

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

7 Giugno 2010



# Indice

---

Metodologia	3
La fruizione Tv	16
I generi televisivi e gli indicatori di sintesi	31
▪ Cultura, Scienza, Ambiente	38
▪ Varietà	41
▪ Telegiornali	44
▪ Approfondimento informativo	47
▪ Prosa, Danza, Classica, Cinema	50
▪ Attualità	53
▪ Satira/Comici	56
▪ Fiction	59
▪ Approfondimento sportivo	62
▪ Quiz	65
▪ Intrattenimento leggero	68
▪ Musica leggera	71
▪ Soap opera/Telenovelas	74
▪ Reality show	77
▪ Appendice: il questionario	80

# 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 primavera 2010 (15 aprile – 13 maggio 2010).

**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:** 7.627

# 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:

- 500 interviste per la fascia di prima mattina
- 1.964 interviste per la mattinata
- 2.018 interviste per la fascia meridiana
- 1.580 interviste per la fascia pomeridiana/preserale
- 1.565 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 7.627 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 1.736 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: 1.708).
- 37 comuni medio-piccoli (totale comuni in Italia: 874; numero interviste: 1.789).
- 50 grappoli di comuni piccoli, che rappresentano circa 185 comuni-campione (totale comuni in Italia: 6.921; numero interviste: 2.394).

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..).

## *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:

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

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.

In particolare, le variazioni degli indici tra l'autunno 2009 e la primavera 2010 vanno considerate come statisticamente significative se la differenza assoluta è  $\geq 3$ , per quanto riguarda i programmi, e se è  $\geq 2$  nel caso dei generi/delle reti.

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 primaverile 2009

## La fruizione della tv

7 Giugno 2010





## Sintesi delle principali evidenze

I *Telegiornali* risultano il genere più seguito e preferito dal pubblico televisivo. Seguono i *quiz*, le *fiction/sceneggiati*, *l'informazione*, la *cultura* e i programmi di *attualità*. Minore gradimento riscuotono i programmi di *intrattenimento* e lo *sport*, seguiti da *musica leggera* e *teatro* (prosa/danza/musica classica).

Si registra una forte esigenza di informarsi in quasi tutte le fasce orarie, in particolare nella fascia di prima mattina (57%) e in quella meridiana (45%).

Durante la *mattinata* (fascia 9.00-12.00) la televisione è vissuta principalmente come 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 i programmi di *intrattenimento leggero* e le *soap opera*. Essi si guardano un po' per abitudine, un po' per "staccare la spina".

Nella fascia *pomeridiana/preserale* (dalle 15:00 alle 20.30), i *quiz* e i programmi di *attualità* sono due generi ad alto valore per il pubblico televisivo.

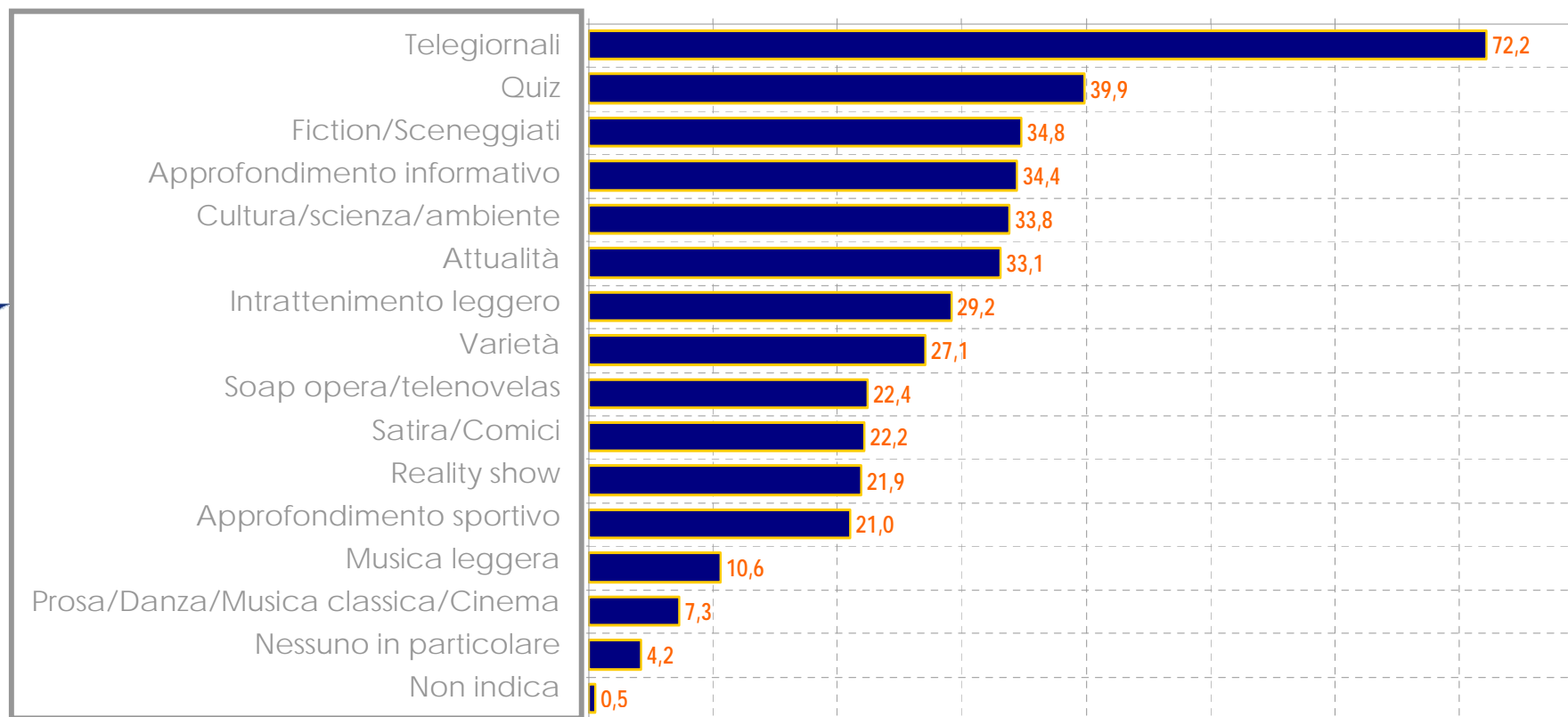
In *Prima serata* la necessità di svago e relax si combina spesso con l'esigenza di informarsi e approfondire. Vengono quindi preferiti generi come *fiction*, *approfondimento informativo* e *cultura, scienza e ambiente*.

Nel complesso la programmazione Rai si dimostra in grado di soddisfare i diversi bisogni e aspettative del pubblico nell'arco dell'intera giornata.

# Relazione con il mezzo tv

## I generi televisivi preferiti

Valori %

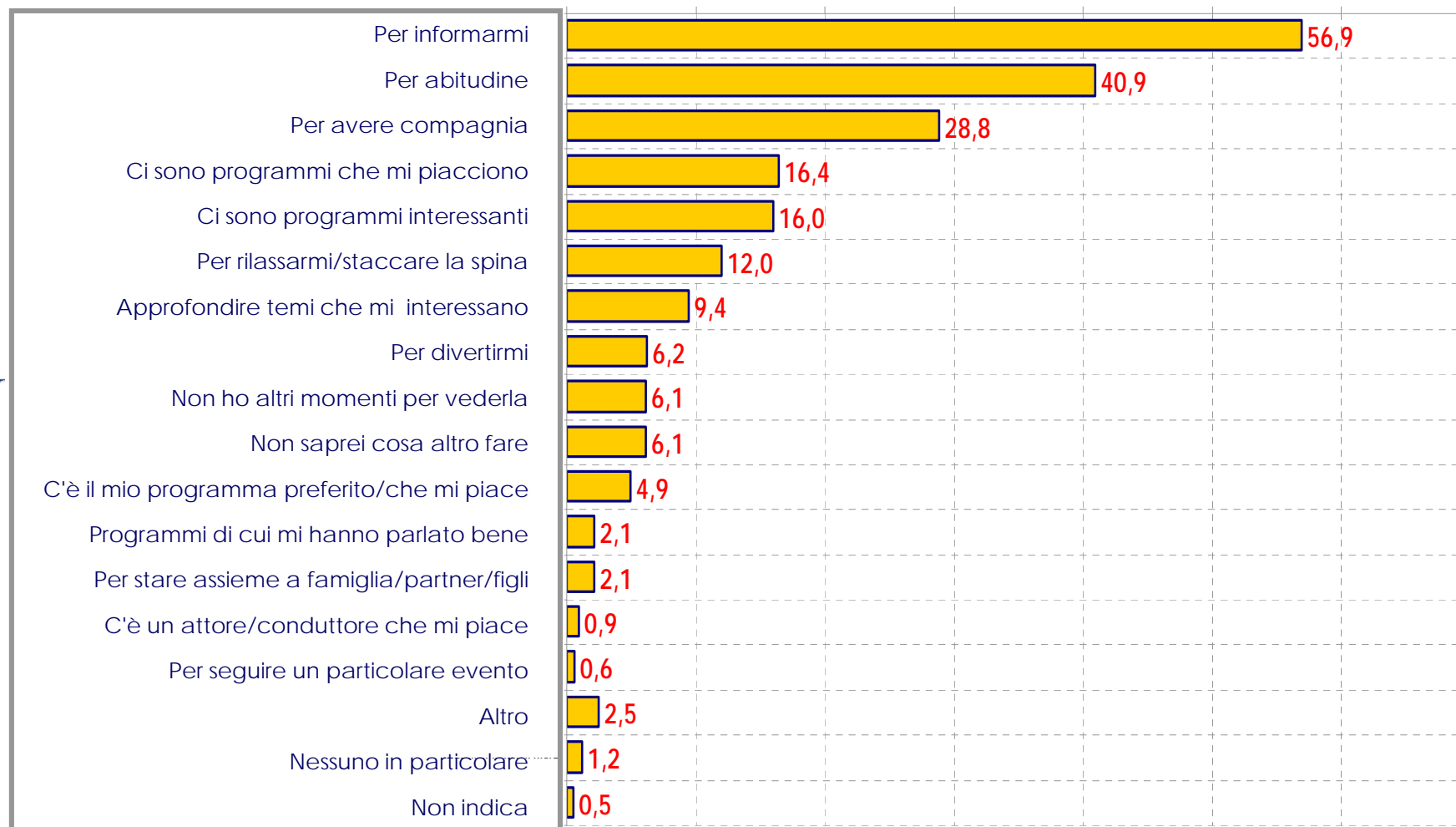


Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 7.00-9.00: i motivi di visione

