

# ***Anzolanotizie: un anno di cambiamenti***

*Analisi della percezione e della valutazione del  
cambiamento da parte dei lettori.*

A cura di Silvia Bianchini

Tirocinio formativo in collaborazione con l'Università di Bologna

11 giugno 2007 – 14 agosto 2007

## **INDICE:**

<b>L'evoluzione di Anzolanotizie dal n. 73 al n. 94</b>	<b>pag. 3</b>
⇒ Introduzione	pag. 3
⇒ I – Analisi di Anzolanotizie prima del restyling (n. 79 – n. 82)	pag. 5
a. Formato e prima pagina	pag. 5
b. Organizzazione del notiziario	pag. 5
c. Dimensione plastica	pag. 6
⇒ II – Analisi di Anzolanotizie dopo il restyling (n. 83 – n. 94)	pag. 7
a. Formato e prima pagina	pag. 7
b. Organizzazione del notiziario	pag. 7
c. Dimensione plastica	pag. 8
⇒ III – Confronto fra i due modelli di Anzolanotizie	pag. 10
a. Formato e prima pagina	pag. 10
b. Organizzazione del notiziario	pag. 10
c. Marca e contratto di lettura	pag. 11
d. Dimensione plastica	pag. 12
e. Livello patemico	pag. 12
⇒ IV – Confronto con il progetto editoriale	pag. 13
a. Obiettivi rispettati?	pag. 13
b. Contenuti	pag. 13
⇒ Conclusione	pag. 15
<b>Dall'analisi del testo all'indagine sulla percezione dei lettori</b>	<b>pag. 16</b>
<b>Questionario per la rilevazione del gradimento di Anzolanotizie</b>	<b>pag. 17</b>
<b>Commento dei risultati del questionario</b>	<b>pag. 24</b>
<b>Appendice con i grafici dei risultati</b>	<b>pag. 28</b>

## ***L'EVOLUZIONE DI ANZOLANOTIZIE DAL N. 73 AL N. 94***

### **INTRODUZIONE**

L'analisi semiotica ha come fine l'individuazione di un senso complessivo del testo. Per fare ciò, è necessario osservare sia l'organizzazione del suo piano espressivo (cioè la grafica, gli schemi di impaginazione, le immagini,...) sia i vari livelli di organizzazione del suo contenuto. Questo deriva dalla convinzione che ogni testo sia solidale e che la sua significazione scaturisca dalle caratteristiche dei suoi livelli e dalle relazioni fra esse. Ciò è tanto più vero per le pagine dei giornali che sono, per loro stessa natura, relazionali. L'analisi semiotica prende in considerazione cinque dimensioni del testo: il piano dell'espressione, la dimensione enunciativa, quella narrativa, quella cognitiva e quella passionale. Il primo considera la manifestazione lineare del testo: formato, schemi di impaginazione, lettering, titoli, divisione in sezioni, topicalizzazione e tematizzazione, la prima pagina e l'apparato iconografico. La dimensione enunciativa, invece, considera l'opposizione fra enunciato e enunciazione che si muove a livello di articolo e non di giornale; un altro suo aspetto importante è l'istituzione del giornale come marca, cioè l'individuazione delle voci del giornale, la creazione di un suo Lettore Modello e il contratto di lettura che viene instaurato con i lettori. Per quanto riguarda la dimensione narrativa, essa si occupa di come si articola il discorso del giornale attraverso i singoli articoli che raccontano le notizie, esaminando il loro Schema Narrativo Canonico e i Programmi Narrativi degli attori in azione. La dimensione cognitiva concerne la gestione del sapere che è collegata alla concezione di Lettore Modello. Anche la gestione del sapere è propria di ogni articolo ed è volta a creare un universo di sapere specifico. Tutti gli articoli insieme concorrono poi a formare l'immagine del giornale percepita dai lettori. Infine, la dimensione passionale si basa sul concetto che spesso le emozioni e le passioni costituiscano la notizia in sé o che, comunque, esse organizzino un livello pervasivo di senso che attraversa tutte le notizie. Si tratta di un sapere "appassionato" di tipo soggettivo secondo cui le passioni non sono solo il risultato delle azioni, ma generano anche programmi d'azione. Inoltre, le passioni generano intensità, tensività e danno un determinato ritmo che si riflette non solo negli articoli ma anche nelle pagine dei giornali, in particolare nell'organizzazione grafica, nei titoli e nell'impaginazione. Oltre a ciò, le passioni messe in gioco non sono solo quelle presenti nel giornale, ma anche quelle del

lettore prese in carico dalla testata, la quale viene quindi a fungere una funzione moralizzatrice.

Seguendo il sistema di analisi semiotica, sono stati analizzati i numeri del notiziario comunale "Anzola Notizie". In un primo momento si è proceduti con un'analisi più superficiale che comprende la grafica, il modello e la logica di impaginazione proposti dal notiziario. Questa analisi più superficiale è stata proposta per il notiziario sia prima (dal n. 73 al n. 82 compresi) che dopo il rinnovo del progetto editoriale (dal n. 83 al n. 94 compresi). In seguito, le analisi dei due modelli di notiziario saranno poste a confronto, individuando elementi di continuità ed elementi di cambiamento. Infine verrà esplicitato il Progetto Editoriale e sarà verificata la conformità dei nuovi numeri di Anzolanotizie con i criteri da esso espressi. In conclusione, il cambiamento del notiziario comunale verrà considerato a livello semiotico e verranno considerate le conseguenze apportate da tale cambiamento.

## I – ANALISI DI ANZOLANOTIZIE PRIMA DEL RESTYLING (n. 79 – n. 82)

### **a – Formato e prima pagina**

I primi elementi che si notano in un giornale sono il suo formato e la sua intestazione. Per quanto concerne il formato, nei numeri di Anzolanotizie che precedono il rinnovo del progetto editoriale, si può notare che abbiamo in mano un giornale formato tabloid (cioè che misura 30 x 45 cm.) , come la maggior parte dei quotidiani italiani attuali. L'intestazione occupa tutta la striscia superiore della prima pagina, dove vengono anche indicati la periodicità e tutti i dati relativi alla stampa. In basso c'è un riquadro con la rubrica "Agenda" che indica gli appuntamenti principali per i cittadini. È presente un unico articolo che si sviluppa secondo una direzionalità verticale, nei rari casi in cui ci siano più articoli, essi sono divisi da una linea color arancione. Il colore principale della prima pagina e di tutto il notiziario è l'arancione con tutte le sue sfumature. Inoltre, ci sono sempre delle fotografie nella prima pagina, in posizione variabile rispetto all'articolo. In mancanza di una foto, ci sono degli elementi grafici (loghi o immagini) che riprendono i programmi di manifestazioni. L'unica eccezione è presente nel n. 82, dove viene riportata una tabella con i risultati delle elezioni politiche del 2006, presumibilmente per il Comune di Anzola dell'Emilia. Presumibilmente perché manca una didascalia con l'intestazione della tabella, la fonte dei dati e a chi essi sono riferiti. Altra notazione importante è la mancanza dell'indice e della comunicazione della presenza di allegati. A questo proposito, solo un numero fra quelli presi in esame ha un allegato che ricalca lo stile e il formato del notiziario, invece il colore principale diventa il verde acqua. Il totale delle pagine variano da 6 a 8 e l'ultima pagina è dedicata a notizie e informazioni.

### **b – Organizzazione del notiziario**

Aperto e sfogliando il notiziario, si può notare la totale assenza di pubblicità, salvo nel n. 82, e la divisione delle notizie in sezioni, quali "Il Comune informa" , "Il Comune informa e associazioni" e "Il Comune informa e territorio". Inoltre sono presenti delle rubriche fisse: uno spazio autogestito per i gruppi consiliari e URP informa. Si può affermare che nel caso di un notiziario edito da un Ente comunale, quale Anzolanotizie, il ruolo del direttore è occupato dal Sindaco. Perciò, si nota che i suoi interventi sono presenti in tutti i numeri in prima pagina e, per la loro posizione e il loro "peso", possono essere definiti editoriali. I temi principali degli articoli del primo cittadino anzolese fondamentalmente riguardano il bilancio finanziario, la politica e i problemi dell'amministrazione, rendiconti di decisioni prese da Giunta e Consiglio Comunale, punto

della situazione (problemi e possibili soluzioni, accordi territoriali, sicurezza, ringraziamenti..) , anniversario della Liberazione e presentazione di attività promosse dal Comune. Un punto su cui più volte insiste il Sindaco è l'importanza dell'informazione e della comunicazione per il Comune. Il tono è principalmente polemico per quanto riguarda i temi politico-amministrativi, mentre si fa semplice e chiaro in tutti gli interventi su altri temi. Solo nel n. 82, dove l'argomento trattato riguarda gli accordi territoriali, il linguaggio si fa molto tecnico e preciso, poiché entra nei dettagli e sembra rivolgersi a destinatari più esperti e non al cittadino qualunque. Le altre voci del giornale, che scrivono con maggiore assiduità, sono gli assessori, i membri del Centro Famiglie e dell'associazione "Anzola Solidale" e il presidente dell'Associazione Assadakah. Il contratto di lettura stabilito con i lettori è di tipo informativo-pedagogico: il giornale sa che la sua missione è informare, ma si pone in una posizione più elevata rispetto al lettore. Infatti si pone come selezionatore delle notizie e ne spiega il senso al lettore.

