



**Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, sulla capacità di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi e contribuire alla coesione sociale nella programmazione Rai trasmessa nell'anno solare 2021**

**Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione realizzata su campioni rappresentativi della collettività**

Dicembre 2021

# Indice

Obiettivi, metodologia, target	pag. 3
Elementi di scenario	pag. 7
Rappresentazione della Figura femminile, Coesione sociale, Pluralismo sociale: percezione e vissuti	pag. 11
Il ruolo dei media su figura femminile, coesione sociale, pluralismo	pag. 40
Il ruolo di Rai e della sua offerta	pag. 58
Focus sui generi dell'offerta RAI	pag. 72
Conclusioni	pag. 87
Indicatori BVA Doxa di performance di Rai	pag. 93
Appendice A	pag. 99
Appendice B	pag. 103

# Obiettivi, metodologia, target



Monitoraggio sulla rappresentazione  
della figura femminile, pluralismo,  
coesione sociale nella  
programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# Premessa

Nell'ambito del vigente **contratto di servizio 2018-2022 con il Ministero dello sviluppo economico** per la concessione del servizio pubblico televisivo, radiofonico e multimediale, **Rai è tenuta** – attraverso i suoi programmi - ad una **rappresentazione corretta e attenta dell'immagine della figura femminile, ad un effettivo e compiuto pluralismo dei temi, dei soggetti e dei linguaggi, nonché a favorire la creazione di coesione sociale.**

**Il compito assegnato al servizio pubblico svolto da Rai**, nel promuovere una corretta rappresentazione di genere, coesione sociale, pluralismo (anche contrastando l'hate speech) è elemento fondante da perseguire oggi e da coltivare per il futuro del nostro Paese, per favorire la costruzione di un'opinione pubblica consapevole e informata.

Alla luce di tali premesse, **Rai si è dotata di un sistema di analisi e di monitoraggio della programmazione, avvalendosi di BVA-Doxa per effettuare l'attività di ricerca quali-quantitativa sulla popolazione**, realizzata su campioni rappresentativi della collettività.

**Nel documento sono riportati i risultati della ricerca.**



# Obiettivi della fase qualitativa

I contenuti **della fase qualitativa** di indagine possono essere declinati nei seguenti punti:

- **La figura femminile, la *condizione della donna* nella società e la sua rappresentazione:** i vissuti, gli stereotipi, i pregiudizi, le discriminazioni, gli atteggiamenti lesivi della dignità del genere femminile. **Focus su alcuni aspetti** legati alla questione femminile, quali la violenza di genere, le quote rosa, la declinazione delle parole al femminile.
- Il **concetto di *pluralismo* in generale e la sua rilevanza nella vita delle persone;** le modalità/segnali in cui viene o non viene riconosciuto ed espresso il pluralismo nella società; le aspettative future.
- **La percezione, il vissuto, la rilevanza del concetto di *coesione sociale*** nella sensibilità e nelle esperienze dei cittadini. I temi che contribuiscono a favorire o ostacolare la coesione sociale.
- **Le connessioni** tra i temi della **condizione femminile, del pluralismo e della coesione sociale**, le attese di evoluzione e il loro contributo alla **prevenzione e al contrasto del fenomeno dell'hate speech**.
- **Il ruolo di Rai** relativamente al contributo **all'impegno ad una corretta rappresentazione dei generi** (maschile/femminile), alla **capacità di garantire il pluralismo** e alla **promozione di coesione sociale**, attraverso la sua programmazione (in primis tv ma anche radio e digital), con specifica valutazione dei prodotti, contenuti, generi, linguaggi più significativi.

La fase qualitativa, oltre a fornire indicazioni utili per la messa a punto del questionario utilizzato nella successiva fase quantitativa, ha fornito le necessarie **chiavi di lettura per interpretare le evidenze numeriche** emerse dalla rilevazione quantitativa.

# Architettura dell'indagine

Per rispondere ai bisogni informativi espressi da Rai, il monitoraggio condotto da BVA-Doxa è composto da **due fasi di ricerca consecutive**.



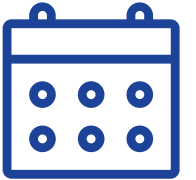
# Elementi di scenario



Monitoraggio sulla rappresentazione  
della figura femminile, pluralismo,  
coesione sociale nella  
programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# L'onda lunga della pandemia

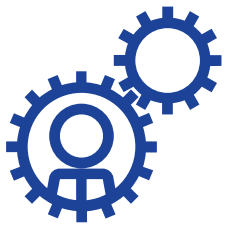


Nel momento attuale le **tensioni generate dallo “shock pandemico”** hanno assunto **nuovi risvolti** e sfaccettature peculiari.

L'emergenza Covid-19 continua ad occupare un ampio spazio nei discorsi e nella percezione della realtà, ma **con l'arrivo dei vaccini e soprattutto con la successiva introduzione del «green pass»**, la questione-Covid ha assunto una dimensione che **va oltre l'aspetto sanitario e finisce per toccare aspetti sociali, etici, filosofici, giuridici e anche “esistenziali”** in cui entrano in gioco (e in conflitto) le categorie della **«libertà» individuale e degli «obblighi» collettivi**.

In questo **contesto le tematiche allo studio** sembrano acquistare **maggiore concretezza** in quanto se ne coglie maggiormente **la dimensione reale, tangibile, l'impatto diretto sulla propria vita quotidiana, stimolando nuove riflessioni e pensieri in merito**.





# Una società «sotto stress»

La **pandemia e la conseguente politica sanitaria/vaccinale sembra avere messo la società sotto stress**; emerge una particolare **sensibilità** su alcuni fenomeni:

- **L'acuirsi dell'individualismo** che permea la società, dove ciascuno è concentrato su sé stesso. Per soggetti egoriferiti diventa più complesso entrare in sintonia con l'altro e con la collettività
- **La polarizzazione delle opinioni** come effetto combinato della **babele informativa** sul Covid da un lato e del **bisogno di ordine** dall'altro. Si finisce quasi inevitabilmente con l'essere (o sentirsi) parte di uno schieramento, dove ciascuno si auto-etichetta (anche inconsapevolmente) sull'onda di assunti spesso più emotivi che razionali
- **La paura di esporsi è molto avvertita** nel contesto fortemente polarizzato (specie sul tema vaccini/green-pass ma anche su altre questioni divisive). Diventa difficile esprimersi e confrontarsi, si arriva addirittura ad autocensurarsi in una società in cui ci si sente percepiti come "schierati", si ingenera il timore di creare conflitto qualsiasi cosa si dica, di essere fraintesi e comunque non ascoltati
- È forte il **vissuto di confusione, la sensazione di essere trascinati dagli eventi e dal flusso continuo di informazioni** anche contraddittorie. Non c'è il tempo, né il modo, per riordinare le idee, per cercare di capire, per chiarirsi i dubbi.



# Uno «stress-test» per l'informazione

**Il mondo dell'informazione** nel suo complesso è stato particolarmente **messo alla prova dalla pandemia**.

Da un lato la pandemia ha comportato una **forte domanda di informazione**, cui si chiedeva di spiegare e chiarire, ma dall'altro lato i media tradizionali (Tv e stampa) – privilegiati in genere come fonti di notizie più affidabili vs i social media – hanno avuto inevitabili **difficoltà a governare il contesto di improvvisa moltiplicazione della domanda**. **Il pubblico ha percepito una informazione talvolta confusa**, non sempre di qualità o addirittura sbagliata.

**Due driver** sembrano caratterizzare oggi **il rapporto tra l'informazione e il pubblico**:

1. L'emergenza Covid ha mostrato **l'importanza e il valore dell'informazione accurata e affidabile** ma ha anche evidenziato **i limiti e le difficoltà nel costruirla e gestirla**. Il pubblico sembra riconoscere più che in passato **il ruolo dell'informazione** e talvolta è più consapevole della **difficoltà nel produrre una informazione corretta ed equilibrata**, ma allo stesso tempo i destinatari dell'informazione si mostrano **ancor più smaliziati, scettici, critici** verso i media (tradizionali e social media)
2. Si percepisce oggi un **bisogno latente di “elaborazione dei fatti e delle emozioni”, di guardare più “a distanza”** l'accaduto e di riflettere su di esso (sperando che l'emergenza Covid si concluda). In questo senso si avverte un ruolo potenziale e importante **dei media (e di Rai in particolare)** nel fornire uno sguardo condiviso capace di **rielaborare, ricostruire, riconciliare**

# Rappresentazione della Figura femminile, Pluralismo sociale, Coesione sociale: percezione e vissuti

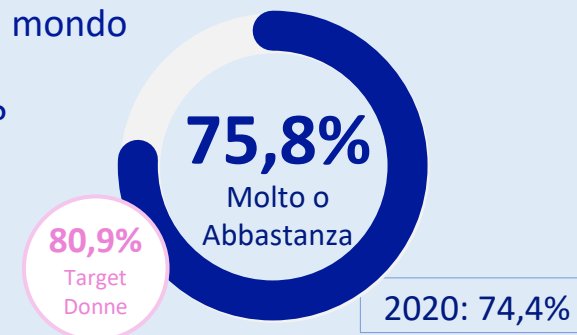
Rappresentazione di genere, Pluralismo sociale, Coesione sociale

# La questione femminile è sempre più al centro dell'attenzione, per rilevanza e per nuove sfaccettature nel modo di considerarla

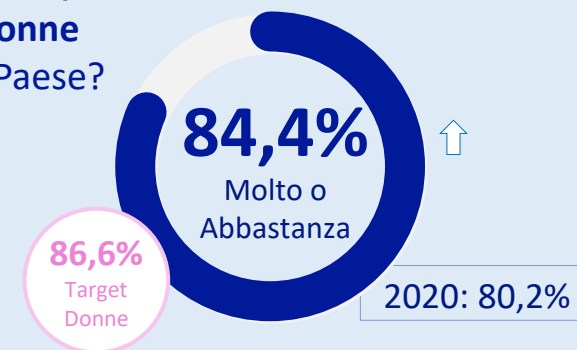
La questione relativa alla figura femminile è **certamente sentita e presente** nel dibattito pubblico e nei discorsi privati: nel momento contingente tende a non essere più/del tutto ricondotta alla tutela delle donne in quanto **“fascia debole” da proteggere o in termini di “emancipazione”**:

- C'è la constatazione dei **passi avanti compiuti nel tempo, si percepisce un'evoluzione della mentalità e della società**, che seppur lenta è in corso (es. l'accesso delle donne a professioni prima ritenute solo maschili, l'abbattimento di alcuni tabù sulla sessualità femminile)
- **Gli uomini** sembrano sviluppare **maggiore sensibilità e interesse** verso un tema che per le passate generazioni era difficile da percepire. **Cominciano** – magari lentamente, in modo lacunoso o superficiale - **a pensare che li riguardi personalmente** come frutto di una cultura maschilista e patriarcale da superare; cercano di usare un linguaggio appropriato, a riconoscere - con qualche imbarazzo - la scorrettezza di comportamenti sociali consolidati
- Per i soggetti più evoluti e progressisti (specie giovani e colti) la **questione di genere va ampliata e inserita nelle tematiche transgender, LGBT, al concetto di gender fluid** e al più ampio riconoscimento dei diritti della persona

Secondo te quanto sono presenti in Italia discriminazioni e pregiudizi sulla figura della donna e del mondo femminile in generale?



Quanto ritieni importante che la società, i mezzi di comunicazione e le Istituzioni operino per superare le discriminazioni tra uomini e donne nel nostro Paese?



# In alcuni ambiti persiste evidentemente il gender-gap: un fenomeno diffuso e ben percepibile

In alcuni ambiti sociali permangono evidenti **disparità ancora irrisolte** che penalizzano la donna (segnalati e sentiti soprattutto dalle donne):

## Nel mondo del LAVORO

- In alcuni settori (specie privati) le donne hanno **salari più bassi a parità di posizione lavorativa**. Un esempio che colpisce: lo sport professionistico (ingaggi, sponsorizzazioni differenti tra campioni uomini e donne)
- **La maternità costituisce ancora un limite** all'assunzione, alla carriera
- **Minore presenza femminile nei ruoli apicali**, difficoltà ad accedere alle posizioni dirigenziali

## Nelle attività di CURA FAMILIARE

- Sono le **le donne a dover conciliare il doppio ruolo tra lavoro e famiglia** (gestione domestica, cura dei figli). Nonostante le giovani generazioni maschili siano più collaborative che in passato, si continua a **sottolineare quando l'uomo contribuisce alla gestione domestica, quasi fosse una concessione**
- **Cura delle persone anziane/ fragili**: un problema sociale sempre più diffuso

Molto o abbastanza importante e urgente

La maternità pesa sulle prospettive di carriera lavorativa/sviluppo professionale, rappresenta una perdita di opportunità in ambito lavorativo

85,8%

90,4%  
Target  
Donne

Il lavoro è l'ambito sociale in cui è più evidente la differenza di genere e l'assenza di pari opportunità

81,0%

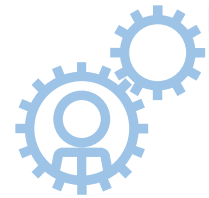
85,6%  
Target  
Donne

In famiglia tutte le incombenze rimangono quasi di esclusiva responsabilità della donna

79,3% ↑

87,4%  
Target  
Donne

2020:75,5%



# Permangono stereotipi di genere realmente lesivi, spesso legati alla dimensione sessuale e del corpo...

Tra gli **stereotipi di genere ancora attuali e persistenti**, alcuni risultano **profondamente lesivi** della dignità della figura femminile. Il **corpo e la dimensione sessuale** sono il bersaglio:



- **L'abbigliamento femminile "provocante" come causa di molestie/violenza.** L'idea che la donna sia responsabile e non vittima perché "se l'è cercata" è ancora radicata
- **Il fenomeno del catcalling** (apprezzamenti in strada, violenza verbale...) è molto citato come fattore di **forte disagio**: si biasima il fatto che tale molestia sia poco stigmatizzata dai media e dalla società
- **L'aspetto fisico come strumento di affermazione nel lavoro, nella carriera.** Stereotipo particolarmente evidente nel mondo dello spettacolo/TV ma ben radicato in alcune esperienze nel mondo aziendale
- **La donna "facile"** se ha frequenti relazioni, cambi di partner vs l'uomo "Don Giovanni/conquistatore": il giudizio sociale – esplicito o latente – è diverso

*Molto o abbastanza importante e urgente*

*Le donne troppo spesso vengono valorizzate per il loro aspetto fisico e non per meriti e capacità*

79,3%

84,2%  
Target  
Donne

*In ambito lavorativo le donne troppo spesso vengono fatte oggetto di battute e provocazioni e/o vengono messe a disagio*

77,4%

84,0%  
Target  
Donne

# ...o al ruolo della donna nella società che penalizza aspetti diversi dall'essere «generatrice»



- **La donna senza figli è “incompleta”**: uno stereotipo – percepito più dalle donne che dagli uomini e spesso alimentato dalle donne stesse – che vede la donna ingabbiata nel ruolo di madre: la maternità come l'unica realizzazione completa e appagante. Si fatica a far comprendere che le aspirazioni e attitudini femminili non si limitano al ruolo materno e alla cura dei propri familiari o che queste possano non essere «al primo posto»
- **La donna matura, poco rappresentata (sui media, nella pubblicità) come modello desiderabile e pienamente femminile**: segno di scarsa accettazione del tempo che passa, ancora una volta legato a livello profondo dal termine dell'età generativa della donna, a livello più superficiale alla perdita (o presunta tale) di appeal fisico → **vs l'uomo maturo** che conserva fascino e capacità di attrazione

*Molto o abbastanza simile ciò che pensi*

La maternità è l'esperienza più importante per la completa realizzazione della donna

60,5%

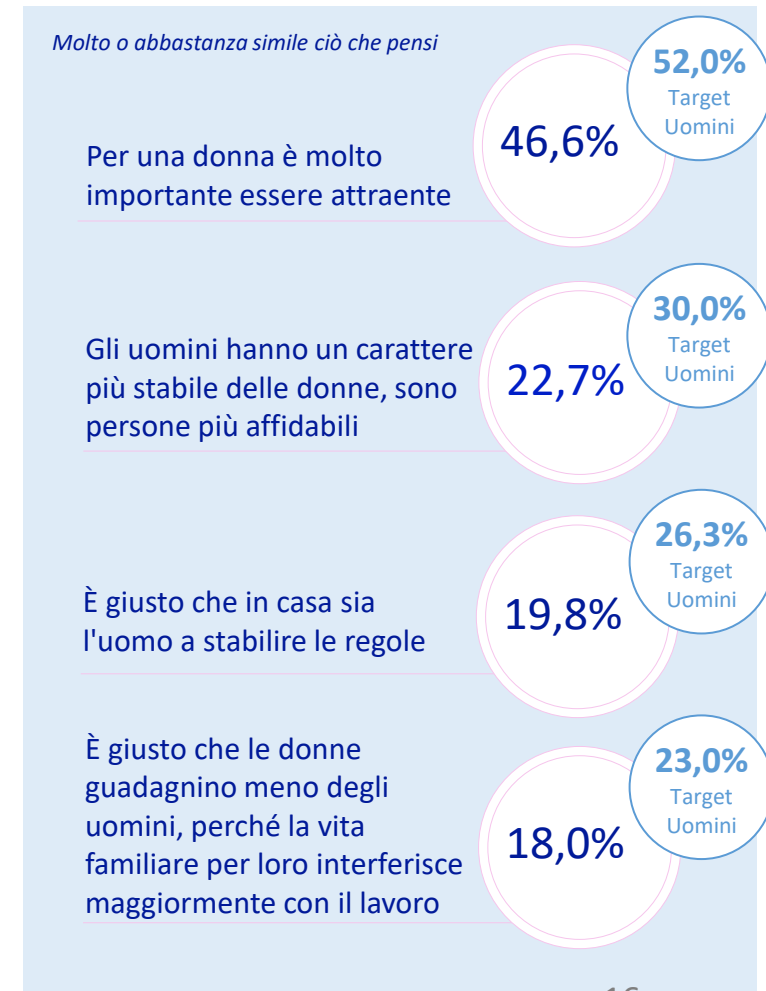
64,9%

Target  
Uomini

# Altri stereotipi permangono, seppure circoscritti

Sono individuati come **retaggio di una mentalità passata**: pregiudizi fastidiosi anche se **meno lesivi** della dignità femminile:

- **PER LE DONNE ESSERE ATTRAENTI È PIÙ IMPORTANTE e «doveroso» – che per gli uomini** → lo stereotipo sembra superato perché oggi anche i maschi curano molto l'aspetto estetico, tuttavia **persiste nella forma del body-shaming** che colpisce soprattutto le donne
- **LA DONNA È EMOTIVA, IRRAZIONALE, VOLUBILE** vs razionalità e affidabilità maschile → un pregiudizio privo di base scientifica, frutto di sovrastrutture culturali. Peraltro si sa sempre più riconoscere che **l'emotività è un valore**: significa sensibilità e attenzione
- **LE DONNE SONO PIÙ ADATTE AD OCCUPARSI DELLA VITA DOMESTICA, delle attività di cura** mentre all'uomo spetta il compito di mantenere la famiglia → uno stereotipo che si ritiene superato con l'emancipazione femminile ma anche per la necessità economica di avere un doppio stipendio in famiglia (tuttavia persiste il "doppio ruolo" della donna)
- (minoritariamente, per le ragazze) **I TABÙ SULLA FISIOLOGIA FEMMINILE**: si inizia a parlare senza inibizioni o parafrasi del ciclo mestruale come fatto del tutto naturale (citate varie comunicazioni che «hanno fatto discutere»)





