

Introduzione alla Ricerca Qualitativa

Dr Antonio Bonacaro PhD, MSN, FHEA, ARU ATF, FESNO, Pg Cert L&T, RN

antonio.bonacaro@unipr.it

Obiettivi di apprendimento

Entro la fine della presentazione, dovresti essere in grado di:

1. Descrivere che cos'è la ricerca qualitativa
2. Mostrare le differenze tra ricerca qualitativa e quantitativa
3. Comprendere i concetti base degli studi qualitativi:
4. Caratteristiche della ricerca qualitativa
 1. Bias
 2. Triangolazione
 3. Affidabilità (Trustworthiness)

La Ricerca Qualitativa

- La ricerca qualitativa è un approccio che consente di ottenere molte informazioni sul vissuto della persona. L'obiettivo è comprendere PERCHÉ gli individui pensano e si comportano in un certo modo. Poiché dedichiamo molto tempo a ciascuna soggetto per ottenere queste informazioni, di solito possiamo parlare solo con POCHE persone.
- La ricerca qualitativa è una forma di indagine sociale che si concentra sul modo in cui le persone interpretano e danno significato alle loro esperienze e al mondo in cui vivono, e mira a comprendere la realtà sociale di individui, gruppi e culture.

La Ricerca Qualitativa.. Cont.

- Considerando i metodi quantitativi quali sondaggi e studi caso-controllo, nella ricerca quantitativa otteniamo relativamente poche informazioni dettagliate da ciascuna persona. Questo perché, con i metodi quantitativi, siamo interessati a descrivere COSA fanno le persone (ad esempio quante persone hanno ricevuto le vaccinazioni), senza voler approfondirne troppo le ragioni che sottendono ad una certa situazione. Poiché per ottenere queste informazioni abbiamo bisogno di meno tempo con ciascuna persona, possiamo intervistare MOLTE persone.
- **Sia i metodi qualitativi che quelli quantitativi sono importanti, e la scelta tra l'uno o l'altro dipende da ciò che vogliamo apprendere.**
- **Gli approcci quantitativi sono importanti e risolvono molti tipi di problemi di ricerca. La ricerca qualitativa è invece appropriata per tipi di domande differenti.**

La Ricerca Qualitativa.. Cont.

- La ricerca qualitativa può dare utili spunti non altrimenti deducibili attraverso dati puramente quantitativi.
- Esplorare e comprendere valori e significati dell'essere (individuo o gruppo) in riferimento a questioni di carattere sociale e umano;
- Studi che riguardano atteggiamenti e comportamenti umani.
- Comprendere il mondo in cui viviamo e perché si verificano alcuni fenomeni.

La Ricerca Qualitativa.. Cont.

I quesiti di ricerca qualitativa riguardano:

- Il perché gli individui agiscono in un determinato modo;
- Da dove originano opinioni e attitudini;
- Come le persone rispondono a specifici eventi;
- Studi che riguardano atteggiamenti e comportamenti umani;
- Lo sviluppo di culture;
- Le differenze tra gruppi all'interno della società.

Differenze tra Ricerca Qualitativa e Quantitativa

	Qualitativa	Quantitativa
1. Obiettivi	<ol style="list-style-type: none">1. Esplorare l'esperienza dei partecipanti2. Comprendere e generare teorie dai dati3. Esplorazione dei fenomeni	<ol style="list-style-type: none">1. Ricerca sulle cause di determinati fenomeni2. Testare ipotesi, predire fenomeni3. Analisi confirmatorie dei fenomeni
2. Approcci	<ol style="list-style-type: none">1. Ampio focus2. Orientato al processo3. Legato al contesto4. Avvicinarsi ai dati	<ol style="list-style-type: none">1. Focus ristretto2. Orientato al risultato3. Svincolato dal contesto4. In un ambiente artificiale o di laboratorio

Differenze tra Ricerca Qualitativa e Quantitativa

Cont..

	Qualitativa	Quantitativa
3. Campione	<ol style="list-style-type: none">1. Participants & Informatori2. Campionamento mirato e teorico3. Campionamento flessibile che si sviluppa durante la ricerca	<ol style="list-style-type: none">1. Partecipanti2. Campionamento randomizzato3. Campione definito prima dell'inizio della ricerca
4. Raccolta Dati	<ol style="list-style-type: none">1. Interviste approfondite non standardizzate2. Osservazione partecipante / lavoro sul campo3. Documenti, fotografie, video	<ol style="list-style-type: none">1. Questionario, interviste standardizzate2. Osservazione rigidamente strutturata

Differenze tra Ricerca Qualitativa e Quantitativa Cont..