Valori %

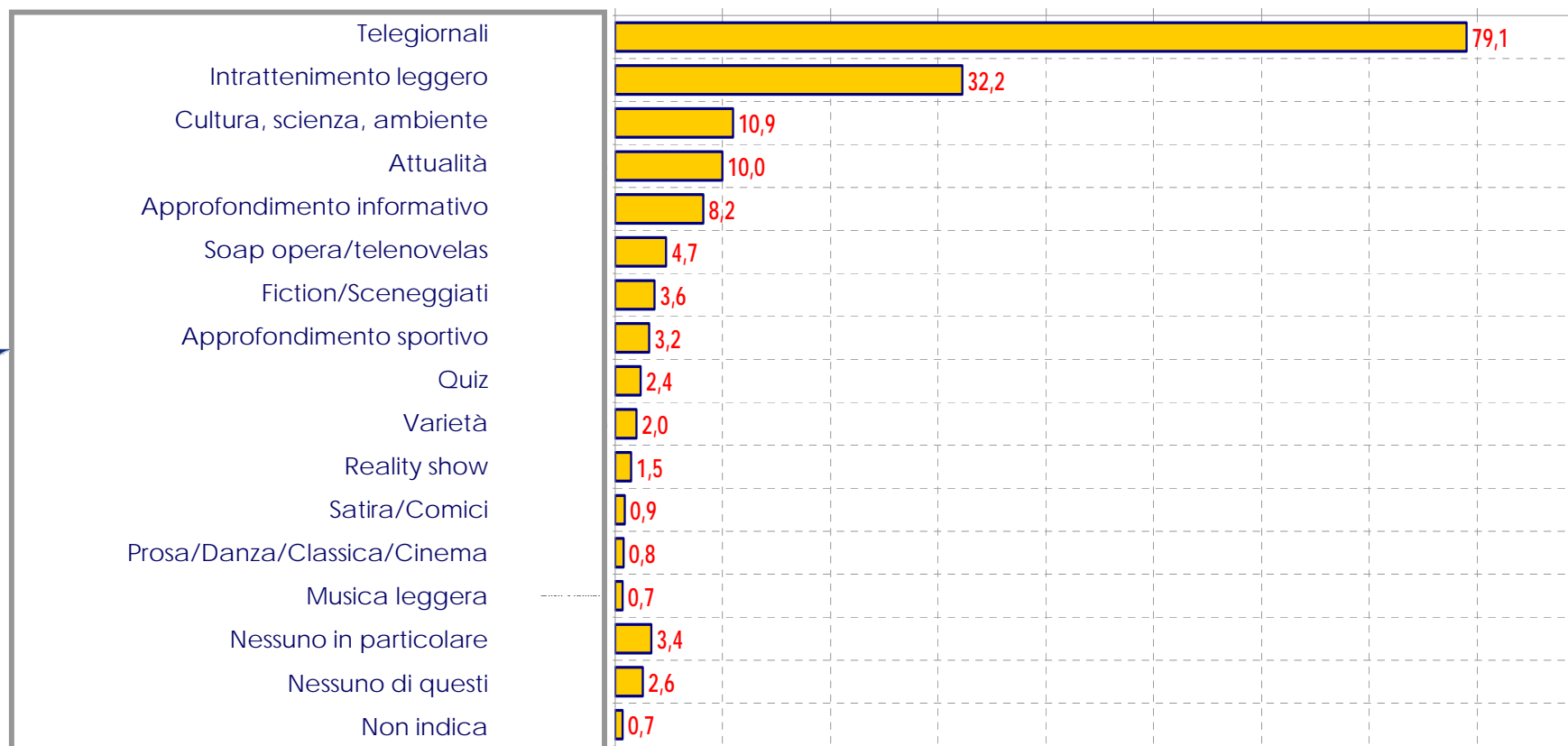


Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 7.00-9.00: i programmi richiesti

Valori %



Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

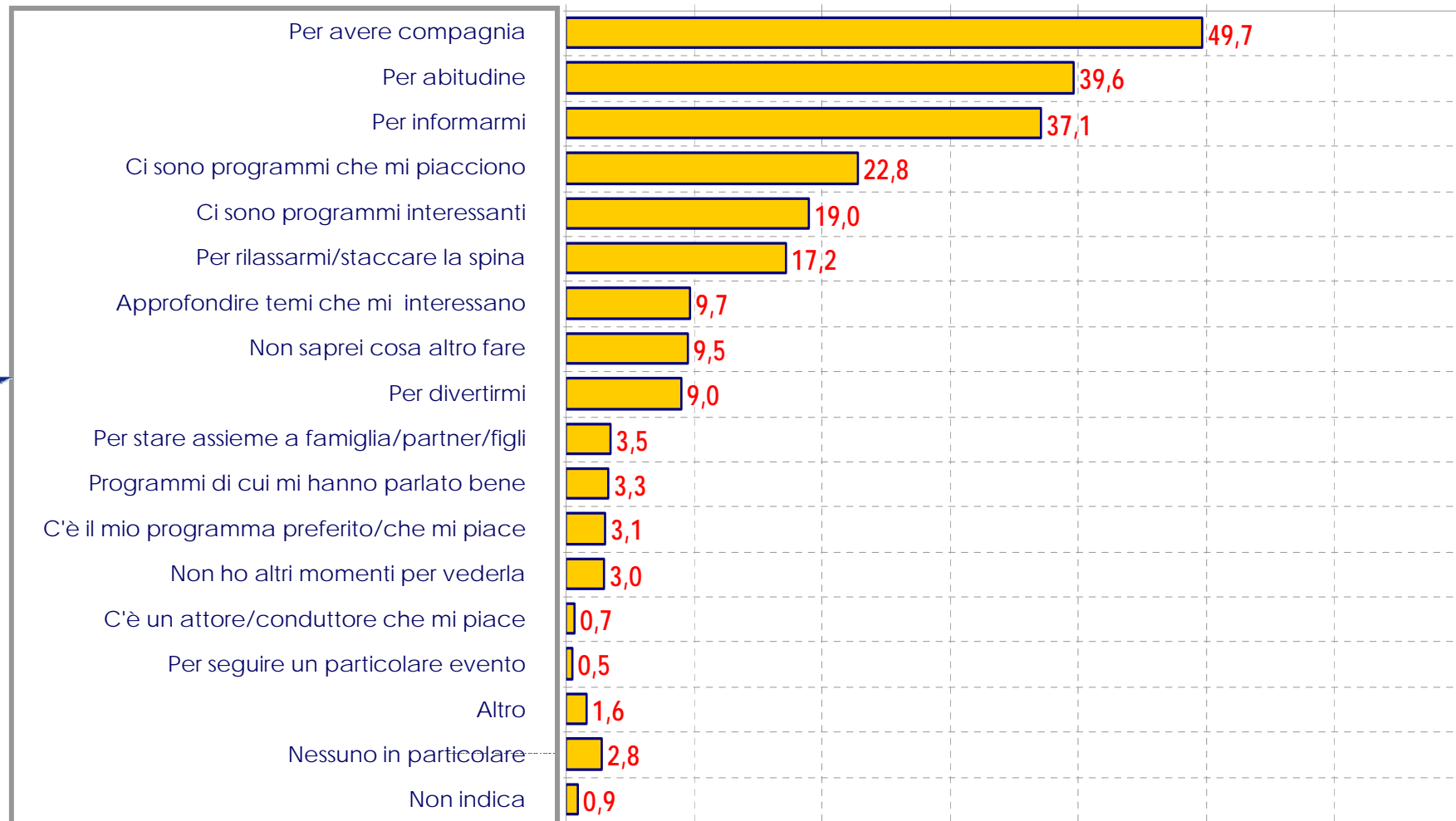
# Comportamento di consumo tv

Rilevazione primavera 2010

Indagine realizzata per conto di Rai

## Fascia 9.00-12.00: i motivi di visione

Valori %

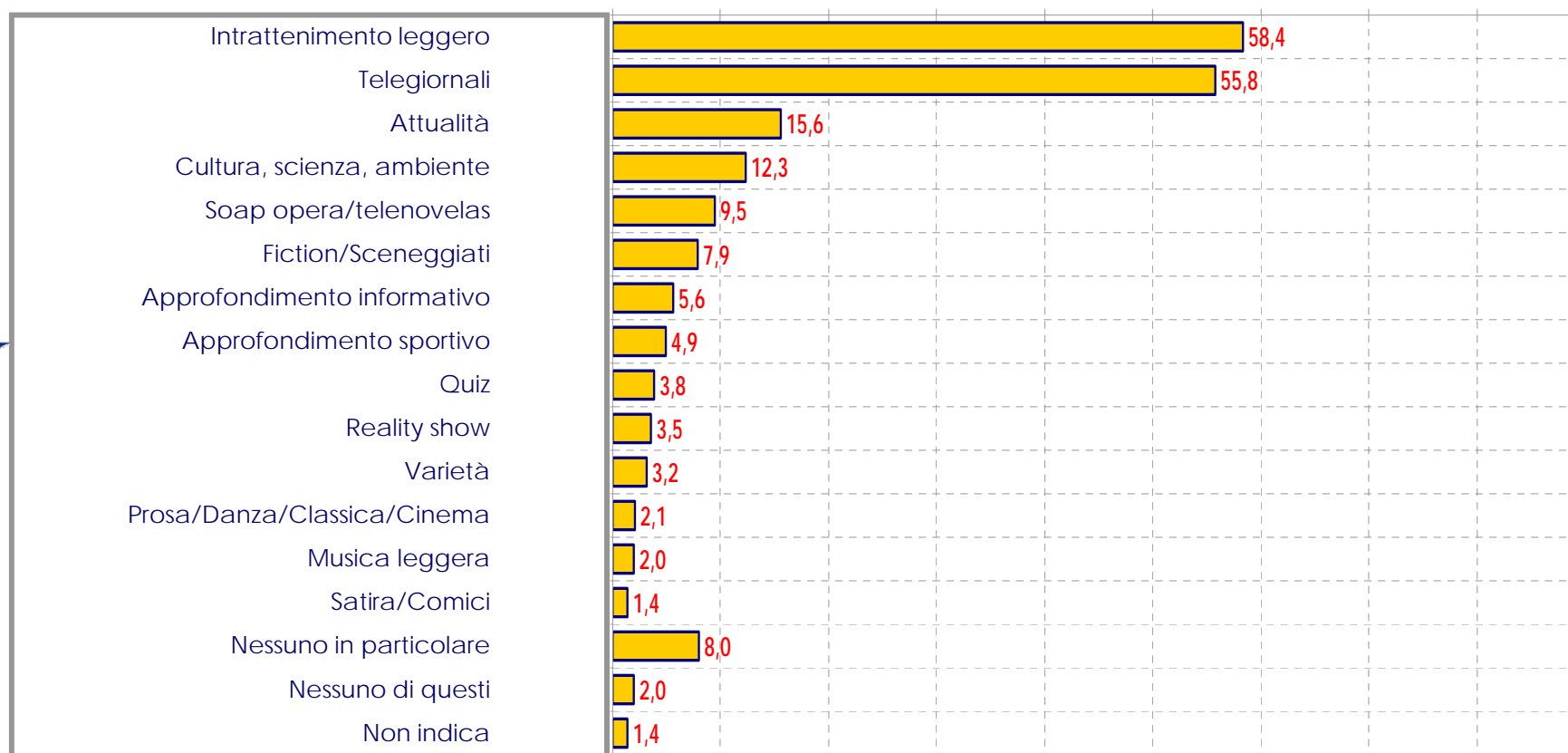


Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 9.00-12.00: i programmi richiesti

