 ... intesa come la persona con cui vive:

Quanto spesso accade che i suoi familiari ...

	Mai	Raramente	Qualche volta	Spesso	Sempre
... le offrano aiuto					
... lo rassicurino					
... lo diano consigli locali					
... si confidino con lei					
... le chiedano aiuto					
... le chiedano consigli					
... le dimostrino stima					
... si congratino per i suoi successi					

Attorno che la sua attuale condizione economica sia ...
 ... completamente adeguata rispetto alle proprie esigenze
 ... parzialmente adeguata rispetto alle proprie esigenze
 ... parzialmente inadeguata rispetto alle proprie esigenze
 ... completamente inadeguata rispetto alle proprie esigenze

Variabile 3: Stato di salute e nutrizionale

	Completamente soddisfacente			"0" - "1"	Completamente insoddisfacente		
	1	2	3		4	5	6
Il mio attuale stato di salute è ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il mio attuale stato di salute confrontato con le persone della mia stessa età è ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

R Considerate le mie abitudini di vita (alimentazione, attività fisica, ecc.) il mio attuale stato di salute è ...

	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Decisamente peggiore			Uguale		Decisamente migliore	
	1	2	3	4	5	6	7

R Lo stato di salute che desidererei è ...

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

R Se confronto il mio attuale stato di salute con quello di tre anni fa è ...

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

R Considerato come sto oggi, tra cinque anni mi aspetto uno stato di salute ...

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Negli ultimi sei mesi con che frequenza ha accusato i seguenti disturbi?

	mai	Raramente	Ogni tanto	Spesso	Sempre
--	-----	-----------	------------	--------	--------

R Insonnia
 R Disturbi intestinali
 R Mal di stomaco
 R Mal di testa
 R Parestesie alle gambe

Peso attuale Kg.
 Altezza cm.
 Per le donne in gravidanza indicare il peso attuale Kg.

Percepire il suo peso come ...

<input type="radio"/> Normale	<input type="radio"/> Sottopeso	<input type="radio"/> Sovrappeso
-------------------------------	---------------------------------	----------------------------------

Ha avuto cambiamenti di peso significativi negli ultimi sei mesi?

<input type="radio"/> No	<input type="radio"/> Sì, aumentato	<input type="radio"/> Sì, diminuito
--------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

Contratto 2: Ambito di lavoro

Variabile 1: L'azienda

Può descrivere le dimensioni dell'azienda in cui lavora in relazione al numero di dipendenti?

azienda individuale (1 sola persona)	piccola (2-5 dipendenti)
media (6-15 dipendenti)	grande (più di 15 dipendenti)

Può indicare la natura giuridica dell'azienda in cui lavora?

Impresa individuale	<input type="checkbox"/> Società nome collettivo (Snc)	Società a responsabilità limitata (Srl)
Società per azioni (Spa)	<input type="checkbox"/> Società cooperativa	Altro - specificare _____

Può indicare il settore dell'azienda in cui lavora?

Agricoltura	<input type="checkbox"/> Industria	Settore edile
Commercio	<input type="checkbox"/> Trasporti	Settore terziario e servizi
Ristorazione	Altro - specificare _____	

La sede dell'azienda in cui lavora si trova in provincia di

Lo stabilimento in cui lavora si trova in provincia di

La sede in cui lavora si trova in

<input type="radio"/> Città	<input type="radio"/> Paese	Campagna	Zona industriale
-----------------------------	-----------------------------	----------	------------------

Altro (specificare) _____

Quanti km dista approssimativamente il luogo di lavoro da casa tua? km

Quanto tempo impiega per raggiungere il luogo di lavoro? Indichi il tempo minimo (pensando a quando non trova traffico) e il tempo massimo (pensando alle occasioni in cui ha trovato blocchi per la strada)

tempo minimo (in minuti) tempo massimo (in minuti)

Variabile 2: Il profilo professionale

Indichi tra le seguenti categorie professionali quella che più si avvicina a quella da lei svolta

Dipendente	Autonomo
a. Dirigente	g. Imprenditore
b. Dirigente	h. Libero professionista
c. Impiegato	i. Lavoratore in proprio
d. Operario	j. Collaborante in una impresa familiare
e. Lavoratore a domicilio	k. altro _____
f. Altro _____	

In quale settore comparto lavorativo opera tra quelli indicati di seguito lei svolge la sua attività lavorativa?