# La violenza di genere ha forte impatto: sempre più se ne avverte la gravità e si riflette su cause e rimedi

Il tema è ben presente, **ampiamente veicolato dai media**: coinvolge e sempre più porta ad **interrogarsi** (sia donne che uomini) **sulle dinamiche sottostanti** ai rapporti tra i due sessi, andando oltre i casi di cronaca

*Molto o abbastanza importante e urgente*

La violenza sulle donne è un problema attuale e molto grave: dalla violenza fisica a quella psicologica come il ricatto economico, sessuale o sui figli, e l'ostacolo alle aspirazioni lavorative

88,3%

83,2%  
Target  
Uomini

- Si sottolinea come i **cambiamenti della società** (la mentalità comune, la difficoltà ad accettare l'evoluzione della donna) possano influire sul tema: l'accresciuta indipendenza (economica e psicologica) della donna nella coppia vs **l'idea di possesso** che caratterizza quegli uomini che non accettano – anche per fragilità e povertà culturale- la fine della relazione o il controllo su di essa
- **L'impreparazione delle donne stesse**: la tendenza a colpevolizzarsi, a perdonare o non saper riconoscere le prime violenze verbali o sociologiche, a non denunciare o a farlo troppo tardi
- **Gli stereotipi e la disparità di genere come "brodo di coltura" del fenomeno**: la donna inferiore all'uomo, subordinata ai suoi bisogni/voleri
- **Qualche «nuova italiana»** evidenzia come all'origine della violenza sulla donna ci sia anche **l'impatto della propria cultura/religione con la più aperta società italiana**, dove le donne si sentono più libere e – per contro – gli uomini possono avere difficoltà ad accettarlo, fino ad avere talvolta comportamenti violenti

*Molto o abbastanza simile ciò che pensi*

Sul tema della violenza contro le donne, la gravità va valutata caso per caso

45,8%

49,1%  
Target  
Uomini

*Molto o abbastanza simile ciò che pensi*

La violenza contro le donne è causata da occasionali e sporadiche perdite di controllo

28,6%

31,9%  
Target  
Uomini

# I media hanno un ruolo centrale nella percezione del tema ma il «giusto tono» è ancora da trovare



Si riconosce ai media – la TV nello specifico e RAI in particolare – di avere posto il riflettore sul fenomeno “femminicidio”, di cui non si parlava a sufficienza, sottolineando il numero sempre più elevato di casi in cui le donne sono vittime e la loro drammaticità e violenza

Ma la sensazione di molti è che i media cavalchino eccessivamente il tema, enfatizzandolo, **amplificandolo**, **spettacolarizzandolo** ai fini dell’ascolto, puntando su aspetti morbosi più che su cause vere e soluzioni

Si nota talvolta un conseguente “**effetto saturazione**” che porta (uomini e donne) a **voler de-femminilizzare il fenomeno per assimilarlo ad un omicidio tout-court**, o a chiedere di allargare il concetto di violenza di genere ad altre categorie/altre identità sessuali (gay, transgender, gender fluid)

**Per qualcuno addirittura** parlare di *violenza di genere* ribadisce e **amplifica la disparità tra uomo e donna**: «la violenza è violenza»

# Altri temi legati alla figura femminile richiedono riflessione, hanno un impatto meno emotivo



- **Le QUOTE ROSA**

Per molti sono un male necessario per sopperire alla disparità, forzare gli eventi per imporre passi in avanti nell'emancipazione. Per alcuni invece appaiono quasi come un'ammissione di inferiorità e di bisogno di protezione in contrasto con il bisogno di incentivare la meritocrazia.

*Molto o abbastanza importante e urgente*

Le donne hanno bisogno di meccanismi appositi per accedere ad alcune posizioni di potere dove tendono ad essere prevaricate ed escluse, ad esempio attraverso il meccanismo di posti riservati (quote rosa) nelle Aziende e negli organi istituzionali

76,9% ↑

83,2%  
Target  
Donne

2020: 73,1%

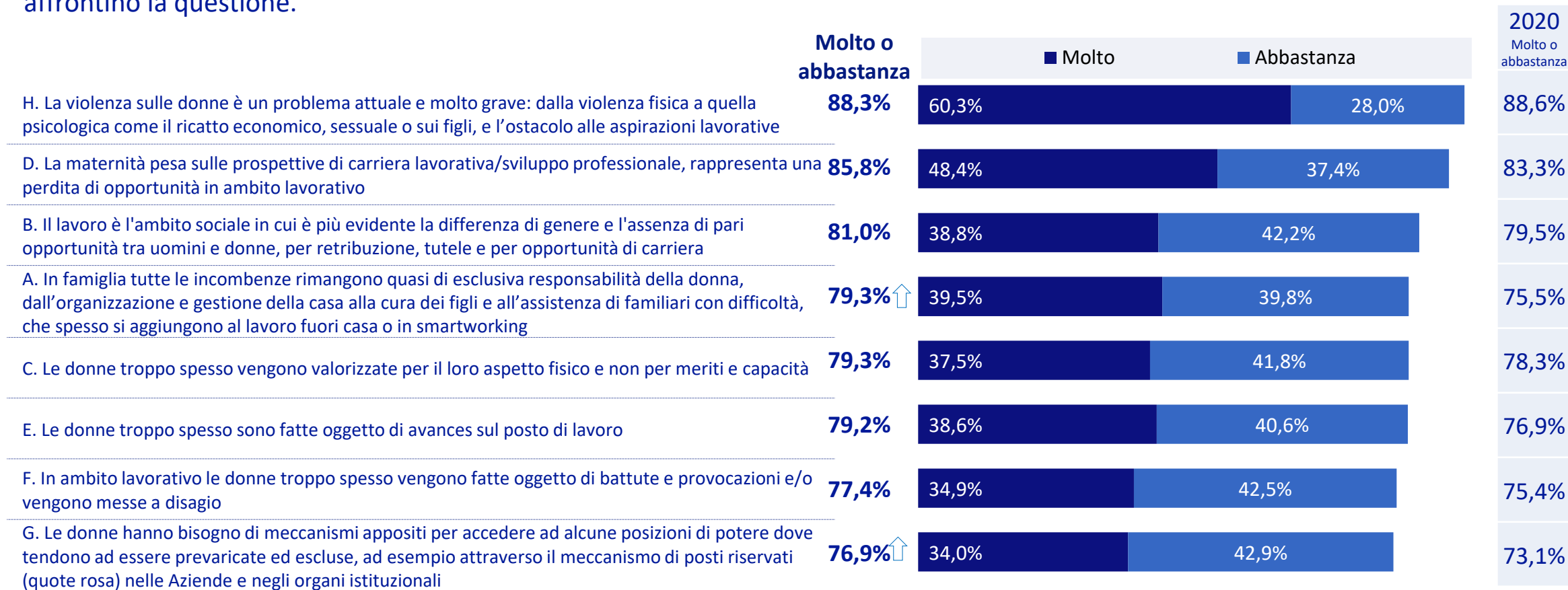


- **La DECLINAZIONE DELLE PAROLE AL FEMMINILE**

È un tema ancora poco sentito e compreso, per alcuni un approccio ideologico che non aggiunge nulla al valore della donna che deve invece essere sostanziale.

# La figura femminile – le questioni da affrontare

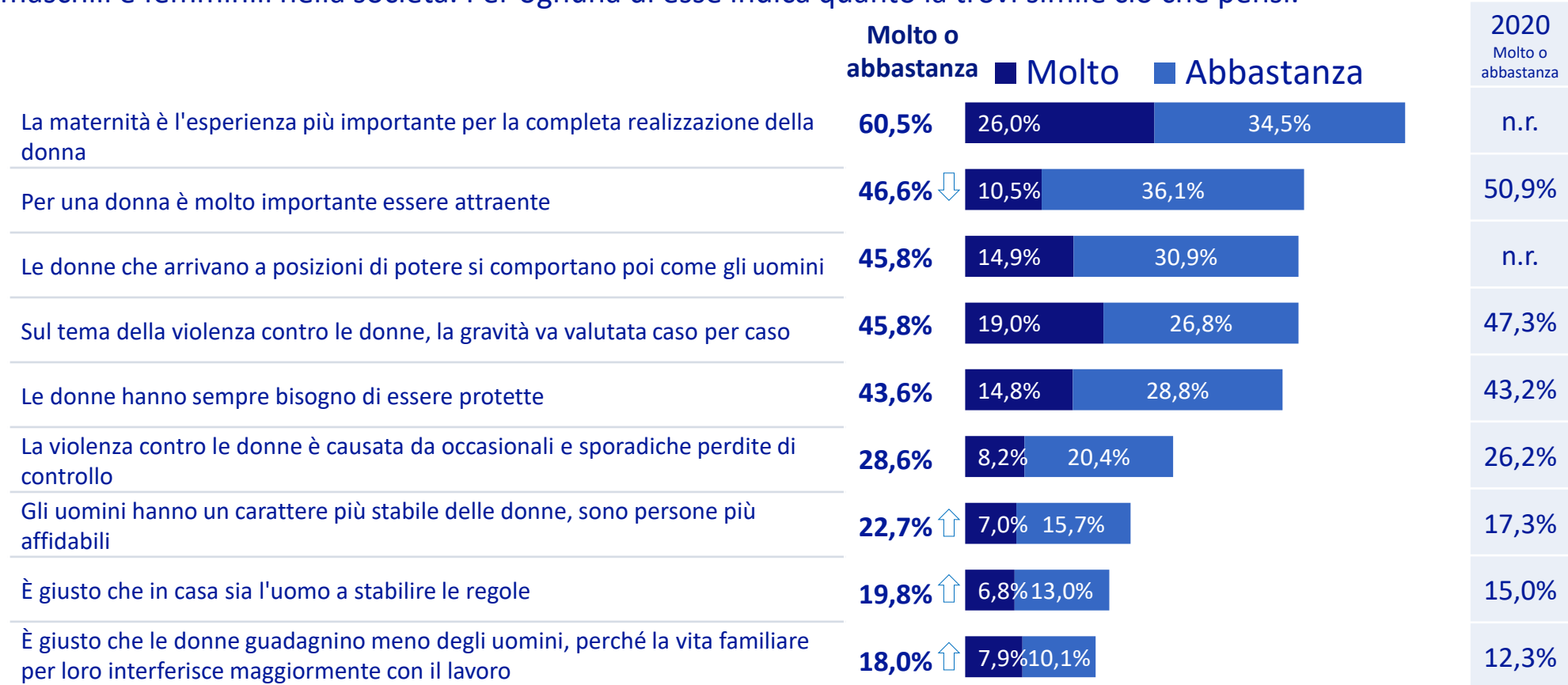
Per ciascun aspetto, indica quanto secondo te è urgente e importante che la società, i mezzi di comunicazione e le istituzioni affrontino la questione.



Nota: sono segnalate con una freccia solo le differenze statisticamente significative (al livello di confidenza del 95%)

# La figura femminile – stereotipi

Di seguito trovi un elenco di affermazioni che alcune persone intervistate prima di te hanno fatto sulla percezione delle figure maschili e femminili nella società. Per ognuna di esse indica quanto la trovi simile ciò che pensi.



n.r. = non rilevato

# Definizione di pluralismo sociale (elaborata da Rai)

Un tema sempre attuale e importante è quello del **pluralismo dei temi, dei soggetti e dei linguaggi**, definito da Rai come:

*la capacità dei media di dare visibilità e voce a tutte le diverse condizioni e opzioni sociali, culturali e politiche, in modo da favorire la formazione autonoma di opinioni e idee e la partecipazione attiva e consapevole alla vita del Paese, così da garantire l'apprendimento e lo sviluppo del senso critico, civile ed etico della collettività nazionale, nel rispetto del diritto e del dovere di cronaca, della verità dei fatti e del diritto ad essere informati.*

# Il Pluralismo sociale, al tempo del Covid-19

Nel percepito della popolazione, la riflessione sul pluralismo **conferma l'elevato livello di importanza e acquisisce una pregnanza particolare** alla luce soprattutto delle vicende legate alla **gestione** dell'emergenza pandemica che determina alcune **differenze** rispetto al passato:

- Si perde quasi del tutto il riferimento alla *politica*: **il pluralismo è «sociale»** mentre il «**pluralismo politico**» passa in secondo piano
- **Il concetto di Pluralismo** viene associato in primis a **quante voci/posizioni si possono esprimere e possono trovare rappresentanza** riguardo alle questioni sanitarie e ai diritti/doveri “costituzionali” al centro del dibattito (si/no vaccini, si/no green-pass, comportamenti concessi/vietati, limitazioni alla libertà)
- **Il web** (i social in particolare) **assume un ruolo di primo piano come voce pluralista ma mostra anche pienamente la sua natura ambivalente** tra la possibilità di espressione veramente libera e aperta a tutti (rispetto alla TV) e il rischio di dare la voce a tutti indistintamente, qualunque posizione e opinione essi abbiano.



2020: 78,9%

Quanto personalmente ritieni importante che i mezzi di comunicazione nel nostro Paese favoriscano la crescita del pluralismo dei temi, dei soggetti e dei linguaggi, dando la possibilità a tutti di esprimere e vedere riconosciute le proprie opinioni sui temi sociali, culturali e politici?

# Pluralismo è un concetto rilevante e stabile, che esprime attualità; è sinonimo di «diversità» e «libertà»

Nei vissuti il pluralismo sociale è associato a due dimensioni chiave:

- **DIVERSITA'**, intesa come **tanti modi differenti di essere e di pensare, tante voci, tante fonti di informazione**. Nel pluralismo è insita l'idea di "quantità"
- **LIBERTA'**: il pluralismo riguarda la libertà **di espressione, di pensieri, di idee, di opinioni, di credo religioso, di comportamenti**. Nel pluralismo è **fondamentale la dimensione comunicativa**

**Il pluralismo viene poi ricondotto ad una *dimensione relazionale*** che comporta la tolleranza, il confronto, il rispetto delle idee altrui, **la convivenza delle diversità**, l'accettazione. In questo senso è **frequente l'accostamento tra pluralismo e democrazia**, dove il primo ha bisogno della seconda e viceversa

Anche nella fase quantitativa tali aspetti sono condivisi dalla grande maggioranza degli intervistati. In particolare, il tema dell'inclusione e integrazione delle diverse minoranze, religiose, etniche, sociali, è condiviso dal 78% del campione totale, quota che sale all'87,3% nel target delle minoranze religiose.

Fattori in grado di promuovere il pluralismo sociale (molto o abbastanza)

Dare la possibilità a tutti di accedere a informazioni corrette e imparziali, per potersi formare una propria opinione

90,8%

Dare la possibilità a tutti di esprimere e vedere riconosciute le proprie opinioni sui temi sociali, culturali e politici

86,1%

Favorire l'inclusione e l'integrazione delle diverse minoranze, religiose, etniche, sociali, ecc.

78,0%

87,3%  
Minoranze religiose



# Non è solo il «quanto» ma anche il «come» che promuove il pluralismo

L'idea che per pluralismo si intenda “*garantire una informazione imparziale, completa, equilibrata*” è solo parzialmente accettato

- Se da un lato il **pluralismo ha certamente a che fare con la quantità** (la varietà di voci diverse, la completezza dell'informazione), dall'altro lato **però la moltiplicazione delle fonti e dei punti di vista non è di per sé condizione sufficiente** né garanzia di pluralismo. Ne sono esempi eclatanti l'informazione al tempo del covid e il mare magnum del web
- C'è la **consapevolezza** ampiamente diffusa che **l'informazione non può mai essere del tutto *imparziale***
- **Parte integrante**, e forse prioritaria del pluralismo, è **l'equilibrio**: nel **linguaggio** utilizzato, nel **modo** con cui si racconta, nei **toni** con cui si parla. In questa percezione largamente condivisa ha inciso il dilagare dell'hate speech nel web, la TV urlata alla ricerca di spettacolarizzazione, l'idea che l'informazione possa essere “costruita”. In particolare **si attende un “equilibrio” nel modo/tono con cui si racconta la pandemia e le sue implicazioni**

# Il Pluralismo è oggetto di particolari e attente riflessioni

Ancora una volta sono gli eventi legati alla pandemia Covid a “scompaginare le carte” e a rendere il pubblico più reattivo al tema.

**Le posizioni tendono a polarizzarsi:**

**Per alcuni il Pluralismo sembra sotto attacco** (in Italia, ma non solo)

- Si avverte una **riduzione del pluralismo nella vita sociale e nei media**, avanzano timori di “**normalizzazione**” delle voci dissenzienti o meno allineate, si sentono crescere **tendenze censorie** e dubbi etici sulla **limitazione della libertà di espressione**, qualcuno arriva a vedere **rischi per la democrazia** (es. le posizioni no-vax e no-green pass marginalizzate o ridicolizzate, la censura di Twitter a Trump che fanno riflettere sul potere di controllo dei media)

**Per altri è invece il valore assoluto del pluralismo a dover suscitare una riflessione**

- C'è quasi “troppo” pluralismo, **tutti parlano** e spesso le minoranze rumorose bloccano il volere della maggioranza democratica. La libertà di espressione deve avere dei **limiti che sono individuati nel “rispetto dell'altro” ma anche nella riaffermazione del valore della competenza**. Per qualcuno, più incline ad esporsi, **anche la censura** (nei media stessi) **sta diventando concepibile** come strumento d'ordine per definire le priorità come la tutela della salute e il ritorno alla normalità

# Il formarsi del senso critico è centrale, ma non semplice da realizzarsi

Si converge sul fatto che il **pluralismo favorisca il formarsi del senso critico**, ma anche che a sua volta il **senso critico incoraggi lo sviluppo del pluralismo**:

- **una società pluralista mette l'individuo di fronte a scelte di responsabilità personale** che richiedono senso critico per valutarle
- **il senso critico dà al singolo gli strumenti per confrontare, ragionare, capire** la pluralità di posizioni/idee che abitano la società

Fattori in grado di promuovere la coesione sociale (molto o abbastanza)

Promuovere lo sviluppo delle competenze e del senso critico di tutti i cittadini

82,6%

**Le posizioni non sono univoche sulla modalità/strumenti per la *formazione* del senso critico**

- **Chi vede il pluralismo sotto attacco** e vive una limitazione della libertà di espressione, ritiene di poter **sviluppare autonomamente un proprio senso critico** e respinge l'idea che possano farlo i media, soprattutto se "governativi"
- **Chi invece vede le derive di un eccesso di pluralismo** (dare voce a tutti senza limiti) e ne mette in discussione il valore assoluto **ritiene necessario per la formazione del senso critico, civile, etico la presenza di una guida** in grado di indirizzarne la costruzione selezionando nella Babele di voci quelle realmente utili: **un ruolo fondamentale viene attribuito ai media e in particolare a Rai** per la sua posizione istituzionale e autorevole

# Pluralismo e media hanno una stretta relazione, ancora più evidente e delicata nel momento attuale

**Il rapporto tra *pluralismo* e *media* è da sempre stretto e delicato:**

- La libertà di espressione come dimensione chiave del pluralismo chiama direttamente in causa i media
- L'informazione è alla base del pluralismo e centrale per la formazione del senso critico
- I media non solo danno voce alle varie posizioni (il “quanto”) ma costruiscono la “messa in scena” delle voci (il “come”)

**L'emergenza pandemica fa leggere questo rapporto sotto due chiavi di lettura:**

- Nell'accezione prevalente (e più superficiale) **i media vengono criticati** per avere dato una informazione confusa nei contenuti (più che pluralista) e con una ricerca di spettacolarizzazione/fuori luogo nei toni (i talk-show “urlati”) oppure perché non sufficientemente pluralisti (le posizioni dissenzianti dalla linea governativa sono state marginalizzate)
- Nell'accezione minoritaria (più riflessiva) matura **la consapevolezza della complessità nel fornire un'informazione pluralista e corretta**, specie in una situazione come la pandemia e in epoca di fake news e di “disintermediazione” delle notizie. **Si riconosce l'importanza dei media tradizionali** e delle linee editoriali come chiavi interpretative utili ad orientarsi nella complessità, **si rivaluta il ruolo di Rai** come voce “ufficiale”, autorevole. Si fa strada la convinzione che non sia compito di Rai “dare voce a tutti”.

