

# SPAZIO *ai* VALORI!

MONITORAGGIO SUGLI ARTICOLI DEI PRINCIPALI  
QUOTIDIANI DEL FRIULI VENEZIA GIULIA  
IN RELAZIONE ALLA COMUNICAZIONE DEI VALORI

# SPAZIO *ai* VALORI!

MONITORAGGIO SUGLI ARTICOLI DEI PRINCIPALI  
QUOTIDIANI DEL FRIULI VENEZIA GIULIA  
IN RELAZIONE ALLA COMUNICAZIONE DEI VALORI

Periodo di rilevazione:

dal 14/09/09 al 20/09/09

Quotidiani analizzati:

“IL PICCOLO”

“IL GAZZETTINO”

“MESSAGGERO VENETO”

*a cura di:*

Laura Russo

Andrea Dessardo

Antonio Scognamiglio

## Indice dei contenuti

<b>1. INTRODUZIONE</b>	<b>4</b>
<b>2. METODOLOGIA</b>	<b>5</b>
<b>3. I DATI</b>	<b>10</b>
<b>4. ANALISI QUALITATIVA</b>	<b>27</b>

# 1. Introduzione

Il dibattito sull'influenza che possono avere i mezzi di comunicazione nell'orientare l'opinione pubblica (e i conseguenti comportamenti) nel campo della cultura, nell'opzione politica e nelle preferenze economiche, è un tema su cui da sempre si discute e che risulta essere ancora vivo e problematico, nonché di grande attualità in seguito ai recenti fatti di cronaca attorno ai quali si è concentrata la discussione politica delle ultime settimane. L'indagine che il Comitato Regionale per le Comunicazioni del Friuli Venezia Giulia (Corecom FVG) presenta in queste pagine tocca dunque un tema di sicuro interesse.

Quale spazio hanno sui quotidiani locali i valori che ogni giorno vengono proposti al pubblico lettore? Quali sono i toni che fanno da lente o da schermo nel presentare ai cittadini quei fatti e quelle notizie che maggiormente li riguardano, e attraverso quale mediazione culturale una comunità scrive e racconta la propria storia, ricavando l'immagine che essa ha di sé? Sono domande alle quali questo monitoraggio tenta di suggerire una prima risposta.

Nello specifico il monitoraggio proposto vuole prima di tutto sollevare la questione della comunicazione dei valori sociali mediata dall'informazione a mezzo stampa e in seconda battuta offrire una panoramica di come tale comunicazione viene svolta considerando una settimana campione di uscite quotidiane.

Il primo passo è stato quello di effettuare una riflessione sui valori in quanto tali: capire quali potessero essere rilevanti, quali tra questi potessero essere i più rappresentativi nella società, come potessero essere definiti e a quali ambiti dell'esperienza quotidiana delle persone essi potessero essere riferiti. Ne sono stati selezionati dieci, alcuni più rilevanti nella vita sociale, altri maggiormente significativi all'interno di relazioni intime e personali. Successivamente sono stati teorizzati quattro ambiti di trattazione, entro i quali i media potessero verosimilmente calarli, tenendo conto della natura relazionale dell'individuo, che vive al contempo una vita pubblica ed una privata, che coltiva sia l'aspetto spirituale che quello fisico della sua persona.

Si è creduto sufficiente ed opportuno, per questo primo esperimento, prendere in esame una sola settimana (quella dal 14 al 20 settembre 2009) per osservare come i giornali riferissero i fatti accaduti. I quotidiani scelti per il monitoraggio sono i tre più diffusi nel Friuli Venezia Giulia: "Il Gazzettino", "Il Piccolo" (nella sola edizione di Trieste) e il "Messaggero Veneto". Gli articoli sono stati raccolti a seconda che contenessero o meno un chiaro giudizio di valori od una connotazione etica: va detto che gli articoli esaminati sono dunque un'esigua minoranza di quelli che ogni giorno vengono pubblicati. Le notizie sono state computate e classificate, valutando non solo il loro numero, ma anche lo spazio ad esse dedicato in termini di superficie (compresi i titoli ed il corredo fotografico, eventuali riquadri riassuntivi e schemi), e la loro posizione nella pagina e nel giornale, assumendo che siano frutto di una scelta precisa della direzione.

I risultati sono stati superiori alle aspettative: il quadro emerso dall'analisi combacia con l'impressione ricavata dalla lettura. Anzi, la presentazione delle cifre pone in risalto dei dati e delle tendenze che da un'analisi superficiale non è possibile cogliere nella loro reale dimensione. I tre quotidiani esprimono tre diverse linee editoriali, preferenze diverse nello spazio concesso ad alcune notizie piuttosto che ad altre, nei toni usati per raccontare dei fatti, che solo dopo essere stati raccontati assumono, nella comunità di riferimento, la loro rilevanza. Sono gli attributi che vengono ad esso riferiti che connotano un accadimento come più o meno importante agli occhi di chi legge.

L'auspicio è che i risultati di questa indagine aiutino a far maturare la consapevolezza che il modo di veicolare i valori che emergono dall'esposizione dei fatti di cronaca, rosa o nera o giudiziaria o politica che sia, contribuisce a far comprendere quali sono gli atteggiamenti e i comportamenti della società che si racconta e a creare un'identità comune in cui i lettori si riconoscono.

## 2. Metodologia

### IL CAMPIONE ANALIZZATO.

L'analisi è stata condotta sui principali quotidiani diffusi nella Regione Friuli Venezia Giulia. Essi sono stati da una parte "il Piccolo", che informa le zone di Trieste e Gorizia, dall'altra "Il Gazzettino" e il "Messaggero Veneto", che si occupano prevalentemente delle province di Udine e Pordenone.

### PERIODO DI RILEVAZIONE

Tutte le uscite quotidiane nella settimana dal 14 al 20 settembre 2009.

### OGGETTO DI RILEVAZIONE: I VALORI

Il fine del monitoraggio è stato di valutare quantitativamente la comunicazione dei valori. A questo proposito è stato individuato un gruppo di 10 valori tra quelli che sono stati ritenuti essere maggiormente rilevanti da un punto di vista sociale. Per rendere il quadro valoriale sufficientemente esaustivo ed esauriente sono stati altresì considerati 4 ambiti della sfera sociale individuale in cui si attua il comportamento mediato dai valori. Si è ritenuto interessante qualificare il valore secondo una comunicazione positiva o negativa di esso. Si riporta di seguito la tabella con i valori, gli ambiti di applicazione e le relative descrizioni.

### ELENCO VALORI CONSIDERATI E DESCRIZIONE

1. **La fedeltà o fede:** adesione incondizionata a valori o concetti, determinata da una convinzione assoluta indipendente da prove logiche. Fedeltà è un termine usato anche per le costruzioni in riferimento a ciò che è stabile, sicuro, certo, ciò che rimane uguale a se stesso;
2. **La solidarietà:** sentimento di fratellanza, di vicendevole aiuto, materiale e morale, esistente tra i membri di una società o collettività. È un senso di concreta partecipazione e di sostegno alle difficoltà e alle sventure in cui altre persone siano venute a trovarsi, indipendentemente se esse siano unite o meno da un legame diretto o indiretto;
3. **La sincerità:** comportamento di chi nell'agire e nel parlare esprime con assoluta verità ciò che sente;
4. **L'amore:** sentimento profondo verso qualcuno o qualcosa, che diventa il centro della propria vita. È il desiderio di vedere le persone amate felici;
5. **Il sacrificio o impegno:** rinuncia a qualcosa che può portare giovamento in nome di un principio, di un ideale o di un credo. Sacrificio inteso anche come costante ed indefessa applicazione per il raggiungimento di un obiettivo o per realizzare un sogno;
6. **La lealtà o onestà:** l'onesta indica la qualità umana di agire e comunicare in maniera sincera, leale e trasparente, in base a principi morali ritenuti universalmente validi. Questo comporta l'astenersi da azioni riprovevoli nei confronti del prossimo, sia in modo assoluto, sia in rapporto alla propria condizione, alla professione che si esercita ed all'ambiente in cui si vive. L'onestà è sia riferita al rispetto delle leggi e dei regolamenti, sia all'osservanza di regole morali nei rapporti con gli altri;
7. **L'altruismo:** disponibilità verso il prossimo e interessamento verso il benessere dei propri simili. L'altruismo è inteso come azione volontaria nei confronti di qualcuno in difficoltà senza chiedere nulla in cambio;
8. **Il rispetto:** sentimento e atteggiamento di riguardo verso la dignità o il valore altrui, che ci trattiene dall'offendere e dal recare danno;
9. **Lo spirito di gruppo o senso di appartenenza:** sentimento di coesione tra i membri di un gruppo accomunati da legami affettivi o per utilità pratica. I membri collaborano e si aiutano vicendevolmente al fine del raggiungimento di un obiettivo comune;
10. **Il coraggio:** forza morale che mette in grado di affrontare difficoltà, sacrifici e pericoli. Fa richiamo alla forza interiore delle persone.

## VALORI E AMBITO DI TRATTAZIONE:

Le aree di sviluppo dei comportamenti mediati da valori si riconducono alle seguenti:

### a) Ambito religioso – attività spirituale:

- la fedeltà o la fede: adesione volontaria ai principi religiosi e accettazione intima riguardo l'esistenza di Dio;
- la solidarietà intesa come intima e soggettiva partecipazione alle sventure ed ai problemi dei più sfortunati, che può consistere in un atto concreto e manifesto (ad es. una parola di conforto, il far sentire la propria presenza e la propria vicinanza, condividere il dolore altrui) oppure in un atto personale e celato agli occhi esterni (solidarietà di chi prega per il prossimo);
- sincerità con se stessi e nel confronto dei sentimenti delle altre persone;
- amore inteso nel senso più ampio, sia come amore verso se stessi sia come amore verso il prossimo e sia come amore verso le cose di Dio;
- sacrificio inteso come privazione e rinuncia (ad esempio, rinunciare alla carne durante il periodo di Quaresima oppure sacrificare la propria vita per aiutare il prossimo);
- onestà innanzitutto con se stessi ma anche sincerità con le persone a cui vogliamo bene intesa come assenza di bugie, il cui fine unico sia quello di trarre un giovamento personale (ad es, approfittare dell'ingenuità di una persona per ottenere qualcosa con l'inganno). L'onestà può essere rivolta a se stessi per fuggire la tentazione di cedere all'ipocrisia;
- si considera altruistico il comportamento di chi si dimostra generoso verso gli altri (ad es, fare beneficenza e volontariato, fare delle donazioni, aiutare i bisognosi tramite un sostegno materiale e morale);
- rispetto inteso come accettazione del diverso e di quello che non ci appartiene (ad es, il rispetto e la tolleranza verso un'altra cultura o religione oppure il rispetto verso l'ambiente, la natura);
- senso di appartenenza alla propria comunità, che non pregiudica però il rispetto verso i membri esterni (ad es, spirito di gruppo nelle iniziative organizzate dalla chiesa per aggregare i giovani, quali feste, manifestazioni, giochi);
- coraggio inteso come forza di rimanere coerenti con se stessi, di vincere le tentazioni, coraggio di effettuare le proprie scelte e di portarle avanti con decisione.

