



## APPENDICE METODOLOGICA



# SOMMARIO

1. Contesto e fonti
2. Il consumo di informazione
  - 2.1 Il campionamento
  - 2.2 Strumenti di rilevazione
  - 2.3 Definizione operativa delle variabili
3. Fiducia e affidabilità
  - 3.1 L'indagine *ad hoc*
  - 3.2 Definizione operativa delle variabili
4. L'offerta informativa della televisione generalista
  - 4.1 Elenco delle categorie di argomenti

## I. CONTESTO E FONTI

- ❑ Dal punto di vista metodologico l'Autorità ha approntato strumenti specifici di rilevazione ed è ricorsa ad una pluralità di fonti, nell'ottica di fornire più chiavi di lettura della "domanda" di news/informazioni. In particolare, i risultati sulla fruizione di informazione sono frutto di elaborazioni condotte dall'AGCOM sui dati della società GfK Italia, la cui rilevazione Sinottica TSSP (Total Single Source Panel) costituisce un sistema integrato di informazioni sull'evoluzione socio-culturale (opinioni, aspettative e valori, orientamenti, stili di vita), sull'esposizione ai mezzi di comunicazione e sui comportamenti di consumo, incluso quello mediatico.
- ❑ Per ciò che riguarda l'analisi dell'offerta informativa della televisione tradizionale, l'Autorità ha utilizzato i dati mensili della società Geca Italia S.r.l. forniti nell'ambito del servizio di monitoraggio delle trasmissioni televisive delle emittenti nazionali. Si tratta del "tempo di argomento" nei TG e negli altri programmi nel periodo 2019 – 2024, ovvero il tempo, misurato in ore, dedicato alla trattazione di uno specifico tema/argomento dai soggetti monitorati.



## 2 IL CONSUMO DI INFORMAZIONE

## 2.1 IL CAMPIONAMENTO

- ❑ Per meglio comprendere l'evoluzione dei consumi informativi nel tempo, si è fatto riferimento all'ultimo anno completo disponibile della banca dati Sinottica TSSP, ossia il 2023, e, grazie alla presenza di informazioni omogenee, è stato possibile indagare l'evoluzione nell'ultimo quinquennio considerando il 2019 come anno iniziale. Per l'anno 2023 sono state condotte da gennaio a dicembre quattro rilevazioni su un campione di 9.000 individui (per un totale di 36.000 interviste) rappresentativo della popolazione italiana dai 14 anni in su. Per l'anno 2019 le interviste sono state eseguite tra gennaio e dicembre su un campione di 4.000 individui (per un totale di 12.000 interviste), rappresentativo della popolazione italiana.
- ❑ Il disegno di campionamento prevede due stadi di stratificazione: nel primo stadio il campione è stratificato per area geografica e per ampiezza del centro di residenza. All'interno di ogni area geografica, il campionamento prevede una stratificazione per sesso ed età. La selezione degli individui rispecchia un criterio di campionamento stratificato proporzionale della popolazione italiana da 14 anni compiuti in su.
- ❑ Le stime pubblicate sono frutto di elaborazione di dati sottoposti ad un meccanismo di ponderazione per garantire che il campione intervistato rifletta la popolazione, consentendo l'estensione dei risultati all'intera popolazione italiana.

## 2.2 STRUMENTI DI RILEVAZIONE

- ❑ La banca dati di Sinottica ha natura "cross-mediale", cioè, rileva, su uno stesso individuo, la fruizione di tutti i mezzi di comunicazione contemporaneamente, con un approccio diverso rispetto alle classiche indagini sulle audience.
- ❑ Per la rilevazione sono utilizzati un mix di strumenti sia attivi che passivi. Le interviste personali sono realizzate con il «dialogatore», uno strumento consistente in un tablet fornito in dotazione alle famiglie del campione sul quale sono attivati «avvisi» che richiamano la collaborazione degli intervistati quando è disponibile un nuovo questionario o il diario settimanale. Il «dialogatore» consente lo svolgimento dell'intervista in tempo reale, in quanto riceve e trasmette costantemente i dati rilevati ai server della società. L'esposizione ai diversi media avviene con strumenti elettronici che garantiscono una rilevazione continuativa, oggettiva e passiva.
- ❑ Per quanto riguarda la radio e la televisione, la rilevazione avviene attraverso un «meter» in grado di raccogliere e captare le informazioni relative alle onde sonore. La rilevazione è di tipo passivo poiché è sufficiente che l'intervistato porti l'apparecchio con sé e i dati sono inviati, in tempo reale, in modalità wireless.
- ❑ Analogamente, l'esposizione al web viene rilevata in modo passivo tramite un «web software tracker» (per i dati di navigazione su Pc domestico) oppure tramite app installata sui device mobili (smartphone e tablet) degli individui del campione. I soli dati relativi ai quotidiani sono invece rilevati con strumenti attivi, attraverso il «dialogatore», nel corso di una breve intervista serale, pianificata 1 volta la settimana (domenica, in riferimento alla settimana precedente).