<input type="radio"/> Direzione	<input type="radio"/> Progettazione - Ricerca
<input type="radio"/> Amministrazione	<input type="radio"/> Organizzazione del lavoro
<input type="radio"/> Produzione	<input type="radio"/> Magazzino
<input type="radio"/> Trasporti	<input type="radio"/> Rapporto con clienti/utenti (p.e. vendita, servizi alle persone)

Altre _____

Se il dipendente il suo contratto di lavoro prevede un orario a ... tempo pieno tempo parziale

Quante ore lavora generalmente ogni giorno?

Quante ore lavora generalmente alla settimana?

Il contratto con cui è assunto è di tipo tradizionale (a tempo indeterminato) "atipico"

Da quanto tempo svolge l'attuale attività lavorativa? anni

Da quanto tempo lavora per questa azienda/impresa? anni

Nel suo lavoro con che frequenza svolge le seguenti attività?

	Mai	Raramente	Ogni tanto	Spesso	Sempre
<input type="checkbox"/> Guidare mezzi di trasporto per strada					
<input type="checkbox"/> Guidare veicoli all'interno dell'azienda (p.e. muletti)					
<input type="checkbox"/> Utilizzare/entrare in contatto con sostanze chimiche					
<input type="checkbox"/> Far funzionare impianti fissi di produzione/macchinari linee di montaggio					
<input type="checkbox"/> Utilizzare macchinari informatici					
<input type="checkbox"/> Stare nei cantieri					
<input type="checkbox"/> Gestire il lavoro di altre persone					
<input type="checkbox"/> Gestire il rapporto con clienti/clienti					

Variabile J: Il contesto di lavoro

Il suo lavoro prevede turnazioni?	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No		
Lavora anche di notte?	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No		
Fa straordinari?	<input type="checkbox"/> Mai	<input type="checkbox"/> Occasionalmente	<input type="checkbox"/> Regolarmente	
Sta a lungo in una sola posizione?	<input type="checkbox"/> Mai	<input type="checkbox"/> Ogni tanto	<input type="checkbox"/> Spesso	<input type="checkbox"/> Sempre
Svolge azioni meccaniche e ripetitive?	<input type="checkbox"/> Mai	<input type="checkbox"/> Ogni tanto	<input type="checkbox"/> Spesso	<input type="checkbox"/> Sempre
Nell'ultimo anno ha subito infortuni sul lavoro?	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No		
Se sì, quanti <input type="text"/> <input type="text"/>				

Previ a descrivere l'ambiente in cui lavora. È ...

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla
<input type="checkbox"/> Rumorosa				
<input type="checkbox"/> Arrata				
<input type="checkbox"/> Luminosa				
<input type="checkbox"/> Pulita				

Normalmente la temperatura dell'ambiente in cui lavora è ...
 molto alta alta normale bassa molto bassa irregolare (stale)

Ritieni che il livello di controllo da parte dei suoi superiori sia ...
 molto alto alto normale basso molto basso

Ritieni che i suoi superiori abbiano aspettative precise di produzione ...
 molto alte alte normale basse molto basse

C'è una discrepanza tra le attività che effettivamente svolge quotidianamente e le attività che il suo contratto di lavoro prevede (per esempio guidare macchine aziendali quando nel contratto non è specificato, ecc.)?

