

# LA FELICITÀ DI LEGGERE

Ricerca commissionata dal Gruppo Mauri Spagnol,  
realizzata da Cesmer (Centro di Studi su Mercati e  
Relazioni Industriali dell'Università di Roma Tre)

**24 ottobre 2015**



In occasione del suo **decimo anniversario GeMS**, che lavora con passione per i libri, si è chiesta se a questa passione corrisponda un positivo riscontro da parte del lettore.

Non ci vogliamo limitare a considerare la soddisfazione del consumatore in quanto tale, ma **ci spingiamo a chiederci se i libri migliorano l'esistenza dei lettori in quanto persone.**

Abbiamo affidato questa ricerca al **Cesmer, Centro di Studi su Mercati e Relazioni Industriali dell'Università di Roma Tre**. I risultati sono estremamente incoraggianti. L'assunto in base al quale lavoriamo con grande convinzione è dimostrato e ci restituisce un'immagine del lettore lontana dagli stereotipi.

# La felicità di leggere

## Introduzione

**Obiettivo:** Capire quanto e come la lettura di libri per piacere nel tempo libero impatta sulla felicità e sul benessere generale dell'individuo.

**Problema:**

- (1) non esiste una conoscenza pregressa sul valore generato dalla lettura nella vita degli individui;
- (2) molte definizioni e misure di felicità e benessere.



**Soluzione:** Ricorso a più misure di felicità e benessere (OCSE, Krueger & Stone, 2014).



Analisi più  
profonda

**FELICITÀ:** “un sentimento duraturo di essere in uno stato di appagamento” (Frey e Stutzer, 2002).



**Indice di felicità complessiva**  
misura la percezione “soggettiva di appagamento rispetto alla propria vita nel suo complesso” (Veenhoven, 2010).

## **BENESSERE**

**SOGETTIVO (SWB):** “la valutazione fatta dagli individui relativamente alle loro vite, agli eventi che avvengono loro, ai loro corpi e menti, e alle circostanze in cui vivono” (Diener, 2006).



**SWB dimensione cognitiva**  
misura la valutazione complessiva e soggettiva dell’individuo sulla distanza esistente fra la sua vita e la migliore possibile (Cantril, 1965).

**SWB dimensione affettiva**  
misura la frequenza con cui l’individuo vive emozioni positive e negative (Diener e Biswas-Diener, 2009).

## CONTESTO:

**La lettura è messa a confronto con altre attività del tempo libero culturali** (mostre, teatro, ecc.) **e di svago** (sport, navigazione in rete, televisione, etc.) per:

- Importanza
- Tempo speso
- Felicità generata: scala di Van Boven e Gilovich (2003).

## METODOLOGIA DELLA RICERCA:

Survey telefonica (CATI)

**Campione rappresentativo della popolazione italiana (età ≥ 14 anni)**

12 maggio 2015 - 14 giugno 2015

Campione (1.100) stratificato per lettori e non lettori, e poi bilanciato nelle due sottopopolazioni (per ripartizione territoriale, classe di età e genere).

## IL VALORE DELLA RICERCA:

Quantificare il valore della lettura in ambito cognitivo ed emotivo per chi legge per poi promuovere l'attività anche fra i non lettori.

**La lettura è in grado di generare valore per chi legge? Come si pongono i lettori rispetto ai non lettori per felicità e benessere?**

# La felicità di leggere

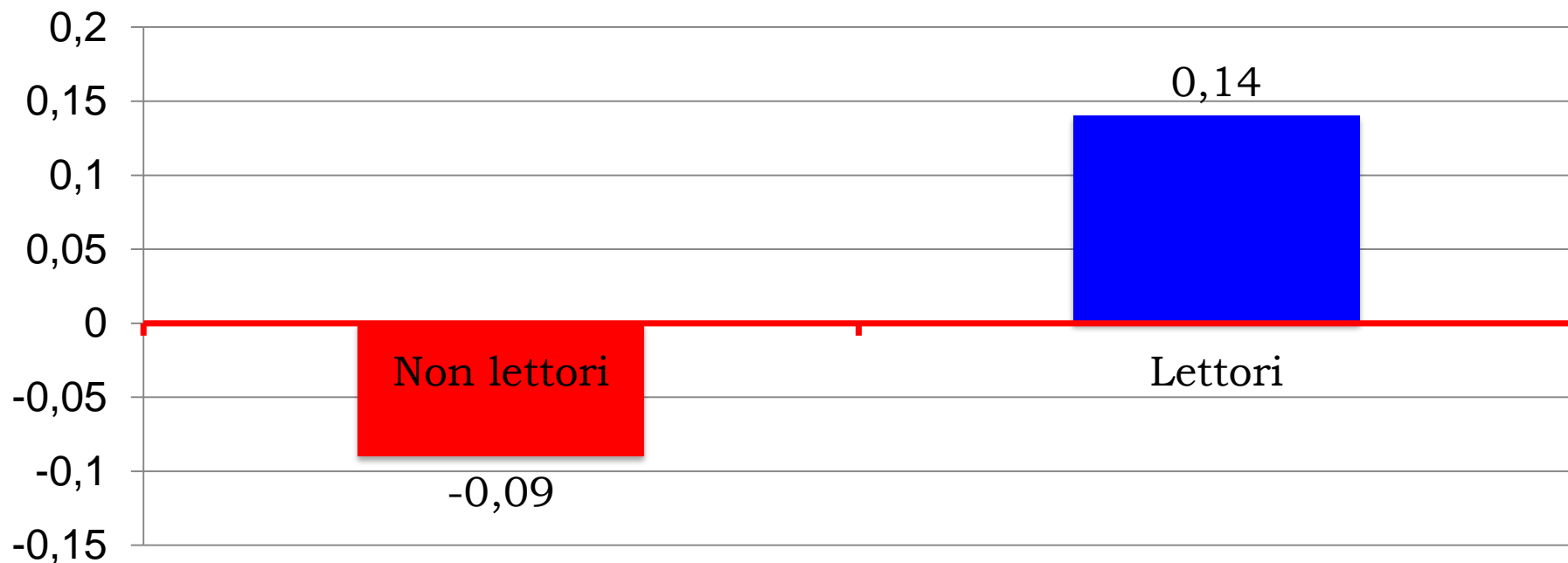
I risultati principali

# L'indice di felicità complessiva: lettori vs. non lettori

**I lettori sono più felici complessivamente dei non lettori**

“Considerato tutto, quanto è felice della sua vita globalmente intesa, in questo periodo?” (1-10; 1 = “per nulla felice”; 10 = “totalmente felice”) - Veenhoven (2010).

**Indice di felicità. Lettori e non lettori a confronto. Scarti dalla media**



Media della popolazione(\*) = 7,3 su 10

Media dei non lettori = 7,21 su 10

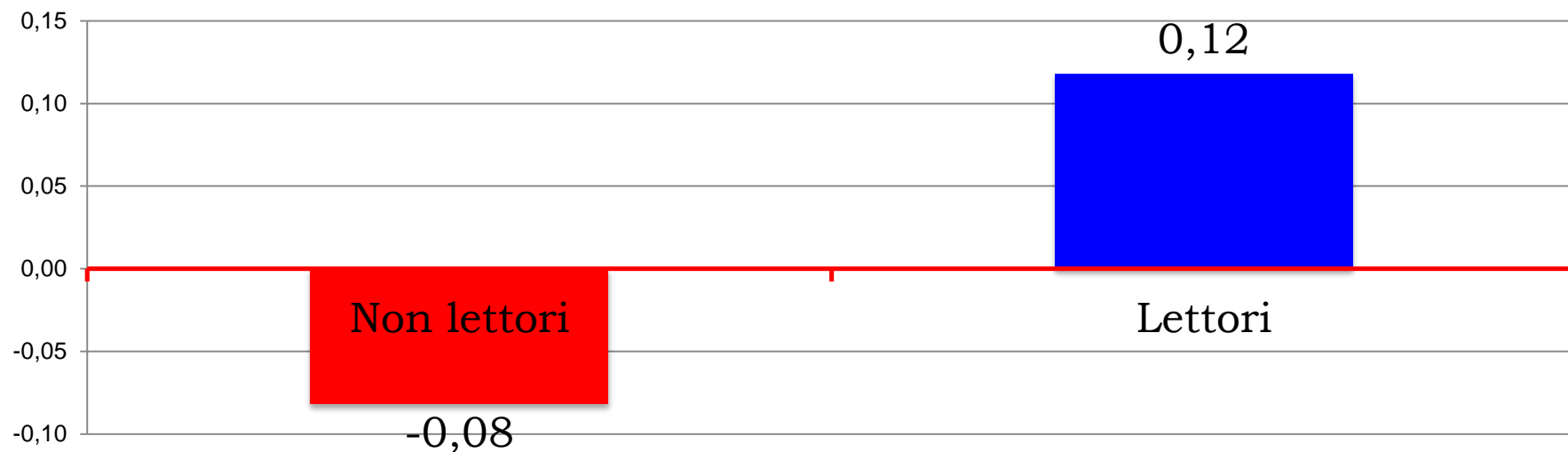
Media dei lettori = 7,44 su 10



**I lettori hanno livelli più alti di benessere soggettivo cognitivo dei non lettori**

Valutazione sul grado con cui la vita si avvicina nel complesso e in quel momento alla migliore vita possibile (0-10; 0 = “la peggiore vita possibile”; 10 = “la migliore vita possibile”) - Cantril (1965)

## Scala di Cantril. Lettori e non lettori a confronto. Scarti dalla media



Media della popolazione(\*) = 7,00 su 10

Media dei non lettori = 6,92 su 10

Media dei lettori = 7,12 su 10

➔ **I lettori fanno esperienza di emozioni positive più spesso dei non lettori**

La frequenza con cui l'individuo ha fatto esperienza di 6 emozioni positive (positività, benessere, piacere, felicità, gioia e serenità) nelle 4 settimane precedenti l'intervista (1-5; 1 = "mai o molto raramente"; 5 = "molto spesso o sempre"). L'indice è la somma dei punteggi e varia da 6 a 30 - Diener e Biswas-Diener (2009)