## 2.3 DEFINIZIONE OPERATIVA DELLE VARIABILI

- ❑ In via preliminare, va sottolineato che i risultati relativi alle indagini sul consumo di informazione risultano molto sensibili *i)* alle modalità di rilevazione, siano esse autodichiarazioni da parte degli intervistati o rilevazioni passive tramite misuratori, *ii)* a cosa si intende per “contenuto informativo” e *iii)* al modo (es. *wording*) in cui è posta una domanda all'intervistato.
- ❑ In questo studio, le variabili relative al consumo di informazione sono state ricostruite incrociando le informazioni auto-dichiarate dagli individui, e quindi rilevate con tecniche attive (domande), con quelle oggettive desunte tramite strumenti passivi (misuratori) di esposizione alla televisione, alla radio, a internet. Le informazioni sui mezzi desunte tramite strumenti passivi prevedono l'osservazione e la registrazione del dato a partire dal primo minuto di ascolto/navigazione; ciò potrebbe determinare una stima tendente al basso soprattutto nel caso di quei mezzi, come internet o la radio, dove la fruizione di news potrebbe richiedere qualche decina di secondi e quindi non essere oggetto di rilevazione. Il periodo di lettura dei dati è rappresentato dal “giorno medio”, calcolato sulla base di un'esposizione/fruizione, come già anticipato, di almeno un minuto al mezzo.

## 2.3 DEFINIZIONE OPERATIVA DELLE VARIABILI

□ Il consumo di informazione sui differenti mezzi è così definito:

- **Consumo informativo giornaliero TV:** individui che ascoltano la TV per almeno 1 minuto nel giorno medio e dichiarano di preferire programmi di informazione/telegiornali, di approfondimento e attualità, di servizio al cittadino, di scienza e cultura, rubriche sportive, documentari scientifici e altri documentari.
- **Consumo informativo giornaliero radio:** individui che ascoltano la radio per almeno 1 minuto nel giorno medio e dichiarano di ascoltare abitualmente giornali radio, programmi di cultura/informazione, notiziari traffico e viabilità, notizie sportive.
- **Consumo informativo giornaliero quotidiani:** individui che dichiarano di leggere i quotidiani (il dato, come anticipato, non è rilevato con strumenti passivi, ma attraverso una breve intervista serale, pianificata una volta la settimana, di domenica, in riferimento alla settimana precedente).
- **Consumo informativo giornaliero internet:** individui fruitori di internet da Pc Fisso/Smartphone/Tablet per almeno 1 minuto nel giorno medio e che dichiarano interesse per informazioni, notizie, aggiornamenti via internet.



## **3 FIDUCIA E AFFIDABILITÀ**

## 3.1 L'INDAGINE AD HOC

- ❑ Per l'analisi del tema della fiducia e dell'affidabilità riposta nei mezzi di informazione, si è fatto uso di dati rilevati tramite un'indagine dedicata condotta da GfK Italia per AGCOM sul campione - rappresentativo della popolazione italiana di 14 anni in su a livello nazionale e regionale - di 9.000 individui, già presenti nel panel Sinottica.
- ❑ Le interviste sono state condotte dal 1° aprile al 30 giugno 2024 e la somministrazione del questionario si avvale della stessa modalità già usata in Sinottica ossia del tablet dialogatore. Le stime pubblicate sono frutto di elaborazione di dati sottoposti ad un meccanismo di ponderazione per garantire che il campione intervistato rifletta la popolazione, consentendo l'estensione dei risultati all'intera popolazione italiana.

