

Concorso Data Challenge

Human Highway & Boolean
Ottobre 2023



Chi siamo e cosa facciamo

Il lavoro di Human Highway



HUMAN
HIGHWAY

Human Highway nasce nel marzo del 2005 con l'obiettivo di sviluppare nuove soluzioni di ricerca che sappiano unire la ricchezza delle indagini sui mezzi interattivi con gli standard di qualità dei metodi tradizionali. Potete vedere qualche esempio del nostro lavoro sul sito

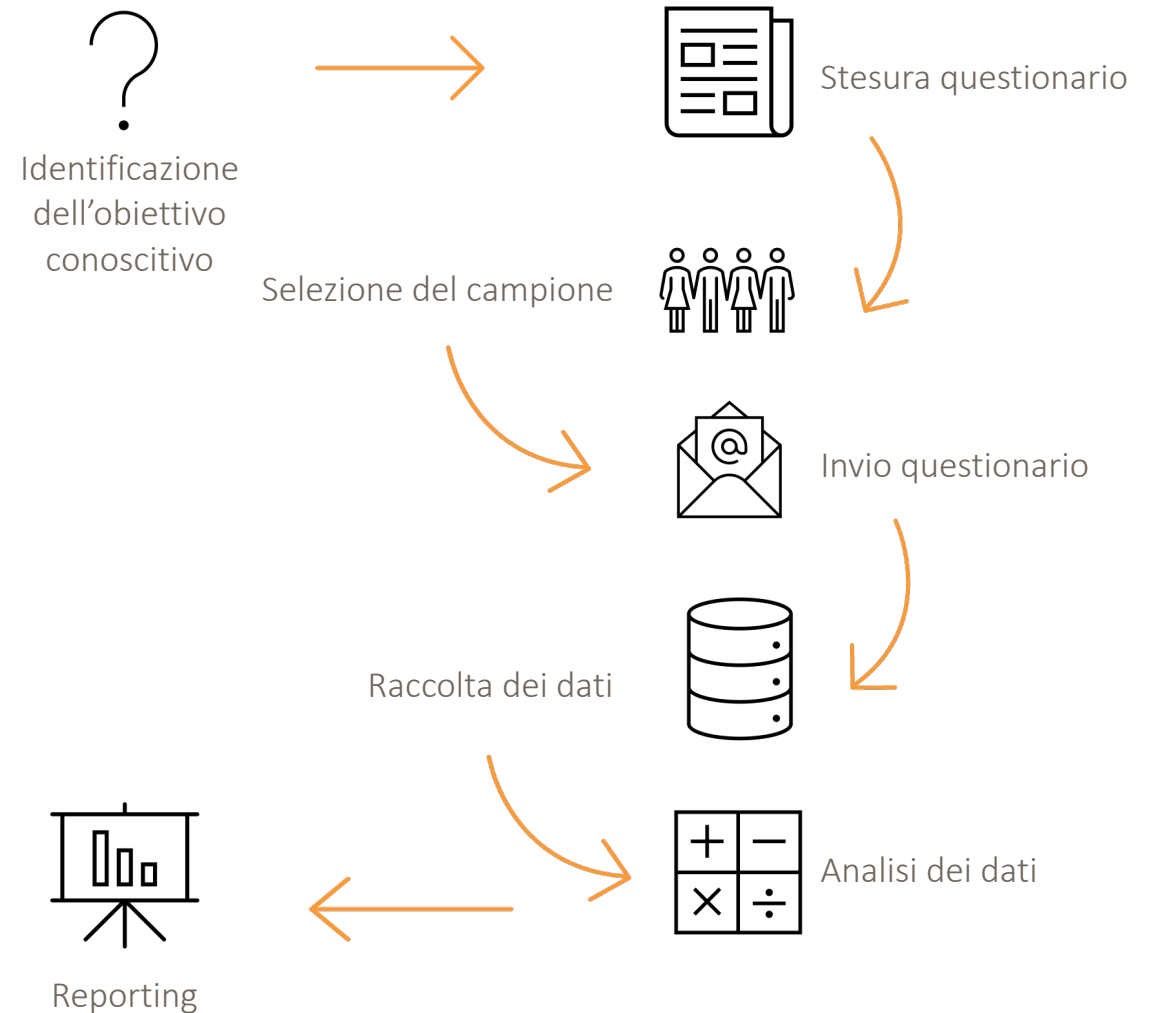
<https://www.humanhighway.it/>



Abbiamo un panel proprietario rappresentativo della popolazione italiana online, su cui svolgiamo le nostre indagini campionarie



