



**ASSIRM RESEARCH FORUM**  
IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA

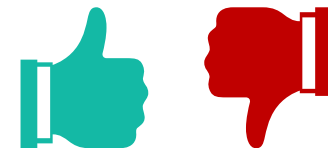
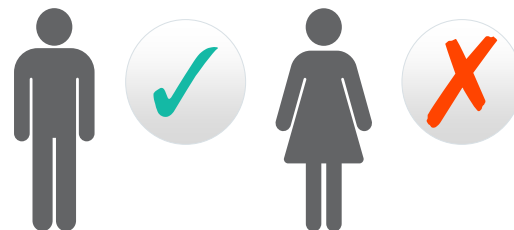
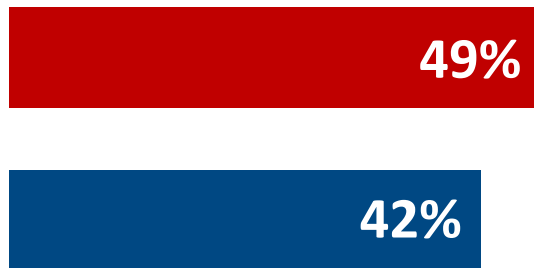


**Patrizia Elli**

*Direttore - Research Now*

***La “battaglia” delle scale di valutazione  
per comprenderne il significato  
attraverso frontiere e strumenti di comunicazione***

Le scale sono una pietra angolare nelle ricerche



# Le scale di misurazione e lo stile di risposta



“ La tendenza delle persone a rispondere agli item del questionario sistematicamente in un certo modo indipendentemente dal contenuto ”  
**Paulhus (1991)**

# Le scale di misurazione e lo stile di risposta

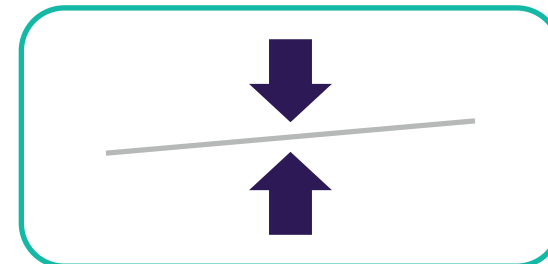
Stile di risposta "estremo" (ERS)



Stile di risposta "acquiescente" (ARS)



Stile di risposta "del punto medio" (MRS)



Tre studi per  
esaminare  
l'utilizzo delle  
scale in tre  
diverse modalità  
di raccolta



**Indagini  
su mobile**



**Indagini Web**

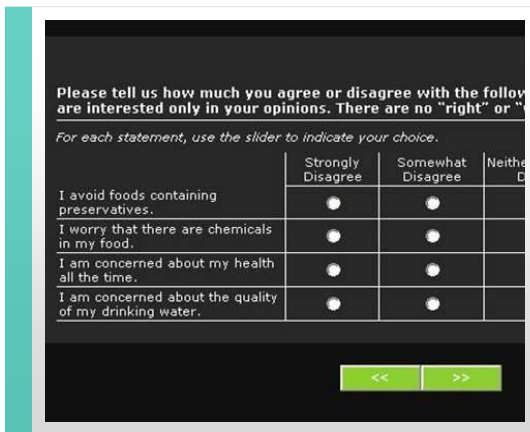


**Social media**

# L'utilizzo delle scale nelle ricerche tramite dispositivi mobili

Qual è l'effetto dell'utilizzo di 3 diversi metodi di raccolta delle informazioni sugli stili di risposta nelle ricerche tramite dispositivi mobili?

## Confronto delle differenze nelle risposte date ad una scala Likert a 5-punti in 3 opzioni di raccolta delle informazioni

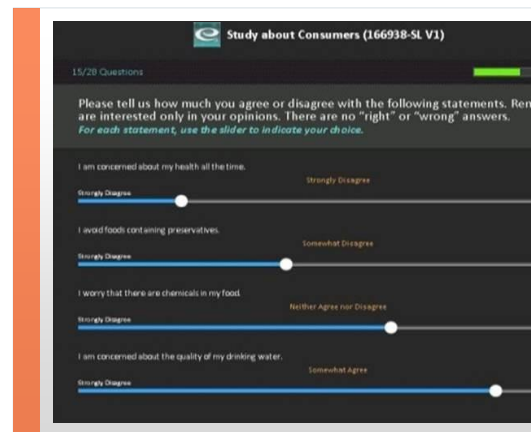


Please tell us how much you agree or disagree with the following statements. We are interested only in your opinions. There are no "right" or "wrong" answers.

For each statement, use the slider to indicate your choice.

|  | Strongly Disagree     | Somewhat Disagree     | Neither Agree nor Disagree | Somewhat Agree        | Strongly Agree        |
|--|-----------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|
| I avoid foods containing preservatives.                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| I worry that there are chemicals in my food.           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| I am concerned about my health all the time.           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| I am concerned about the quality of my drinking water. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

<< >>



Study about Consumers (I66938-SL V1)

15/20 Questions

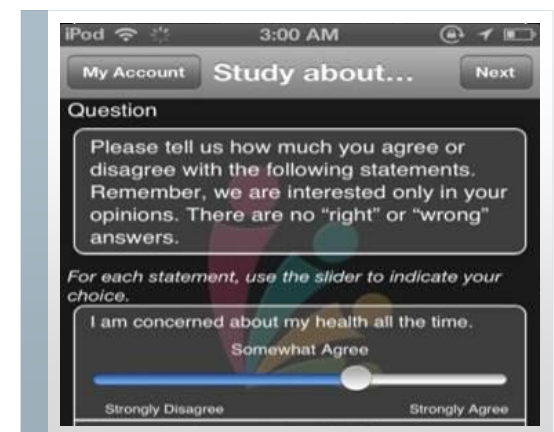
Please tell us how much you agree or disagree with the following statements. Remember, we are interested only in your opinions. There are no "right" or "wrong" answers. For each statement, use the slider to indicate your choice.