- ... nessuna discrepanza (svolge solo attività previste anche dal contratto)
- ... lieve discrepanza (svolge alcune attività di poco conto non previste dal contratto)
- ... discrepanza notevole (svolge alcune attività importanti che non sono previste dal contratto)

Variabile K: Alcol e lavoro

Nella sua azienda ci sono regole precise sul consumo di bevande alcoliche? Sì No

Quali sono secondo lei gli effetti del consumo di bevande alcoliche sul luogo di lavoro?

<input type="checkbox"/> Efficienza lavorativa	PIÙ ALTA	0000000	PIÙ BASSA
<input type="checkbox"/> Produttività	PIÙ ALTA	0000000	PIÙ BASSA
<input type="checkbox"/> Qualità dei prodotti	PIÙ ALTA	0000000	PIÙ BASSA
<input type="checkbox"/> Infortuni	SUPERIORI	0000000	INFERIORI
<input type="checkbox"/> Rispetto delle regole	SUPERIORI	0000000	INFERIORI
<input type="checkbox"/> Relazioni tra lavoratori	MIGLIORI	0000000	Peggiori

In una scala da 0 (nessuna) livello a 10 (massimo) livello, indichi quanto secondo lei l'alcol può influenzare le seguenti capacità

	Minimo	LEVELLO	Massimo
	0	10	10

Capacità di valutare i rischi.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Capacità di prendere una decisione.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Capacità di concentrazione.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Rapidità di riflessi.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Capacità di autocontrollo.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Variabile 3: Soddisfazione

Indichi il suo livello di soddisfazione per ciascuno dei seguenti aspetti utilizzando una scala da 0 (minima soddisfazione) a 10 (massima soddisfazione):

- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Contratto 3: Stile di vita

Variabile 1: Abitudini alimentari

Legga ciascuna affermazione e indichi con quale frequenza effettua le azioni indicate:

	Mai	Frequenza annuale: qualche volta in un anno	Frequenza mensile: qualche volta in un mese	Frequenza settimanale: qualche volta alla settimana	Frequenza quotidiana: almeno una volta al giorno	Frequenza quotidiana più volte al giorno
<input type="checkbox"/> Mangio latticini						
<input type="checkbox"/> Mangio carne						
<input type="checkbox"/> Mangio pesce						
<input type="checkbox"/> Mangio frutta e verdura						
<input type="checkbox"/> Mangio dolci						
<input type="checkbox"/> Mangio cibi integrali						
<input type="checkbox"/> Mangio cibi sapori (molto sale)						
<input type="checkbox"/> Mangio cibi piccanti						
<input type="checkbox"/> Uso lo zucchero						
<input type="checkbox"/> Bevo tisane						
<input type="checkbox"/> Bevo bevande alcoliche						
<input type="checkbox"/> Bevo caffè o tè						
<input type="checkbox"/> Fumo sigarette/cigarri/tobacco						
<input type="checkbox"/> Uso sonniferi o/o tranquillanti						

Risponda alle sue attività di ieri (se ieri era un giorno feriale, altrimenti risponda all'ultimo giorno feriale prima di ieri). Indichi nella fascia temporale che descrive le 24 ore di ieri riportando al riquadro tutti i momenti in cui ha mangiato con una X e tutti i momenti in cui ha bevuto bevande alcoliche (vino, birra, ecc.) con un O.

Se, per esempio, ha fatto colazione alle 7, una quantità alle 10.30, un pranzo veloce alle 13, la cena alle 20 e una quantità prima di andare a letto alle 23 metta una X nei rettangoli che corrispondono a 7, 10, 13, 20 e 23. Proceda nello stesso modo per quanto riguarda le bevande alcoliche (vino, birra, aperitivi, amari, ecc.).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24

Quante ore dorme in media per ciascuna notte?

Il fine settimana e i giorni non lavorativi le sue abitudini rispetto alle seguenti voci cambiano ...

