

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

9 Dicembre 2009



Indagine realizzata per conto di



Indice

Metodologia	3
La fruizione della Tv	16
I generi televisivi e gli indicatori di sintesi	32
▪ Cultura, Scienza, Ambiente	39
▪ Varietà	42
▪ Telegiornali	45
▪ Approfondimento informativo	48
▪ Prosa, Danza, Musica classica	51
▪ Attualità	54
▪ Satira/Comici	57
▪ Fiction	60
▪ Approfondimento sportivo	63
▪ Quiz	66
▪ Altri programmi di intrattenimento	69
▪ Musica leggera	72
▪ Soap opera/Telenovelas	75
▪ Appendice: il questionario	78

Metodologia



Indagine realizzata per conto di



Metodologia

Oggetto dell'indagine: misurazione della qualità percepita dei principali programmi televisivi trasmessi sui canali generalisti, selezionati da RAI nell'intera giornata, raggruppati in fasce orarie. Sono stati esclusi dalla rilevazione: eventi sportivi, film, fiction d'acquisto, eventi religiosi, in quanto non rientranti nella sfera della discrezionalità produttiva di Rai.

Fasce orarie: prima mattina (7.00-9.00), mattinata (9.00-12.00), meridiana (12.00-15.00), pomeridiana/preserale (15.00-20.30), prime time (20.30-22.30), seconda serata (22.30-2.00).

Periodo di rilevazione: 4 settimane consecutive nella stagione autunnale 2009 (2 novembre – 28 novembre 2009).

Campioni: pre-stratificati per quote di genere, età, area geografica e livello di istruzione in ciascuna fascia oraria.

Tecnica d'intervista: CAPI (Computer Aided Personal Interviewing).

Questionario: informatizzato di tipo semi-strutturato.

Durata (media) dell'intervista: un'ora circa.

Numero di interviste: 7.530

Metodologia

Negli ultimi anni la qualità della programmazione ha assunto per la RAI sempre più un rilievo di carattere strategico, tanto che il Contratto di Servizio 2007-2009 stipulato tra l'Azienda e il Ministero delle Comunicazioni stabilisce che " la qualità dell'offerta radiotelevisiva costituisce un tratto distintivo della missione del servizio pubblico".

L'art. 3 di tale Contratto introduce il concetto di misurazione della qualità intesa come "valore pubblico", laddove stabilisce che la RAI è tenuta a sviluppare "una ricerca di monitoraggio e di analisi della qualità della programmazione intesa come valore pubblico, in grado di verificare la percezione degli utenti del servizio pubblico in merito ai singoli elementi dell'offerta".

La metodologia di indagine si basa sulle seguenti considerazioni:

- la maggior parte del pubblico componente la platea televisiva nelle diverse fasce orarie è molto probabilmente presente in ascolto/visione anche nel prime time (duplicazione del pubblico).
- l'oggetto del giudizio del telespettatore non deve essere la singola puntata (emissione) di un programma, quanto il *brand* del programma stesso (valutabile quindi anche dai conoscitori del programma, anche se non fruitori).

Metodologia

La “platea di fascia” è costituita da coloro che guardano la televisione nella fascia considerata per più di una volta alla settimana.

La numerosità campionaria di ciascuna delle singole fasce orarie è così articolata:

- 512 interviste per la fascia di prima mattina
- 1.483 interviste per la mattinata
- 1.536 interviste per la fascia meridiana
- 2.003 interviste per la fascia pomeridiana/preserale
- 1.996 interviste per la seconda serata

Ogni individuo è stato intervistato in relazione alla fascia per cui è stato reclutato e, contemporaneamente, per la fascia di prime time, per la quale doveva essere superata la soglia minima di 3.000 interviste.

L'indagine ha interessato le seguenti aree:

- considerazioni generali sul rapporto con il mezzo e sulle abitudini di consumo
- comportamento di consumo e valutazione dei programmi (compresi quelli non fruiti).

Metodologia

Per ogni programma è stata richiesta la valutazione dei seguenti aspetti: elementi strutturali, livello di gradimento (conseguenza delle aspettative) e obiettivi di valore pubblico.

Il piano di campionamento

Sono state effettuate in totale 7.530 interviste a domicilio, con tecnica CAPI (*computer aided personal interviewing*), a persone residenti in Italia al momento dell'esecuzione dell'indagine.

In particolare, per ciascuna fascia oraria, sono stati costruiti i campioni della relativa platea televisiva, definiti sulla base dei dati Auditel disponibili al momento dell'avvio dei lavori, pre-stratificati per quote di:

- genere (maschi, femmine);
- età (14-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65 e oltre);
- area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud, isole), con ulteriore sub-stratificazione proporzionale a livello di singola regione;
- livello di istruzione (nessun titolo, elementari, medie inferiori, medie superiori, laurea).

Metodologia

Per ogni fascia oraria la popolazione oggetto dell'indagine è stata stratificata per 20 regioni e per 4 classi di ampiezza dei centri abitati (fino a 10.000 abitanti, da 10.001 a 30.000, da 30.001 a 100.000, oltre 100.000 abitanti).

Nel campione sono stati ricompresi tutti i grandi comuni italiani, cioè quelli con una popolazione superiore ai 100.000 abitanti (che rappresentano il 23,3% della popolazione complessiva).

I comuni campionati sono stati quindi 45, nell'ambito dei quali è stato effettuato un numero di interviste proporzionale alla relativa popolazione, per un complesso di 1.762 interviste.

Per quanto riguarda i comuni al di sotto dei 100.000 abitanti, è stato selezionato, con metodo casuale, un punto di campionamento ogni 380.000 abitanti circa.

Metodologia

Per “punto di campionamento” si è inteso:

- un singolo comune nel caso delle municipalità di dimensione compresa tra i 10.001 e i 100.000 abitanti (comuni medio-piccoli e medio-grandi).
- un “grappolo di comuni” nel caso dei piccoli comuni, cioè quelli con meno di 10.000 abitanti. Ogni grappolo di comuni ha una dimensione media di 10.000 abitanti ed è stato costituito mediamente da 3,7 piccoli comuni contigui. L’intervista poteva essere condotta in un qualsiasi comune di ciascun grappolo.

Sono stati campionati pertanto:

- 34 comuni medio-grandi (totale comuni in Italia: 261; numero interviste: 1.683).
- 37 comuni medio-piccoli (totale comuni in Italia: 874; numero interviste: 1.731).
- 50 grappoli di comuni piccoli, che rappresentano circa 185 comuni-campione (totale comuni in Italia: 6.921; numero interviste: 2.354).

I campioni in arrivo sono stati costantemente controllati in modo che il loro profilo nelle singole fasce orarie si avvicinasse il più possibile ai dati Auditel utilizzati per la definizione delle quote.

Metodologia

Tuttavia, per restituire una perfetta rappresentatività a tutte le fasce e soprattutto alla fascia di prime time, è stato attuato un processo di riponderazione degli individui campionati.

Il questionario

Il questionario, di tipo semi-strutturato, è stato articolato in più sezioni:

- una sezione preliminare tipologica finalizzata principalmente alla verifica del rispetto delle quote campionarie e alla assegnazione dell'intervistato alle singole fasce orarie;
- una prima sezione, finalizzata ad indagare la relazione dell'intervistato con il mezzo televisivo e i diversi generi televisivi;
- una seconda sezione, atta a comprendere sinteticamente il comportamento e le ragioni di consumo rispetto alle diverse fasce orarie in funzione del fabbisogno televisivo espresso;

Metodologia

- una terza sezione, volta a ottenere per i programmi conosciuti dall'intervistato (fruiti o non fruiti) le seguenti informazioni: un giudizio di sintesi sul programma, le ragioni di visione/non visione, la valutazione degli elementi strutturali ("è divertente", "è originale", "è violento", ecc..), il giudizio sulla capacità del programma di rappresentare un valore pubblico, il confronto con programmi simili, la frequenza e l'intensità di visione e, solo per alcuni programmi concordati (come i tg o i programmi di approfondimento informativo), la valutazione degli elementi di pubblica utilità e pluralismo ("offre spazi a tutti", "arricchisce culturalmente", ecc..).

Metodologia

Gli indicatori

In conformità con quanto previsto dall'art. 3 del Contratto di Servizio 2007-2009, sono stati costruiti due macro indicatori:

- ❑ un macroindicatore della qualità percepita (IQP), che misura il gradimento dell'offerta e la qualità della stessa percepita dal pubblico, sintetizzando una serie di giudizi espressi sugli elementi strutturali di ciascun prodotto monitorato e sul grado di soddisfazione dei telespettatori rispetto alle attese;
- ❑ un macroindicatore di valore pubblico (IVP), che rappresenta una sintesi di indicatori elementari concernenti, per ciascun programma monitorato, diversi aspetti quali l'arricchimento culturale, il rispetto della sensibilità degli spettatori, l'innovazione, l'imparzialità, l'originalità, il pluralismo, la capacità di intrattenimento.



Metodologia

A seguito di alcune prove sperimentali che hanno visto l'impiego di tecniche di analisi di raggruppamento e di analisi in componenti principali, si è definito di costruire i macro indicatori di sintesi mediante l'ausilio di analisi regressive multivariate. Empiricamente l'utilizzo di tali tecniche ha consentito di rappresentare con maggiore immediatezza ed efficacia le differenze qualitative e di valore pubblico all'interno dei generi (intra-genere) e tra genere e genere (inter-genere).

Gli indicatori costruiti sono significativi per tutti i programmi testati da almeno 60 rispondenti.

Dal momento che l'obiettivo è stato l'analisi del "brand" del programma, nella costruzione degli indicatori sono state considerate tanto le risposte dei "fruitori" dei singoli programmi (cioè coloro che hanno visto il programma nei 30 giorni antecedenti l'intervista), quanto le risposte dei "non fruitori" (cioè coloro che, pur conoscendo il programma, non l'hanno visto nel mese precedente).

Metodologia

La durata dell'intervista non consente che l'intervistato possa testare tutti i programmi conosciuti, ma solo alcuni a rotazione, massimo 3 per fascia, più eventuali 3 per il prime time.

La costruzione degli indicatori di qualità percepita e di valore pubblico nasce, come anticipato, da analisi di regressione multipla effettuata per singolo genere televisivo. Tali analisi hanno posto le dimensioni strutturali di programma come variabili indipendenti e le variabili di soddisfazione complessiva/valore pubblico, come variabili dipendenti. Ciò ha consentito di definire i pesi delle variabili suddette, rappresentandoli attraverso i coefficienti di regressione.

La sommatoria delle medie delle variabili sopraindicate, debitamente pesate, ha consentito di calcolare gli indicatori di ciascun programma.

Metodologia

Tali indici sono stati successivamente indicizzati a 100 sulla base del criterio di equivalenze così definito:

$$\text{valore}(0-100)=[\text{valore}(1-10) - \text{min}(1-10)]/[\text{max}(1-10) - \text{min}(1-10)]$$

Scala 1-10	Scala 0-100
1	0
2	11
3	22
4	33
5	44
6	56
7	67
8	78
9	89
10	100

Da tale criterio discende la tabella a lato che evidenzia i seguenti livelli di giudizio:

Sufficiente = 56; buono = 67; ottimo = 78

L'indice di genere è conseguentemente definito come media dei programmi di genere pesata sul numero di volte in cui ciascun programma viene testato.

L'articolazione dei generi monitorati tiene conto delle indicazioni del Contratto di Servizio 2007-2009, ma è anche finalizzata ad una lettura più specificamente editoriale delle evidenze dell'indagine.

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

La fruizione della tv

9 Dicembre 2009



Sintesi delle principali evidenze

I Telegiornali risultano il genere più seguito e preferito dal pubblico televisivo. Seguono con un numero di citazioni simili, i quiz, le fiction/sceneggiati, i programmi di attualità, cultura e informazione, i telefilm e la satira.

Sono meno citati i programmi di intrattenimento e lo sport.

Tra le aspettative dei telespettatori, si registra una forte esigenza di informarsi in quasi tutte le fasce orarie, ad eccezione della seconda serata, in cui si richiede soprattutto relax/divertimento.

In particolare si guarda la televisione per informarsi nella fascia di prima mattina (61%) e in quella meridiana (42%).

Durante la mattinata (fascia 9.00-12.00) la televisione diventa principalmente strumento di compagnia. Ciò si traduce nella ricerca di programmi di intrattenimento, di attualità o, più in generale, di informazione culturale, scientifica, documentaristica.

Nella fascia meridiana, tra le 12.00 e le 15.00, oltre ai Telegiornali, che si guardano per soddisfare il bisogno di informazione, hanno un ruolo importante le soap opera. Esse si guardano un po' per abitudine, un po' per "staccare la spina".

Sintesi delle principali evidenze

La fascia pomeridiana/preserale (dalle 15:00 alle 20.30), vede nei quiz e nei programmi di attualità due generi ad alto valore per il pubblico televisivo, mentre la fascia di "prime time" fa emergere quella necessità di svago e relax di fine giornata che è soddisfatta da telefilm, fiction o anche da trasmissioni comico-satiriche.

Nel complesso la programmazione Rai si dimostra in grado di soddisfare bisogni e aspettative del pubblico durante l'intera giornata.