I am concerned about my health all the time.  
Strongly Disagree [Slider] Strongly Agree

I avoid foods containing preservatives.  
Strongly Disagree [Slider] Somewhat Disagree

I worry that there are chemicals in my food.  
Strongly Disagree [Slider] Neither Agree nor Disagree

I am concerned about the quality of my drinking water.  
Strongly Disagree [Slider] Somewhat Agree



iPod 3:00 AM

My Account Study about... Next

Question

Please tell us how much you agree or disagree with the following statements. Remember, we are interested only in your opinions. There are no "right" or "wrong" answers.

For each statement, use the slider to indicate your choice.

I am concerned about my health all the time.  
Somewhat Agree [Slider] Strongly Disagree Strongly Agree

Domande su griglia standard su mobile web browser

Barre di scorrimento su mobile web browser

Barre di scorrimento su app nativa



Solo USA  
N=1,500  
rispondenti  
mobili

Domande su griglia standard  
su mobile web browser

Barra di scorrimento su mobile  
web browser

Barra di scorrimento su app nativa

Utilizzo solo di scale Likert a 5  
punti per tutti gli item



Questionario attitudinale  
di 7 minuti



Scale con misure  
di affidabilità conosciute



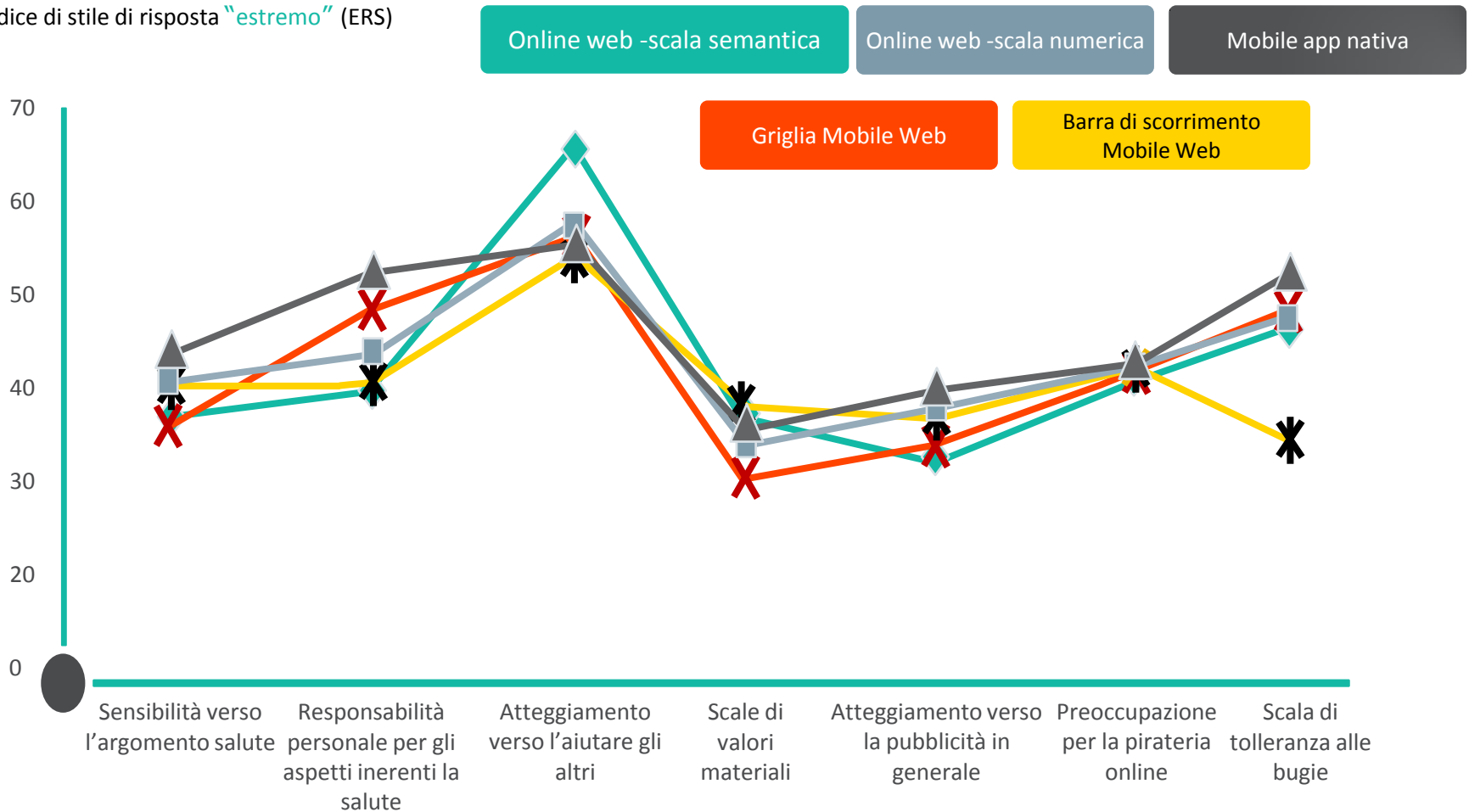
Mix di affermazioni  
con significato  
positivo & negativo



Contiene affermazioni  
comportamentali che possono  
essere correlate  
a domande attitudinali