### b) Ambito sportivo – attività fisica:

- fedeltà verso la propria squadra, la propria società, il proprio allenatore e i propri compagni (ad es: il calciatore che rinuncia ad ottenere guadagni maggiori pur di rimanere fedele alla propria squadra);
- solidarietà verso i compagni di squadra e verso gli avversari (ad es, aiutare chi ha commesso un errore senza farglielo pesare, fornire parole di incoraggiamento, far sentire la propria presenza);
- sincerità verso i compagni di squadra e l'allenatore e mantenere un comportamento corretto per il benessere del gruppo (ad es, il giocatore che, sapendo di non essere in forma, rinuncia a giocare per il bene del gruppo);

- sentimento di dedizione e affetto profondo verso la propria squadra, verso il proprio club, verso il proprio gruppo e nei confronti dello sport praticato;
- il sacrificio inteso come dedizione completa e totale alla ricerca del miglioramento continuo, anche se questo può comportare sofferenze fisiche e privazioni (ad es, cercare di spingersi oltre il proprio limite, dare sempre il massimo durante gli allenamenti e le partite, accettare delle conseguenze negative per se stessi per il bene della squadra. Ad es, il portiere che si rompe una mano pur di salvare un gol). Sacrificio inteso anche come rinuncia ad altri piaceri personali, come ad esempio uscire con gli amici, per praticare il proprio sport;
- onestà intesa come lealtà sportiva (ad es, lo sportivo che rifiuta di assumere sostanze dopanti per rimanere fedele ai principi di uno sport sano oppure il giocatore che evita di simulare un fallo per ottenere un vantaggio con l'imbroglio);
- mettere da parte i propri interessi per il bene della squadra (ad es, il giocatore che rinuncia ad un'azione e passa la palla ad un compagno per permettergli di segnare);
- rispetto verso i propri compagni di squadra e verso l'avversario (ad es, non sbeffeggiare l'avversario quando si vince oppure rispettare le scelte dell'allenatore senza opporsi);
- spirito di gruppo inteso come gioco di squadra. Il singolo mette da parte i propri egoismi e si mette a disposizione del gruppo per il bene collettivo (accettare la sconfitta come sconfitta del gruppo senza colpevolizzare nessuno e accogliere la vittoria come vittoria di tutti, attribuendo i meriti ad ognuno);
- il coraggio inteso come saper rischiare. Coraggio inteso come voglia di lottare e di non darsi mai per vinti. Il coraggio implica anche valutare la situazione e prendersi le proprie responsabilità (ad es, il capitano di una squadra che in un momento di difficoltà decide di assumersi tutte le responsabilità e tira un calcio di rigore).

**c) Ambito scuola/lavoro – vita pubblica:**

- fedeltà intesa come la volontà da parte dell'individuo di non tradire la fiducia riposta in un collega/compagno di scuola; fiducia che eventualmente l'individuo ripone nel collega/compagno e che porta a sperare di non essere traditi;
- solidarietà come atteggiamento e scelta di restare uniti nei momenti di difficoltà. Cercare di rimediare agli errori degli altri e aiutarli a migliorare;
- sincerità verso i propri colleghi e compagni (ad es, dire le cose apertamente nel rispetto della sensibilità altrui, in modo da evitare e chiarire le incomprensioni);
- l'equivalente dell'amore in campo sportivo ma riferito alla vita lavorativa, scolastica e, più in generale, pubblica (ad es, l'amore verso i propri studi, l'amore verso una materia, l'amore verso la propria attività lavorativa);
- applicazione ed esercizio costante per ottenere dei risultati (ad es, lo studente che resta alzato tutta la notte per superare un esame oppure l'impiegato che rinuncia alla pausa pranzo per terminare in tempo utile il proprio lavoro);
- lealtà verso i propri compagni, verso i propri colleghi (ad es, lo studente che rifiuta di ottenere le risposte di un esame per non fare un torto agli altri oppure il lavoratore che non si prende tutti i meriti di un lavoro quando appartengono anche agli altri, ma li condivide con chi ha partecipato);

- mettersi a disposizione dei propri compagni e dei propri colleghi, cercando di aiutarli a risolvere i propri problemi (ad es, il ragazzo che aiuta il compagno di classe a svolgere un compito);
- rispetto nei confronti dei propri colleghi o compagni (ad es, rispettare il lavoro degli altri, rispettare le opinioni altrui, non voler prevaricare);
- cooperazione e collaborazione per il raggiungimento degli obiettivi. Egoismo e individualismo vengono messi da parte ed ogni singolo membro del gruppo riveste la sua importanza e la sua unicità (ad es, tutti i lavori in team oppure le gare scolastiche tra le varie classi dell'istituto, dove lo spirito di gruppo si fa sentire in contrapposizione alla squadra avversaria);
- adoperarsi per portare avanti le proprie idee, anche malgrado le resistenze culturali all'interno del mondo lavorativo o scolastico. Coraggio inteso come forza di volontà e voglia di ricercare l'innovazione. Capacità di reazione e rifiuto di essere inglobato da un sistema che non convince.

**d) Ambito delle relazioni affettive – vita privata:**

- fedeltà intesa come la base di tutti i rapporti sociali riguardanti la sfera amorosa secondo una concezione religiosa (ad esempio nella religione cristiana, è previsto che un uomo abbia una sola donna e viceversa quindi ci si aspetta fedeltà nei rapporti con il/la compagno/a, marito/moglie, fidanzata/fidanzato);
- atteggiamento empatico verso i membri del proprio gruppo di amici/familiari qualora uno di questi si trovasse in situazioni negative e dovesse affrontare le difficoltà della vita. Supporto morale per trasmettere la propria presenza all'altra persona;
- sincerità in campo sentimentale ma anche amicale (non raccontare bugie al proprio partner, se queste bugie sono dette solo per soddisfare propri capricci. Ad es, la bugia del ragazzo che dice alla ragazza di rimanere a casa, mentre invece esce con gli amici). Le cosiddette bugie a fin di bene rientrano nel valore "amore";
- amore come ricerca di un punto di incontro. Amore come rinuncia a un qualche cosa per il bene della persona amata (ad es, l'amore di un fidanzato che rinuncia a fumare per compiacere la ragazza, amore di una madre che rinuncia a comperare qualcosa per se per fare un regalo al figlio, amore di un fratello che rinuncia all'ultimo pezzo di torta per darlo alla sorella);
- sacrificio inteso come atto di autoprivazione al fine di rendere felice la persona amata (ad es, il sacrificio di un padre che lavora duramente per non far mancare niente al figlio);
- onestà nei rapporti con le persone della propria vita privata (ad es, la persona che rivela all'amico il tradimento della sua fidanzata);
- di matrice simile al sacrificio ma meno radicale. Nei rapporti interpersonali l'altruismo si manifesta con piccole azioni (ad es, il figlio che aiuta i genitori nelle faccende di casa, l'amico che si offre di fare un favore);
- rispetto sia nei rapporti di coppia sia all'interno di nuclei più ampi, come la famiglia (ad es, la famiglia che rispetta le scelte del figlio, il fidanzato che non approfitta della propria forza per prevaricare sulla fidanzata);
- spirito di gruppo inteso come senso di appartenenza ad un nucleo familiare. Importanza della famiglia, della coppia e delle relazioni di parentela (ad es, le gite familiari organizzate per stare tutti insieme, i momenti di incontro con i parenti, quali i festeggiamenti per le ricorrenze ecc.);

- coraggio inteso come forza interiore, capacità di superare i momenti di difficoltà ed i problemi senza lasciarsi abbattere (ad es, il coraggio nell'affrontare una malattia, il coraggio nel riuscire a venire fuori da una situazione economica negativa, il coraggio nel fare propri i problemi di chi ci sta a fianco e fungere da supporto morale per aiutarlo a superare i momenti negativi).

## GIUDIZIO DI VALORE

Ogni comportamento che consegue l'adozione di un valore ne trasmette l'accettazione positiva e assoluta oppure la sua totale negazione. Il valore di riferimento può quindi essere interpretato in modo positivo o negativo, secondo la descrizione seguente:

- **POSITIVO:** il valore viene trattato positivamente se la situazione mette in luce la validità, l'intensità e la forza del valore stesso. Il messaggio che arriva al destinatario è che il comportamento presentato nella scena in questione deve essere preso come esempio di comportamento corretto e ineccepibile (ad es, il coraggio di sacrificare qualcosa di se per il bene di qualcun'altro, la fedeltà del fidanzato/a che non cede alle tentazioni, la scelta di collaborare col gruppo e mettere da parte i propri egoismi).
- **NEGATIVO:** il valore viene trattato negativamente quando viene rappresentato un comportamento o un'azione che va contro i principi del valore stesso. In questo caso l'obiettivo è di far capire al destinatario la scorrettezza del comportamento tramite la violazione del valore da parte dei protagonisti. Il valore in se conserva sempre la sua connotazione positiva, mentre il contesto in cui viene rappresentato è appositamente negativo, proprio per permettere al destinatario di riflettere su ciò che sta osservando e capire da solo l'importanza di adottare un comportamento in antitesi con quanto viene rappresentato (ad es, il marito che tradisce la moglie senza pentirsi, la persona che non è sincera col proprio amico/a, la persona svogliata che non è disposta ad impegnarsi per raggiungere i risultati, l'egoismo e l'individualismo di chi non fa spirito di squadra).

## UNITA' DI MISURA

- **NUMERO ARTICOLI:** è stato computato il numero di articoli in cui sono stati rappresentati i valori trattati;
- **SUPERFICIE ARTICOLI:** è stata calcolata l'area occupata da ogni articolo misurando la superficie in cm<sup>2</sup>;

## POSIZIONAMENTO

Un'altra variabile considerata è stata la posizione scelta per pubblicare l'articolo in esame. A questo fine si sono rilevate due modalità:

- posizione all'interno del quotidiano, rilevando il numero della pagina di pubblicazione;
- posizione nella pagina, rilevando se l'articolo è stato pubblicato in alto al centro o in basso della pagina.

### 3. I dati

**Tabella 1a: Presenza valori.** Monitoraggio carta stampata.

Il Piccolo" - "Il Gazzettino" - "Messaggero veneto"

Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

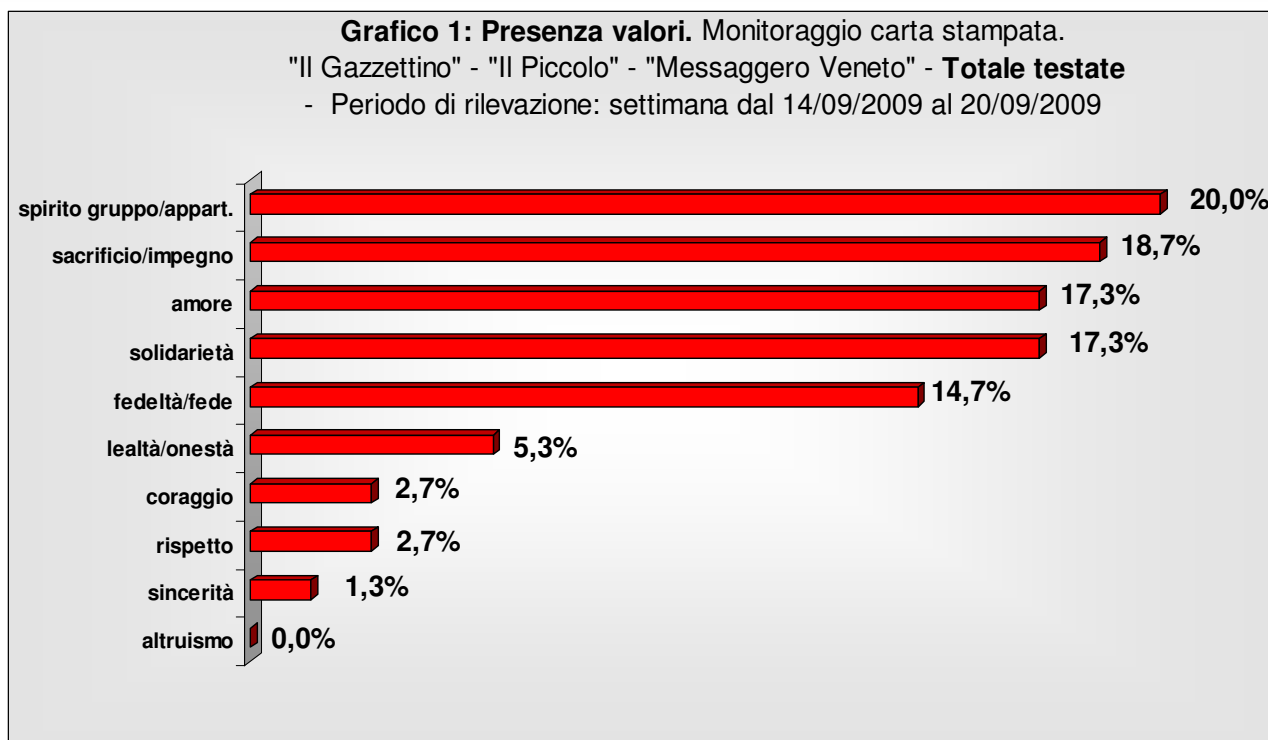
Valori	Il Gazzettino		Il Piccolo		Messaggero Veneto		Totale	
	V.A.	% colonna	V.A.	% colonna	V.A.	% colonna	V.A.	% colonna
altruismo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
amore	4	18,2%	3	15,0%	6	18,2%	13	17,3%
coraggio	1	4,5%	1	5,0%	0	0,0%	2	2,7%
fedeltà/fede	3	13,6%	1	5,0%	7	21,2%	11	14,7%
lealtà/onestà	0	0,0%	4	20,0%	0	0,0%	4	5,3%
rispetto	1	4,5%	1	5,0%	0	0,0%	2	2,7%
sacrificio/impegno	5	22,7%	4	20,0%	5	15,2%	14	18,7%
sincerità	0	0,0%	0	0,0%	1	3,0%	1	1,3%
solidarietà	5	22,7%	4	20,0%	4	12,1%	13	17,3%
spirito gruppo/appart.	3	13,6%	2	10,0%	10	30,3%	15	20,0%
<b>Totale</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>	<b>20</b>	<b>100,0%</b>	<b>33</b>	<b>100,0%</b>	<b>75</b>	<b>100,0%</b>