### **c – Dimensione plastica**

L'interno del notiziario è caratterizzato da linee di colore arancione che circondano gli articoli e di sfondi di articoli, ma tendono a diminuire nel corso del tempo. Le foto sono poche, ma tendono ad aumentare man mano che i numeri sono più recenti. L'infografica e le tabelle sono presenti solo quando vengono presentati dei dati o per fornire indicazioni territoriali (per esempio le mappe). Foto e infografiche sono vicino all'articolo a cui si riferiscono e si concentrano prevalentemente nella parte alta. Entrambe hanno principalmente una funzione documentativa, in quanto accompagnano la lettura dell'articolo, o una funzione informativa, quando presentano dati che però sono comunque spiegati nell'articolo. Da notare è l'evoluzione che ha subito lo spazio riservato alla comunicazione dell'URP comunale: da un rettangolo con angoli tondeggianti a un rettangolo vero e proprio posizionato sempre in fondo alla pagina. Questo cambio di forma può essere inquadrato in una prospettiva di conformità alla dimensione eidetica del notiziario che è, in effetti, caratterizzata da linee diritte e segmentate che guidano la lettura dividendo gli articoli all'interno di box. Questa partizione dà l'idea di un'organizzazione rigida, che ferma lo sguardo in un punto e guida schematicamente la lettura. In questi numeri, la grafica è poco elaborata, il che denota lo scarso ruolo giocato dalla grafica e il suo assoggettamento rispetto ai contenuti.

## II – ANALISI DI ANZOLANOTIZIE DOPO IL RESTYLING (n. 83 – n. 94)

### **a – Formato e prima pagina**

Già ad un primo esame superficiale, i nuovi numeri di Anzolanotizie che seguono il rinnovo del progetto editoriale mostrano un'inversione di rotta rispetto al modello precedente. Infatti la prima pagina si presenta completamente rinnovata: l'intestazione non occupa più tutta la striscia superiore, ma solo una parte perché a lato di essa è presente una foto entro un cerchio che concerne un argomento trattato o un appuntamento di rilievo. Inoltre, in basso a sinistra è sempre presente l'indicazione della presenza di allegati. Vicino ad esso o comunque nella metà inferiore della pagina c'è sempre il logo di vivianzolaemilia e, spesso, un riquadro con delle informazioni flash. La prima pagina è sempre divisa in colonne; le prime due sono più corte, mentre l'altra o le altre due presentano degli articoli. La prima colonna contiene le indicazioni informative riguardanti l'Ente e i riferimenti per contattarlo, il comitato di redazione e altri dati; mentre la seconda è costituita dall'indice. Questo è organizzato per pagina: prima sono indicate le pagine, poi l'argomento corrispondente e quindi i titoli degli articoli; l'ordine degli argomenti è variabile. Le colonne rimanenti, solitamente due, presentano articoli del Sindaco (10) o della Giunta comunale (4) o di Consiglieri Comunali (2). Abitualmente, gli articoli o si chiudono in prima pagina o proseguono a pag. 2 (raramente a pag. 11). Alcuni articoli non sono firmati (5), ma ciò succede solo quando danno conto di notizie riguardanti avvenimenti della comunità locale (es. la promozione della squadra di calcio locale e l'incontro di un anzolese con Benigni). La grafica è caratterizzata da forme tondeggianti: in particolare, si possono notare cinque cerchi che evidenziano i temi più interessanti trattati dal giornale. Ogni cerchio è di colore diverso: blu per la sezione "la bacheca", arancione per la sezione "i bambini", bordeaux per "le attività", viola per "il territorio" e verde per "le associazioni". In particolare, il cerchio con la foto posizionato vicino all'intestazione ha il contorno del colore della sezione a cui si riferisce. Inoltre, in prima pagina sono sempre presenti anche altri elementi grafici: o una/due foto o un disegno o loghi o altri elementi grafici. Il totale delle pagine del nuovo notiziario è aumentato fino a 12 pagine e l'ultima è sempre dedicata alla pubblicità.

### **b – Organizzazione del notiziario**

Prendendo il giornale, possiamo notare la suddivisione delle pagine in sezioni e la presenza costante di alcune rubriche, quali URP informa, le idee (spazio autogestito dai

Gruppi Consiliari), il box dell'azienda Geovest, che collabora con il Comune, e uno spazio dedicato alle associazioni del territorio. Anche nel nuovo notiziario la voce principale è quella del Sindaco, sebbene manchi in due appuntamenti (n. 83 e n. 94). I temi principali che vengono trattati nei suoi interventi sono bilancio, politica e amministrazione, rendiconti di decisioni prese, riapertura della scuole, nuovi progetti e missioni umanitarie. La forma assunta è spesso quella della "lettera aperta" ai cittadini e il tono è principalmente informativo, anche se a tratti diventa informale e familiare. Gli altri interventi sono firmati dalla Polizia Municipale, dal preside o da altro personale scolastico, dall'Associazione Assadakah, da membri del Centro Famiglie e del Centro Culturale Anzolese, dagli assessori e dal Direttore responsabile del periodico comunale. Da sottolineare è la collaborazione nel n. 91 di un giornalista professionista che intervista i capigruppo del Consiglio Comunale. Il contratto di lettura fra giornale e lettore non è variato di molto: l'unico elemento di variazione è l'utilizzo di un tono più affabile e più confidenziale che non tende più a informare i cittadini, ma a costruire con loro un'identità di valori e di passioni.

### **c – Dimensione plastica**

Per quanto riguarda l'organizzazione grafica del notiziario, si può notare che l'elemento che ritorna sono i pallini colorati che separano gli articoli e li incorniciano e mettono il punto finale guidando la lettura. Inoltre dividono gli articoli dalla pubblicità. Le linee che questi pallini propongono sono principalmente dritte, anche se sono più armoniche e meno rigide del precedente. Esse si sviluppano in verticale, facendo procedere lo sguardo in modo logico e organizzato. Inoltre i titoli colorati guidano la lettura. Tutti gli elementi grafici sono in tono con il colore principale della pagina, dalle immagini ai titoli e alle cornici delle fotografie. Le immagini sono costituite principalmente da foto che documentano gli articoli e, quindi, assumono una valorizzazione referenziale. I soggetti principali di queste foto sono persone, il Sindaco su tutte. Altre immagini che ricorrono spesso sono i disegni nelle pagine dedicate ai bambini, che servono a testimonianza del loro lavoro e per coinvolgerli maggiormente. In questo caso, la strategia enunciativa è finalizzata a accattivarsi le simpatie dei lettori. Infine, sono presenti anche cartine e mappe che documentano e illustrano i progetti di pianificazione urbana o di modificazione della viabilità cittadina. La loro disposizione tipologica può essere ricondotta all'opposizione alto vs. basso. In generale, possiamo ricondurre alla prima categoria dell'opposizione le immagini illustrative e documentative; mentre disegni e immagini che rappresentano una maggior continuità semantica con il testo rinviano alla dimensione del basso. Infine, si può