# Stile di risposta "estremo" in base alle diverse modalità

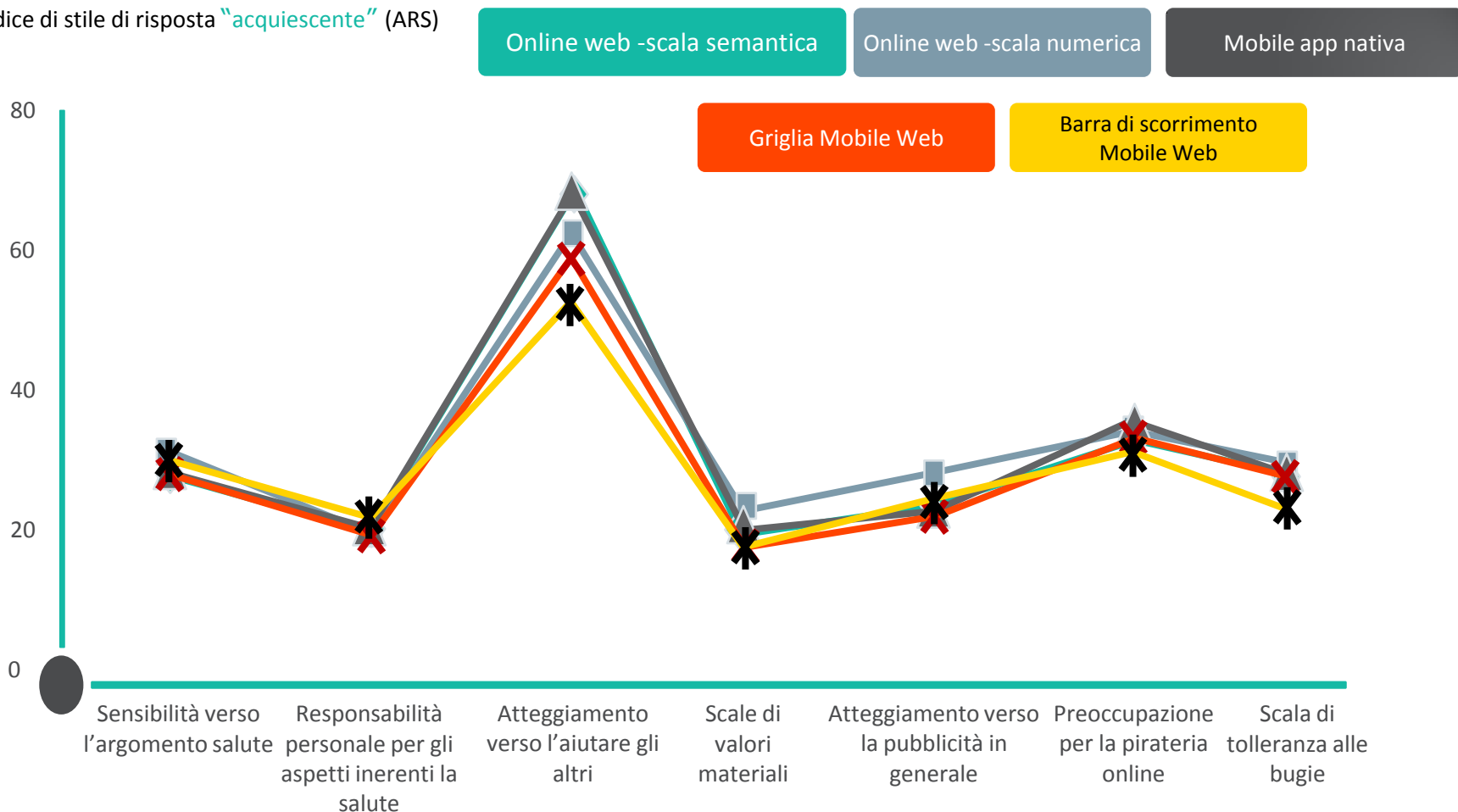
Indice di stile di risposta "estremo" (ERS)





