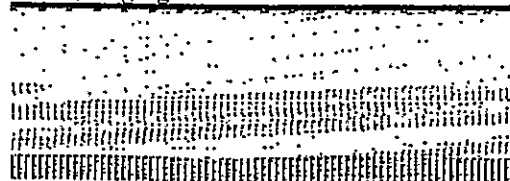


**CONSIGLIO NAZIONALE DELL'ECONOMIA E DEL LAVORO**

Presidenza

*Progetto di ricerca***LA RAPPRESENTAZIONE TELEVISIVA DELLA DONNA CON  
PARTICOLARE RIFERIMENTO AL SUO RUOLO ECONOMICO E  
SOCIALE**Assemblea  
28 giugno 2001

Pavia, 20 giugno 2001



## PREVENTIVO PER UNA RICERCA DEL CNEL SULLA RAPPRESENTAZIONE TELEVISIVA DELLA DONNA

### Obiettivo della ricerca

La ricerca si pone come obiettivo di rilevare la rappresentazione della donna nella programmazione televisiva. La rilevazione e la descrizione evidenzieranno la figura femminile impegnata in attività lavorative e non, nell'ambito professionale, familiare, amicale e più in generale nei rapporti sociali. Sulla base degli indici d'ascolto sarà scelto il periodo più significativo ai fini della ricerca.

### Materiale di analisi

Generi: fiction TV, film, programmi contenitore, talk show  
Reti: RAI, Mediaset, TMC  
Fasce orarie: pomeridiana, preserale, prima serata (dalle ore 12 alle ore 22,30)  
Periodo: una settimana di programmazione televisiva da concordare con il committente nell'arco febbraio-aprile 2001 da valutare sulla base degli indici d'ascolto  
Unità di analisi: personaggi principali femminili in condizione lavorativa e non lavorativa; interazione diadiche con altri personaggi nei contesti lavorativo, familiare, amicale.

Nota: la definizione del materiale di analisi tiene conto dell'incontro preliminare avvenuto a Roma in data 13 giugno 2001. Eventuali modifiche potranno essere successivamente concordate.

### Modalità di rilevazione

Rilevazione a cura di 3 gruppi di 2 analisti per 6 settimane di lavoro.

Questa rilevazione garantisce al meglio i requisiti di ricerca richiesti dal committente, ovvero un rigoroso e più efficace controllo della dimensione interpretativa degli analisti e la risoluzione di eventuali discordanze nelle codifiche risultanti dal confronto tra le analisi individuali.

L'Osservatorio di Pavia si impegna a garantire personale qualificato (laurea ed eventuale qualifica aggiuntiva) con competenza ed esperienza maturata nell'attività di ricerca e rappresentativo della differenza di genere. Verranno successivamente inviati, in base alla scelta del committente, i curricula delle persone selezionate per lo svolgimento della ricerca.

### Costi

Costo complessivo: Lit. 51.000.000 (cinquantuno milioni) IVA 20% esclusa.

Il costo complessivo comprende:

- addestramento preliminare degli analisti
- analisi e valutazione del periodo (la settimana) mediante elaborazione dati d'ascolto
- rilevazione dei dati
- input dei dati
- costruzione matrice dati mediante un database relazionale in ambiente 4<sup>th</sup> dimension
- elaborazione dei dati
- analisi dei dati
- stesura del rapporto di ricerca

*Consegna del lavoro*

Qualora il preventivo venga approvato entro il 1 luglio 2001, la consegna avverrà entro il 31 ottobre 2001.

Proposta per una ricerca del CNEL sulla rappresentazione televisiva della donna con particolare riferimento al suo ruolo economico e sociale

Gli studi e le ricerche condotte sulla condizione femminile rilevano come la donna adulta sia al centro dei mutamenti culturali e sociali della nostra epoca.

I notevoli cambiamenti che hanno investito la condizione femminile erano legati soprattutto alle radicali trasformazioni delle famiglie e alla diversa relazione con il mondo del lavoro.

Oggi nell'ambito delle riflessioni sulle differenze di genere, l'identità femminile emerge non più come modello debole rispetto a quello maschile, ma come modello positivo legato all'etica della responsabilità e della cura e ad un ingresso strutturale nel mondo del lavoro.

Ma quale "immagine" della donna, oggi protagonista nel sistema economico e sociale - seppure con noti limiti e condizionamenti culturali ancora esistenti - viene riflessa dai media e dalla televisione in particolare?

Riesce la televisione a leggere la complessità della condizione della donna ed a proporre modelli che siano coerenti con la nuova identità femminile ed a trasmetterli alle nuove generazioni?

A questi interrogativi il CNEL intende rispondere avvalendosi anche del supporto di ricerca scientifica realizzata dall'Osservatorio di Pavia con la metodologia dell'analisi del contenuto applicata ad un periodo significativo dell'offerta televisiva.

In particolare si prenderanno in considerazione, durante l'analisi i generi televisivi più rilevanti in termini di audience durante il day time (h.12-h.22.30).

Inoltre nella costruzione dell'iniziativa il CNEL intende rapportarsi con il Ministero delle Pari Opportunità e con la Commissione Pari Opportunità presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.