

Università degli Studi di Torino
Facoltà di Scienze della Formazione
Corso di Laurea in Scienze dell'Educazione
Indirizzo: Educatore nell'area della prima infanzia
Corso di Pedagogia Sperimentale; Prof: Trincherò Roberto
Anno accademico 2017/2018



Progetto di ricerca empirica
“La relazione tra la musica e le emozioni”



A cura di:
Milena Cariolo
Federica Caracciolo

INDICE

1. Premessa
2. Tema di ricerca
3. Problema conoscitivo
4. Obiettivo di ricerca
5. Quadro teorico
6. Ipotesi di ricerca
7. Fattori coinvolti
8. Definizione operativa dei fattori
9. Popolazione di riferimento e campione di ricerca
10. Tecniche e strumenti di rilevazione dati
11. Questionario
12. Pianificazione della raccolta dati
13. Matrice dati
14. Tecniche di analisi utilizzate e interpretazione dei dati
15. Riflessione sull'esperienza di ricerca
16. Bibliografia e Sitografia

1. Premessa

La decisione di svolgere una ricerca empirica sulla competenza emotiva in relazione alla musica nasce dalla curiosità di verificare il rapporto tra la musica e le emozioni in fasce di età tra i 14 e i 60 anni, di genere sia maschile che femminile.

2. Tema di ricerca

La relazione tra l'ascolto della musica e le emozioni.

3. Problema conoscitivo

Vi è relazione tra l'ascolto della musica e la capacità di esprimere le diverse emozioni?

4. Obiettivo di ricerca

Verificare se vi è relazione tra la musica e il coinvolgimento delle nostre emozioni.

5. Quadro teorico

Per la formulazione del quadro teorico, abbiamo cercato del materiale in rete inerenti al nostro tema. Successivamente lo abbiamo rielaborato e abbiamo creato una mappa concettuale. Grazie ad essa è stato possibile scrivere un testo che contenesse i concetti principali.

La ricerca che abbiamo deciso di intraprendere vuole cercare di analizzare se esiste una relazione tra la musica e le emozioni.

Come sostiene lo studioso John A. Sloboda la maggior parte delle persone si avvicina alla musica iniziando a suonare uno strumento o semplicemente ascoltando musica per avere un riscontro emozionale.

La musica è un'arte che viene praticata dall'uomo fin dai tempi più antichi e può essere considerata un aspetto centrale della cultura umana.

Diversi tipi di musica trasmettono diversi tipi di emozione.

Le emozioni che scaturiscono in seguito ad un ascolto musicale possono essere le più varie: si va da chi ricerca un puro "godimento estetico" a chi prova commozione, gioia, tristezza, disperazione, che la musica può contribuire ad alleviare o sostenere.

Uno dei principali argomenti di ricerca che ci poniamo, comprende la modalità con la quale la musica riesce ad influire sulle persone.

L'intento è quello di analizzare questo rapporto non solo sul piano cognitivista, bensì si vuole sostenere un'indagine a 360 gradi, la quale comprenda i vari piani della ricerca dal momento che i "processi e gli stati d'animo sono caratterizzati proprio da una profonda integrazione tra eccitazione fisica, elaborazione mentale e cognitiva degli stimoli."

Recentemente studi semiologici hanno preso in considerazione la relazione tra musica, significato ed emozioni, in particolare quali elementi determinano l'attribuzione di significato e suscitano in noi un certo stato d'animo. Quando si parla di musica ed emozioni si riscontra spesso il problema della descrizione di quest'ultime, quasi nessuno riesce ad esprimere a voce questo genere di emozioni, spesso mancano le parole per descrivere al meglio il concetto, questa inadeguatezza di linguaggio porta a riuscire ad esprimere certi concetti solo attraverso specifici tipi di linguaggio ovvero quello poetico e quello artistico.

Dal momento che lo studio delle reazioni emotive è molto difficoltoso si propone di analizzare le reazioni fisiologiche, le quali possono fornire un contributo importante per i fini della ricerca.

Tuttavia fino ad oggi non è ancora stata provata una relazione certa tra risposta emozionale e reazione fisiologica.

Nella pratica educativa e formativa odierna l'“educazione emotiva” è quasi inesistente. La domanda alla quale tentiamo di dare una risposta è: quanto quest'ultima influirebbe sulla formazione di un'individuo se attuata già dall'infanzia? ¹

Come abbiamo precedentemente accennato musica e emozioni sembrano un binomio quasi inscindibile; la musica è la forma artistica che più di ogni altra forma suscita in noi emozioni.

Ciò avviene in parte poiché la musica facilita il ricordo e ci proietta in momenti particolarmente importanti della nostra vita e ciò fa sì che scaturiscano emozioni, in parte invece è proprio la musica stessa, in base alle sue caratteristiche (tempo, ritmo...) che porta le persone a provare un dato sentimento, ad esempio se una data musica ha una cadenza molto lenta (compresa tra i 30 ed i 40 bpm) sarà riconosciuta naturalmente dalle persone come triste, se invece il tempo è molto veloce (ovvero quando supera i 120 bpm) avrà un effetto sulle persone energizzante.

Ciò che è emerso dagli studi di M. Capozza e L. Pieroni è la relazione che viene a crearsi tra il battito del cuore ed il ritmo e le note della musica.

Tanto più il ritmo musicale si avvicina al ritmo dei battiti del cuore (circa 60 bpm) quanto più la musica instaurerà negli individui una situazione di benessere e serenità.

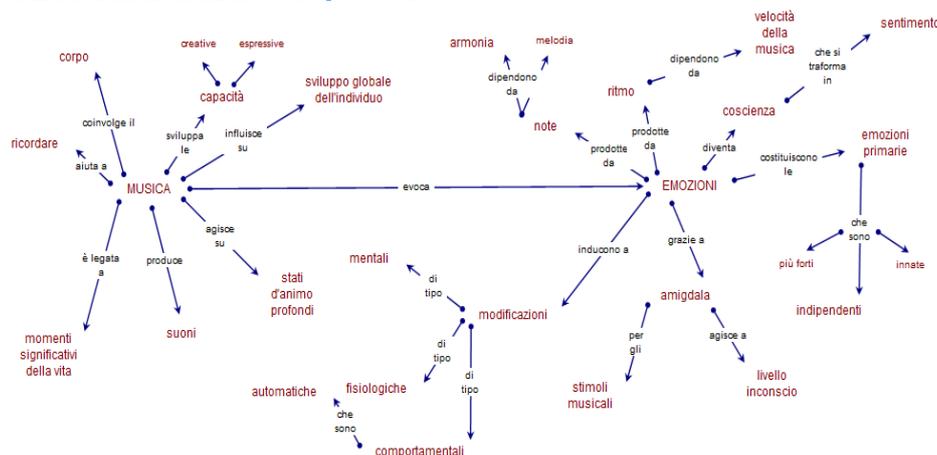
Le emozioni primarie, ovvero quelle basilari che regolano l'istinto di sopravvivenza, quali paura, tristezza, dolore, felicità, gioia, eccitamento, interesse, disgusto, sorpresa, sono riconosciute ed analizzate primariamente, a livello inconscio, dall'amigdala: è grazie a questa che “impariamo” quale risposta innata è più adatta a un certo stimolo-situazione. In quanto quest'organo agisce a livello inconscio e fa scaturire emozioni forti.