**Tabella 1b: Presenza valori.** Monitoraggio carta stampata.

Il Piccolo" - "Il Gazzettino" - "Messaggero veneto"

Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Valori	Il Gazzettino		Il Piccolo		Messaggero Veneto		Totale	
	V.A.	% riga	V.A.	% riga	V.A.	% riga	V.A.	% riga
altruismo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	100,0%
amore	4	30,8%	3	23,1%	6	46,2%	13	100,0%
coraggio	1	50,0%	1	50,0%	0	0,0%	2	100,0%
fedeltà/fede	3	27,3%	1	9,1%	7	63,6%	11	100,0%
lealtà/onestà	0	0,0%	4	100,0%	0	0,0%	4	100,0%
rispetto	1	50,0%	1	50,0%	0	0,0%	2	100,0%
sacrificio/impegno	5	35,7%	4	28,6%	5	35,7%	14	100,0%
sincerità	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	1	100,0%
solidarietà	5	38,5%	4	30,8%	4	30,8%	13	100,0%
spirito gruppo/appart.	3	20,0%	2	13,3%	10	66,7%	15	100,0%
<b>Totale</b>	<b>22</b>	<b>29,3%</b>	<b>20</b>	<b>26,7%</b>	<b>33</b>	<b>44,0%</b>	<b>75</b>	<b>100,0%</b>



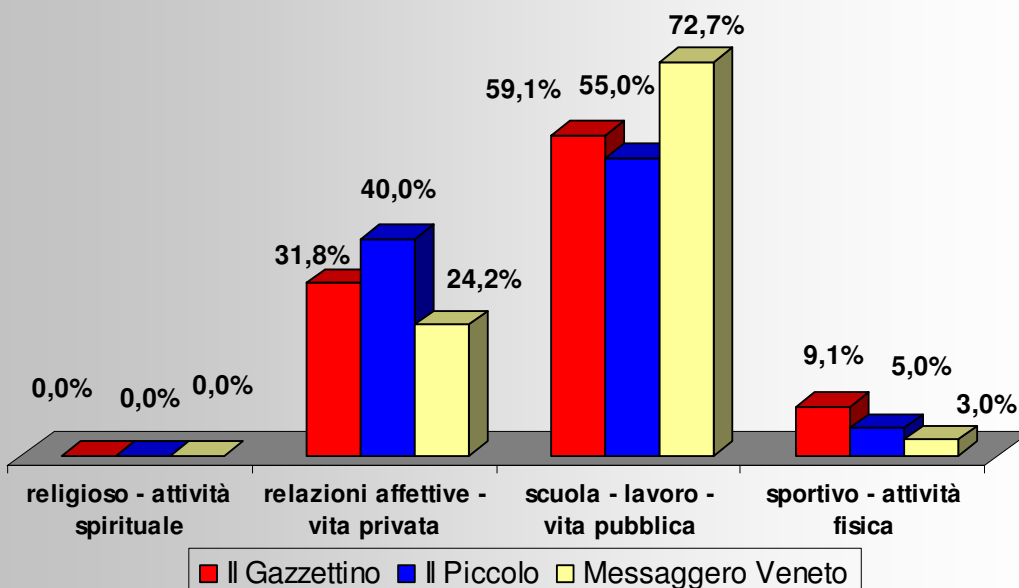
**Tabella 2: Ambiti trattazione valori.** Monitoraggio carta stampata.

"Il Piccolo" - "Il Gazzettino" - "Messaggero veneto"

Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

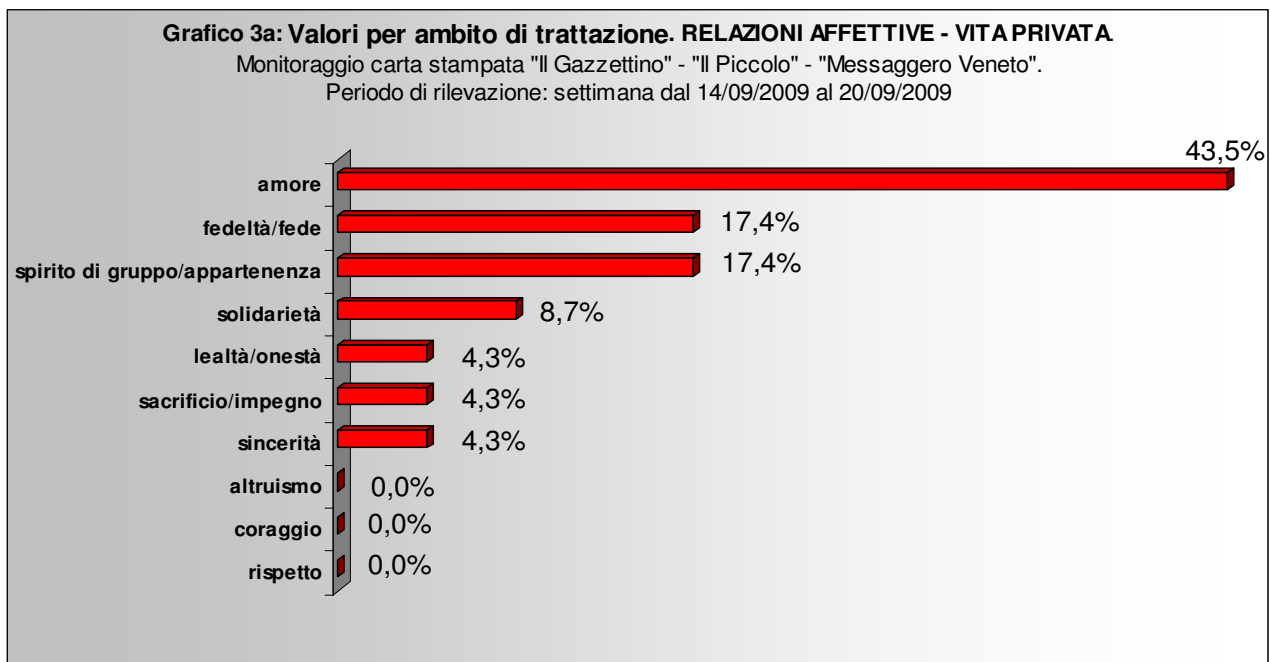
Ambito di trattazione	Il Gazzettino		Il Piccolo		Messaggero Veneto		Totale	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
religioso - attività spirituale	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
relazioni affettive - vita privata	7	31,8%	8	40,0%	8	24,2%	23	30,7%
scuola - lavoro - vita pubblica	13	59,1%	11	55,0%	24	72,7%	48	64,0%
sportivo - attività fisica	2	9,1%	1	5,0%	1	3,0%	4	5,3%
<b>Totale</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>	<b>20</b>	<b>100,0%</b>	<b>33</b>	<b>100,0%</b>	<b>75</b>	<b>100,0%</b>

**Grafico 2: Distribuzione ambiti di trattazione valori. Monitoraggio carta stampata**  
 "Il Gazzettino"- "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
 Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



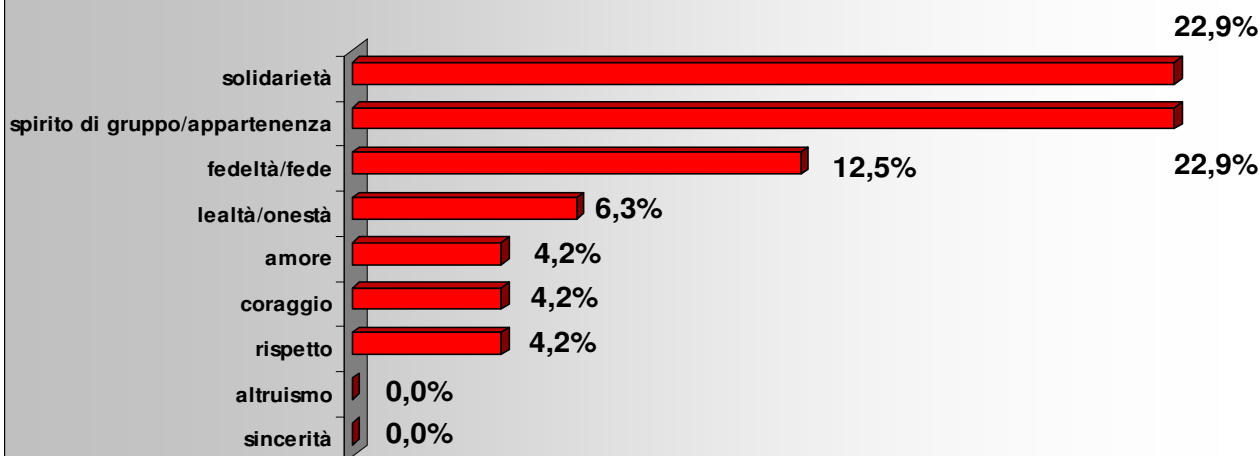
**Tabella 3: Ambiti trattazione valori.** Monitoraggio carta stampata.  
Il Piccolo" - "Il Gazzettino" - "Messaggero veneto"  
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Valori	Ambiti di trattazione							
	religioso - attività spirituale		relazioni affettive - vita privata		scuola - lavoro - vita pubblica		sportivo - attività fisica	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
altruismo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
amore	0	0,0%	10	43,5%	2	4,2%	1	25,0%
coraggio	0	0,0%	0	0,0%	2	4,2%	0	0,0%
fedeltà/fede	0	0,0%	4	17,4%	6	12,5%	1	25,0%
lealtà/onestà	0	0,0%	1	4,3%	3	6,3%	0	0,0%
rispetto	0	0,0%	0	0,0%	2	4,2%	0	0,0%
sacrificio/impegno	0	0,0%	1	4,3%	11	22,9%	2	50,0%
sincerità	0	0,0%	1	4,3%	0	0,0%	0	0,0%
solidarietà	0	0,0%	2	8,7%	11	22,9%	0	0,0%
spirito di gruppo/appartenenza	0	0,0%	4	17,4%	11	22,9%	0	0,0%
<b>Totale</b>	<b>0</b>	<b>100,0%</b>	<b>23</b>	<b>100,0%</b>	<b>48</b>	<b>100,0%</b>	<b>4</b>	<b>100,0%</b>