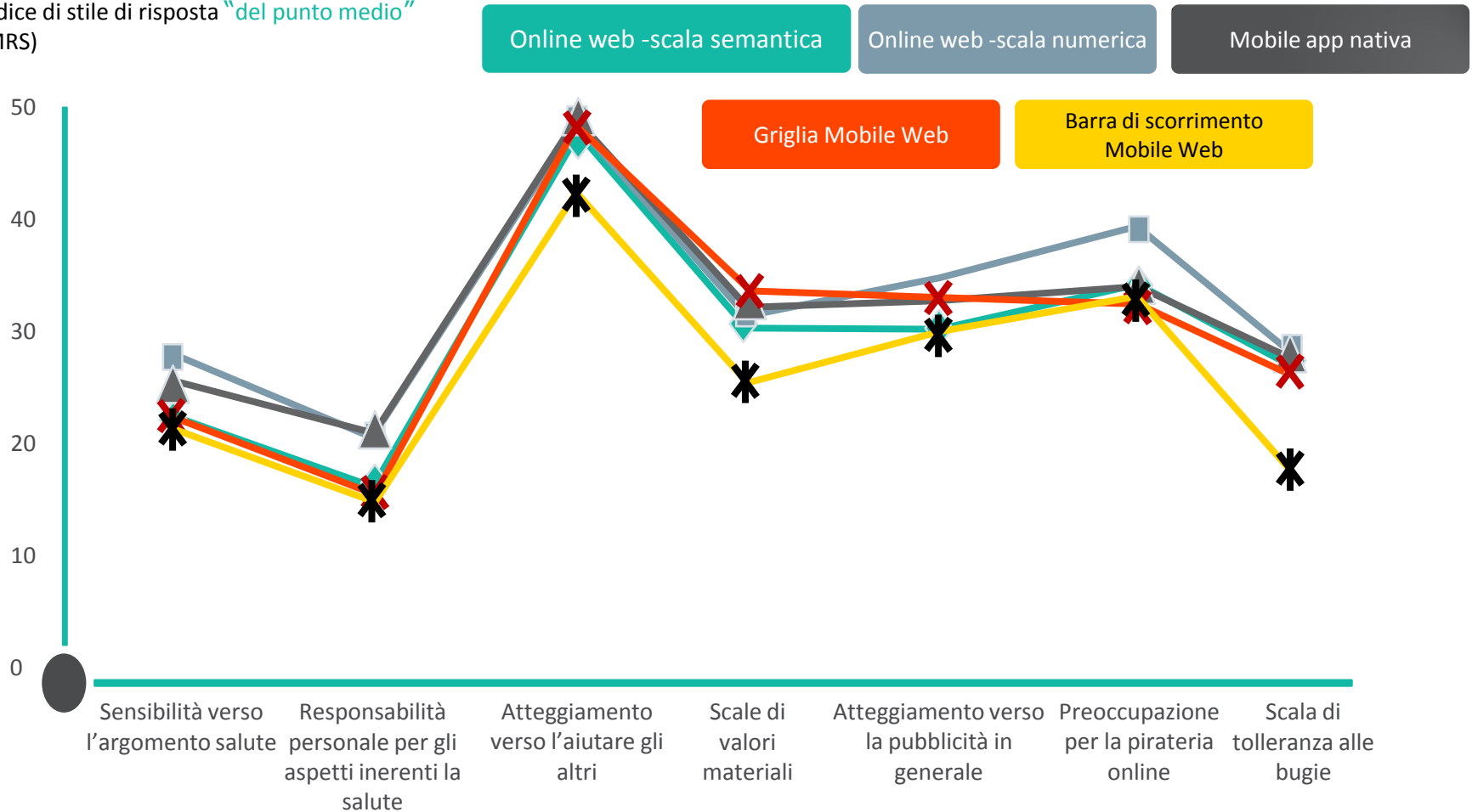
# Stile di risposta "acquiescente" attraverso le diverse modalità

Indice di stile di risposta "acquiescente" (ARS)



# Stile di risposta "del punto medio", attraverso le diverse modalità

Indice di stile di risposta "del punto medio"  
 (MRS)





## Indagini su mobile

- La modalità di raccolta delle informazioni (mobile vs. online) non influenza, nel complesso, gli stili di risposta
- Sono state osservate delle differenze significative per alcune scale, ma i risultati non permettono di arrivare a particolari conclusioni
- La barra di scorrimento su web fa sì che gli intervistati selezionino meno il punto centrale della scala
- Il segreto per effettuare uno studio corretto e ben articolato tramite mobile consiste solo nel tenere in considerazione il tipo di esperienza che faremo vivere al rispondente

Tre studi per  
esaminare  
l'utilizzo delle  
scale in tre  
diverse modalità  
di raccolta



**Indagini  
su mobile**



**Indagini Web**



**Social media**

# Scale di diversa lunghezza nelle ricerche online

## Le nostre ipotesi in test :

“Estremo”

Gli stili di risposta non saranno diversi tra uomini e donne

Gli stili di risposta saranno diversi nelle varie fasce di età

Ci saranno delle differenze significative negli stili di risposta tra i vari paesi

“Acquiescente”

L'utilizzo di scale a 4 o a 5 o a 7 o a 10 punti daranno risultati differenti nei tre stili di risposta (estremo, acquiescente o del punto medio)?

Scala  
semantica  
a 5 punti

Per niente  
d'accordo

Poco  
d'accordo

Né d'accordo,  
né in disaccordo

Abbastanza  
d'accordo

Completamente  
d'accordo

Scala  
numerica  
a 5 punti

Per niente  
d'accordo

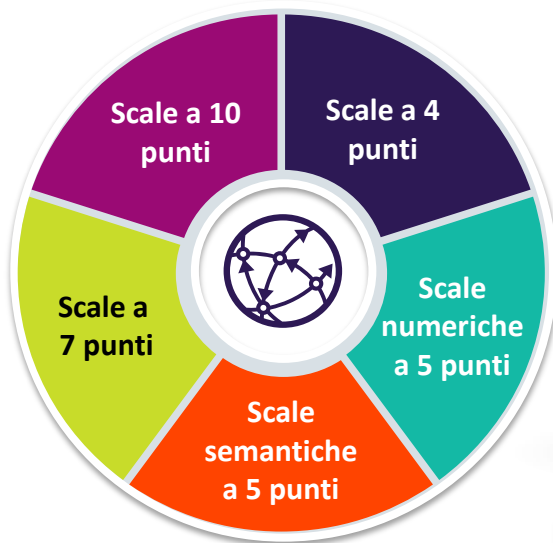
2

3

4

Completamente  
d'accordo

“Punto medio”