## Emozioni positive. Lettori e non lettori a confronto. Scarti dalla media



Media della popolazione(\*) = 21,30

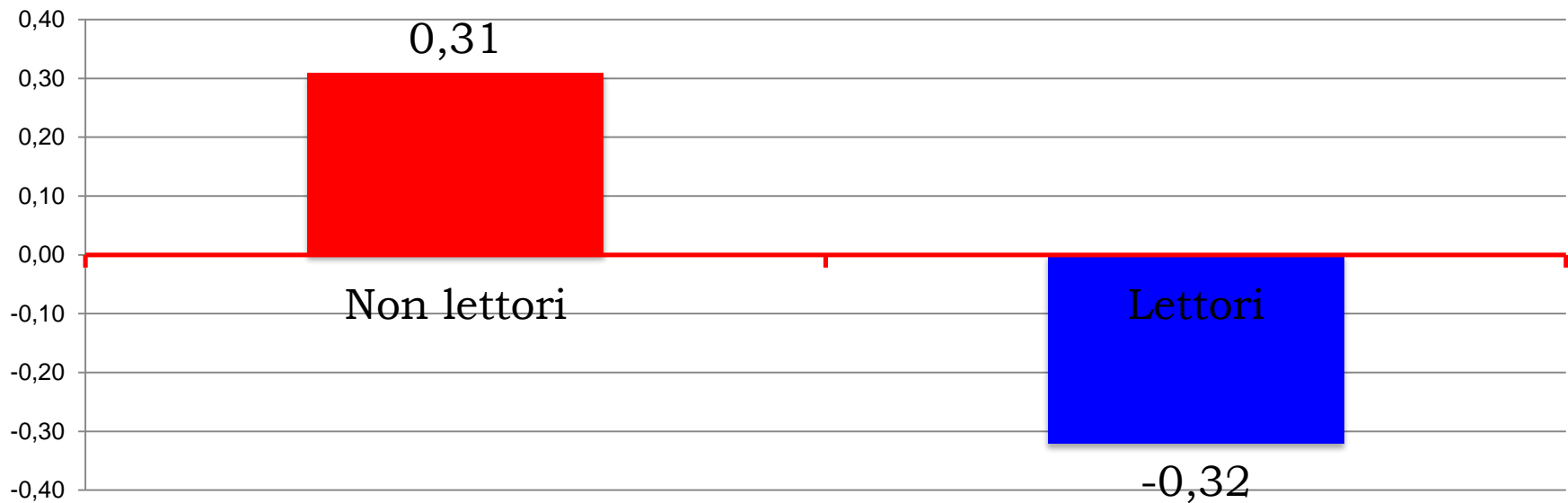
Media dei non lettori = 20,93

Media dei lettori = 21,69

## I lettori fanno esperienza di emozioni negative meno spesso dei non lettori

La frequenza con cui l'individuo ha fatto esperienza di 6 emozioni negative (negatività, malessere, dispiacere, tristezza, paura e rabbia) nelle 4 settimane precedenti l'intervista (1-5; 1 = "mai o molto raramente"; 5 = "molto spesso o sempre"). L'indice è la somma dei punteggi e varia da 6 a 30 - Diener e Biswas-Diener (2009)

### Emozioni negative. Lettori e non lettori a confronto. Scarti dalla media



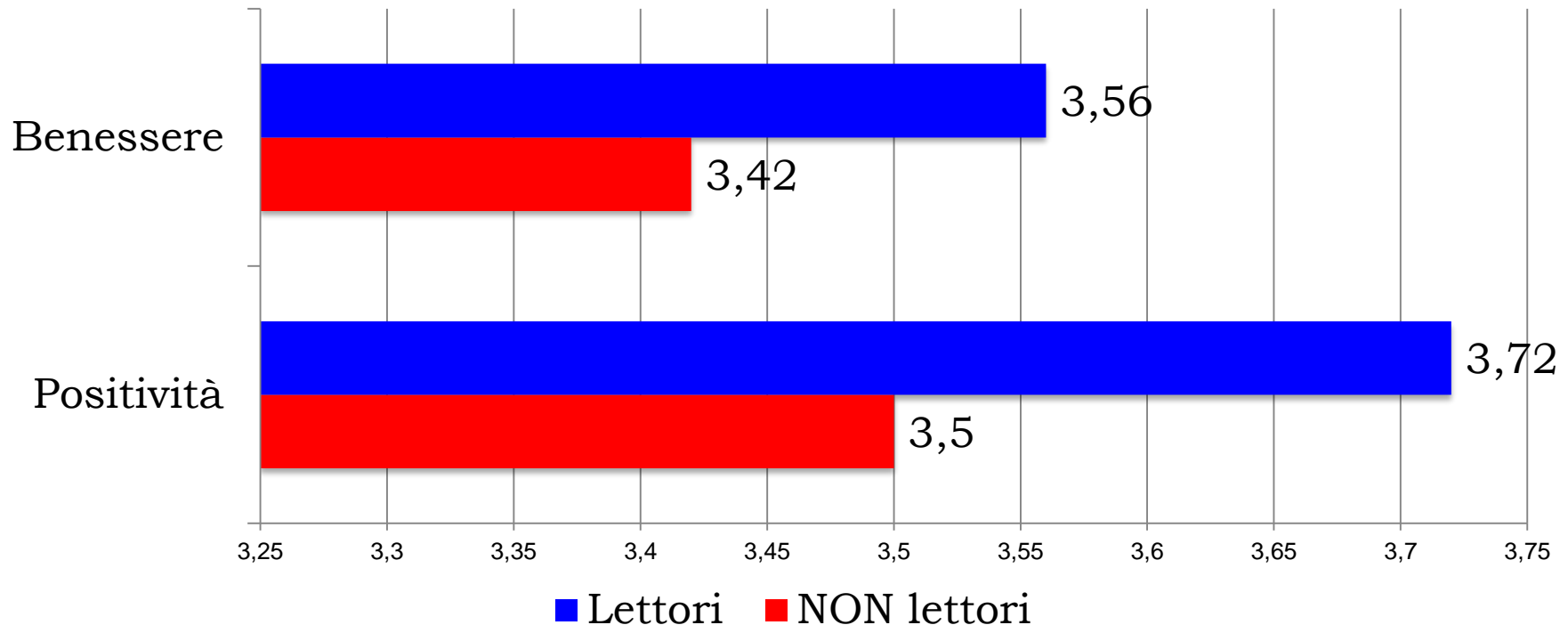
Media della popolazione(\*) = 17,16

Media dei non lettori = 17,47

Media dei lettori = 16,84

➔ **I lettori sono positivi e provano benessere più frequentemente dei non lettori**

## Benessere e positività. Lettori e non lettori a confronto (\*)



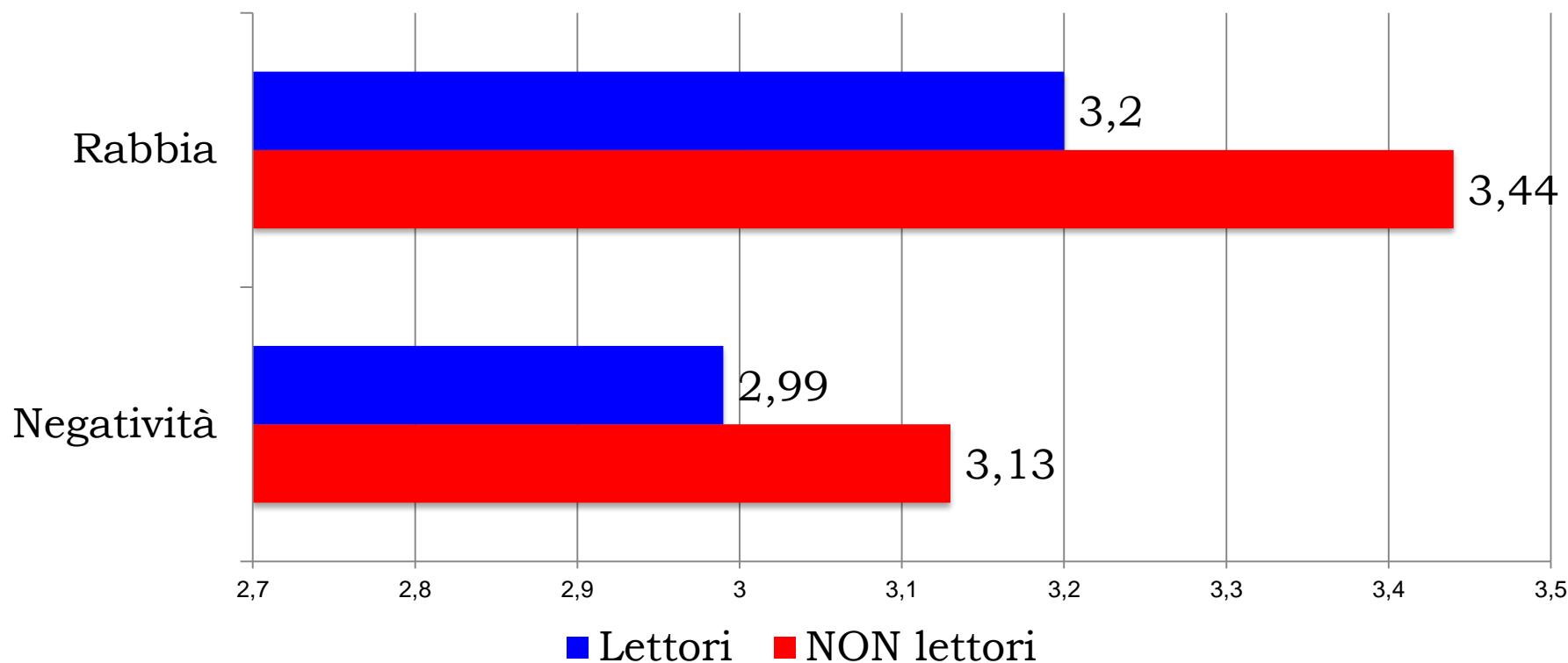
(\*): Differenze statisticamente significative

