

Sulla credibilità scientifica dei test psicologici

FABIO BIANCALANI - Psicologo del lavoro e delle organizzazioni

C'è stato un tempo in cui in molti si costruivano il proprio test, chiamando test qualsiasi cosa, contribuendo così al crollo della credibilità scientifica dei test stessi (C. Di Naro)

Quotidiani, rotocalchi rosa, settimanali, televisione, internet dappertutto troviamo il test che ci informa del nostro quoziente intellettuale, quoziente emotivo, della nostra personalità, dell'affinità di coppia, e via dicendo. Sono i "test giocattolo", curiosi e forse divertenti passatempo che si possono accomunare alle predizioni astrologiche, alla grafologia, alla chiromanzia, ma che non hanno nulla a che vedere con i "test veri".

Il "ciclo produttivo" di un test psicologico, sia esso un inventario di personalità, un test cognitivo, un test neuropsicologico, ecc. incontra complicati e molteplici problemi che riguardano:

1. il modello teorico che guida la formazione e l'elaborazione dello strumento ovvero la validità di costruito (ci sono persone che si affidano alle predizioni astrologiche, grafologiche, e altra spazzatura simile non solo per scoprire il proprio destino e futuro personale, ma anche per decidere il futuro e il destino di altri ad esempio quando vi si ricorre nella selezione del personale. Se vogliamo essere buoni diremo che l'astrologia e la grafologia sono accomunate da scarsa validità di costruito);
2. la verifica empirica del modello teorico attraverso la somministrazione del test ad un gruppo di soggetti che sappiamo possedere la caratteristica o le caratteristiche misurate dal test (validità di criterio) oppure confrontando i punteggi del nostro test con quelli ottenuti con altri test (precedentemente validati da altri) che misurano lo stesso fattore. In quest'ultimo caso si parla di validità concorrente espressa da un coefficiente che deve superare il valore di 0.75;
3. la scelta degli items del test: gli item devono avere, oltre a precise proprietà psicometriche che non descriveremo e ad un numero di item mai inferiore a 20-30, *validità ecologica o apparente*. Non si può proporre ad un adulto item del tipo "un ortolano ha una cassetta con 10 mele, ne vende 5, ..." oppure "mi piace riparare serrature";

4. la verifica dell'accuratezza (attendibilità e fedeltà o errore di misura) dei punteggi del test. Il test deve dare un risultato il più possibile indipendente dalle variazioni momentanee delle condizioni del soggetto e delle condizioni di somministrazione; per essere attendibile il punteggio ottenuto da un soggetto alla medesima prova deve essere sempre lo stesso anche quando si ripete il test. Per verificarne l'attendibilità si ricorre ai metodi test-retest e split-half. Il primo consiste nella somministrazione a distanza di tempo e sugli stessi soggetti del reattivo per poi confrontare i punteggi ottenuti la prima volta (test) con quelli ottenuti la seconda volta (retest), il secondo invece saggia la coerenza interna dello strumento. Otterremo così i coefficienti di attendibilità del reattivo (un buon test ha coefficienti maggiori o uguali a 0.80)
5. la verifica del valore di previsione dei punteggi (validità predittiva, errore di stima) rispetto ad un criterio prescelto;
6. il confronto dei risultati ottenuti con quelli di altri test e/o con altri gruppi di soggetti;
7. la standardizzazione delle procedure di somministrazione, delle istruzioni, delle operazioni di valutazione e attribuzione dei punteggi
8. la sensibilità ovvero la capacità del test di essere in grado di differenziare i soggetti esaminati sull'attributo/i che si intende misurare;
9. la rappresentatività del campione da cui si raccolgono i dati normativi del test. Per avere un campione rappresentativo si devono seguire regole che hanno a che fare con la statistica, la teoria della probabilità, la teoria dei giochi, ecc.

Quindi si può parlare di test psicologico qualitativamente e quantitativamente buono *solamente* se lo strumento di misura risponde efficacemente a tutti questi requisiti, cioè quando ha superato le strette maglie della *validazione*.