Questionario attitudinale di 7 minuti



Temi di rilevanza globale



Mix di parole con significato positivo & negativo

Field in 10 paesi

2,000 casi in ciascun paese



Scale con misure di affidabilità conosciute

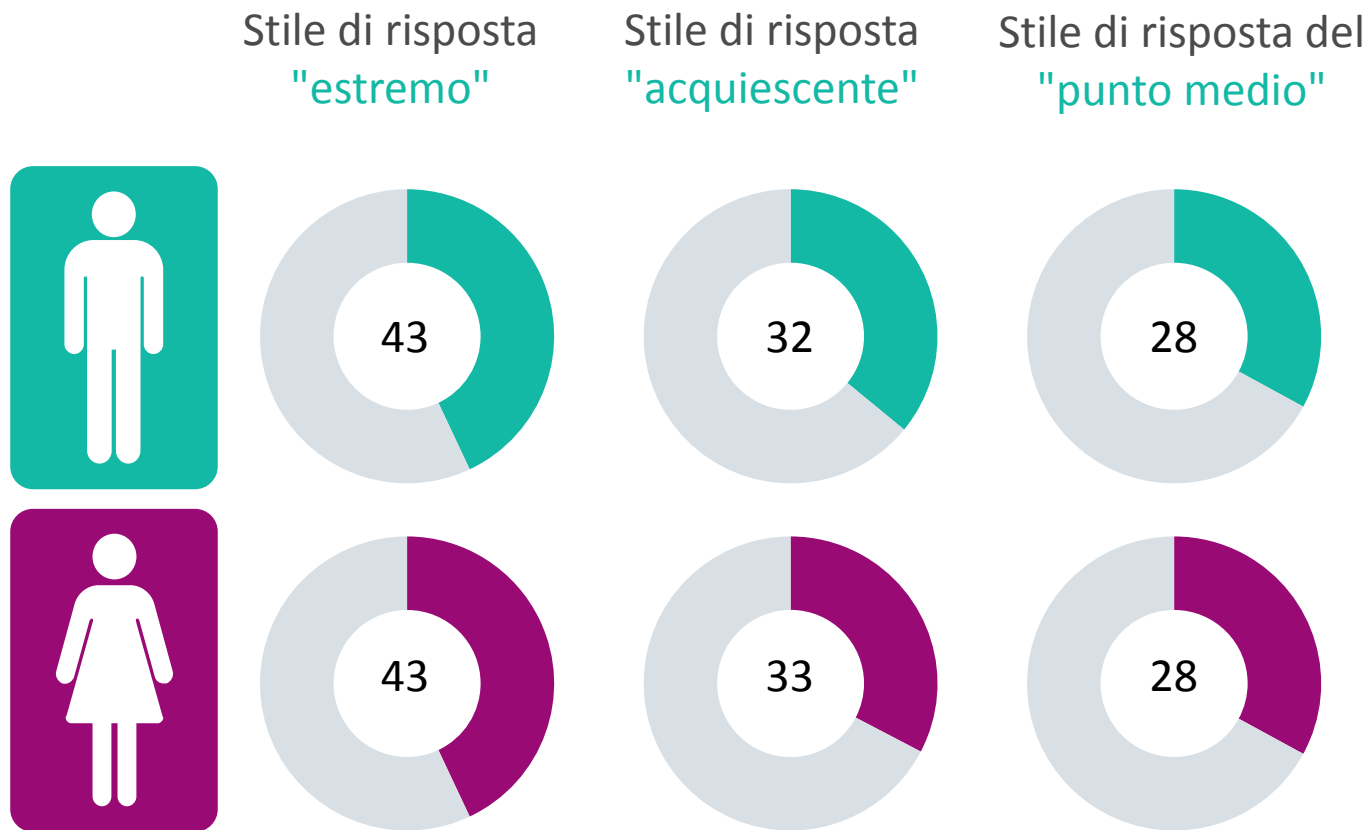


Contiene affermazioni comportamentali che possono essere correlate a domande attitudinali



In field in più paesi per analizzarne le differenze culturali

# Impatto della variabile "sesso" sugli stili di risposta



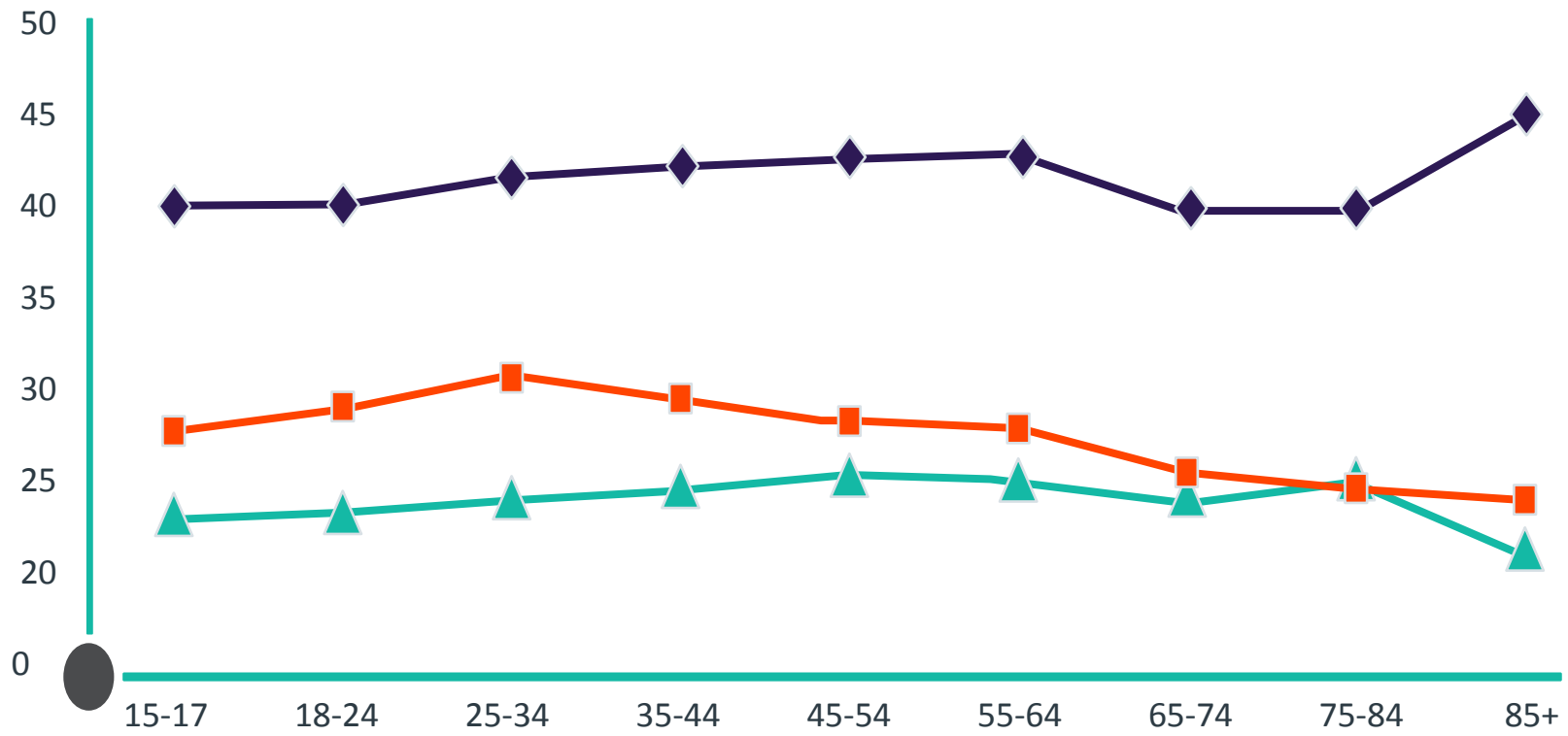
Indice calcolato da Research Now usando le risposte individuali date a domande su scala likert