affermare che lo sguardo è coinvolto secondo una linearità circolare, che tende ad abbracciare la totalità della pagina. Tutta l'organizzazione plastica concorre, quindi, al medesimo scopo, cioè una lettura non caotica e gridata, ma espositiva e informativa. Particolare attenzione va riservata anche alla pubblicità che è per la prima volta presente nel notiziario anzolese. Innanzitutto, le pubblicità sono più o meno le stesse, particolarmente quelle dell'ultima pagina. Quando si trovano all'interno del giornale, esse si trovano sempre nella metà inferiore della pagina; la loro forma è sempre rettangolare e sono disposte orizzontalmente. Esaminando le aziende che acquistano gli spazi pubblicitari, si può notare che sono tutte aziende che operano o che risiedono nel territorio comunale o nei Comuni limitrofi. Infine, spostiamo l'attenzione sugli allegati. Principalmente sono di due tipi: presentano o bilanci delle attività o attività culturali. Nel primo caso, il loro formato è quello di una rivista (cioè di fogli A4) e presentano il logo vivianzolaemilia in prima pagina. Sono ricchi di immagini, in particolare abbiamo l'infografica in mezzo agli articoli e le fotografie in una striscia sopra gli articoli. Gli allegati sono totalmente diversi dal modello presentato dal notiziario, anche per quanto riguarda i colori e l'assenza della pubblicità. I volantini che portano indicazioni sulle attività culturali sono dei piccoli pieghevoli che presentano in prima pagina logo del comune, disegni e intestazione. All'interno presentano le informazioni sulle attività culturali e sui corsi avviati dal Comune. Un altro elemento molto importante è la creazione del logo vivianzolaemilia che è comparso insieme al rinnovo del Progetto Editoriale: questo è composto dal dittongo "ae" di colore bianco all'interno di un cerchio di colore senape. Sempre all'interno del cerchio, ma in posizione alta, compare la scritta vivianzolaemilia in bicolore: il verbo in bianco e il nome del paese in nero. Con la nascita di questo logo, si è voluta istituire una più chiara componente passionale presente nella comunicazione pubblica del Comune: infatti il logo caratterizza tutti gli appuntamenti culturali e le manifestazioni che più di ogni altra iniziativa dovrebbero coinvolgere l'intera cittadinanza.

### III – CONFRONTO FRA I DUE MODELLI DI ANZOLANOTIZIE

#### **a – Formato e prima pagina**

Ponendo a confronto le due diverse edizioni di Anzolanotizie, possiamo notare un'evoluzione di determinati elementi. Partendo dalla prima pagina, possiamo notare che l'intestazione è passata da uno sviluppo orizzontale a uno verticale: solo il titolo resta nella stessa posizione, ma al suo lato viene aggiunta una fotografia; mentre tutti gli altri dati cambiano posizione. Inoltre è da notare l'aggiunta dell'indice che denota una migliore organizzazione dello spazio interno: si dà ai cittadini l'impressione di una maggiore chiarezza e serietà. Per quanto riguarda la grafica, essa è totalmente rinnovata diventando più dinamica e elaborata: ogni sezione ha un suo colore che viene indicato in cerchi che riassumono i contenuti. Questo elemento, però, mostra ridondanza rispetto all'indice. Le foto e le immagini acquistano un peso maggiore, soprattutto vista la maggiore unione semantica che unisce fotografie e articoli. Inoltre il logo del Comune è più visibile e ad esso viene aggiunto il logo di vivanzolaemilia. Infine si passa a uno sviluppo orientato più su una linea verticale, piuttosto che su una orizzontale, passando così da un modello di prima pagina scritta, dove è predominante l'intervento scritto dal Sindaco, a un modello di pagina manifesto, dove viene anticipata la rosa degli argomenti all'interno. Unico elemento costante è l'editoriale scritto dal Sindaco, comune a entrambe le edizioni del notiziario. Altro elemento di differenziazione chiaramente visibile è l'ultima pagina, che è passata da essere una pagina con informazioni a una pagina con pubblicità; a questo si aggiunge l'incremento delle pagine che sono passate da 8 a 12. Il formato del notiziario è tabloid per entrambi i tipi; questo formato implica una fruizione più rapida, dove dibattiti e commenti assumono un ruolo principale rispetto all'informazione, che non è necessariamente oggettiva.

#### **b – Organizzazione del notiziario**

L'estetica è di tipo armonico (spazi bianchi e spazi scritti vengono rispettati). Entrambi gli schemi di impaginazione ricalcano il modello a libro, caratterizzato da un andamento ordinato che segue una suddivisione in moduli dando l'idea di una pagina ordinata, non emotiva e molto scritta che guida la fruizione del giornale. I titoli anticipano sempre il contenuto, anche se tendono al sensazionalismo. Le sezioni fondamentalmente non sono cambiate, anche se sono state meglio definite e sono diventate più inquadrate. Questo presenta un'inversione di tendenza rispetto ai quotidiani moderni che, di solito, si

avvalgono di schemi più flessibili. Si può anche notare che le sezioni sono definite per topic, che individua un rapporto sintagmatico e semantico fra le notizie e che le organizza secondo una gerarchia. Questa migliore organizzazione che riguarda i nuovi numeri di Anzolanotizie viene identificata con una divisione e nomenclatura dei settori più chiara e più logica: prima, infatti i titoli delle sezioni erano troppo generali e non c'era una chiara suddivisione degli argomenti al loro interno.

### **c – Marca e contratto di lettura**

Il giornale come marca deve produrre un'immagine di sé, comunicarla al proprio pubblico e, contemporaneamente, comunicare con esso. L'enunciatore giornale prevede la presenza di enunciatori delegati che vanno a costituire un'unica voce. Questi enunciatori delegati sono gli autori degli articoli e, in particolare, il Sindaco è l'enunciatore delegato per eccellenza poiché impersona l'identità del giornale. Quanto egli è più presente tanto più la sua enunciazione è forte e riconoscibile e quasi è un tutt'uno con l'identità di testata. Il suo ruolo e i suoi interventi sono sempre costanti: scrive l'articolo di apertura del notiziario e i temi trattati sono circa sempre gli stessi, con la differenza che nel modello precedente ce ne sono di più a carattere politico mentre ora il tema principale è la comunicazione di obiettivi da raggiungere e di decisioni prese. Il tono, con il tempo, si fa più confidenziale e rilassato, probabilmente questo è dovuto a una migliore conoscenza della realtà cittadina. Le altre firme sono principalmente gli assessori che trattano maggiormente commento e riflessione rispetto alla pura notizia; i loro interventi sono volti a creare una congruenza di voci. Si può, ad ogni modo, notare un maggior spazio dedicato alla scuola, alla sicurezza e alla cultura che denotano una maggiore attenzione verso i temi che sono identificati come quelli che interessano maggiormente la popolazione. Un punto importante è la presenza costante di uno spazio dedicato all'Associazione Assadakah, in quanto essa rappresenta una nuova realtà sul territorio, la presenza di una comunità di immigrati islamici.

Ogni organo di comunicazione definisce il proprio "Lettore Modello", cioè come esso costruisce al proprio interno l'immagine dei suoi lettori. Il notiziario si rivolge a persone che si interessano alle problematiche del territorio in cui abitano, leggono e seguono il giornale. A livello cognitivo, il notiziario non prevede altre competenze prestabilite. A livello passionale, invece, la sua posizione è connessa con quella dell'enunciario: c'è una comunità di passioni. Il contratto di lettura fra giornale e lettore è di tipo informativo: l'enunciatore sa e deve informare, ma non dà una chiave di lettura esplicita. Allo stesso tempo, prevede anche un aspetto pedagogico perché spiega il senso delle notizie date e il

loro valore informativo. Questo tipo di posizionamento del giornale rispetto ai lettori, che è lo stesso sia prima che dopo il rinnovo del progetto editoriale, dà luogo a un giornale-agenda che ha una linea politica ben precisa e presuppone una forte identità di valori e gusti con i propri lettori.

#### **d – Dimensione plastica**

Con il rinnovo del progetto editoriale, la grafica si fa più elaborata ed è coerente con il sito Internet del Comune. Aumenta così l'importanza della grafica, nonostante i contenuti mantengono la loro centralità: la presenza di un colore per ogni sezione è più user-friendly. Le foto sempre documentano e illustrano l'articolo: si tratta di immagini documento che istituiscono la problematica della veridizione in cui la valorizzazione è di tipo referenziale in cui viene fornita una testimonianza (es. foto di eventi). Nel nuovo notiziario, invece, sono presenti anche immagini simbolo che forniscono una chiave di lettura della notizia; la loro funzione è di tipo interpretativo e mitizzante ed esse seguono una valorizzazione mitica (es. foto che esplicitano i termini utilizzati nel titolo, come la foto di un'auto d'epoca e di un cavallo vicino all'espressione "cavalli a confronto"). L'organizzazione eidetica si conferma come vera e propria guida della lettura dell'utente, anche se assume poi un ruolo più marcato. L'organizzazione cromatica, invece, è totalmente rivoluzionata: si è passati dalla monocromia alla policromia che indica la presenza di più interessi e una maggiore chiarezza. L'organizzazione topologica vede una concentrazione degli articoli più importanti nella parte superiore, mentre la parte inferiore è occupata dalla pubblicità.