# Definizione di coesione sociale (elaborata da Rai)

Per dare attuazione alle disposizioni del Contratto di Servizio, Rai ha elaborato e affinato nel tempo un framework concettuale di riferimento, applicabile al campo in cui l'Azienda opera, i *media*, e sperabilmente in grado di guidare l'operatività aziendale verso il desiderato, rilevante contributo alla coesione sociale.

La coesione sociale può essere dunque definita attraverso un duplice aspetto, non in contrapposizione ma in sinergia reciproca; da un certo punto di vista la coesione sociale può essere vista come

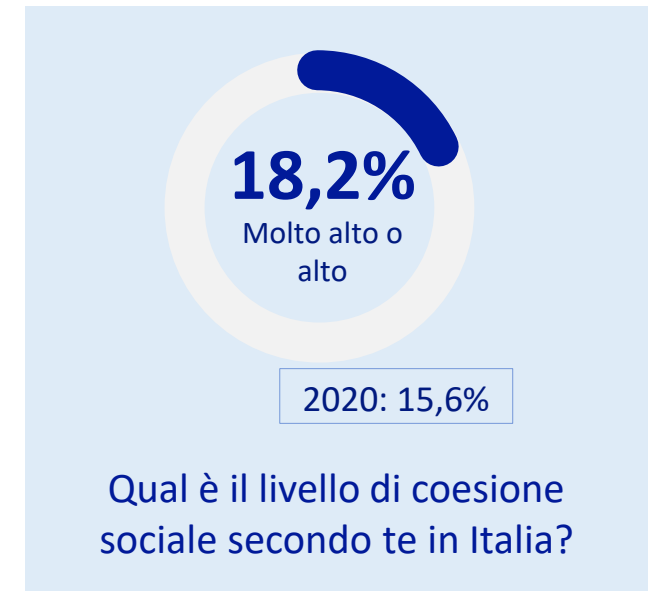
*“la condizione che contraddistingue le collettività nazionali caratterizzate dal riconoscimento di una identità storica e culturale condivisa, da comuni valori e interessi, dal senso di appartenenza ad una stessa comunità, dalla presenza di una rete attiva di relazioni sociali e di mezzi di comunicazione che facilitino la partecipazione di tutti alla vita civile, sociale, politica e culturale”*,

da un altro punto di vista

*“una società è tanto più coesa quanto più gli individui e le comunità che ne fanno parte hanno fiducia nel fatto che i valori e la cultura, le istituzioni e le norme, come pure i meccanismi concreti di funzionamento e di formazione del potere economico e politico, sono favorevoli al perseguimento dei propri obiettivi di sviluppo personale e sociale”*.

# Il livello di coesione sociale in Italia non sembra avere avuto significativi scostamenti/modifiche

**Il periodo attuale è attraversato da fattori che possono dividere la società** (le posizioni pro/anti vaccino, pro/contro green-pass, le posizioni talvolta contraddittorie della scienza, lo sciopero dei portuali a Trieste: la conflittualità in TV e sui social ne sono l'emblema), **ma viene percepita – allo stesso tempo – la tenuta del sistema, la capacità di avere obiettivi superiori a tali divisioni: ancora una volta, una coesione sociale che viene a patti con la realtà più che essere un concetto idealizzato.**



Rappresentazione di genere, Pluralismo sociale, Coesione sociale

# La coesione sociale rimane un «tema caldo», che assume oggi una connotazione più pragmatica

Il concetto di Coesione sociale ha un **portato valoriale positivo e desiderabile** e risulta **oggi più familiare** che in passato: l'emergenza COVID-19 ha infatti sollecitato reazioni emotive, opinioni, riflessioni che investono l'IO e il SOCIALE, il rapporto tra l'individuo e la collettività.

E' associata a **direttrici chiave ricorrenti** che la rendono **UN'IDEALE INDUBBIAMENTE DESIDERABILE E AUSPICABILE**:

- **Solidarietà, unione, collaborazione, condivisione, aiuto** → una società è coesa quanto più c'è supporto tra i suoi membri
- **Integrazione, inclusione, accettazione, convivenza** → una società coesa è quella in cui le diversità (etniche, religiose, politiche, di orientamento sessuale...) convivono, sono accettate e non marginalizzate. Una società in cui si accetta la relazione e il confronto
- **Rispetto, confronto, dialogo, ascolto, comprensione** → una società coesa è quella in cui ciascun gruppo sociale sa mettersi in ascolto dell'altro, cerca di capire, rispetta le differenze, non prevarica.



**MA mai come oggi, LA COESIONE SOCIALE IDEALIZZATA UNA VOLTA SCARICATA A TERRA DEVE FARE I CONTI CON LE REALTÀ:** si è consapevoli che sull'altare della coesione sociale idealizzata non si possa/non si debba sacrificare ciò che la società ha come obiettivo, ciò che «serve» per il bene comune o più semplicemente per andare avanti in un momento di crisi come quello attuale.

**Coesione sociale non è quindi unanimità:** le spinte centripete sembrano tutto sommato prevalere su quelle centrifughe, sui conflitti anche polarizzanti e vissuti sull'onda emotiva del momento (es. su green pass, vaccini...). La logica e l'obiettivo a cui tendere oggi non è verso una coesione sociale ideale, ma **sul contenimento/assenza di aspetti disgreganti**

# Il bisogno di coesione sociale è autentico e sentito

Se la pandemia **ha reso più evidenti alcune tensioni disgregatrici** già presenti nel tessuto sociale e ha portato a **riflettere** maggiormente sul tema, **la necessità di ri-conciliare, di attenuare i toni, di ridurre la conflittualità** serpeggia trasversalmente ai vari segmenti sociali.

**Si è convinti** che si debba puntare a un'unità di intenti e una modalità più equilibrata di confronto e ascolto, **anche se all'atto pratico appare talvolta difficile** uscire dalla spirale dello scontro.

**I simboli** (o gli elementi con un valore simbolico) **capaci di ri-parlare di coesione** in modo credibile e coinvolgente **sono pochi ma significativi**:

- ad un livello «alto» il **Presidente della Repubblica** non solo per l'autorevolezza della carica, ma per l'operato di Mattarella → NB: è l'unico attore istituzionale citato
- ma anche, ad un livello più tangibile, il **personale medico** e più in generale i **lavoratori che sono rimasti "in trincea"** nei duri mesi di lockdown (es. commesse dei supermercati, riders)
- o ciò che suscita **orgoglio nazionale: il made in Italy, la varietà di bellezze** (culturali, paesaggistiche) che fanno dell'Italia un unicum a livello mondiale, i successi sportivi del 2021 che hanno suscitato una vasta eco emotiva e sono tangibile dimostrazione dell'esigenza di trovare elementi di unione e speranza.

**Questi simboli** esprimono anche l'esigenza di parlare di coesione sociale **senza necessariamente ricorrere al vocabolario della solidarietà e dell'integrazione** (fattori di coesione, ma non gli unici).



# Ma la coesione sociale solleva alcuni aspetti critici

Se in linea teorica si è concordi che la coesione sociale è **auspicabile**, all'atto pratico si avvertono le difficoltà e le contraddizioni che può suscitare, evidenziando – in definitiva- una **propensione ad una coesione sociale non paralizzante** della società, non ingessata ma flessibile, non assoluta.

In particolare sono significativi **due aspetti analizzati**:



- **IL RAPPORTO TRA COESIONE SOCIALE E LIBERTA' PUO' ESSERE CONFLITTUALE:**

è la **dinamica di base** che sottostà alla coesione sociale e **che il Covid ha reso attualissima** con le limitazioni alla libertà individuale in nome del bene collettivo. Si **concorda sulla necessità che lo Stato imponga leggi/regole** per impedire di danneggiare gli altri e assicurare una convivenza ordinata della società, **MA c'è chi non riconosce un valore assoluto al bene collettivo quando questo lede la libertà individuale**



- **LA COESIONE SOCIALE COME COMUNE IDENTITA' STORICA E CULTURALE DI UNA COMUNITA' HA UN VALORE RELATIVO:**

**Il concetto segmenta:** da un lato i soggetti più **tradizionalisti e conservatori** si **riconoscono** in questa posizione, mentre i **più open mind rifiutano una posizione che appare poco attuale** e sembra escludere chi ha una storia diversa per nascita e cultura

Fattori in grado di promuovere la coesione sociale (molto o abbastanza)

Promuovere la partecipazione attiva, consapevole e critica dei cittadini alla vita della propria comunità

81,8%↓

2020: 85,5%

Valorizzare l'identità storica e culturale italiana, frutto anche delle diverse tradizioni locali

80,4%↓

2020: 85,7%

# I fattori disgreganti sono molto avvertiti e tangibili

**FATTORI CULTURALI:** pregiudizio, ignoranza, non conoscenza dell'altro, rifiuto del diverso, paura del confronto, **discriminazione ma anche scarsa volontà di integrarsi** - l'onere è anche di chi viene accolto, come sottolineano anche molti nuovi italiani

**DISPARITA' ECONOMICA:** viene individuata come **il maggiore ostacolo alla coesione sociale**. Ancora una volta **la pandemia influisce** su tale percezione:

- La crisi economica nel periodo Covid provoca un **senso generalizzato di precarietà**, rende tutti più insicuri, spaventati, conflittuali
- Le chiusure, la cassa integrazione, la scarsità di sussidi hanno **impoverito le famiglie**
- È forte la **percezione di iniquità e "asimmetrie"** tra ricchi e poveri, tra lavoratori garantiti e non-garantiti, tra settori più o meno tutelati

**SOCIAL MEDIA:** hanno un impatto fortemente disgregante perché accentuano la **polarizzazione** delle posizioni, alimentano **tifoserie** contrapposte, **fomentano lo scontro** anche su temi banali, **danno libero sfogo all'individualismo** che caratterizza la società

Inoltre si riaffacciano all'attenzione questioni irrisolte come l'immigrazione e l'accoglienza, che, dopo essere state fagocitate dall'emergenza pandemica più drammatica, tornano ad avere visibilità e a fare discutere: la ripresa degli sbarchi, i profughi dell'Afghanistan → riguardano la gestione della convivenza civile e l'idea stessa di società che ci si prospetta.

*Fattori in grado di promuovere la coesione sociale (molto o abbastanza)*

Promuovere il senso civico/l'educazione civica dei cittadini

88,3%

Che cosa caratterizza una società con una forte coesione sociale?

Al primo posto **l'equità e la giustizia sociale: 52,6%**

# I fattori che possono favorire la coesione

Emergono fondamentalmente **3 condizioni “facilitanti”**, trasversalmente riconosciute come **driver della coesione**:



- **Un contesto economico favorevole:** garantisce sicurezza lavorativa, possibilità di crescita e di pensare al futuro, redistribuzione della ricchezza, tutele sociali



- **Condizioni culturali evolutive:** apertura mentale, conoscenze acquisite, possibilità di **confronto** e di comunicazione al di fuori del proprio gruppo sociale originario, **accettazione di regole condivise**



- **Obiettivi condivisi:** avere uno **scopo comune** che richiede **impegno da parte di tutti**, ciascuno secondo le sue capacità e possibilità, superando i particolarismi in vista del bene comune

Fattori in grado di promuovere la coesione sociale (molto o abbastanza)

Promuovere politiche attive di contrasto alla povertà

83,3%

Favorire una corretta distribuzione delle risorse, del benessere e della ricchezza tra i diversi gruppi sociali

82,9%

Promuovere lo sviluppo delle competenze e del senso critico di tutti i cittadini

82,6%

# La coesione sociale è un concetto evolutivo: la sostenibilità comincia ad essere un tassello rilevante

La coesione sociale sembra seguire necessariamente l'evoluzione della società che cambia, va continuamente coltivata e ridefinita.

È proprio in quest'ottica che acquista sempre più rilevanza il legame tra COESIONE SOCIALE E SOSTENIBILITA':

- Il tema della sostenibilità ha acquisito sempre maggiore visibilità, anche per effetto del Covid che ha costretto a riconsiderare stili e qualità della vita. **La sostenibilità è vista oggi come un obiettivo attuale e futuro, chiaro, di ampio respiro e condiviso**, che ha bisogno di tutti per essere realizzato
- **La sostenibilità appare in tal senso in modo sempre più evidente un fattore di aggregazione e coesione sociale intorno ad un obiettivo comune**, a partire da impegni minimi per il singolo (la raccolta differenziata o la riduzione del consumo di carta) ma che acquisiscono senso e hanno impatto sulla collettività se tutti partecipano.

La sostenibilità, anche se principalmente intesa come sostenibilità ambientale, diventa quindi un modo più moderno di parlare di coesione sociale, capace di coinvolgere anche le nuove generazioni.

Fattori in grado di promuovere la coesione sociale (molto o abbastanza)

Promuovere lo sviluppo sostenibile come obiettivo comune per un maggiore benessere di tutta la società

84,6%

# Gli attori principali per la coesione sociale

Si concorda sul fatto che la coesione sociale **non è innata ma richiede un lavoro culturale di costruzione ... e di manutenzione.**

I principali attori per la coesione sociale, che **dovrebbero accompagnare** i vari step della vita



- **La FAMIGLIA:** il primo modello culturale e **primo nucleo di condivisione.** Dovrebbe dare l'imprinting



- **La SCUOLA:** il primo laboratorio di **convivenza sociale**, dove si tramettono conoscenza, regole, educazione al dialogo e al confronto, rispetto dell'altro



- **I MEDIA TRADIZIONALI:** se ne percepisce immediatamente **il ruolo delicato, si riconoscono le potenzialità** rispetto ai social media (informazione professionale, affidabile, regolamentata, verificata, corretta, possibilità di ampliare le conoscenze superando le echo chambers dei social) **ma se ne evidenziano anche i limiti** (la possibile faziosità, il confronto che diventa conflitto)

# L'hate speech è associato ai social media, come espressione deteriorata dell'assenza di regole/controllo

Viene ricondotto ai social media e alla **figura dell'hater, "odiatore seriale"** non interessato al confronto tra le opinioni ma che agisce di pancia **trincerandosi dietro l'anonimato** della rete e alla **convinzione di impunità** (salvo poi pentirsi quando viene individuato) → l'hate speech trova terreno fertile nelle **deresponsabilizzazione e nella personalizzazione** tipiche dei social media



L'**aggressività sembra essere diventato il codice espressivo dei social**, tanto che l'hate speech non indica **quasi più un linguaggio a sé** ma viene ricondotto a una **modalità dei social in generale**. "Hater" e "influencer" sono percepite come due facce della stessa medaglia, figure idealtipiche dei social media

È **favorito dai temi particolarmente divisivi** (es. green-pass, ddl Zan, vaccini) e la **politica** non è ritenuta estranea dal fomentarlo, ancora una volta specialmente sui social

Emerge trasversalmente **l'esigenza di un maggiore controllo da parte delle piattaforme social**; implicitamente si riconosce come **"non negativa" la regolamentazione praticata dai media tradizionali**, dove anche l'aggressività dei talk show non raggiunge mai i livelli di violenza verbale dei social

# L'hate speech è un evidente fattore disgregante

È lampante che l'hate speech è un ostacolo alla coesione sociale, al pluralismo, al promuovere una corretta questione di genere:

- È una manifestazione di violenza di genere in quanto si nutre delle **discriminazioni e dei pregiudizi nei confronti delle donne** che, più degli uomini sono oggetto di body-shaming e insulti sessisti online: le donne vengano attaccate più degli uomini.
- È **inversamente proporzionale alla coesione sociale, è un fattore disgregante** della società in quanto non manifesta alcun interesse al confronto ma vive sullo scontro
- È una **stortura del pluralismo**, frutto di **un uso distorto della libertà di parola** che finisce con lo spaventare chi vorrebbe esprimersi e lo **porta a non esporsi**, a rimanere entro la propria cerchia amicale nelle discussioni online. L'hate speech soffoca il vero pluralismo delle voci

Fattori in grado di promuovere la coesione sociale (molto o abbastanza)

Favorire la libertà di parola e il confronto fra le varie opinioni, evitando il linguaggio d'odio

87,0%



# Il ruolo dei media su figura femminile, pluralismo sociale e coesione sociale



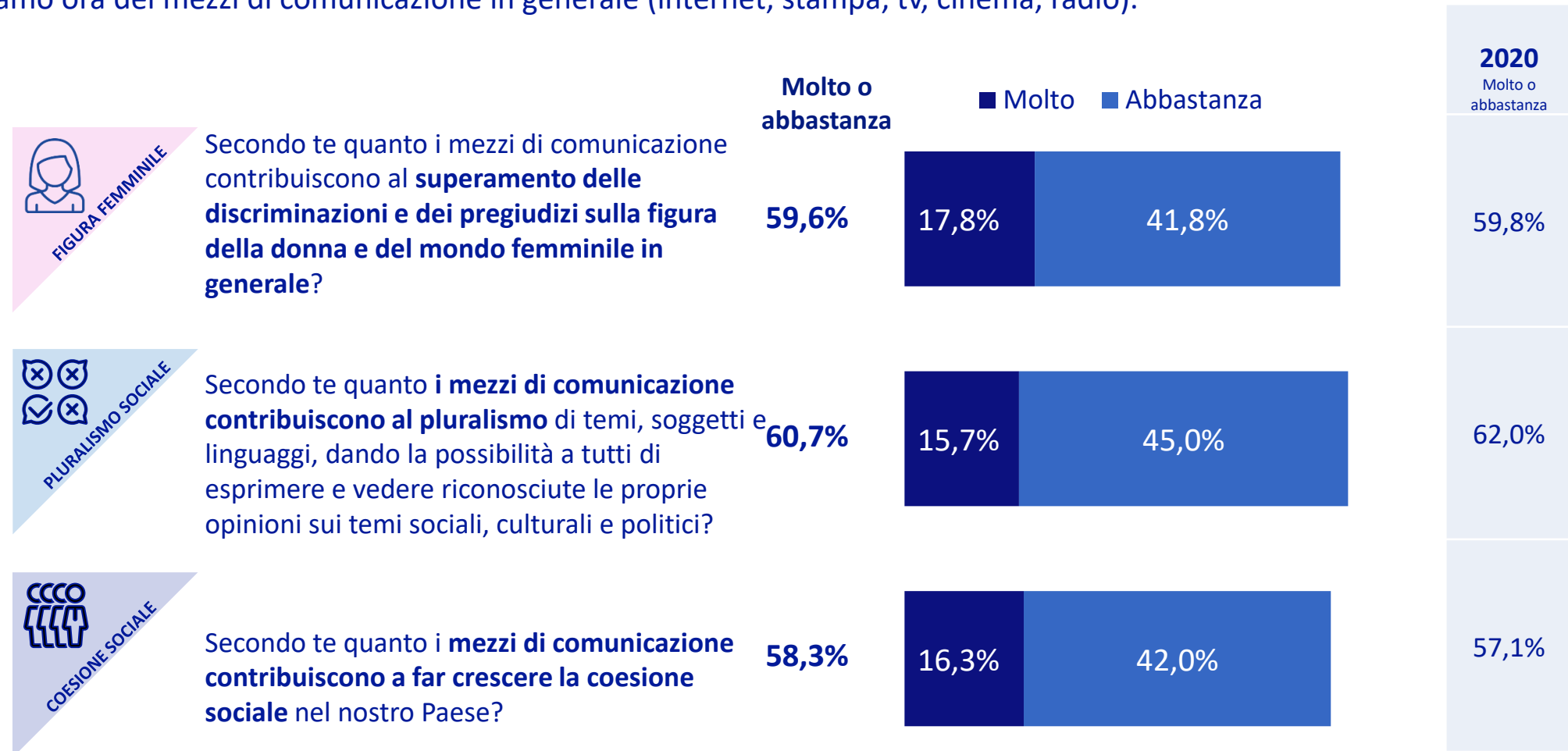
Monitoraggio sulla rappresentazione  
della figura femminile, pluralismo,  
coesione sociale nella  
programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021



# Il contributo dei media in generale ai tre temi

Parliamo ora dei mezzi di comunicazione in generale (internet, stampa, tv, cinema, radio).