# Le emozioni negative diverse fra lettori e non lettori



**I lettori sono negativi e si sentono arrabbiati meno frequentemente dei non lettori**

## Rabbia e negatività. Lettori e non lettori a confronto (\*)

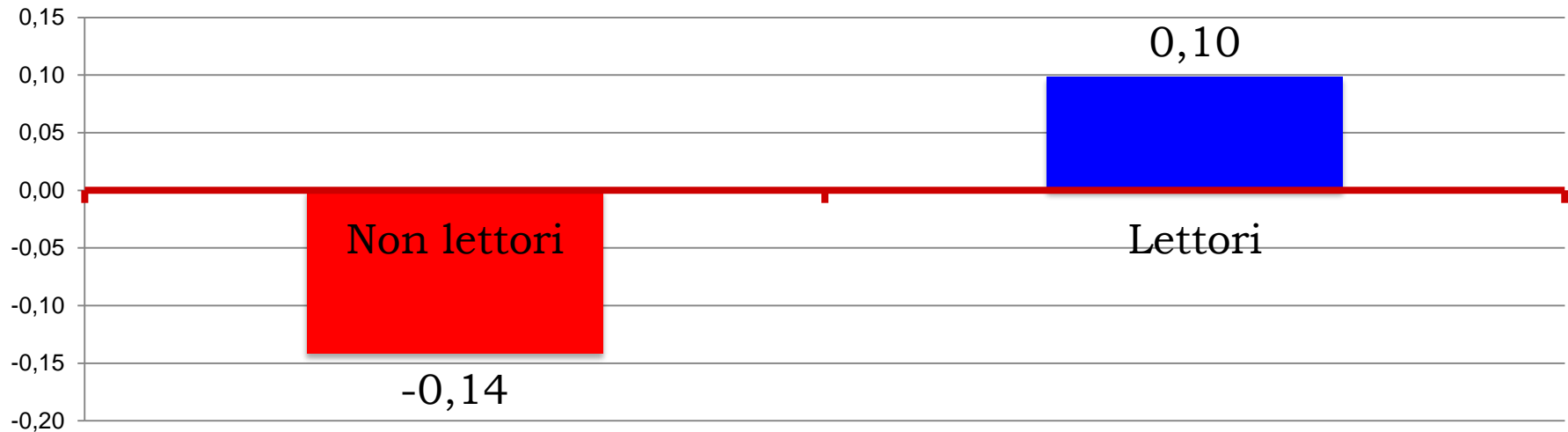


(\*): Differenze statisticamente significative

**I lettori sono più felici di come impiegano nel complesso il loro tempo libero rispetto ai non lettori**

La media per ogni individuo di 3 giudizi su quanto l'impiego complessivo del suo tempo libero (1-9; 1 = per nulla; 9 = moltissimo): (1) contribuisce alla felicità in generale; (2) è fondamentale nella sua vita; (3) è appagante - Van Boven e Gilovich (2003)

## Indice di felicità del tempo libero. Lettori e non lettori a confronto. Scarti dalla media



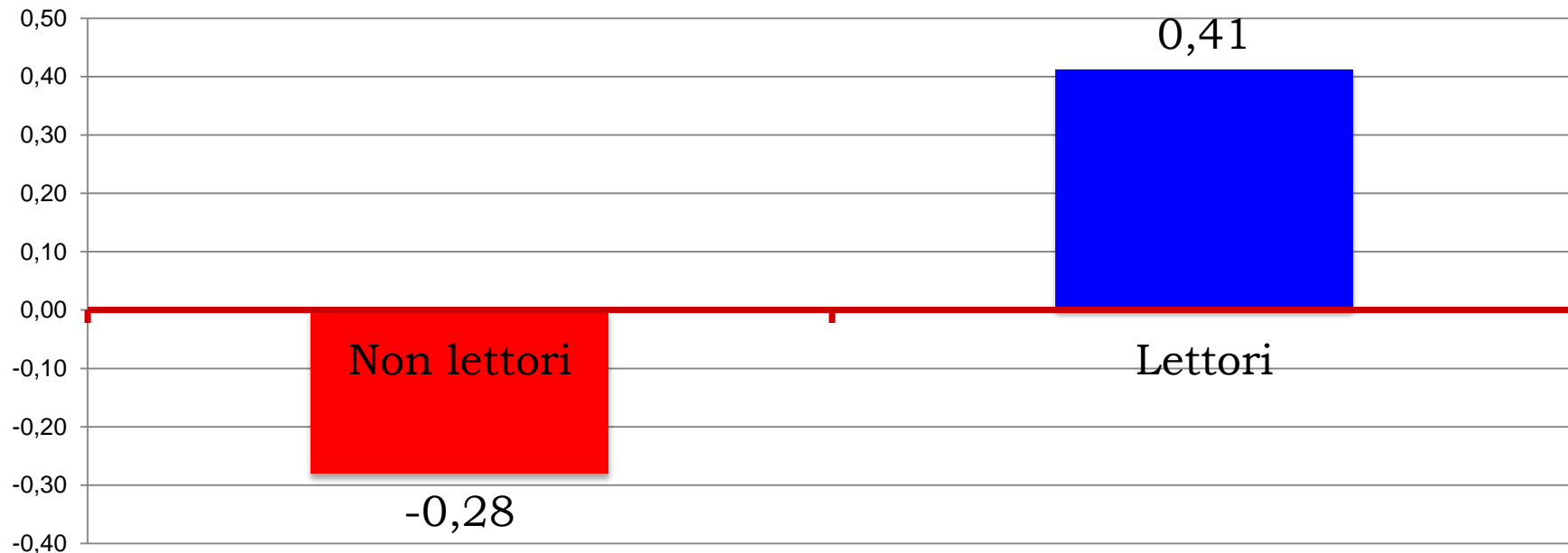
Media della popolazione(\*) = 7,49 su 9

Media dei non lettori = 7,35 su 9

Media dei lettori = 7,59 su 9

# Importanza media attribuita alle attività di impiego del tempo libero

➔ **I lettori attribuiscono mediamente maggiore importanza alle attività di impiego del tempo libero rispetto ai non lettori**



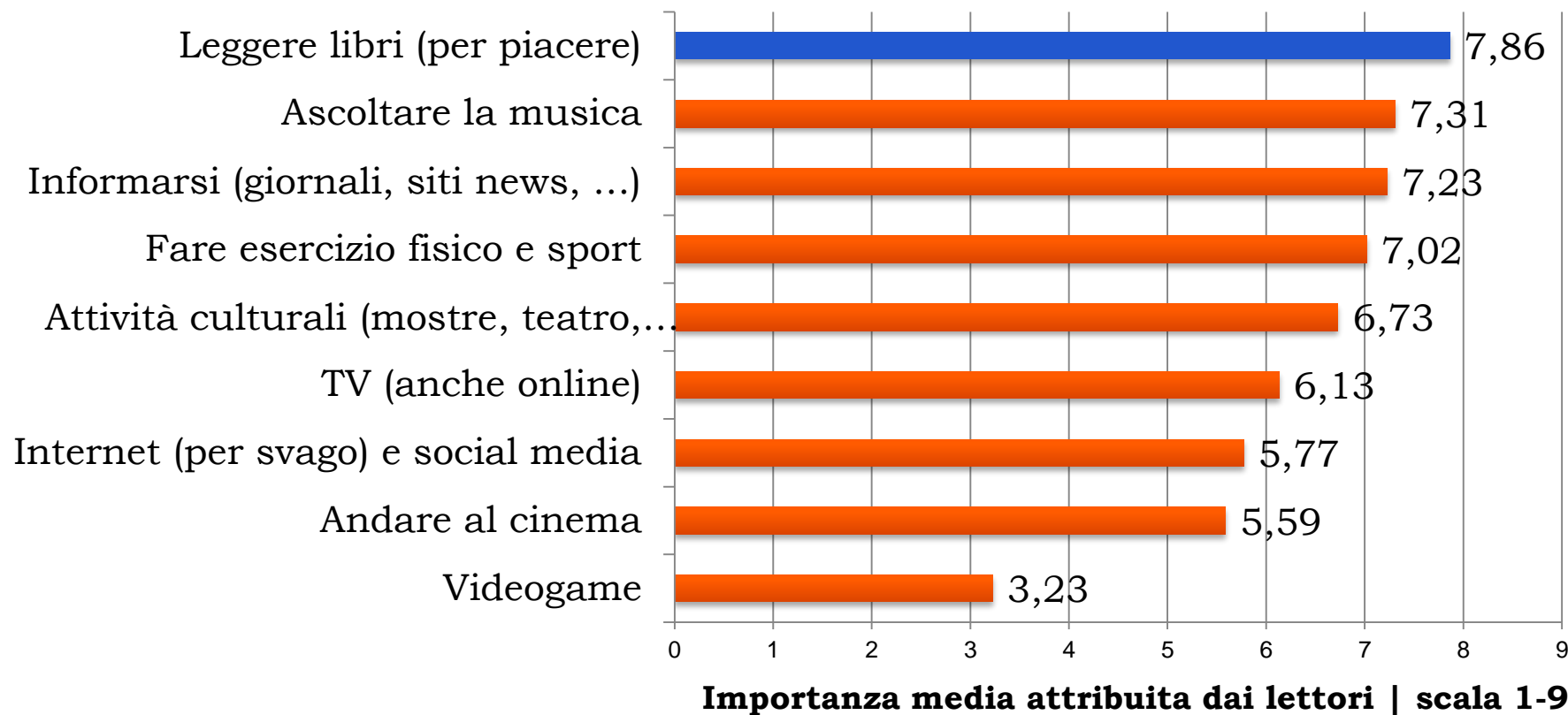
Media della popolazione(\*) = 6,03 su 9

Media dei non lettori = 5,75 su 9

Media dei lettori = 6,44 su 9

Nota: non c'è differenza statisticamente significativa in merito al tempo dedicato al tempo libero fra lettori e non lettori.

➔ **Per i lettori, la lettura è l'attività di impiego del tempo libero più importante**



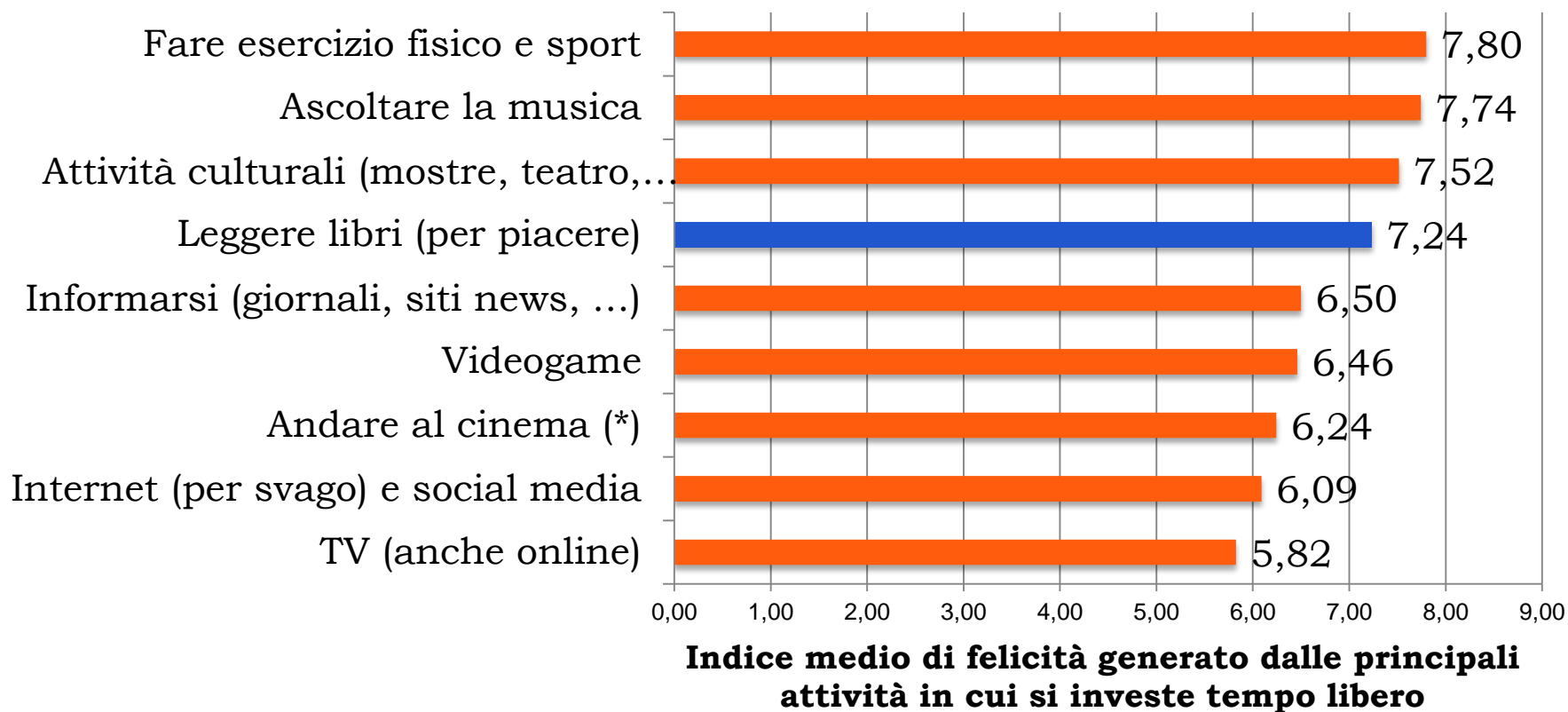
*Curiosità:* anche numerosi non lettori attribuiscono elevata importanza alla lettura (il 24,3% dei non lettori attribuisce comunque importanza massima – pari a 9 – alla lettura).



