

12. La certificazione UNI-EN-ISO 9000/VISION-2000 può fornire ulteriori garanzie sulla esattezza dell'attuazione delle procedure del lavoro degli istituti di ricerca che conducono le rilevazioni?

- ☐ sì
☐ no

perché (specificare)

.....

.....

13. A Vostro giudizio, a proposito della pubblicizzazione dei risultati delle indagini, sarebbe opportuno (una sola risposta):

- ☐ sottoporre i risultati delle indagini alla verifica di organismi istituzionali
☐ sottoporre i risultati delle indagini alle emittenti/testate coinvolte nella rilevazione, subordinando la pubblicizzazione all'autorizzazione delle stesse
☐ non pubblicizzare i dati
☐ i criteri che disciplinano la pubblicizzazione dei risultati delle indagini non vanno modificati
☐ altro (specificare)
-
-

14. A Vostro giudizio, è opportuno informare circa i margini di errore connessi ai diversi sistemi di rilevazione?

- ☐ sì
☐ no

☐ perché (specificare)

.....

.....

15. A Vostro giudizio, i dati sull'audience e sulla readership possono essere considerati indicatori di qualità dei prodotti medial? (una sola risposta)

- ☐ sì
☐ sì, ma solo in parte
☐ no
☐ perché (specificare)
-
-

16. Se la risposta alla domanda n. 15 è stata «sì» oppure «sì, ma solo in parte», specificarne le ragioni:

.....

.....

.....

17. Se la risposta alla domanda n. 15 è stata «no», sarebbe opportuno integrare le attuali rilevazioni con dati sul «gradimento» e/o «qualità» dei prodotti?

- ☐ sì
☐ no

perché (specificare)

.....

.....

18. A Vostro giudizio, i dati rilevati attualmente sull'ascolto e sulla lettura possono soddisfare obiettivi conoscitivi diversi da quelli commerciali?

- ☐ sì
☐ sì, ma solo in parte
☐ no

perché (specificare)

.....

.....

19. Se la risposta alla domanda n. 18 è stata «sì», di quali obiettivi conoscitivi si tratta? (specificare)

.....

.....

.....

20. Tenendo conto della complessità dei fattori che caratterizzano i processi di consumo dei media, sarebbe utile integrare le indagini sugli indici di ascolto con approfondimenti volti a fornire informazioni più dettagliate sul pubblico e sulle scelte di consumo?

- ☐ sì
☐ no

perché (specificare)

.....

.....

21. Se la risposta alla domanda n. 20 è stata «sì», quali aspetti sarebbe interessante approfondire? (specificare)

.....

.....

.....

22. Si può ritenere idoneo l'attuale regime di finanziamento delle indagini di rilevazione degli indici di ascolto dei mezzi di comunicazione?

- ☐ sì
☐ no

perché (specificare)

.....

.....

23. Al fine di una maggiore copertura delle rilevazioni degli indici di ascolto, quale tra le seguenti forme di finanziamento si ritiene più adeguata?

- ☐ finanziamento privato secondo l'attuale regime
☐ finanziamento pubblico
☐ finanziamento misto pubblico/privato
☐ altro (specificare)
-
-

24. Ritiene sia opportuno pubblicizzare i dati relativi ai costi complessivi dell'attività di rilevazione e gestione degli indici di ascolto e di diffusione, anche in riferimento ai costi sostenuti dagli operatori per essere ammessi al rilevamento?

- ☐ sì
☐ no

perché (specificare)

.....

.....

25. Nel corso dell'ultimo decennio, il settore delle comunicazioni di massa ha subito una veloce evoluzione dovuta all'ingresso di nuovi mezzi mediatici. La pubblicità ha, di conseguenza, acquisito nuovi spazi, soprattutto nell'ambito virtuale. Quanto ritiene rilevante che le indagini degli indici di ascolto tengano conto del mercato pubblicitario diffuso on line?

- ☐ molto
☐ abbastanza
☐ poco
☐ per nulla

26. Se la risposta alla domanda n. 25 è stata «molto» o «abbastanza», quali dei seguenti mezzi dovrebbero essere inclusi nelle rilevazioni degli indici di ascolto al fine di garantire una più completa rappresentazione dell'attuale mercato pubblicitario dei media?

- ☐ radio on line
☐ testate telematiche
☐ tv satellitare
☐ siti web
☐ altro (specificare)
-
-