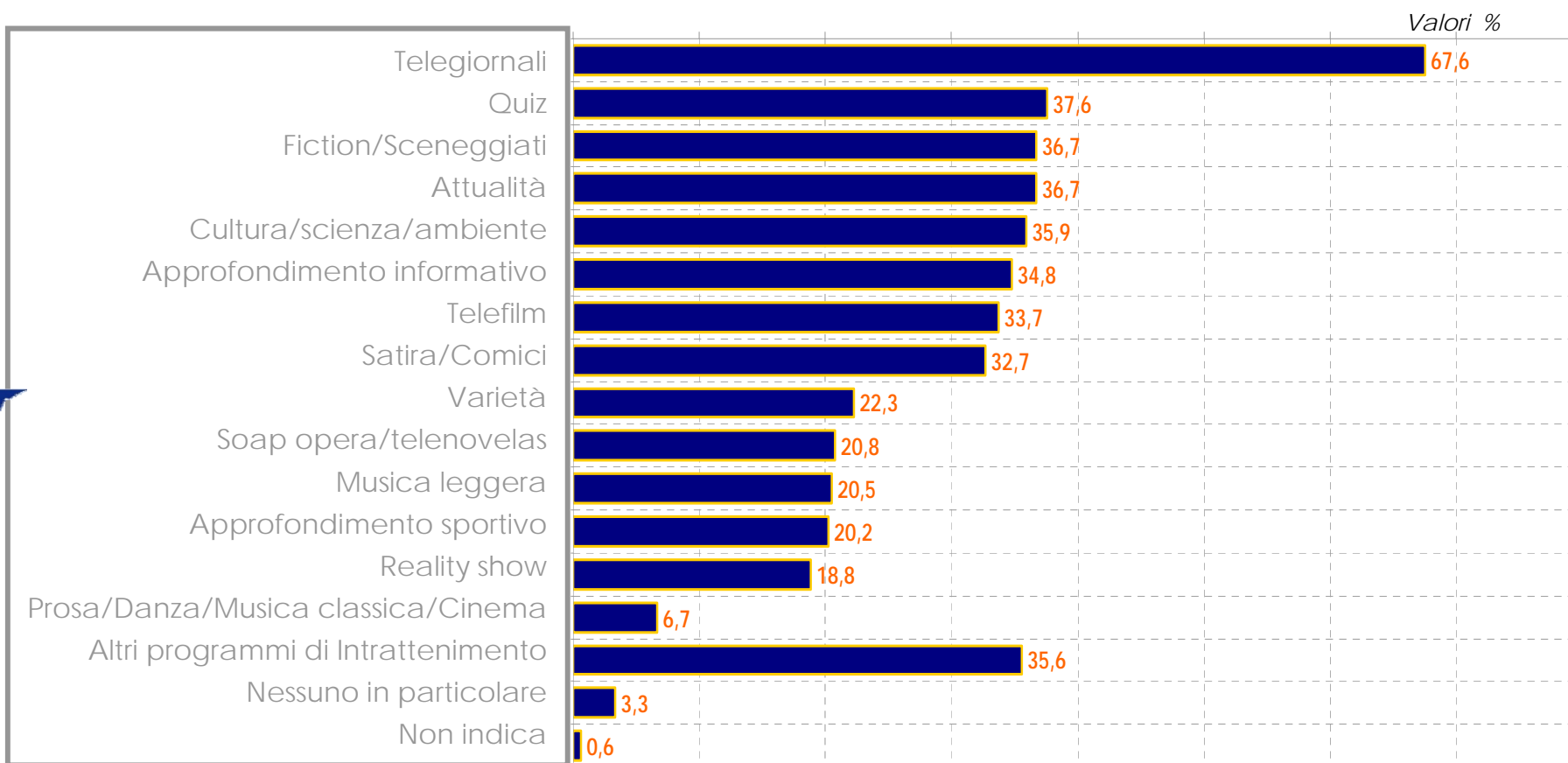
Relazione con il mezzo tv

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

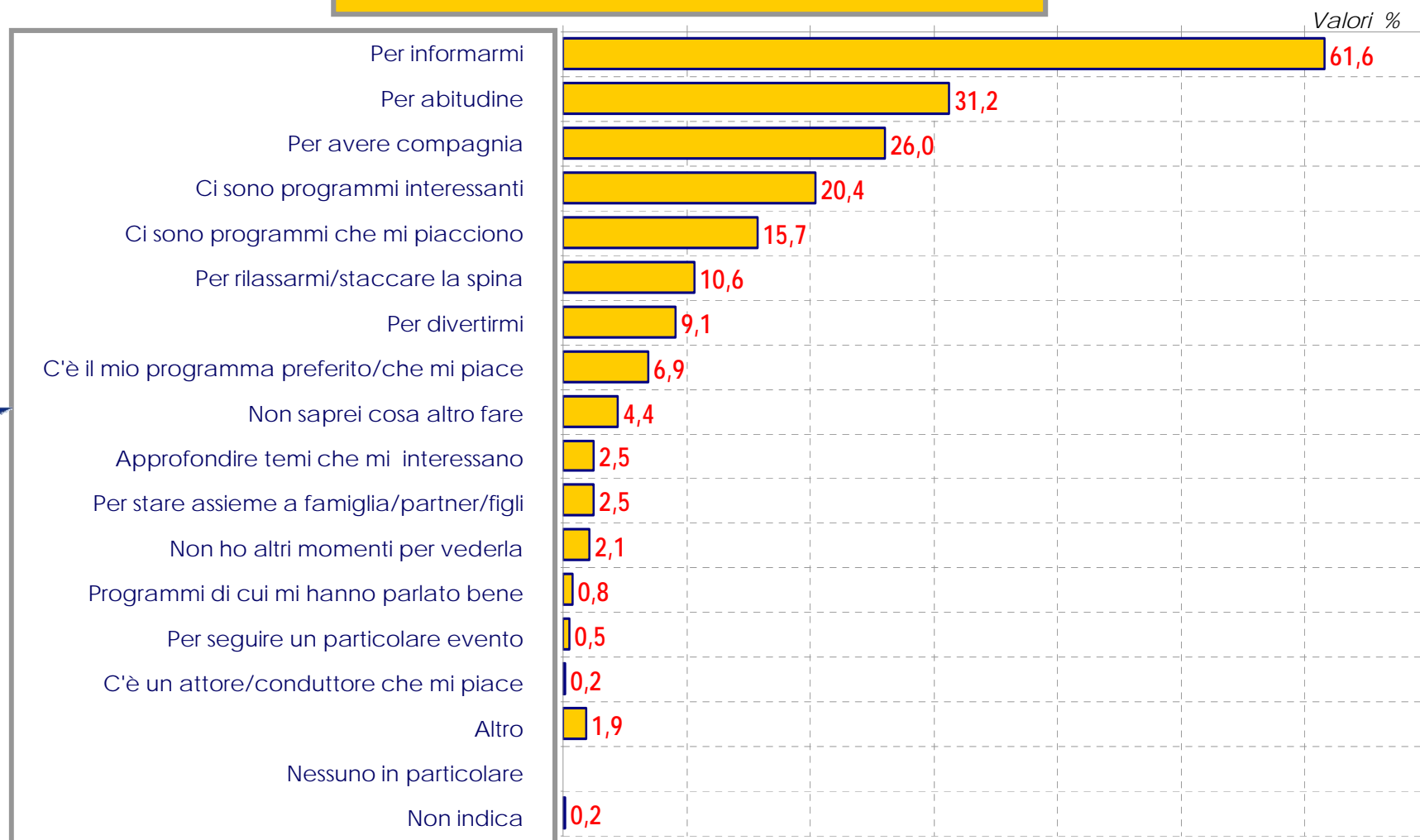
FRUIZIONE TV

I generi televisivi preferiti



Comportamento di consumo tv

Fascia 7.00-9.00: i motivi di visione



Base: 7.530 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.302 intervistati anche per il "prime time")

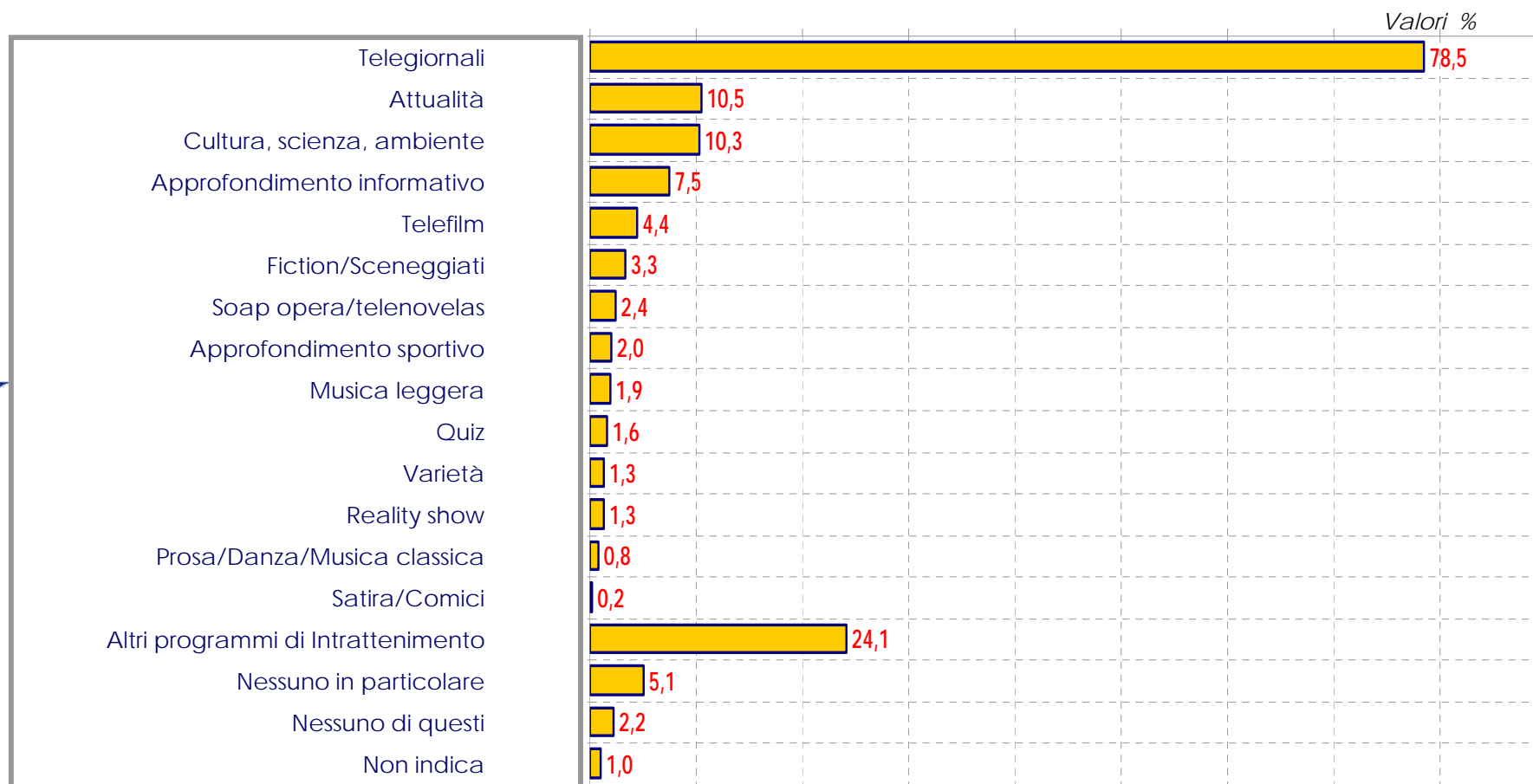
Comportamento di consumo tv

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

FRUIZIONE TV

Fascia 7.00-9.00: i programmi richiesti



Comportamento di consumo tv

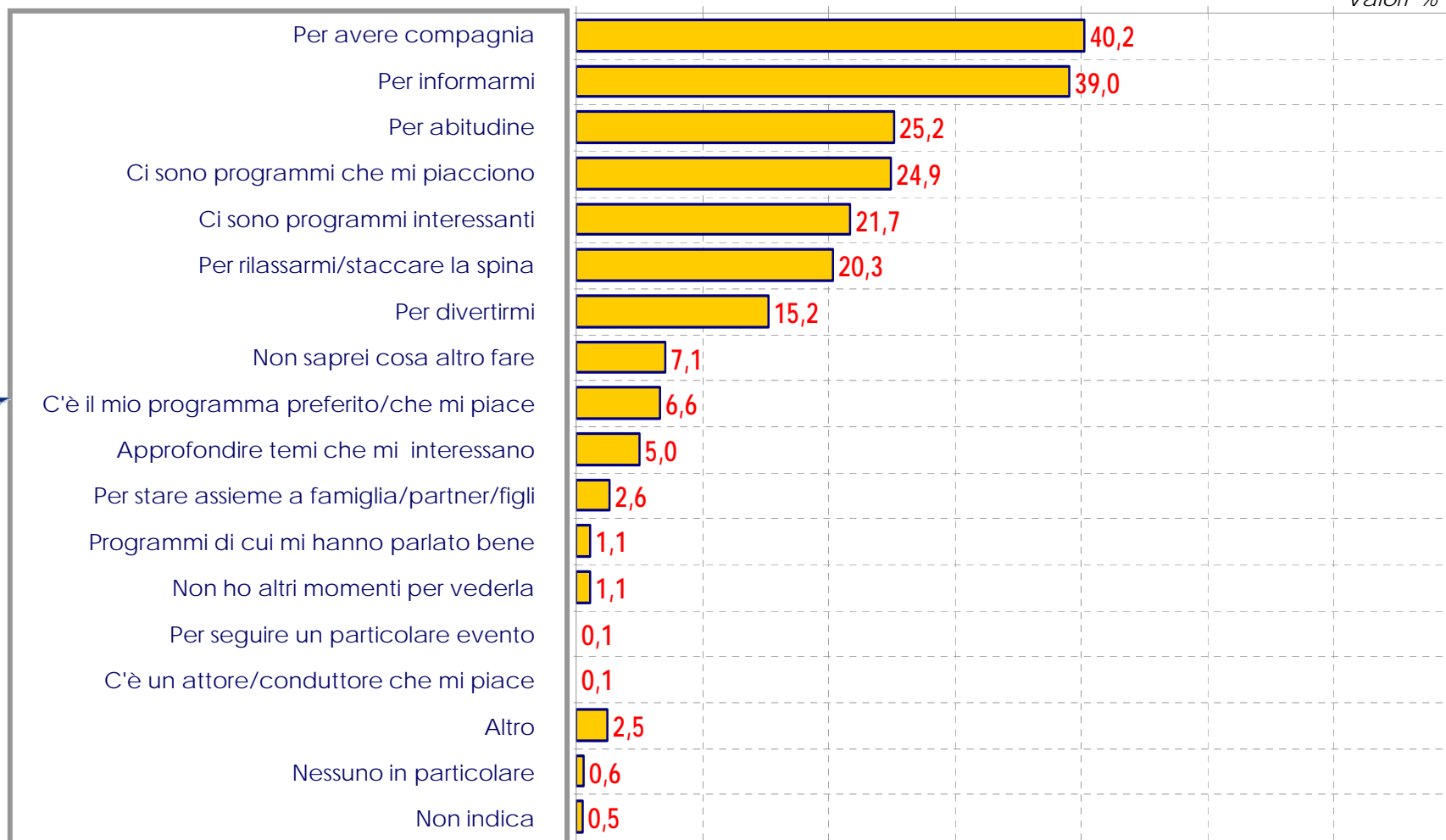
Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