Lavoriamo principalmente con metodologie quantitative e in parte minore qualitative.



Di cosa si tratta



È una **survey continuativa** con una rilevazione al mese: da Febbraio 2023 e «ongoing». Nel dataset che sarà fornito sono presenti 9 wave di rilevazione



Viene effettuata ogni mese su un **campione di popolazione estratto dal Panel OpLine** e rappresentativo:

- Della popolazione italiana 18+
- Residente in Italia
- Che si connette ad internet almeno una volta a settimana



Per assicurarsi la rappresentatività del campione rispetto all'universo di popolazione di riferimento nel dataset troverete la **variabile 'peso'** → la **ponderazione** serve per ribilanciare le risposte in modo che siano rispettate le quote di rispondenti per alcune variabili (sesso x età, area geografica x dimensione centro e titolo di studio)
La ponderazione è stata effettuata mensilmente su ogni singola wave.

Fig.2

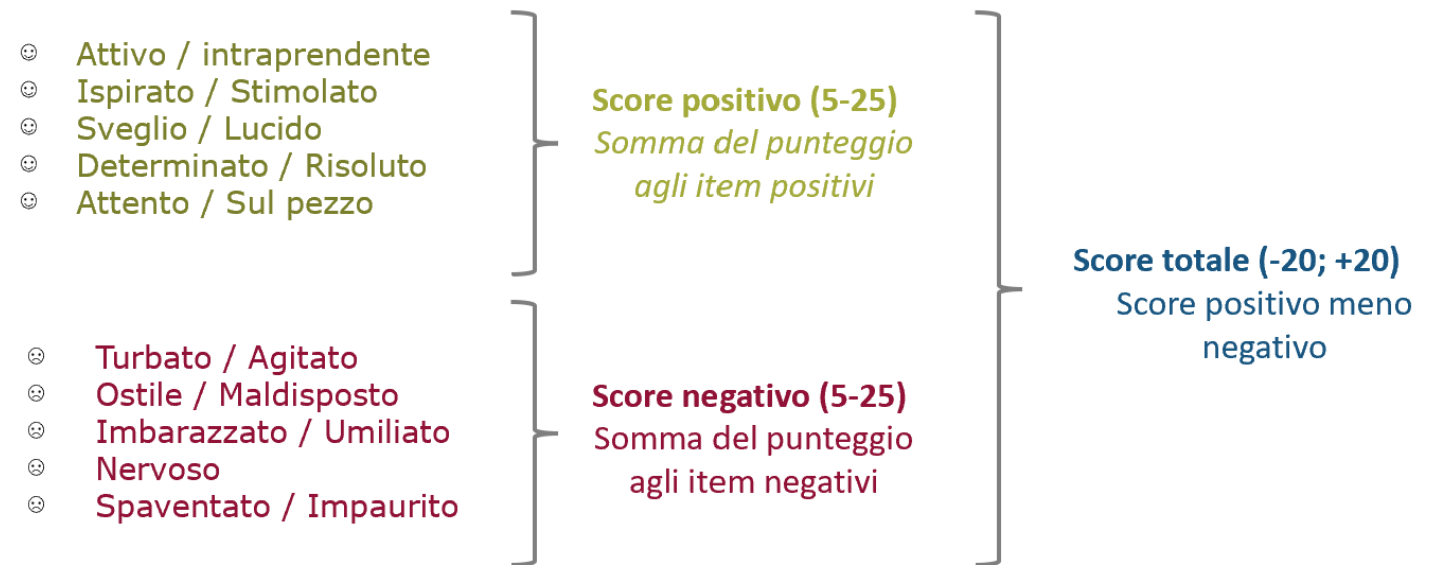
Panas e vita personale

Il questionario si compone di **9 domande** e va ad indagare gli **stati d'animo** delle persone in relazione sia alla loro vita privata che alla loro vita comunitaria.