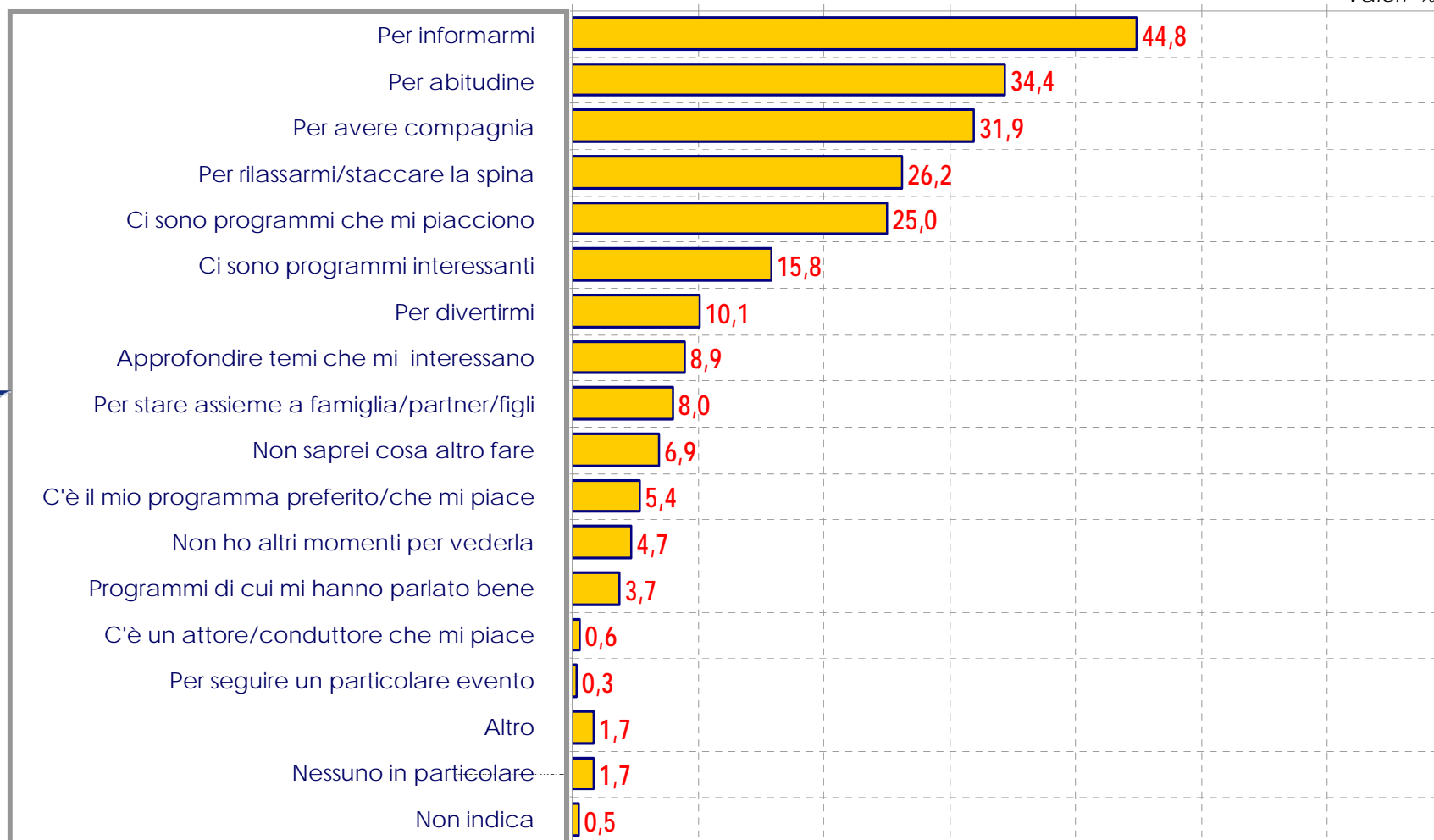
Valori %



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 12.00-15.00: i motivi di visione

Valori %

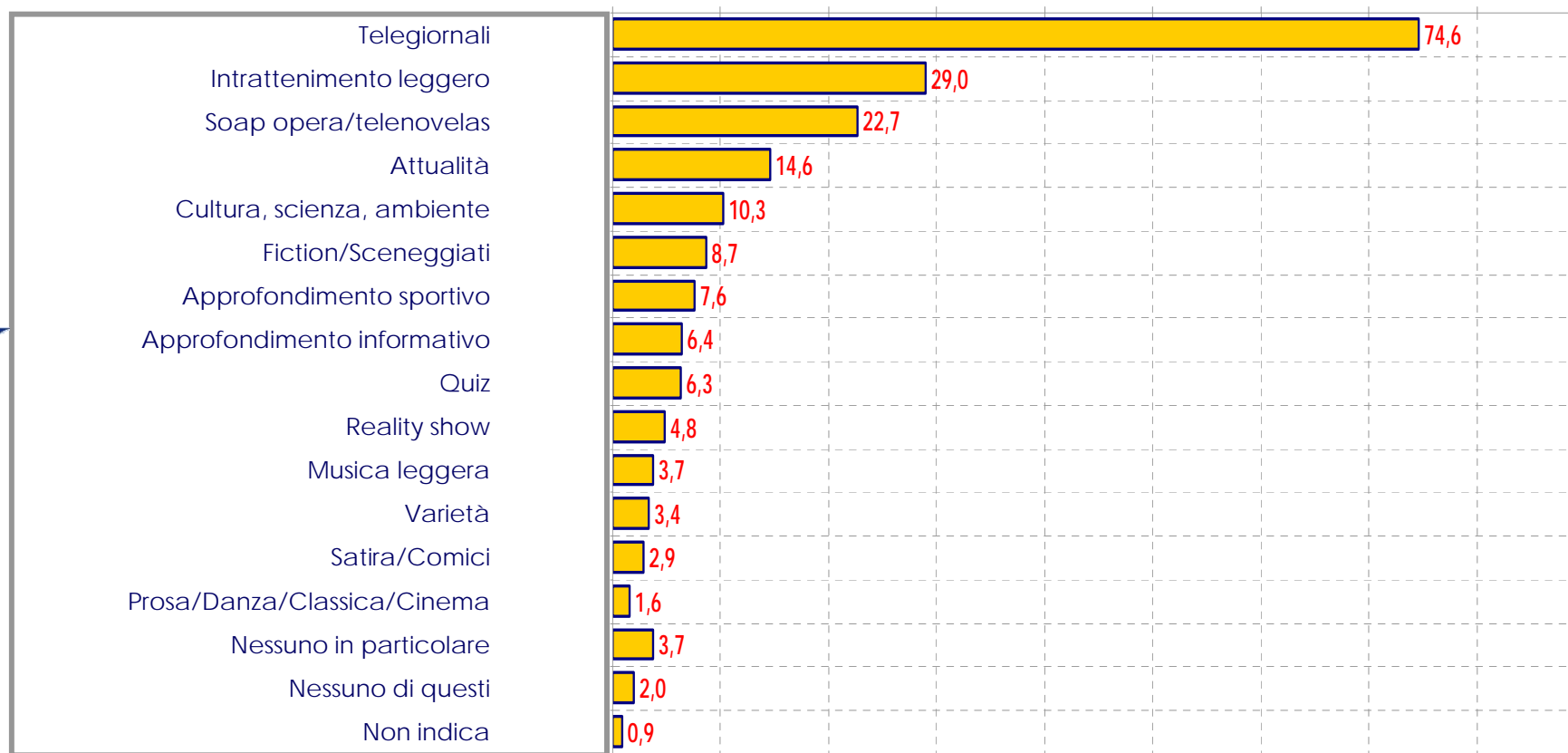


Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 12.00-15.00: i programmi richiesti

Valori %



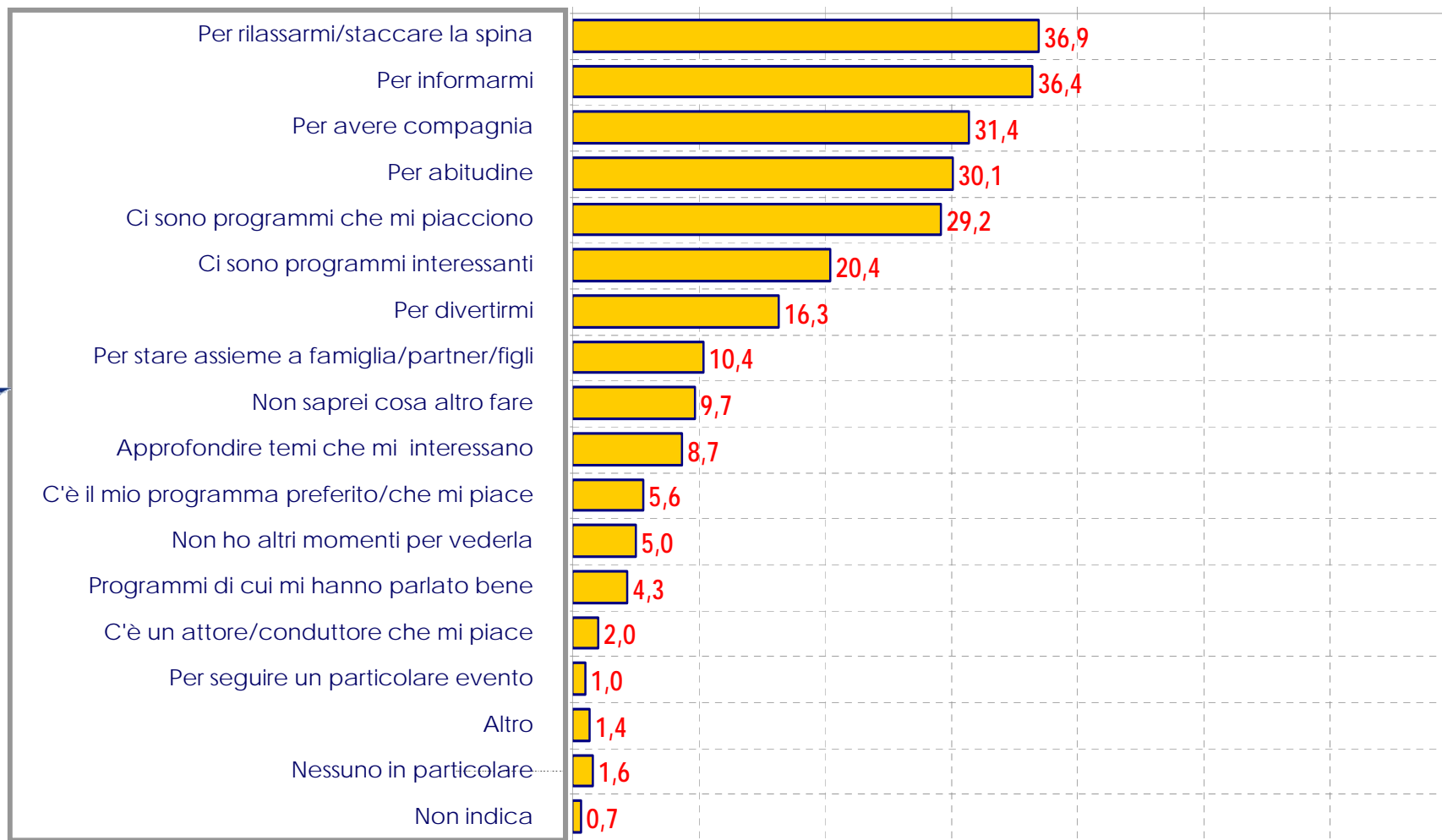
Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 15.00-20.30: i motivi di visione