FRUIZIONE TV

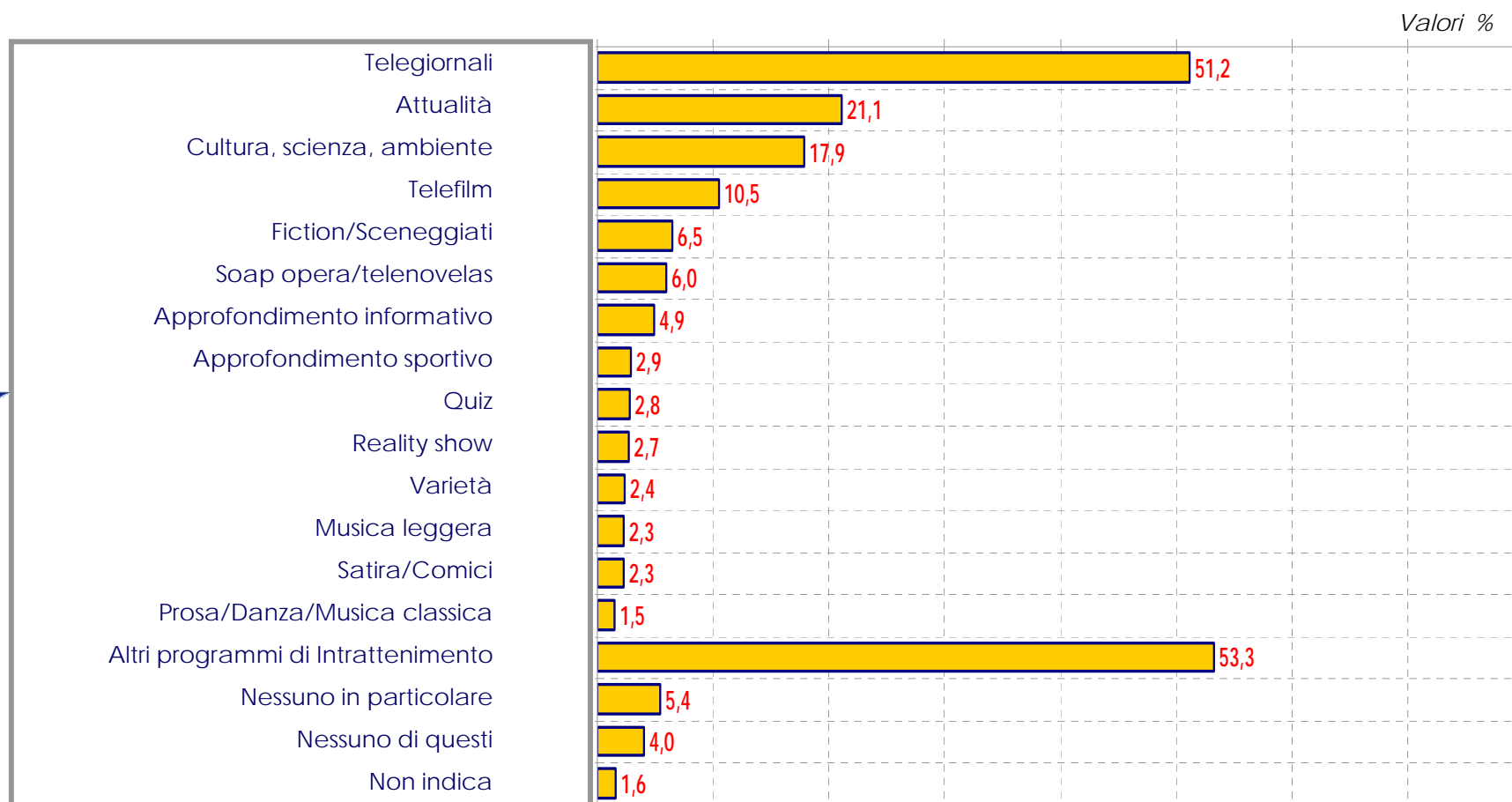
Fascia 9.00-12.00: i motivi di visione

Valori %



Comportamento di consumo tv

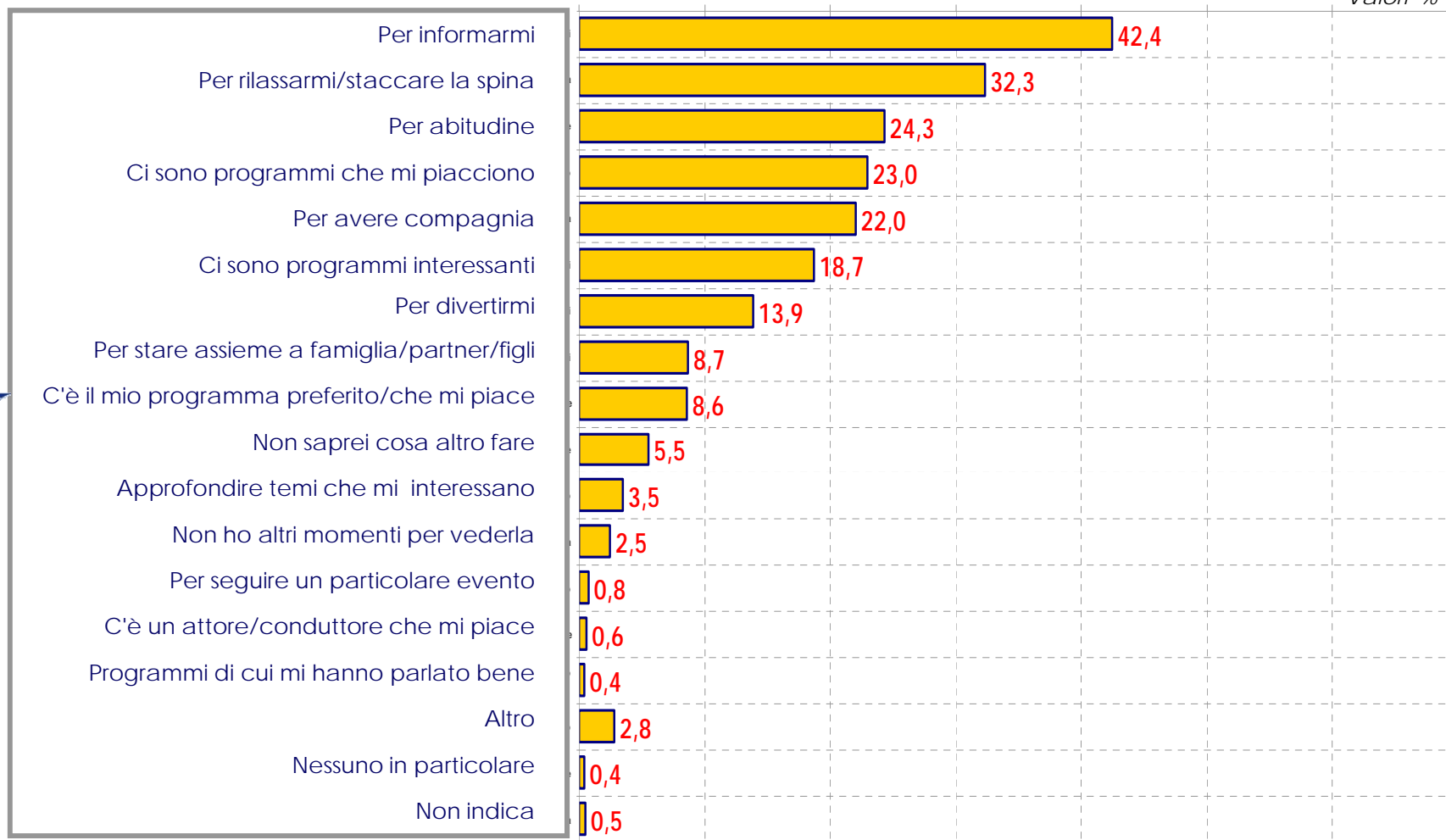
Fascia 9.00-12.00: i programmi richiesti



Comportamento di consumo tv

Fascia 12.00-15.00: i motivi di visione

Valori %



Base: 7.530 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.302 intervistati anche per il "prime time")