È probabile che sia proprio qui che vengono analizzati gli stimoli musicali, quelli che poi daranno il via alle emozioni.

Emozioni e processi cognitivi dunque sono strettamente connessi, e da tempo ormai c'è concordanza sul fatto che un apprendimento è tanto più significativo quanto più è anche carico di partecipazione emotiva ed affettiva.²

Riportiamo la mappa concettuale costruita con WMap:

Relazione tra musica ed emozioni. milena.carlioto@edu.unito.it; 9/10/2017



6. Ipotesi di ricerca

L'ascolto abituale della musica influenza la propria competenza emotiva?

7. Fattori coinvolti

Fattori di sfondo: dati personali

Fattori indipendenti: ascolto abituale della musica

Fattori dipendenti: emozioni provate

8. Definizione operativa dei fattori

La ricerca eseguita è di tipo standard; dopo aver individuato i fattori coinvolti nell'ipotesi di lavoro, occorre definirli operativamente mediante indicatori opportuni. Tali indicatori consentono di costruire eventuali domande e di verificare la validità delle ipotesi.

Fattori	Indicatori	Variabili
Fattori di sfondo (dati personali)	Genere	Genere? <ul style="list-style-type: none">• Maschio• Femmina
	Età	Età? ...
	Posizione sociale	Cosa fai nella vita? <ul style="list-style-type: none">• Studente• Lavoratore autonomo• In cerca di occupazione• Lavoratore dipendente
Fattori indipendenti (ascolto della musica)	Ascolto musica	È tua abitudine ascoltare musica? <ul style="list-style-type: none">• Sì• No
	Quantità	Quante volte ascolti musica? <ul style="list-style-type: none">• Raramente• 1/3 volte a settimana• 4/5 volte a settimana• una decina di volte al mese• ogni giorno Se hai barrato ogni giorno, per quante ore al giorno? <ul style="list-style-type: none">• 0-2 h• 3-5 h• più di 5 h In quale momento della giornata ascolti musica? <ul style="list-style-type: none">• Mattina• Pomeriggio• Sera• Notte

	Luogo di ascolto	<p>In quale ambiente ascolti musica?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lavoro • Viaggio • Sport • Tempo libero • Studio • Altro <p>Nella tua fase d'infanzia è/era presente la musica?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sì • No
	Modalità	<p>Come ascolti la musica?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mp3/Ipod • Stereo/Radio • Computer • Televisore <p>Quando ascolti musica, canti?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sì • No
	Genere musicale	<p>Qual è il tuo genere musicale preferito?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rock/Hard rock/Metal • Pop/Soul/Jazz • House/Commerciale • Italiana • Classica • Altro
	Musica pratica	<p>Suoni/hai suonato qualche strumento?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sì • No • Se sì, quale? <p>Frequenti corsi di musica o canto?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sì • No
Fattori dipendenti (emozioni provate)	Riflessioni sulla musica e sulle emozioni	<p>Della musica ascolti di più?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le parole, ti piace il senso poetico della musica • La melodia, non ascolti le parole, ti piace abbinare la musica ai pensieri

Pensi che l'ascolto della musica ti permetta di superare o controllare situazioni stressanti?

- Sì
- No

Cosa ne pensi della musica?

- È piacevole da ascoltare
- Melodia che stimola sentimenti ed emozioni
- Un bel sottofondo da ballare

Come ti senti quando parli con altre persone?

- Compreso
- Al centro dell'attenzione
- Accettato
- Solo, escluso
- Altro

Pensi che l'autostima influenzi il tuo livello di benessere?

- Sì
- No

Quando ascolti musica, la associ ad un particolare stato d'animo?

- Sì
- No
- A volte

La musica ha un effetto positivo sul tuo stato d'animo?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Nulla

L'ascolto di canzoni in un momento particolare ti hanno fatto provare emozioni forti?

- Sì
- No

Pensi che tutte le persone che ascoltano un particolare brano provano un'emozione?

- Sì
- No

La stessa emozione?

- Si
- No

Pensi che la musica sia un buon modo per spiegare cosa si sta provando dentro?

- Si
- No

Riesci a parlare apertamente delle tue emozioni?

- Si
- No

Pensi di riuscire a riconoscere le emozioni negli altri?

- Si
- No

Attraverso l'ascolto di un brano sai riconoscere le diverse emozioni provate?(gioia,dolore,tristezza,rabbia)

- Si
- No

Riesci a metterti nei panni degli altri e comprendere il loro punto di vista?

- Si
- No

Quando devi manifestare i tuoi sentimenti:

- Ti senti in imbarazzo ed eviti
- Lo fai senza problemi

Che cosa rappresenta per te la musica?

- Motivo di conoscenza
- Un passatempo inutile
- Un momento di intimità
- Una passione contagiosa
- Un piacere da condividere

9. Popolazione di riferimento e campione di ricerca

Per quanto riguarda la popolazione di riferimento abbiamo scelto 100 persone abitanti nel Comune di Torino, tra cui 74 femmine e 26 maschi.

10. Tecniche e strumenti di rilevazione dati

Come tecnica di rilevazione dei dati ci siamo servite di un questionario auto compilato nel quale abbiamo inserito le variabili e al quale abbiamo allegato una lettera di presentazione che spiegasse le ragioni e gli obiettivi di ricerca.

La scelta di uno strumento altamente strutturato con 31 domande a risposta multipla (tra le quali 2 variabili di sfondo età e genere) ci è sembrata più idonea per una ricerca di tipo quantitativo.

11. Questionario

Gentile amico/a,

al fine di raccogliere dei dati significativi in merito ad una ricerca presso la facoltà di Scienze dell'Educazione dell'Università degli Studi di Torino, ti chiediamo gentilmente di rispondere alle domande di questo questionario riguardante la relazione tra la musica e le emozioni.

Le domande sono semplici, scegli una sola risposta per ogni domanda, salvo diversa indicazione.

Tutti i dati verranno raccolti in modo anonimo e utilizzati per soli fini statistici.

Grazie per la tua disponibilità e collaborazione

Buon lavoro!

1) Genere?

- Maschio
- Femmina

2) Età?

- ...

3) Cosa fai nella vita?

- Studente
- Lavoratore autonomo
- In cerca di occupazione
- Lavoratore dipendente

4) È tua abitudine ascoltare musica?

- Sì
- No

5) Quante volte ascolti musica?