Valori %

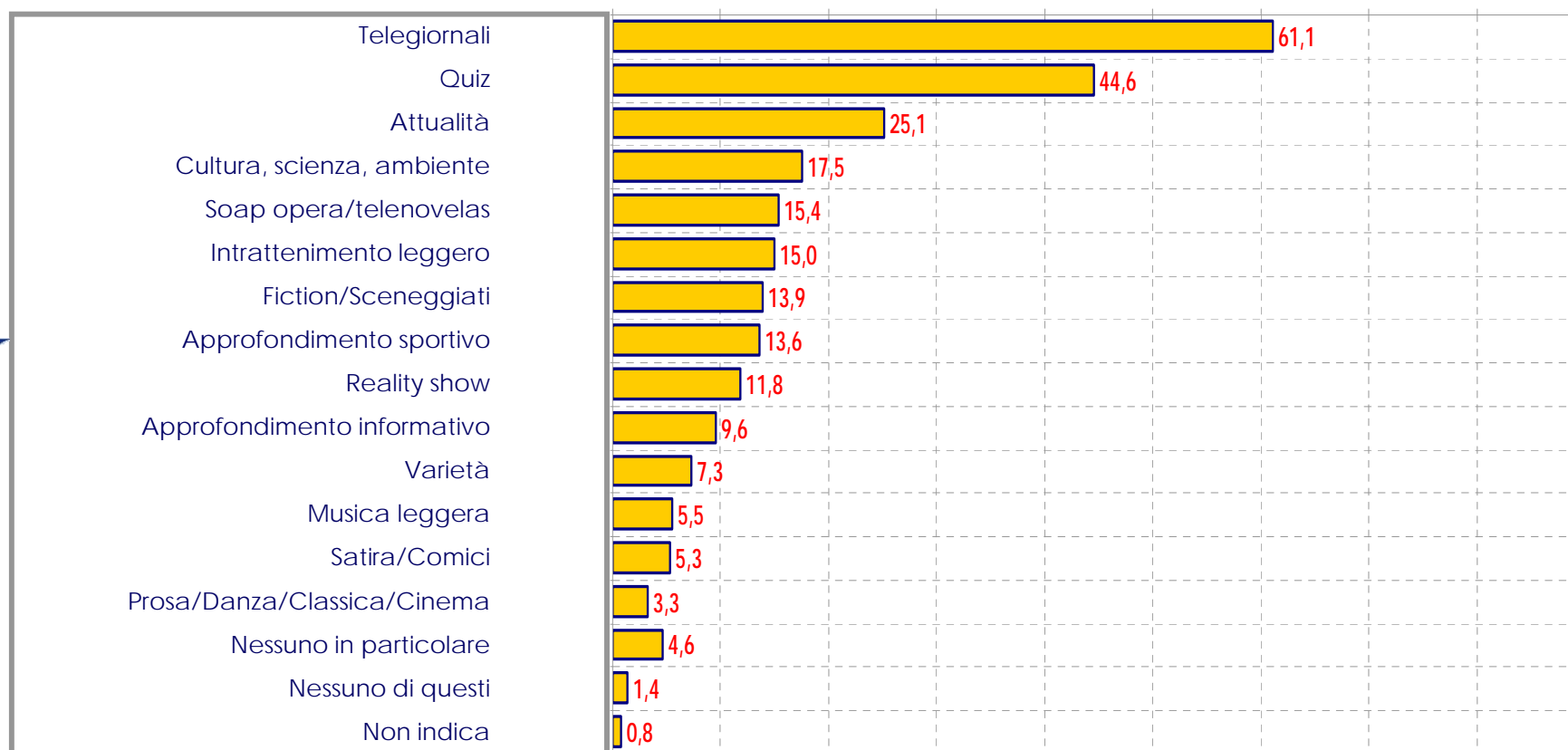


Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

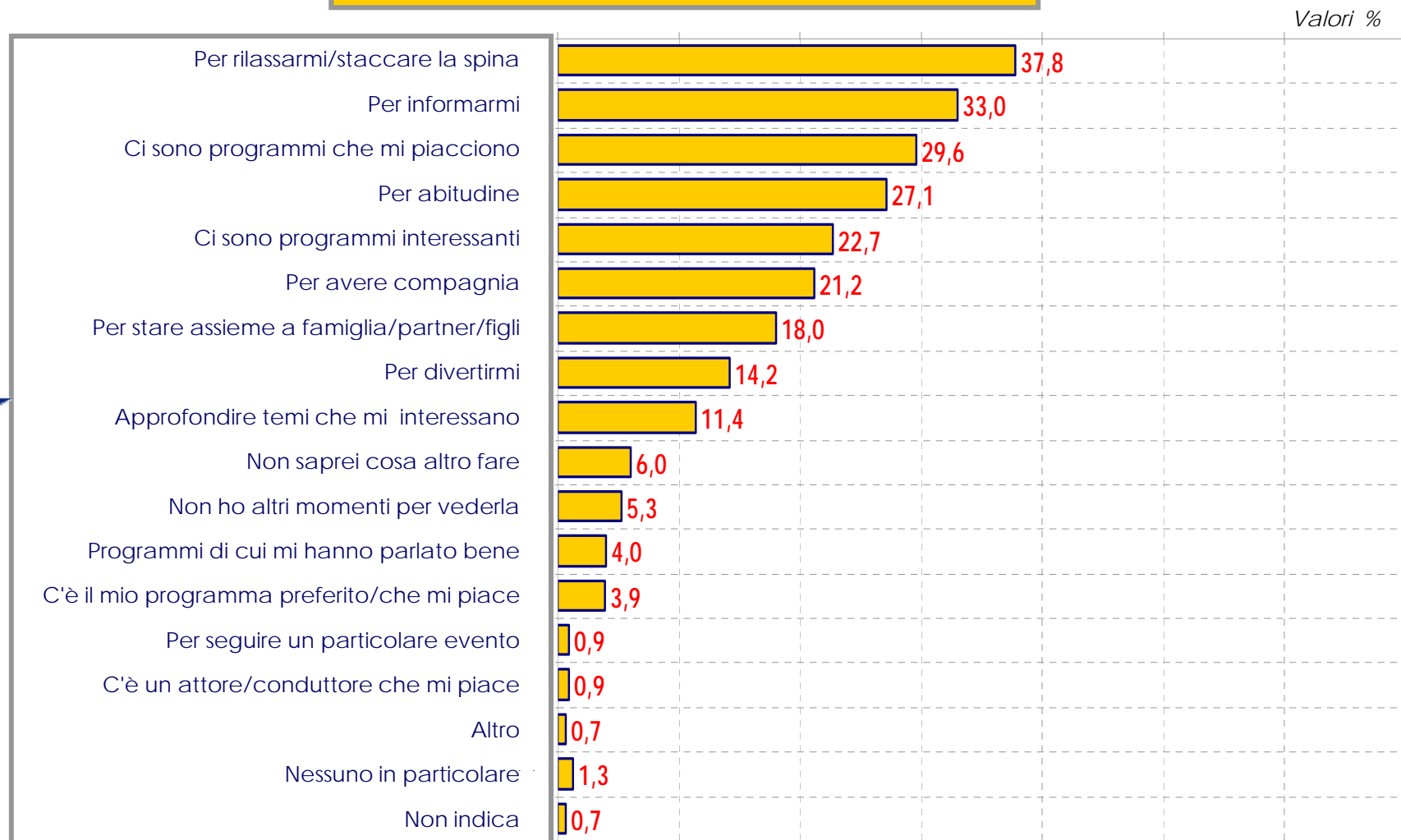
## Fascia 15.00-20.30: i programmi richiesti

Valori %



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 20.30-22.30: i motivi di visione