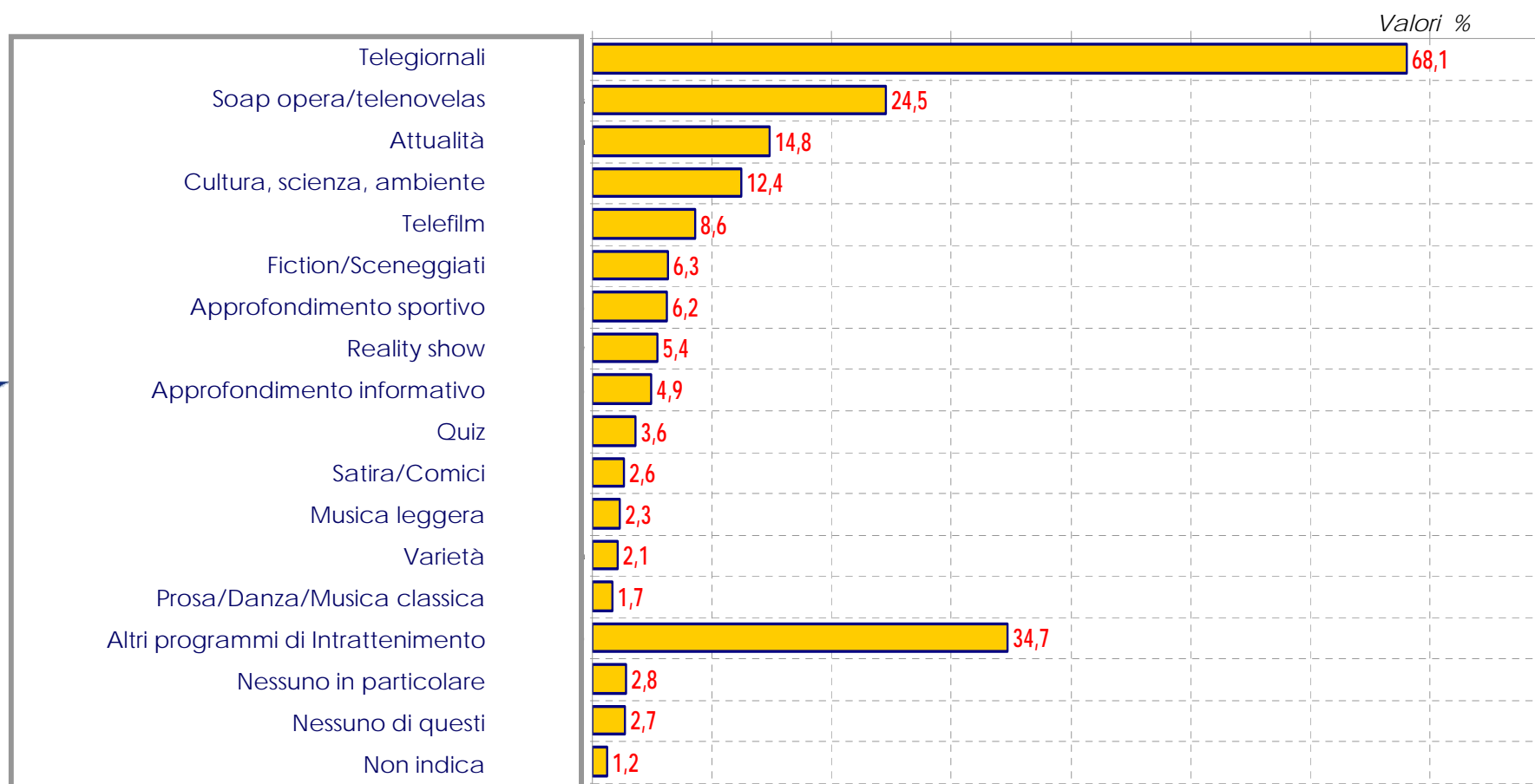
Comportamento di consumo tv

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

FRUIZIONE TV

Fascia 12.00-15.00: i programmi richiesti



Comportamento di consumo tv

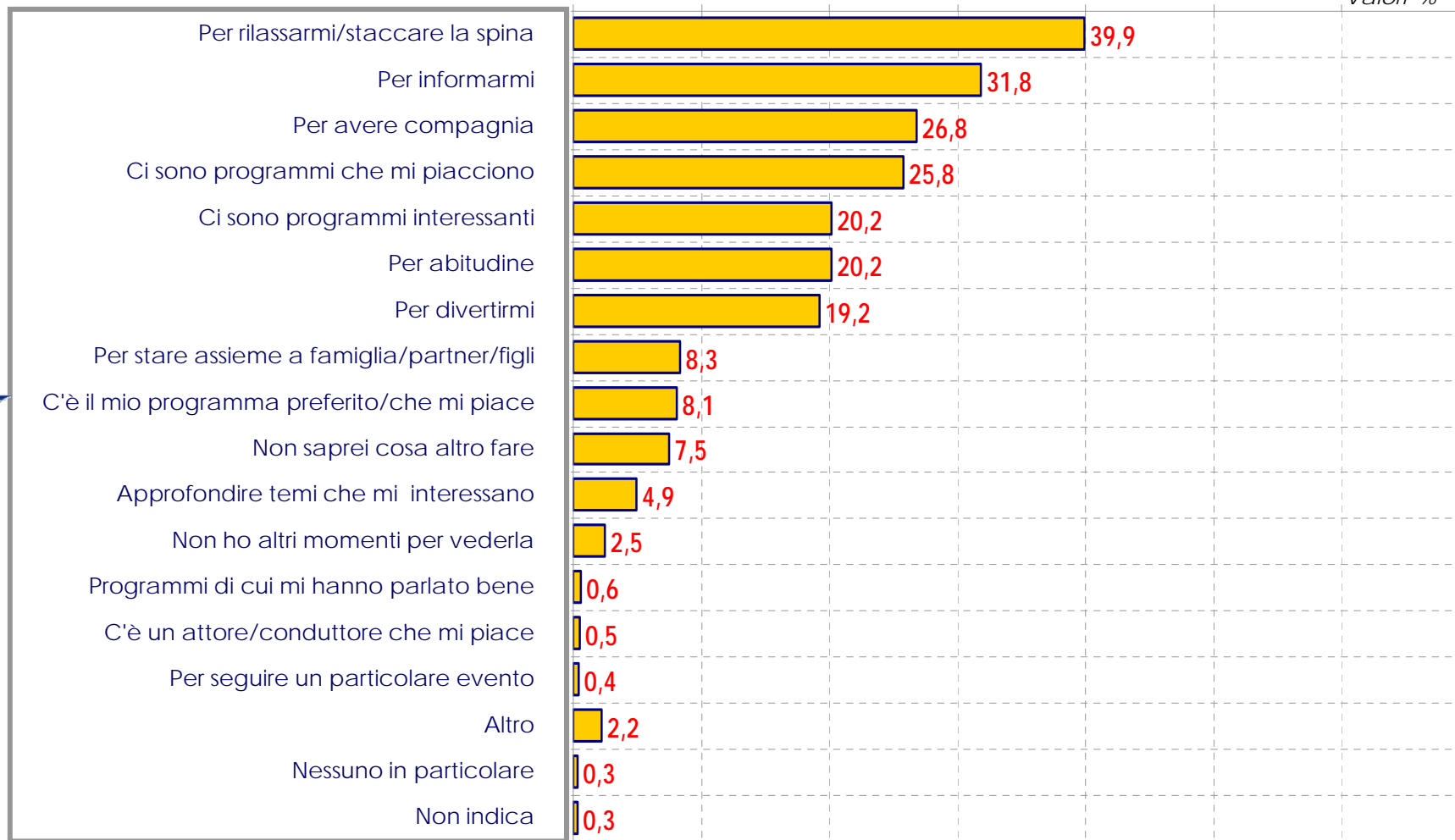
Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

FRUIZIONE TV

Fascia 15.00-20.30: i motivi di visione

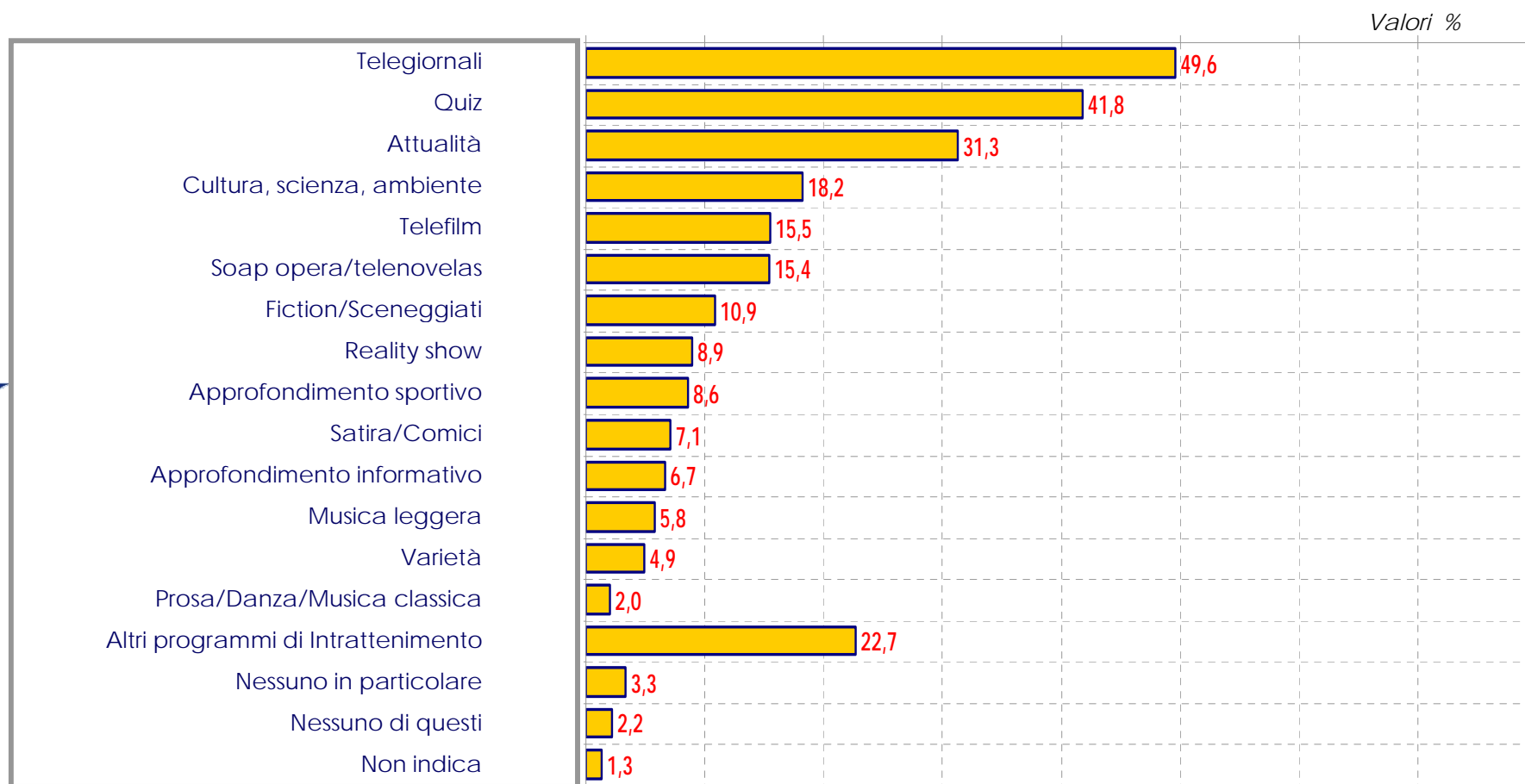
Valori %



Base: 7.530 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.302 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

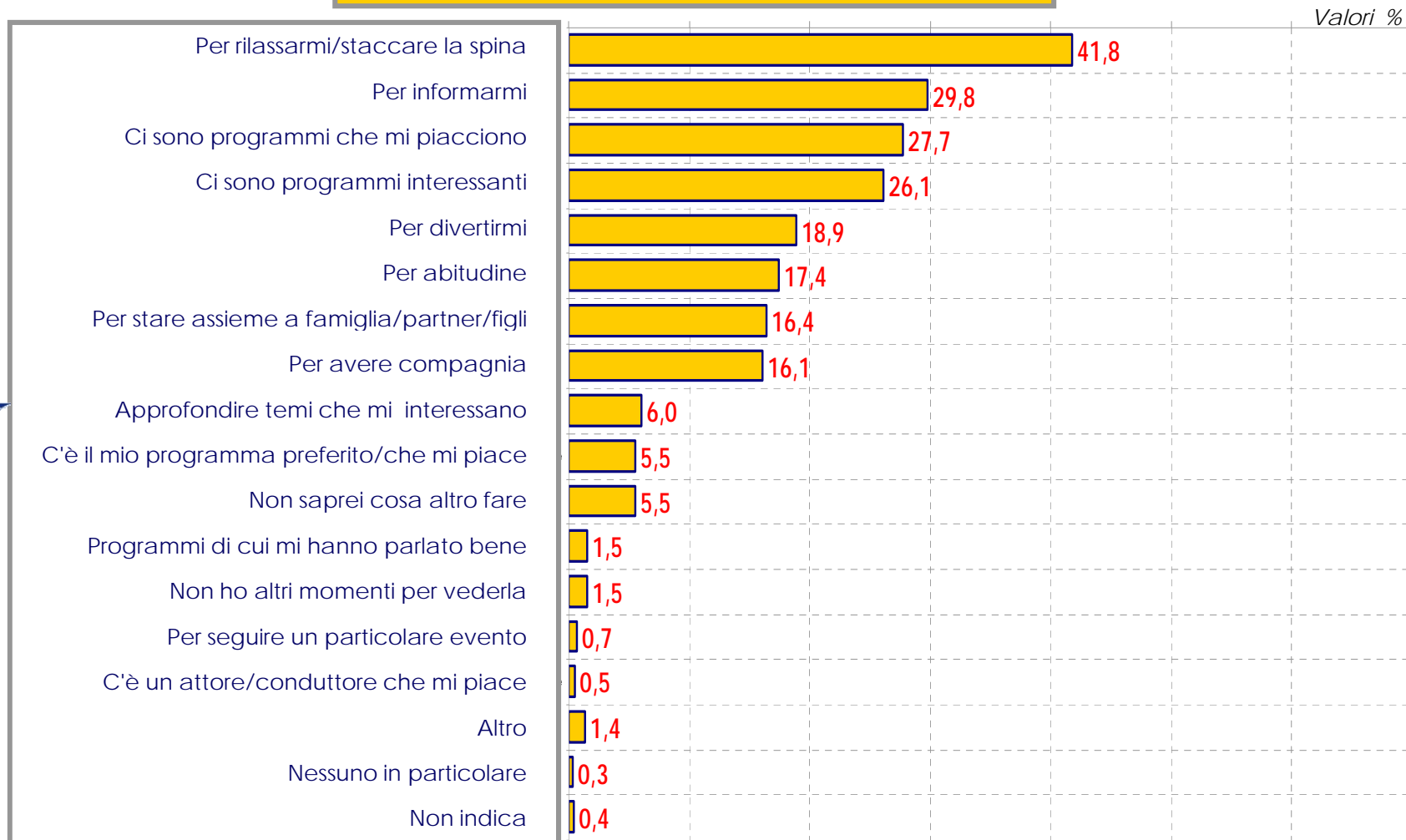
Fascia 15.00-20.30: i programmi richiesti



Base: 7.530 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.302 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