## 3.2 DEFINIZIONE OPERATIVA DELLE VARIABILI

- ❑ A ciascun intervistato è stato chiesto di fornire una valutazione, in termini di fiducia, dei mezzi di informazione, sia tradizionali sia online, tramite una scala da 0 a 10, dove un punteggio pari a 0 indica che l'intervistato non ripone alcuna fiducia nel mezzo mentre 10 indica la massima fiducia.
- ❑ Gli indicatori sulla fiducia sono costruiti sommando la percentuale di intervistati che hanno assegnato, per ciascun mezzo di informazione, un dato punteggio nella scala loro proposta. In particolare:

### Livello di fiducia:

- **Basso:** percentuale di coloro che assegnano un punteggio da 1 a 4;
- **Moderato:** percentuale di coloro che assegnano un punteggio di 5 o 6;
- **Alto:** percentuale di coloro che assegnano un punteggio da 7 a 10;
- **Nessuna fiducia:** percentuale di coloro che assegnano un punteggio pari a 0.



## **4 L'OFFERTA INFORMATIVA DELLA TELEVISIONE GENERALISTA**

## 4.1 ELENCO DELLE CATEGORIE DI ARGOMENTI

- ❑ L'analisi sul pluralismo utilizza i dati in ore di programmazione forniti da GECA nell'ambito delle attività di monitoraggio condotte dall'Autorità in materia di pluralismo politico e istituzionale. Sono stati costruiti alcuni indicatori statistici dell'offerta, tra cui il tempo di argomento nei telegiornali e nei programmi c.d. "Extra TG". Tali indicatori, offrono anch'essi una lettura dinamica e prendono in esame le stesse annualità dei dati sul consumo di informazione da parte dei cittadini (2019-2023), con l'ulteriore aggiunta dell'anno 2024.
- ❑ Di particolare rilievo è la classificazione degli argomenti come definiti nell'allegato tecnico alla Determina n. 103/19/SRU, il cui dettaglio viene di seguito esposto.

### 1. POLITICA E ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

Attività di partiti  
Elezioni  
Amministrazioni locali  
Attività del Governo  
Attività del Parlamento  
Attività del Quirinale  
Referendum  
Unione europea  
Altro

### 2. ESTERI

Politica  
Cronaca  
Medio Oriente  
Guerra/pace  
Relazioni e organismi internazionali  
Terrorismo e criminalità internazionali  
Altro

### 3. CRONACA

Cronaca giudiziaria  
Cronaca nera  
Altro

### 4. COSTUME E SOCIETÀ

Cronaca rosa  
Curiosità  
Costume/tendenze  
Turismo/viaggi/enogastronomia  
Moda  
Tempo libero  
Altro

## 4.1 ELENCO DELLE CATEGORIE DI ARGOMENTI

### 5. MASS MEDIA E SPETTACOLO

Informazione - Mass media e nuove tecnologie  
TV- Radio  
Cinema - Teatro  
Musica  
Editoria/libri

### 6. CULTURA E ISTRUZIONE

Beni culturali  
Scuola  
Università  
Ricerca  
Altro

### 7. GIUSTIZIA

Dibattito sulla giustizia  
Questioni inerenti ai processi  
Questioni inerenti alle carceri  
Altro

### 8. ECONOMIA, FINANZA E LAVORO

Finanza, Borsa e mercati  
Fisco e consumatori  
Economia europea  
Lavoro e produzione  
Occupazione/disoccupazione/condizioni di lavoro  
Infortuni sul lavoro  
Sindacati e organizzazioni di categoria  
Scioperi  
Altro

### 9. SOCIETÀ

Questioni riguardanti soggetti "deboli"  
Droga  
Infanzia  
Famiglia  
Giovani (disagio, condizione giovanile, etc.)  
Questioni femminili  
Anziani  
Disabili  
Immigrazione  
Iniziative di carattere sociale  
Razzismo/discriminazioni  
Pedofilia  
Sessualità  
Prostituzione  
Altro

### 10. AMBIENTE

Ecologia  
Inquinamento  
Calamità naturali e antropiche  
Clima  
Altro

### 11. MEDICINA, SALUTE E SCIENZA

Medicina e salute  
Alimentazione  
Ricerca biologia/fisica/chimica  
Altro

### 12. RELIGIONI E QUESTIONI RELIGIOSE

Vaticano/religione cattolica  
Ebraismo  
Islamismo  
Altre religioni

### 13. SPORT

Atletica  
Calcio  
Motociclismo  
Automobilismo  
Nuoto  
Ciclismo  
Organizzazioni e associazioni sportive  
Altri sport

### 14. INFORMAZIONI DI SERVIZIO

Previsioni del tempo  
Viabilità  
Rassegna stampa  
Altro

### 15. ALTRO