# I media sono al centro di queste tematiche

I media sono **attori sociali a tutti gli effetti sui temi** della Questione di genere, del Pluralismo sociale e della Coesione sociale



- Soprattutto **in tempo di pandemia la TV GENERALISTA E INTERNET sono stati fondamentali nella vita delle persone** per informarsi, aggiornarsi, condividere ma anche per rappresentare il conflitto innescato dalle posizioni contrapposte su vaccini e green-pass



- **Sul tema della figura femminile e della rappresentazione di genere la TV lineare generalista sembra in parte cedere il passo alle PIATTAFORME STREAMING**, sempre più seguite anche in conseguenza del lockdown: più capaci di intercettare tempestivamente i cambiamenti culturali e dare loro risonanza, di rappresentare la pluralità della società, di parlare dello specifico femminile in sé e non solo in contrapposizione al maschile, di affrancarsi dagli stereotipi di genere, di affrontare temi di genere con sfumature più complesse, anche più ambigue e meno rassicuranti → **specie fasce evolute e giovani del pubblico**



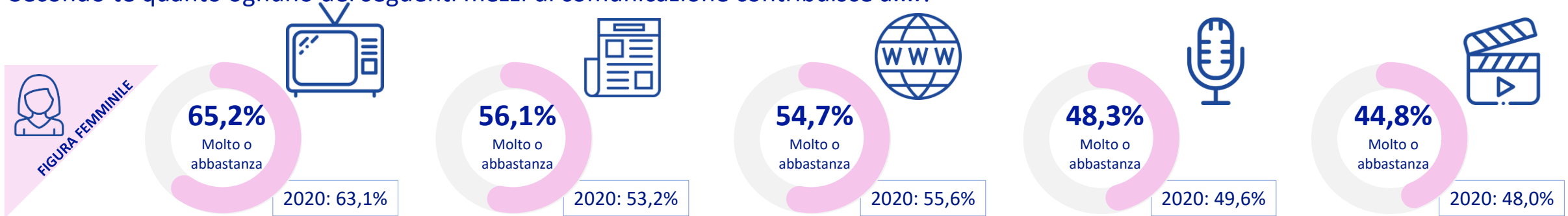
- **TV E WEB hanno avuto un ruolo specifico in tema di pluralismo e di coesione sociale**, contribuendo a creare un certo clima sociale (sia in positivo sia in negativo) e a far percepire l'esistenza dell'altro da sé (sebbene spesso in termini conflittuali che di riconoscimento e conciliazione)



- **La RADIO è meno citata** spontaneamente sebbene se ne sottolinei la valorizzazione dalle voci femminili al pari di quelle maschili e il pluralismo (moltissime emittenti, gli interventi degli ascoltatori).

# Il giudizio sui singoli media

Secondo te quanto ognuno dei seguenti mezzi di comunicazione contribuisce a....?



al superamento delle discriminazioni e dei pregiudizi sulla figura della donna e del mondo femminile in generale



al pluralismo di temi, soggetti e linguaggi, dando la possibilità a tutti di esprimere e vedere riconosciute le proprie opinioni sui temi sociali, culturali e politici



a far crescere la coesione sociale nel nostro Paese

# La TV è molto attenta alla questione di genere...



FIGURA FEMMINILE

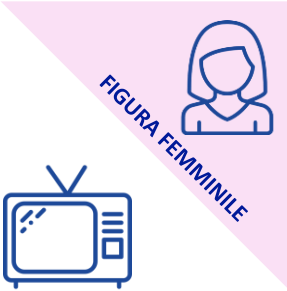


Si riconosce alla Tv di avere dato da tempo **spazio e rilevanza alle donne, di continuare ad essere uno strumento importante** per parlare di evoluzione della figura femminile, diritti, parità, stereotipi, varietà di modelli femminili violenza di genere.

In particolare i riferimenti emersi:

- **L'ampio spazio dedicato al tema del femminicidio** che, soprattutto grazie alla TV ha preso corpo come tema di riflessione e di intervento normativo (es. legge sullo stalking)
- **Le donne protagoniste in TV**, cui si riconosce preparazione e serietà paritaria, come **conduttrici di programmi di approfondimento** (esempi di competenza e non di "quote rosa"); **nell'intrattenimento, nelle fiction** (specie Rai con modelli di donne forti); nei **programmi culturali** e nelle **trasmissioni sportive** (giornaliste, conduttrici e opinioniste competenti)
- La conquista di **ambiti televisivi un tempo preclusi o marginali per le donne come la comicità**

# ...sebbene permangano sacche di sessismo in TV



Riguardo alla rappresentazione della donna in TV scatta **il confronto tra RAI e gli altri editori direttamente confrontabili**

- **Rai**
  - ✓ **risulta decisamente più rispettosa della figura femminile**, più attenta nel linguaggio e accorta a non cadere in facili stereotipi, o comunque pronta a sanzionarli
  - ✓ con una **maggiore varietà di modelli femminili e di donne “vere**
- **Gli altri editori**
  - ✓ Propongono una **figura femminile spesso sessualizzata o stereotipata**, obsoleta e di cattivo gusto, in molte trasmissioni
  - ✓ In alcuni casi si arriva a ritenerle effettivamente **lesive della dignità femminile**

# Il ruolo della TV è meno lineare sul pluralismo: da una parte fa maturare il senso critico e traccia una direzione...



Il concetto di “libertà” associato al pluralismo e la sua **dimensione comunicativa** influenzano il **rapporto tra TV e pluralismo**, a maggior ragione in un momento storico in cui la **comunicazione sulla pandemia ha una rilevanza centrale** e le persone si ritrovano a ragionare sul tema della **libertà e della «verità» comunicata dai media**.

**Prevale chi “assolve” la TV e le riconosce “pluralismo” non tanto in termini di quantità/totalità delle voci** ma piuttosto per il lavoro svolto a favore della **maturazione di un senso critico** e per la ricerca di un **equilibrio** del racconto in occasione dell’emergenza pandemica (**RAI in particolare**). La **selezione** (o l’esclusione) delle voci e delle argomentazioni **è nella specificità del mezzo TV** e fa parte dell’implicito patto di fruizione stipulato con lo spettatore (la TV non “apre” indistintamente a tutti, come fa internet)

- La Tv mostra ciò che accade, prova a **stare dietro ai fatti** coi Tg e coi programmi di approfondimento quotidiano  
Apre **finestre di approfondimento**
- Dà spazio a **voci competenti** (medici, virologi) e/o **personaggi/conduuttori credibili**
- **La posizione istituzionale di RAI ha mirato a dare ordine agli eventi, a dettare l’agenda** di fronte a una situazione di salute pubblica. Laddove questo “fare ordine” è mancato – come nelle prime fasi dell’emergenza pandemica – è stato il **riflesso dello spaesamento generale** iniziale del Paese e degli stessi *esperti*

# ... ma rischia talvolta il coro indistinto e confusivo di voci o, al contrario, sembra «non dare voce a tutti»

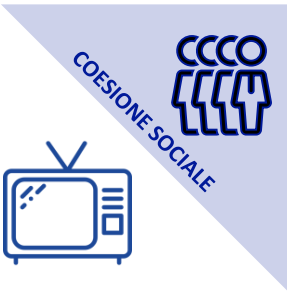


PLURALISMO

La TV non è esente da critiche in ottica di pluralismo (il focus è sempre sulle, *questioni pandemiche*)

- Spesso **l'ampiezza/totalità delle voci** – teoricamente attestazione di pluralismo – **si trasforma in “TV urlata”**, quando le trasmissioni che volevano essere plurali finiscono per dare spazio ad **una “pluralità di opinioni” che confonde il telespettatore**
- Una certa **mancaza di autorevolezza** accomuna un po' tutti gli opinionisti dei **talk-show della fascia pomeridiana: non sono poche voci ma fragili per competenza** e valore di rappresentanza, fondamentale se per pluralismo si intende anche l'aiuto alla formazione di senso critico nel telespettatore
- C'è poi una parte minoritaria **di pubblico** che **accusa la TV di manipolazione** in emergenza Covid, per il fatto di **non dare voce a tutte le posizioni critiche** verso la gestione governativa e per l'atteggiamento dei **conduttori TV che tacitano le voci dissonanti**. Sono soggetti con posizioni estreme, che vedono i canali Tv (tutti) come complici di un complotto per assecondare la posizione mainstream e governativa

# La TV è/è stata uno specchio per la coesione sociale in tempo di Covid ma, in definitiva il ruolo è positivo



In quanto **medium familiare e trasversale** è il primo ad avere un ruolo nel promuovere coesione sociale. E' lo **specchio di come si è vissuto l'ultimo anno segnato dall'emergenza Covid**: ha raccontato il carico emotivo, speranze e tensioni, è stata **fonte primaria di informazione sull'evoluzione** della pandemia, sulle normative sanitarie, sulle emozioni associate.

**Ma è stata anche uno specchio deformante** essendo stata coinvolta, inevitabilmente, **nella confusione scaturita dall'emergenza** e dalla successiva polarizzazione delle posizioni: in TV si è riflessa ed è stata rilanciata la confusione dei cittadini/telespettatori.

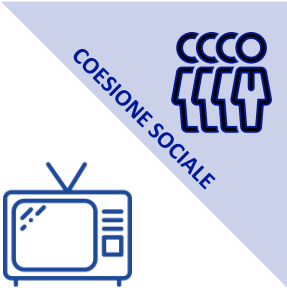
**Detto ciò, la TV sembra oggi avere recuperato/stare recuperando un ruolo positivo per la coesione sociale perchè**

- si sono **comprese la difficoltà di raccontare** un presente così agitato e difficile da interpretare
- (quasi) tutta la TV **ha preso una posizione "governativa" abbastanza chiara che corrisponde al sentire di gran parte** dei cittadini (su vaccini, green-pass, strategie di contenimento del contagio): la TV copre un bisogno di indirizzo e delega, prospetta un **obiettivo comune**
- **RAI mantiene il ruolo di servizio pubblico**, di valorizzazione del patrimonio storico e culturale del paese.

Si avverte comunque **il bisogno che la TV offra nel futuro immediato uno sguardo in prospettiva di riflessione e riconciliazione in ottica di coesione sociale**: sembra il medium deputato a farlo → un possibile ruolo prospettico



# Solo in alcuni casi la TV appare disaggregante

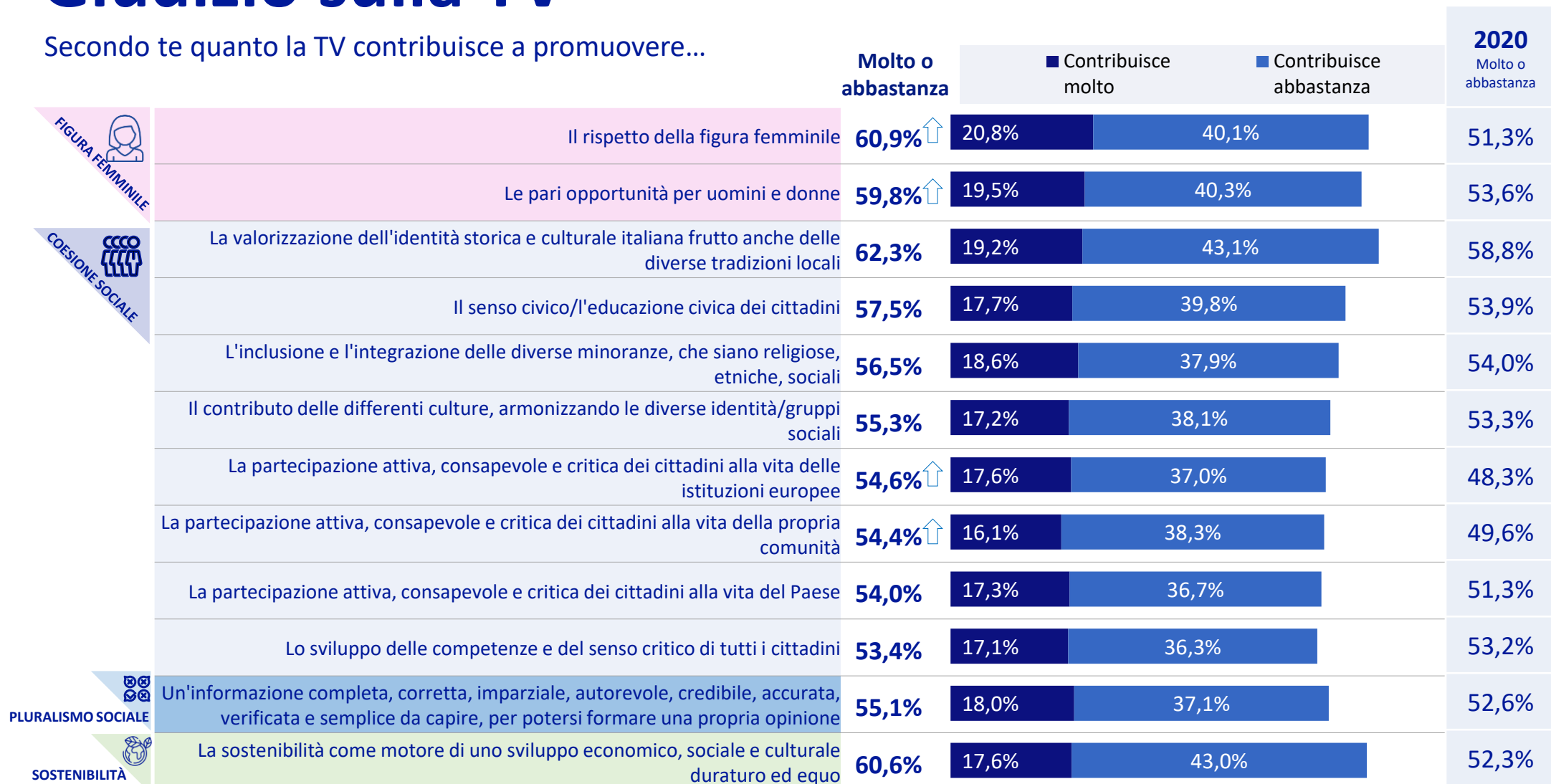


Comportamenti controproducenti nella promozione di coesione sociale vengono circoscritti a **specifici programmi TV che giocano espressamente sulla conflittualità a fini di audience o per presa di posizione politica ideologica** (Si pensa in particolare ad alcune trasmissioni della concorrenza).

Ci sono poi le **posizioni critiche della parte minoritaria che non vede rappresentate le proprie istanze nel contesto attuale** (no-vax, no-green pass) e trovano la **TV troppo spostata su posizioni filo-governative** che ai loro occhi causano conflitto sociale

# Giudizio sulla TV

Secondo te quanto la TV contribuisce a promuovere...



Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, pluralismo, coesione sociale nella programmazione RAI 2021

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# Sul web la figura femminile sembra evolvere con una certa facilità e rilevanza



Nonostante l'aggressività insita nel mezzo, **il web sembra un territorio in cui uomini e donne hanno le stesse opportunità, e le stesse "cadute"** (es. il linguaggio aggressivo è trasversale ai sessi e reciprocamente usato)

Riguardo alla questione di genere si parla del web soprattutto in termini di **valorizzazione della figura femminile**:

- Presenta **figure femminili vincenti**: le influencer in genere e Chiara Ferragni in particolare
- Dà spazio a **campagne culturali di emancipazione femminile e di lotta agli stereotipi** sulle donne (es. le foto senza filtri di Tik-Tok, le pagine social di Freeda su Facebook e Instagram)
- **Dà voce alle vittime dell'hate speech** sessista attivando la solidarietà della rete.

In generale sembra che sulla rete le donne abbiano trovato **maggiori spazi e una maggiore libertà espressiva e decisionale** a 360°, svincolata dal potere maschile con cui devono spesso confrontarsi in altri media/in altri settori. In questo senso sembra intercettare – più velocemente degli altri media – le tendenze e le istanze che maturano nella società.

# Il rapporto tra Web e pluralismo è ambiguo

Da un lato la **democraticità nell'accesso al mezzo, la disintermediazione**, il protagonismo della gente comune, la **totalità delle fonti disponibili** sarebbero i presupposti per fare del **web il medium pluralista per eccellenza**, quello che va oltre l'ufficialità, dove c'è la massima espressione di libertà, dove si può vedere tutto e subito.

Dall'altro lato però il web è **"pluralità anarchica"** senza le regole e l'ordine della narrazione TV, senza una selezione qualificata delle fonti. **Le fake news spaventano, inquinano il panorama**, mettono in forse la possibilità di crearsi il proprio senso critico. La sensazione diffusa è che sul web ci sia **un falso pluralismo**. **L'effetto del Covid ha ampliato questa percezione e reso più attenti alla qualificazione delle fonti**

**Per i più esperti del web** un ulteriore elemento a sfavore del pluralismo risiede nella presenza sul web degli **algoritmi impiegati dai motori di ricerca sul web, strumenti che inficiano la presunta libertà di scelta dell'individuo**



# Il Web tende a ostacolare la coesione sociale



**Nella percezione comune Internet finisce col lavorare “contro” la coesione sociale, incoraggiando l’aggressività nel linguaggio, la violenza verbale verso singoli o minoranze, la polarizzazione delle posizioni.**

**L’hate speech è diventata spesso la cifra del web e i social il territorio di conflitto:** oggi in particolare ci si scontra sul tema vaccini e green pass, oltre che sulla politica, sul calcio e su molteplici altre **tematiche che danno luogo a fazioni**. Proprio il deflagrare dello scontro online **anche su temi dove non ce lo si aspetta** aumenta la sensazione della **pericolosità** del mezzo e la tendenza a chiudersi nella propria cerchia ristretta di amici online (anche lì però può insinuarsi il conflitto, come nel caso delle discussioni sul Covid...)