	Qualitative	Quantitative
5. Analisi	<ol style="list-style-type: none">1. Tematica, costante analisi comparativa2. Analisi di contenuto3. Grounded theory4. Analisi etnografiche	<ol style="list-style-type: none">1. Analisi statistica
6. Risultati	<ol style="list-style-type: none">1. Storia2. Ethnografia3. Teoria	<ol style="list-style-type: none">1. Risultati misurabili

Differenze tra Ricerca Qualitativa e Quantitativa

Cont..

	Qualitativa	Quantitativa
7. Relazione	<ol style="list-style-type: none">1. Coinvolgimento diretto del ricercatore2. Relazione di ricerca ravvicinata	<ol style="list-style-type: none">1. Coinvolgimento limitato del ricercatore1. Relazione di ricerca distante
8. Rigore	<ol style="list-style-type: none">1. Affidabilità2. Autenticità3. Tipicità4. Transferibilità	<ol style="list-style-type: none">1. Validità interna2. Validità esterna3. Riproducibilità4. Generalizzabilità

Tipologie di Disegni di studio nella Ricerca Qualitativa

- ✓ Studio fenomenologico;
- ✓ Etnografia;
- ✓ Grounded theory
- ✓ Caso Studio

Studio fenomenologico

Studi di fenomeno – descrivono qualcosa come parte del mondo esistente

I fenomeni oggetto di studio possono riguardare:

- Eventi, situazioni, esperienze o concetti
- es. Dolore Lombare

Origina dalla conoscenza di un gap esistente.

Può non essere necessario provvedere ad una spiegazione definitiva

Etnografia

- Il termine rimanda al significato di « ritratto di persone»
- E' una metodologia di ricerca che descrive studi di cultura e persone.
- Richiede un'intensa attività di raccolta dati da parte del ricercatore.
- La raccolta dati include interviste formali e informali riferite a diverse occasioni e osservazioni.
- Richiede molto tempo.

Etnografia Cont..

- Analisi dei dati attraverso una prospettiva «emica» : Il ricercatore interpreta i dati raccolti dalla prospettiva della popolazione studio.
- I risultati sono espressi come indicati dai soggetti coinvolti nello studio.
- Questi studi potrebbero presentare delle criticità quando il ricercatore è estraneo al contesto sociale (lingua e norme) della popolazione di studio.

Grounded Theory

- **Aspetto principale:** sviluppare una nuova teoria attraverso la raccolta e analisi dei dati riguardanti il fenomeno di studio.
- Analisi profonda del fenomeno per fornire le conoscenze necessarie allo sviluppo di una nuova teoria.
- Impiega numerose tecniche di raccolta dati: Revisione della letteratura, analisi di documenti, interviste, osservazioni sul campo.
- **Aspetto chiave:** analisi comparative costanti- simultanea raccolta e analisi dei dati

Caso Studio

- Il caso studio può essere di natura qualitativa o quantitativa.
- Comporta un'analisi dettagliata di una singola unità o di un piccolo numero di esse.
- Viene utilizzato per descrivere un'entità che costituisce un'unità singola di significato, come una persona o un'organizzazione o un'istituzione.
- Complessità: illustrazione di un evento VS analisi di una situazione sociale passata
- Come disegno di studio, offre numerose e profonde informazioni che altri metodi non potrebbero garantire

Caso Studio Cont...

- E' una metodologia molto versatile e utilizza uno o più metodi di raccolta dati.
- Può essere utilizzato per differenti obiettivi di ricerca (es. cambiamenti organizzativi, sviluppo di nuovi servizi etc..)
- Un singolo caso non potrebbe essere rappresentativo di un caso simile (i risultati non sono mai generalizzabili)
- I risultati potrebbero essere confermativi in altri contesti?

Qual'è l'approccio più corretto da utilizzare ?

ESSERE FLESSIBILI

- Esistono molti metodi che possiamo utilizzare per raggiungere lo stesso obiettivo.
- Possiamo anche porre diversi tipi di domande per ottenere le stesse informazioni.
- Quindi, se ci accorgiamo che il metodo o la domanda di ricerca che stiamo utilizzando non viene compresa o non funziona bene, possiamo cambiare metodo o usare una domanda diversa.