**Grafico 3b: Valori per ambito di trattazione. SCUOLA - LAVORO - VITA PUBBLICA**

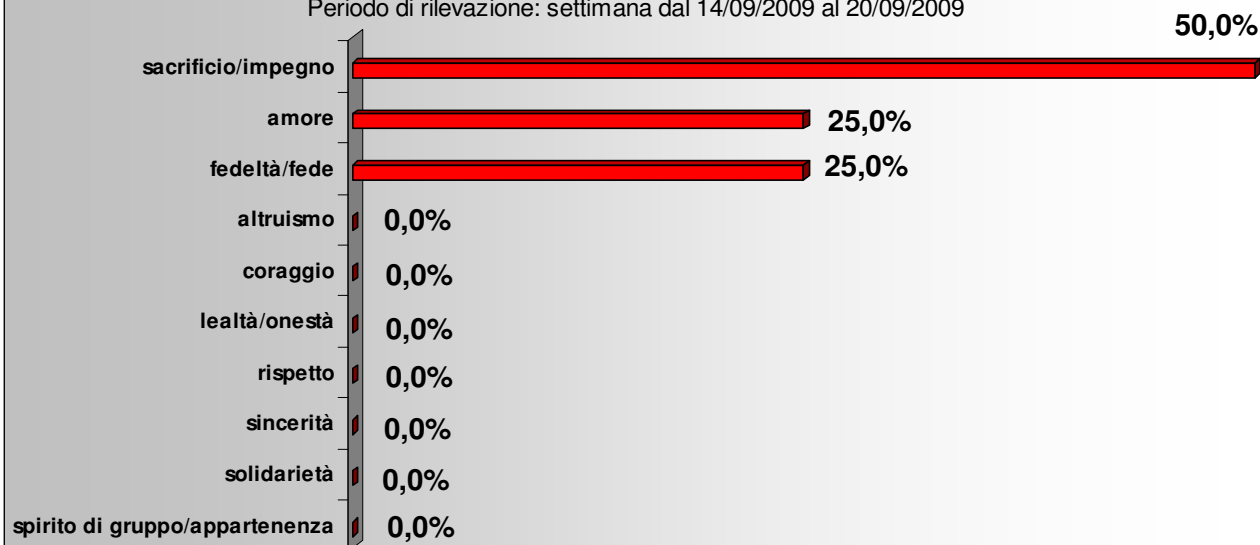
Monitoraggio carta stampata. "Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto". Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



**Grafico 3c: Valori per ambito di trattazione. SPORTIVO - ATTIVITA' FISICA**

Monitoraggio carta stampata. "Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto".

Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



**Tabella 4: Giudizio sui valori per testata.** Monitoraggio carta stampata.

"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"

Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Testata	Giudizio					
	negativo		positivo		Totale	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Il Gazzettino	2	28,6%	20	29,4%	22	100,0%
Il Piccolo	4	57,1%	16	23,5%	20	100,0%
Messaggero Veneto	1	14,3%	32	47,1%	33	100,0%
<b>Totale</b>	7	100,0%	68	100,0%	75	100,0%

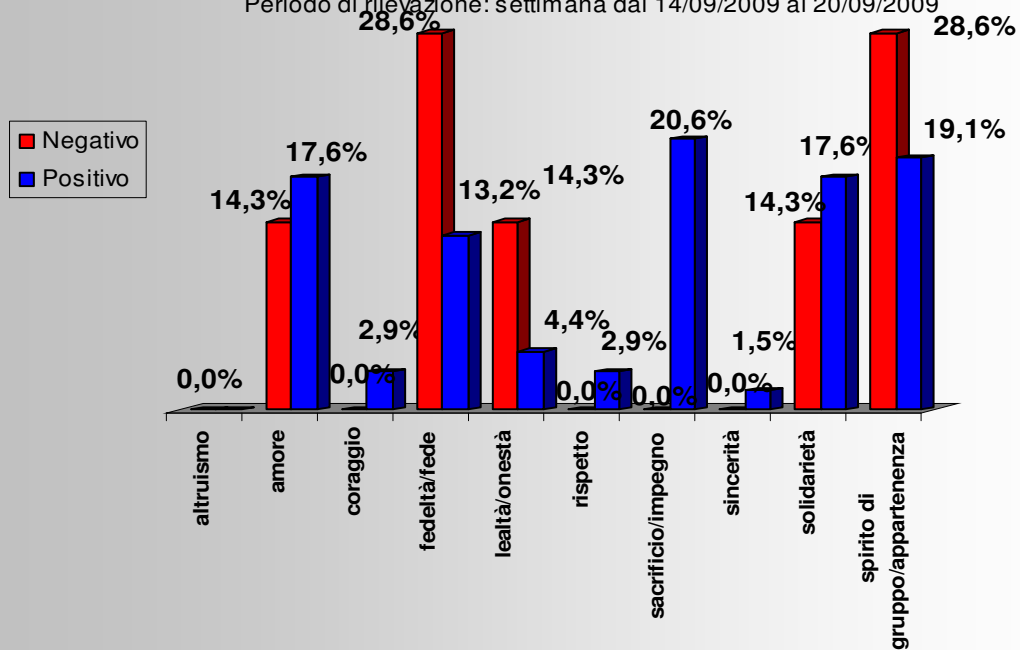
**Tabella 5: Giudizio sui valori.** Monitoraggio carta stampata.

"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"

Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

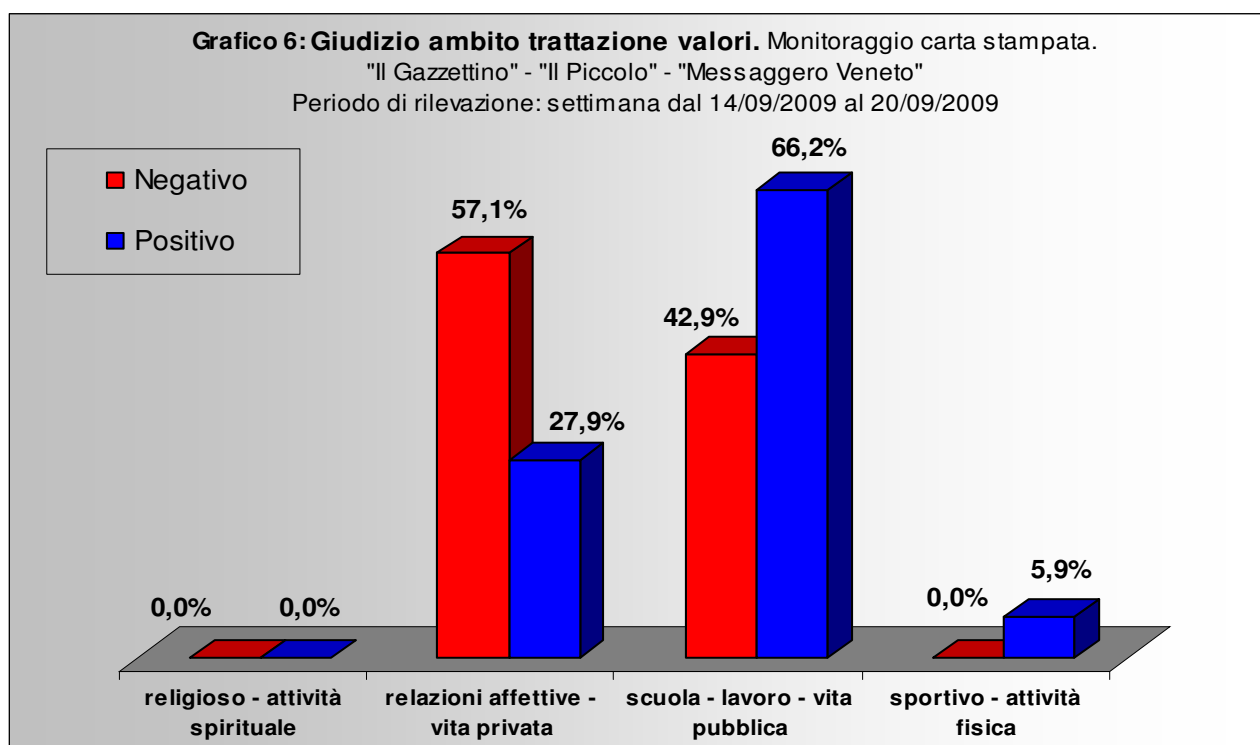
Valori	Giudizio					
	negativo		positivo		Totale	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
altruismo	0	0,0%	0	0,0%	0	100,0%
amore	1	14,3%	12	17,6%	13	100,0%
coraggio	0	0,0%	2	2,9%	2	100,0%
fedeltà/fede	2	28,6%	9	13,2%	11	100,0%
lealtà/onestà	1	14,3%	3	4,4%	4	100,0%
rispetto	0	0,0%	2	2,9%	2	100,0%
sacrificio/impegno	0	0,0%	14	20,6%	14	100,0%
sincerità	0	0,0%	1	1,5%	1	100,0%
solidarietà	1	14,3%	12	17,6%	13	100,0%
spirito di gruppo/appartenenza	2	28,6%	13	19,1%	15	100,0%
<b>Totale</b>	7	100,0%	68	100,0%	75	100,0%

**Grafico 5: Giudizio sui valori.** Monitoraggio carta stampata.  
"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



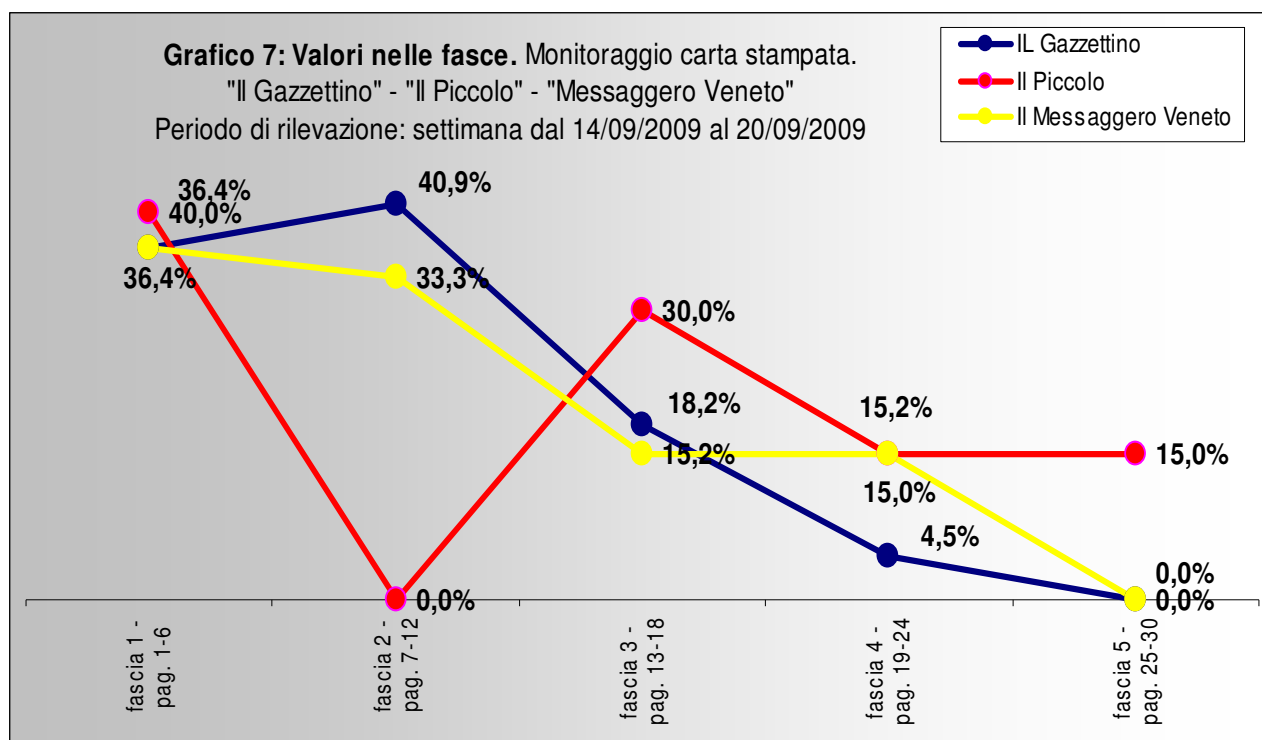
**Tabella 6: Giudizio ambito trattazione valori.** Monitoraggio carta stampata  
"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Ambito di trattazione	Giudizio				Totale V.A.
	Negativo		Positivo		
	V.A.	%	V.A.	%	
religioso - attività spirituale	0	0,0%	0	0,0%	<b>0</b>
relazioni affettive - vita privata	4	57,1%	19	27,9%	<b>23</b>
scuola - lavoro - vita pubblica	3	42,9%	45	66,2%	<b>48</b>
sportivo - attività fisica	0	0,0%	4	5,9%	<b>4</b>
<b>Totale complessivo</b>	<b>7</b>	<b>100,0%</b>	<b>68</b>	<b>100,0%</b>	<b>75</b>