L’impressione predominante è che in una situazione sociale di tensione o difficoltà come l’attuale **l’effetto del web** (i social in particolare) **sia quello di creare correnti di opinione chiuse al contraddittorio**. Il web inoltre deresponsabilizza, l’hater si cela dietro la presunzione di impunità

**Le potenzialità libertarie e inclusive del mezzo web sembrano essere state disattese** e oggi è difficile trovare la mediazione tra la libertà originaria e la necessità di una regolamentazione

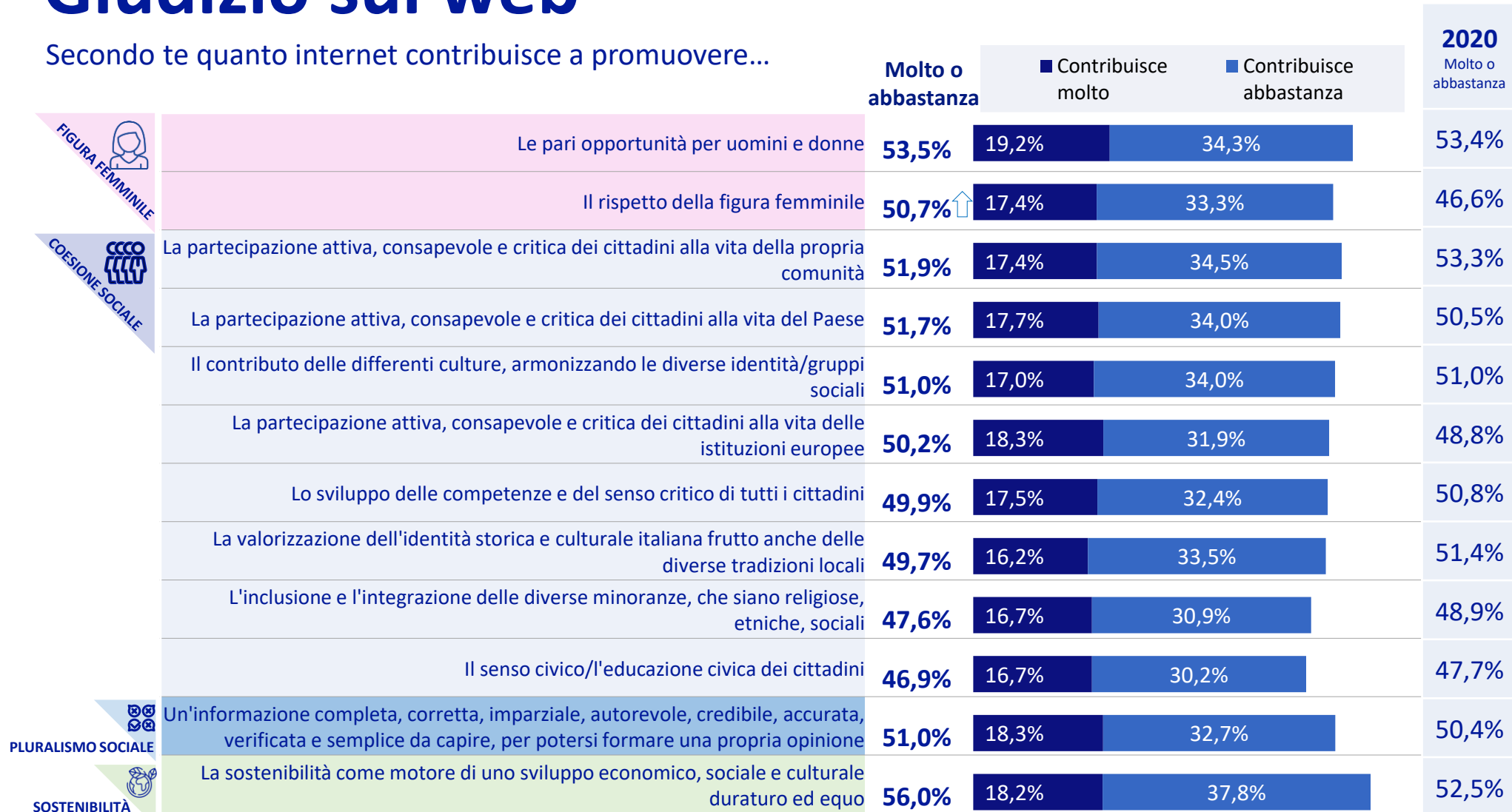
Tuttavia – specie per i giovani - il web sembra **saper creare degli anticorpi**, ad esempio con gli **influencer** che diventano promotori di cause sociali, **TikTok** improntato all’inclusione delle diversità e al rifiuto dell’hate speech, le pagine Social di **Freeda** che rendono visibile una varia umanità, “diversa” e “vera”



Il ruolo dei media su Rappresentazione di genere, Pluralismo sociale e Coesione sociale

# Giudizio sul web

Secondo te quanto internet contribuisce a promuovere...



Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, pluralismo, coesione sociale nella programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# Il ruolo della Radio è complessivamente positivo



La radio ha un ruolo **chiaro e tendenzialmente “risolto”** rispetto alla **QUESTIONE DI GENERE**:

- **Tante donne di rilievo disseminate in tutte le radio e in tutti i generi** di programmi, tanto che si percepisce una presenza femminile equivalente se non superiore a quella maschile: frequente la conduzione paritaria in coppia uomo-donna
- **La radio libera le donne dalla schiavitù dell’immagine**, sono giudicate per quello che sanno fare professionalmente



La radio sembra **agire positivamente nella prospettiva del PLURALISMO** per la natura stessa del mezzo:

- Offre una **molteplicità di emittenti/canali**, è pluralista nella **varietà dei temi trattati**, dei **generi** programmati, nella modalità di farlo
- **È un mezzo veloce, snello, diretto**, appare più indipendente della TV, la radio è **meno vincolata, più libera**
- **Fa partecipare il radioascoltatore**, lo chiama in causa, dà **libertà di parlare**



Il ruolo della Radio per la coesione sociale tende ad essere più sfumato

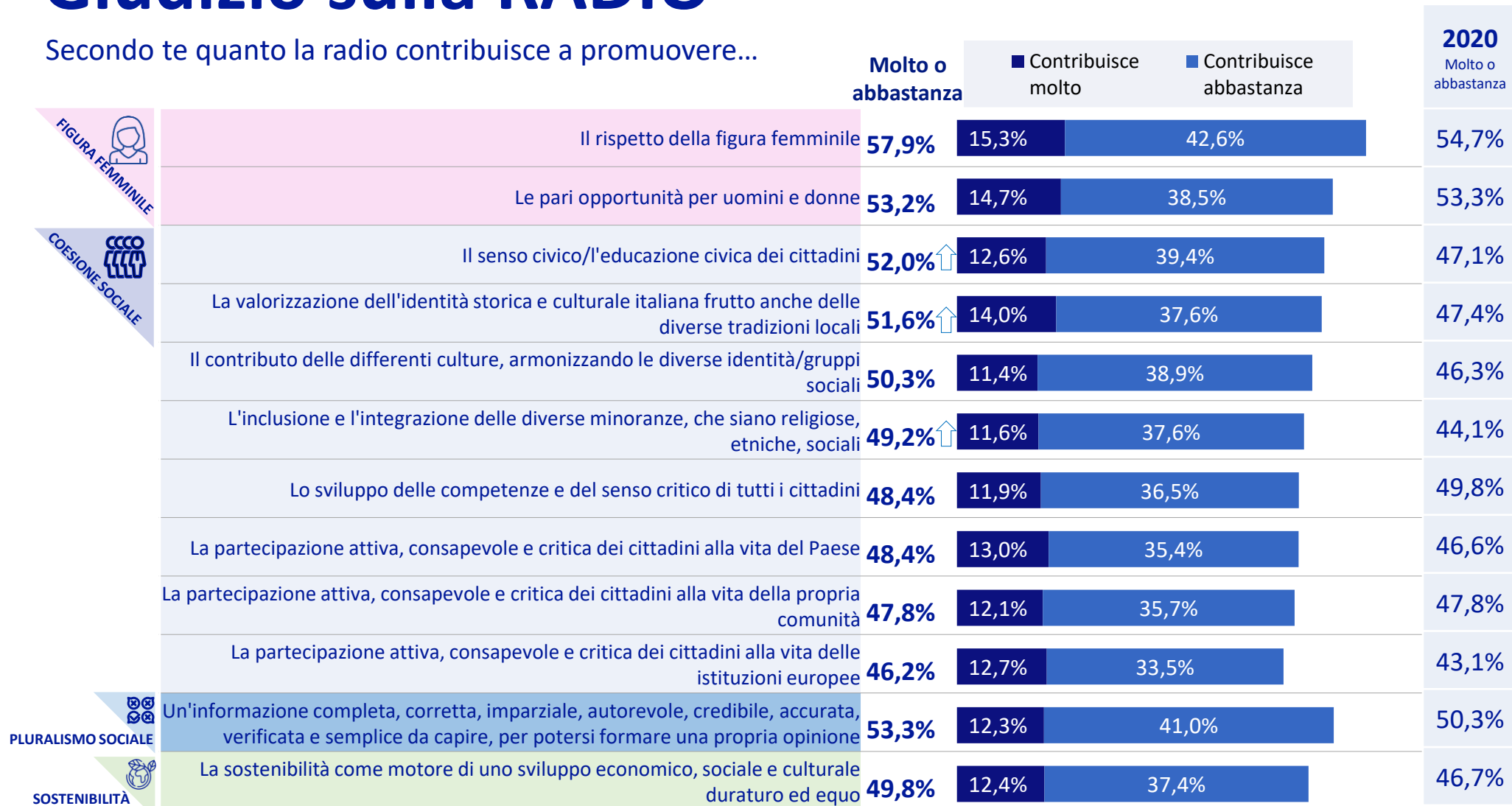
- Si percepisce nel mezzo radiofonico una **“inclinazione” alla coesione sociale nei toni pacati, nel linguaggio poco conflittuale e rasserenante**, che si presta a unire più che dividere, favorito dalla mancanza dell’immagine
- **I fruitori assidui** hanno maggiore familiarità con la radio e sottolineano un ruolo di coesione sociale attraverso l’ascolto, spesso alternato di stazioni radio tra loro diverse.



Il ruolo dei media su Rappresentazione di genere, Pluralismo sociale e Coesione sociale

# Giudizio sulla RADIO

Secondo te quanto la radio contribuisce a promuovere...



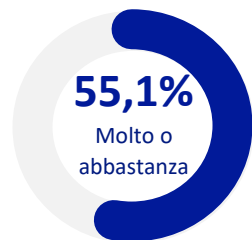
Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, pluralismo, coesione sociale nella programmazione RAI 2021

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021



# Giudizio sui singoli media – hate speech

Secondo te quanto ognuno dei seguenti mezzi di comunicazione promuove la libertà di parola e il confronto rispettoso fra le varie opinioni, evitando il linguaggio d’odio?



2020: 57,2%



2020: 55,4%



2020: 53,9%



2020: 56,1%



2020: 49,3%

La promozione della libertà di parola e il confronto rispettoso fra le varie opinioni viene sostenuto in via principale dalla TV: sui temi sociali l’uso dei media richieda regole e un controllo nella gestione della comunicazione. Tuttavia il periodo di stress che ha caratterizzato in modo sensibile l’ultima parte del 2021, con la pressante politica sanitaria/vaccinale per far fronte all’arrivo di un nuovo inverno di pandemia, ha reso il pubblico mediamente più critico rispetto ad un anno fa.

# Il ruolo di Rai e della sua offerta



Monitoraggio sulla rappresentazione  
della figura femminile, pluralismo,  
coesione sociale nella  
programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# A Rai si riconosce un ruolo-guida sui temi in oggetto

Rai viene percepita senza incertezze come **il player televisivo che più si pone il problema** di incidere su temi quali **Figura Femminile, Pluralismo e Coesione sociale**:

- **Lavora in modo sistematico e da tempo su questione di genere e coesione sociale**: tanti titoli storici lo dimostrano, dalle fiction istituzionali su figure esemplari, ai programmi dedicati, alle trasmissioni culturali di viaggio e scoperta che raccontano l'identità del paese, fino al canale Rai Storia → una percezione più forte, immediata, esplicita negli over 45
- **La novità più evidente nell'ultimo anno** segnato dalla pandemia è il ruolo di Rai su **coesione sociale e pluralismo**. Rai è stata la **fonte più legittimata a sostenere la linea governativa** riguardo alle decisioni su vaccini e green pass. Il pubblico si è rivolto a Rai per la necessità di **avere un'unica voce** su questi temi e **i competitor non le hanno creato difficoltà su questo fronte**:
- La vicenda Covid ha **ricsegnato con forza a Rai il ruolo di servizio pubblico** anche tra le giovani generazioni

Il ruolo di Rai e della sua offerta sui temi allo studio

# Il giudizio su Rai e competitor

Pensando ai programmi di ognuno di questi gruppi televisivi che ti capita di guardare, indica quanto ciascuno, a tuo avviso, contribuisce...



FIGURA FEMMINILE

al superamento delle discriminazioni e dei pregiudizi sulla figura della donna e del mondo femminile in generale



PLURALISMO SOCIALE

al pluralismo di temi, soggetti e linguaggi, dando la possibilità a tutti di esprimere e vedere riconosciute le proprie opinioni sui temi sociali, culturali e politici



COESIONE SOCIALE

a far crescere la coesione sociale nel nostro Paese

Rai

60,8%

Molto o abbastanza

2020: 59,3%

60,1%

Molto o abbastanza

2020: 57,8%

60,4%

Molto o abbastanza

2020: 58,2%

Altri Editori

(dato medio)

50,5%

Molto o abbastanza

2020: 49,4%

49,5%

Molto o abbastanza

2020: 50,1%

47,0%

Molto o abbastanza

2020: 47,1%

Rai

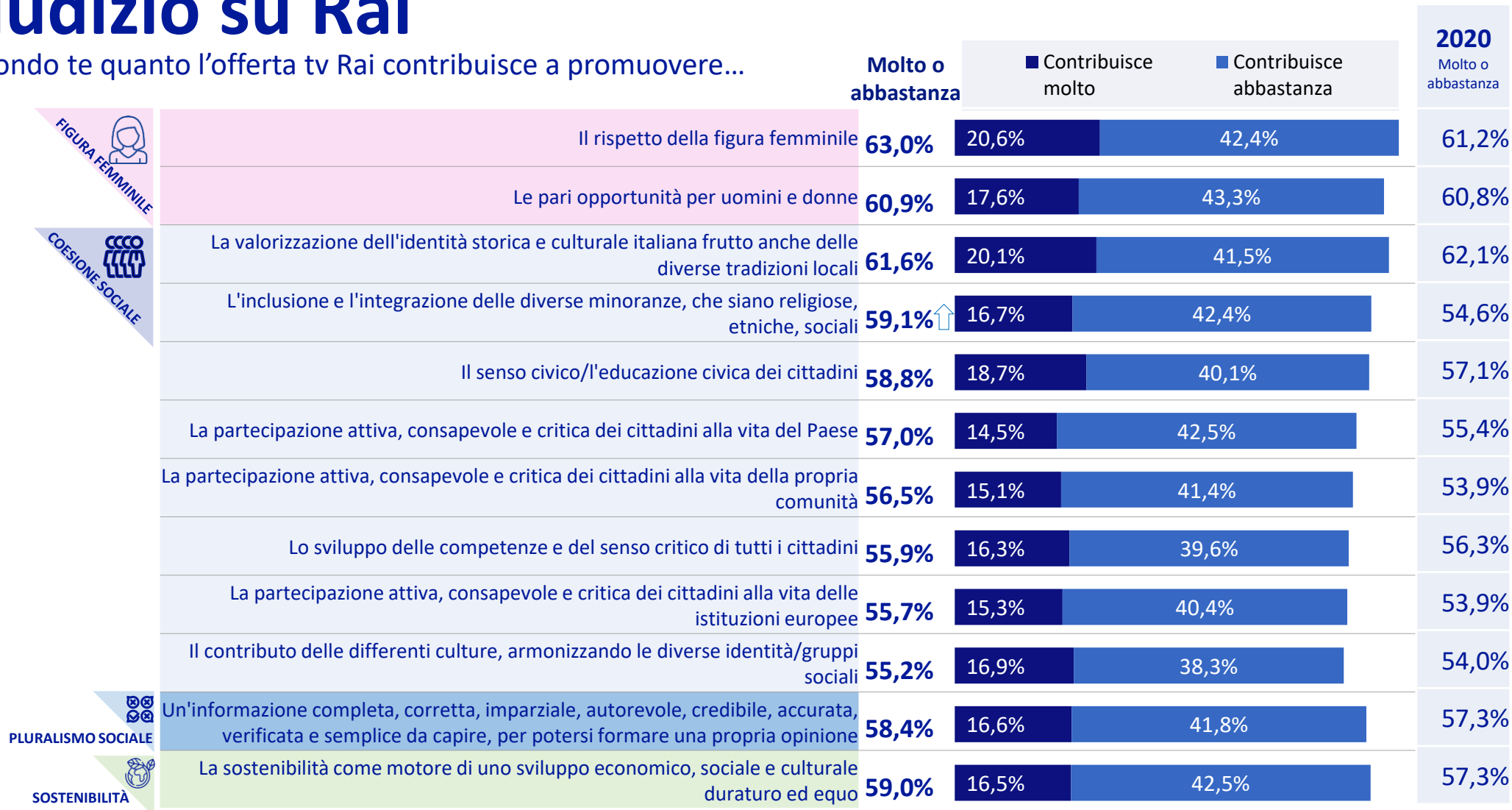


Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, pluralismo, coesione sociale nella programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# Giudizio su Rai

Secondo te quanto l'offerta tv Rai contribuisce a promuovere...



# La TV resta centrale nell'offerta Rai



**Rai è prima di tutto TV** nel percepito del pubblico.

La **TV Rai lineare e generalista** è ancora ritenuta il medium di maggior peso **su temi che dovrebbero coinvolgere tutta la nazione quali la coesione sociale e il pluralismo**: si pensa soprattutto ai canali più istituzionali (Rai 1), più schierati su tematiche sociali (Rai 3), più impegnati sotto l'aspetto culturale (Rai Storia e Rai 5) e in particolare alle trasmissioni divulgative/culturali e di approfondimento giornalistico.

**La questione di genere – pur attenzionata da Rai e giocata con equilibrio nella sua offerta (specie per i target tradizionali) - è una tematica che nel percepito risulta come fatta propria anche dalle piattaforme TV in streaming (serie TV su figure femminili) e dal web** (es. Freeda, Stai zitta, l'impegno delle influencer), spesso in modo più aggiornato ai tempi, incisivo, talvolta provocatorio



**Radio Rai è percepita come seria e istituzionale**, conserva l'aura di servizio pubblico rispetto alle radio commerciali ma solo **pochi** radioascoltatori più attenti, evoluti ed assidui ne colgono il **pluralismo di voci**, la peculiarità di **radio "di parola"** e non solo di musica, **il possibile ruolo come strumento di coesione sociale**



**Rai Play resta poco conosciuta rispetto al complesso della sua offerta**, ed è vissuta principalmente come **l'on demand della TV** per seguire un programma TV su un altro device/recuperare un programma che non si era riusciti a vedere. Si notano però **segnali di avvicinamento di alcuni young** che fruiscono su Rai Play di produzioni specifiche

# Rai è percepita come attenta alla questione di genere e a promuovere la figura della donna in modo corretto

Sui canali Rai si percepisce un modo sempre molto attento e corretto di trattare la figura femminile

- Le donne hanno guadagnato – da tempo - spazio in Rai come giornaliste e conduttrici di spessore e la loro presenza è aumentata anche in settori tradizionalmente maschili come lo sport
- Le fiction Rai hanno spesso donne come protagoniste, del presente e del passato e raccontano l'evoluzione della figura femminile
- La presenza in palinsesto di programmi come *Amore criminale*, in onda dal 2007, che «certifica» l'interessamento di Rai alla questione femminile: il tema della violenza di genere non solo viene tenuto vivo ma si ricostruisce il contesto dell'evento in modo da sensibilizzare le donne sui segnali da non sottovalutare e sull'escalation prima di arrivare alla violenza
- Sui canali Rai è presente una varietà di modelli femminili, non stereotipati: giornaliste, presentatrici, donne mature, donne comuni

Il ruolo di Rai e della sua offerta sui temi allo studio

# Lo stile Rai si distingue positivamente dai competitor

Sul tema della **figura femminile scatta immediatamente il confronto tra lo stile Rai** (sobrio, controllato, mai sguaiato) **e lo stile di altri editori** che ancora oggi strumentalizzano il corpo femminile e propongono figure discutibili sul piano di una corretta rappresentazione della donna. Sotto questo aspetto **non emergono vere critiche a Rai**, che al massimo si macchia di qualche isolata caduta di stile (l'abbigliamento delle vallette in un programma del preserale, l'episodio del come essere sexy quando si fa la spesa al supermercato), subito riconosciuta da Rai stessa.