# L'indice di felicità media attribuita dai lettori alle principali attività del tempo libero

➔ **Per i lettori, la lettura è la quarta attività di impiego del tempo libero per felicità generata. La prima è fare esercizio fisico e sport**

La media per ogni individuo di 3 giudizi su quanto l'attività di impiego del tempo libero (1-9; 1 = per nulla; 9 = moltissimo): (1) contribuisce alla felicità in generale; (2) è fondamentale nella sua vita; (3) è appagante - Van Boven e Gilovich (2003)



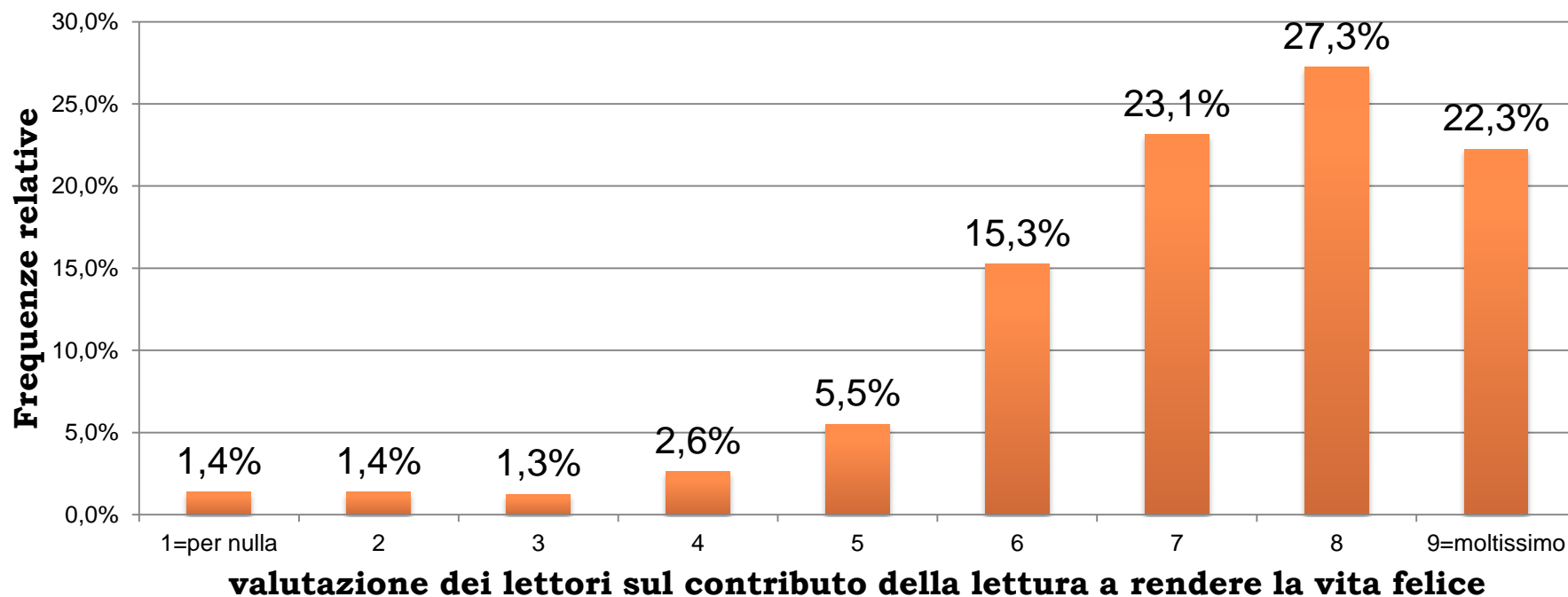
*Attenzione:* i dati sul cinema si basano su un numero estremamente ridotto di casi; non sono da considerarsi pertanto attendibili.

➔ **L'88% dei lettori ritiene che la lettura contribuisca a rendere la propria vita felice con punteggi alti (dal 6 al 9 su scala 1-9)**

L'Indice di felicità generata dalla lettura in dettaglio.

### Distribuzione di frequenza

#### 1. Quanto la lettura contribuisce alla felicità in generale?

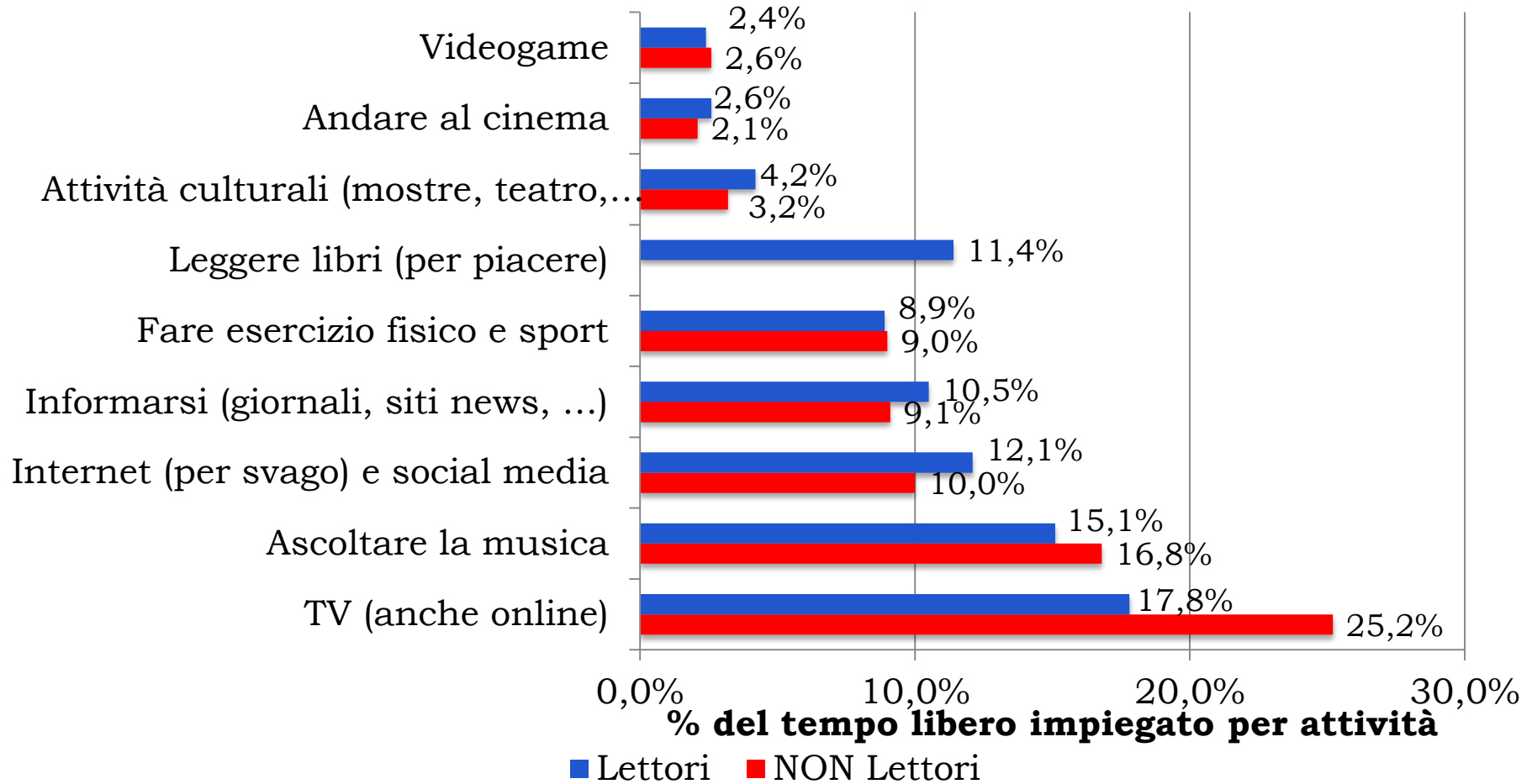


Le altre due dimensioni della scala hanno distribuzioni molto simili.