#### **e – Livello patemico**

Il livello patemico vede nella passionalità il vero motore delle azioni che hanno una certa tensività. Questa processualità di passioni dà un certo ritmo, cioè un'attesa fra raggruppamenti di elementi che si riproducono a intervalli regolari sia nei contenuti che nella grafica. Il ritmo nei primi numeri era sincopato e irregolare, mentre in quelli nuovi è più costante perché la grafica è più fissa e genera aspettative. Le passioni veicolate dal notiziario variano da articolo ad articolo, ma sono tutte ugualmente volte alla creazione di un'identità di testata che permetta ai cittadini di riconoscersi nei valori che essa esprime. In fine, si può ricondurre al notiziario un'azione moralizzatrice, in quanto si fa carico delle passioni che possono muovere i cittadini e, esternandole, induce alla riflessione propria dell'azione moralizzatrice.

## IV – CONFRONTO CON IL PROGETTO EDITORIALE

### **a – Obiettivi rispettati?**

Con la delibera della Giunta Comunale n. 44 dell' 8.04.2006 è stato approvato il nuovo Progetto Editoriale per il notiziario comunale *Anzolanotizie*. L'obiettivo primario è fare comunicazione istituzionale, cioè fare conoscere ai cittadini i problemi e le soluzioni concrete che riguardano il territorio e l'Amministrazione Comunale. Oltre a questo obiettivo, sono presenti altri due scopi secondari: dare visibilità alle associazioni di volontariato e valorizzare le realtà economiche locali e le forme associative. Inoltre vengono anche definiti gli elementi che devono restare invariati: la testata, la periodicità e il formato. In base a questa delibera, si è dovuti provvedere alla vendita di spazi pubblicitari per acquisire contributi economici per continuare a produrre il notiziario comunale. Alla pubblicità viene riservato uno spazio di circa il 40% dello spazio grafico la cui vendita è stata deputata a un'agenzia specializzata del settore.

A fronte dell'analisi dei numeri di *Anzolanotizie* che hanno seguito il rinnovo del Progetto Editoriale, si può affermare che gli obiettivi prefissati sono stati parzialmente raggiunti. Infatti largo spazio è dato all'Amministrazione e ai problemi del territorio. Le associazioni di volontariato hanno ottenuto una sezione solo per loro, dove possono farsi conoscere e comunicare le loro iniziative alla cittadinanza. Le realtà economiche locali, invece, si stanno facendo spazio poco per volta all'interno del notiziario comunale e riportano notizie sulla loro storia e sui ricorrenze o eventi importanti. Per quanto riguarda le forme associative, invece, lo spazio dedicato ad esse non sembra essere rilevante.

### **b – Contenuti**

Il periodico deve presentare alcuni contenuti che dovrebbero ritrovarsi in ogni numero del notiziario: il Sindaco parla ai cittadini, il Comune informa, le riflessioni dei Gruppi Consiliari, le frazioni, notizie dal territorio, spazio Pro Loco, vivi il volontariato e a tutto sport. Infatti questi argomenti sono stati identificati come quelli di maggiore interesse. Un elemento costante fra i due modelli di *Anzolanotizie* sono gli interventi del Sindaco in prima pagina. Egli si presenta come l'enunciatore principale del periodico, sebbene lo spazio che gli viene riservato tenda a diminuire. Lo spazio riservato alle informazioni dal Comune, anche esso, risulta essere sempre presente ed è una rubrica importante per far conoscere i servizi offerti dall'Amministrazione. Le idee dei Gruppi

Consiliari hanno modo di esprimersi nel notiziario comunale senza che con il nuovo Progetto Editoriale avvenga alcuna modificazione. Un argomento che sta acquisendo più importanza sono le frazioni: infatti, soprattutto dopo l'elezioni delle consulte territoriali, l'attenzione ad esse dedicata è aumentata, specialmente visto che prima del rinnovo del Progetto Editoriale questo spazio non era previsto. Le notizie dal territorio continuano ad essere un elemento sempre presente a cui è dedicato uno spazio ragguardevole in entrambi i modelli del periodico comunale e che non subisce rilevanti variazioni. Lo spazio per la Pro Loco, invece, è in controtendenza rispetto a tutti gli altri argomenti: infatti si ha la percezione che esso sia diminuito con il rinnovo del Progetto Editoriale. Il volontariato riconferma lo spazio che precedentemente gli era riservato, senza che esso subisca variazioni notevoli. Lo spazio per lo sport, nonostante l'interesse che può suscitare nei lettori, è limitato e le notizie sull'argomento si limitano ad eventi particolarmente rilevanti che riguardano la squadra di calcio locale.

## CONCLUSIONE

In conclusione si può affermare che le variazioni subite dal notiziario comunale *Anzolanotizie* in seguito al rinnovo del Progetto Editoriale hanno avuto conseguenze non solo su grafica e contenuti, ma anche sull'immagine dell'Amministrazione Comunale e sul rapporto che si instaura fra essa e i cittadini. Infatti il restyling di un periodico coincide sempre con una volontà di rinnovo dell'immagine, con un desiderio di cambiamento proveniente dall'interno dell'assetto organizzativo. L'immagine a cui ci si vuole avvicinare è quella di un periodico più vicino ai cittadini e più attento ai loro bisogni e che non desidera semplicemente informare, ma rendere il fruitore partecipe al processo informativo fornendogli le competenze per muoversi con destrezza all'interno delle comunicazioni istituzionali e dei servizi offerti dal Comune. Cambiando il modello a cui desidera avvicinarsi, *Anzolanotizie* cambia anche il rapporto con i propri lettori: cambia il contratto di lettura. Questo rimane sempre prevalentemente informativo, ma assume, proprio per la sua volontà di "istruire" i propri lettori, un lieve aspetto pedagogico. Cambia anche la fruizione che i lettori possono fare del notiziario comunale: si è passati da una valorizzazione prevalentemente utopica a una combinazione di quest'ultima con la valorizzazione pratica. Infatti se nel primo modello, il periodico comunale metteva in gioco valori di base o "esistenziali" (come l'appartenenza a una comunità e la trasparenza informativa); nel secondo modello a questi valori ne vengono aggiunti degli altri: valori d'uso o "utilitari" (come la partecipazione alla vita insieme e la ricerca di una migliore qualità della vita). La semiotica quindi si espande anche dal lato dei lettori. Infatti il restyling non è solo un banale cambio di grafica, ma l'estetica di marca assolve una funzione comunicativa importante: la marca è l'instaurazione di una relazione. E per instaurare una relazione è necessario essere in due: la marca nasce da un atto di fiducia fatto dai suoi lettori e muore per un tradimento dei valori che la univano ad essi.

## *DALL'ANALISI DEL TESTO ALL'INDAGINE SULLA PERCEZIONE DEI LETTORI*

A fronte del cambiamento avvenuto nel periodico comunale, sono scaturite alcune domande per il questionario per la rilevazione del gradimento dei lettori a cui sottoporre la popolazione anzolese. Innanzitutto, il quesito fondamentale riguarda la percezione del cambiamento, cioè se gli intervistati hanno notato il restyling avvenuto. Da questa domanda ne scaturiscono delle altre che vanno ad indagare le impressioni degli intervistati più nei dettagli e chiedono loro di valutare gli elementi in cui è stato individuato un cambiamento. Fra questi, il primo è sicuramente lo stile grafico, che è l'elemento che risulta più immediatamente evidente; quindi, la divisione del notiziario comunale in sezioni che trattano un argomento specifico, l'utilizzo di un altro carattere tipografico rispetto a prima che dovrebbe risultare più facilmente leggibile e la presenza di inserzioni pubblicitarie. Inoltre veniva richiesto all'intervistato di valutare anche la chiarezza del contenuto degli articoli, l'introduzione dell'indice e l'istituzione del Comitato di Redazione: questi elementi sono volti a dare un'idea di razionalizzazione e di regolarizzazione del periodico comunale. Infine altri elementi da analizzare erano la creazione di spazi per bambini, per le imprese locali e per l'ambiente che insieme concorrono a creare un maggiore coinvolgimento dei lettori e a dar conto della realtà locale. In seguito è stata chiesta agli intervistati la loro percezione sul numero delle pagine di Anzolanotizie, in quanto l'aumento delle pagine ha portato non solo l'aumento delle informazioni, ma anche la presenza della pubblicità. Oltre a ciò, attraverso il confronto con il progetto editoriale, si è avvertita una volontà di maggiore corralità di "voci" da parte dei redattori del periodico comunale. Per questo motivo si è voluto chiedere agli intervistati quali sono le "voci" più presenti su Anzolanotizie secondo loro. Successivamente è stato chiesto loro anche di valutare la presenza di rubriche fisse e di indicarne qualcuna per sapere quali erano le più ricordate e, probabilmente, lette. Infatti con l'introduzione delle rubriche fisse si sono voluti cercare degli elementi ricorrenti e creare un ritmo costante nel notiziario comunale. In fine si è voluto indagare sulla dimensione passionale del periodico comunale chiedendo ai lettori intervistati di identificare i valori veicolati da Anzolanotizie per sapere se l'intento delle comunità di valori e di passioni, che è insito ad ogni giornale, è stato avvertito dai lettori e se essi si accorgono del peso che questi rivestono nella comunicazione fra periodico comunale e la sua utenza.