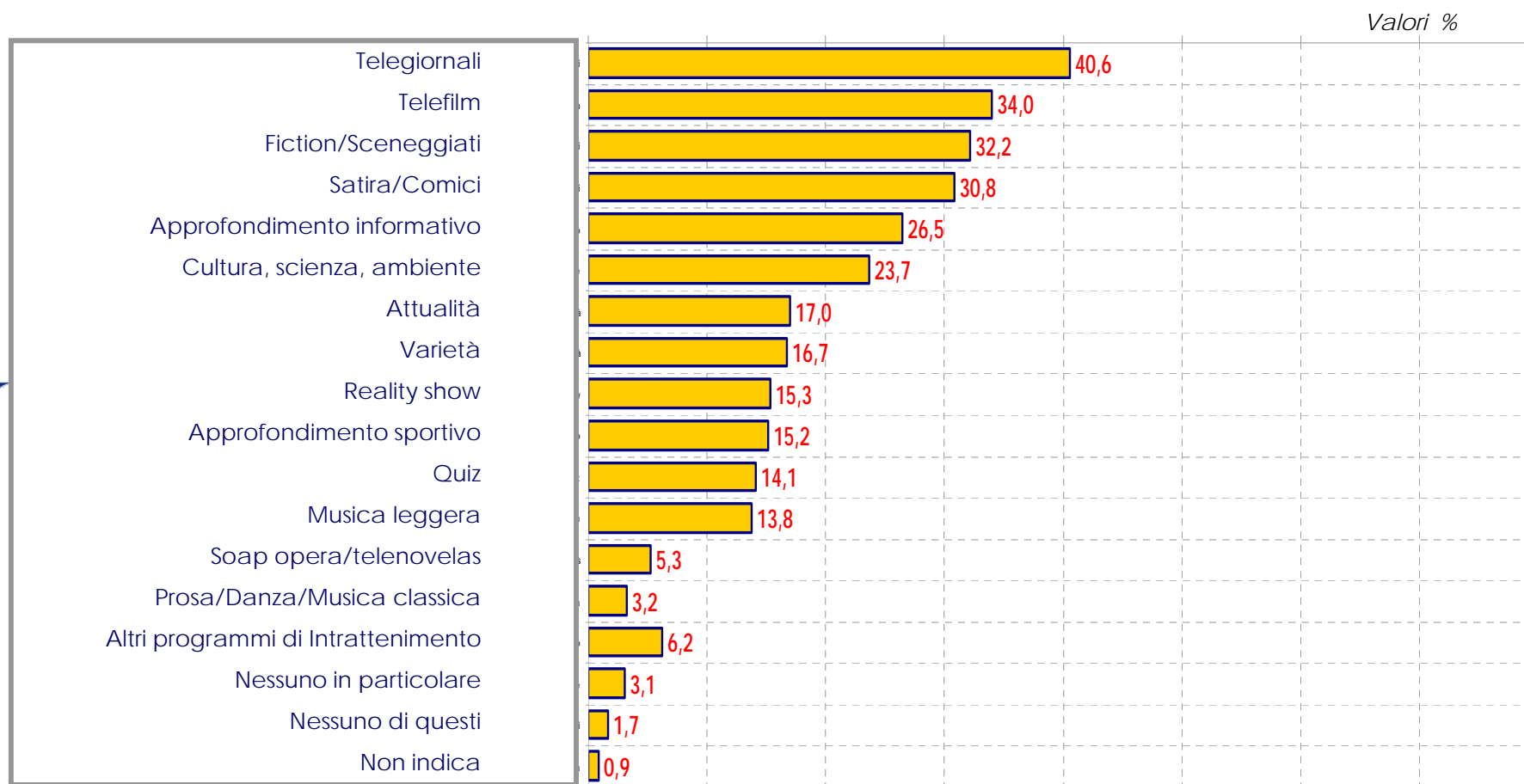
Fascia 20.30-22.30: i motivi di visione



Base: 7.530 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.302 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 20.30-22.30: i programmi richiesti



Base: 7.530 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.302 intervistati anche per il "prime time")

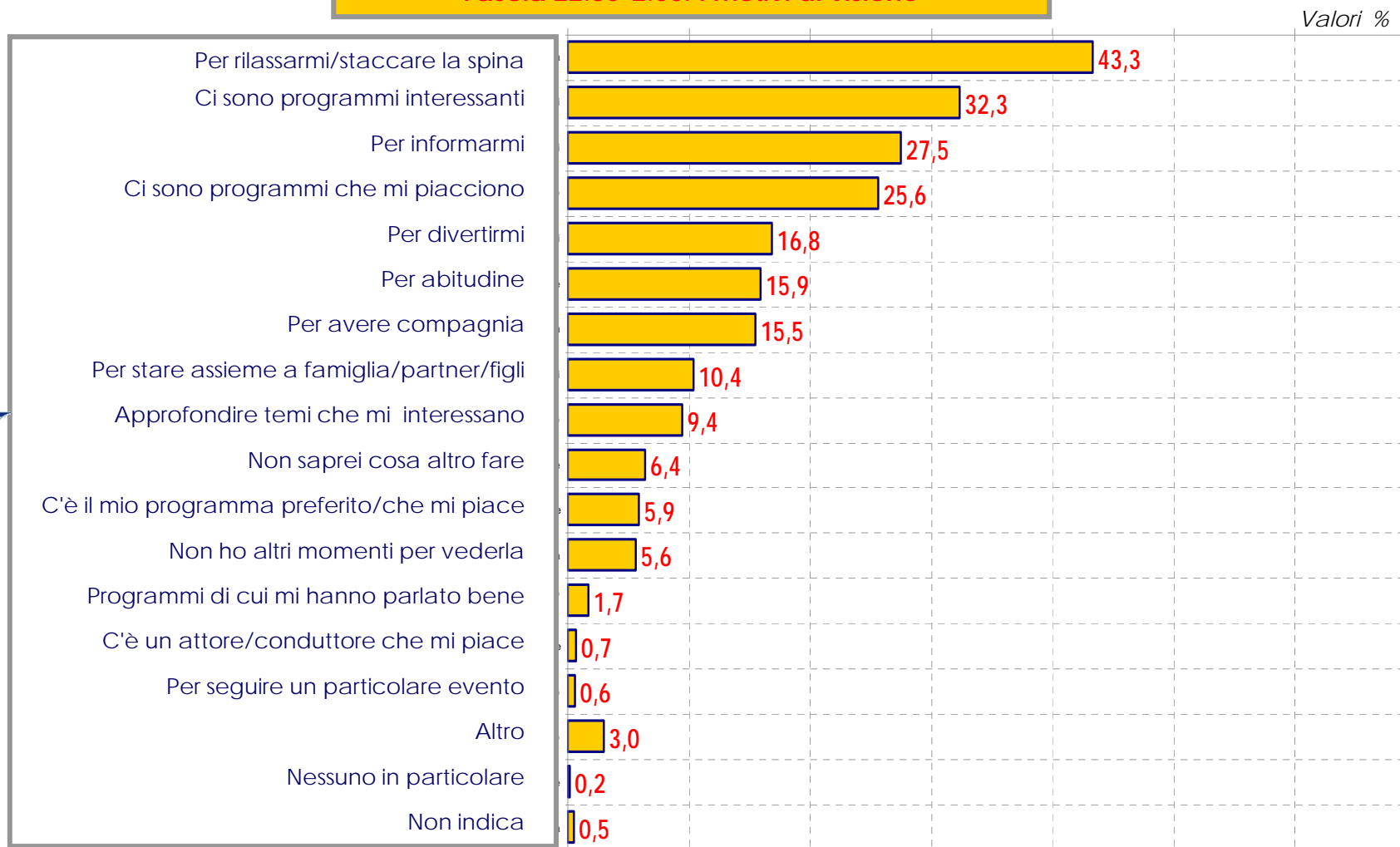
Comportamento di consumo tv

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

FRUIZIONE TV

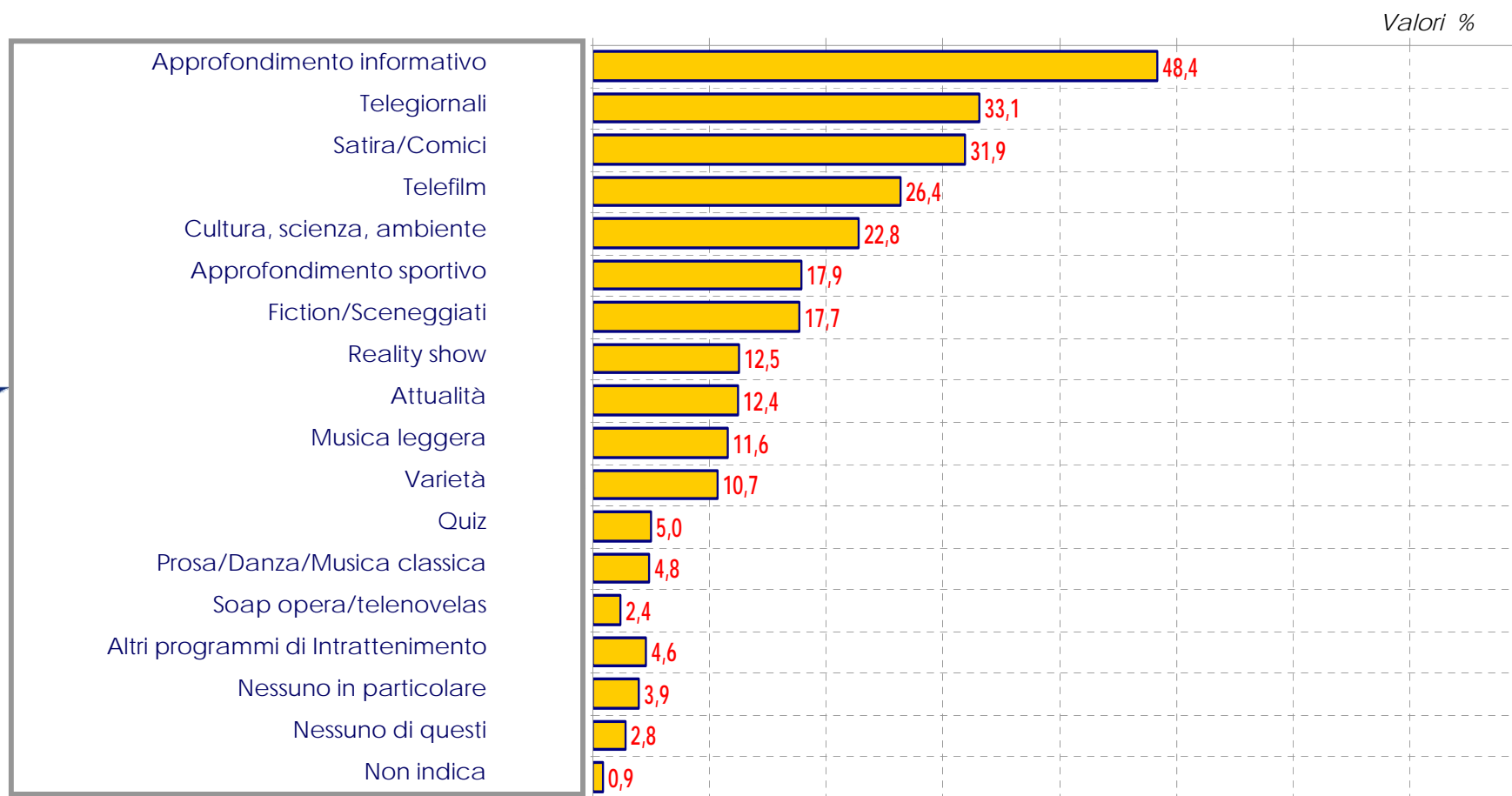
Fascia 22.30-2.00: i motivi di visione



Base: 7.530 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.302 intervistati anche per il "prime time")

Comportamento di consumo tv

Fascia 22.30-2.00: i programmi richiesti



Base: 7.530 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.302 intervistati anche per il "prime time")

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

I generi televisivi e gli indicatori di sintesi

9 Dicembre 2009



Sintesi delle principali evidenze

IQP indice di qualità percepita

L'indicatore RAI generale di qualità percepita di questa prima rilevazione autunnale è pari a 63.

Considerando che la sufficienza corrisponde all'indice 56, il buono all'indice 67 e che l'eccellenza parte dall'indice 78, si può concludere che il giudizio complessivo su Rai è più che sufficiente. Occorre a tal proposito tener presente che esso non è espresso soltanto dai telespettatori fedeli ai programmi rilevati, ma valuta anche l'opinione di coloro che hanno scelto di non seguire un programma, anche se ne hanno sentito parlare o lo conoscono.

Al di là del risultato particolarmente positivo di Raitre, ottenuto grazie all'offerta di trasmissioni culturali e di approfondimento informativo, non si evidenziano criticità particolari rispetto alle esigenze della platea televisiva.

Da sottolineare anche il brillante risultato di Raidue sui programmi di informazione culturale, scientifica e ambientale e la soddisfacente performance di qualità dei varietà di Raiuno.

Sintesi delle principali evidenze

IVP indice di valore pubblico

L'indice RAI di valore pubblico delle trasmissioni è pari a 63.

Pur coincidendo spesso i valori di *qualità* del programma con quelli di *valore pubblico*, occorre evidenziare che il pubblico su alcuni generi attribuisce un valore pubblico differente rispetto alla qualità percepita.

Si registra un *indice di qualità (IQP)* superiore all'*indice di valore pubblico (IVP)* per i quiz, i programmi comici, di approfondimento sportivo e di musica leggera, per i quali le differenze tra i due indici oscillano tra i 2 e i 3 punti. L'attualità è l'unico genere che si distingue per un valore di pubblica utilità superiore alle performance di qualità.

Sintesi delle principali evidenze

Tra i generi rilevati, **cultura, scienza, ambiente** è quello che registra i valori più alti sia di *Qualità* che di *Valore pubblico*. Tra i programmi ritenuti migliori emergono principalmente le trasmissioni di Raitre: *Ulisse (IQP:77-IVP:77)*, *Alle falde del Kilimangiaro (IQP:74-IVP:73)* e *Geo & Geo (IQP:73-IVP:73)*. Registra buoni indici di qualità anche la trasmissione di RaiUno *Passaggio a Nord Ovest (IQP:74-IVP:74)*.

Il **varietà** è ancora molto apprezzato dal pubblico televisivo, soprattutto per la sua mancanza di volgarità e la capacità di rivolgersi, sia per linguaggio che per contenuti, a tutte le fasce di pubblico, anche le più deboli. Tra i programmi rilevati *I migliori anni* registra valori alti sia di gradimento che di valore pubblico (**IQP:72-IVP:70**), seguito da *Grazie a tutti*, lo show condotto da Gianni Morandi (**IQP:69-IVP:67**).