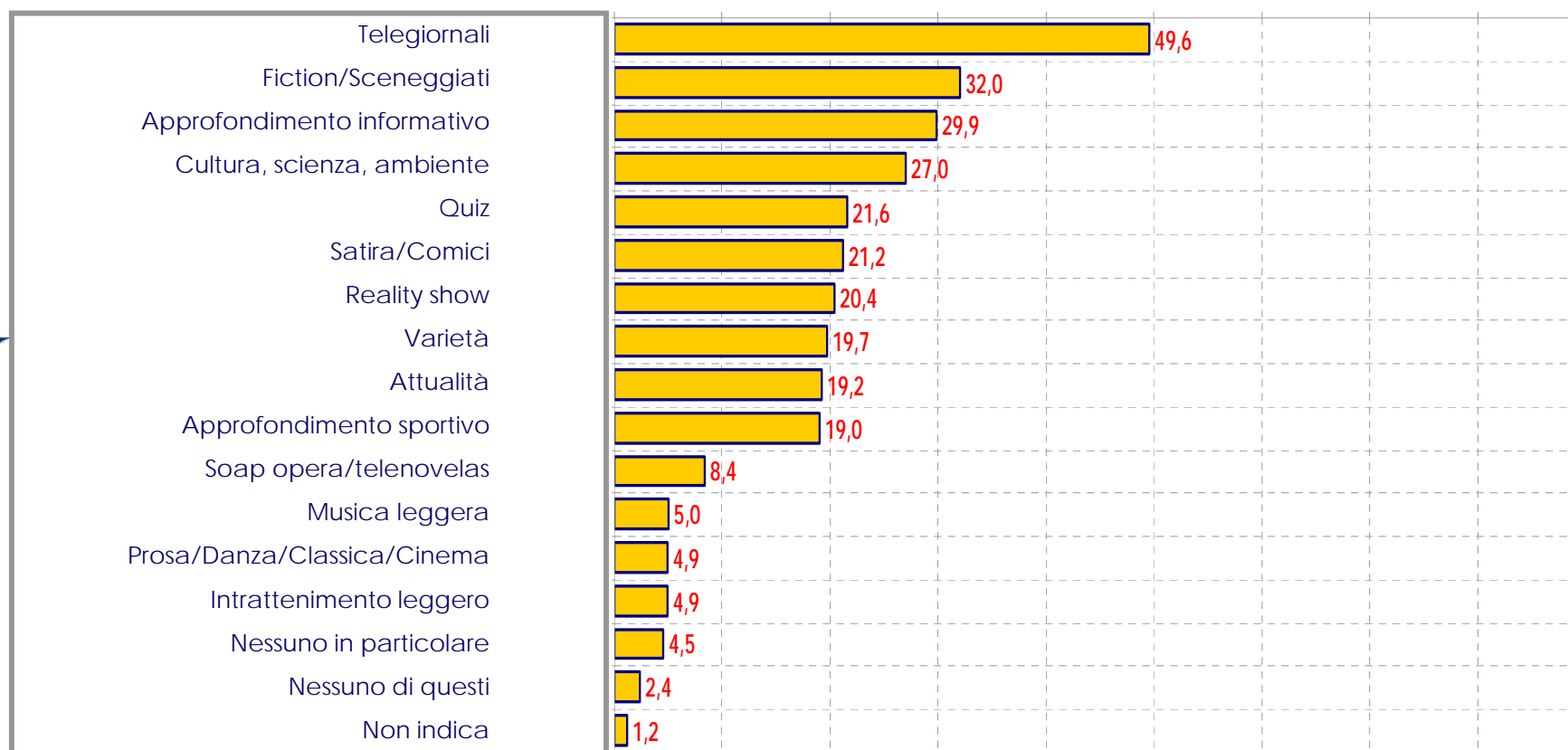


Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 20.30-22.30: i programmi richiesti

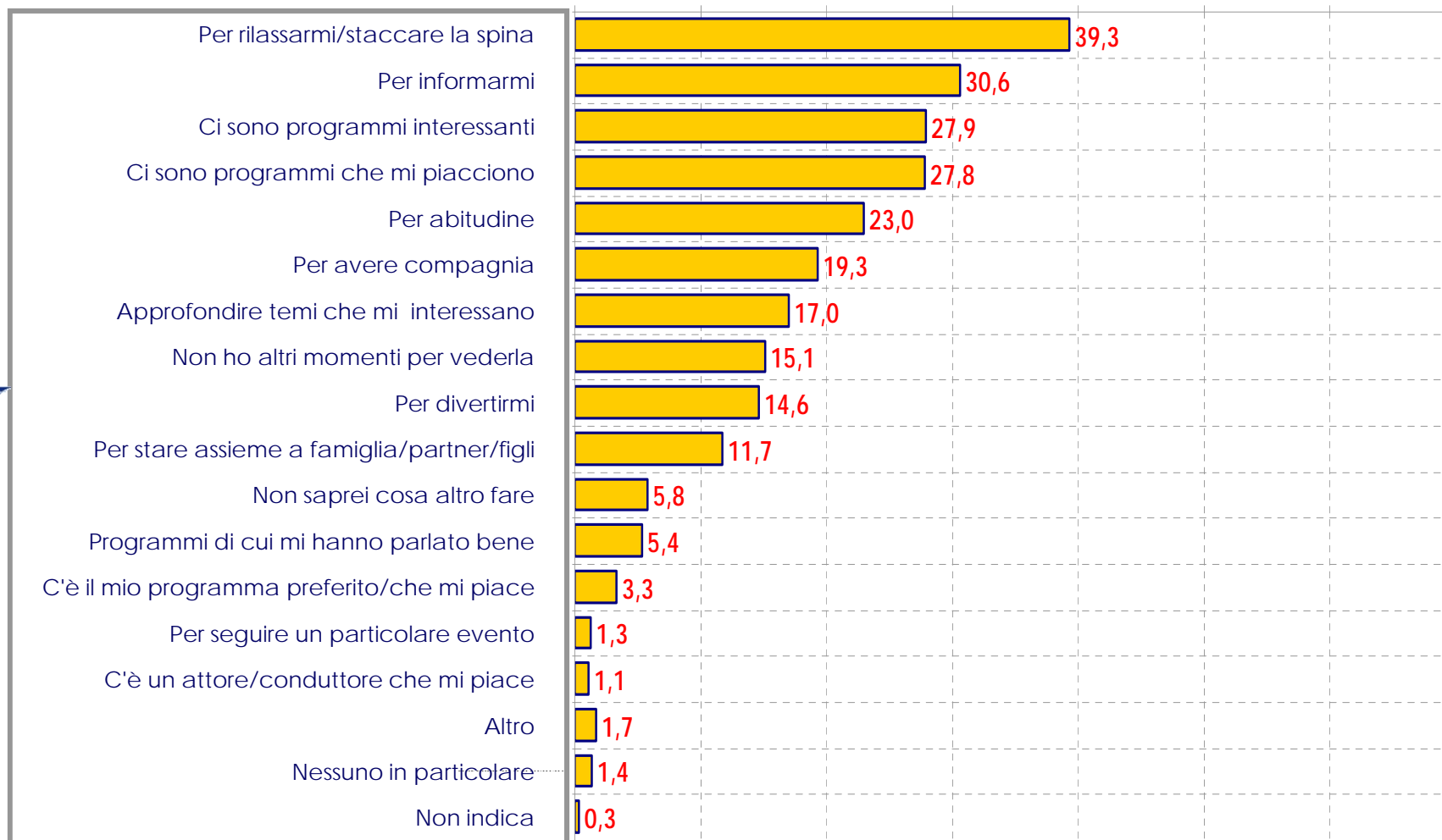
Valori %



# Comportamento di consumo tv

## Fascia 22.30-2.00: i motivi di visione

Valori %

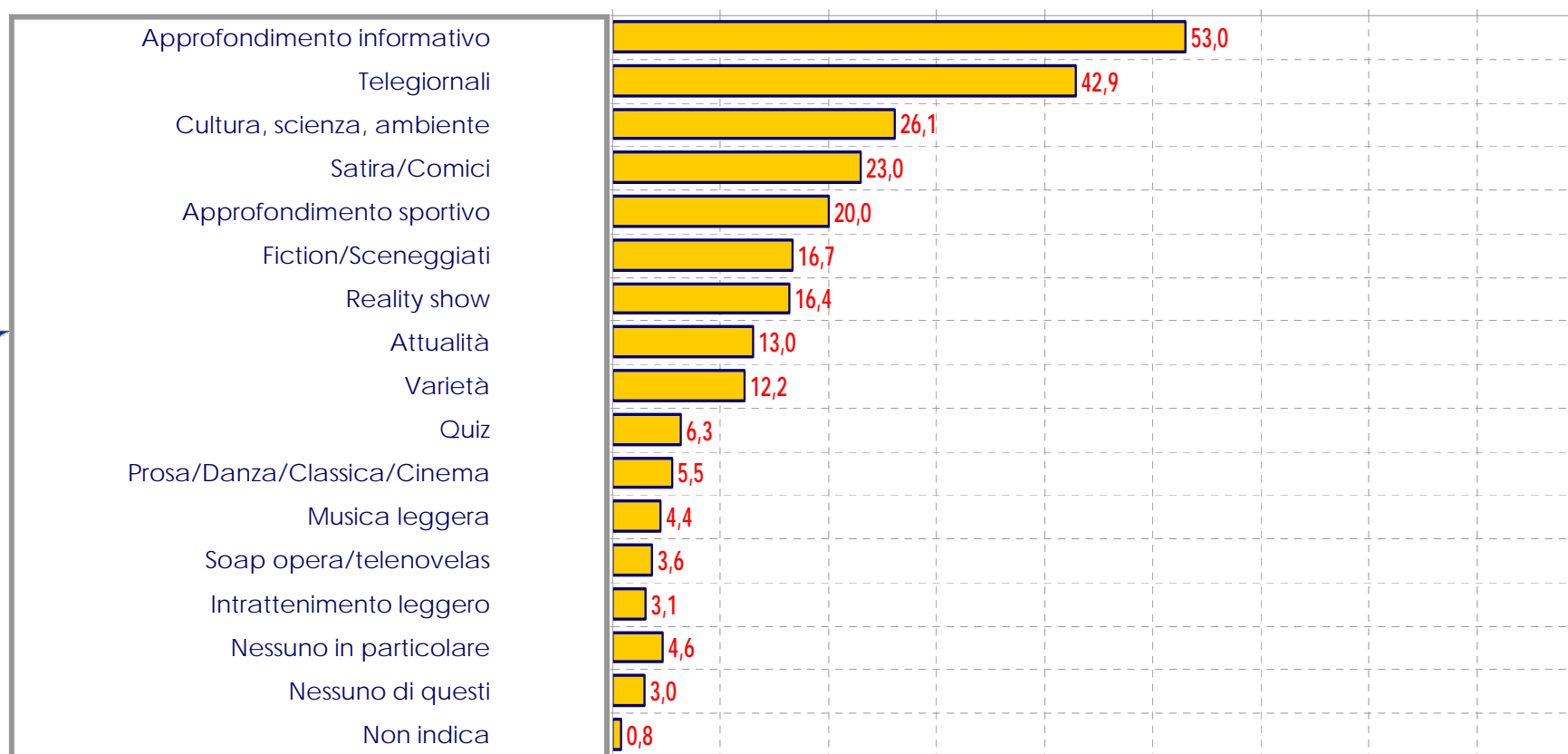


Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

# Comportamento di consumo tv

## Fascia 22.30-2.00: i programmi richiesti

Valori %



Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## I generi televisivi e gli indicatori di sintesi

7 Giugno 2010



## Sintesi delle principali evidenze

---

### *IQP indice di qualità percepita*

L'indicatore RAI generale di *Qualità Percepita* registra un tendenziale miglioramento rispetto alla rilevazione autunnale (64 vs. 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.