## **QUESTIONARIO PER LA RILEVAZIONE DEL GRADIMENTO DI ANZOLANOTIZIE**

Gentile Signore/a,

il Comune di Anzola dell'Emilia sta svolgendo un'indagine per conoscere il gradimento dei cittadini relativamente al periodico Comunale Anzolanotizie.

Le chiediamo di dedicare alcuni minuti del Suo tempo per contribuire a migliorare i servizi di informazione e comunicazione del Comune, rispondendo in forma anonima al questionario.

**1. Riceve ogni mese presso la sua abitazione il periodico comunale “AnzolaNotizie”?**

- a. Sempre
- b. Spesso
- c. A volte
- d. Mai (In tal caso, specificare domicilio:.....)

**2. É sua abitudine leggere il periodico comunale “AnzolaNotizie”?**

- a. Sempre
- b. Spesso
- c. A volte
- d. Mai

**3. Utilizzando come strumento di valutazione una scala da 1 (poco soddisfatto) a 5 (molto soddisfatto), che giudizio dà complessivamente al periodico comunale “AnzolaNotizie”?**

[1]                      [2]                      [3]                      [4]                      [5]

**4. A partire dall'anno scorso, il notiziario comunale è stato sottoposto al cambiamento di grafica e contenuti. Si è accorto di questa variazione?**

- a. Sì
- b. No

(Se la risposta a questa domanda è negativa, passi direttamente alla domanda 10)

## **5. VALUTAZIONE DEL CAMBIAMENTO:**

In seguito al rinnovo di “AnzolaNotizie” avvenuto un anno fa, Le chiediamo il suo giudizio rispetto ad alcuni elementi che le verranno proposti qui di seguito.

Come valuta su una scala da [1] a [5] , dove [1] corrisponde a totalmente negativo, [2] corrisponde a parzialmente negativo, [3] corrisponde a indifferente, [4] corrisponde a parzialmente positivo e [5] corrisponde a totalmente positivo:

- a. Lo stile grafico  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- b. L'organizzazione delle notizie per argomento  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- c. La chiarezza del linguaggio  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- d. La leggibilità dei caratteri utilizzati  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- e. Il contenuto degli articoli pubblicati  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- f. L'introduzione dell'indice in prima pagina  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- g. La nascita di uno spazio dedicato a ragazzi e bambini  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- h. L'istituzione del Comitato di Redazione  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- i. Lo spazio dedicato ai Gruppi del Consiglio Comunale  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- j. Le inserzioni pubblicitarie  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- k. Gli spazi dedicati alle imprese locali  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]
- l. La creazione di spazi riservati a ambiente e territorio (in particolare la rubrica curata da Geovest)  
[1] [2] [3] [4] [5] [Non so]

**6. Il numero di pagine del periodico comunale “AnzolaNotizie”, rispetto ai numeri precedenti:**

- a. É aumentato
- b. É diminuito
- c. É rimasto uguale
- d. Non so, non ricordo

**7. Secondo Lei, quali sono le “voci” più presenti sul periodico comunale:**  
(ne indichi almeno due)

- a. Il Direttore responsabile
- b. Gli assessori
- c. Le associazioni culturali
- d. Il Sindaco
- e. Le associazioni di volontariato
- f. I Gruppi Consiliari
- g. La Pro Loco
- h. I Responsabili dei servizi comunali
- i. Le attività produttive
- j. Altro (specificare.....)

**8. Come reputa la presenza di rubriche fisse nel notiziario comunale “AnzolaNotizie”:**

- a. Positiva
- b. Negativa

**9. Se ne ricorda qualcuna:**

- a. Sì
- b. No

**Se sì, quali:**

.....

**10. Ordini per importanza (da 1 a 6) i motivi per cui utilizza il notiziario comunale:**

- a. .... Per conoscere i servizi offerti dal Comune
- b. .... Per ricevere informazioni politico-istituzionali

- c. .... Per avere informazioni dalle associazioni presenti sul territorio e il loro operato
- d. .... Per essere informati su avvisi, scadenze e bandi
- e. .... Per informarsi su eventi e manifestazioni
- f. .... Altro (specificare.....)

**11. Dovendo esprimere una valutazione in una scala da [1] a [5], quanto ritiene utile “AnzolaNotizie”:**

[1]                      [2]                      [3]                      [4]                      [5]

**12. Quali valori riconosce al notiziario comunale:**

- a. Rendere più trasparente l’azione amministrativa
- b. Favorire la partecipazione
- c. Promuovere la qualità della vita
- d. Sviluppare il senso di appartenenza alla comunità locale
- e. Altro (specificare.....)

**13. Attraverso quali altre fonti di informazione viene a conoscenza delle attività comunali:**

- a. Volantini
- b. Manifesti / affissioni
- c. Quotidiani / riviste
- d. Sito Internet
- e. Uffici comunali
- f. Passaparola
- g. Tabellone luminoso
- h. Newsletter comunali
- i. Altro (specificare.....)

**14. Quali argomenti, secondo Lei, dovrebbero essere più presenti nel periodico comunale “AnzolaNotizie”?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**15. Osservazioni, consigli e suggerimenti per il periodico comunale “AnzolaNotizie”:**

---

---

---

---

---

---

---

---

**16. Come certamente avrà notato, sono presenti degli allegati ad alcuni numeri del notiziario comunale “AnzolaNotizie”, cosa ne pensa?**

---

---

---

---

---

---

---

---

## **DATI ANAGRAFICI:**

### **17. Sesso :**

- a. Maschio
- b. Femmina

### **18. Età :**

- a. 10/14 anni
- b. 15/19 anni
- c. 20/29 anni
- d. 30/39 anni
- e. 40/49 anni
- f. 50/59 anni
- g. 60/69 anni
- h. oltre i 70 anni

### **19. Titolo di studio :**

- a. Nessuno
- b. Licenza elementare
- c. Licenza di scuola media inferiore
- d. Diploma di scuola media superiore
- e. Laurea
- f. Titolo superiore alla laurea

### **20. Professione :**

- a. Agricoltore
- b. Artigiano
- c. Casalinga
- d. Commerciante
- e. Disoccupato
- f. Forze dell'ordine

- g. Impiegato
- h. Imprenditore
- i. Insegnante, docente universitario o ricercatore
- j. Libero professionista
- k. Operaio
- l. Pensionato
- m. Studente
- n. Altro (specificare.....)

**21. Zona di residenza :**

- a. Anzola capoluogo
- b. Lavino di Mezzo
- c. San Giacomo del Martignone
- d. Santa Maria in Strada (Ponte Samoggia)

**22. Nazionalità :**

- a. Italiana
- b. Albanese
- c. Marocchina
- d. Russa
- e. Tunisina
- f. Altro (specificare.....)