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto
<input type="checkbox"/> Orario in cui si sveglia				
<input type="checkbox"/> Orario dei pasti				
<input type="checkbox"/> Contenuti dei pasti				
<input type="checkbox"/> Orario in cui va a dormire				
<input type="checkbox"/> Numero delle ore di sonno				

Risposta al fumo di tabacco (o di) Non fumatore/trice o Fumatore/trice Ex fumatore/trice

Se è fumatore/trice, quante sigarette fuma al giorno?

Se è ex-fumatore/trice, quante sigarette fumava prima di smettere al giorno?

Se è un fumatore attivo, perché ha smesso?

a) Motivi di salute

b) Motivi personali

c) Motivi economici (costo)

d) Altro

Variabile 2: Il tempo libero

Pensando alla settimana appena trascorsa indichi approssimativamente il numero di ore che ha dedicato in tutta la settimana a ciascuna tipologia di attività elencata

- Attività sportive
- Attività ludico-ricreative (ascoltare musica, passeggiare, andare al cinema, a ballare, ecc.)
- Attività di studio (lettura, corsi di informatica, corsi di lingue straniere, ecc.)
- Attività di impegno sociale (frequenza di gruppi politici, di gruppi religiosi, volontariato, ecc.)
- Attività culturali e artistiche (recitazione - teatro, cinema, musica, disegno, origami, ecc.)

In una scala da 0 (minimo) a 10 (massimo) quanto si ritiene soddisfatto delle attività che svolge nel tempo libero?

Variabile 3: Le relazioni

In una scala da 0 (minimo) a 10 (massimo) quanto si ritiene soddisfatto del rapporto con i suoi amici?

Quanto spesso succede che i suoi amici ...

	Mai	Raramente	Qualche volta	Spesso	Sempre
... le offrono aiuto					
... lo incoraggiano					
... le danno consigli utili					
... si confidano con lei					
... le chiedono aiuto					
... le chiedono consigli					
... le dimostrano stima					
... si congratulano per i suoi successi					

Costrutto 4: Rapporto con l'alcol

Variabile 1: Consumo

Pensando alla settimana appena trascorsa indichi il numero di bicchieri di vino, bicchieri di birra e di altre bevande alcoliche che ha bevuto complessivamente per ciascun giorno della settimana

NUMERO DI BICCHIERI DI ...	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
... vino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... birra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... altre bevande alcoliche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Variabile 2: Motivazioni

Pensando al motivo per cui le persone bevono, indichi il livello di importanza che, secondo lei, hanno gli aspetti elencati

	IMPORTANZA						
	Minima						Massima
	1	2	3	4	5	6	7
... perché piace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... per stare in compagnia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... perché anche gli altri lo fanno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... per divertirsi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... per svuotare (non pensare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... per sentirsi meglio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... perché disinibisce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Variabile 4: Conoscenza

Per ciascuna delle seguenti affermazioni indichi la risposta che ritiene sia corretta.

<input type="checkbox"/> Il vino fa buon sangue	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> In Italia esiste una legge quadro sull'alcol	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> Il consumo di bevande alcoliche ha effetti negativi sulla fertilità maschile e femminile	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> L'alcol riscalda	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> La vendita di bevande alcoliche ai minori è vietata	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> L'alcol aiuta la digestione	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> In Italia esiste una regolamentazione sull'uso di alcol nei luoghi di lavoro	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> Le bevande alcoliche sono dissetanti	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> La somministrazione al banco di bevande alcoliche ai minori è vietata	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> Gli effetti dell'alcol dipendono da caratteristiche fisiche dei soggetti (per esempio età, sesso, peso, ecc.)	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> Il consumo di bevande alcoliche ha effetti negativi sulla fertilità maschile e femminile	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> Le professioni sanitarie hanno l'obbligo di astenersi dal consumo di bevande alcoliche quando sono in servizio	Vero	Falso	
<input type="checkbox"/> Qual è il limite di alcolemia (quantità di alcol nel sangue) per mettersi alla guida?	0,2 g/l	0,5 g/l	0,8 g/l
<input type="checkbox"/> L'uso di alcol interferisce con l'assunzione di farmaci?	Mai		
	Sempre	A seconda del farmaco	
<input type="checkbox"/> Quali sono le quantità di alcol che l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) oppure WHO indica come a "basso rischio"?	Nessun consumo		
	2-3 bicchieri al giorno per gli uomini e 1-2 per le donne		
	4-5 bicchieri al giorno per gli uomini e 3-4 per le donne		
<input type="checkbox"/> Su quali sistemi ha un effetto l'assunzione eccessiva di alcol?	nessuno		
	sistema motorio	sistema digeritivo	sistema nervoso
			sistema respiratorio
			sistemi cardiovascolari
			tutti