**Un appunto più sottile** che viene mosso a Rai è l'ancora **scarsa presenza di donne alla guida dei programmi di punta serali delle reti (prime time)**, dall'intrattenimento alla conduzione di Sanremo. Spiccano **invece presso la concorrenza conduttrici** non solo autorevoli ma al centro dell'attenzione (di cui si parla, che – nel percepito – hanno un ruolo decisionale di punta nelle reti in cui lavorano).

Secondo te quanto l'offerta tv di ... contribuisce a promuovere ... <i>Molto o abbastanza</i>		Rai	Altri Editori (dato medio)
Il rispetto della figura femminile		<b>63,0%</b>	<b>48,2%</b>
	2020	61,2%	45,9%
Le pari opportunità per uomini e donne		<b>60,9%</b>	<b>48,4%</b>
	2020	60,8%	47,4%



Il ruolo di Rai e della sua offerta nei temi allo studio

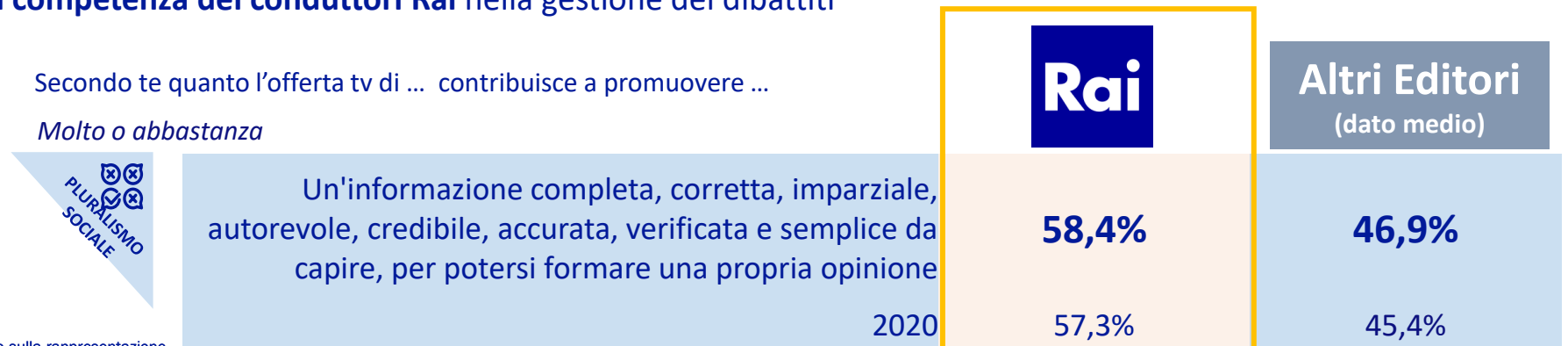
# Rai si rivela pluralista in primis sul tema pandemico

La percezione di pluralismo per Rai si focalizza, in questo particolare momento, essenzialmente intorno al tema Covid, per la sua capacità di dare voce alle varie istanze in una situazione così delicata sotto l'aspetto comunicativo.

Nel complesso Rai riesce a marginalizzare le critiche di non dare voce a tutti: larga parte degli utenti riconosce che l'apertura totale alle voci "di tutti" non sia un dovere (né un problema) per Rai perché un controllo e una selezione delle voci è utile per orientare il telespettatore e non confonderlo. Il bisogno di una mediazione rassicurante è emerso trasversalmente tra le fasce della popolazione; la linea editoriale di Rai risulta bene accettata e non tacciabile di censura poiché/se aiuta la formazione di uno spirito critico.

In particolare l'operato di Rai sulla comunicazione legata alla pandemia appare corretto rispetto al pluralismo in quanto:

- Rai è legittimata a tenere la linea istituzionale in quanto servizio pubblico
- **Dà una quantità "giusta" di opinioni**, utili a far capire che c'è anche di chi la pensa diversamente dalla maggioranza
- Usa un linguaggio che, di massima, **lascia la possibilità di riflessione** e dunque di formarsi un senso critico
- **L'autorevolezza e la competenza dei conduttori Rai** nella gestione dei dibattiti



Il ruolo di Rai e della sua offerta nei temi allo studio

# Altri contributi Rai al pluralismo: trasversali all'offerta, con qualche isolata nota critica

Andando oltre il tema dominante della pandemia, **risulta facile riconoscere nell'offerta Rai un pluralismo** di temi, soggetti, linguaggi (gli stranieri lo sottolineano anche più degli italiani, non lo danno per scontato):

- La **pluralità del territorio** italiano (Regioni, dialetti, tradizioni) attraverso i programmi culturali ma anche l'intrattenimento e le fiction
- **L'incontro con "l'altro"** attraverso la scoperta di luoghi e popolazioni in programmi dedicati
- **Pluralismo religioso**, anche con programmi dedicati, quali *A sua immagine*, *Protestantesimo*, *Sorgente di vita*
- Pluralismo nel voler **approfondire con inchieste** non accontentandosi della superficie.

**Qualche critica** in materia di pluralismo riguardo ad **episodi vissuti come censure "vecchio stampo"**:

- Fedez e il concertone del 1° maggio
- Il taglio di scene «imbarazzanti» di alcuni film

C'è naturalmente un isolato **zoccolo duro di no-vax/no-green pass che giudica Rai non pluralista** per non avere rappresentato correttamente le loro posizioni, in quanto «tv di regime»

# Rai ha nel suo DNA la spinta per la coesione sociale

La **coesione sociale** di cui Rai si fa promotrice si esprime in **una linea editoriale facilmente riconoscibile** nei contenuti e nel modalità:

- Si avverte a partire dallo **stile sobrio e dal tono di voce equilibrato**, magari per qualcuno poco dinamico e paludato ma sicuramente rispettoso e non aggressivo (vs alcuni canali competitor dove la conflittualità è una cifra stilistica)
- Rai è assolutamente **corretta verso le minoranze e la diversity**, nel linguaggio dei Tg ma anche nell'intrattenimento e nella fiction
- Assolve talvolta una **funzione evasiva e defatigante** molto apprezzata nel periodo Covid (soprattutto dai senior) che si esprime non solo nell'intrattenimento ma anche nei programmi dedicati ai viaggi e alle bellezze d'Italia. Ha costruito con **Rai 5 e Rai Storia** un'offerta in cui la **cultura** ha molto a che fare con la promozione di **coesione sociale**
- **Crea unione intorno agli eventi sportivi** (come gli Europei di calcio e le Olimpiadi), più di quanto riescano a fare analoghe manifestazioni trasmesse da altri editori
- Svolge una funzione sociale di utilità collettiva, con programmi di servizio citati come **esempi di TV "verità" finalizzata alla coesione sociale** attraverso il coinvolgimento dei telespettatori

Il ruolo di Rai e della sua offerta sui temi allo studio

# La spinta alla coesione sociale di Rai spicca anche in relazione ai competitor

Secondo te quanto l'offerta tv di ... contribuisce a promuovere ...

*Molto o abbastanza*

Il pubblico televisivo percepisce, anche senza razionalizzarlo, che **il ruolo di Rai come istituzione ha a che fare con l'identità del paese**, col senso di appartenenza e di valorizzazione culturale. Si avverte un'**implicita funzione di "servizio"** (anche quando non pensa esplicitamente a Rai come Servizio pubblico) che **impegna Rai a raccontare il paese, a coinvolgere la comunità nazionale** e ad essere da questa valutata.

	<b>Rai</b>	<b>Altri Editori (dato medio)</b>
La valorizzazione dell'identità storica e culturale italiana frutto anche delle diverse tradizioni locali	<b>61,6%</b>	<b>44,4%</b>
2020	62,1%	42,0%
L'inclusione e l'integrazione delle diverse minoranze, che siano religiose, etniche, sociali	<b>59,1%</b>	<b>43,9%</b>
2020	54,6%	43,4%
Il senso civico/l'educazione civica dei cittadini	<b>58,8%</b>	<b>44,5%</b>
2020	57,1%	44,5%
La partecipazione attiva, consapevole e critica dei cittadini alla vita del Paese	<b>57,0%</b>	<b>43,0%</b>
2020	55,4%	41,9%
La partecipazione attiva, consapevole e critica dei cittadini alla vita della propria comunità	<b>56,5%</b>	<b>42,4%</b>
2020	53,9%	41,0%
Lo sviluppo delle competenze e del senso critico di tutti i cittadini	<b>55,9%</b>	<b>44,1%</b>
2020	56,3%	42,5%
La partecipazione attiva, consapevole e critica dei cittadini alla vita delle istituzioni europee	<b>55,7%</b>	<b>42,5%</b>
2020	53,9%	40,0%
Il contributo delle differenti culture, armonizzando le diverse identità/gruppi sociali	<b>55,2%</b>	<b>44,6%</b>
2020	54,0%	44,4%



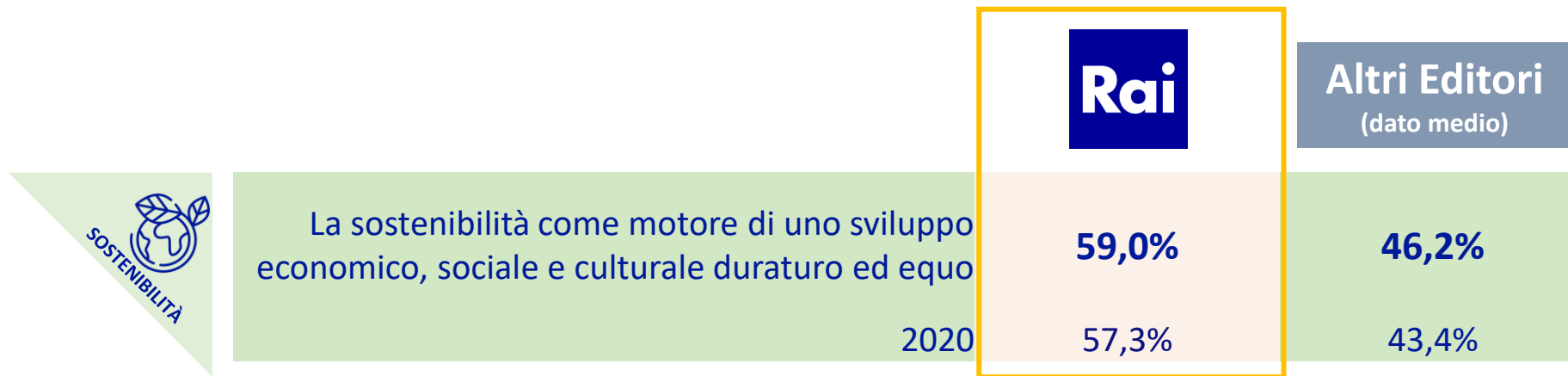
Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, pluralismo, coesione sociale nella programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# Buona la performance di Rai anche nel contributo alla sostenibilità

Come anticipato, la sostenibilità è un tema che sempre più si rivela importante e strategico come **fattore di aggregazione e coesione della società attorno a un obiettivo comune**.

A Rai il pubblico riconosce, più che agli altri player, un impegno nel contribuire a promuovere questo tema come motore di uno sviluppo economico, sociale e culturale, duraturo ed equo.



# Giudizio su Rai e competitor – hate speech

*Pensando ai programmi di ognuno di questi gruppi televisivi che ti capita di guardare, indica quanto ciascuno, a tuo avviso, contribuisce a promuovere la libertà di parola e il confronto rispettoso fra le varie opinioni, evitando il linguaggio d'odio?*



2020: 55,3%



2020: 50,4%



2020: 54,8%



2020: 48,7%



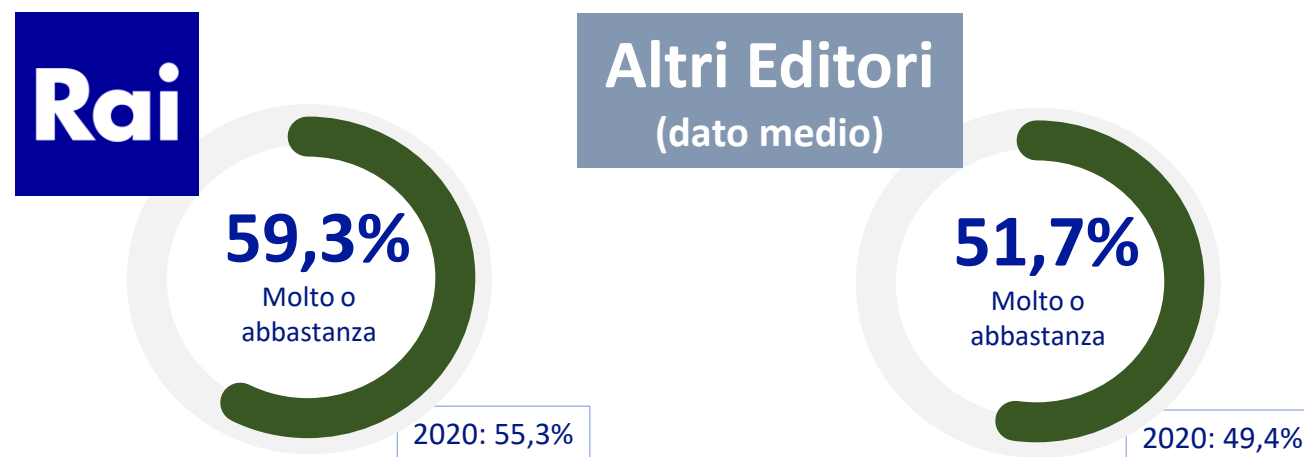
2020: 42,9%

Approfondendo l'analisi a livello di singoli player TV, si osserva come Rai riesca a confermare il suo ruolo importante nella percezione del pubblico: per circa il 60% degli intervistati contribuisce con la sua programmazione a promuovere la libertà di parola e il confronto rispettoso fra le varie opinioni. Inoltre, si percepisce un maggiore impegno di Mediaset, che evidenzia un miglioramento di immagine per questo aspetto rispetto ad un anno fa, per l'impressione di avere dato possibilità di esprimersi «alla gente» sulle tematiche più attuali, senza troppe «censure»; più allineati al passato i risultati ottenuti dagli altri player.



# Giudizio su Rai e competitor – hate speech

*Pensando ai programmi di ognuno di questi gruppi televisivi che ti capita di guardare, indica quanto ciascuno, a tuo avviso, contribuisce a promuovere la libertà di parola e il confronto rispettoso fra le varie opinioni, evitando il linguaggio d'odio?*



Approfondendo l'analisi a livello di singoli player TV, si osserva come Rai riesca a confermare il suo ruolo importante nella percezione del pubblico: per circa il 60% degli intervistati contribuisce con la sua programmazione a promuovere la libertà di parola e il confronto rispettoso fra le varie opinioni.

# Focus sui generi dell'offerta RAI



Monitoraggio sulla rappresentazione  
della figura femminile, pluralismo,  
coesione sociale nella  
programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021



# La percezione dei generi televisivi oggi: uno sguardo trasversale




Il momento attuale sembra avere in parte inciso sul peso e sul ruolo attribuito ad alcuni generi TV. In particolare per Rai si segnalano alcuni vissuti ricorrenti tra i telespettatori:



- **La maggiore attenzione riservata all'Approfondimento informativo**, sempre più genere di punta dei palinsesti in conseguenza dell'esigenza di chiarezza e di comprensione di una realtà circostante incerta ed in veloce divenire, del bisogno di "verità"
- **La accresciuta rilevanza dei TG Rai** come fonte seria e autorevole nel momento di crisi nazionale: un recupero di un ruolo istituzionale un po' appannato o dato per scontato
- **Un minore coinvolgimento nella Fiction Rai** – specie se rassicurante e consolatoria - vs un bisogno crescente di *adesione alla realtà* cui ci pone di fronte il virus
- **La Cultura** è sempre occasione di evasione e autogrificazione ma **sembra mancare oggi di uno spazio di riflessione e di ragionamento sugli eventi della pandemia** → un bisogno ancora latente ma probabilmente necessario a «rielaborare» il tema in modo razionale, anche per «andare avanti»

# Giudizio sui generi tv Rai per i tre temi

RAI trasmette sui suoi canali numerosi generi televisivi. Per ognuno indica quanto i programmi RAI di questo genere, a tuo avviso, contribuiscono ....

	CULTURA	APPROFONDIMENTO INFORMATIVO	TELEGIORNALI	RUBRICHE TG	FICTION DI PRODUZIONE RAI	INTRATTENIMENTO	RUBRICHE SPORTIVE
<p><i>Molto o abbastanza</i></p> <p><b>FIGURA FEMMINILE</b> </p> <p>... al superamento delle discriminazioni e dei pregiudizi sulla figura della donna e del mondo femminile in generale?</p>	<b>63,1%</b>	<b>62,6%</b>	<b>60,2%</b>	<b>58,7%</b>	<b>50,5%</b>	<b>43,8%</b>	<b>39,2%</b>
<p><b>PLURALISMO SOCIALE</b> </p> <p>... al pluralismo di temi, soggetti e linguaggi, dando la possibilità a tutti di esprimere e vedere riconosciute le proprie opinioni sui temi sociali, culturali e politici</p>	<b>65,6%</b>	<b>62,1%</b>	<b>62,9%</b>	<b>58,4%</b>	<b>49,7%</b>	<b>46,0%</b>	<b>40,2%</b>
<p><b>COESIONE SOCIALE</b> </p> <p>...a far crescere la coesione sociale nel nostro Paese</p>	<b>64,6%</b>	<b>59,0%</b>	<b>57,7%</b>	<b>58,0%</b>	<b>45,7%</b>	<b>43,2%</b>	<b>41,1%</b>



# Cultura

Una **categoria TV sempre e immediatamente associata a tematiche alte**: quali sono la Questione di genere, la Coesione sociale, il Pluralismo. **La cultura, e più in generale la divulgazione, è di per sé è fattore di integrazione, coesione, pluralismo.**

Il genere “Cultura” **incarna perfettamente la mission di Rai** come servizio pubblico; **d'altra parte Rai ha fatto la storia del genere in TV** (il capostipite Quark è sempre ricordato con grande affetto) **e continua a farla oggi:**

- **Attraverso i programmi culturali**, in particolare quelli dedicati ai viaggi, all'ambiente e alla storia , **Rai promuove la figura femminile.**
- La cultura intesa come **conoscenza ampia e approfondita dei fatti, delle persone, dei luoghi** è strumento principe per il rispetto dell'altro e per capire cosa significa veramente appartenere ad una comunità e ad una nazione.
- **I temi storici, scientifici, artistici** trattati in TV hanno in sé un potenziale di **ragionamento, riflessione e razionalizzazione** che difficilmente è concesso ad altri generi televisivi più legati al contingente. I programmi culturali e divulgativi e, in generale, *Rai Storia* aiutano a **capire ciò che siamo oggi** come collettività non solo nazionale ma anche umana.