- Raramente
- 1/3 volte a settimana
- 4/5 volte a settimana
- Una decina di volte al mese
- Ogni giorno

6) Se hai barrato "ogni giorno" per quante ore al giorno?

- 0-2
- 3-5
- Più di 5

7) In quale momento della giornata ascolti musica?

- Mattina
- Pomeriggio
- Sera
- Notte

8) In quale ambiente ascolti musica? (barrare anche più di una casella)

- Lavoro
- Viaggio
- Sport
- Tempo libero
- Studio
- Altro

9) Nella tua fase d'infanzia è/era presente la musica?

- Sì
- No

10) Come ascolti la musica?

- Mp3/Ipod
- Stereo/Radio
- Computer
- Televisore

11) Qual è il tuo genere musicale preferito? (barrare anche più di una casella)

- Rock/Hard Rock/Metal
- Pop/Soul/Jazz
- House/Commerciale
- Italiana
- Classica
- Altro

12) Suoni/hai suonato qualche strumento?

- Sì
- No
- Se sì, quale?

13) Quando ascolti musica, canti?

- Sì
- No

14) Frequenti corsi di musica o canto?

- Sì
- No

15) Della musica ascolti di più:

- Le parole, ti piace il senso poetico della musica
- La melodia, non ascolti le parole, ti piace abbinare la musica ai pensieri

16) Pensi che l'ascolto della musica ti permette di controllare o superare situazioni stressanti?

- Sì
- No

17) Cosa ne pensi della musica?

- È piacevole da ascoltare
- Melodia che stimola sentimenti ed emozioni
- Un bel sottofondo da ballare

18) Come ti senti quando parli con altre persone?

- Compreso
- Al centro dell'attenzione
- Accettato
- Solo, escluso
- Altro

19) Pensi che l'autostima influenzi il tuo livello di benessere?

- Sì
- No

20) Quando ascolti musica, la associ ad un tuo particolare stato d'animo?

- Sì
- No
- A volte

21) La musica ha un effetto positivo sul tuo stato d'animo?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Nulla

22) L'ascolto di canzoni in un momento particolare ti ha fatto provare emozioni forti?

- Sì
- No

23) Pensi che tutte le persone che ascoltano un particolare brano provano un'emozione?

- Sì
- No

24) La stessa emozione?

- Sì
- No

25) Pensi che la musica sia un buon modo per spiegare cosa si sta provando dentro?

- Sì
- No

26) Riesci a parlare apertamente delle tue emozioni?

- Sì
- No

27) Pensi di riuscire a riconoscere le emozioni negli altri?

- Sì
- No

28) Attraverso l'ascolto di un brano sai riconoscere le diverse emozioni provate?(gioia,dolore,tristezza,rabbia)

- Sì
- No

29) Riesci a metterti nei panni dell'altro comprendendo il suo punto di vista?

- Sì
- No

30) Quando devi manifestare i tuoi sentimenti:

- Ti senti in imbarazzo ed eviti
- Lo fai senza problemi

31) Che cosa rappresenta per te la musica?

- Un motivo di conoscenza
- Un passatempo inutile
- Un momento di intimità
- Una passione contagiosa
- Un piacere da condividere

12. Pianificazione della raccolta dati

I dati raccolti mediante il questionario sono stati caricati su Excel per costruire la matrice dei dati, nella quale risultano tutti i casi esaminati e le variabili generate dalle domande del questionario.

13. Matrice dati

Codice	Genere	Età	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28	V29	V30	V31
C01	maschio	52	2	1	3	-	2	1	1	4	4	2	2	1	2	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	
C02	femmina	32	3	1	2	-	3	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	3	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	3	
C03	femmina	30	4	1	2	-	3	1	1	3	3	1	1	2	1	1	2	4	2	3	2	1	2	2	1	2	1	1	1	5	
C04	maschio	40	4	1	3	-	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	5	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	5	
C05	femmina	59	2	1	4	-	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	4	
C06	maschio	33	4	1	2	-	1	1	1	1	4	2	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	3	
C07	maschio	14	1	1	5	-	1	5	1	1	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	
C08	femmina	49	4	1	2	-	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	4	
C09	femmina	56	2	2	1	-	2	3	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	
C10	maschio	16	1	2	1	-	2	5	2	3	4	1	1	2	1	1	1	3	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	
C11	femmina	28	3	1	3	-	2	6	1	3	6	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	
C12	maschio	26	1	1	5	-	3	3	2	2	5	1	1	2	2	1	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	
C13	maschio	20	1	1	5	-	1	5	1	3	2	1	1	2	1	1	2	5	1	3	4	1	1	2	1	2	1	1	1	5	
C14	femmina	22	1	1	5	-	3	5	2	2	3	1	1	2	1	1	4	1	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	4		
C15	femmina	27	3	1	5	-	1	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	3	3	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	
C16	femmina	46	4	1	3	-	2	6	2	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	2	5	
C17	maschio	50	4	1	2	-	1	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	4	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	5	
C18	maschio	42	4	2	1	-	1	6	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	1	2	1	5	
C19	maschio	23	1	1	5	-	2	5	1	1	4	1	2	1	1	2	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	5	
C20	femmina	24	1	1	5	-	1	2	2	1	4	1	1	2	2	1	2	3	1	3	2	1	2	2	1	2	1	2	2	3	
C21	maschio	38	4	1	4	-	2	2	1	1	4	1	1	2	2	1	2	5	1	3	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	
C22	femmina	20	1	1	5	-	3	5	2	1	6	1	1	2	2	1	2	5	1	3	1	2	2	1	1	2	1	1	2	4	
C23	maschio	45	4	1	3	-	2	4	2	1	5	2	1	2	1	1	2	4	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	5	
C24	maschio	18	1	1	5	-	2	1	5	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	5
C25	femmina	22	1	1	5	-	1	4	1	2	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	
C26	femmina	19	1	1	5	-	1	4	5	1	1	1	1	2	1	1	2	3	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	3	
C27	femmina	20	1	1	5	-	1	2	4	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	3	3	1	1	2	1	2	2	1	2	5	
C28	femmina	25	3	1	5	-	1	2	4	1	3	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	5	
C29	femmina	19	1	1	5	-	1	3	5	1	2	4	2	1	2	2	1	2	3	1	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	5
C30	femmina	17	1	1	5	-	1	3	5	1	2	4	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
C31	femmina	19	1	1	5	-	2	1	5	1	1	5	1	1	2	2	1	3	3	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	
C32	femmina	22	1	1	5	-	1	3	4	1	2	6	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	5	
C33	femmina	15	1	2	2	-	1	5	1	1	6	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	4	
C34	femmina	19	1	1	5	-	3	4	1	3	2	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	
C35	femmina	29	3	1	4	-	3	4	1	2	4	2	1	2	1	1	2	5	1	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	
C36	femmina	48	4	2	2	-	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	5	
C37	femmina	37	4	1	5	-	3	1	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	5
C38	femmina	19	1	1	5	-	1	3	2	1	3	2	2	1	1	1	2	3	1	3	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	5
C39	femmina	20	1	1	5	-	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	5	
C40	femmina	23	1	1	5	-	1	1	2	1	5	2	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	
C41	femmina	22	1	1	5	-	1	3	6	1	1	4	1	1	2	1	1	3	3	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	5	
C42	femmina	21	1	1	5	-	2	2	2	1	1	4	2	1	2	2	1	2	3	1	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	5
C43	femmina	19	1	1	5	-	1	6	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	3	
C44	femmina	24	3	1	5	-	1	1	6	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	5	
C45	femmina	23	1	1	5	-	1	3	6	1	1	2	1	2	2	1	1	2	3	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	5	
C46	femmina	46	4	1	3	-	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	5	
C47	femmina	19	1	1	3	-	1	2	1	1	4	1	1	1	1	1	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	5	
C48	femmina	18	1	1	4	-	2	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1	3	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	5
C49	femmina	18	1	1	3	-	3	4	1	1	6	1	2	2	1	1	2	1	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	5	
C50	femmina	22	1	1	5	-	1	1	2	1	1	3	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	5