I **telegiornali** confermano le aspettative del pubblico, con indici medi intorno a **65**.

Per quanto riguarda il genere **approfondimento informativo**, *Report (IQP:78-IVP:78)* ottiene un ampio riconoscimento dal pubblico per l'accuratezza dei servizi e la chiarezza della conduzione, ma anche per il rispetto delle diverse tipologie di spettatore e la pluralità di informazioni.

Sintesi delle principali evidenze

Tra i programmi di **attualità** emerge *Che tempo che fa (IQP:71-IVP:70)*, il programma di Fabio Fazio. La trasmissione, pur non essendo particolarmente emozionante, è apprezzata per la buona conduzione e la completezza.

Nella categoria dei programmi **comici/satirici**, *Parla con me (IQP:65-IVP:62)* ottiene il punteggio più alto.

Pinocchio (IQP:62-IVP:63) e *Medico in famiglia (IQP:62-IVP:61)* sono le **fiction** più gradite, tra quelle rilevate. Si riconosce infatti a questi prodotti la capacità di rivolgersi ad un vasto pubblico senza volgarità e di avere una connotazione formativa.

Tra i **programmi di intrattenimento** *La prova del cuoco (IQP:68-IVP:68)* registra buone performance sia a livello di gradimento che di valore pubblico. A seguire *Festa italiana (IQP:63-IVP:62)*.

Indicatore del valore pubblico (per genere e rete)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)			
	Totale RAI	RAIUNO	RAIDUE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	68	67	70	69
Varietà	68	68	-	-
Telegiornali	65	65	66	65
Approfondimento informativo	64	62	64	66
Prosa/Danza/Musica classica	64	60	64	66
Attualità	63	63	64	65
Satira/Comici	61	-	55	63
Fiction/Sceneggiati	61	62	57	55
Approfondimento sportivo	61	-	61	57
Quiz	60	60	-	-
Altri programmi di intrattenimento	60	60	59	-
Musica leggera	53	-	53	-
Soap opera/telenovelas	52	-	-	52
Reality show	-	-	-	-
MEDIA	63	63	62	65

Indicatore del valore pubblico (per genere e rete)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)			
	Totale RAI	RAIUNO	RAIDUE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	68	66	70	69
Varietà	67	67	-	-
Telegiornali	65	65	65	64
Approfondimento informativo	64	62	64	67
Prosa/Danza/Musica classica	64	60	62	68
Attualità	64	62	63	66
Fiction/Sceneggiati	60	62	54	52
Altri programmi di intrattenimento	59	60	57	-
Approfondimento sportivo	59	-	59	55
Satira/Comici	58	-	50	60
Quiz	57	57	-	-
Musica leggera	51	-	51	-
Soap opera/telenovelas	51	-	-	51
Reality show	-	-	-	-
MEDIA	63	62	61	65

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Cultura, scienza, ambiente

	QUALITÀ PERCEPITA
	IQP
A SUA IMMAGINE	65
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	74
DREAMS ROAD*	67
EASY DRIVER*	69
GEO & GEO	73
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	70
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	69
LE STORIE*	57
LINEA BLU	72
LINEA VERDE	68
PASSAGGIO A NORD-OVEST	74
PASSEPARTOUT*	61
PER UN PUGNO DI LIBRI	72
RACCONTI DI VITA*	62
SERENO VARIABILE	66
SOTTOVOCE	51
STELLA DEL SUD*	58
STORIE MALEDETTE	61
TIMBUCTU	62
TUTTO BENESSERE*	59
TV TALK (EDU)*	68
ULISSE, IL PIACERE DELLA SCOPERTA	77
UN GIORNO IN PRETURA	61
VOYAGER	71
MEDIA DI GENERE (RAI)	68

* Esiguo numero di rispondenti

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Cultura, scienza, ambiente

	VALORE PUBBLICO
	IVP
A SUA IMMAGINE	65
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	73
DREAMS ROAD*	64
EASY DRIVER*	65
GEO & GEO	73
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	71
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	70
LE STORIE*	54
LINEA BLU	72
LINEA VERDE	69
PASSAGGIO A NORD-OVEST	72
PASSEPARTOUT*	57
PER UN PUGNO DI LIBRI	72
RACCONTI DI VITA*	63
SERENO VARIABILE	65
SOTTOVOCE	50
STELLA DEL SUD*	56
STORIE MALEDETTE	56
TIMBUCTU	61
TUTTO BENESSERE*	61
TV TALK (EDU)*	69
ULISSE, IL PIACERE DELLA SCOPERTA	77
UN GIORNO IN PRETURA	61
VOYAGER	71
MEDIA DI GENERE (RAI)	68

* Esiguo numero di rispondenti

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

VARIETA'

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

		QUALITA' PERCEPITA
		IQP
Varietà	GRAZIE A TUTTI	69
	I MIGLIORI ANNI	72
	TUTTI PAZZI PER LA TELE	58
	MEDIA DI GENERE (RAI)	68

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

		VALORE PUBBLICO
		IVP
Varietà	GRAZIE A TUTTI	67
	I MIGLIORI ANNI	70
	TUTTI PAZZI PER LA TELE	58
	MEDIA DI GENERE (RAI)	67

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

TELEGIORNALI

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

		QUALITA' PERCEPITA
		IQP
Telegiornali	TG1 13.30	65
	TG1 20.00	66
	TG2 13.00	67
	TG2 20.30	65
	TG3 14.30	64
	TG3 19.00	64
	TGR 14.00	68
	TGR 19.30	65
MEDIA DI GENERE (RAI)		65

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

TELEGIORNALI

		VALORE PUBBLICO
		IVP
Telegiornali	TG1 13.30	65
	TG1 20.00	65
	TG2 13.00	66
	TG2 20.30	65
	TG3 14.30	63
	TG3 19.00	64
	TGR 14.00	67
	TGR 19.30	64
MEDIA DI GENERE (RAI)		65

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

APPROFONDIMENTO INFORMATIVO

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Approfondimento informativo

	QUALITA' PERCEPITA
	IQP
ANNOZERO	59
BALLARO'	63
BLU NOTTE	72
IL FATTO DEL GIORNO*	61
IN MEZZ'ORA*	51
PORTA A PORTA	60
REPORT	78
SPECIALE TG1	64
TELECAMERE*	57
TGR AMBIENTE ITALIA*	68
TGR BUONGIORNO REGIONE	66
TG2 DOSSIER	63
TG2 DOSSIER STORIE	66
TG2 COSTUME E SOCIETA'	70
TG2 MEDICINA 33	72
TG2 PUNTO IT	61
TG3 LINEANOTTE	63
TV 7	67
MEDIA DI GENERE (RAI)	64

* Esiguo numero di rispondenti

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di **Rai**

Approfondimento informativo

	VALORE PUBBLICO
	IVP
ANNOZERO	58
BALLARO'	62
BLU NOTTE	72
IL FATTO DEL GIORNO*	59
IN MEZZ'ORA*	54
PORTA A PORTA	60
REPORT	78
SPECIALE TG1	65
TELECAMERE*	60
TGR AMBIENTE ITALIA*	73
TGR BUONGIORNO REGIONE	67
TG2 DOSSIER	63
TG2 DOSSIER STORIE	65
TG2 COSTUME E SOCIETA'	69
TG2 MEDICINA 33	73
TG2 PUNTO IT	60
TG3 LINEANOTTE	65
TV 7	66
MEDIA DI GENERE (RAI)	64

* Esiguo numero di rispondenti

APP. INFORMATIVO

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

PROSA, DANZA, MUSICA CLASSICA

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

		QUALITA' PERCEPITA
		IQP
Prosa/Danza/Musica classica	APPLAUSI*	60
	LA MUSICA DI RAITRE*	68
	PALCO E RETROPALCO*	64
	PRIMA DELLA PRIMA*	63
	MEDIA DI GENERE (RAI)	64

* Esiguo numero di rispondenti

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

		VALORE PUBBLICO
		IVP
Prosa/Danza/Musica classica	APPLAUSI*	60
	LA MUSICA DI RAITRE*	68
	PALCO E RETROPALCO*	62
	PRIMA DELLA PRIMA*	67
	MEDIA DI GENERE (RAI)	64

* Esiguo numero di rispondenti

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

ATTUALITA'

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Attualità

	QUALITA' PERCEPITA
	IQP
CHE TEMPO CHE FA	71
CHI L'HA VISTO	57
COMINCIAMO BENE	67
ITALIA SUL 2	59
LA VITA IN DIRETTA	62
L'ERA GLACIALE	67
MI MANDA RAITRE	63
OCCHIO ALLA SPESA	67
RAI PARLAMENTO 7 GIORNI	49
UNOMATTINA	63
UNOMATTINA WEEKEND	65
VERDETTO FINALE	60
MEDIA DI GENERE (RAI)	63

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai



Attualità

	VALORE PUBBLICO
	IVP
CHE TEMPO CHE FA	70
CHI L'HA VISTO	60
COMINCIAMO BENE	67
ITALIA SUL 2	57
LA VITA IN DIRETTA	61
L'ERA GLACIALE	66
MI MANDA RAITRE	67
OCCHIO ALLA SPESA	68
RAI PARLAMENTO 7 GIORNI	51
UNOMATTINA	62
UNOMATTINA WEEKEND	64
VERDETTO FINALE	59
MEDIA DI GENERE (RAI)	64

ATTUALITÀ

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

SATIRA/COMICI

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

SATIRA/COMICI

		QUALITA' PERCEPITA
		IQP
Satira/Comici	GLOB, L'OSCENO DEL VILLAGGIO	61
	PARLA CON ME	65
	SCORIE	55
	MEDIA DI GENERE (RAI)	61

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

SATIRA/COMICI

		VALORE PUBBLICO
		IVP
Satira/Comici	GLOB, L'OSCENO DEL VILLAGGIO	57
	PARLA CON ME	62
	SCORIE	50
	MEDIA DI GENERE (RAI)	58

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

FICTION

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

		QUALITA' PERCEPITA
		IQP
Fiction/Sceneggiati	DON MATTEO	63
	LA SQUADRA	55
	NEBBIE E DELITTI	57
	PINOCCHIO	62
	UN MEDICO IN FAMIGLIA	62
	MEDIA DI GENERE (RAI)	61

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai



Fiction/Sceneggiati

	VALORE PUBBLICO
	IVP
DON MATTEO	62
LA SQUADRA	52
NEBBIE E DELITTI	54
PINOCCHIO	63
UN MEDICO IN FAMIGLIA	61
MEDIA DI GENERE (RAI)	60

FICITON

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

APPROFONDIMENTO SPORTIVO

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

	QUALITA' PERCEPITA
	IQP
DOMENICA SPORTIVA	62
DRIBBLING	58
REPLAY*	56
SABATO SPORT*	58
SABATO SPRINT	57
STADIO SPRINT*	62
90° MINUTO	62
90° MINUTO CHAMPIONS	62
MEDIA DI GENERE (RAI)	61

Approfondimento sportivo

* Esiguo numero di rispondenti

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di **Rai**

Approfondimento sportivo

	VALORE PUBBLICO
	IVP
DOMENICA SPORTIVA	60
DRIBBLING	56
REPLAY*	55
SABATO SPORT*	55
SABATO SPRINT	56
STADIO SPRINT*	63
90° MINUTO	61
90° MINUTO CHAMPIONS	58
MEDIA DI GENERE (RAI)	59

APP. SPORTIVO

* Esiguo numero di rispondenti

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI

Stagione autunnale 2009

QUIZ

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

		QUALITA' PERCEPITA
		IQP
Quiz	AFFARI TUOI	57
	AFFARI TUOI SPECIALE PER DUE	55
	L'EREDITA'	68
	MEDIA DI GENERE (RAI)	60

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

QUIZ

		VALORE PUBBLICO
		IVP
Quiz	AFFARI TUOI	54
	AFFARI TUOI SPECIALE PER DUE	52
	L'EREDITA'	66
	MEDIA DI GENERE (RAI)	57

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

ALTRI PROGRAMMI DI INTRATTENIMENTO

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Altri programmi di intrattenimento

	QUALITA' PERCEPITA
	IQP
CI VEDIAMO DOMENICA	59
DOMENICA IN..	53
FESTA ITALIANA	63
I FATTI VOSTRI	55
LA PROVA DEL CUOCO	68
MATTINA IN FAMIGLIA	60
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	59
QUELLI CHE IL CALCIO..	62
MEDIA DI GENERE (RAI)	60

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Altri programmi di intrattenimento

	VALORE PUBBLICO
	IVP
CI VEDIAMO DOMENICA	59
DOMENICA IN..	53
FESTA ITALIANA	62
I FATTI VOSTRI	54
LA PROVA DEL CUOCO	68
MATTINA IN FAMIGLIA	60
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	59
QUELLI CHE IL CALCIO..	58
MEDIA DI GENERE (RAI)	59

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

MUSICA LEGGERA

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

		QUALITA' PERCEPITA
		IQP
Musica leggera	X FACTOR (PRESERALE)	54
	X FACTOR (SERALE)	55
	X FACTOR - IL PROCESSO	50
	MEDIA DI GENERE (RAI)	53

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Musica leggera

	VALORE PUBBLICO
	IVP
X FACTOR (PRESERALE)	52
X FACTOR (SERALE)	53
X FACTOR - IL PROCESSO	49
MEDIA DI GENERE (RAI)	51

Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione autunnale 2009

SOAP OPERA/TELENOVELAS

9 Dicembre 2009



Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

		QUALITA' PERCEPITA
		IQP
Soap opera/Telenovelas	UN POSTO AL SOLE	52
	MEDIA DI GENERE (RAI)	52

Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Rilevazione: 2-28 novembre 2009

Indagine realizzata per conto di Rai

SOAP OPERA

		VALORE PUBBLICO
		IVP
Soap opera/Telenovelas	UN POSTO AL SOLE	51
	MEDIA DI GENERE (RAI)	51

Appendice Il Questionario

9 Dicembre 2009



Indagine realizzata per conto di



Il questionario

CONDIZIONI DI ELEGGIBILITA'

A1. LEI O QUALCUNO DELLA SUA FAMIGLIA LAVORA IN ISTITUTI DI RICERCA DI MERCATO, AGENZIE DI PUBBLICITA' O SOCIETA' OPERANTI NEL SETTORE RADIOTELEVISIVO?