Si possono distinguere due ambiti/ capitoli:

1) *Il panas e la vita personale*

- Il PANAS (Positive and Negative Affect Schedule) (Watson et al., 1988) è uno degli strumenti più utilizzati per valutare gli stati affettivi positivi e negativi. Si calcola tramite degli score (positivo, negativo e totale)
Nella versione short si compone di 5 aggettivi positivi e 5 aggettivi negativi, Il soggetto deve valutare quanto si sente generalmente nel modo descritto dall'aggettivo, rispondendo su una scala Likert a 5 punti (1= per niente, 2=poco, 3=un po' sì e un po' no, 4=abbastanza, 5=molto)
- La previsione del cambiamento dei propri stati d'animo in futuro



I contenuti della ricerca «Stati d'animo»

Stati d'animo e contesto

2) Gli stati d'animo in relazione ai contesti

- Un capitolo relativo agli stati d'animo provati dagli individui quando si riferiscono e relazionano con la realtà/ comunità attorno a loro a partire dalla cerchia più ristretta (la propria casa), per poi riferirsi al vicinato e allargare infine lo sguardo all'Italia e al mondo (un massimo di 3 per rispondente, da scegliere tra 6 positivi e 6 negativi)

☒ Gioia
☒ Fiducia
☒ Speranza
☒ Protezione/ Sicurezza
☒ Armonia
☒ Serenità

☒ Tristezza
☒ Indifferenza
☒ Incomprensione
☒ Noia
☒ Rabbia
☒ Ansia/ Inquietudine

12 Stati d'animo
(6 positivi e 6 negativi)



Quali sono i tre
stati d'animo
principali che provi
quando pensi a..?

Le vicende del mondo (politica,
economia, progetti, eventi, etc.)

L'attualità italiana (politica,
economia, cronaca, cultura etc.)

Le relazioni che vivi con le persone che
abitano vicino a te (per es., nel tuo
quartiere / paese)?

Le relazioni
che vivi in casa



4 Contesti

(Casa, vicinato, Italia, Mondo)

Fig.2

Struttura ed informazioni contenute

I dataset che saranno forniti sono 2: A) il dataset contenente le risposte al questionario; B) il dataset con i dati di profilo dei rispondenti

A) Dataset delle risposte al questionario

- Ogni riga corrisponde a un caso
- Id univoco
- Peso
- Data
- CAP
- Dettaglio variabili del questionario Stati d'animo

B) Dataset col profilo dei rispondenti

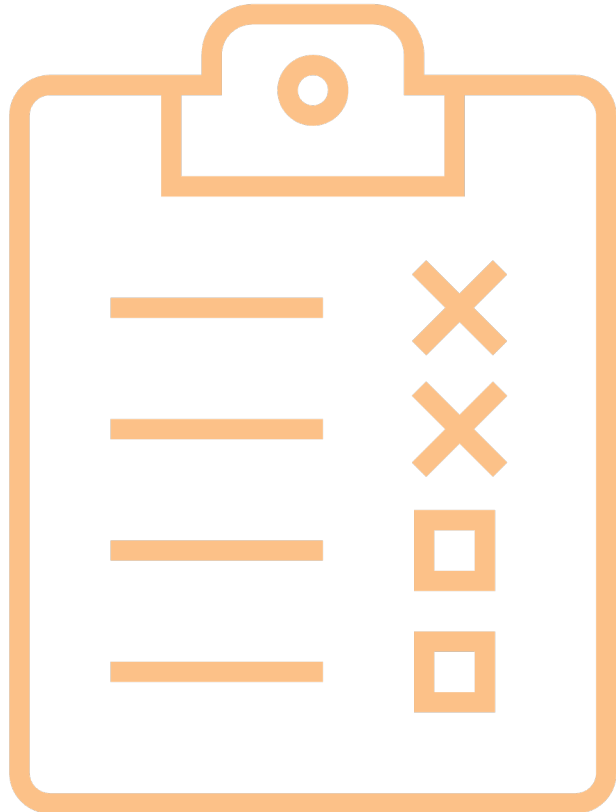
- Ogni riga corrisponde a un caso
- Id univoco
- Esempio di alcune variabili di profilazione dei rispondenti
 - Atteggiamento di apertura/chiusura verso l'esterno (viaggi, conoscenza lingue, etc.)
 - Dotazione tecnologica
 - Figli
 - Istruzione
 - Spesa media familiare (*proxi* del reddito)
- Possibile presenza di «missing»