14. Tecniche di analisi utilizzate e interpretazione dei dati

Per analizzare i dati abbiamo inserito la matrice dati nel programma di calcolo Jstat.

Da qui abbiamo potuto effettuare in primo luogo l'analisi monovariata di ogni singola variabile per definirne la distribuzione di frequenza, gli indici di tendenza centrale e gli indici di dispersione.

Successivamente abbiamo effettuato l'analisi bivariata tra alcune variabili significative per verificarne le nostre ipotesi iniziali.

In questo caso abbiamo utilizzato la tabella a doppia entrata ed il calcolo dell'X quadro.

Nella tabella vengono riportate per ogni cella le frequenze dei casi osservate e le frequenze attese (ovvero le frequenze che ci si attenderebbe di osservare qualora la relazione tra le due variabili fosse nulla).

L'X quadro è l'indice statistico che permette di calcolare la distanza tra la situazione osservata e quella attesa.

Si calcola attraverso la sommatoria di ogni singola differenza tra le frequenze osservate e quelle attese elevata al quadrato e divisa per la frequenza attesa.

Il valore di X quadro può variare da zero (assenza di relazione) a n (numerosità del campione) moltiplicato per il minimo tra il numero di righe e il numero di colonne, meno uno (massima relazione).

ANALISI MONOVARIATA

Distribuzione di frequenza: 1) Genere

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
femmina	37	74%	37	74%	62%:86%
maschio	13	26%	50	100%	14%:38%

Campione:

Numero di casi= 50

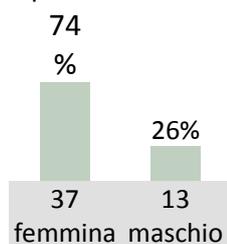
Indici di tendenza centrale:

Moda = femmina

Mediana = femmina

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.62



Dall'analisi dei dati è emersa che la variabile del sesso femminile è maggiore rispetto a quella maschile; infatti si ha un 74% rispetto ad un 26% degli uomini.

Distribuzione di frequenza: 2) Età

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
14	1	2%	1	2%	0%:8%
15	1	2%	2	4%	0%:8%
16	1	2%	3	6%	0%:8%
17	1	2%	4	8%	0%:8%
18	3	6%	7	14%	0%:13%
19	7	14%	14	28%	4%:24%
20	4	8%	18	36%	0%:16%
21	1	2%	19	38%	0%:8%
22	5	10%	24	48%	2%:18%
23	3	6%	27	54%	0%:13%
24	2	4%	29	58%	0%:12%
25	1	2%	30	60%	0%:8%
26	1	2%	31	62%	0%:8%
27	1	2%	32	64%	0%:8%
28	1	2%	33	66%	0%:8%
29	1	2%	34	68%	0%:8%
30	1	2%	35	70%	0%:8%
32	1	2%	36	72%	0%:8%
33	1	2%	37	74%	0%:8%il 2%

37	1	2%	38	76%	0%:8%
38	1	2%	39	78%	0%:8%
40	1	2%	40	80%	0%:8%
42	1	2%	41	82%	0%:8%
45	1	2%	42	84%	0%:8%
46	2	4%	44	88%	0%:12%
48	1	2%	45	90%	0%:8%
49	1	2%	46	92%	0%:8%
50	1	2%	47	94%	0%:8%
52	1	2%	48	96%	0%:8%
56	1	2%	49	98%	0%:8%
59	1	2%	50	100%	0%:8%

2% 2% 2% 2% 6% 14% 8% 2% 10% 6% 4% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 2% 4% 2% 2% 2% 2% 2% 2%

1	1	1	1	3	7	4	1	5	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	32	33	37	38	40	42	45	46	48	49	50	52	56	59			

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 19

Mediana = 23

Media = 28.3

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.06

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 24.96 a 31.64
Scarto tipo	da 10.19 a 15.49

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.012

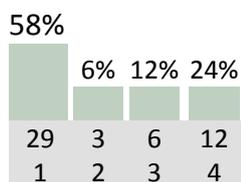
Dall'analisi dei dati è emerso che i soggetti hanno:

- il 2% ha 14 anni (1 persona)
- il 2% ha 15 anni (1 persona)
- il 2% ha 16 anni (1 persona)
- il 2% ha 17 anni (1 persona)
- il 6% ha 18 anni (3 persone)
- il 14% ha 19 anni (7 persone)
- l'8% ha 20 anni (4 persone)
- il 2% h 21 anni (1 persona)
- il 10% ha 22 anni (5 persone)
- il 6% ha 23 anni (3 persone)
- il 4% ha 24 anni (2 persone)
- il 2% ha 25 anni (1 persona)
- il 2% ha 26 anni (1 persona)
- il 2% ha 27 anni (1 persona)
- il 2% ha 28 anni (1 persona)
- il 2% ha 29 anni (1 persona)
- il 2% ha 30 anni (1 persona)

- il 2% ha 32 anni (1 persona)
- il 2% ha 33 anni (1 persona)
- il 2% ha 37 anni (1 persona)
- il 2% ha 38 anni (1 persona)
- il 2% ha 40 anni (1 persona)
- il 2% ha 42 anni (1 persona)
- il 2% ha 45 anni (1 persona)
- il 4% ha 46 anni (2 persone)
- il 2% ha 48 anni (1 persona)
- il 2% ha 49 anni (1 persona)
- il 2% ha 50 anni (1 persona)
- il 2% ha 52 anni (1 persona)
- il 2% ha 56 anni (1 persona)
- il 2% ha 59 anni (1 persona)