# La felicità di leggere

## Alcune curiosità

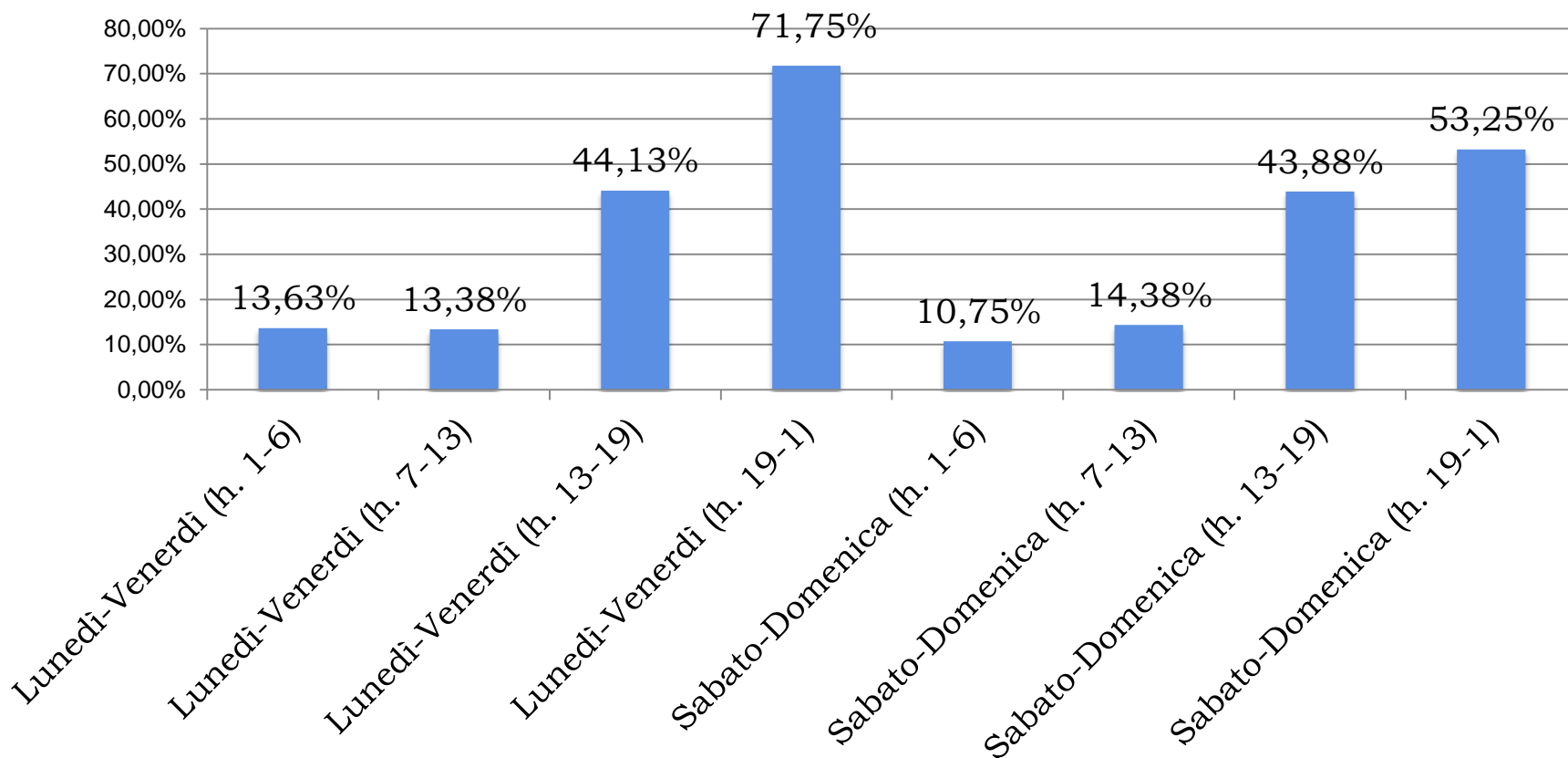
## Fatto 100 il totale, come viene impiegato il tempo libero da lettori e non lettori?



Attenzione: il complemento al 100% sia per i lettori sia per i non lettori è dato da altre attività.

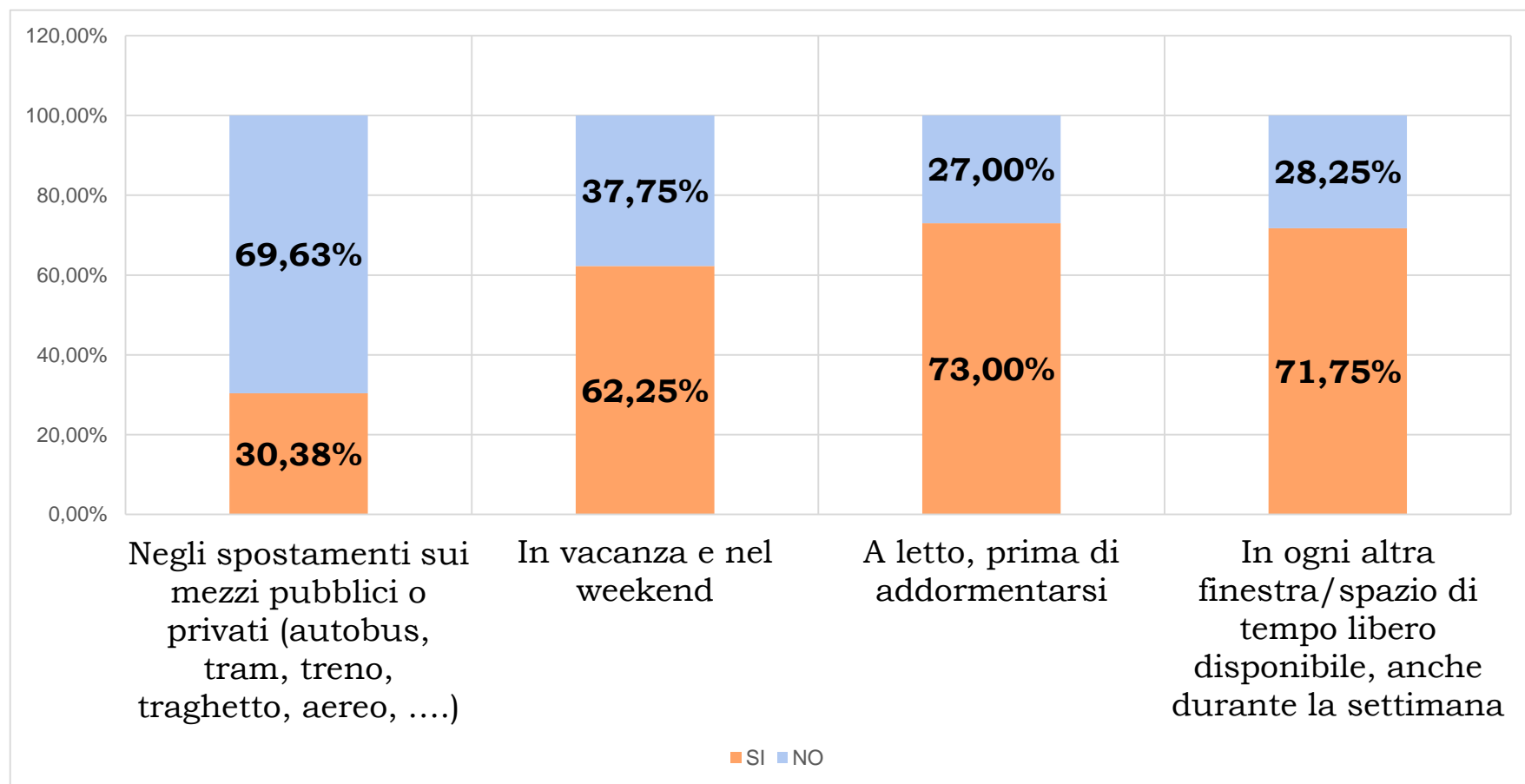
## Quando si legge: giorno e fascia oraria

Fatto 100 il totale dei lettori, quali giorni della settimana e fasce orarie si dedicano alla lettura?

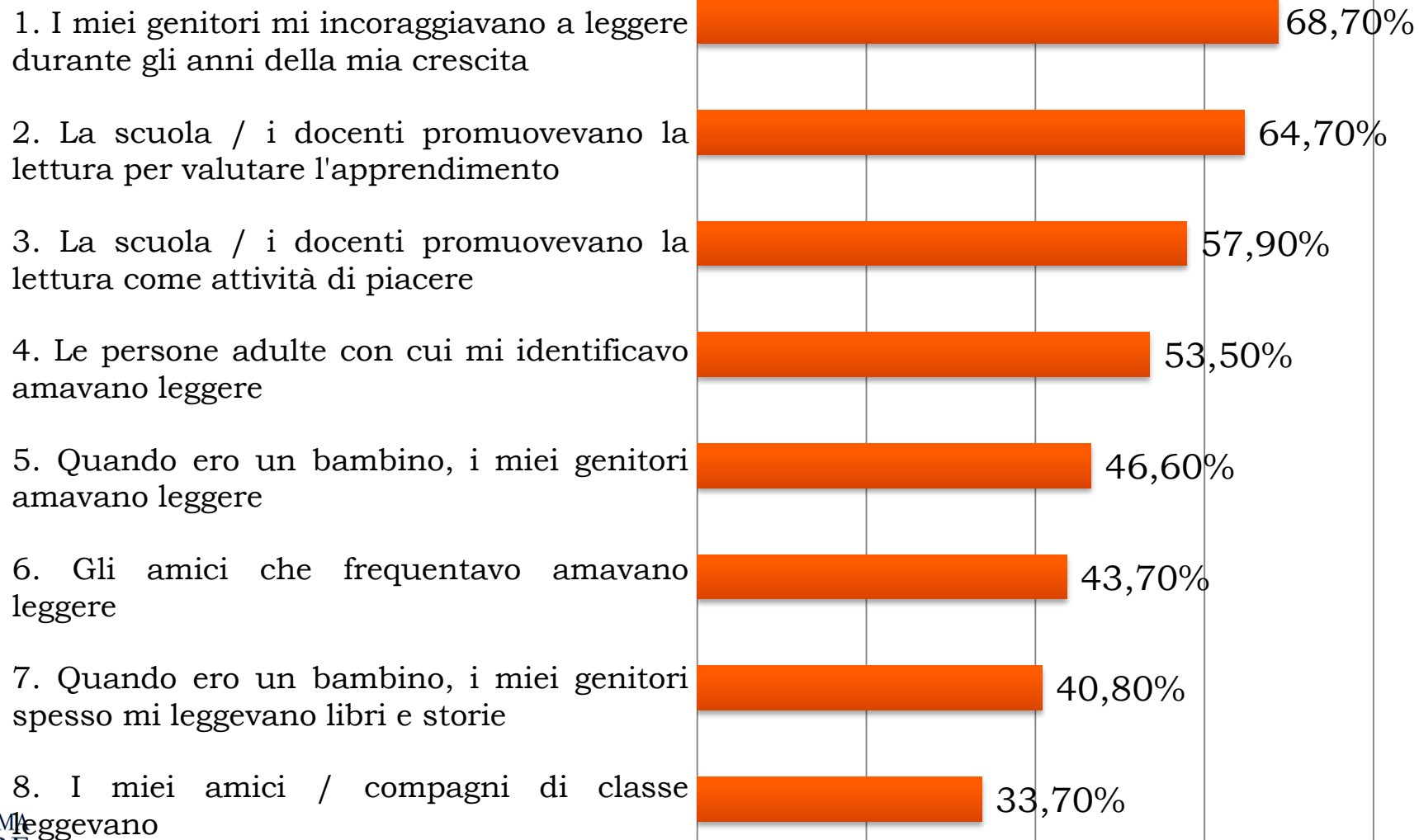


(Base: Italiani; n=800 lettori; 2.121 risposte fornite; possibili più risposte)

Fatto 100 il totale dei lettori, quanti dichiarano di leggere nelle seguenti occasioni di lettura?