## **COMMENTO RISULTATI QUESTIONARIO**

I risultati del questionario mostrano che la copertura territoriale del periodico comunale è pressoché totale (fig. 1). L'abitudine di leggerlo frequentemente, però, concerne una percentuale più bassa, ovvero il 66%. Solo l'8% dichiara di non guardare né sfogliare alcuna volta Anzolanotizie. In una scala da 1 a 5 (dove 1 corrisponde a poco soddisfatto, 2 a relativamente soddisfatto, 3 a abbastanza soddisfatto, 4 a discretamente soddisfatto e 5 a molto soddisfatto) il gradimento del periodico comunale ottiene una valutazione media di 3.6 punti, quindi positiva. La maggior parte dell'utenza intervistata (il 61%) ha riscontrato il restyling di Anzolanotizie e gli elementi valutati sono stati giudicati tutti più che soddisfacenti (con medie di valutazione vicine al 4) fatta eccezione per le inserzioni pubblicitarie, che si avvicinano soltanto al valore intermedio (2.9). Fra questi elementi, quello che incontra maggiormente il gradimento della popolazione intervistata è la nascita dello spazio dedicato a ragazzi e bambini. Per quanto riguarda il numero delle pagine e il riconoscimento dell'aumento, il 43% degli intervistati non si sbilancia a dare una risposta perché non sa o non ricorda. Fra il restante 57%, solo il 36% si è accorto che le pagine sono aumentate, mentre il 6% afferma erroneamente che sono diminuite e il 15% che sono rimaste uguali. La maggior parte degli intervistati ha indicato i Gruppi Consiliari e il Sindaco come le "voci" più presenti sul periodico comunale rispettivamente 67 e 63 volte; a queste seguono gli assessori (indicati 35 volte) e le associazioni culturali (indicate 34 volte). Le rubriche fisse vengono considerate positivamente (94% degli intervistati), il 71% però non si ricorda alcun tipo specifico di rubrica fissa. Il restante 29% indica come tipo di rubrica principalmente i Gruppi Consiliari (indicati 13 volte), le informazioni dell'URP (11 volte), il volontariato (7 volte), le associazioni culturali (6 volte) e Geovest e ambiente (5 volte). Per quanto riguarda l'utilità di Anzolanotizie, l'89% valuta il ruolo ricoperto dal periodico comunale positivamente o più che positivamente. Il valore riconosciuto maggiormente al notiziario comunale è "sviluppare il senso di appartenenza alla comunità locale" (indicato ben 105 volte), seguito da "rendere più trasparente l'azione amministrativa" e da "favorire la partecipazione" (entrambe 61 volte indicate). Da notare è la risposta altro (data 22 volte) che spesso è stata specificata con l'indicazione che il notiziario non veicola alcun valore in particolare. Le altre fonti di informazioni sulle attività comunali più consultate sono i volantini (segnalati 104 volte) seguiti da manifesti/affissioni (82 volte), passaparola (67 volte) e tabellone luminoso (60 volte). Un dato importante che emerge da questa domanda, oltre alla diffusa fruizione del tabellone



luminoso introdotto recentemente, è l'interesse dei cittadini verso le nuove forme di comunicazione proposte dal Comune attraverso i nuovi media: infatti il sito Internet è stato indicato 43 volte come fonte di informazione e ad esso va aggiunto il servizio di newsletter che ha introdotto l'Amministrazione a favore dei suoi cittadini che vi si vogliono iscrivere.

Dai risultati del questionario si può notare che il 52% degli intervistati è di sesso maschile e il 48% di sesso femminile: una percentuale che possiamo considerare indifferente. La fascia di età prevalente è quella che va dai 30 ai 39 anni. Le fasce di età più "scarse" sono quelle che comprendono i bambini e i ragazzi fino ai 19 anni. La maggior parte degli intervistati ha come titolo di studio il diploma di scuola media superiore (il 40%) o la licenza di scuola media inferiore (il 35%). Invece, per quanto riguarda la professione svolta, il 23% degli intervistati è in pensione, il 20% studia e il 16% lavora come impiegato. La zona di residenza più indicata dagli intervistati è Anzola capoluogo, le frazioni insieme arrivano al 14%. La nazionalità più frequente è quella italiana (93%).

Per quanto riguarda le domande a risposta aperta, la maggior parte dei cittadini intervistati hanno risposto che gli argomenti già presenti su Anzolanotizie soddisfano le informazioni che desiderano avere dal notiziario comunale (circa il 43%). Il restante 57% desidera l'introduzione di altri argomenti nel periodico comunale per renderlo più vicino agli interessi della popolazione. Fra questi, l'11% vorrebbe che fossero più presenti i servizi che offrono gli uffici comunali, in modo da poter sapere a chi rivolgersi in determinati casi. Il 10%, invece, vorrebbe che fossero maggiormente presenti degli argomenti che interessano i giovani, ovvero più attività che li riguardano da vicino. Il 9% desidera che siano trattati anche argomenti di carattere sportivo a livello locale (per esempio il torneo di basket dei bar o il torneo di triathlon MelloZavva, organizzato dai ragazzi della Parrocchia). Il 14% vorrebbe che fosse prestata più attenzione all'istruzione, alla scuola e ai bambini; mentre il 7% darebbe più spazio all'Amministrazione comunale. Infine, il 6% promuoverebbe maggiormente le manifestazioni e gli eventi organizzati ad Anzola per farli meglio conoscere alla popolazione. A questi dati bisogna aggiungere che il 58% dei cittadini intervistati non si ritiene in grado o non sa che osservazioni o suggerimenti fare ad Anzolanotizie. Del restante 42%, il 14% ritiene che sarebbe opportuno coinvolgere maggiormente i cittadini creando una sezione per le proposte dei lettori o una rubrica di lettere della popolazione con risposta da parte dell'ufficio comunale competente. Il 13%, invece, si dichiara infastidito dal troppo spazio che è lasciato alla politica e ai gruppi facenti parte del Consiglio Comunale e quindi suggeriscono di ridurlo. Una piccola percentuale (8%) lamenta una carenza di chiarezza del linguaggio e di obiettività nella stesura degli

articoli e richiede l'utilizzo di un linguaggio più semplice, in modo che tutti possano comprendere in modo esaustivo i contenuti degli articoli. Il restante 7% propone di coinvolgere di più i giovani nella redazione di Anzolanotizie o, per lo meno, di dare più spazio alle loro iniziative. A proposito degli allegati, invece, si può fondamentalmente suddividere la popolazione in due schieramenti opposti: da una parte (il 62% degli anzolesi intervistati) ci sono coloro che li ritengono utili, positivi e un buon prodotto da parte dell'Amministrazione; mentre dall'altra (il restante 38%) ci sono coloro che non li leggono, che non si erano accorti della loro presenza o che, comunque, li reputano non interessanti e inutili.

La raccolta dei questionari è avvenuta principalmente in due modi: o tramite intervista condotta o lasciando che l'intervistato, sollecitato a compilare il questionario, lo facesse senza guida diretta. I luoghi di somministrazione del questionario sono stati l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, l'Ufficio Scuola e lo Sportello Sociale del Comune di Anzola dell'Emilia; la Cà Rossa (il centro ricreativo per anziani di Anzola dell'Emilia); la Parrocchia dei Ss. Pietro e Paolo di Anzola dell'Emilia e la Biblioteca comunale "E. De Amicis" nei giorni e nella quantità indicate nella tabella 1. Il totale dei questionari somministrati ammonta a 208. Gli utenti di questi luoghi che si sono sottoposti al questionario lo hanno fatto volontariamente. Infatti, nonostante la disponibilità di molti utenti di questi luoghi, va indicato anche il rifiuto di molti altri, segno della non forzatura a rispondere al questionario. La maggior parte degli intervistati ha preferito la modalità dell'intervista guidata, sebbene questa possa avere come controindicazione il fattore di "desiderabilità sociale", cioè la tendenza a dare la risposta che si pensa che l'intervistatore si aspetti. In molti casi, la scelta di questa modalità si è rivelata opportuna perché se il quesito non era chiaro c'era la possibilità di chiedere spiegazioni in modo che le risposte fornite dall'intervistato risultassero da una comprensione certa del questionario. Per quanto riguarda la compilazione autonoma del questionario, invece, gli intervistati hanno approfittato della possibilità di saltare alcune domande, come era indicato dopo un quesito. Spesso l'opportunità di fare osservazioni e suggerimenti a proposito del notiziario comunale è stata utilizzata per proposte o lamentele riguardanti che esulano le competenze di Anzolanotizie.