Distribuzione di frequenza: 3) Cosa fai nella vita?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	29	58%	29	58%	44%:72%
2	3	6%	32	64%	0%:13%
3	6	12%	38	76%	3%:21%
4	12	24%	50	100%	12%:36%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.66 a 2.38
Scarto tipo	da 1.09 a 1.66

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 2.02

Indici di dispersione:

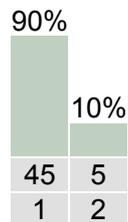
Squilibrio = 0.41

Dall'analisi dei dati è emerso che:

- 58% studente (29 persone)
- 6% lavoratore autonomo (3 persone)
- 12% in cerca di occupazione (6 persone)
- 24% lavoratore dipendente (12 persone)

Distribuzione di frequenza: 4) Abitudine ad ascoltare musica

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	45	90%	45	90%	82%-98%
2	5	10%	50	100%	2%-18%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.02 a 1.18
Scarto tipo	da 0.25 a 0.39

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.1

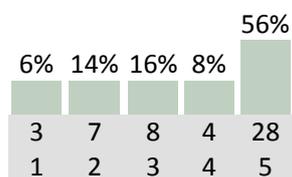
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.82

Dall'analisi dei dati è emerso che il 90% (45 persone) ascolta la musica abitualmente, mentre il 10% (5 persone) non ascolta abitualmente la musica.

Distribuzione di frequenza: 5) Quante volte ascolti musica?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	3	6%	3	6%	0%:13%
2	7	14%	10	20%	4%:24%
3	8	16%	18	36%	6%:26%
4	4	8%	22	44%	0%:16%
5	28	56%	50	100%	42%:70%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 3.57 a 4.31
Scarto tipo	da 1.14 a 1.73

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 5

Mediana = 5

Media = 3.94

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.37

Dall'analisi dei dati è emerso che:

-6% ascolta musica raramente (3 persone)

-14% ascolta musica 1/3 volte a settimana (7 persone)

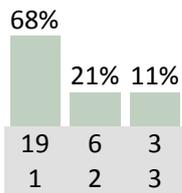
-16% ascolta musica 4/5 volte a settimana (8 persone)

-8% ascolta musica una decina di volte al mese (4 persone)

-56% ascolta musica ogni giorno (28 persone)

Distribuzione di frequenza: 6) Quante ore al giorno?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	19	68%	19	68%	50%:86%
2	6	21%	25	89%	4%:39%
3	3	11%	28	100%	0%:25%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.17 a 1.69
Scarto tipo	da 0.54 a 0.92

Campione:

Numero di casi= 28

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.43

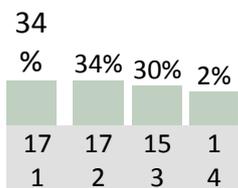
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.52

Dall'analisi dei dati emergono le ore passate ad ascoltare la musica ogni giorno il 68% (19 persone) per 0-2 ore, il 21% (6 persone) per 3-5 ore e l'11% (3 persone).

Distribuzione di frequenza: 7) Momento della giornata in cui si ascolta musica

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	17	34%	17	34%	21%:47%
2	17	34%	34	68%	21%:47%
3	15	30%	49	98%	17%:43%
4	1	2%	50	100%	0%:8%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.76 a 2.24
Scarto tipo	da 0.72 a 1.09

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1; 2

Mediana = 2

Media = 2

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.32

Dall'analisi dati emerge che:

-il 34% ascolta musica al mattino (17 persone)

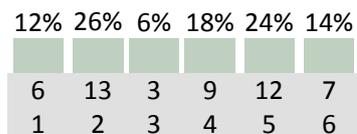
-il 34% ascolta musica il pomeriggio (17 persone)

-il 30% ascolta musica la sera (15 persone)

-il 2% ascolta musica la notte (1 persona)

Distribuzione di frequenza: 8) Ambiente in cui si ascolta musica

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	6	12%	6	12%	3%:21%
2	13	26%	19	38%	14%:38%
3	3	6%	22	44%	0%:13%
4	9	18%	31	62%	7%:29%
5	12	24%	43	86%	12%:36%
6	7	14%	50	100%	4%:24%

**Popolazione:**

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 3.12 a 4.04
Scarto tipo	da 1.42 a 2.15

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 4

Media = 3.58

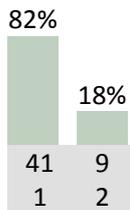
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.2

Dall'analisi dei dati emerge che il 12% (6 persone) ascolta musica a lavoro, il 26% (13 persone) ascolta musica durante i viaggi, il 6% (3 persone) ascolta musica praticando uno sport, il 18% (9 persone) ascolta musica durante il tempo libero, il 24% (12 persone) ascolta musica mentre studia, e infine il 7% (6 persone) ascolta musica in ambienti non specificati.

Distribuzione di frequenza: 9) Nella tua fase d'infanzia è/era presente la musica?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	41	82%	41	82%	71%:93%
2	9	18%	50	100%	7%:29%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 3.12 a 4.04
Scarto tipo	da 1.42 a 2.15

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.18

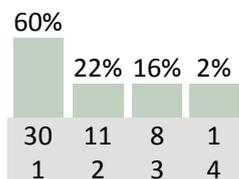
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.7

Dall'analisi dei dati emerge che nella fase d'infanzia è/era presente la musica per l'82% (41 persone), mentre non è/era presente per il 18% (9 persone).

Distribuzione di frequenza: 10) Come ascolti la musica?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	30	60%	30	60%	46%:74%
2	11	22%	41	82%	11%:33%
3	8	16%	49	98%	6%:26%
4	1	2%	50	100%	0%:8%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.37 a 1.83
Scarto tipo	da 0.7 a 1.06

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.6

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.43

Dall'analisi dei dati emerge che:

-60% ascolta musica con MP3/Ipod (30 persone)

-22% ascolta musica con Stereo/Radio (11 persone)

-16% ascolta musica tramite il computer (8 persone)

-2% ascolta musica tramite la televisione (1 persona)

Distribuzione di frequenza: 11) Qual è il tuo genere musicale preferito?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	8	16%	8	16%	6%:26%
2	13	26%	21	42%	14%:38%
3	7	14%	28	56%	4%:24%
4	12	24%	40	80%	12%:36%
5	5	10%	45	90%	2%:18%
6	5	10%	50	100%	2%:18%

16	26	14	24	10	10
%	%	%	%	%	%
8	13	7	12	5	5
1	2	3	4	5	6

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.73 a 3.59
Scarto tipo	da 1.32 a 2

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 3

Media = 3.16

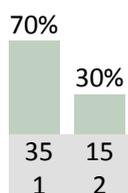
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.19

Dall'analisi dei dati emerge che il 16% (8 persone) preferisce musica Rock/Hard Rock/Metal, il 26% (13 persone) preferisce musica Pop/Soul/Jazz, il 14% (7 persone) preferisce musica House/Commerciale, il 24% (12 persone) preferisce musica italiana, il 10% (5 persone) preferisce musica classica e il 10% (5 persone) preferisce ascoltare un altro tipo di musica non specificata.