Esempio – La montagna

- **Pensa a una montagna.** Se ti trovassi in un punto preciso a guardare una montagna e cercassi di descriverla, vedresti solo un lato.
- Quindi la tua descrizione sarebbe parziale. Avresti bisogno di spostarti in punti diversi per riuscire a vedere l'intera montagna e descriverla davvero nella sua totalità.
- Ma anche in quel caso la descrizione sarebbe comunque soggettiva, perché potresti scegliere di descrivere alcune cose e tralasciarne altre.

Esempio – La montagna

Domanda a persone diverse della stessa stanza di descrivere la montagna davanti a loro.



Ma anche in quel caso la descrizione è parziale perché stiamo tutti guardando la montagna con lo stesso metodo, i nostri occhi.

Dovremmo usare metodi diversi, come un telescopio oltre ai nostri occhi, per ottenere una descrizione più completa.

Bias

- ***Bias significa avere solo una parte della verità, ma usare quell'informazione come se fosse l'intera verità***
- Poiché il bias consiste nell'avere solo una parte della verità, lo riduciamo ottenendo più informazioni.
- Otteniamo più informazioni osservando qualcosa da diversi punti di vista

Esempio – La montagna

- Anche se chiediamo ad altre persone di partecipare e descrivere la montagna, la descrizione rimane comunque soggettiva, perché tutti stiamo osservando la montagna nello stesso periodo dell'anno.
- In alcuni mesi potrebbe esserci la neve sulla montagna, mentre in altri no, quindi sarebbe utile osservarla in momenti diversi dell'anno.
- **Esiste un termine per indicare la riduzione del bias attraverso l'utilizzo di diversi metodi per studiare la stessa cosa: si chiama TRIANGOLAZIONE. Usiamo la triangolazione negli studi qualitativi per descrivere le popolazioni, invece delle montagne.**

Triangolazione

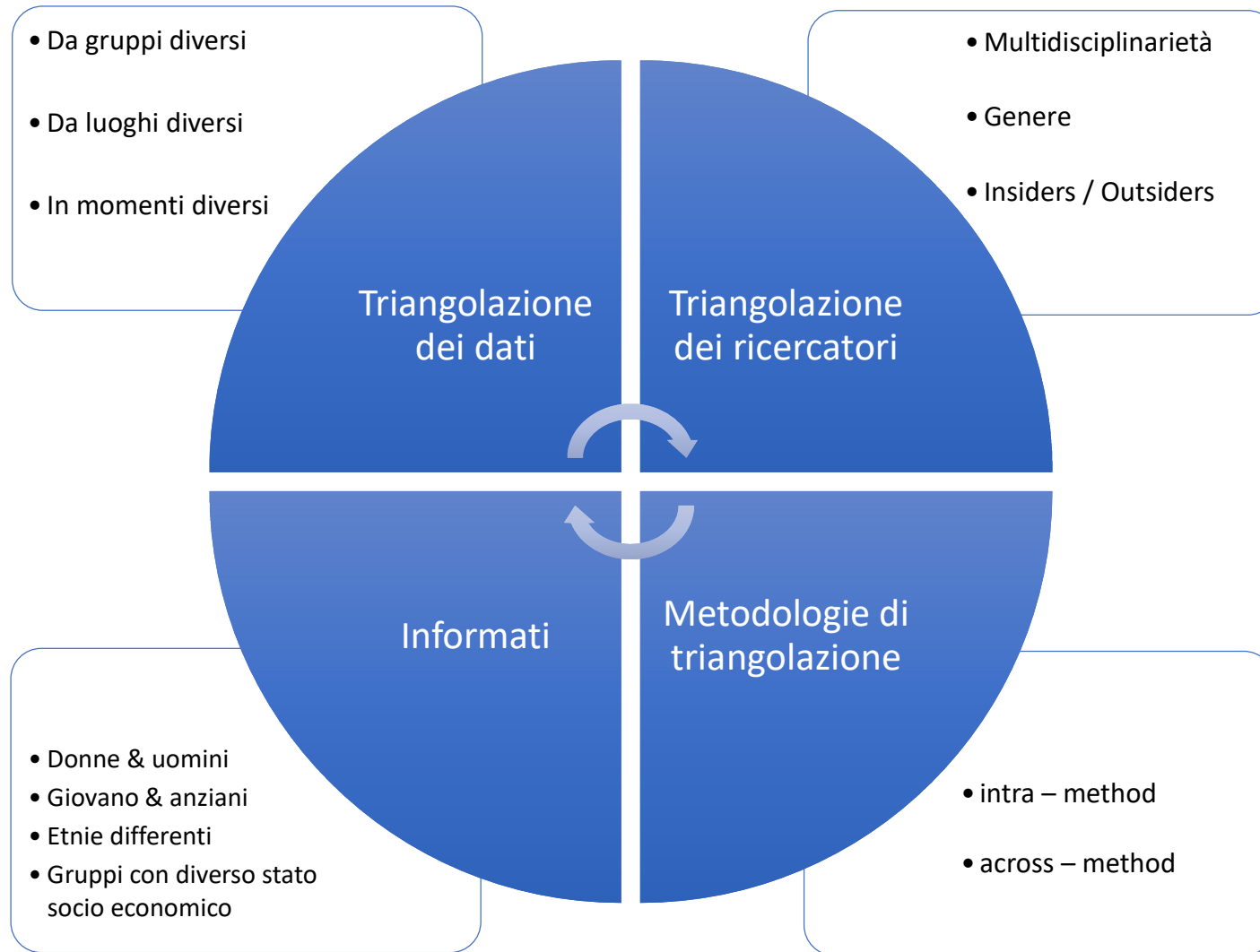
Ridurre il bias utilizzando i seguenti approcci:

- Coinvolgere membri del team con esperienze e prospettive diverse
- Verificare continuamente le informazioni utilizzando metodi differenti e varie tipologie di informatori
- Identificare attivamente i bias alla fine di ogni giornata
- Decidere come gestire i bias nei giorni successivi

Livelli di triangolazione:

- ☐ **Dati:** raccogliere dati da fonti diverse
- ☐ **Ricercatori:** coinvolgere più ricercatori con background differenti
- ☐ **Metodi:** usare approcci metodologici diversi per esaminare lo stesso fenomeno
- ☐ **Informazioni:** confrontare differenti tipi di informazioni per ottenere una visione più completa

Triangolazione Cont...



Affidabilità

- A volte diciamo di fidarci di una persona. Con questo intendiamo dire che il suo comportamento è prevedibile, in quanto si manifesta in modo simile in occasioni diverse e crediamo che la persona non stia mentendo.
- Una persona affidabile è qualcuno che ci dice la "verità" e lo fa con coerenza.
- **Cos'è dunque una ricerca affidabile? Come possiamo giudicare quali risultati valga la pena credere? Diversi criteri sono stati stabiliti nell'ambito della ricerca, sia quantitativa che qualitativa, per giudicarne l'affidabilità o il rigore**

Quattro criteri per definire l' Affidabilità

Domanda	Issue	Qualitativa	Quantitativa
1. Abbiamo davvero misurato ciò che ci eravamo prefissati di misurare?	Valore di verità	Credibilità	Validità interna
2. Quanto sono applicabili i nostri risultati ad altri argomenti e ad altri contesti?	Applicabilità	Trasferibilità	Validità esterna
3. I nostri risultati verrebbero ripetuti se la nostra ricerca venisse replicata nello stesso contesto e con lo stesso soggetto?	Consistenza	Affidabilità	Riproducibilità
4. In che misura i nostri risultati sono influenzati da interessi e pregiudizi personali?	Neutralità	Confermabilità	Obiettività

Valore della verità: Credibilità

La capacità dello studio di catturare ciò che la ricerca intendeva realmente studiare, il che significa che i risultati non sono semplicemente il prodotto di errori nella progettazione della ricerca, incomprensioni o influenza di fattori sconosciuti.

Come migliorare la Credibilità di uno Studio?

- Coinvolgimento Prolungato (Rimanere sul campo fino alla saturazione dei dati).
- Contrastare le distorsioni derivanti dall'impatto del ricercatore sul contesto.
 - Limitare i bias del ricercatore.
 - Compensare gli effetti di eventi insoliti o stagionali.
 - Osservazioni Persistenti (Perseguire costantemente interpretazioni in modi diversi in concomitanza con un processo di analisi costante e sperimentale)
- Cercare molteplici influenze.

Come migliorare la Credibilità di uno Studio?

Cont...

- Triangolazione

(Il modo migliore per far emergere le varie e divergenti costruzioni della realtà che esistono nel contesto di uno studio è raccogliere informazioni su diversi eventi e relazioni da diversi punti di vista.)