Tuttavia nella programmazione culturale Rai **sembra carente la cultura scientifica**, particolarmente **necessaria nell'attuale contesto di crescenti convinzioni anti-scientifiche.**



# Approfondimento informativo

In “epoca-Covid”, è vissuto come un **genere chiave dei palinsesti** (Rai e competitor) perché offre la possibilità di **conoscere in profondità e di farsi un'opinione sui fatti «in agenda»**.

Dei programmi Rai del genere si apprezza l'**approccio “pensato”, logico, riflettuto**, che ben si adatta ad affrontare i temi Figura femminile, Coesione sociale, Pluralismo:

- La **figura femminile** è valorizzata dalla **competenza e autorevolezza delle giornaliste** che conducono e da trasmissioni come **Amore criminale** che ha dato per prima **visibilità a problematiche “di genere”** quali violenza sulle donne e femminicidio
- Si coglie il **contributo alla coesione sociale nell'apertura verso tutte le tematiche** (anche se il Covid monopolizza), nel **confronto** attraverso la discussione, **nella propensione a usare toni tranquilli e rasserenanti** anche di fronte a conflittualità o intemperanze verbali degli ospiti (che comunque non sembrano pilotate né create ad hoc come è invece il percepito per alcune reti dei canali competitor)
- Il **pluralismo** traspare nella **molteplicità dei temi e degli ospiti**, nella disponibilità ad **ascoltare voci “alternative”** e ultimamente **nell'apertura all'ascolto di voci no-vax e no-green pass per confutarle e invitarle al ragionamento** più che per assecondarle
- È soprattutto in questo genere TV che il **pubblico sembra avere acquisito una maggiore consapevolezza** sul valore dell'informazione corretta ed equilibrata (la difficoltà nel gestire le posizioni no-vax e le fake news rilanciate dalla rete ne sono gli esempi più evidenti)



# I TG Rai

**Il ridimensionamento della politica** nella scaletta dei Tg per dare spazio prioritario, ormai da tempo, **alle notizie sul Covid ha valorizzato i TG Rai** che sembrano avere fatto il loro lavoro in modo **serio e soddisfacente** per il telespettatore che cercava la voce ufficiale e la fonte attendibile. **Apprezzato l'essere stati sulla notizia, sui fatti**, presentandoli senza eccessive acutizzazioni emotive

- Seguire l'aspetto cronachistico in diretta nel corso della situazione emergenziale ha comportato certamente degli **errori iniziali e la difficoltà a trovare il giusto equilibrio** ma nel complesso **il telespettatore sembra oggi comprendere** e scusare **le difficoltà iniziali dell'informazione e ne riconosce maggiormente l'importanza** e la delicatezza del ruolo
- **Non si avanzano accuse di parzialità o di manipolazione**: i Tg sembrano oggi più **concentrati sui "fatti" che sugli editoriali** (che invece si rimprovera ad alcuni Tg dei canali competitor). In sostanza danno spazio a ciò che accade secondo le priorità corrette come ci si aspetta dalla Istituzione
- **Il linguaggio dei Tg Rai appare inclusivo**, facilmente comprensibile anche per i «nuovi italiani», non esasperato e inquinato da toni allarmistici
- Tra i giornalisti/conduuttori **non ci sono nomi/volti di spicco che cannibalizzano la notizia** ma questa viene presentata allo spettatore senza personalismi
- Nel complesso **nei Tg sembra rispettato il pluralismo** che si aspetta da Rai e **la coesione sociale** è indirettamente coltivata grazie ai toni pacati e all'equilibrio complessivo; **la figura femminile** valorizzata dalle molte e professionali giornaliste

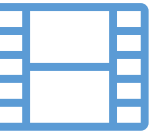


# Tg regionali e rubriche Tg

Ad entrambi i prodotti editoriali viene riconosciuto il contributo alle tematiche **di coesione sociale e pluralismo**; più sotto le righe anche il contributo ad una **corretta rappresentazione della figura della donna** (le giornaliste, specie nei tg regionali)

**I Tg regionali** → da sempre rivestono un ruolo importante come strumenti di coesione sociale in quanto espressione di interessi comuni, identità condivise, senso di appartenenza a una stessa comunità fatta di valori e tradizioni. Sono pluralisti nel senso che presentano notizie e opinioni che non troverebbero spazio nei tg nazionali

**Le rubriche Tg** → sono spazi piuttosto liberi, contenuti brevi e concentrati, utili per farsi un'idea del tema trattato in maniera semplice, accessibile, non specialistica ma approfondita (in questo senso un approccio "pluralista" inclusivo). È una Tv pacata e professionale, in puro stile Rai. Attraggono una nicchia di spettatori ma fedeli e affezionati

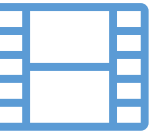


# Fiction di produzione Rai

La fiction Rai è percepita come esempio della capacità di comunicare temi alti in una forma narrativa rassicurante e molto accessibile. È percepita come **uno dei generi Tv più funzionali** nell'affrontare le questioni di genere e favorire l'evoluzione della figura femminile, dare una rappresentazione pluralista della società, creare coesione sociale.

Anche nella recente programmazione la fiction di produzione Rai conserva questi **valori identitari che sono diventati cifra stilistica facilmente riconoscibile** dal pubblico:

- Vengono proposti **modelli femminili forti e rassicuranti, credibili “eroine del quotidiano”**
- **Il linguaggio è controllato** e senza gratuite cadute di tono sessiste o aggressive: quando si “eccede” è perché funzionale alla storia
- Sono prodotti **concilianti nei toni e inclusivi nei personaggi** rappresentati (l'immigrato, il diverso, il disagio). Fanno evadere mettendo in circolo buoni sentimenti e valori positivi; si riconosce nelle fiction Rai **una valenza morale e uno sguardo improntato alla fiducia e al senso della comunità** (locale, nazionale, lavorativa).
- Sono rappresentate e fatte conoscere **figure esemplari della storia italiana** attorno alle quali riscoprirsi e riconoscersi come nazione
- C'è una forte presenza della **provincia italiana**, delle **piccole comunità**, con effetti sull'orgoglio di appartenenza e sul senso di coesione



# Dalla Fiction Rai si attende più «grip sull'oggi»

La fiction, pur restando un genere attrattivo in sé e presente nella dieta mediale dello spettatore Rai (soprattutto adulto), sembra avere perso un po' di gravidanza, nel senso che **non intercetta al momento l'humus e i nuovi fermenti** che – per effetto del Covid – attraversano la società (il significato di libertà, il rapporto tra individuo e Stato/collettività, il senso civico...)

La fiction Rai sembra avere **“perso grip”** in concomitanza con la pandemia, **manca di piena aderenza al sociale, al “new normal”**; il pubblico sembra avvertirlo almeno a livello latente (qualcuno arriva a razionalizzare e dichiararlo esplicitamente). **Le fiction Rai raccontano un mondo pre-covid che sebbene recente è ormai il passato, c'è il comune sentire “di ieri” mentre manca il sentire “di oggi”**. Di riflesso, la narrazione sembra perdere un po' di **autenticità e segnala un leggero scollamento dalla realtà e dal sentiment** che in passato le fiction Rai erano ben riuscite a rappresentare → del post-covid ancora non si parla

**Affrontare il “nuovo mondo” è una prospettiva che la fiction Rai potrebbe/dovrebbe porsi** (e un'attesa implicita del telespettatore): lo stile della fiction Rai sembra adatto ad affrontare un tema tra l'altro molto **coerente con la coesione sociale** e di cui si avverte la necessità come **ripensamento e riconciliazione nazionale** (es. l'evento doloroso delle bare sui camion a Bergamo, il sacrificio di medici e infermieri, l'impegno di commesse e rider, il senso di coesione del primo lockdown...)





# Intrattenimento

Un genere **“leggero”** ma **sintonico con la coesione sociale** attraverso una **messa in scena pluralista** della società (es. i concorrenti dei programmi sono persone comuni, di varia estrazione e provenienza), la **rappresentazione della figura femminile non è sessualizzata** (come sulle reti di alcuni competitor). Contribuisce all'atmosfera di coesione anche **lo stile dei conduttori Rai amichevole, conciliante, rassicurante, dai toni educati**; crea una sorta di **“comfort zone”** pacificata.

Il ruolo dell'Intrattenimento è quello di **parlare di Figura Femminile, Coesione, Pluralismo, in maniera indiretta e soft**; i telespettatori non hanno una chiara percezione che questi temi vengano affrontati ma pensando ai **singoli programmi trovano molti spunti a riguardo**, come ad esempio alcuni programmi che **lavorano in maniera indiretta sugli stereotipi**, altri che stimolano il **confronto tra le generazioni**, o altri ancora dove **persone diverse si trovano fianco a fianco a giocare**.

Il **Festival di Sanremo** è chiaramente percepito come **l'evento nazional-popolare per eccellenza della TV**, che **aggrega l'intero Paese** e diventa **occasione per veicolare messaggi sociali e tematiche** di rilievo nazionale: coinvolge anche chi non lo segue direttamente.

Il **pubblico dell'intrattenimento Rai** continua ad essere principalmente quello **adulto e più maturo** ma ci sono **segnali di modernizzazione** con programmi ai quali si sono avvicinati anche i giovani

# Rubriche sportive

**Lo sport è in sé portatore di valori coerenti e funzionali alle tematiche di parità di genere (si pensi alla crescente attenzione al calcio femminile o alle rivendicazioni per l'equiparazione dei premi tra uomini e donne nelle competizioni sportive, nonostante soffra di un radicato e stereotipato sessismo), coesione sociale, pluralismo.**

In questo ambito **Rai torna centrale in occasione di specifici eventi sportivi che riguardano le squadre nazionali: Europei/mondiali di calcio, Olimpiadi.** In queste circostanze **riesce a creare coesione "nazionale"** attorno all'evento, spesso valorizzando le **professionalità femminili** di cui dispone.



# I canali Radio Rai

**Il mezzo radiofonico appare sintonico coi temi allo studio; nello specifico le Radio Rai rafforzano tale percezione.**

**I canali Radio Rai intercettano un ascoltatore attento, che ama anche la radio “di parola” e non solo “di flusso musicale”.**

**La rappresentatività femminile** sulle reti Radio Rai è assicurata da un nutrito gruppo di donne (in numero pari o superiore agli uomini secondo alcuni ascoltatori) **in ruoli importanti di giornaliste e conduttrici.**

I programmi lavorano a favore della **coesione sociale** in quanto hanno **una immagine istituzionale, un linguaggio rassicurante, serio, contenuto.** Non si ricordano cadute di tono o eccessi linguistici conflittuali ma toni misurati che favoriscono il dialogo.

**Il pluralismo** traspare oltre che nella **varietà di voci ospitate** dalle reti anche nella **voglia di approfondire e di far comprendere** quello che succede in Italia e fuori, quasi ad aiutare il radioascoltatore a ragionare. In questo le reti di riferimento sono Radio 1 e Radio 3 con programmi di approfondimento informativo.



# I canali Radio Rai: profilo

Rispetto all'immagine delle reti Radio Rai e al loro profilo:

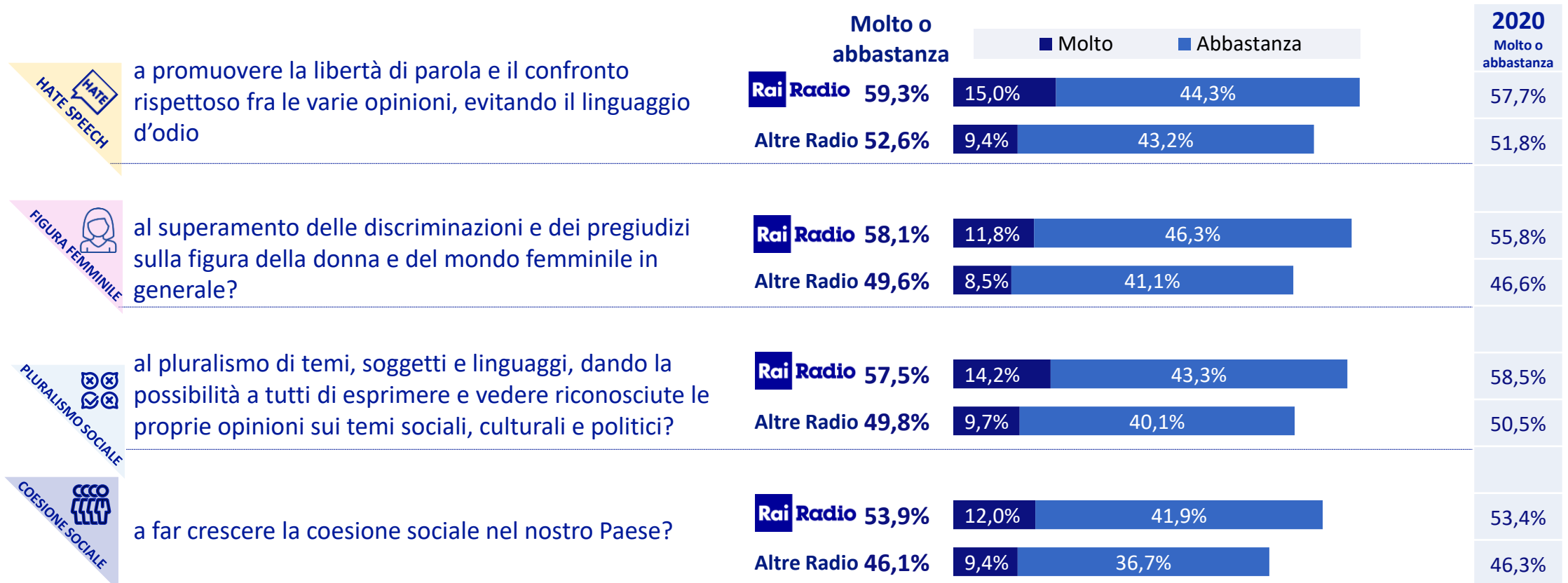
- Rai Radio 1** • Il canale **istituzionale per eccellenza**, in cui l'informazione (TG e programmi di approfondimento informativo) è centrale nella programmazione e gode di un credito di fiducia che gli deriva dall'essere Rai. Stile Rai nell'equilibrio dei toni.
- Rai Radio 2** • Il canale più orientato **all'intrattenimento attraverso il quale il pubblico percepisce comunque la possibilità di ricevere informazione con un taglio ironico che fa sorridere e riflettere** allo stesso tempo. Coesione sociale e pluralismo traspaiono nel non essere trasmissioni divisive ma che piuttosto **stemperano le contrapposizioni** col sorriso, favorendo il dialogo.
- Rai Radio 3** • Il canale **culturale e dal forte impegno civile**, valorizza la cultura nelle sue molteplici manifestazioni e attraverso ospiti di alto livello, **promuove il pluralismo** attraverso i valori della solidarietà, accoglienza, tolleranza, convivenza; informa su fatti anche minori puntando sull'approfondimento.



I generi dell'offerta Rai

# Radio Rai raccoglie su tutti i temi giudizi più positivi rispetto alle altre radio

Pensando ai programmi radio che ti capita di ascoltare, indica quanto, a tuo avviso, contribuiscono...



Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, pluralismo, coesione sociale nella programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

Giudizio espresso dagli ascoltatori



# RaiPlay offre opportunità di utilizzo

Sembra avere **principalmente la funzione di “recupero”**, come contenitore dei programmi TV che si sono persi (fiction e show serali in particolare). Qualche young usa la piattaforma per guardare sul pc le dirette trasmesse in TV, specie il calcio

**Rai Play**

**Non c'è nel complesso consapevolezza della presenza di contenuti esclusivi di RaiPlay**, salvo sporadiche eccezioni (film su Ligabue, la striscia quotidiana di Fiorello ai tempi del lancio della piattaforma)

**Chi ha avuto modo di utilizzare maggiormente RaiPlay** - spesso scoprendo casualmente il ricco catalogo - ne è rimasto però **favorevolmente sorpreso** e ne ricava l'immagine di un **canale moderno, innovativo, che può svecchiare** l'immagine Rai e avvicinarla maggiormente ai giovani. Dà anche anche l'idea di un **contenitore pluralista** sia per la **varietà di offerta** sia per **l'autonomia on demand** lasciata al fruitore

Tuttavia emerge la **sensazione che RaiPlay non sia valorizzata sufficientemente, fatta conoscere.**

# Conclusioni



Monitoraggio sulla rappresentazione  
della figura femminile, pluralismo,  
coesione sociale nella  
programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# La gestione delle tematiche legate alla pandemia ha sottolineato la centralità e il ruolo di Rai



In una società sempre più centripeta e con molteplici modelli culturali e sociali, **l'esperienza della pandemia** sembra avere mostrato **la necessità di una comune agorà** dove informarsi da fonti autorevoli, discutere del comune destino, confrontarsi, compiere scelte democratiche, vivere momenti di emozioni comuni e accomunanti.

- A Rai **il pubblico ha chiesto trasparenza, spiegazioni chiare, cautela** nel racconto delle vicende del paese e - superata l'incertezza informativa iniziale dell'inizio della pandemia - sembra avere trovato queste istanze **nella linea editoriale Rai istituzionale** (intesa dai più come bene della collettività), **facilmente riconoscibile nei contenuti e nei toni**
- Nel momento specifico, a mesi dalla prima emergenza, **emerge il bisogno di una informazione che sappia *guardare a distanza l'accaduto*** per riflettere su di esso, rielaborarlo, condividerlo e gettare le basi per la **ricostruzione del futuro**. È una **prospettiva di coesione sociale che implicitamente ci si attende da Rai più che da un player commerciale**
- **Sul piano del pluralismo** l'esigenza emersa non è tanto sul lato dell'offerta di informazione (sovrabbondante sulla tv e online) quanto su quello della **domanda di informazione: a un player istituzionale come Rai si chiede non tanto di dare voce "a tutti" indiscriminatamente quanto di aiutare a capire, di ascoltare confutando, di far parlare i competenti, di aiutare a formarsi di opinioni autonome e consapevoli**



# Il ruolo e le prospettive per Rai sui tre temi allo studio – la figura femminile

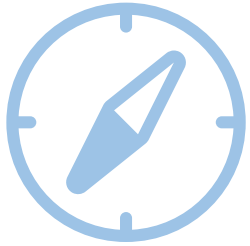


Per quanto concerne il tema della **questione di genere si riconosce a Rai di avere preso da tempo una strada precisa e decisa, facilmente riconoscibile e condivisa dal pubblico.**

Nella programmazione Rai il tema della valorizzazione dei ruoli femminili, di una rappresentazione evolutiva della donna, della attenzione alla violenza di genere sono **diventati distintivi** rispetto ad una concorrenza che sembra avere una sensibilità differente e decisamente meno al passo con i tempi e con le istanze sociali, al punto da diventare sempre più parte integrante del ruolo di Rai, della sua mission, della sua identità aziendale agli occhi del pubblico.

In questo percorso già tracciato da Rai il pubblico si aspetta crescente impegno e determinazione, lavorando con costanza su pregiudizi, stereotipi, atteggiamenti lesivi della figura della donna, senza perdere di vista anche le sfumature e gli aspetti più sottili da percepire ma ugualmente insidiosi.