Distribuzione di frequenza: 12) Suoni/hai suonato qualche strumento?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	35	70%	35	70%	57%-83%
2	15	30%	50	100%	17%-43%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.17 a 1.43
Scarto tipo	da 0.39 a 0.59

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.3

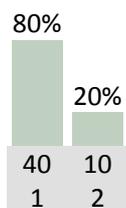
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.58

Dall'analisi dei dati emerge che il 70% (35 persone) suona/ ha suonato qualche strumento, mentre il 30% (15 persone) non suona/non ha mai suonato qualche strumento.

Distribuzione di frequenza: 13) Quando ascolti musica, canti?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	40	80%	40	80%	69%:91%
2	10	20%	50	100%	9%:31%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.09 a 1.31
Scarto tipo	da 0.34 a 0.51

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.2

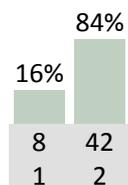
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.68

Dall'analisi dei dati emerge che l'80% (40 persone) canta quando ascolta musica, mentre il 20% (10 persone) non canta quando ascolta la musica.

Distribuzione di frequenza: 14) Frequenti corsi di musica o canto?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	8	16%	8	16%	6%:26%
2	42	84%	50	100%	74%:94%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.74 a 1.94
Scarto tipo	da 0.31 a 0.47

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 1.84

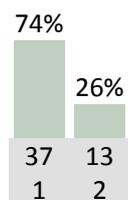
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.73

Dall'analisi dei dati emerge che il 16% (8 persone) frequenta corsi di musica o canto, mentre l'84% (42 persone) non frequenta corsi di musica o canto.

Distribuzione di frequenza: 15) Della musica ascoltati di più:

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	37	74%	37	74%	62%:86%
2	13	26%	50	100%	14%:38%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.14 a 1.38
Scarto tipo	da 0.37 a 0.56

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.26

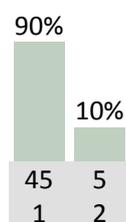
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.62

Dall'analisi dei dati emerge che il 74% (37 persone) ascolta di più le parole, il senso poetico della musica, mentre il 26% (13 persone) ascolta la melodia, senza ascoltare le parole, abbinando la musica ai pensieri.

Distribuzione di frequenza: 16) Pensi che l'ascolto della musica ti permette di controllare o superare situazioni stressanti?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	45	90%	45	90%	82%-98%
2	5	10%	50	100%	2%-18%

**Popolazione:**

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.02 a 1.18
Scarto tipo	da 0.25 a 0.39

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.1

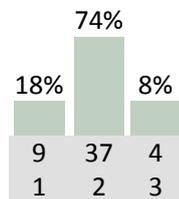
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.82

Dall'analisi dei dati emerge che il 90% (45 persone) pensa che l'ascolto della musica permette di controllare o superare situazioni stressanti, mentre il 10% (5 persone) pensa che la musica non permette di controllare o superare situazioni stressanti.

Distribuzione di frequenza:17) Cosa ne pensi della musica?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	9	18%	9	18%	7%:29%
2	37	74%	46	92%	62%:86%
3	4	8%	50	100%	0%:16%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.76 a 2.04
Scarto tipo	da 0.42 a 0.64

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 1.9

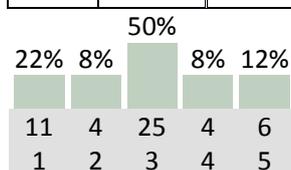
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.59

Dall'analisi dei dati emerge che il 18% (9 persone) pensa che la musica sia piacevole da ascoltare, il 74% (37 persone) pensa che la melodia stimoli sentimenti ed emozioni e infine l'8% (4 persone) pensa che la musica sia un bel sottofondo da ballare.

Distribuzione di frequenza: 18) Come ti senti quando parli con altre persone?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	11	22%	11	22%	11%:33%
2	4	8%	15	30%	0%:16%
3	25	50%	40	80%	36%:64%
4	4	8%	44	88%	0%:16%
5	6	12%	50	100%	3%:21%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.46 a 3.14
Scarto tipo	da 1.03 a 1.57

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 3

Mediana = 3

Media = 2.8

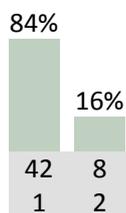
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.33

Dall'analisi dei dati emerge che il 22% (11 persone) si sente compreso quando parla con altre persone, l'8% (4 persone) si sente al centro dell'attenzione, il 50% (25 persone) si sente accettato, l'8% (4 persone) si sente solo, escluso e infine il 12% (6 persone) sente altro rispetto alle opzioni precedenti.

Distribuzione di frequenza: 19) Pensi che l'autostima influenzi il tuo livello di benessere?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	42	84%	42	84%	74%:94%
2	8	16%	50	100%	6%:26%

**Popolazione:**

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.06 a 1.26
Scarto tipo	da 0.31 a 0.47

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.16

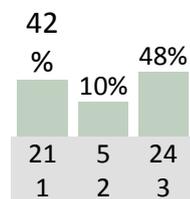
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.73

Dall'analisi dei dati emerge che l'84% (42 persone) pensa che l'autostima influenzi il livello di benessere, mentre il 16% (8 persone) non pensa che l'autostima influenzi il livello di benessere.

Distribuzione di frequenza: 20) Quando ascolti musica, la associ ad un tuo particolare stato d'animo?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	21	42%	21	42%	28%:56%
2	5	10%	26	52%	2%:18%
3	24	48%	50	100%	34%:62%

**Popolazione:**

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.8 a 2.32
Scarto tipo	da 0.8 a 1.22

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 3

Mediana = 2

Media = 2.06

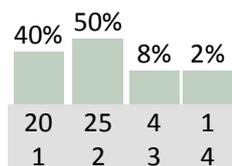
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.42

Dall'analisi dei dati emerge che il 42% (21 persone) associa la musica ad un particolare stato d'animo, il 10% (5 persone) non associa la musica ad alcun stato d'animo e il 48% (24 persone) soltanto a volte associa la musica ad uno stato d'animo.

Distribuzione di frequenza: 21) La musica ha un effetto positivo sul tuo stato d'animo?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	20	40%	20	40%	26%:54%
2	25	50%	45	90%	36%:64%
3	4	8%	49	98%	0%:16%
4	1	2%	50	100%	0%:8%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.53 a 1.91
Scarto tipo	da 0.59 a 0.89

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 1.72

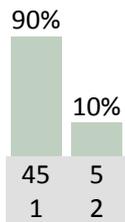
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.42

Dall'analisi dei dati emerge che il 40% (20 persone) pensa che la musica abbia un effetto molto positivo sul proprio stato d'animo, il 50% (25 persone) pensa che la musica abbia un effetto abbastanza positivo sul proprio stato d'animo, l'8% (4 persone) pensa che la musica abbia un effetto poco positivo sullo stato d'animo e infine il 2% (1 persona) pensa che la musica non abbia alcun effetto positivo sul proprio stato d'animo.