## Le percentuali dei lettori che si dichiarano abbastanza o molto d'accordo con le singole affermazioni

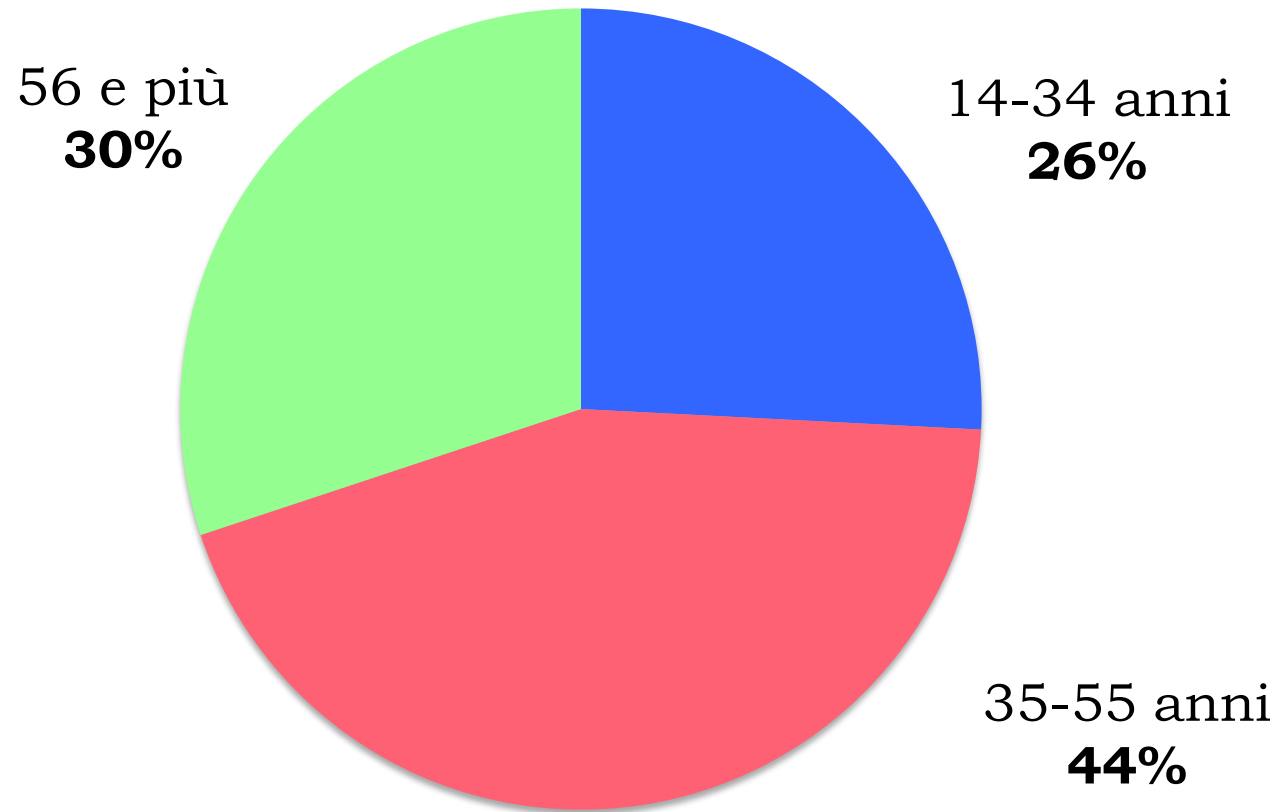


# **La felicità di leggere**

## Appendice metodologica

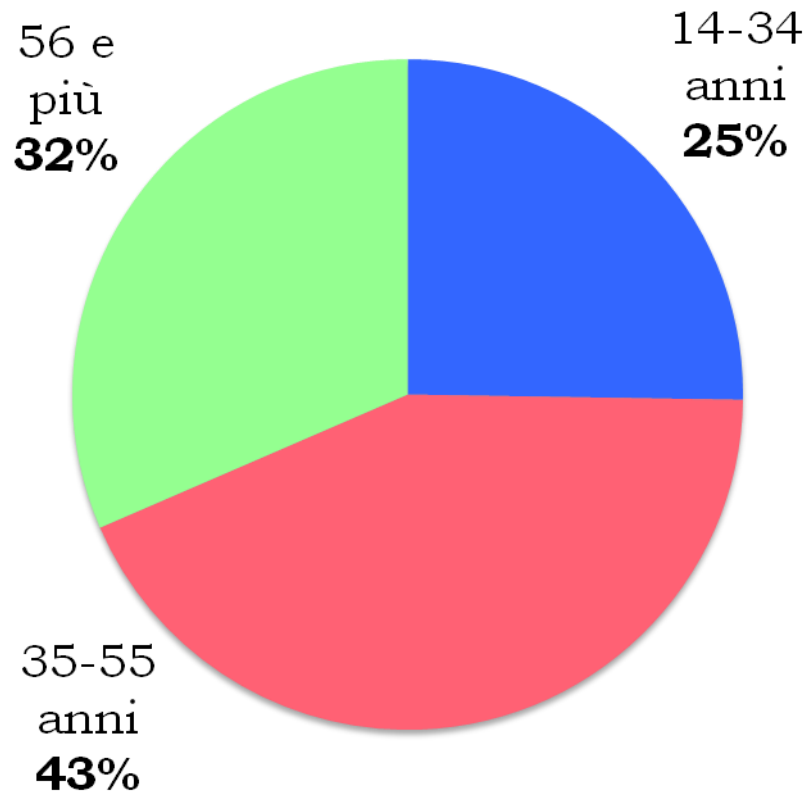


## Età: campione intero

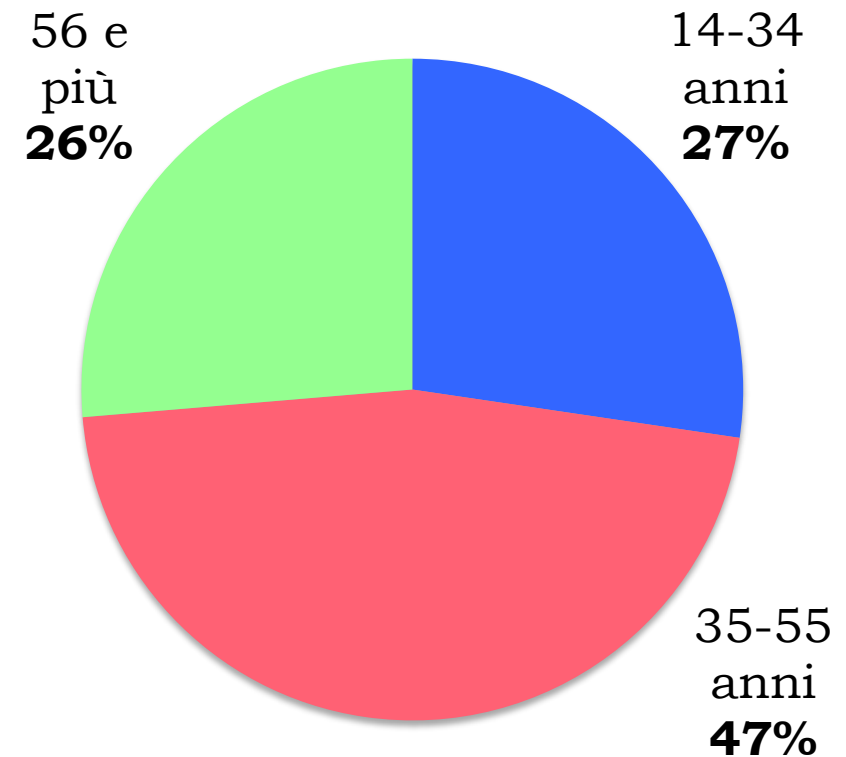


(Base: n=1100; individui; 300 NON lettori e 800 lettori; 284 individui di età 14-34 anni; 485 individui di età 35-55 anni; 331 individui di età superiore ai 56 anni)