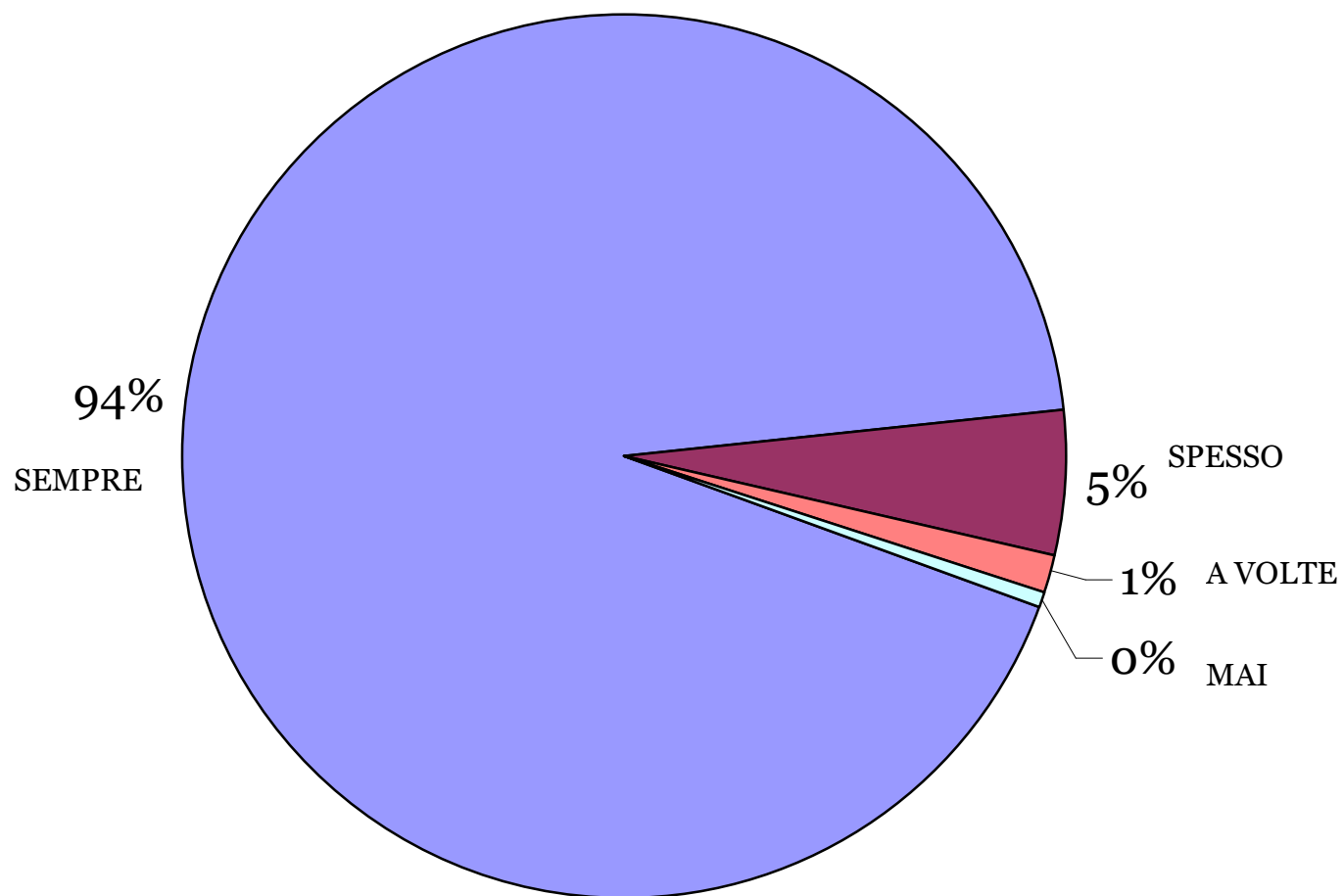
Dall'incrocio dei dati relativi a età e professione si può dedurre che l'utenza principale dei luoghi in cui è stato somministrato il questionario è composta da pensionati oltre i 60 anni. Questo è dovuto principalmente al fatto che la raccolta delle interviste è stata fatta sempre di mattina, mentre gli uffici comunali erano aperti, o presso il Centro ricreativo per anziani Cà Rossa. Unica eccezione a questo è costituita dalla raccolta dei

questionari presso la Biblioteca Comunale effettuata di pomeriggio, realizzata al fine di cercare anche un'utenza più giovane. Altra menzione particolare va concessa ai questionari realizzati in Parrocchia perché sono stati compilati da un gruppo di ragazzi la cui presenza nei locali parrocchiali era stata precedentemente accertata.

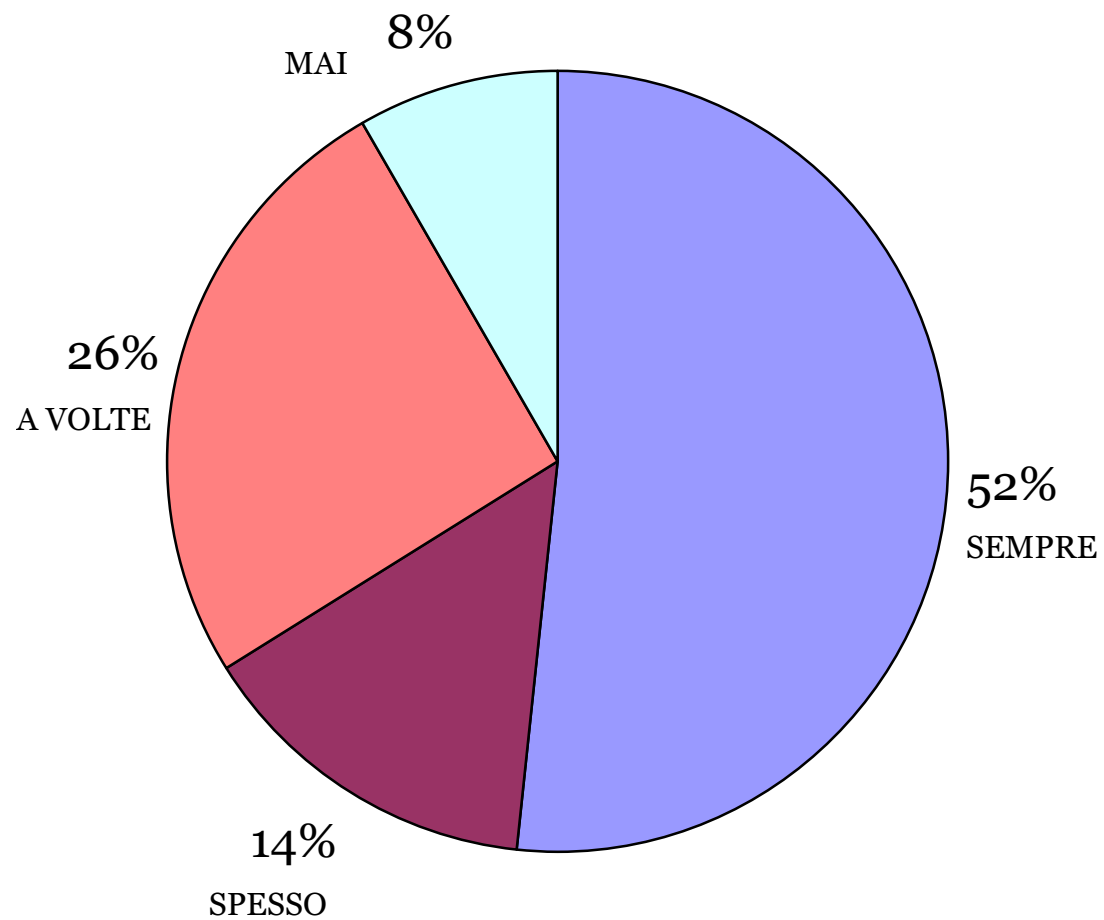
**Tabella 1 – Giorni e luoghi di somministrazione e numero di questionari raccolti**

DATA	LUOGO DI SOMMINISTRAZIONE	NUMERO QUESTIONARI
29 giugno	URP e Parrocchia dei ss. Pietro e Paolo	31
3 luglio	URP	11
4 luglio	URP	14
5 luglio	Biblioteca	17
6 luglio	URP e Ufficio Scuola	17
7 luglio	URP	26
9 luglio	URP e Sportello Sociale	12
10 luglio	URP	16
11 luglio	URP e Cà Rossa	19
12 luglio	URP e Biblioteca	17
13 luglio	URP	8
14 luglio	URP	20
<b>TOTALE</b>	<b>12 giorni di somministrazione del questionario</b>	<b>208</b>

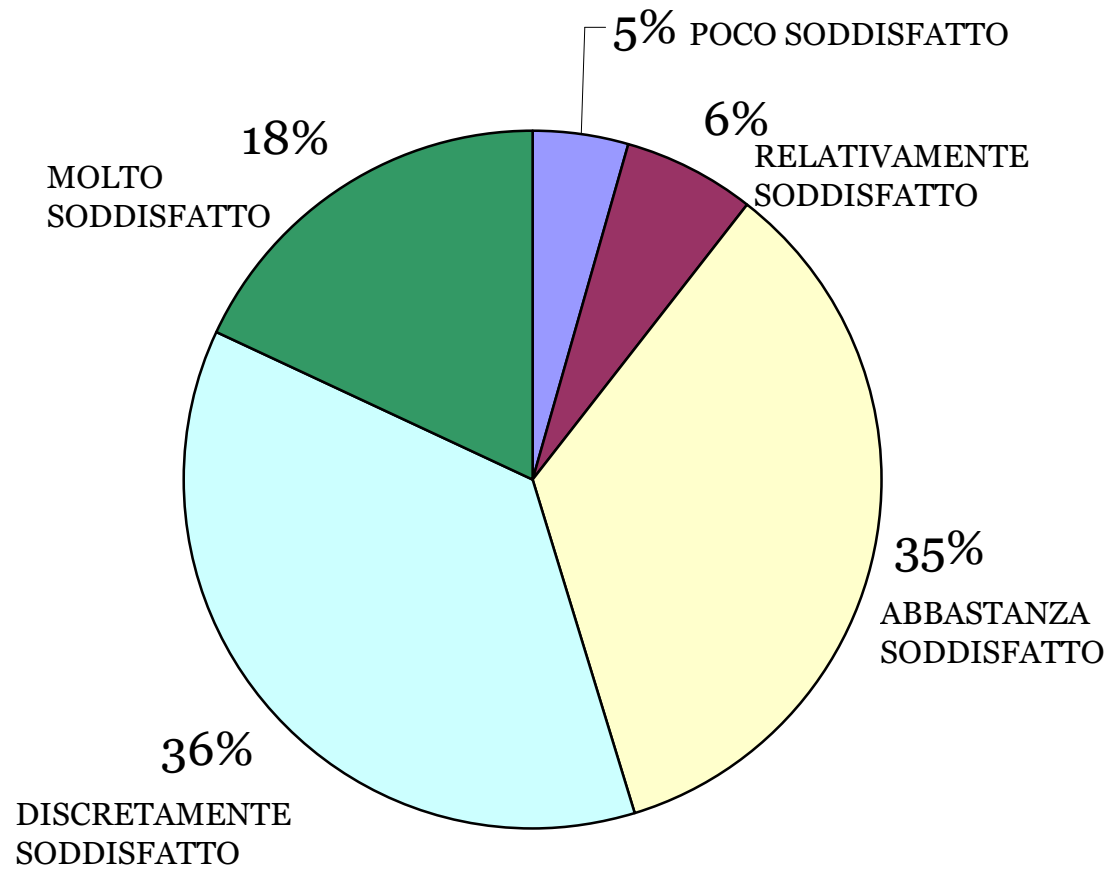
**FIG. 1 RICEZIONE DEL PERIODICO COMUNALE**