Distribuzione di frequenza: 22) L'ascolto di canzoni in un momento particolare ti ha fatto provare emozioni forti?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	45	90%	45	90%	82%:98%
2	5	10%	50	100%	2%:18%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.02 a 1.18
Scarto tipo	da 0.25 a 0.39

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.1

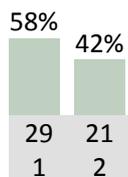
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.82

Dall'analisi dei dati emerge che il 90% (45 persone) pensa che l'ascoltare canzoni in un momento particolare possa provocare emozioni forti, mentre il 10% (5 persone) non pensa che l'ascoltare canzoni in un momento particolare possa provocare emozioni.

Distribuzione di frequenza: 23) Pensi che tutte le persone che ascoltano un particolare brano provano un'emozione?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	29	58%	29	58%	44%:72%
2	21	42%	50	100%	28%:56%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.28 a 1.56
Scarto tipo	da 0.42 a 0.64

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.42

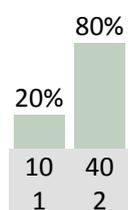
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.51

Dall'analisi dei dati emerge che il 58% (29 persone) pensa che tutte le persone provano un'emozione quando ascoltano un particolare brano, mentre il 42% (21 persone) non pensa che tutte le persone che ascoltano un particolare brano possano provare emozioni.

Distribuzione di frequenza: 24) La stessa emozione?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	10	20%	10	20%	9%:31%
2	40	80%	50	100%	69%:91%

**Popolazione:**

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.69 a 1.91
Scarto tipo	da 0.34 a 0.51

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 1.8

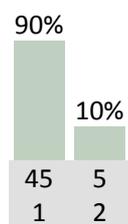
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.68

Dall'analisi dei dati emerge che il 20% (10 persone) pensa che tutte le persone che ascoltano un particolare brano provano la stessa e identica emozione, mentre l'80% (40 persone) non pensa che tutte le persone provano la stessa e identica emozione quando ascoltano un particolare brano.

Distribuzione di frequenza: 25) Pensi che la musica sia un buon modo per spiegare cosa si sta provando dentro?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	45	90%	45	90%	82%:98%
2	5	10%	50	100%	2%:18%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.02 a 1.18
Scarto tipo	da 0.25 a 0.39

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.1

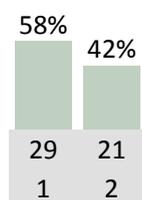
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.82

Dall'analisi dei dati emerge che il 90% (45 persone) pensa che la musica sia un buon modo per spiegare cosa si sta provando dentro, mentre il 10% (5 persone) non pensa che la musica sia un buon modo per spiegare cosa si sta provando dentro.

Distribuzione di frequenza: 26) Riesci a parlare apertamente delle tue emozioni?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	29	58%	29	58%	44%:72%
2	21	42%	50	100%	28%:56%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.28 a 1.56
Scarto tipo	da 0.42 a 0.64

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.42

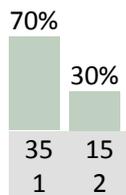
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.51

Dall'analisi dei dati emerge che il 58% (29 persone) riesce a parlare apertamente delle proprie emozioni, mentre il 42% (21 persone) non riesce a parlare apertamente delle proprie emozioni.

Distribuzione di frequenza: 27) Pensi di riuscire a riconoscere le emozioni negli altri?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	35	70%	35	70%	57%:83%
2	15	30%	50	100%	17%:43%

**Popolazione:**

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.17 a 1.43
Scarto tipo	da 0.39 a 0.59

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.3

Indici di dispersione:

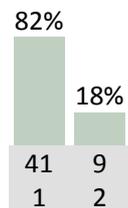
Squilibrio = 0.58

Dall'analisi dei dati emerge che il 70% (35 persone) pensa di riuscire a riconoscere le emozioni negli

altri, mentre il 30% (15 persone) non pensa di riuscire a riconoscere le emozioni nelle altre persone.

Distribuzione di frequenza: 28) Attraverso l'ascolto di un brano sai riconoscere le diverse emozioni provate? (gioia, dolore, tristezza, rabbia)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	41	82%	41	82%	71%:93%
2	9	18%	50	100%	7%:29%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.07 a 1.29
Scarto tipo	da 0.33 a 0.49

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.18

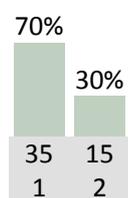
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.7

Dall'analisi dei dati emerge che l'82% (41 persone) sa riconoscere le diverse emozioni provate attraverso l'ascolto di un brano, mentre il 18% (9 persone) non riesce a riconoscere le diverse emozioni provate durante l'ascolto di un brano.

Distribuzione di frequenza: 29) Riesci a metterti nei panni dell'altro comprendendo il suo punto di vista?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	35	70%	35	70%	57%:83%
2	15	30%	50	100%	17%:43%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.17 a 1.43
Scarto tipo	da 0.39 a 0.59

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.3

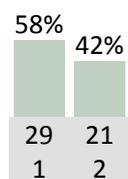
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.58

Dall'analisi dei dati emerge che il 70% (35 persone) riesce a mettersi nei panni dell'altro comprendendo il punto di vista altrui, mentre il 30% (15 persone) non riesce a mettersi nei panni di un altro e né a comprendere punti di vista altrui.

Distribuzione di frequenza: 30) Quando devi manifestare i tuoi sentimenti

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	29	58%	29	58%	44%:72%
2	21	42%	50	100%	28%:56%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.28 a 1.56
Scarto tipo	da 0.42 a 0.64

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.42

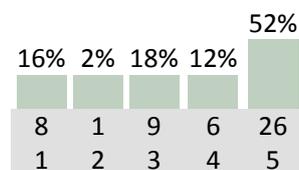
Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.51

Dall'analisi dei dati emerge che il 58% (29 persone) si sente in imbarazzo quando deve manifestare i propri sentimenti, e se può evita di farlo; mentre il 42% (21 persone) riesce a manifestare i propri sentimenti senza alcun problema.

Distribuzione di frequenza: 31) Che cosa rappresenta per te la musica?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	8	16%	8	16%	6%:26%
2	1	2%	9	18%	0%:8%
3	9	18%	18	36%	7%:29%
4	6	12%	24	48%	3%:21%
5	26	52%	50	100%	38%:66%



Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 3.41 a 4.23
Scarto tipo	da 1.25 a 1.9

Campione:

Numero di casi= 50

Indici di tendenza centrale:

Moda = 5

Mediana = 5

Media = 3.82

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.34

Dall'analisi dei dati emerge che il 16% (8 persone) pensa che la musica rappresenti un motivo di conoscenza, il 2% (1 persona) pensa che la musica sia un passatempo inutile, il 18% (9 persone) pensa che essa rappresenti un momento di intimità, il 12% (7 persone) pensa che essa rappresenti una passione contagiosa, il 52% (26 persone) pensa che la musica sia un piacere da condividere.