Rispetto alla rilevazione autunnale, *RaiUno* (64 vs. 63) e *RaiTre* (66 vs. 65) riportano un tendenziale miglioramento, mentre *RaiDue* registra un lieve calo (61 vs. 62). Al di là del risultato positivo di *Raitre*, ottenuto grazie all'offerta di *trasmissioni culturali* e di *approfondimento informativo*, si sottolinea anche la buona performance di *Raidue* sui programmi di *informazione culturale, scientifica e ambientale*, anche se in calo rispetto alla scorsa rilevazione. La *Qualità Percepita* di *RaiUno* cresce per quasi tutti i generi, ad eccezione del *variety*, della *fiction* e dei *programmi culturali*. Non si evidenziano criticità particolari rispetto alle esigenze della platea televisiva.



# Sintesi delle principali evidenze

---

## *IVP indice di valore pubblico*

L'indice RAI di *Valore Pubblico* delle trasmissioni è stabile rispetto alla precedente rilevazione (63).

Pur coincidendo spesso i valori di *Qualità Percepita* e di *Valore Pubblico*, occorre evidenziare che il telespettatore su alcuni generi attribuisce un valore pubblico differente rispetto alla qualità percepita.

Si registra un *indice di Qualità Percepita (IQP)* superiore all'*indice di Valore Pubblico (IVP)* per i *quiz*, i *varietà*, i *programmi comici* e di *musica leggera*, per i quali le differenze tra i due indici oscillano tra i 2 e i 3 punti. *L'attualità* e i *telegiornali* sono gli unici generi che si distinguono 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 Percepita* che di *Valore Pubblico* (**68**). Tra i programmi ritenuti migliori emergono le trasmissioni di Raitre: *Geo & Geo* (**IQP:74-IVP:75**), *Ulisse* (**IQP:75-IVP:74**) e *La storia siamo noi* (**IQP:74-IVP:74**).

I **telegiornali** confermano le aspettative del pubblico, con indici medi intorno a **67**.

Il **quiz** è molto apprezzato dal pubblico televisivo. L'indice di *Qualità Percepita* (**IQP: 66 vs. 60**) cresce di 6 punti rispetto alla rilevazione autunnale, con un incremento significativo anche del *Valore Pubblico* (**IVP:62 vs. 57**). Tra i punti di forza del genere la mancanza di volgarità, la capacità di rilassare e la conduzione, aspetti legati principalmente *all'Eredità* e *I soliti ignoti* (RaiUno).

Per quanto riguarda il genere **approfondimento informativo**, *Report* (**IQP:73-IVP:73**) e *Medicina 33* (**IQP:73-IVP:74**) ottengono le valutazioni più positive.

Tra i programmi di **attualità** emerge *Che tempo che fa* (**IQP:70-IVP:69**), il programma di Fabio Fazio. La trasmissione, pur non essendo particolarmente emozionante, è apprezzata per la buona conduzione e la completezza. Rispetto alla scorsa stagione, cresce in termini di qualità **Occhio alla spesa** (**IQP:70-IVP:71**), ritenuta utile e capace di rivolgersi ad un vasto pubblico.

I programmi **comici/satirici** registrano buone performance (**IQP:64-IVP:62**).

*Tutti pazzi per amore* (**IQP:62-IVP:60**) è la **fiction** più gradita, tra quelle rilevate. Si riconosce infatti a questo prodotto la capacità di rivolgersi ad un vasto pubblico, senza volgarità.

## Sintesi delle principali evidenze

---

---

Tra i **programmi di intrattenimento** *La prova del cuoco* (IQP:69-IVP:70) registra buone performance sia a livello di *Qualità Percepita* che di *Valore Pubblico*. A seguire *Mattina in famiglia* (IQP:63-IVP:64).

Il **Varietà** subisce un significativo calo di qualità tra la stagione primaverile e quella autunnale. L'IQP infatti cala di 4 punti (64 vs. 68), mentre l'IVP flette di 5 (62 vs. 67). Tale risultato è la conseguenza di una programmazione che, ad eccezione delle ottime performance di *Ti lascio una canzone* (IQP:69-IVP:66), ha ottenuto valori di qualità poco soddisfacenti.

L'unico genere che non raggiunge un livello di qualità soddisfacente è il **reality show** (*L'isola dei famosi*).

# Indicatore della qualità percepita (per genere e rete)

	INDICATORE DELLA QUALITA' PERCEPITA (IQP)							
	PRIMAVERA 2010				AUTUNNO 2009			
	Totale RAI	RAIUNO	RAIDUE	RAITRE	Totale RAI	RAIUNO	RAIDUE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	68	64	67	72	68	67	70	69
Telegiornali	67	67	67	68	65	65	66	65
Quiz	66	66	-	-	60	60	-	-
Approfondimento informativo	65	62	64	66	64	62	64	66
Attualità	65	65	59	65	63	63	64	65
Musica leggera	65	-	65	-	53	-	53	-
Varietà	64	64	-	-	68	68	-	-
Satira/Comici	64	-	-	64	61	-	55	63
Prosa/Danza/Classica/Cinema	62	62	-	62	64	60	64	66
Intrattenimento leggero	62	63	61	-	60	60	59	-
Fiction/Sceneggiati	58	58	59	-	61	62	57	55
Approfondimento sportivo	58	-	58	58	61	-	61	57
Soap opera/telenovelas	54	-	-	54	52	-	-	52
Reality show	42	-	42	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>61</b>	<b>66</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>62</b>	<b>65</b>

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 2$

# Indicatore del valore pubblico (per genere e rete)

	INDICATORE DEL VALORE PUBBLICO (IVP)							
	PRIMAVERA 2010				AUTUNNO 2009			
	Totale RAI	RAIUNO	RAIDUE	RAITRE	Totale RAI	RAIUNO	RAIDUE	RAITRE
Cultura, scienza, ambiente	68	65	67	72	68	66	70	69
Telegiornali	68	67	67	69	65	65	65	64
Attualità	66	65	59	67	64	62	63	66
Approfondimento informativo	64	62	64	66	64	62	64	67
Varietà	62	62	-	-	67	67	-	-
Intrattenimento leggero	62	64	61	-	59	60	57	-
Satira/Comici	62	-	-	62	58	-	50	60
Quiz	62	62	-	-	57	57	-	-
Musica leggera	62	-	62	-	51	-	51	-
Prosa/Danza/Classica/Cinema	61	61	-	61	64	60	62	68
Approfondimento sportivo	58	-	58	58	59	-	59	55
Fiction/Sceneggiati	57	57	54	-	60	62	54	52
Soap opera/telenovelas	53	-	-	53	51	-	-	51
Reality show	40	-	40	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>60</b>	<b>66</b>	<b>63</b>	<b>62</b>	<b>61</b>	<b>65</b>

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78.  
 Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 2$

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Cultura, scienza, ambiente

	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A SUA IMMAGINE	64	65
ART NEWS*	57	-
EASY DRIVER	63	69
GEO&GEO	74	73
GRAZIE DEI FIORI*	61	-
IL CERCASAPORI - SMS CONSUMATORI	63	-
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	71	70
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	74	69
L'APPUNTAMENTO*	56	-
LINEA VERDE	67	68
LINEA VERDE ORIZZONTI	69	-
MAGICA ITALIA*	64	-
MEMORIE DAL BIANCO E NERO*	63	-
PASSAGGIO A NORD OVEST	69	74
PASSEPARTOUT*	67	61
PER UN PUGNO DI LIBRI*	73	72
RACCONTI DI VITA*	62	62
SERENO VARIABILE	65	66
SOTTOVOCE	49	51
SULLA VIA DI DAMASCO*	63	-
TGR BELL'ITALIA	70	-
TGR LEONARDO	71	-
TGR NEAPOLIS*	65	-
TUTO BENESSERE	64	59
ULISSE, IL PIACERE DELLA SCOPERTA	75	77
VOYAGER	69	71
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	-	74
DREAMS ROAD*	-	67
LE STORIE*	-	57
LINEA BLU	-	72
STELLA DEL SUD*	-	58
STORIE MALEDETTE	-	61
TIMBUCTU	-	62
TV TALK (EDU)*	-	68
UN GIORNO IN PRETURA	-	61
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>68</b>	<b>68</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere



## Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Cultura, scienza, ambiente

	VALORE PUBBLICO (VP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
A SUA IMMAGINE	69	65
ART NEWS*	56	-
EASY DRIVER	64	65
GEO&GEO	75	73
GRAZIE DEI FIORI*	63	-
IL CERCASAPORI - SMS CONSUMATORI	64	-
LA STORIA SIAMO NOI (RAIDUE)	68	71
LA STORIA SIAMO NOI (RAITRE)	74	70
L'APPUNTAMENTO*	52	-
LINEA VERDE	67	69
LINEA VERDE ORIZZONTI	69	-
MAGICA ITALIA*	64	-
MEMORIE DAL BIANCO E NERO*	61	-
PASSAGGIO A NORD OVEST	69	72
PASSEPARTOUT*	66	57
PER UN PUGNO DI LIBRI*	75	72
RACCONTI DI VITA*	61	63
SERENO VARIABILE	66	65
SOTTOVOCE	50	50
SULLA VIA DI DAMASCO*	64	-
TGR BELL'ITALIA	70	-
TGR LEONARDO	71	-
TGR NEAPOLIS*	63	-
TUTTO BENESSERE	63	61
ULISSE, IL PIACERE DELLA SCOPERTA	74	77
VOYAGER	68	71
ALLE FALDE DEL KILIMANGIARO	-	73
DREAMS ROAD*	-	64
LE STORIE*	-	54
LINEA BLU	-	72
STELLA DEL SUD*	-	56
STORIE MALEDETTE	-	56
TIMBUCTU	-	61
TV TALK (EDU)*	-	69
UN GIORNO IN PRETURA	-	61
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>68</b>	<b>68</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere



# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## VARIETA'

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Varietà

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ARIA FRESCA*	62	-
CIAK SI CANTA	59	-
STASERA E' LA TUA SERA*	57	-
TI LASCIO UNA CANZONE	69	-
GRAZIE A TUTTI	-	69
I MIGLIORI ANNI	-	72
TUTTI PAZZI PER LA TELE	-	58
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>64</b>	<b>68</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Varietà

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ARIA FRESCA*	60	-
CIAK SI CANTA	58	-
STASERA E' LA TUA SERA*	57	-
TI LASCIO UNA CANZONE	66	-
GRAZIE A TUTTI	-	67
I MIGLIORI ANNI	-	70
TUTTI PAZZI PER LA TELE	-	58
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>67</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## TELEGIORNALI