- Porre domande diverse

- Cercare fonti diverse

- Utilizzare metodi diversi

- Adeguatezza referenziale

(Quali materiali sono disponibili per documentare i risultati? Le registrazioni video offrono una buona registrazione, ma possono risultare «invadenti».)

Come migliorare la Credibilità di uno Studio?

Cont...

- **Debriefing tra pari** (viene svolto con un collega con un livello di competenza simile (non con un collega junior o senior) esterno al contesto dello studio, che abbia una comprensione generale della natura dello stesso e con il quale è possibile esaminare percezioni, intuizioni e analisi).
 - verifica le ipotesi di lavoro
 - aiuta a sviluppare il passaggio successivo
- **Analisi del caso negativo:** implica la ricerca consapevole di dati che non si adattano all'ipotesi di lavoro corrente, sia all'interno dei dati esistenti che nella raccolta dati pianificata.

Come migliorare la Credibilità di uno Studio?

Cont...

Controllo tra membri: è un'attività che comporta la restituzione dei risultati ai membri del gruppo studiato. Attraverso diversi livelli, quali:

- Trascrizioni
- Rapporto preliminare
- Correzione degli errori
- Fornitura di informazioni aggiuntive
- Registrazione del rispondente

Valutazione dell'adeguatezza complessiva dei dati, oltre a quella individuale

Applicabilità: Transferibilità

- Descrizione dettagliata

Poiché la trasferibilità è uno studio naturalistico che dipende dalle somiglianze tra i contesti di invio e di ricezione, il ricercatore raccoglie descrizioni sufficientemente dettagliate dei dati nel contesto e le riporta con sufficiente dettaglio e precisione per consentire al lettore di formulare giudizi sulla trasferibilità.

- Campionamento mirato

A differenza del campionamento casuale, solitamente utilizzato in uno studio tradizionale per ottenere un quadro rappresentativo attraverso qualità aggregate, la ricerca naturalistica cerca di massimizzare la gamma di informazioni specifiche ottenibili da e su tale contesto, selezionando intenzionalmente luoghi e informatori diversi :

Consistenza: Affidabilità

- Un'indagine deve inoltre fornire la prova che, se replicata con gli stessi intervistati (soggetti) o con intervistati simili nello stesso contesto (o in un contesto simile), i suoi risultati sarebbero replicabili.
- Aumento dell'affidabilità : Per consentire ai lettori di sviluppare una comprensione approfondita dei metodi e della loro efficacia, il testo dovrebbe includere sezioni dedicate a:

Consistenza: Affidabilità

- Il disegno della ricerca e la sua implementazione, descrivendo quanto pianificato ed eseguito a livello strategico;
- I dettagli operativi della raccolta dati, affrontando i dettagli di quanto fatto sul campo;
- La valutazione riflessiva del progetto, valutando l'efficacia del processo di indagine intrapreso.

Neutralità: Confermabilità

- In che misura i nostri risultati sono influenzati da interessi e pregiudizi personali?
- Questo indica in che misura i risultati sono il prodotto dell'obiettivo dell'indagine e non dei pregiudizi del ricercatore.
- Percorso di verifica della Confermabilità
- È necessario lasciare un percorso adeguato per consentire al revisore di determinare se le conclusioni, le interpretazioni e le raccomandazioni possono essere ricondotte alle loro fonti e se sono supportate dall'indagine.

Riepilogo

1. Descrivere cos'è la ricerca qualitativa
2. Illustrare le differenze tra ricerca qualitativa e quantitativa
3. Comprendere i concetti di base degli studi qualitativi:
4. Caratteristiche della ricerca qualitativa
 1. Bias
 2. Triangolazione
 3. Affidabilità

Teamwork 1

- In un piccolo team di 5 persone, discutete e scrivete la vostra definizione di "ricerca qualitativa".
- Preparatevi a presentare i vostri risultati a tutti in 10 minuti.

Teamwork 2

- In un piccolo team di 5 persone, riflettete, discutete e identificate un problema rilevante per il vostro team che potrebbe essere esplorato adottando un approccio qualitativo.
- Dopo aver fatto ciò, sviluppate un quesito di ricerca su cui lavoreremo durante il nostro corso intensivo presso l'Università di Parma.
- Preparatevi a presentare i vostri risultati a tutti in 20 minuti.

Grazie per l'attenzione!