

Premessa

Lo scopo della presente indagine è sondare alcuni aspetti della vita relazionale di coppia che afferiscono alla affettività e alla sessualità nel range di età compreso tra i 60 e i 75 anni.

LA DEFINIZIONE DEL COSTRUTTO DELLA RICERCA

Precedentemente alla costruzione del questionario è stata svolta una ricerca per meglio delineare alcuni aspetti che apparivano cruciali per l'impostazione del lavoro:

1. definizione del range di età
2. opzione tra indagine prevalentemente rivolta a sondare opinioni o indagine prevalentemente rivolta a sondare comportamenti.
1. Dalla letteratura consolidata si desume che, volendosi orientare ad una indagine che abbia come oggetto della attenzione la cosiddetta Terza Età, tale valore si debba fare coincidere come età di esordio con i 65 anni (dato ricorrente in tutta la documentazione di tipo sociale e socio-assistenziale). Compete poi a diverse scuole di pensiero la ulteriore suddivisione in due sottoclassi: old-young e old-old, laddove questi ultimi verrebbero collocati negli oltre-75 anni. E' innegabile, al tempo stesso, che in diffuse e recenti pubblicazioni anche specifiche per argomento trattato, l'indagine del comportamento affettivo e sessuale nella Terza Età coinvolga campioni che presentano età a partire dai 50 anni. Come è anche dato rilevante che in ambito di statistica sociometrica alcuni indici importanti quali l'Indice di ricambio della popolazione attiva (IR) prenda in considerazione non già il valore limite del pensionamento (65 anni) ma il range di età che lo avvicinano (60-64 anni). In altri termini: la nostra scelta di usare il limite di entrata minimo a 60 anni è dettato da tutte le precedenti considerazioni, e cioè il tenere presente che l'anzianità non possa essere un evento che si configuri al compiersi del 65° anno di età, ma che, forse, sia troppo azzardato determinarlo già al 50°.
2. Ognuna delle due opzioni (raccolta prevalentemente orientata nel campo delle opinioni; raccolta prevalentemente orientata nel campo dei comportamenti) presenta aspetti validi e interessanti; la nostra scelta è andata alla seconda, cioè al sondare il mondo rappresentato perlopiù dai comportamenti, non nascondendoci che avremmo dovuto affrontare anche la difficoltà del naturale riserbo che avvolge il "dire ciò che si fa o che non si fa" circa questi argomenti. Avremmo potuto così misurare anche la componente riserbo, quantificandone l'importanza.

PRETEST

Si è poi passati alla formulazione di una certa quantità di item (40) che è stata sottoposta ad un campione pilota chiamato a rispondere al questionario stesso ma anche a commentarlo circa le difficoltà e le ambiguità incontrate.

IL QUESTIONARIO DEFINITIVO

L'esito di questa prima parte della ricerca è stata la selezione della presente serie di item (20), identici sia nella versione formulata alle Donne che nella versione proposta agli Uomini.

Gli item selezionati sono il 50% di quelli iniziali e il tempo necessario per la compilazione dell'intero questionario è generalmente di 10 minuti, in accordo con le più autorevoli fonti della ricerca psicosociale attualmente in considerazione.

Particolare cura, dato che l'ambito di uno dei due campi della indagine è la sessualità, è stata data alla scelta delle "parole con cui dirlo". Ecco perché, ad esempio, della premessa sull'uso del termine *partner CFR Questionario* "Nota: il termine "partner" viene usato senza riferimento alcuno al sesso di appartenenza. Poichè in italiano non c'è il genere neutro il termine "partner" e gli aggettivi che lo riguardano sono concordati al maschile".

E' stata fatta la scelta di un questionario chiuso, con scala likert a 5 gradi (da 1 = mai a 5 = sempre), per facilitare nell'intervistato il processo di chiarificazione del significato della domanda stessa, per semplificare la risposta al quesito e perché il questionario è stato pensato come autocompilato, rigorosamente in forma anonima e riconsegnato in busta chiusa.

RACCOLTA DATI

Tecnica scelta: inchiesta o survey standard tramite questionario costituito da 20 item

1 Versione del questionario

1 Versione rivolta a compilatore Donna = *Versione DONNA*

1 Versione rivolta a compilatore Uomo = *Versione UOMO*

Al termine della fase di verifica è stata fatta la selezione degli item ritenuti più indicati alla ricerca in oggetto ed è partita l'indagine vera e propria.

LA SOMMINISTRAZIONE DEL QUESTIONARIO

L'indagine è stata condotta su un campione non probabilistico costituito da soggetti facilmente contattabili e disponibili alla cooperazione.

Il questionario è stato volutamente proposto in condizioni ambientali "naturalistiche" (luoghi di aggregazione, Centri Anziani, palestre, Cineforum, ecc.) con la finalità di evitare, per quanto possibile, effetti coercitivi alla compilazione del questionario stesso. Effetti che, all'incontrario, sono difficilmente epurabili in ambienti non neutri quali ambulatori, cliniche, ospedali, ecc., data la evidente condizione down del compilante e la sua maggiore difficoltà a sottrarsi alla compilazione del questionario. Questo per poter misurare con verosimiglianza la disponibilità a comunicare (sia pure, occorre ribadirlo, in forma assolutamente anonima dato che il questionario è anonimo e riconsegnato in busta chiusa) sugli argomenti trattati.

La somministrazione del questionario è stata rivolta ad un campione di più di 300 persone.

Il questionario è stato somministrato all'intero campione in modo individuale tramite la consegna a mano. Ai soggetti è stato garantito il rispetto della privacy, l'anonimato e il trattamento dei dati esclusivamente a fini statistici.

ANALISI DEI DATI

Ottenuta la restituzione dei questionari si è passati alla fase della elaborazione dati e loro interpretazione utilizzando la statistica descrittiva.

L'analisi dell'attendibilità è stata compiuta tramite l'utilizzo dell' α di Cronbach che verifica la coerenza interna degli item della scala. Il risultato (.74) suggerisce una buona coerenza interna, ovvero tutti gli item correlano tra loro e contribuiscono tutti insieme a rappresentare il campione di comportamenti che si intende osservare.