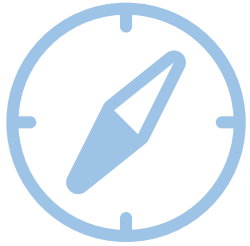
# Il ruolo e le prospettive per Rai sui tre temi allo studio – il pluralismo sociale



**Rispetto al Pluralismo e al ruolo di Rai** – riconosciuta come guida autorevole e equilibrata nel dare voce alle molteplici istanze e realtà del Paese - la prospettiva evolutiva che si evince potrebbe essere identificata in **una maggiore o più evidente integrazione tra "canali" in un ecosistema multimediale** in cui rientrano oltre alla **TV anche la radio e il web** (RaiPlay), rispondendo in modo più percepibile alla crescente multicanalità che caratterizza «*l'ascolto e l'espressione*» del pubblico, oggi particolarmente attuale, specie tra le fasce evolute e giovani.

Ad esempio, concretamente, ipotizzando dei **progetti multiplatforma** che consentirebbero di far percepire all'utente tutta la varietà dell'offerta Rai e tutte le possibili esperienze, tutte le voci, all'interno di una visione unitaria (es. un programma che integra TV e web, crea ponti e interconnessioni, potenziando l'intento e l'efficacia pluralista di Rai e della sua offerta).

# Il ruolo e le prospettive per Rai sui tre temi allo studio – la coesione sociale



Emerge in modo altrettanto palpabile il **ruolo rilevante e costruttivo di Rai e in particolare della sua informazione, accurata e affidabile, nel promuovere Coesione sociale**, in un momento come quello attuale – tenendo conto delle difficoltà e delle tensioni divisive legate alla crisi pandemica - in cui diventa un valore ancor più cruciale e sentito per il Paese.

Riguardo ai contenuti dell'offerta Rai, **lo sforzo evolutivo ulteriore finalizzato alla promozione di Coesione sociale** potrebbe essere quello di fornire **programmi sempre più indirizzati a differenti target** (per età, reddito, istruzione, situazioni ed esperienze di vita), inserendo al loro interno **elementi di un comune sentire**, trasversali al Pubblico (es. elementi della cultura/identità nazionale all'interno di un quiz) come fattore coesivo e in cui riconoscersi, pur nel rispetto delle diversità.

# Spunti evolutivi per i generi TV Rai



**L'attenzione per i differenti generi sembra essersi in parte modificata nel corso della pandemia:**

- **L'aumentato interesse per l'*Approfondimento informativo*** sottende l'implicita attesa che Rai guidi il pubblico nella lettura della realtà e proponga quello spazio retrospettivo di riflessione funzionale alla coesione sociale
- I programmi di approfondimento informativo sembrano infatti lo spazio più logico per questa elaborazione dei fatti, ma anche **le *Rubriche Tg* sembrano un valido spazio di riflessione** in quanto ambienti distensivi, pacati, professionali, dove ragionare senza estremismi e in modo costruttivo
- **La *Fiction* di produzione Rai** è un genere da cui ci si attende il **recupero di una maggiore connessione con la realtà covid/post-covid. La fiction futura dovrà prendere atto e registrare le slabbrature e i cambiamenti avvenuti nel tessuto sociale e nella psicologia individuale**, essere capace di fotografare i nuovi paradigmi lasciati in eredità dalla esperienza pandemica
- **Se la *Cultura* è il terreno elettivo per tematiche "alte"** quali Coesione, Pluralismo, questione di Genere (per esempio nel contributo particolarmente rilevante nel scardinare tabù pregiudizi, stereotipi), anche ***Intrattenimento* è un terreno fertile e ricco di potenzialità per veicolare indirettamente questi temi**. I più giovani si aspettano un ringiovanimento dell'intrattenimento Rai, che passi da una maggiore innovazione nei format e dall'adozione di un linguaggio meno controllato e più connesso alla loro realtà.

# Indicatori BVA Doxa di performance di Rai



# Coesione sociale, pluralismo sociale e figura femminile: indicatori di performance di Rai



Il giudizio del pubblico sull'offerta di Rai è stato valutato costruendo degli appositi indicatori di sintesi, per una più immediata interpretazione della performance di Rai sui temi indagati. Il quadro che ne emerge è più che buono per ogni aspetto indagato e sostanzialmente in linea con i valori del 2020.

**Il tema meglio gestito dal punto di vista del pubblico si conferma essere quello legato alla figura femminile, con un indicatore BVA Doxa complessivo della capacità di Rai di favorire la parità di genere pari a 7,5, su una scala da 1 a 10.** Tra gli aspetti considerati, quelli valutati più positivamente sono risultati essere la promozione del rispetto della dignità della persona e dell'identità di genere (7,8) dei principi di non discriminazione e di parità di genere (7,5) e la prevenzione e il contrasto della violenza nei confronti delle donne (7,4).

**La capacità di Rai di promuovere il pluralismo sociale ottiene un indicatore medio pari a 7,2,** all'interno del quale si osserva una performance più elevata per gli aspetti dell'offerta Rai legati all'insieme di completezza, correttezza, neutralità e imparzialità (7,4).

**L'importante tema della Coesione sociale, per il quale la capacità di Rai di promuoverlo registra un valore medio pari a 7,3,** con un giudizio elevato per la sua capacità di promuovere la strutturazione, il rafforzamento e la crescita della comunità, anche nelle sue proiezioni esterne (7,5) e di promuovere lo sviluppo umano, i diritti e le capacità individuali in modo inclusivo (7,4).

Infine, si conferma anche il buon risultato anche per l'efficacia della programmazione Rai nel **contrasto all'hate speech (7,3)** e **l'orientamento della sua offerta alla sostenibilità** come motore di uno sviluppo economico, sociale e culturale, duraturo ed equo (7,5).

# Indicatori BVA Doxa – Figura Femminile

	<i>Item utilizzati per la costruzione</i>	<b>2021</b>	2020
Indicatore BVA Doxa di <b>rispetto della dignità della persona e dell'identità di genere</b>	<i>* L'offerta tv RAI contribuisce a promuovere «il rispetto della figura femminile»</i>	<b>7,8</b>	7,7
Indicatore BVA Doxa di <b>promozione dei principi di non discriminazione e di parità di genere</b>	<i>* La programmazione Rai promuove i principi di parità di genere in ambito lavorativo, contribuendo allo sviluppo delle pari opportunità tra uomini e donne * L'offerta tv RAI contribuisce a promuovere «le pari opportunità per uomini e donne»</i>	<b>7,5</b>	7,6
Indicatore BVA Doxa di <b>prevenzione e contrasto della violenza nei confronti delle donne</b>	<i>* Rai con i suoi programmi contribuisce a prevenire e contrastare tutti i tipi di violenza sulle donne da quella fisica a quella psicologica, come il ricatto economico o sui figli, e l'ostacolo alle aspirazioni lavorative</i>	<b>7,4</b>	7,5
Indicatore BVA Doxa di <b>rappresentazione non stereotipata del ruolo della donna</b>	<i>* La programmazione Rai promuove la valutazione delle donne per le loro capacità e meriti, e non per il loro aspetto fisico</i>	<b>7,3</b>	7,2

**Indicatore BVA Doxa complessivo della capacità di Rai di promuovere la parità di genere: **7,5** 7,5**

# Indicatori BVA Doxa – Pluralismo sociale

	<i>Item utilizzati per la costruzione</i>	2021	2020
Indicatore BVA Doxa di <b>completezza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* I programmi Rai forniscono informazioni più complete e articolate rispetto ad altre emittenti</li> <li>* La programmazione Rai rappresenta bene la complessità della società</li> </ul>	<b>7,1</b>	7,3
Indicatore BVA Doxa di <b>inclusione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* I programmi Rai rivolti ai minori sono attenti/efficaci nel promuovere un corretto sviluppo dei minori</li> <li>* I programmi Rai sono efficaci nel tutelare tutte le minoranze</li> <li>L'offerta tv RAI contribuisce a promuovere:</li> <li>* l'inclusione e l'integrazione delle diverse minoranze, che siano religiose, etniche, sociali</li> <li>* il contributo delle differenti culture, armonizzando le diverse identità/gruppi sociali</li> </ul>	<b>7,3</b>	7,3
Indicatore BVA Doxa sintetico di <b>completezza, correttezza, neutralità e imparzialità</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* L'offerta tv di RAI contribuisce a promuovere «un'informazione completa, corretta, imparziale, autorevole, credibile, accurata, verificata e semplice da capire, per potersi formare una propria opinione»</li> </ul>	<b>7,4</b>	7,5
Indicatore BVA Doxa di <b>autorevolezza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* I programmi Rai forniscono informazioni più autorevoli/credibili rispetto ad altre emittenti</li> </ul>	<b>7,1</b>	7,3
Indicatore BVA Doxa di <b>correttezza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* la programmazione Rai è in grado di insegnare a selezionare fonti attendibili</li> <li>* I programmi Rai forniscono informazioni più accurate e verificate rispetto ai programmi di altre emittenti</li> </ul>	<b>7,2</b>	7,2



**Indicatore BVA Doxa complessivo della capacità di Rai di promuovere il pluralismo sociale: **7,2** 7,3**



# Indicatori BVA Doxa – Coesione sociale

	<i>Item utilizzati per la costruzione</i>	2021	2020
<b>Indicatore BVA Doxa di promuovere lo sviluppo umano, i diritti e le capacità individuali in modo inclusivo</b>	<p><i>L'offerta tv RAI contribuisce a promuovere:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* La valorizzazione dell'identità storica e culturale italiana frutto anche delle diverse tradizioni locali</li> <li>* Il senso civico/l'educazione civica dei cittadini</li> <li>* L'inclusione e l'integrazione delle diverse minoranze, che siano religiose, etniche, sociali</li> <li>* Il contributo delle differenti culture, armonizzando le diverse identità/gruppi sociali</li> <li>* Lo sviluppo delle competenze e del senso critico di tutti i cittadini</li> </ul> <p>* I programmi Rai rivolti ai minori sono attenti/efficaci nel promuovere un corretto sviluppo dei minori</p> <p>* La programmazione Rai è in grado di insegnare cose nuove</p> <p>* la programmazione Rai è in grado di insegnare a selezionare fonti attendibili</p>	<b>7,4</b>	7,5
<b>Indicatore BVA Doxa di capacità di promuovere la strutturazione, il rafforzamento e la crescita della comunità, anche nelle sue proiezioni esterne</b>	<p><i>L'offerta tv RAI contribuisce a promuovere</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* la partecipazione attiva, consapevole e critica dei cittadini alla vita delle istituzioni europee</li> <li>* La partecipazione attiva, consapevole e critica dei cittadini alla vita del Paese</li> <li>* La partecipazione attiva, consapevole e critica dei cittadini alla vita della propria comunità</li> </ul> <p>* la programmazione RAI contribuisce a offrire gli strumenti necessari per comprendere gli altri 'territori' (es. regioni, nazioni)</p> <p>* la programmazione Rai è in grado di fornire informazioni utili per capire meglio la natura e l'attualità delle sfide e le priorità del continente europeo oggi, intesa come la cultura e la vita quotidiana dei cittadini dei diversi Paesi Europei</p> <p>* l'informazione e i programmi RAI consentono di conoscere all'estero (in Europa, nel Mediterraneo, nel resto del mondo) aspetti positivi della cultura, delle tradizioni e delle potenzialità dell'Italia.</p>	<b>7,5</b>	7,6
<b>Indicatore BVA Doxa di capacità di rappresentare in modo equo e non lesivo le diverse articolazioni e identità presenti nella società</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* I programmi Rai sono efficaci nel tutelare tutte le minoranze</li> <li>* La programmazione Rai rappresenta bene la complessità della società</li> <li>* Mi sento rappresentato dal complesso della programmazione Rai</li> </ul>	<b>7,1</b>	7,1
<b>Indicatore BVA Doxa complessivo della capacità di Rai di promuovere la coesione sociale:</b>		<b>7,3</b>	7,4

# Indicatori BVA Doxa – Hate speech e sostenibilità

	<i>Item utilizzati per la costruzione</i>	<b>2021</b>	2020
	<p><b>Indicatore BVA Doxa di efficacia nel contrasto all'hate speech</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>L'offerta tv RAI contribuisce a promuovere «la libertà di parola» e il confronto rispettoso fra le varie opinioni, evitando il linguaggio d'odio?</i></li> </ul>	<b>7,3</b>	7,3
	<p><b>Indicatore BVA Doxa di orientamento alla sostenibilità</b></p> <p><i>* L'offerta tv RAI contribuisce a promuovere «il concetto di sostenibilità come motore di uno sviluppo economico, sociale e culturale duraturo ed equo»</i></p>	<b>7,5</b>	7,5

# Appendice A

## Metodologia e target



Monitoraggio sulla rappresentazione  
della figura femminile, pluralismo,  
coesione sociale nella  
programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021



# Fase qualitativa: metodologia e target

La metodologia di rilevazione utilizzata:

## 12 VIDEO FOCUS ONLINE

di 3h, circa 9 soggetti ciascuno, nelle tre macro aree NORD (4 FG) CENTRO (4 FG), SUD (4 FG)  
Per approfondire le tematiche allo studio e il ruolo di Rai, dal punto di vista del pubblico: come si orienta, come parla, cosa pensa dei temi allo studio

**4 COLLOQUI INDIVIDUALI ONLINE** durata 1h, con donne musulmane

Per raggiungere **una minoranza** che, per cultura e valori di riferimento, è **difficile da coinvolgere in un contesto collettivo di focus group** senza inibizioni o criticità

La rilevazione è stata effettuata tra il 21 e il 25 ottobre 2021

Le caratteristiche di reclutamento degli individui intervistati:

- 50% Donne e 50% uomini in ogni video focus group
- 4 fasce di età: 18–29, 30-45, 46-55, 56-65 anni
- (In ogni Fg) 2 soggetti di diversa etnia / credo religioso → nei colloqui individuali, donne osservanti musulmane
- Classe socio economica e livello di istruzione allargata
- Mix di situazioni familiari (single, in coppia con figli /senza figli)
- Mix lavoratori e non lavoratori
- Mix opinioni e orientamento politico-valoriale
- 100% fruitori di vari media e di contenuti radiotelevisivi anche digital; mix canali/generi/orari/frequenza di fruizione
- 100% fruitori di Rai (mix di canali, orari di fruizione, generi e prodotti; offerta radiotelevisiva e digital)
- Aree geografiche: Nord Italia, Centro Italia, Sud Italia. Per ogni area residenti in centri di diversa ampiezza.

# Impianto di ricerca



<i>Macro area</i>	<i>18-29 anni</i>	<i>30-45 anni</i>	<i>46-55 anni</i>	<i>56-65 anni</i>	<i>Colloqui con donne musulmane</i>
<b>Nord</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>2 colloqui</b>
<b>Centro</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	
<b>Sud</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>1 video Fg</b>	<b>2 colloqui</b>

# Fase quantitativa: metodologia e target



## CAMPIONE INTERVISTATO

Al fine di rappresentare la popolazione televisiva dai 18 anni in su, è stato rilevato un campione di tipo stratificato proporzionale:

**1.179 interviste complessive**, di cui

- ✓ **1.065 individui dai 18 ai 64 anni** intervistati con tecnica online e
- ✓ **114 individui dai 65 anni in su** intervistati con tecnica offline

Sono state inoltre effettuate **118 interviste ad individui di diversa etnia, credo religioso, orientamento sessuale** intervistati con tecnica offline.

Tutti gli individui intervistati guardano la TV almeno una volta a settimana, e almeno un canale Rai almeno una volta a settimana, con un buon mix di canali televisivi (Rai, Mediaset, La7, Discovery e Sky).

Al termine della rilevazione è stata applicata una **procedura di ponderazione al campione di 1.179 individui dai 18 anni in su**, al fine di riproporzionare il campione intervistato all'universo di riferimento, secondo le variabili di sesso, classi di età, area geografica, ampiezza demografica dei centri.



## TECNICA DI RILEVAZIONE

Per il **target 18-64 anni** l'intervista è stata condotta con **tecnica CAWI** su panel online proprietario, attraverso un questionario autocompilato online. Il link al questionario è stato inviato ai rispondenti via e-mail.

Per il **target dai 65 anni in su e per il target individui di diversa etnia, credo religioso, orientamento sessuale**, l'intervista è stata condotta con **tecnica offline**, attraverso l'autocompilazione di un questionario cartaceo, al fine di integrare la quota più matura del campione ed integrare l'analisi con i punti di vista delle minoranze.



## DURATA DELLA RILEVAZIONE

La rilevazione è stata condotta **dal 10 al 22 dicembre 2021**.

# Appendice B

## Indicatori BVA Doxa - Nota metodologica



Monitoraggio sulla rappresentazione  
della figura femminile, pluralismo,  
coesione sociale nella  
programmazione RAI 2021.

Ricerca quali-quantitativa sulla popolazione / dicembre 2021

# Indicatori BVA Doxa - Nota metodologica

Gli indicatori BVA Doxa sono calcolati a partire dall'indice di adesione del pubblico a una o più affermazioni relative a Rai. Tale indice di adesione è stato calcolato come differenza fra la quota di pubblico che si riconosce in quell'affermazione (Molto o Abbastanza) e la quota di pubblico che non si riconosce in tale dichiarazione (Poco o Per niente).

Il risultato assume un valore che va da -100% (tutto il pubblico non si riconosce in quell'affermazione) a +100% (tutto il pubblico si riconosce in quell'affermazione).

Tale valore è stato poi riportato su una scala da 1 a 10, per una più immediata interpretazione della performance di Rai su quel tema.

- ▶ Nei casi in cui un determinato aspetto è stato rilevato con una sola affermazione (un item), **l'indice di adesione del pubblico su scala da 1 a 10 è di per sé l'indicatore BVA Doxa.**
- ▶ Nei casi in cui un determinato aspetto è stato rilevato con più di una affermazione (più item), **il valore del relativo indicatore BVA Doxa sintetico è stato calcolato come media ponderata degli indici di adesione del pubblico degli item considerati, sulla base di un'analisi statistica di correlazione.**



# Indicatori BVA Doxa - Nota metodologica

L'analisi statistica di correlazione, che tiene conto delle relazioni esistenti fra variabili, ha permesso di calcolare i pesi di ponderazione di ciascun item considerato.

Per il calcolo della media ponderata di più item, il peso attribuito a ciascun item considerato nel calcolo dell'indice è stato calcolato utilizzando i coefficienti di correlazione di ciascun item per Rai con l'importanza sociale del medesimo tema, separatamente per Coesione Sociale, Pluralismo e Figura femminile. Per il calcolo di ciascun indicatore, i coefficienti di correlazione sono stati ripercettualizzati, in modo che la somma dei pesi valesse 100%.

In particolare, le tre variabili relative all'importanza dei tre temi per la società sono le seguenti:

- ***Quanto ritieni importante che la società, i mezzi di comunicazione e le Istituzioni operino per superare le discriminazioni tra uomini e donne nel nostro Paese?*** (domanda D1.2)
- ***Quanto personalmente ritieni importante che i mezzi di comunicazione nel nostro Paese favoriscano la crescita del pluralismo dei temi, dei soggetti e dei linguaggi, dando la possibilità a tutti di esprimere e vedere riconosciute le proprie opinioni sui temi sociali, culturali e politici?*** (domanda D4.1.2a)
- ***E quanto personalmente ritieni importante la crescita della coesione sociale nel nostro Paese?*** (domanda D3.3).

Ciascuna di queste tre variabili è stata correlata con gli item relativi a Rai, specificati nelle tabelle presenti nel documento.

L'indicatore BVA Doxa complessivo della capacità di Rai di promuovere ciascuno dei tre temi è calcolato come media semplice dei singoli indicatori che compongono la relativa area.