ANALISI BIVARIATA

Tabella a doppia entrata:

Pensi che l'ascolto della musica ti permetta di superare situazioni stressanti? x Cosa ne pensi della musica?

V17-> V16	1	2	3	Marginale di riga
1	7 8.1 -0.4	35 33.3 0.3	3 3.6 -0.3	45
2	2 0.9 -	2 3.7 -0.9	1 0.4 -	5
Marginale di colonna	9	37	4	50

Il valore di X quadro non è significativo dato che vi sono frequenze attese minori di 1.

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\text{rad}q(A)$

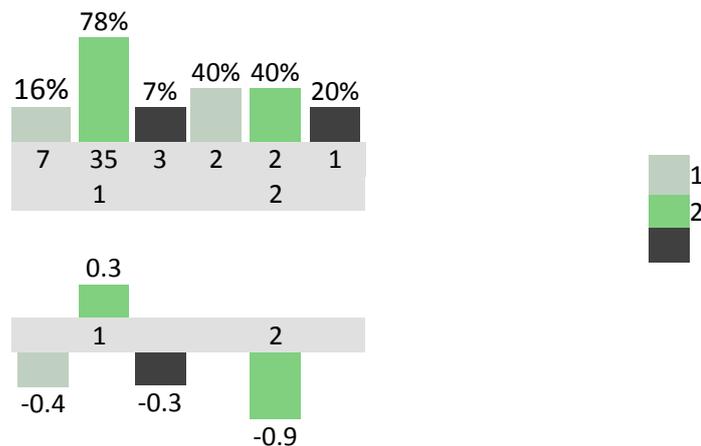


Tabella a doppia entrata:

Pensi che tutte le persone che ascoltano un particolare brano provano un'emozione? x

Attraverso l'ascolto di un brano sai riconoscere le diverse situazioni provate?

V28-> V23	1	2	Marginale di riga
1	24 23.8 0	5 5.2 -0.1	29
2	17 17.2 -0.1	4 3.8 0.1	21
Marginale di colonna	41	9	50

X quadro = 0.03. Significatività = 0.87

V di Cramer = 0.02

Probabilità esatta (dal test di Fisher) = 0.284

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\text{rad}q(A)$

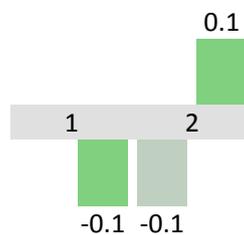
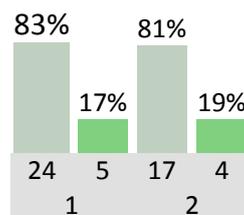


Tabella a doppia entrata:

Genere x È tua abitudine ascoltare musica?

V4-> Genere	1	2	Marginale di riga
femmina	34 33.3 0.1	3 3.7 -0.4	37
maschio	11 11.7 -0.2	2 1.3 0.6	13
Marginale di colonna	45	5	50

X quadro = 0.57. Significatività = 0.452

V di Cramer = 0.11

Probabilità esatta (dal test di Fisher) = 0.286

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\text{rad}q(A)$



Tabella a doppia entrata:

Pensi che tutte le persone che ascoltano un particolare brano provano un'emozione? x Riesci a parlare apertamente delle tue emozioni?

V26-> V23	1	2	Marginale di riga
1	14 16.8 -0.7	15 12.2 0.8	29
2	15 12.2 0.8	6 8.8 -0.9	21
Marginale di colonna	29	21	50

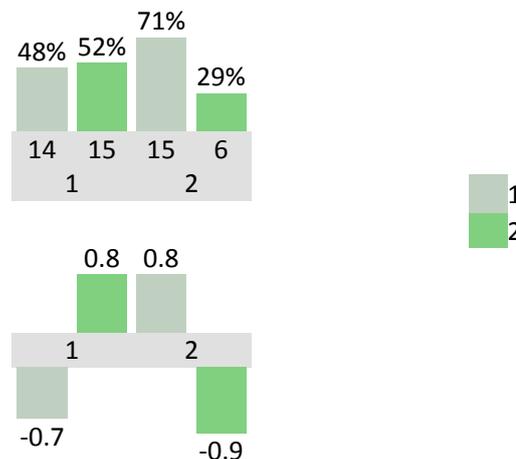
X quadro = 2.68. Significatività = 0.102

V di Cramer = 0.23

Probabilità esatta (dal test di Fisher) = 0.063

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\text{radq}(A)$.



Dall'analisi bivariata emerge che vi è relazione tra:

- provare emozioni ascoltando musica e riuscire a parlare apertamente delle proprie emozioni.
- l'effetto positivo della musica sul proprio stato d'animo e associare l'ascolto della musica a un particolare stato d'animo.

Al contrario emerge che non vi è relazione tra:

- ciò che si pensa della musica e l'aiuto che può darti in situazioni stressanti.
- il genere della persona e l'abitudine ad ascoltare musica.

15. Riflessione sull'esperienza di ricerca

Dopo aver concluso la nostra ricerca empirica abbiamo constatato che non vi è relazione scientificamente provata tra musica ed emozioni nonostante nella rilevazione dell'analisi dei dati, parte dei soggetti intervistati, hanno affermato che l'ascoltare musica suscita delle vere e proprie emozioni.

I dati raccolti non possono essere generalizzati ma soltanto attinenti ai casi intervistati poichè ognuno di noi ha pensieri differenti.

Svolgendo questa ricerca abbiamo imparato a collaborare e a confrontarci con le idee altrui, ci ha permesso di mettere in pratica le nostre conoscenze teoriche riguardo la ricerca sperimentale.

Questo passaggio dalla teoria alla pratica ci è servito per comprendere meglio le complessità che si possono incontrare nel costruire e portare avanti un disegno di ricerca.

È stato interessante approfondire un argomento quotidiano e di comune interesse.

È possibile che il campione fosse troppo piccolo o troppo specifico per essere rappresentativo di una tendenza generale così complessa.

16. Bibliografia e Sitografia

- **Bibliografia:**

- Trincherò R., *Manuale di ricerca educativa*, FrancoAngeli, 2002
- Meyer Leonard B., *Emozioni e significato della musica*, Il Mulino, 1992
- Marconi L. *Musica Espressione Emozione*, CLUEB, 2001

- **Sitografia:**

1. http://www.musicheria.net/rubriche/?t=Pratiche_musicali_ed_esperienze_emotive&p=1&f=71
2. <http://www.scienzaeconoscenza.it/articolo/musica-emozioni.php>