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

**Telegiornali**

	QUALITA' PERCEPITA (IOP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
TG1 (13.30)	68	65
TG1 (20.00)	65	66
TG2 (13.00)	67	67
TG2 (20.30)	66	65
TG3 (14.30)	67	64
TG3 (19.00)	66	64
TGR (14.00)	70	68
TGR (19.30)	69	65
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>67</b>	<b>65</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

**Telegiornali**

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
TG1 (13.30)	68	65
TG1 (20.00)	65	65
TG2 (13.00)	67	66
TG2 (20.30)	66	65
TG3 (14.30)	68	63
TG3 (19.00)	67	64
TGR (14.00)	70	67
TGR (19.30)	69	64
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>68</b>	<b>65</b>

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## APPROFONDIMENTO INFORMATIVO

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

## Approfondimento informativo

	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ANNO ZERO	59	59
BALLARÒ	63	63
IL FATTO DEL GIORNO	62	61
IN MEZZ'ORA*	56	51
L'ULTIMA PAROLA*	49	-
PORTA A PORTA	61	60
RAIPARLAMENTO 7 GIORNI	58	49
REPORT	73	78
SPECIALE TG1	66	64
TELECAMERE*	53	57
TG2 COSTUME E SOCIETÀ'	69	70
TG2 DOSSIER	66	63
TG2 STORIE	67	66
TG2 MEDICINA 33	73	72
TG2 MIZAR*	50	-
TG2 MOTORI	63	-
TG2 PUNTO IT	68	61
TG3 AGRICOLTURA 3*	63	-
TG3 CHI È DI SCENA*	59	-
TG3 CIFRE IN CHIARO*	60	-
TG3 LINEA NOTTE	68	63
TG3 PUNTO DONNA*	61	-
TG3 SHUKRAN*	71	-
TGR AMBIENTE ITALIA	70	68
TGR BUONGIORNO REGIONE	68	66
TGR EST OVEST*	72	-
TGR GUARDANDO AD EST*	62	-
TGR I NOSTRI SOLDI	67	-
TGR IL SETTIMANALE	62	61
TGR ITALIA AGRICOLTURA	66	-
TGR LEVANTE*	62	-
TGR MEDITERRANEO*	71	-
TGR MONTAGNE*	70	-
TGR PRODOTTO ITALIA*	70	-
TGR REGIONE EUROPA*	64	-
TV7	65	67
BLU NOTTE	-	72
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>65</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere



# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

## Approfondimento informativo

	VALORE PUBBLICO (VP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
ANNO ZERO	58	58
BALLARÒ	62	62
IL FATTO DEL GIORNO	61	59
IN MEZZ'ORA*	55	54
L'ULTIMA PAROLA*	51	-
PORTA A PORTA	60	60
RAIPARLAMENTO 7 GIORNI	60	51
REPORT	73	78
SPECIALE TG1	66	65
TELECAMERE*	51	60
TG2 COSTUME E SOCIETA'	67	69
TG2 DOSSIER	66	63
TG2 STORIE	67	65
TG2 MEDICINA 33	74	73
TG2 MIZAR*	48	-
TG2 MOTORI	60	-
TG2 PUNTO IT	67	60
TG3 AGRI 3*	66	-
TG3 CHI E' DI SCENA*	62	-
TG3 CIFRE IN CHIARO*	61	-
TG3 LINEA NOTTE	66	65
TG3 PUNTO DONNA*	62	-
TG3 SHUKRAN*	72	-
TGR AMBIENTE ITALIA	70	73
TGR BUONGIORNO REGIONE	69	67
TGR EST OVEST*	70	-
TGR GUARDANDO AD EST*	66	-
TGR I NOSTRI SOLDI	68	-
TGR IL SETTIMANALE	63	63
TGR ITALIA AGRICOLTURA	67	-
TGR LEVANTE*	58	-
TGR MEDITERRANEO*	71	-
TGR MONTAGNE*	72	-
TGR PRODOTTO ITALIA*	67	-
TGR REGIONE EUROPA*	65	-
TV7	64	66
BLU NOTTE	-	72
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>64</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

**PROSA, DANZA, CLASSICA, CINEMA**

7 Giugno 2010



## Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Prosa/Danza/Classica/Cinema

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
APPLAUSI*	63	60
CINEMATOGRAFO*	61	-
PALCO E RETROPALCO*	62	64
LA MUSICA DI RAITRE*	-	68
PRIMA DELLA PRIMA*	-	63
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere

## Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Prosa/Danza/Classica/Cinema

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
APPLAUSI*	63	60
CINEMATOGRAFO*	60	-
PALCO E RETROPALCO*	61	62
LA MUSICA DI RAITRE*	-	68
PRIMA DELLA PRIMA*	-	67
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>61</b>	<b>64</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## ATTUALITA'

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Attualità

	QUALITÀ PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BONTÀ SUA	59	-
CHE TEMPO CHE FA	70	71
CHI L'HA VISTO	60	57
COMINCIAMO BENE	66	67
ITALIA SUL DUE	60	59
LA VITA IN DIRETTA	61	62
LE STORIE	64	57
MI MANDA RAITRE	65	63
OCCHIO ALLA SPESA	70	67
QUELLO CHE ...	58	-
TV TALK	66	68
UNO MATTINA	67	63
UNO MATTINA WEEK END	62	65
VERDETTO FINALE	61	60
L'ERA GLACIALE	-	67
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>65</b>	<b>63</b>

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere

## Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Rilevazione primavera 2010

Indagine realizzata per conto di Rai

Attualità

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BONTA' SUA	56	-
CHE TEMPO CHE FA	69	70
CHI L'HA VISTO	64	60
COMINCIAMO BENE	67	67
ITALIA SUL DUE	59	57
LA VITA IN DIRETTA	61	61
LE STORIE	63	54
MI MANDA RAITRE	68	67
OCCHIO ALLA SPESA	71	68
QUELLO CHE ...	59	-
TV TALK	66	69
UNO MATTINA	66	62
UNO MATTINA WEEK END	63	64
VERDETTO FINALE	61	59
L'ERA GLACIALE	-	66
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>66</b>	<b>64</b>

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## SATIRA/COMICI

7 Giugno 2010





# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Satira/Comici

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BLOB	63	-
GLOB	63	61
PARLA CON ME	65	65
SCORIE	-	55
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>64</b>	<b>61</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Satira/Comici

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
BLOB	62	-
GLOB	60	57
PARLA CON ME	64	62
SCORIE	-	50
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>58</b>

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## FICTION

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

**Fiction/Sceneggiati**

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
CAPRI	55	-
CRIMINI	59	-
DONNA DETECTIVE	59	-
TUTTI PAZZI PER AMORE 2	62	-
DON MATTEO	-	63
LA SQUADRA	-	55
NEBBIE E DELITTI	-	57
PINOCCHIO	-	62
UN MEDICO IN FAMIGLIA	-	62
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>58</b>	<b>61</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

**Fiction/Sceneggiati**

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
CAPRI	55	-
CRIMINI	54	-
DONNA DETECTIVE	57	-
TUTTI PAZZI PER AMORE 2	60	-
DON MATTEO	-	62
LA SQUADRA	-	52
NEBBIE E DELITTI	-	54
PINOCCHIO	-	63
UN MEDICO IN FAMIGLIA	-	61
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>57</b>	<b>60</b>

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## APPROFONDIMENTO SPORTIVO

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

**Approfondimento sportivo**

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
90° MINUTO	60	62
90° MINUTO B	58	-
DOMENICA SPORTIVA	57	62
DRIBBLING	58	58
MARTEDI' CHAMPIONS	64	-
NUMERO 1*	60	-
REPLAY*	57	56
SABATO SPRINT	55	57
STADIO SPRINT	59	62
TG SPORT	55	-
SABATO SPORT*	-	58
90° MINUTO CHAMPIONS	-	62
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>58</b>	<b>61</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

**Approfondimento sportivo**

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
90° MINUTO	62	61
90° MINUTO B	58	-
DOMENICA SPORTIVA	57	60
DRIBBLING	59	56
MARTEDI' CHAMPIONS	61	-
NUMERO 1*	62	-
REPLAY*	58	55
SABATO SPRINT	55	56
STADIO SPRINT	59	63
TG SPORT	55	-
SABATO SPORT*	-	55
90° MINUTO CHAMPIONS	-	58
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>58</b>	<b>59</b>

\* Esiguo numero di rispondenti



# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## QUIZ

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

QUIZ

Rilevazione primavera 2010

Indagine realizzata per conto di Rai



Quiz

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
I SOLITI IGNOTI	64	-
L'EREDITA'	68	68
AFFARI TUOI	-	57
AFFARI TUOI (LA LOTTERIA)	-	55
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>66</b>	<b>60</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Quiz

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
I SOLITI IGNOTI	59	-
L'EREDITA'	67	66
AFFARI TUOI	-	54
AFFARI TUOI (LA LOTTERIA)	-	52
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>57</b>

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## INTRATTENIMENTO LEGGERO

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

**Intrattenimento leggero**

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
CUORE DI MAMMA*	51	-
DOMENICA IN 7 GIORNI*	58	53
DOMENICA IN L'ARENA	58	53
FESTA ITALIANA	61	63
I FATTI VOSTRI	61	55
LA PROVA DEL CUOCO	69	68
LE AMICHE DEL SABATO	61	-
LOTTO ALLE OTTO	49	-
MATTINA IN FAMIGLIA	63	60
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	60	59
QUELLI CHE IL CALCIO..	58	62
SECONDO CANALE*	54	-
CI VEDIAMO DOMENICA	-	59
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>60</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

**Intrattenimento leggero**

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
CUORE DI MAMMA*	49	-
DOMENICA IN 7 GIORNI*	60	53
DOMENICA IN L'ARENA	57	53
FESTA ITALIANA	62	62
I FATTI VOSTRI	61	54
LA PROVA DEL CUOCO	70	68
LE AMICHE DEL SABATO	61	-
LOTTO ALLE OTTO	53	-
MATTINA IN FAMIGLIA	64	60
MEZZOGIORNO IN FAMIGLIA	61	59
QUELLI CHE IL CALCIO..	57	58
SECONDO CANALE*	54	-
CI VEDIAMO DOMENICA	-	59
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>62</b>	<b>59</b>

\* Esiguo numero di rispondenti

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## MUSICA LEGGERA

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

Musica leggera

TOP OF THE POPS

X FACTOR (PRESERALE)

X FACTOR (SERALE)

X FACTOR - IL PROCESSO

MEDIA DI GENERE

QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
65	-
-	54
-	55
-	50
65	53



# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico



Musica leggera

TOP OF THE POPS
X FACTOR (PRESERALE)
X FACTOR (SERALE)
X FACTOR - IL PROCESSO
<b>MEDIA DI GENERE</b>

VALORE PUBBLICO (IVP)	
PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
62	-
-	52
-	53
-	49
<b>62</b>	<b>51</b>