- Sì 1 → **Chiudere intervista**
- No 2

A2. LEI GUARDA ABITUALMENTE LA TELEVISIONE PER DUE O PIU' VOLTE ALLA SETTIMANA?

- No 1 → **Chiudere intervista**
- Sì 2

B1. IN PARTICOLARE, IN QUALE DI QUESTE FASCE ORARIE LE CAPITA DI VEDERE LA TELEVISIONE ALMENO PER DUE VOLTE ALLA SETTIMANA? (Intervistatore: leggere le risposte, possibili più risposte)

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

(Compaiono a video solo le fasce orarie citate)

B2. E QUALE FASCIA ORARIA TRA QUELLE CHE MI HA CITATO SEGUE CON MAGGIORE FREQUENZA?

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

Nota: considerare come quota la fascia oraria vista con maggiore frequenza. In caso di quote di fascia già chiuse, considerare per l'intervista quella più utile per il rispetto delle quote campionarie pre-assegnate.

B3. REGISTRARE QUOTE

- 7.00-9.00 (prima mattina) 1
- 9.00-12.00 (mattinata) 2
- 12.00-15.00 (meridiana) 3
- 15.00-20.30 (pomeridiana/preserale) 4
- 22.30-2.00 (seconda serata) 5

TIPOLOGIA

C. LE CAPITA DI VEDERE ABITUALMENTE, CIOE' ALMENO DUE VOLTE ALLA SETTIMANA, ANCHE LA FASCIA ORARIA TRA LE 20.30 E LE 22.30,?

- Sì 1
- No 2

D. GENERE

- Maschio 1
- Femmina 2

E1. ETA'

G. REGIONE

- Valle d'Aosta 1
- Piemonte 2
- Lombardia 3
- Veneto 4
- Trentino Alto Adige 5
- Friuli Venezia Giulia 6
- Liguria 7
- Emilia Romagna 8
- Toscana 9
- Umbria 10
- Marche 11
- Lazio 12
- Abruzzo 13
- Molise 14
- Campania 15
- Puglia 16
- Basilicata 17
- Calabria 18
- Sicilia 19
- Sardegna 20

H. AMPIEZZA CENTRI ABITATI

- Sino a 10.000 abitanti 1
- Da 10.001 a 30.000 abitanti 2
- Da 30.001 a 100.000 abitanti 3
- Oltre 100.000 abitanti 4

I. TITOLO DI STUDIO

- Nessuno 1
- Licenza Elementare 2
- Media inferiore 3
- Media superiore 4
- Laurea 5

L. PROFESSIONE

- Dirigenti 1
- Professionisti 2
- Imprenditori 3
- Insegnanti/impiegati 4
- Commercianti, artigiani 5
- Operai specializzati e qualificati 6
- Operai comuni, manovali, braccianti 7
- Agricoltori 8
- Rappresentanti 9
- Casalinghe 10
- Pensionati 11
- Studenti 12
- Disocc./altre condizioni non prof. 13
- Altra condizione professionale 14

M. DOTAZIONI TECNOLOGICHE (multipla)

- Tv tradizionale analogico 1
- Tv satellitare (Sky/free/altro) 2
- Digitale terrestre (integrato/decoder) 3
- Computer (mobile/fisso) 4
- Accesso ad internet (fisso/chiavetta) 5

INTERVISTA

Sezione 1 - Relazione con il mezzo tv

1. CON CHE FREQUENZA LE CAPITA DI VEDERE LA TELEVISIONE, ALMENO PER UN'ORA AL GIORNO?

(Leggere le risposte)

- Tutti i giorni o quasi 1
- 4/5 volte la settimana 2
- 2/3 volte la settimana 3

(Solo a chi a dom. M ha indicato almeno due codici)

2. PREFERIBILMENTE LEI GUARDA LA TELEVISIONE TRAMITE.. (Compaiono a video gli item citati a dom.

M; se cod.4 o cod. 5 appare "computer"; possibili più risposte)

- Tv tradizionale analogico 1
- Tv satellitare (Sky/free/altro) 2
- Digitale terrestre (integrato/decoder) 3
- Computer (mobile/fisso) 4
- Altro (specificare) 5
- Non so 6

(A tutti)

3. IN GENERALE CHE COSA RAPPRESENTA PER LEI LA TELEVISIONE? (Sollecitare, approfondire)

QUESTIONARIO

Il questionario

4. LE LEGGERO' ORA ALCUNE AFFERMAZIONI FATTE DA ALCUNI INTERVISTATI PRIMA DI LEI. PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D'ACCORDO. DIA UN GIUDIZIO SU UNA SCALA DA 1 A 4 DOVE 1 SIGNIFICA PER NULLA D'ACCORDO E 4 MOLTO D'ACCORDO (Item a rotazione)

	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Abbastanza d'accordo	Molto d'accordo	Non indica
La televisione è emozionante	1	2	3	4	5
La televisione è svago e relax	1	2	3	4	5
La televisione è divertimento e gioco	1	2	3	4	5
La televisione è indispensabile per sapere quel che accade nel mondo e intorno a me	1	2	3	4	5
La televisione ha una funzione divulgativa e educativa	1	2	3	4	5
La televisione è diventata oggi uno strumento per commercializzare prodotti e per stimolare l'acquisto	1	2	3	4	5
La tv è troppo spesso volgare e violenta	1	2	3	4	5
La televisione è uno strumento di compagnia	1	2	3	4	5
Alcuni programmi stimolano idee nuove	1	2	3	4	5
La televisione organizza la programmazione per aumentare l'audience	1	2	3	4	5
La televisione mi tutela come cittadino	1	2	3	4	5
La televisione mi dà informazioni utili, anche per organizzare i miei impegni (ad es. eventi, meteo, viabilità, ecc)	1	2	3	4	5

5. TRA QUESTI IN PARTICOLARE, QUALI SONO I SUOI GENERI TELEVISIVI PREFERITI? (Far vedere lo schermo; item ruotati)

- Telegiornali 1 → dom. 6
- Programmi di informazione culturale/scientifica/ambientale/documentari, come, ad esempio, Superquark, Voyager, Melaverde, Linea blu 2 → dom. 7
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Matrix, Ballarò 3 → dom. 7
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Medico in famiglia, Distretto di polizia, La squadra, Romanzo criminale 4 → dom. 8
- Telefilm, come, ad esempio Dr. House, Smallville, Desperate Housewives, NCIS 5 → dom. 8
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole, Beautiful, Cento vetrine 6 → dom. 8
- Varietà, come, ad esempio, Ballando con le stelle e Ti lascio una canzone 7 → dom. 9
- Programmi di attualità come, ad esempio, la Vita in diretta, Verissimo, Chi l'ha visto e Mi manda Raitre 8 → dom. 9
- Programmi di musica leggera, come, ad esempio, il Festival di Sanremo e X factor 9 → dom. 9
- Programmi di satira/comici, come, ad esempio, Colorado, Le iene, Parla con me 10 → dom. 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità e Chi vuol esser milionario 11 → dom. 9
- Programmi di approfondimento sportivo, come, ad esempio, Domenica Sportiva e Controcampo 12 → dom. 7
- Reality show, come, ad esempio, il Grande Fratello e l'Isola dei famosi 13 → dom. 9
- Programmi di prosa, danza, musica classica/lirica e sul cinema, come, ad esempio, Opere liriche, Teatro, Applausi, Prima della prima 14 → dom. 10A
- Programmi di intrattenimento come La prova del cuoco, Mattina in famiglia, Amici, Domenica in e Domenica 5 15 → dom. 9
- Nessuno in particolare 16 → dom. 10A
- Non indica 17 → dom. 10A

(A chi risponde cod. 1 a dom. 5)

6. IN GENERE CHE COSA SI ASPETTA DA UN TELEGIORNALE DI QUALITÀ? (Spontanea, rilanciare, possibili più risposte, registrare l'ordine di risposta)

- L'equilibrio politico 1
- La capacità di dare spazio a tutte le voci 2
- La neutralità/imparzialità/obiettività 3
- Il rispetto delle diverse sensibilità politiche/sociali e religiose 4
- La completezza e varietà dell'informazione 5
- Un linguaggio chiaro e comprensibile 6
- Servizi meno volgari 7
- Servizi meno violenti 8
- Una conduzione autorevole, misurata e non di parte 9
- Servizi ben fatti, realizzati con professionalità 10
- Un ritmo veloce 11
- Immagini frequenti per far comprendere meglio i fatti 12
- Meno politica 13
- Presenza di notizie anche leggere 14
- Uno studio curato, bello a vedersi 15
- Servizi di approfondimento sui temi più rilevanti del momento 16
- Una durata non eccessiva 17
- Altro, specificare _____ 18
- Niente in particolare 19
- Non indica 20

(A chi risponde cod. 2 o cod. 3 o cod. 12 a dom. 5)

7. IN GENERE CHE COSA SI ASPETTA DA UN PROGRAMMA DI INFORMAZIONE O DI APPROFONDIMENTO INFORMATIVO O DI APPROFONDIMENTO SPORTIVO DI QUALITÀ? (Spontanea, rilanciare, possibili più risposte, registrare l'ordine di risposta)

- Una conduzione autorevole, chiara e misurata 1
- Una conduzione brillante e simpatica 2
- La presenza di ospiti/interlocutori qualificati e competenti 3
- La trattazione di argomenti interessanti, non banali 4
- La capacità di arricchire culturalmente 5
- Interventi diretti degli spettatori 6
- La capacità di evitare litigi e sovrapposizioni di voci 7
- La capacità di dare spazio a tutte le voci 8
- La neutralità/imparzialità/obiettività 9
- Il rispetto delle diverse sensibilità politiche/sociali e religiose 10
- La completezza e varietà dell'informazione 11
- Un linguaggio chiaro e comprensibile 12
- Servizi meno volgari 13
- Servizi meno violenti 14
- Servizi ben fatti, realizzati con professionalità 15
- Un ritmo veloce 16
- Uno studio curato, bello a vedersi 17
- Una durata non eccessiva 18
- La capacità di non essere ripetitivo 19
- Altro, specificare _____ 20
- Niente in particolare 21
- Non indica 22

Il questionario

(A chi risponde cod. 4 o cod. 5 o cod. 6 a dom. 5)

8. IN GENERE CHE COSA SI ASPETTA DA UNA FICTION, UN TELEFILM O UNA SOAP OPERA DI QUALITÀ?

(Spontanea, rilanciare, possibili più risposte, registrare l'ordine di risposta)

- Un ritmo dinamico, rapido 1
- Una trama avvincente, coinvolgente 2
- Attori bravi, credibili 3
- Attori di bella presenza 4
- Personaggi stimolanti in cui mi riconosco 5
- Una durata non eccessiva 6
- Che non sia noioso 7
- La capacità di farmi evadere dalla quotidianità 8
- Scenografia e fotografia di alto livello 9
- Originalità/non ripetitività/non banalità 10
- Che sia adatto a tutti 11
- Non volgare 12
- Che non generi ansia 13
- Che mi faccia pensare, mi arricchisca culturalmente 14
- E' emozionante 15
- Altro, specificare _____ 16
- Niente in particolare 17
- Non indica 18

(A chi risponde cod. 7, cod. 8, cod. 9, cod. 10, cod. 11, cod. 13 o cod. 15 a dom. 5)

9. IN GENERE CHE COSA SI ASPETTA DA UN PROGRAMMA DI INTRATTENIMENTO DI QUALITÀ (Per l'intervistatore nel caso sia necessario specificare COME UN VARIETÀ, UN PROGRAMMA DI ATTUALITÀ, UN PROGRAMMA CONTENITORE, UN PROGRAMMA DI MUSICA LEGGERA O DI SATIRA, UN QUIZ O UN REALITY SHOW)? (Spontanea, rilanciare, possibili più risposte, registrare l'ordine di risposta)