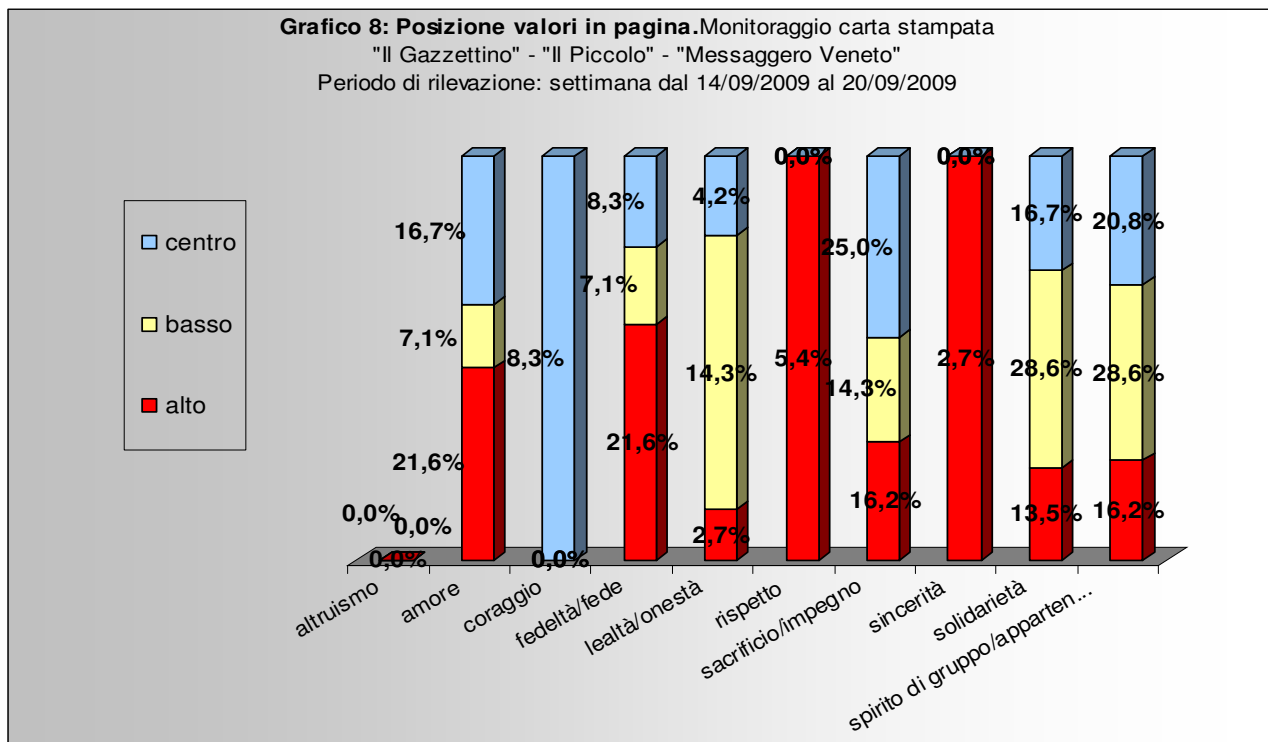
**Tabella 7: Valori per fascia di pagine.** Monitoraggio carta stampata  
"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto".  
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Fasce	Testate					
	Il Gazzettino		Il Piccolo		Messaggero Veneto	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
fascia 1 - pag. 1-6	8	36,4%	8	40,0%	12	36,4%
fascia 2 - pag. 7-12	9	40,9%	0	0,0%	11	33,3%
fascia 3 - pag. 13-18	4	18,2%	6	30,0%	5	15,2%
fascia 4 - pag. 19-24	1	4,5%	3	15,0%	5	15,2%
fascia 5 - pag. 25-30	0	0,0%	3	15,0%	0	0,0%
<b>Totale</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>	<b>20</b>	<b>100,0%</b>	<b>33</b>	<b>100,0%</b>



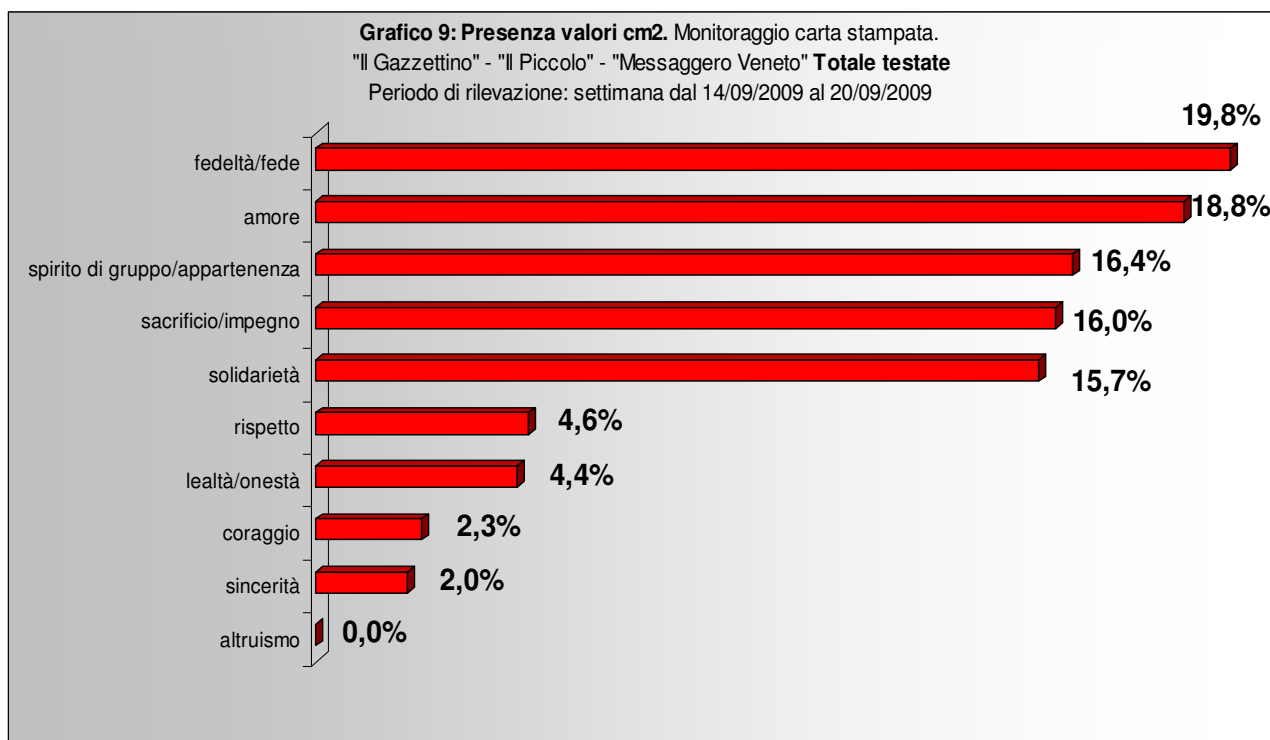
**Tabella 8: Posizione valori in pagina.** Monitoraggio carta stampata  
Il Gazzettino - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Valori	Posizione nella pagina							
	Alto		Basso		Centro		Totale	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
altruismo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	<b>0,0%</b>
amore	8	21,6%	1	7,1%	4	16,7%	13	<b>17,3%</b>
coraggio	0	0,0%	0	0,0%	2	8,3%	2	<b>2,7%</b>
fedeltà/fede	8	21,6%	1	7,1%	2	8,3%	11	<b>14,7%</b>
lealtà/onestà	1	2,7%	2	14,3%	1	4,2%	4	<b>5,3%</b>
rispetto	2	5,4%	0	0,0%	0	0,0%	2	<b>2,7%</b>
sacrificio/impegno	6	16,2%	2	14,3%	6	25,0%	14	<b>18,7%</b>
sincerità	1	2,7%	0	0,0%	0	0,0%	1	<b>1,3%</b>
solidarietà	5	13,5%	4	28,6%	4	16,7%	13	<b>17,3%</b>
spirito di gruppo/appartenenza	6	16,2%	4	28,6%	5	20,8%	15	<b>20,0%</b>
<b>Totale</b>	<b>37</b>	<b>100,0%</b>	<b>14</b>	<b>100,0%</b>	<b>24</b>	<b>100,0%</b>	<b>75</b>	<b>100,0%</b>

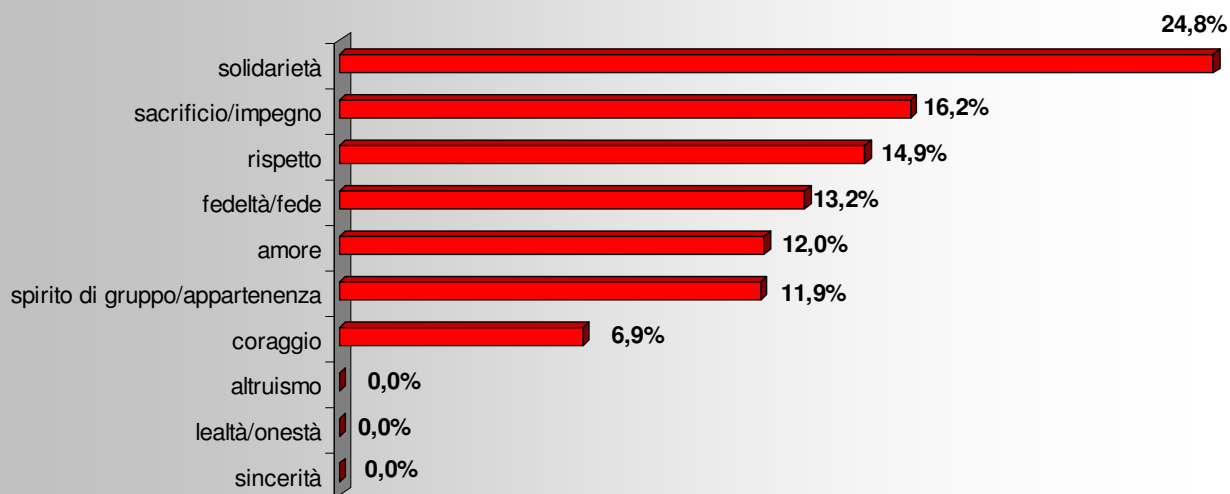


**Tabella 9: Presenza valori in cm<sup>2</sup>. Monitoraggio carta stampata.**  
 Il Piccolo" - "Il Gazzettino" - "Messaggero veneto"  
 Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