C) Altre fonti?

- È possibile arricchire il DB con altre fonti di dati (reperate dal partecipante al concorso e non fornite da Human Highway)
- Esempio: arricchimento con informazioni relative all'area geografica di residenza tramite il match col CAP
- Esempio: arricchimento con informazioni relative a eventi/ fenomeni (clima, meteo, ore di luce, notizie,) collegabili attraverso la data di compilazione

Cosa ci aspettiamo

Gli elementi imprescindibili dell'elaborato



Deve trattare **almeno una delle variabili** presenti nel **dataset «stati d'animo»**. Non è necessario analizzarle tutte.



Deve essere una presentazione **fruibile con almeno uno dei principali software** in uso:

- Tableau
- Microsoft Power Point
- Microsoft Power BI
- Microsoft Excel
- Browser web

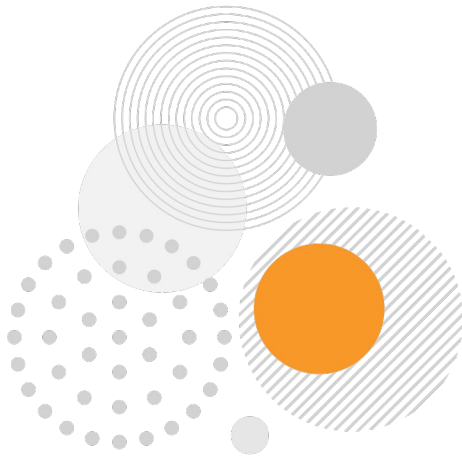


Deve essere **aggiornabile in futuro** con i dati delle future wave dell'indagine.

Criteri di giudizio

Ricchezza dei dati

- Mostrare/fornire più informazioni
- Mettere diverse misure e attributi in relazione tra loro
- Aiutare il fruitore ad apprezzare le diverse prospettive da cui guardare ai risultati



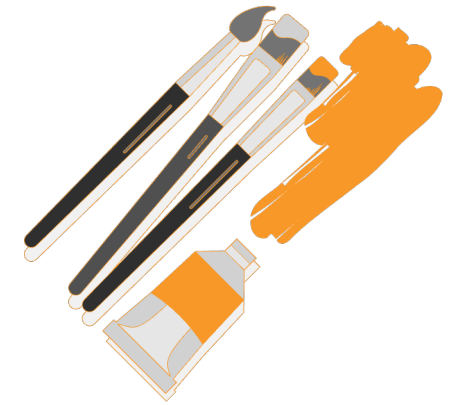
Originalità

- Utilizzo di soluzioni software innovative
- Presentazioni efficaci e non comuni



Cura della forma grafica

- Forme
- Colori
- Equilibrio negli spazi delle pagine
- Soluzioni creative nella presentazione



Buon lavoro!

A thick orange horizontal bar spans the width of the slide, with a vertical orange bar of the same color extending downwards from its right end.

Se avete domande o problemi con i materiali del concorso potete scrivere all'indirizzo:
datachallenge@humanhighway.it