- Che mi distraiga e mi rilassi/non mi impegni il cervello 1
- Che mi diverta 2
- Che mi faccia compagnia 3
- Che non sia ripetitivo/non faccia sempre le stesse cose 4
- Una durata non eccessiva 5
- Un ritmo dinamico, rapido 6
- Un giusto equilibrio tra le diverse parti 7
- Che mi coinvolga 8
- La capacità di evitare la volgarità 9
- Una conduzione competente e comprensibile 10
- Una conduzione simpatica e brillante 11
- Originalità nei contenuti 12
- Scenografia e ambienti piacevoli/d'effetto 13
- Più momenti comici/satirici/ironici 14
- La presenza di ospiti/comici/cantanti interlocutori qualificati/competenti/di alto livello 15
- La presenza di co-conduttori/vallette bravi, piacevoli 16
- Spazi musicali frequenti 17
- La trattazione di argomenti interessanti, non banali 18
- Interventi diretti degli spettatori 19
- La capacità di evitare litigi e sovrapposizioni di voci 20
- Un linguaggio chiaro e comprensibile 21
- Assenza di violenza 22
- Servizi ben fatti, realizzati con professionalità 23
- Altro, specificare _____ 24
- Niente in particolare 25
- Non indica 26

Sezione 2 - Comportamento di consumo tv

(A tutti)

10A/10B. LEI MI HA DETTO DI VEDERE ALMENO DUE VOLTE ALLA SETTIMANA I PROGRAMMI TRASMESSI TRA LE _____ (comparare a video l'item registrato a dom. B3. Da ripetere eventualmente per il *prime time*, cioè cod.1 a dom. C). IN QUESTA FASCIA ORARIA GENERALMENTE QUALI SONO I MOTIVI CHE LA SPINGONO A VEDERE LA TELEVISIONE? (Spontanea, rilanciare, possibile più risposte, ruotare gli item)

- Per divertirmi 1
- Ci sono programmi interessanti 2
- Ci sono programmi che mi piacciono 3
- C'è il mio programma preferito/che mi piace (eventuale citazione) 4
- Per seguire un particolare evento (eventuale citazione) 5
- Per rilassarmi/staccare la spina/svagarmi 6
- Per informarmi 7
- Per stare assieme al partner/alla famiglia/i figli 8
- Non saprei cosa altro fare 9
- Per avere compagnia 10
- Per abitudine 11
- Per approfondire alcuni temi che mi interessano 12
- Ci sono programmi di cui hanno parlato bene/mi hanno incuriosito 13
- C'è un attore/conducente che mi piace (eventuale citazione) 14
- Non ho altri momenti per vederla 15
- Altro, specificare _____ 16
- Nessuno in particolare 17
- Non indica 18

11A/11B. CHE TIPO DI PROGRAMMI CERCA GENERALMENTE IN QUESTA FASCIA ORARIA TRA I SEGUENTI? (Far vedere lo schermo; item ruotati)

- Telegiornali 1
- Programmi di informazione culturale/scientifica/ambientale/documentari, come, ad esempio, Superquark, Voyager, Melaverde, Linea blu 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Matrix, Ballarò 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Medico in famiglia, Distretto di polizia, La squadra, Romanzo criminale 4
- Telefilm, come, ad esempio Dr. House, Smallville, Desperate Housewives, NCIS 5
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole, Beautiful, Cento vetrine 6
- Varietà, come, ad esempio, Ballando con le stelle e Ti lascio una canzone 7
- Programmi di attualità come, ad esempio, la Vita in diretta, Verissimo, Chi l'ha visto e Mi manda Raitre 8
- Programmi di musica leggera, come, ad esempio, il Festival di Sanremo e X factor 9
- Programmi di satira/comici, come, ad esempio, Colorado, Le iene, Parla con me 10
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità e Chi vuol esser milionario 11
- Programmi di approfondimento sportivo, come, ad esempio, Domenica Sportiva e Controcampo 12
- Reality show, come, ad esempio, il Grande Fratello e l'Isola dei famosi 13
- Programmi di prosa, danza, musica classica/lirica e sul cinema, come, ad esempio, Opere liriche, Teatro, Applausi, Prima della prima 14
- Programmi di intrattenimento come La prova del cuoco, Mattina in famiglia, Amici, Domenica in e Domenica 5 15
- Nessuno in particolare 16
- Nessuno di questi 17
- Non indica 18

QUESTIONARIO

Il questionario

Sezione 3 – Programmi fruiti e non fruiti

12A/12B. LE ELENCHERO' ORA ALCUNI PROGRAMMI, MANDATI IN ONDA NELL'ULTIMO MESE, RELATIVI ALLA FASCIA ORARIA _____ (compare a video la fascia indicata a dom. B3), IN CUI LEI MI HA DETTO DI SEGUIRE ABITUALMENTE LA TELEVISIONE. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE SE LO CONOSCE ANCHE SOLO PER SENTITO NOMINARE E SE, SEMPRE NELL'ULTIMO MESE, LE E' CAPITATO DI SEGUIRLO ANCHE SOLO PER POCHI MINUTI. **(Compaiono a rotazione i programmi da testare)**

	Lo conosce		(Se si) Lo ha visto..	
	Si	No	Si	No
PROGRAMMA P	1	2	1	2
PROGRAMMA Q	1	2	1	2
PROGRAMMA R	1	2	1	2
..... (altri programmi da testare)	1	2	1	2

Nota: se l'intervistato non conosce alcun programma, passare a dom. 26 se spettatore di prime time o a dom. 40 se non spettatore; se non ha visto nessuno dei programmi elencati, ma ne conosce almeno uno, passare a dom. 19; se ha visto almeno un programma, proseguire con dom. 13

(Per i primi due programmi visti)

13. LEI MI HA DETTO DI AVERE VISTO NELL'ULTIMO MESE _____ (compaiono a video a rotazione i programmi seguiti). MI PUO' ESPRIMERE IL SUO GIUDIZIO SUL PROGRAMMA IN GENERALE, UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 E' IL VOTO MINIMO E 10 IL VOTO MASSIMO?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

*NON INDICA 11

14. QUALI SONO LE RAGIONI CHE L'HANNO SPINTA A SEGUIRE _____ (compaiono a video i programmi a rotazione)?
(Spontanea, approfondire)

15. LE LEGGERO' ALCUNI ASPETTI RELATIVI AL PROGRAMMA _____ (compaiono a video a rotazione i programmi seguiti). CHE LEI MI HA DETTO DI AVER VISTO. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D'ACCORDO SULLE AFFERMAZIONI CHE ORA LE LEGGERO' SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE A UN TOTALE DISACCORDO E 10 AL MASSIMO ACCORDO. **(Item a rotazione)**

<i>(Esclusi i tg)</i> E' divertente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>(Esclusi i tg)</i> E' emozionante, coinvolgente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' educativo, insegna delle cose	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' distensivo, rilassante	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' originale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' curato, fatto bene	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è adatto a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>(Se presente la conduzione)</i> E' ben condotto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' noioso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' volgare	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Genera ansia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' violento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è utile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

*NON INDICA 11

(Per i primi due programmi visti: solo per alcuni programmi - vd. database)

16. COME LEI SAPRA' LE TRASMISSIONI DI PUBBLICA UTILITA' DOVREBBERO AVERE CARATTERISTICHE PRECISE CHE RIGUARDANO LA RELAZIONE TRA PROGRAMMI E SPETTATORI. LE ELENCHERO' ALCUNE TRA QUESTE CARATTERISTICHE E PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE INDICARE IN CHE MISURA SECONDO LEI IL PROGRAMMA _____ (compaiono a video a rotazione i programmi visti) LE POSSIEDE CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 INDICA LA TOTALE ASSENZA DELLA CARATTERISTICA E 10 IL PIENO POSSESSO DEL REQUISITO. **(Item a rotazione)**

Offre spazi a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' equilibrato e rispettoso delle idee e delle convinzioni politiche, sociali e religiose di tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Può essere compreso da tutti gli spettatori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Arricchisce culturalmente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Offre informazioni ampie ed accurate	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

*NON INDICA 11

(Per i primi due programmi visti)

17. IN GENERALE CON CHE FREQUENZA LE CAPITA DI GUARDARE _____ (compaiono a video a rotazione i programmi visti)?

- Tutte le puntate/spesso 1
- Qualche volta 2
- Raramente 3

(Per i primi due programmi visti)

18. IN PARTICOLARE LEI TENDE A VEDERE QUESTO PROGRAMMA _____ (compaiono a video a rotazione i programmi visti)

- Per intero o quasi 1
- Solo la parte centrale 2
- Solo l'inizio 3
- Solo la parte finale 4
- Non indica 5

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 12B, per il primo programma non visto indicato)

19. LEI MI HA DETTO DI NON AVER VISTO _____ (compare a video il programma a rotazione). PUO' INDICARMENE I MOTIVI? **(Spontanea, approfondire)**

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 12B, per il primo programma non visto indicato)

20. MI PUO' ESPRIMERE IL SUO GIUDIZIO SUL PROGRAMMA _____ (compare a video il programma a rotazione) IN GENERALE, UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 E' IL VOTO MINIMO E 10 IL VOTO MASSIMO?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

*NON INDICA 11

Il questionario

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 12B, per il primo programma non visto indicato)

21. LE LEGGERO' ALCUNI ASPETTI RELATIVI AL PROGRAMMA _____

(compare a video il programma a rotazione), CHE LEI MI HA DETTO DI NON AVER VISTO. PER CIASCUNO DI ESSI MI DOVREBBE DIRE IN CHE MISURA E' D' ACCORDO SULLE AFFERMAZIONI CHE ORA LE LEGGERO' SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE A UN TOTALE DISACCORDO E 10 AL MASSIMO ACCORDO. (Item a rotazione)

(Esclusi i tg) E' divertente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(Esclusi i tg) E' emozionante, coinvolgente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' educativo, insegna delle cose	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' distensivo, rilassante	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' originale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' curato, fatto bene	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è adatto a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(Se presente la conduzione) E' ben condotto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' noioso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' volgare	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Genera ansia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' violento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Non è utile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

NON INDICA * 11

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 12B, per il primo programma non visto indicato: solo per alcuni programmi - vd. database)

22. COME LEI SAPRA' LE TRASMISSIONI DI PUBBLICA UTILITA' DOVREBBERO AVERE CARATTERISTICHE PRECISE CHE RIGUARDANO LA RELAZIONE TRA PROGRAMMI E SPETTATORI. LE ELENCHERO' ALCUNE TRA QUESTE CARATTERISTICHE E PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE INDICARE IN CHE MISURA SECONDO LEI IL PROGRAMMA _____ (compare a video il programma a rotazione) LE POSSIEDE CON UN VOTO DA 1 A 10, DOVE 1 INDICA LA TOTALE ASSENZA DELLA CARATTERISTICA E 10 IL PIENO POSSESSO DEL REQUISITO. (Item a rotazione)

Offre spazi a tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' equilibrato e rispettoso delle idee e delle convinzioni politiche, sociali e religiose di tutti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Può essere compreso da tutti gli spettatori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Arricchisce culturalmente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Offre informazioni ampie ed accurate	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

*NON INDICA 11

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 12 A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

23. SEMPRE UTILIZZANDO UNA SCALA DI TIPO SCOLASTICO DA 1 A 10, DOVE 1 CORRISPONDE AL VOTO MINIMO E 10 AL VOTO MASSIMO, IN CHE MISURA LEI RITIENE CHE IL PROGRAMMA _____ (appare programma) POSSA RAPPRESENTARE UN VALORE PER IL PUBBLICO?

- (Compaiono voti da 1 a 10) 11
- Non indica

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 12 A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

24. RISPETTO A PROGRAMMI SIMILI A QUESTO, LEI IN GENERALE RITIENE CHE _____ (appare programma) SIA...

- Migliore 1
- Peggiora 2
- Dello stessa qualità 3
- Non indica 4

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 12 A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

25. HA QUALCHE SUGGERIMENTO PER IL MIGLIORAMENTO QUALITATIVO DEL PROGRAMMA? _____

Nota: le domande 12-25 si ripetono per il prime time: saranno le dom. 26-39

Sezione 4 - Atteggiamento verso la vita

40. LE LEGGERO' ORA ALCUNE AFFERMAZIONI FATTE A PROPOSITO DI SE STESSA DA ALTRE PERSONE INTERVISTATE PRIMA DI LEI. PER CIASCUNA DI ESSE MI DOVREBBE DIRE CON CHE FREQUENZA LE CAPITA DI RISPPECCHIARSI: SEMPRE, SPESSO, QUALCHE VOLTA, MAI (NON INDICA). (Item a rotazione)

Mi sento euforico	1	2	3	4	5
Sono un po' aggressivo	1	2	3	4	5
Mi sento talvolta depresso e svuotato	1	2	3	4	5
Mi sento sereno	1	2	3	4	5
Sono un ottimista	1	2	3	4	5
Sono una persona curiosa, attenta alle novità	1	2	3	4	5
Non mi piacciono la volgarità e la violenza	1	2	3	4	5
Sono molto attento alla forma delle cose	1	2	3	4	5
Sono un po' ansioso	1	2	3	4	5
Sostanzialmente mi piaccio	1	2	3	4	5
Tendo ad agire con razionalità	1	2	3	4	5
E' il cuore che mi guida	1	2	3	4	5
Mi chiudo in me stesso	1	2	3	4	5
Mi sento un leader	1	2	3	4	5
Sono molto creativo	1	2	3	4	5
Mi faccio carico dei problemi degli altri più dei miei	1	2	3	4	5
Ho paura del futuro	1	2	3	4	5
Domani si vedrà	1	2	3	4	5



PRAGMA srl



DINAMICHE

Dinamiche/Emg: Via Derna, 26 – 20132 Milano
Tel. +39.02.26.80.93.82
Fax. +39.02.28.47.43.1

Pragma: Via Nizza 152 - 00198 Roma
Tel. +39.06.844.88.1
Fax. +39.06.844.88.298