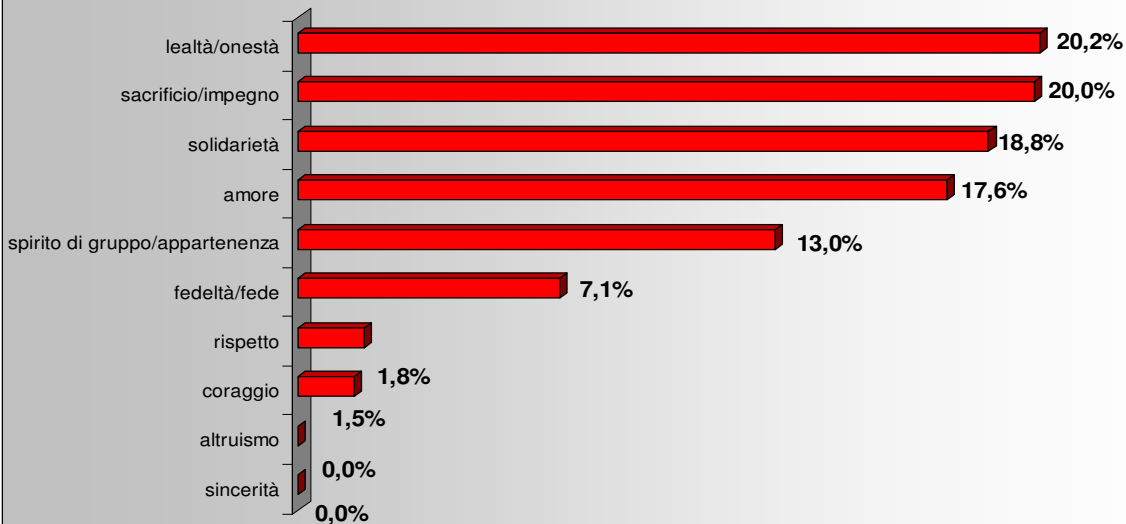
Valori	Testate						Superficie cm2	
	Il Gazzettino		Il Piccolo		Messaggero Veneto		Totale	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
altruismo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
amore	973	12,0%	1092	17,6%	3297	23,1%	5362	18,8%
coraggio	558	6,9%	94	1,5%	0	0,0%	652	2,3%
fedeltà/fede	1066	13,2%	440	7,1%	4148	29,1%	5654	19,8%
lealtà/onestà	0	0,0%	1248	20,2%	0	0,0%	1248	4,4%
rispetto	1204	14,9%	111	1,8%	0	0,0%	1315	4,6%
sacrificio/impegno	1308	16,2%	1239	20,0%	2025	14,2%	4572	16,0%
sincerità	0	0,0%	0	0,0%	563	4,0%	563	2,0%
solidarietà	2002	24,8%	1162	18,8%	1303	9,1%	4467	15,7%
spirito di gruppo/appartenenza	965	11,9%	803	13,0%	2911	20,4%	4679	16,4%
<b>Totale</b>	<b>8076</b>	<b>100,0%</b>	<b>6189</b>	<b>100,0%</b>	<b>14247</b>	<b>100,0%</b>	<b>28512</b>	<b>100,0%</b>



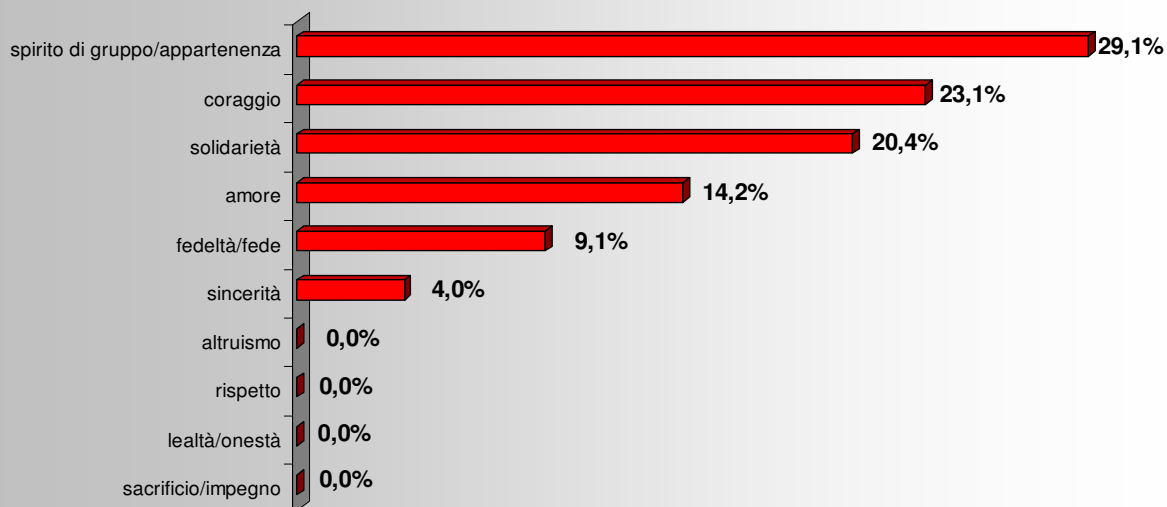
**Grafico 9a: Presenza valori cm2. Monitoraggio carta stampata. "Il Gazzettino"**  
 Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



**Grafico 9b: Presenza valori cm2. Monitoraggio carta stampata. "Il Piccolo"**  
 Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



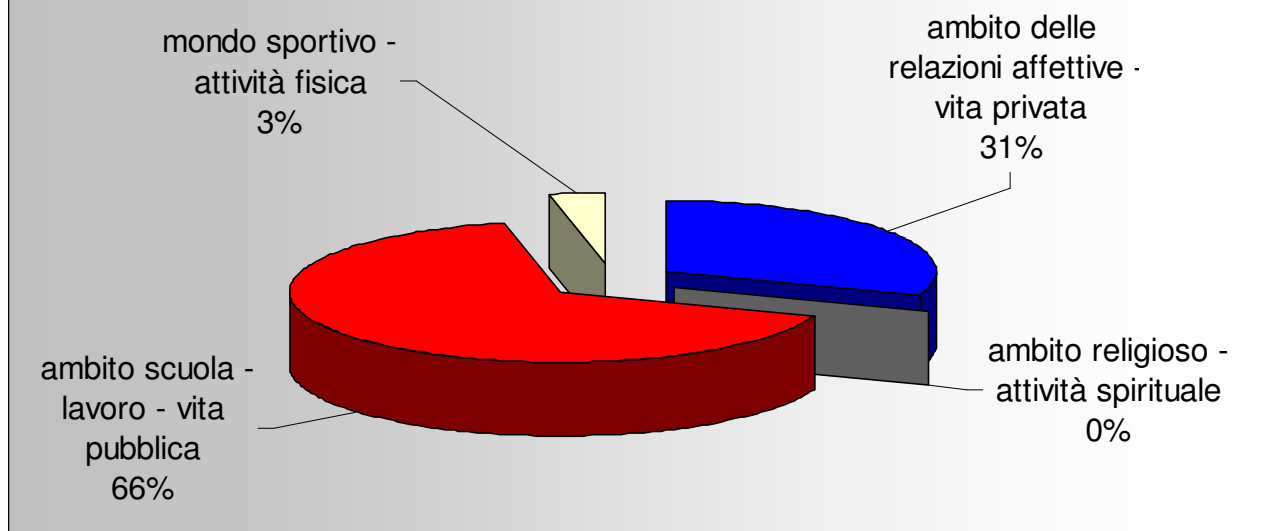
**Grafico 9c: Presenza valori.** Monitoraggio carta stampata. "Messaggero Veneto"  
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



**Tabella 10: Superficie degli ambiti di trattazione valori.** Monitoraggio carta stampata.  
"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
Periodo di rilevazione: dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Ambito di trattazione	superficie in cm <sup>2</sup>	
	V.A.	%
relazioni affettive - vita privata	8721	30,6%
religioso - attività spirituale	0	0,0%
scuola - lavoro - vita pubblica	18856	66,1%
sportivo - attività fisica	935	3,3%
<b>totale</b>	<b>28512</b>	<b>100,0%</b>

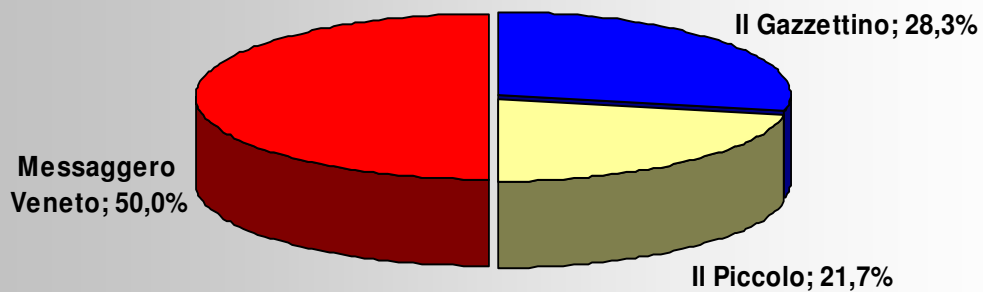
**Grafico 10: Superficie degli ambiti di trattazione valori in cm<sup>2</sup>.** Monitoraggio carta stampata. "Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
Periodo di rilevazione: settimana da 14/09/2009 al 20/09/2009



**Tabella 11: Superficie valori.** Monitoraggio carta stampata  
"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
Periodo di rilevazione: dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Testate	superficie in cm <sup>2</sup>	
	V.A.	%
Il Gazzettino	8076	28,3%
Il Piccolo	6189	21,7%
Messaggero Veneto	14247	50,0%
<b>Totale</b>	<b>28512</b>	<b>100,0%</b>

**Grafico 11: Superficie totale valori. Monitoraggio carta stampata**  
"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
Periodo di rilevazione: settimana da 14/09/2009 a 20/09/2009



**Tabella 12a: Presenza valori.** Monitoraggio carta stampata.

Il Piccolo - "Il Gazzettino" - "Messaggero veneto"

Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Valori	Il Gazzettino		Il Piccolo		Messaggero Veneto		Totale	
	cm2	% colonna	cm2	% colonna	cm2	% colonna	cm2	% colonna
altruismo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
amore	973	18,2%	1092	17,6%	3297	23,1%	5362	18,8%
coraggio	558	6,9%	94	1,5%	0	0,0%	652	2,3%
fedeltà/fede	1066	13,2%	440	7,1%	4148	29,1%	5654	19,8%
lealtà/onestà	0	0,0%	1248	20,2%	0	0,0%	1248	4,4%
rispetto	1204	14,9%	111	1,8%	0	0,0%	1315	4,6%
sacrificio/impegno	1308	16,2%	1239	20,0%	2025	14,2%	4572	16,0%
sincerità	0	0,0%	0	0,0%	563	4,0%	563	2,0%
solidarietà	2002	24,8%	1162	18,8%	1303	9,1%	4467	15,7%
spirito gruppo/appart.	965	11,9%	803	13,0%	2911	20,4%	4679	16,4%
<b>Totale</b>	<b>8076</b>	<b>100,0%</b>	<b>6189</b>	<b>100,0%</b>	<b>14247</b>	<b>100,0%</b>	<b>28512</b>	<b>100,0%</b>