# Impatto della variabile "età" sugli stili di risposta

Stile di risposta "estremo"

Stile di risposta "acquiescente"

Stile di risposta del "punto medio"



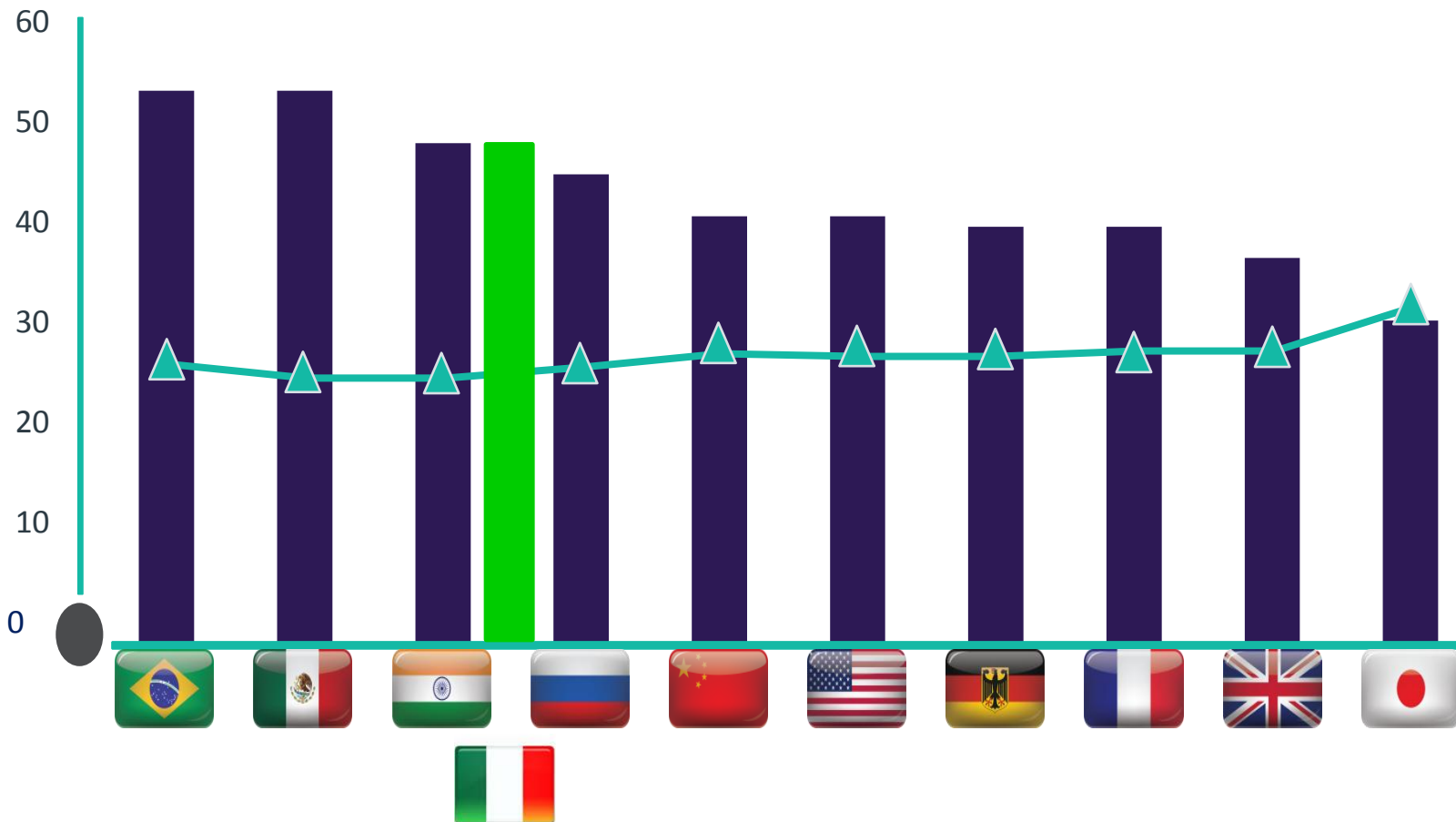
15-17



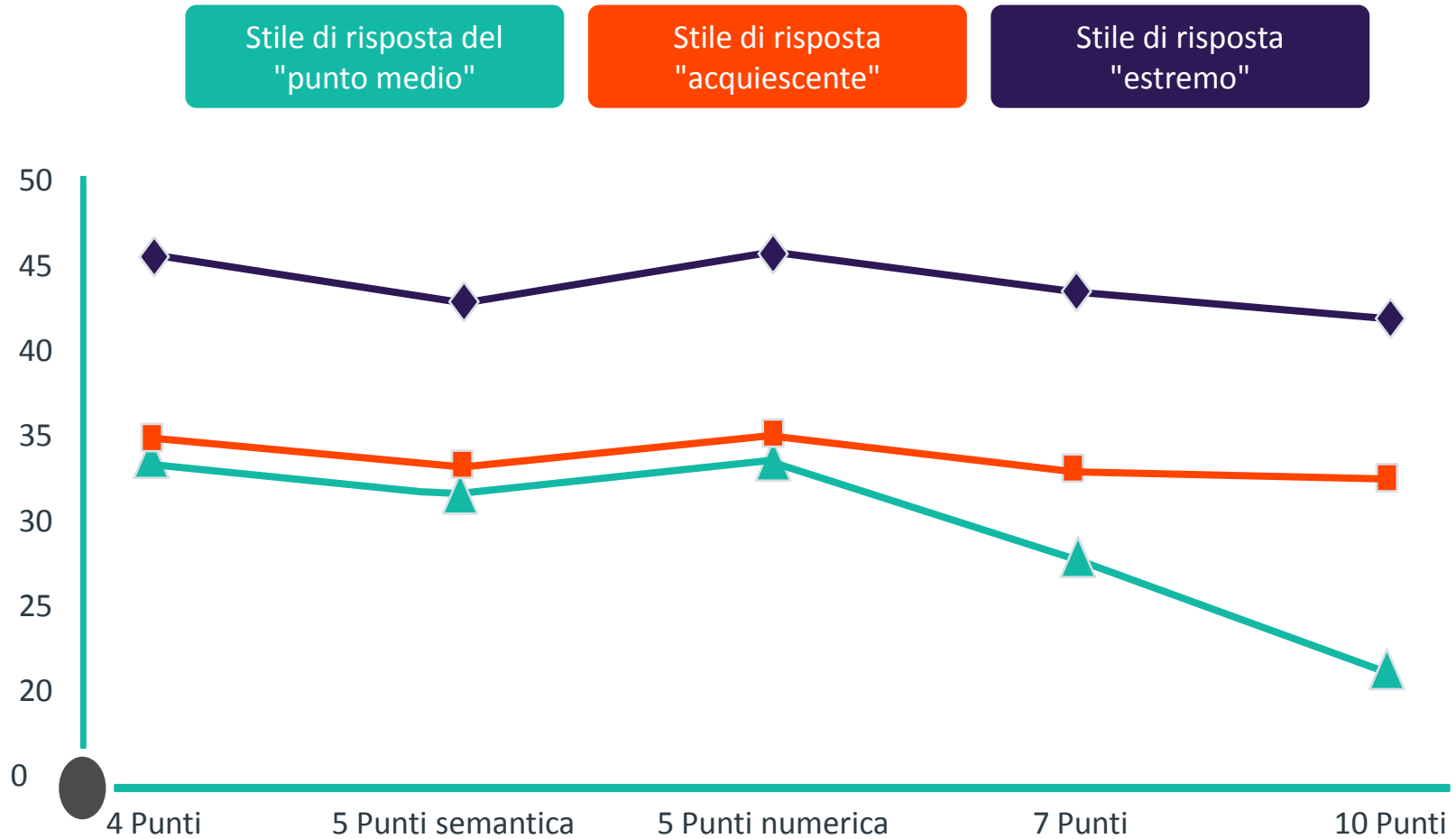
# Impatto del paese sugli stili di risposta

Stile di risposta "estremo"

Stile di risposta del "punto medio"



# Impatto del tipo di scala sugli stili di risposta





## Indagini sul web

- Piccole differenze culturali nello stile di risposta esistono
- I rispondenti dal Brasile e Messico hanno la tendenza più elevata a dare risposte "estreme"
- Coerentemente con i risultati da studi precedenti, i rispondenti giapponesi tendono a usare maggiormente lo stile di risposta "del punto medio"
- L'utilizzo di scale più ampie (a 7 e a 10 punti) fa in modo che si riduca la concentrazione di risposte nei "punti medi"
- Le scale semantiche riducono lo stile di risposta "estremo" rispetto all'equivalente versione numerica

Tre studi per  
esaminare  
l'utilizzo delle  
scale in tre  
diverse modalità  
di raccolta



**Indagini  
su mobile**



**Indagini Web**



**Social media**

# Ambito di studio della ricerca

Gli uomini/donne effettuano una scelta di parole che sono più/meno estreme quando esprimono opinioni?

Ci sono delle differenze tra regioni geografiche o nazionalità nel modo di esprimere le opinioni?

Quanto l'età influenza il modo di esprimere la propria opinione sui social media?