Base: 7.627 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.197 intervistati anche per il "prime time")  
 Indici su scala 0-100. La sufficienza parte dal valore 56; buono = 67; ottimo = 78. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra autunno e primavera è  $\geq 3$ , per i programmi, e  $\geq 2$  per il genere

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## SOAP OPERA/TELENOVELAS

7 Giugno 2010



## Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita

		QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
		PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
Soap opera/Telenovelas	UN POSTO AL SOLE	54	52
	MEDIA DI GENERE	54	52

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

Soap opera/Telenovelas

UN POSTO AL SOLE
MEDIA DI GENERE

VALORE PUBBLICO (IVP)	
PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
53	51
53	51

# Monitoraggio della qualità dei programmi RAI Stagione primaverile 2010

## REALITY SHOW

7 Giugno 2010



# Programmi rilevati: Indicatore della qualità percepita



**Reality show**

	QUALITA' PERCEPITA (IQP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
L'ISOLA DEI FAMOSI (pomeridiano)	42	-
L'ISOLA DEI FAMOSI (serale)	42	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>42</b>	<b>-</b>

# Programmi rilevati: Indicatore del valore pubblico

**Reality show**

	VALORE PUBBLICO (IVP)	
	PRIMAVERA 2010	AUTUNNO 2009
L'ISOLA DEI FAMOSI (pomeridiano)	39	-
L'ISOLA DEI FAMOSI (serale)	40	-
<b>MEDIA DI GENERE</b>	<b>40</b>	<b>-</b>

# Appendice Il Questionario

7 Giugno 2010





# 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

# Il questionario

(A tutti)

3. 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

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

- Telegiornali 1
- Programmi di informazione culturale/scientifica/ambientale, come, ad esempio, Voyager, Ulisse e Tutto Benessere 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Anno Zero e TG3 Linea Notte 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Tutti pazzi per amore e Capri 4
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole 5
- Varietà, come, ad esempio, Ti lascio una canzone e Aria Fresca 6
- Programmi di attualità come, ad esempio, la Vita in diretta, Chi l'ha visto e Mi manda Raitre 7
- Programmi di musica leggera, come, ad esempio, Top of the pops 8
- Programmi di satira/comici, come, ad esempio, Glob e Parla con me 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità e I soliti ignoti 10
- Programmi di approfondimento sportivo, come, ad esempio, Domenica Sportiva e 90° Minuto 11
- Reality show, come, ad esempio, l'Isola dei famosi 12
- Programmi di prosa, danza, musica classica e cinema, come, ad esempio, Applausi e Cinematografo 13
- Programmi di intrattenimento leggero come Mattina in famiglia e i Fatti Vostrì 14
- Nessuno in particolare 15
- Non indica 16

Sezione 2 - Comportamento di consumo tv

(A tutti)

5A/5B. LEI MI HA DETTO DI VEDERE ALMENO DUE VOLTE ALLA SETTIMANA I PROGRAMMI TRASMESSI TRA LE \_\_\_\_\_ (compare 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/svagarli 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 16
- Nessuno in particolare 17
- Non indica 18

6A/6B. 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, come, ad esempio, Voyager, Ulisse e Tutto Benessere 2
- Programmi di approfondimento informativo, come, ad esempio, Porta a porta, Anno Zero e TG3 Linea Notte 3
- Fiction/sceneggiati, come, ad esempio, Tutti pazzi per amore e Capri 4
- Soap opera/telenovelas, come, ad esempio, Un posto al sole 5
- Varietà, come, ad esempio, Ti lascio una canzone e Aria Fresca 6
- Programmi di attualità come, ad esempio, la Vita in diretta, Chi l'ha visto e Mi manda Raitre 7
- Programmi di musica leggera, come, ad esempio, Top of the pops 8
- Programmi di satira/comici, come, ad esempio, Glob e Parla con me 9
- Programmi di quiz, come, ad esempio, L'Eredità e I soliti ignoti 10
- Programmi di approfondimento sportivo, come, ad esempio, Domenica Sportiva e 90° Minuto 11
- Reality show, come, ad esempio, l'Isola dei famosi 12
- Programmi di prosa, danza, musica classica e cinema, come, ad esempio, Applausi e Cinematografo 13
- Programmi di intrattenimento leggero come Mattina in famiglia e i Fatti Vostrì 14
- Nessuno in particolare 15
- Nessuno di questi 16
- Non indica 17

# Il questionario

## Sezione 3 – Programmi fruiti e non fruiti

7A/7B. LE ELENCHERO' ORA ALCUNI PROGRAMMI, MANDATI IN ONDA NELL'ULTIMO MESE, RELATIVI ALLA FASCIA ORARIA \_\_\_\_\_ (comparsa 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 come da database)

	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. 22 se spettatore di prime time o a dom. 37 se non spettatore; se non ha visto nessuno dei programmi elencati, ma ne conosce almeno uno, passare a dom. 14; se ha visto almeno un programma, proseguire con dom. 8*

(Per i primi due programmi visti)

8. 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

9. QUALI SONO LE RAGIONI CHE L'HANNO SPINTA A SEGUIRE \_\_\_\_\_ (compaiono a video i programmi a rotazione)?

(Spontanea, approfondire)

- E' Bello/Mi piace 1
- Mi piace il genere/il tipo di programma 2
- E' coinvolgente/emozionante 3
- E' obiettivo/imparziale 4
- E' facile da comprendere 5
- E' curato/fatto Bene 6
- Fa compagnia 7
- Per curiosità /attira la mia attenzione 8
- E' divertente/allegro/simpatico 9
- E' originale/diverso dagli altri 10
- E' utile/si imparano cose nuove 11
- Propone belle immagini 12
- E' un programma moderno/dinamico 13
- Ha un ritmo veloce/coinciso 14
- Non è violento/volgare/diseducativo 15
- E' adatto a tutti/adatto anche ai bambini 16
- Mi piace la trama, la storia/e' avvincente 17
- Per paragonarlo/confrontarlo con altri simili 18
- Mi piacciono i temi/gli argomenti trattati/sono interessanti 19
- Mi piace la varietà dei temi/argomenti 20
- Mi piace il modo in cui sono trattati i temi/gli argomenti 21
- Mi piace il presentatore/il conduttore 22
- Mi piacciono gli ospiti/ospiti interessanti 23
- Mi piacciono gli attori/la recitazione 24
- Mi piacciono i comici 25
- Mi piacciono i cantanti 26
- Per abitudine 27
- Per passatempo/svago/per non annoiarmi 28
- Per rilassarmi/distendermi 29
- E' visto/seguito da un familiare 30
- Per la fascia oraria/una comoda fascia oraria 31
- Perché vedo la trasmissione che lo precede 32
- Lo guardano gli amici/lo guardano tutti 33
- Per caso/senza motivi particolari 34

- Altro 35
- Non Indica 36

10. 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)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E' divertente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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
E' ben condotto (*)	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

(\*) Questi item non devono comparire per alcuni programmi (vedi database)

(Per i primi due programmi visti; solo per i programmi per cui sono previste domande di approfondimento- vd. database)

11. 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)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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)

12. 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)

13. 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

# Il questionario

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

14. LEI MI HA DETTO DI NON AVER VISTO \_\_\_\_\_ (compare a video il programma a rotazione). PUO' INDICARMI I MOTIVI? (Spontanea, approfondire)

- Non mi piace il programma 1
- Non mi piace il genere/il tipo di programma/non mi interessa 2
- Non mi coinvolge/non emoziona/noloso 3
- E' fizioso/poco obiettivo/non veritiero 4
- E' impegnativo/difficile da seguire 5
- E' poco curato/fatto male 6
- Non mi diverte/poco allegro 7
- Poco originale/ripetitivo 8
- E' un programma vecchio/da rinnovare 9
- Ha un ritmo lento 10
- E' troppo veloce/poco approfondito 11
- E' violento/volgare/diseducativo 12
- E' troppo superficiale/troppi gossip 13
- Non va bene per tutti/inadatto ai bambini 14
- Non mi piace la trama, la storia 15
- Mi fa venire l'ansia 16
- Non mi piacciono i temi/gli argomenti trattati/non mi interessano 17
- Poca varietà dei temi/argomenti 18
- Non mi piace il modo in cui sono trattati i temi/gli argomenti 19
- Troppe voci che urlano /sovrapposte 20
- Non mi piace il presentatore/il conduttore 21
- Non mi piacciono gli ospiti/ospiti interessanti 22
- Non mi piacciono gli attori/la recitazione 23
- Non mi piacciono i comici 24
- Non mi piacciono i cantanti 25
- Non mi e' comodo l'orario 26
- Viene trasmesso troppo tardi 27
- Preferisco altri programmi simili 28
- Vedo un'altra trasmissione 29
- Troppa pubblicità 30
- Per impegni/manca di tempo 31
- Problemi di ricezione/antenna 32
- Non lo guardano gli amici/guarda nessuno 33
- Nessun Motivo In Particolare 34
- Altro 35
- Non Indica 36

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

15. 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

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato)

16. 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)

E' divertente (*)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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
E' ben condotto (*)	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

(\*) Questi item non devono comparire per alcuni programmi (vedi database)

(Solo a chi conosce ma non ha visto i programmi cioè cod. 2 a dom. 7B, per il primo programma non visto indicato: solo per i programmi per cui sono previste domande di approfondimento - vd. database)

17. 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. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

18. 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)
- Non indica 11

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

19. SEMPRE CON UN VOTO DA 1 A 10, QUANTO E' D'ACCORDO CHE QUESTO PROGRAMMA SIA TRASMESSO DALLA RAI, TELEVISIONE PUBBLICA?

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

# Il questionario

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

20. RISPETTO A PROGRAMMI SIMILI A QUESTO, LEI IN GENERALE RITIENE CHE \_\_\_\_\_ (appare programma) SIA...

- |                        |   |
|------------------------|---|
| ▪ Migliore             | 1 |
| ▪ Peggior              | 2 |
| ▪ Dello stessa qualità | 3 |
| ▪ Non indica           | 4 |

(A tutti coloro che conoscono il programma, cioè cod. 1 a dom. 7A, per i primi due programmi fruiti e per il primo non fruito)

21. HA QUALCHE SUGGERIMENTO PER IL MIGLIORAMENTO QUALITATIVO DEL PROGRAMMA? (compaiono a video le risposte precodificate in allegato a seconda del genere di appartenenza del programma indicato nel database)

Vedi Allegato

*Nota: le domande 7-21 si ripetono per il prime time: saranno le dom. 22-36*



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