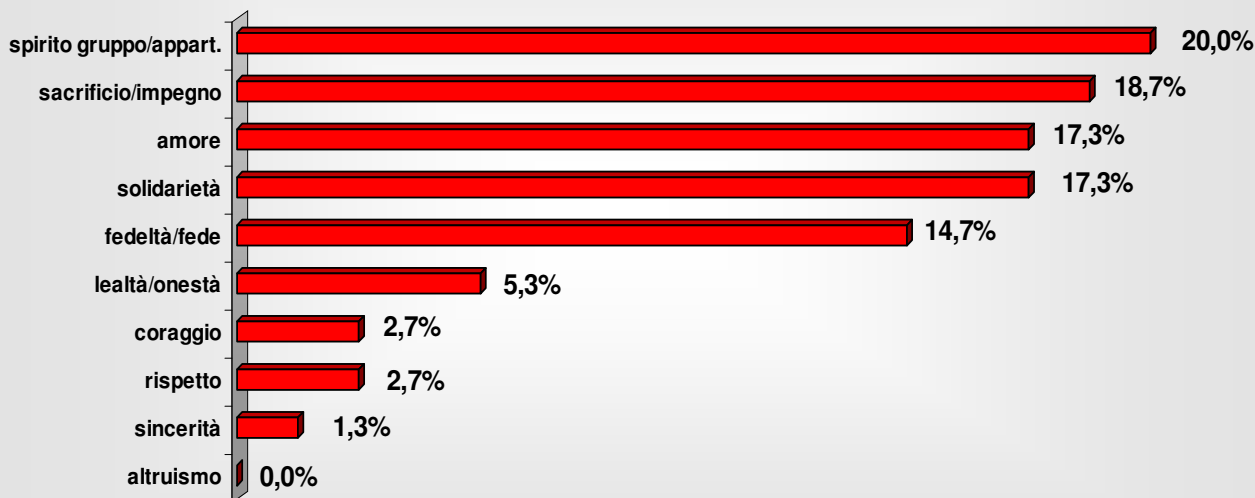
**Tabella 12b: Presenza valori.** Monitoraggio carta stampata.

Il Piccolo - "Il Gazzettino" - "Messaggero veneto"

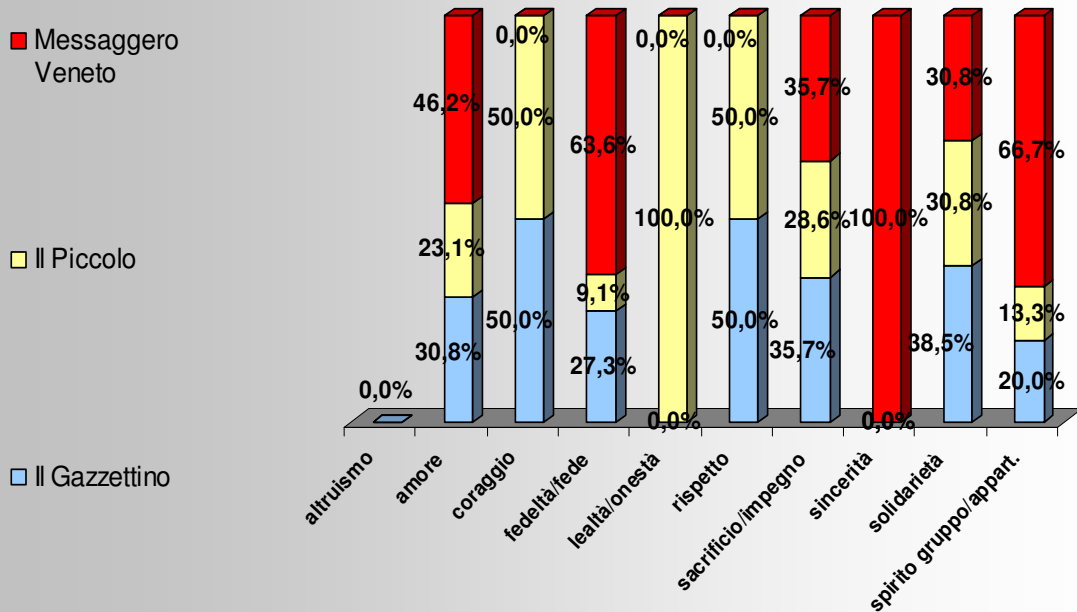
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009

Valori	Il Gazzettino		Il Piccolo		Messaggero Veneto		Totale	
	cm2	% riga	cm2	% riga	cm2	% riga	cm2	% riga
altruismo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	100,0%
amore	973	18,1%	1092	20,4%	3297	61,5%	5362	100,0%
coraggio	558	85,6%	94	14,4%	0	0,0%	652	100,0%
fedeltà/fede	1066	18,9%	440	7,8%	4148	73,4%	5654	100,0%
lealtà/onestà	0	0,0%	1248	100,0%	0	0,0%	1248	100,0%
rispetto	1204	91,6%	111	8,4%	0	0,0%	1315	100,0%
sacrificio/impegno	1308	28,6%	1239	27,1%	2025	44,3%	4572	100,0%
sincerità	0	0,0%	0	0,0%	563	100,0%	563	100,0%
solidarietà	2002	44,8%	1162	26,0%	1303	29,2%	4467	100,0%
spirito gruppo/appart.	965	20,6%	803	17,2%	2911	62,2%	4679	100,0%
<b>Totale</b>	<b>8076</b>	<b>28,3%</b>	<b>6189</b>	<b>21,7%</b>	<b>14247</b>	<b>50,0%</b>	<b>28512</b>	<b>100,0%</b>

**Grafico 12: Presenza valori.** Monitoraggio carta stampata.  
"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto"  
**Totale superficie in cm2 sulle testate**  
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



**Grafico 12bis: Distribuzione valori nelle testate.** Monitoraggio carta stampata.  
"Il Gazzettino" - "Il Piccolo" - "Messaggero Veneto".  
Periodo di rilevazione: settimana dal 14/09/2009 al 20/09/2009



## 4. Analisi qualitativa

Dopo l'indagine volta a rilevare i valori veicolati dalle emittenti televisive del Friuli Venezia Giulia nella loro fascia a protezione rafforzata (dalle 16.00 alle 19.00), ossia in quelle ore durante le quali è possibile che i bambini guardino la televisione senza la presenza di adulti, il Corecom FVG ha creduto interessante svolgere un'analisi parallela sulla carta stampata. La griglia dei valori enucleati è la medesima, ma sensibilmente diverse sono le modalità e le finalità dell'osservazione, determinate dalla stessa natura differente della comunicazione a mezzo stampa. Sono state prese in esame tre tra le più diffuse testate quotidiane della Regione FVG: "Il Gazzettino", "Il Piccolo" ed il "Messaggero Veneto", nella settimana dal 14 al 20 settembre 2009, indagata anche a proposito del monitoraggio relativo alla tutela dei minori.

### I valori veicolati

Le tre testate si differenziano – e la differenza è più marcata contrapponendo "Il Piccolo" di Trieste che si occupa prevalentemente della cronaca relativa alle province di Trieste e Gorizia, alle due testate che trattano delle province di Udine e Pordenone – a proposito dello spazio dedicato a certi valori rispetto ad altri. Mediamente il valore più rappresentato è quello che è stato catalogato come "spirito di gruppo/appartenenza", cui si riferisce ben il 20% (15 su 75) di tutti gli articoli selezionati. La distanza tra le linee editoriali si manifesta alla luce del dato che, tra questi 15 articoli, addirittura 10 (66,6%) sono stati pubblicati dal "Messaggero Veneto".

Si tratta di un dato molto significativo, che sembra indicarci con chiarezza quali siano le scelte editoriali di questo quotidiano, che dedica molte pagine (ed un inserto) alla cronaca locale, anche molto minuziosa, con sezioni specifiche per ogni area geografica del territorio friulano: esso si propone, in qualche maniera, di raccontare la vita delle comunità, rappresentando una voce del mondo friulano.

"Il Gazzettino", che pure si rivolge allo stesso pubblico potenziale, da quanto emerge nella settimana analizzata, predilige altri temi: i valori di cui si fa promotore sono, con maggior frequenza, quelli della "solidarietà" e del "sacrificio/impegno", che costituiscono ciascuno il 22,7% della cronaca. Lo "spirito di gruppo/appartenenza" connota il 13,6% dei contenuti de "Il Gazzettino", mentre sul "Messaggero Veneto" il dato sale al 30,3%. La distanza appare ancora più evidente a proposito della "solidarietà", che su "Il Gazzettino", come già ricordato, occupa il 22,7% dei servizi, ma solo il 12,1% sul "Messaggero Veneto". Un dato comune ad entrambe le testate è, invece, quello dell'"amore", che costituisce il 18,2% dei contenuti di entrambi i quotidiani.

Confrontando complessivamente le testate analizzate, si possono osservare delle differenze notevoli. Il quotidiano di Trieste tratta nella stessa percentuale (ciascuno il 20%) i seguenti valori: la "solidarietà", il "sacrificio/impegno" e la "lealtà/onestà", valore quest'ultimo non presente, nella nostra indagine, nelle pagine delle altre due testate. Seguono l'amore (15%) e lo spirito di gruppo/appartenenza (10%), con percentuali inferiori rispetto ai giornali del Friuli. Per quanto riguarda il tema della fede/fedeltà (5% su "Il Piccolo"; 13,6% su "Il Gazzettino" e 21,2% su "Il Messaggero Veneto") potrebbe essere rappresentativo di una linea editoriale ed è forse possibile dedurre che il quotidiano del capoluogo regionale predilige temi di portata generale, antepoendo la "società" alla "comunità".

La somma dei dati rilevati sulle tre testate ci dice che i temi maggiormente seguiti sono quelli caricati di uno spirito di coesione sociale: 20% "spirito di gruppo/appartenenza", 18,7% "sacrificio/impegno", 17,3% per "amore" e "solidarietà", 14,7% fede/fedeltà. La linea editoriale de "Il Piccolo", che differisce rispetto alle altre due per le ragioni precedentemente esposte, è tuttavia affine a quella de "Il Gazzettino" per un atteggiamento di maggiore equilibrio, mentre il "Messaggero Veneto" sembra polarizzare i suoi interessi in chiave decisamente emotiva; ne è dimostrazione anche il fatto che, su 75 articoli connotati per contenuto emotivo/valoriale presi in esame, ben 33 (il 44%) sono tratti dal "Messaggero Veneto".

Oltre al computo dei servizi con contenuti valoriali, si è creduto utile conteggiare anche lo spazio che essi hanno occupato sulle pagine dei giornali, comprendendo nel calcolo dell'area i titoli e le fotografie: sono state riscontrate alcune differenze oggettivamente rilevanti. Il valore maggiormente rappresentato, in quest'ottica, risulta essere la "fede/fedeltà" (19,8%), seguita dall'"amore" (18,8%), dallo "spirito di gruppo/appartenenza" (16,4%), dal "sacrificio/impegno" (16%) e dalla "solidarietà" (15,7%).

L'analisi disaggregata dei giornali rivela però delle significative divergenze: sul "Messaggero Veneto" lo "spirito di gruppo/appartenenza" è il primo valore con il 29,1% (su "Il Piccolo" è al 13%, su "Il Gazzettino" appena all'11,9%).

Su "Il Gazzettino" il primo valore è invece la "solidarietà" (24,8%). Risalta il fatto che su "Il Gazzettino" è notevole la differenza tra il primo ed il secondo valore, cioè tra la "solidarietà" e il "sacrificio/impegno" (16,2%).

La differenza è minore sul “Messaggero Veneto” (secondo valore è il “coraggio” – che sulle altre testate, specialmente su “Il Piccolo”, è marginale – al 23,1%), e minima su “Il Piccolo”, che si conferma piuttosto equilibrato: il “sacrificio/impegno” è al 20% ed il terzo valore, la “solidarietà”, è al 18,8%. Va assolutamente sottolineato che il valore cui “Il Piccolo” dedica uno spazio maggiore è la “lealtà/onestà”, del quale invece su “Il Gazzettino” e su il “Messaggero Veneto” non c’è alcuno spazio.