## Età: non lettori

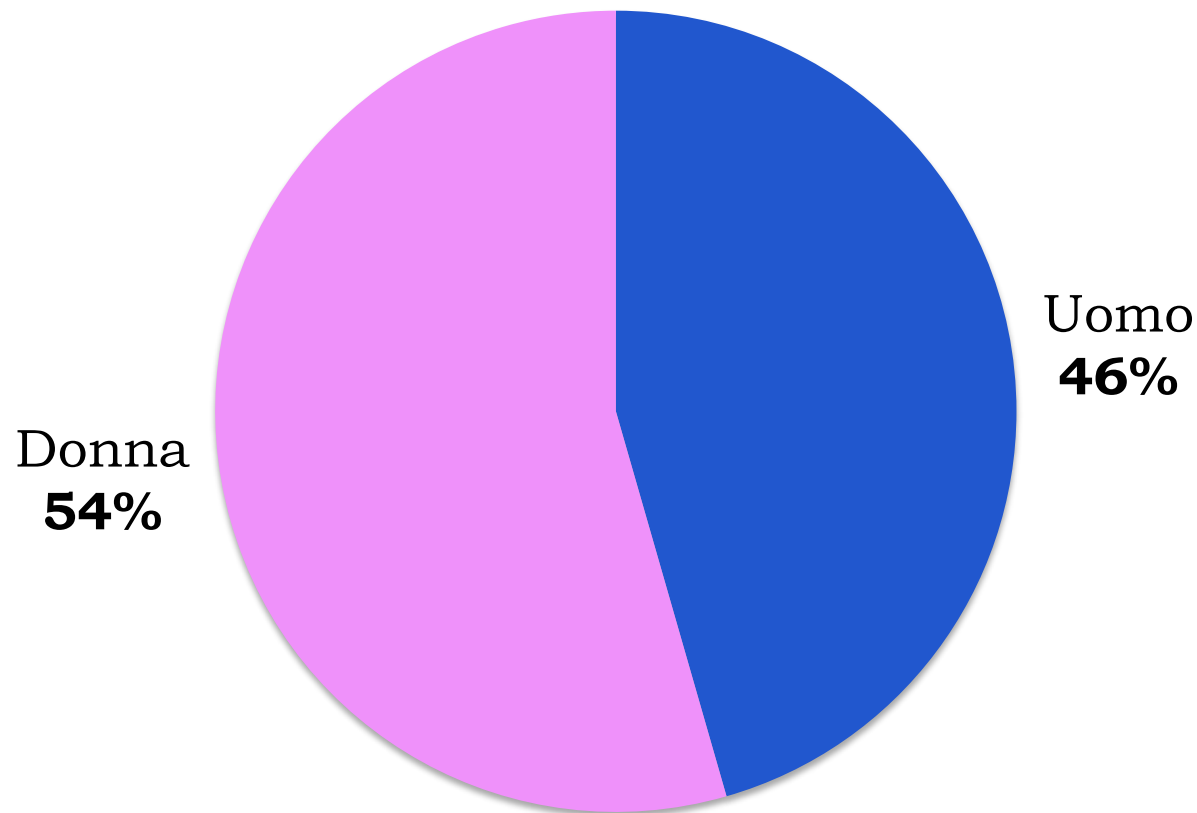


## Età: lettori



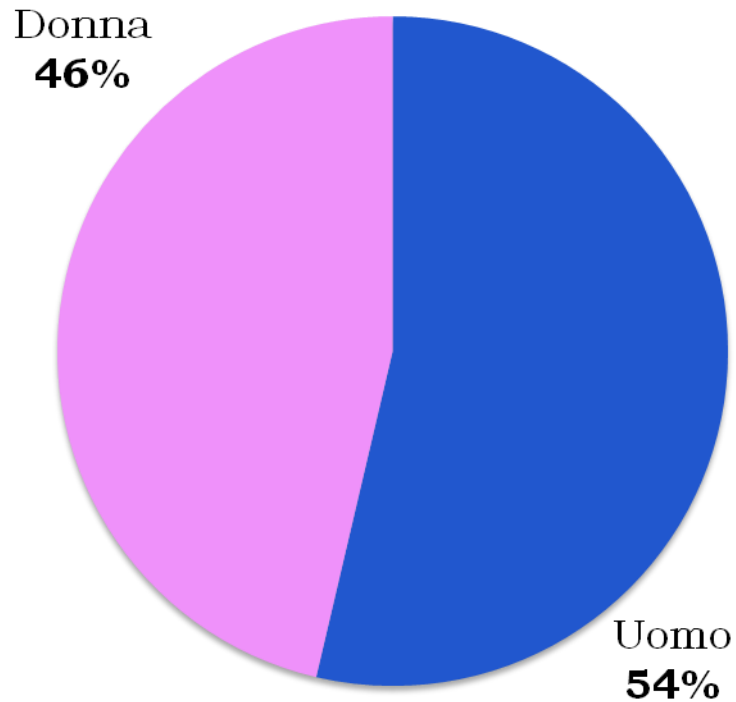
(Base: italiani; n=1100; individui; 300 NON lettori e 800 lettori)

## Genere: campione intero

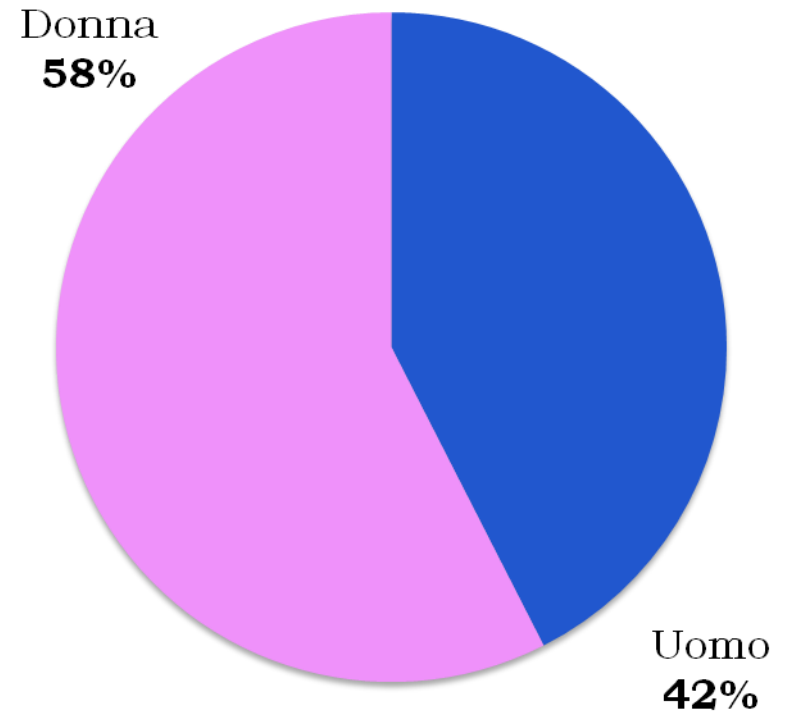


(Base: n=1100; individui; 300 NON lettori e 800 lettori; 599 donne; 501 uomini)

## Genere: non lettori



## Genere: lettori



(Base: italiani; n=1100; individui; 300 NON lettori e 800 lettori)

La ricerca si è svolta in due fasi:

1) Analisi della letteratura per definire il network nomologico di felicità e benessere e i confini della ricerca. Attraverso una analisi degli studi di psicologia, sociologia e delle indagini estensive condotte dai grandi istituti di ricerca nazionali e internazionali che si sono occupati della felicità, della lettura e del tempo libero in generale, sono state definite le scale idonee a misurare i concetti di interesse.

2) Survey su un campione rappresentativo della popolazione italiana di età almeno pari a 14 anni, condotta attraverso il metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interview) fra il 12 maggio 2015 e il 14 giugno 2015.

Questa fase si articola in quattro attività:

- a) il disegno campionario, ovvero la pianificazione della selezione delle unità su cui rilevare i dati;
- b) la progettazione del questionario;
- c) la conduzione delle interviste;
- d) l'analisi dei dati.

## a) Il disegno campionario

- Oggetto principale dell'indagine sono i lettori, anche se i non lettori sono comunque di interesse ai fini dello studio. Per questo motivo, la popolazione è stata dapprima suddivisa in due macro-stati – lettori e non lettori – e poi bilanciata nelle due sottopopolazioni:
  - La sottopopolazione dei lettori è stata bilanciata per ripartizione territoriale, genere e classe di età;
  - La sottopopolazione dei non lettori è stata bilanciata per ripartizione territoriale e classe di età.
- In entrambi i macro-stati, gli individui vengono selezionati con la stessa probabilità di inclusione. Ciò rende il pesare i dati in fase di analisi non necessario.
- La numerosità campionaria totale garantisce che, con una probabilità almeno pari al 95%, l'errore assoluto di stima sia non superiore al 3%.
- La numerosità campionaria totale viene ripartita nei due macro-strati come segue:
  - Lettori: 800 unità (72% circa del campione);
  - Non lettori: 300 unità (28% circa del campione).
- Il campione viene sbilanciato rispetto alle proporzioni di lettori e non lettori a livello di popolazione perché:
  - 1) i lettori sono maggiormente importanti in fase di analisi dei dati;
  - 2) le variabili rilevanti che si osservano sui lettori sono differenti da quelle che si osservano sui non lettori.
- All'interno di ogni macro-strato di riferimento, i due sotto-campioni (dei lettori e dei non lettori) sono bilanciati.
- I lettori e i non lettori vengono identificati da una domanda filtro iniziale:
  - Lettori: coloro che dichiarano di aver letto almeno un libro – non per motivi di lavoro o di studio – nel periodo 1.4.2014-31.3.2015;
  - Non lettori: coloro che dichiarano di non aver letto nemmeno un libro – non per motivi di lavoro o di studio – nel periodo 1.4.2014-31.3.2015.

## a) Il disegno campionario: i lettori

Numerosità campionarie dei lettori per ripartizione geografica, di genere e classe di età.

Ripartizione NO

Classe età	14-34	35-55	56+
Sesso: M	25	44	34
Sesso: F	33	62	46

Ripartizione NE

Classe età	14-34	35-55	56+
Sesso: M	18	35	24
Sesso: F	26	45	34

Ripartizione CE

Classe età	14-34	35-55	56+
Sesso: M	19	32	24
Sesso: F	24	45	32

Ripartizione SI

Classe età	14-34	35-55	56+
Sesso: M	25	36	24
Sesso: F	32	47	34

NO = Nord-Ovest; NE = Nord-Est; CE = Centro; SI = Sud e Isole

## a) Il disegno campionario: i non lettori

Numerosità campionarie dei non lettori per ripartizione geografica, di genere e classe di età.

Ripartizione NO

Classe età	14-34	35-55	56+
Sesso: M	10	19	10
Sesso: F	6	13	11

Ripartizione NE

Classe età	14-34	35-55	56+
Sesso: M	7	14	7
Sesso: F	5	9	8

Ripartizione CE

Classe età	14-34	35-55	56+
Sesso: M	8	15	7
Sesso: F	6	12	8

Ripartizione SI

Classe età	14-34	35-55	56+
Sesso: M	22	29	13
Sesso: F	18	28	15

NO = Nord-Ovest; NE = Nord-Est; CE = Centro; SI = Sud e Isole



Il questionario è articolato in 4 sezioni:

Sezione 1. Le attività del tempo libero

Sezione 2. La lettura

Sezione 3. La felicità e il benessere

Sezione 4. La profilazione

Il tempo di compilazione medio è di 20 minuti.

Sono state inizialmente identificate 10 attività da indagare:

## Attività di impiego del tempo libero

1. Leggere libri (tutti i tipi di libri, dalla narrativa ai saggi purché lo si faccia per piacere, con l'esclusione di quelli scolastici)
2. Raccogliere informazioni off-line (giornali, riviste, ...) e online (siti dei giornali e riviste, altri siti su Internet)
3. Vedere programmi televisivi (di qualsiasi tipo, incluso spettacoli sportivi) o altri video (sulla TV, su Internet, su video, on demand, ...)
4. Navigare in internet e in altri ambienti virtuali per socializzare e chattare con altri (social network, email, facebook, instagram, whatsapp, youtube, ...)
5. Andare al cinema
6. Ascoltare la musica (in cuffia, con ipod, ...) e/o la radio
7. Fare esercizio fisico e sport (passeggiate, calcio, corsa, palestra, ginnastica, ballo, danza, pilates, ecc.)
8. Giocare con i videogame, computer, telefonini, wii, ...
9. Partecipare ad attività educative: visitare mostre e musei, assistere a spettacoli teatrali, opera, ballo, concerti musicali (qualsiasi genere), lezioni e dibattiti, ecc.
10. Altro (fare shopping, assistere a spettacoli sportivi, andare a ballare, coltivare gli hobby, fare attività connesse alla religione o al volontariato, passare il tempo e socializzare con famiglia, amici, giocare a carte e ogni altra attività di relax)

Per ciascuna attività sono state chieste:

- l'importanza attribuita,
- il tempo speso mediamente in una settimana.