Variabile 4: Percezioni

Legga le seguenti coppie di aggettivi e, pensando a un bevitore, metta una X più o meno vicina all'aggettivo a che pensa sia più adeguato a descriverlo.

RISPONDI SENZA SOPFERMARTI TROPPO A RIFLETTERE					
Maschio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Femmina
Giovane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Vecchio
Bianco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nero
Inteso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Non inteso
Occupato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Disoccupato
Alto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Basso
Povero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ricco
Attivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Passivo
Dinamico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Statico
Veloce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Lento
Introverso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Estroverso
Sincero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Bugiardo
Timido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Prezioso
Buono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cattivo

Costrutto 5: Disposizioni soggettive

Variabile 1: Felicità

Osservando le espressioni di queste faccine, indichi quella che rappresenta meglio il suo attuale livello di felicità.



Variabile 2: Autostima

In una scala da 0 (minimo accordo) a 10 (massimo accordo), indichi quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni.

	Minimo	ACCORDO	Massimo
	←----->		
In genere mi ritengo soddisfatto di me stesso.	1	2	3
Certe volte penso di non valere nulla.	1	2	3
Sento di avere delle qualità.	1	2	3
Sento di non avere nulla di cui essere orgoglioso.	1	2	3
Sono capace di fare le stesse cose di molta altra gente.	1	2	3
A volte mi sento inutile.	1	2	3
Penso di essere una persona di valore, almeno quanto gli altri.	1	2	3
Mi piacerebbe avere più rispetto di me stesso.	1	2	3
Ho un atteggiamento positivo nei confronti di me stesso.	1	2	3
Tutto sommato sono portato a ritenermi un bracciano.	1	2	3

Variabile 3: Disponibilità verso il futuro

In una scala da 0 (minimo accordo) a 10 (massimo accordo), indichi quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni riguardanti il tuo futuro.

	Minimo	ACCORDO	Massimo
	←----->		
Quando vedo il futuro con speranza ed entusiasmo.	1	2	3
Quando le cose vanno male mi aiuto pensando che non potranno restare sempre così.	1	2	3
Ho abbastanza tempo per realizzare le cose che voglio fare.	1	2	3
Il mio futuro mi sembra buio.	1	2	3
Per il futuro mi aspetto di riuscire a fare le cose che mi piacciono.	1	2	3
Le occasioni non mi sono mai arrivate e non penso che arriveranno nel futuro.	1	2	3
L'esperienza passata mi ha preparato bene per il futuro.	1	2	3
Tutto ciò che vedo di fronte a me è più piacevole che piacevole.	1	2	3
Quando guardo il futuro penso che sarò più felice di oggi.	1	2	3
Il futuro mi sembra vago e incerto.	1	2	3
Ho molta fiducia nel futuro.	1	2	3
Nel futuro vedo più cose positive che negative.	1	2	3

Variabile 4: Valori

Per lei quanto sono importanti i seguenti aspetti della vita di un individuo? Metta questi aspetti in ordine di importanza da 1 il più importante a 10 il meno importante.

- Divertirsi
- Avere una cultura superiore
- Aspetto fisico
- Essere socialmente impegnati
- Fare carriera
- Avere tanti interessi
- Amicitia
- Avere un guadagno elevato
- Famiglia