Non si può non dedicare una riflessione anche alle superfici totali prese in considerazione su ogni testata: l’area esaminata su il “Messaggero Veneto” è più che doppia di quella su “Il Piccolo” (14247 contro 6189 cm<sup>2</sup>) e di molto maggiore a quella dello stesso “Il Gazzettino” (8076 cm<sup>2</sup>). Il che vuol dire che la metà della nostra indagine è stata effettuata su articoli tratti dal “Messaggero Veneto”, che evidentemente punta molto più degli altri a presentare le notizie – almeno alcune notizie - con il massimo risalto. Per quanto riguarda il valore maggiormente rappresentato da tutte le testate, ossia lo “spirito di gruppo/appartenenza”, si rileva la seguente distribuzione degli articoli: “Il Gazzettino” vi ha dedicato 965 cm<sup>2</sup>, “Il Piccolo” 803 cm<sup>2</sup> e il “Messaggero Veneto” 2911 cm<sup>2</sup>, pari al 62,2% del totale.

### **Ambiti di trattazione dei valori**

I dieci valori considerati sono stati esaminati anche alla luce del contesto in cui sono stati trattati. A tal fine si è ritenuto, come già descritto nella nota metodologica, di evidenziare quattro ambiti all’interno dei quali questi valori sono stati promossi: “religioso e dell’attività spirituale”, “delle relazioni affettive e della vita privata”, “della scuola, del lavoro e della vita pubblica” e “sportivo e dell’attività fisica”.

L’area della vita spirituale rappresenta il fanalino di coda in quest’analisi valoriale. Il 64% degli articoli si è sviluppato nell’ambito della vita pubblica, dato tutto sommato prevedibile trattandosi di cronaca. La metà di questi articoli (50%) è tratta, ancora una volta, dal “Messaggero Veneto”, che dedica ben il 72,7% dei suoi servizi a quest’ambito. Tutte e tre le testate si concentrano nettamente su questo fronte, ma con sensibili differenze: per “Il Gazzettino” esso costituisce il 59,1%, per “Il Piccolo” solo il 55%. L’ambito dello sport risulta nettamente marginale, ma “Il Gazzettino” vi dedica più attenzione degli altri: 9,1% (5% “Il Piccolo”, solo il 3% il “Messaggero Veneto”). Aggregando questo dato a quello della scuola, del lavoro e della vita pubblica, aumenta la distanza tra “Il Piccolo” e le testate friulane, che tuttavia tra loro si distinguono in maniera significativa.

Interessante risulta anche l’analisi che descrive quali sono i valori trattati nei diversi ambiti di vita. La “vita privata” – senza grandi sorprese - è caratterizzata dalla spiccata prevalenza dell’“amore” (43,5%), seguito dalla “fede/fedeltà” e dallo “spirito di gruppo” (probabilmente più nell’accezione di senso d’appartenenza), entrambi al 17,4%. La “solidarietà” è un dato intermedio (8,7%), gli altri valori considerati o non compaiono affatto (altruismo, coraggio, rispetto) o sono alquanto marginali (lealtà/onestà, sacrificio/impegno, sincerità: 4,3%). Il quadro è piuttosto chiaro, prevalgono di gran lunga il sentimento e l’affetto, quindi largo spazio alle emozioni piuttosto che alle prescrizioni tipiche della vita sociale.

Il dato è confermato in maniera speculare dall’analisi dell’ambito della scuola, del lavoro e della vita pubblica, entro il quale sono la “solidarietà” e lo “spirito di gruppo e d’appartenenza” (22,9%) a indicare con chiarezza quali sono le priorità nello stare insieme. Valgono ancora le considerazioni fatte in precedenza a proposito delle linee editoriali, dal momento che il dato fonde in sé le preferenze di tutte e tre le redazioni, contemperando i diversi orientamenti.

La tradizionale visione dell’etica sportiva è indiscutibilmente confermata dall’analisi dell’ambito dello sport e dell’attività fisica (un ambito che, va detto, risulta nettamente minoritario tra gli interessi dei quotidiani): il 50% dei valori contemplati è costituito dal “sacrificio” e dall’“impegno”, il 25% rispettivamente dall’“amore” (amore per una disciplina o per una squadra) e dalla “fede/fedeltà”. Il dato sorprendente è costituito che, per quanto riguarda l’ambito sportivo, le testate del Friuli Venezia Giulia non presentano articoli che parlino del valore – altrove sovrabbondante – dello “spirito di gruppo/appartenenza”. È doveroso ricordare che il periodo analizzato offre una panoramica limitata alle notizie che sono state pubblicate in quella settimana e che dovrebbe essere ripetuta nel tempo per offrire un’analisi esauriente ed esaustiva dell’informazione.

### **Giudizi morali**

In questa parte si è tentato di distinguere tra articoli che sembrano dare alle notizie una connotazione positiva, e quelli, viceversa, a valenza negativa. I risultati emersi non sono alquanto significativi perché l’attribuzione a tale categoria di giudizio non ha fondamenta scientifiche, ma risulta essere piuttosto soggettiva. In sintesi si può affermare che la maggior parte degli articoli che presentano al lettore un determinato valore, generalmente lo approvano. Su settantacinque testi, soltanto sette (9,3%) sembrano dare un giudizio negativo.

Buona parte dei giudizi negativi (tre su sette: 42,8%) è stata espressa per lo sdegno suscitato dall’uccisione, per mano del padre, della ragazza musulmana a Montereale Valcellina. Oltre alla condanna dell’atto, oggettivamente orribile, le critiche si sono concentrate anche sulla decisione della madre della vittima di perdonare l’assassino, cioè il marito. Il gesto è stato interpretato come assai lontano dal sentire comune dei lettori della Regione e della morale prevalente. Ecco, quindi, che l’episodio ha inciso profondamente nell’orientare il dato sul giudizio ai valori. Per contro, i giudizi positivi

risultano distribuiti piuttosto equamente tra i valori più rappresentati (sacrificio/impegno 20,6%, spirito di gruppo/appartenenza 19,1%, amore e solidarietà 17,6%), e sono anche statisticamente più attendibili, in quanto molto più numerosi. I dati sono confermati dai risultati dell'analisi sugli ambiti: il 66,2% dei giudizi positivi si concentra sull'ambito della vita pubblica, il 57,1% dei giudizi negativi sull'ambito delle relazioni private.

### **Rilevanza data alle notizie che trattano di valori**

Dal punto di vista della metodologia della ricerca, sono stati presi in esame due parametri per stabilire la preferenza data da una redazione ad un certo tipo di valore: la collocazione all'interno del giornale, cioè il numero di pagina, e la collocazione nella pagina, assumendo che una notizia data in apertura (in alto) abbia una posizione gerarchica dominante su una a fondo pagina o al centro. Per comodità sono state suddivise le pagine in cinque fasce di sei pagine ciascuna. La minor voluminosità de "Il Gazzettino" e del "Messaggero Veneto" ha determinato l'assenza di contenuti valoriali nella loro quinta fascia; ma l'uso di scorporare la cronaca locale in inserti con autonoma numerazione ha causato il prevalere della gran parte delle notizie nelle prime fasce.

Tutte e tre le testate concentrano gran parte dei valori nelle loro prime sei pagine (40% "Il Piccolo", 36,4% le altre due), "Il Gazzettino" (40,9%) e il "Messaggero Veneto" (33,3%) anche nella seconda fascia, nella quale invece "Il Piccolo" sembra non riferirsi a valori (almeno nella settimana analizzata): in quelle pagine però il quotidiano di Trieste affronta perlopiù la cronaca economica e le notizie da Istria, Quarnero e Dalmazia. Il dato de "Il Piccolo" sale però al 30% in terza fascia, dove si concentrano le notizie da Trieste e provincia. Delle 28 notizie rilevate nella prima fascia, 7 (pari al 25% del totale) comparivano in prima pagina. Otto di queste erano de "Il Piccolo" e altrettante de "Il Gazzettino", dodici del "Messaggero Veneto".

Degno di nota è il dato della quarta fascia, dove "Il Piccolo" ed il "Messaggero Veneto" fanno registrare dati molto simili (15,2% e 15%), mentre "Il Gazzettino" risulta decisamente staccato (4,5%): sono le pagine delle lettere e delle opinioni, che "Il Gazzettino" pone nella seconda fascia. In questa rubrica "Il Piccolo" si distingue dagli altri due quotidiani, con ben 6 lettere (su 20 articoli complessivi: il 30% del totale), mentre "Il Gazzettino" ne ha 3 su 22 (pari a 13,6%) ed il "Messaggero Veneto" 4 su 33 (12,1%).

Alcune considerazioni vanno fatte anche a riguardo della posizione dei valori all'interno di ogni singola pagina. Il primo dato è che la gran parte degli articoli selezionati si trova in Alto (49,3%) o al Centro (32%) della pagina. La "fede/fedeltà" e l'"amore" sono i valori più presenti negli articoli d'apertura: il 21,6% dei casi; il "sacrificio/impegno" e lo "spirito di gruppo/appartenenza" stanno al 16,2%. Il sacrificio/impegno è invece il valore di maggior presenza nella fascia centrale, nel 25% dei casi (spirito di gruppo/appartenenza 20,8%, amore e solidarietà 16,7%). Un valore poco frequente come la "lealtà/onestà" occupa il 14,3% delle notizie poste in basso.

I due valori che presentano una preferenza significativa nella loro collocazione all'interno della pagina sono la "fede/fedeltà" (in alto in otto casi su undici - 72,7%) e l'"amore", col 61,5%). Lo "spirito di gruppo/appartenenza" è invece distribuito equamente in ogni posizione: in alto nel 40% dei casi, al centro nel 33,3% e in basso nel 26,7%; così anche la "solidarietà", in alto in cinque casi su tredici (38,4%) e in centro o in basso in quattro (30,7%). In questi ultimi casi la posizione nella pagina sembra essere irrilevante non indicando alcuna correlazione tra valore trattato e posizione di pubblicazione dell'articolo. Alla fine si può dedurre che valori ad alto impatto emotivo quali l'"amore" e la "fede/fedeltà" vengono proposti al pubblico con maggiore incisività rispetto ad altri. Lo "spirito di gruppo/appartenenza", che è il valore più frequente tra gli articoli trattati, penetra equamente tutto l'impianto del giornale, fungendo da traccia entro la quale avviare la narrazione dello spazio pubblico.

### **Conclusioni**

Come premessa, è opportuno sottolineare che gli articoli presi in considerazione dallo spoglio dei tre quotidiani su un periodo di 7 giorni, non sono moltissimi: settantacinque in tutto. Questo rivela che, in realtà, gli orientamenti di un giornale si fanno evidenti solo episodicamente: ci sono, crediamo, ma non impediscono che si affronti la cronaca in forma asciutta e senza connotazioni particolari. La deontologia è stata però messa in discussione dal verificarsi di alcuni eventi di grande drammaticità, che sono stati riportati solitamente con molto risalto: il riferimento è agli attentati di Kabul e all'omicidio di Montereale Valcellina. Ma proprio questi episodi, che tendono ad unire nel dolore o a dividere sulle interpretazioni e le conseguenze che essi suggeriscono (ad esempio: se continuare la missione in Afghanistan oppure ritirare il contingente) rivelano il vero sentire di una comunità e di una redazione. Così come le grandi feste di popolo, quale è stato il raduno degli Alpini della Divisione Julia ad Udine. È ragionevole pensare che molto dipende dai fatti accaduti nella settimana presa in esame e pertanto si rimandano ulteriori considerazioni a dopo che sarà stata effettuata un'ulteriore indagine su un'altra settimana campione e confrontati i dati ottenuti con quelli evidenziati dal presente monitoraggio.