Per la lettura e per le tre attività su cui il partecipante investe la maggior parte del proprio tempo libero è stata rilevata la scala multi-item per costruire l'Indice di felicità della attività utilizzando la scala sviluppata da Van Boven, Leaf e Thomas Gilovich (2003) e riusata da Bhattacharjee e Mogilner (2014). L'indice viene costruito calcolando la media delle tre domande che compongono la scala: (1) il contributo alla felicità in generale; (2) il grado con cui è fondamentale nella loro vita; (3) il grado con cui è appagante.

Per la lettura e per l'attività alternativa più importante per il partecipante è stato rilevato:

- il contributo allo *psychological well-being* nelle sei dimensioni misurate secondo la scala di Ryff (1989):
  - AUTONOMIA: quanto l'attività contribuisce a renderla più sicura di sé, delle sue idee e delle sue opinioni anche quando altri pensano diversamente?
  - PADRONANZA AMBIENTALE: quanto l'attività contribuisce a darle gli strumenti per controllare e gestire meglio l'ambiente in cui vive, le situazioni e le responsabilità che deve affrontare?
  - CRESCITA: quanto l'attività contribuisce a farla crescere, sviluppare e migliorare nella sua capacità di pensare a se stesso e al mondo?
  - RELAZIONI POSITIVE: quanto l'attività contribuisce a farle sviluppare relazioni sociali solide e strette, ricche di affetto e di fiducia?
  - SCOPI NELLA VITA: quanto l'attività contribuisce a farle raggiungere gli scopi che si era prefissato nella sua vita, così da avere una vita ricca e piena?
  - ACCETTAZIONE DI SÈ: quanto l'attività contribuisce a farla essere contento di se stesso, di ciò che è diventato e che ha raggiunto nella sua vita?
- Il valore edonistico concettualizzato da Hirschman e Holbrook (1982) nelle sue tre dimensioni: divertimento, emozionare e fantasticare.

In ultimo è stato chiesto quanto è il tempo libero complessivo in una settimana e sono state poste le domande per misurare l'Indice di felicità delle attività di impiego del tempo libero nel loro complesso.

Nella seconda sezione è stata posta una serie di domande per indagare quando, come, quanto, dove e perché si legge. È stato così rilevato il numero dei libri posseduti in casa, di quelli letti nel periodo 1.4.2014-31.3.2015, il numero dei libri letti in formato e-book, gli elementi utilizzati per la scelta di un libro, i giorni e le fasce orarie in cui si legge, le occasioni di lettura, le percezioni dei libri in formato e-book, la “Reading history”, ossia potenziali stimoli che nell’infanzia e nell’adolescenza potrebbero aver avvicinato le persone alla lettura, e infine le fonti di approvvigionamento dei libri.

Per coloro che invece dichiarano di non aver letto nemmeno un libro nel periodo di osservazione, sono state indagate le motivazioni per cui non si legge.

Le informazioni raccolte in questa sezione sono utili per capire meglio i dettagli della lettura per gli italiani e per indagare se le condizioni in cui si legge abbiano un impatto sul livello di felicità che se ne trae.

- La felicità e il benessere in generale degli italiani sono stati misurati attraverso tre costrutti:
  1. L'Indice di felicità complessiva,
  2. Il Benessere soggettivo (SWB, *Subjective Well-Being*): dimensione cognitiva,
  3. Il Benessere soggettivo (SWB, *Subjective Well-Being*): dimensione affettiva.
- I tre costrutti di cui sopra sono stati tratti dalla letteratura e tutti sono utilizzati generalmente per indagare felicità e benessere.
- Essi colgono aspetti diversi del concetto che interessa indagare.

# (1) L'indice di felicità complessiva

## Come si definisce il costrutto?

Si misura il livello di felicità complessiva degli individui.

## Perché abbiamo usato questa scala?

È stata utilizzata la misura più semplice e diretta fra quelle proposte da Veenhoven e facenti parte del World Database of Happiness. La scala è stata utilizzata anche da Dunn et al (2008) in un articolo pubblicato su *Science*.

Fra tutte le possibili formulazioni della scala rintracciabili sul sito <http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/> è stata scelta quella con una scala a 10 punti, da 1 a 10 perché: (1) è coerente con il sistema mentale degli italiani abituati a questo sistema di valutazione; (2) la letteratura scientifica raccomanda l'uso delle scale lunghe.

È una scala di base, che pone in modo facile, chiaro e comprensibile la domanda diretta.

## Esattamente, quale è la misura?

Al partecipante viene richiesto di rispondere alla seguente domanda:

Considerato tutto, quanto è felice della sua vita globalmente intesa in questo periodo? (scala 1-10 dove 1 = “per nulla felice” e 10 = “totalmente felice”)

## Come vengono trattati i dati raccolti?

I dati raccolti sono analizzati separatamente dagli altri, come una sola variabile.

## (2) Il Benessere soggettivo (SWB, Subjective Well-Being): dimensione cognitiva

### Come si definisce il costrutto?

È stata utilizzata la Scala “Cantril Ladder” o anche chiamata “Cantril’s Ladder of Life Scale” sviluppata nel 1965.

### Perché abbiamo usato questa scala?

È una scala considerata centrale per misurare la felicità degli individui. Il suo uso è raccomandato dall’OCSE.

Questa dimensione viene indagata in modo semplice attraverso un solo item. È una scala molto nota e molto utilizzata in particolare negli studi sulle popolazioni nazionali. È stata resa molto famosa dalla sua adozione nella indagine annuale di Gallup World Poll (Bjørnskov 2010).

È utilizzata nella World Values Survey e in The Gallup-Healthways Life Evaluation, che ogni anno presenta il Country Well-Being Ranking.

Produce una ampia distribuzione dei dati, essendo quindi capace di cogliere piccole differenze fra individui (UK Office of National Statistics, 2011).

### Esattamente, quale è la misura?

Al partecipante viene richiesto di rispondere alla seguente domanda:

Su una scala da 0 a 10, quanto la sua vita è la migliore possibile / la peggiore possibile (0 = “la peggiore vita possibile”; 10 = “la migliore vita possibile”)?

### Come vengono trattati i dati raccolti?

I dati raccolti possono essere analizzati direttamente. In tal senso, Gallup costruisce tre cluster di individui in funzione dei punteggi dati alla scala, che sono:

- o Thriving Respondents: Coloro che danno un punteggio maggiore o uguale a 7;
- o Suffering Respondents: Coloro che danno un punteggio inferiore o uguale a 4;
- o Struggling Respondents: Coloro che danno un punteggio pari a 5 o 6.

# (3) Il Benessere soggettivo (SWB, Subjective Well-Being): dimensione affettiva

## Come si definisce il costrutto?

È stata usata la scala sviluppata da Diener e Biswas-Diener (2009) che indaga una ampia descrizione dei sentimenti positivi e negativi generati in esperienze affettive. La scala è composta da 12 item che misurano la Scale of Positive and Negative Experience (SPANE) e approfondisce sentimenti positivi, negativi, buoni, cattivi, piacevoli e spiacevoli.

## Perché abbiamo usato questa scala?

La molteplicità delle emozioni indagate aiuta a controllare per differenze culturali. È una scala molto usata in letteratura e specificatamente orientata alle emozioni. Tipicamente viene misurata in relazione a un certo momento temporale. Noi abbiamo usato le quattro settimane precedenti, come nella versione originaria. Questa scala vuole catturare il modo in cui le persone fanno esperienza della propria vita, non come la ricordano. Per definizione, questa dimensione non può essere misurata da una scala a item singolo, perché è noto in psicologia che l'affect ha almeno due dimensioni: le emozioni positive e le emozioni negative (Kahneman et al., 1999; Diener et al., 1999). Per questo motivo è consigliato l'uso di una scala multi-item.

## Esattamente, quale è la misura?

Al partecipante viene richiesto di rispondere alle seguenti domande:

Ora pensi per favore a quello che ha fatto e che ha provato nelle ultime quattro settimane. Quanto ha provato le emozioni di seguito indicate? Per ogni emozione e stato d'animo selezioni un numero da 1 a 5: 1 = "mai o molto raramente"; 2 = "raramente"; 3 = "a volte"; 4 = "spesso"; 5 = "molto spesso o sempre".

Positività (*)	Negatività
Benessere (*)	Malessere
Piacere (*)	Dispiacere
Felicità (*)	Tristezza
Gioia (*)	Paura
Serenità (*)	Rabbia

## Come vengono trattati i dati raccolti?

I dati raccolti sono analizzati per costruire due indici: uno per la Positive Feelings Scale (SPANE-P) (sommando tutti i punteggi attribuiti alle emozioni positive – indicate con \*), e uno per la Negative Feelings Scale (SPANE-N) (sommando tutti i punteggi attribuiti agli item negativi – prive di \*). Entrambi gli indici variano fra 6 e 30.



L'ultima sezione del questionario riguarda le informazioni socio-demografiche dei partecipanti alla survey, in dettaglio: età, genere, residenza, titolo di studio, condizione lavorativa, numero dei membri del nucleo familiare attuale, numero di minori e la loro età, numero di tv, di computer, di telefoni cellulari e smartphone, di e-reader e tablet presenti in casa, e la scala multi-item della Subjective Discretionary Income Scale sviluppata da O'Guinn e Wells (1989).

Il questionario è stato composto con un processo di back-translation delle scale: dalla lingua inglese all'italiano e viceversa.

Nella fase di pre-test, che ha coinvolto circa 40 persone intervistate telefonicamente, sono emerse alcune criticità del questionario sia in merito alla sua comprensione sia alla durata, poi successivamente corrette.

Le interviste realizzate hanno portato ai seguenti dati di misurazione delle performance a posteriori del disegno campionario:

- Contatti Irrealizzati (non risponde, occupato, segreteria/fax, numero inesistente/errato): 1077
- Interviste Rifiutate: 1473
- Totale contatti non utili: 2550
- Interviste incomplete: 839
- Interviste complete: 1100
- Tasso di risposta "effettivo" totale (num interviste complete / (num interviste complete + num interviste rifiutate) = 0.43, ossia il 43%).
- Per i soli lettori il tasso di risposta effettivo è non minore di  $800 / (1473 + 800) = 0.35$ , ossia il 35%.

- Il disegno campionario garantisce l'affidabilità delle analisi statistiche condotte per rilevare differenze per strato.
- I dati sono stati analizzati secondo un processo a tre strati:
  - Analisi dell'affidabilità delle scale multi-item. In tutti i casi, le scale hanno rivelato valori dell'Alpha di Cronbach superiori al valore soglia di 0,7;
  - Analisi descrittiva degli strati di interesse;
  - Tecniche di statistica inferenziale.

**Vi ringraziamo per l'attenzione**