# Le opinioni sui Social Media trasformate in risposte su scala

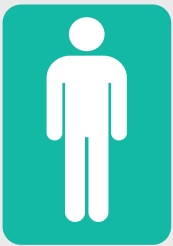

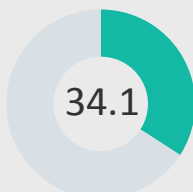
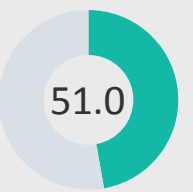
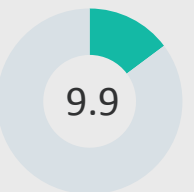

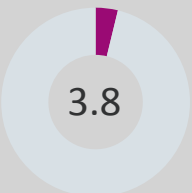
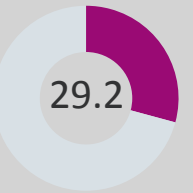
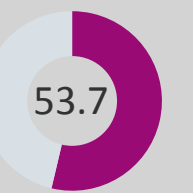
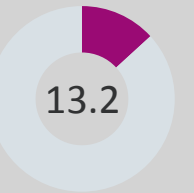


È stato dato un voto ai dati su una scala continua che possono essere categorizzati in una scala a 4 posizioni:



**Una scala continua alla base dei dati**

# Impatto del genere sulle opinioni sui social media

| %  | Net negativo | Fortemente negativo  | Moderatamente negativo  | Moderatamente positivo   | Fortemente positivo  | Net positivo |
|--|--------------|--|---|--|--|--------------|
|   | 39.1         |   |   |   |   | 60.9         |
|  | 33.0         |  |  |  |  | 66.9         |

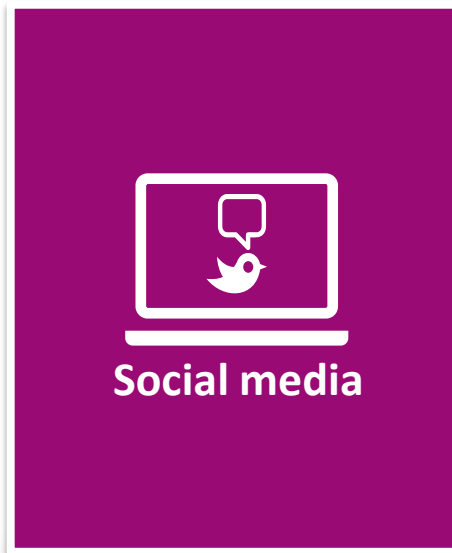
# Impatto della variabile "età" sulle opinioni sui social media

| Decennio di nascita    | 1930 | 1940  | 1950  | 1960  | 1970  | 1980   | 1990   |
|------------------------|------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|
| Dimensione campione    | 488  | 2,676 | 4,337 | 6,492 | 8,307 | 21,644 | 20,156 |
| Decisamente negativo   | 3%   | 1%    | 1%    | 1%    | 1%    | 2%     | 2%     |
| Moderatamente negativo | 34%  | 33%   | 30%   | 32%   | 33%   | 34%    | 35%    |
| Moderatamente positivo | 58%  | 59%   | 62%   | 60%   | 60%   | 60%    | 59%    |
| Decisamente positivo   | 5%   | 7%    | 7%    | 7%    | 6%    | 5%     | 4%     |



# Impatto del paese sulle opinioni sui social media

|                               | AUSTRALIA | CANADA | IRLANDA | UK      | USA     |
|-------------------------------|-----------|--------|---------|---------|---------|
| <b>Dimensione campione</b>    | 29,372    | 54,505 | 9,323   | 155,068 | 962,270 |
| <b>Decisamente negativo</b>   | 7%        | 8%     | 8%      | 10%     | 10%     |
| <b>Moderatamente negativo</b> | 30%       | 31%    | 30%     | 28%     | 31%     |
| <b>Moderatamente positivo</b> | 50%       | 47%    | 47%     | 45%     | 46%     |
| <b>Decisamente positivo</b>   | 14%       | 14%    | 15%     | 17%     | 14%     |



- Le donne tendono a essere leggermente più positive quando "postano" online
- I nostri dati indicano che le generazioni più mature e più giovani sono quelle meno positive nei loro commenti online
- Emergono anche chiare le differenze culturali:
  - Minore negatività tra gli australiani
  - Maggiore negatività tra gli americani
  - Più risposte "estreme" tra i rispondenti inglesi

## *Attenzione all'utilizzo delle griglie su mobile*

- Le differenze osservabili nello stile di risposta tra le risposte date su mobile e su computer non sono significative
- L'utilizzo della barra di scorrimento su dispositivi mobile, rispetto all'utilizzo delle griglie, incrementa leggermente il numero di risposte "estreme" e diminuisce livemente le risposte "del punto medio"

**Conclusioni**



Indagini su mobile



## ***Attenzione nel confrontare scale di risposte in paesi diversi***

- Mentre gli stili di risposta mostrano solo piccole differenze per età e sesso, cambiano invece tra i vari paesi

## ***L'utilizzo di scale a 7 o a 10 punti minimizza lo stile di risposta "del punto medio"***

- Aumentare il numero di opzioni di risposta riduce la tendenza di dare risposte sempre nel punto centrale della scala

## ***L'utilizzo della scala semantica anche 5 punti, riduce lo stile di risposta "estremo"***

- L'aggiunta della legenda alle scale a 5 punti ne influenza le risposte "estreme" e "del punto medio"

Conclusioni



Indagini sul Web



## *L'analisi delle opinioni online date tramite social media, mostra differenze davvero significative*

- Abbiamo riscontrato differenze in termini di sesso, età e nazionalità:
  - Le donne
  - Le persone più mature
  - Gli australianisono più positivi online

Conclusioni



Social Media



**ASSIRM RESEARCH FORUM**

IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA



***Grazie per l'attenzione!***

**PElli@researchnow.com**