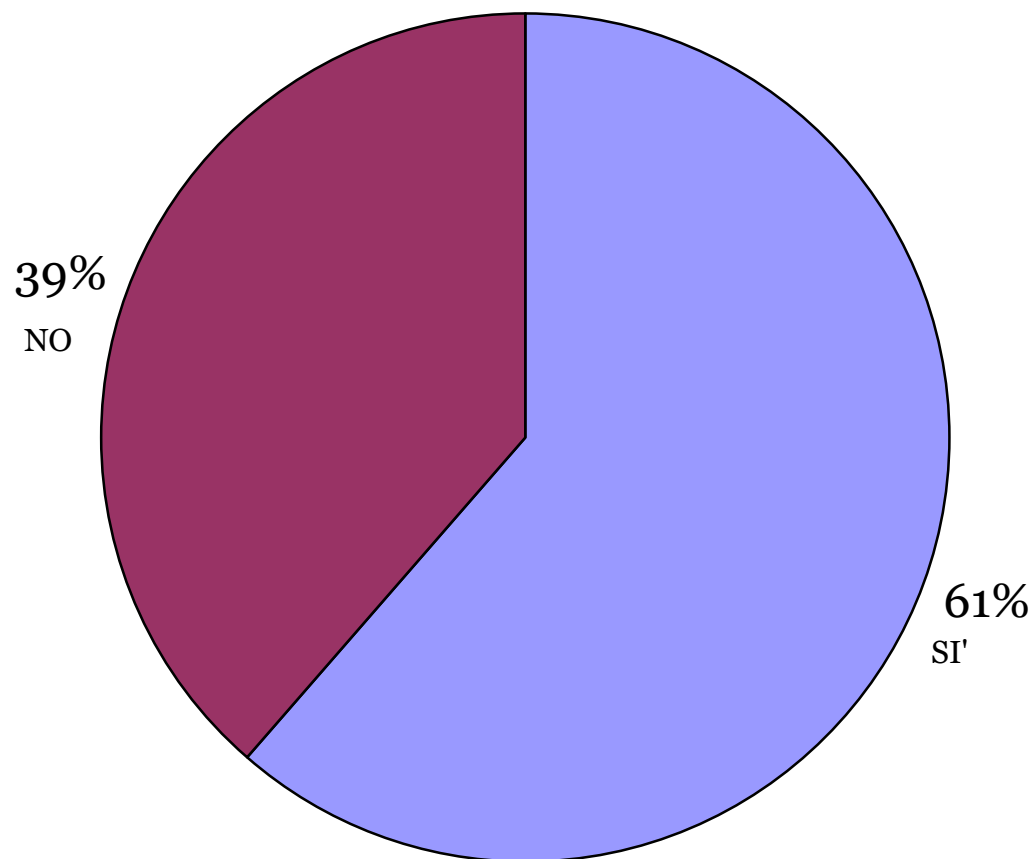
**FIG. 2 FREQUENZA DI LETTURA DEL PERIODICO  
COMUNALE**



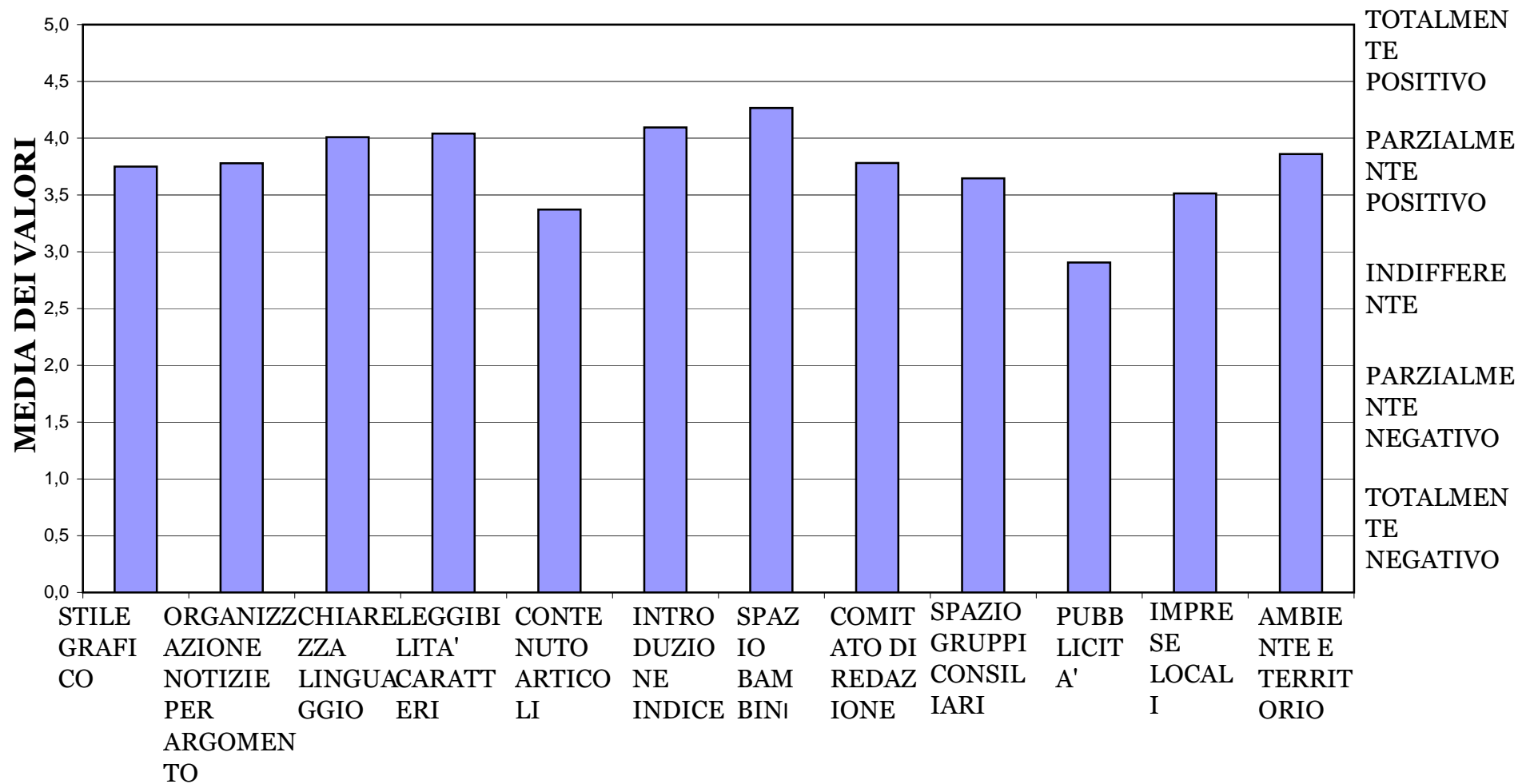
**FIG. 3 GIUDIZIO COMPLESSIVO SUL PERIODICO  
COMUNALE IN SCALA DA 1 A 5**



**FIG. 4 SI E' ACCORTO DEL RESTYLING DEL PERIODICO  
COMUNALE?**

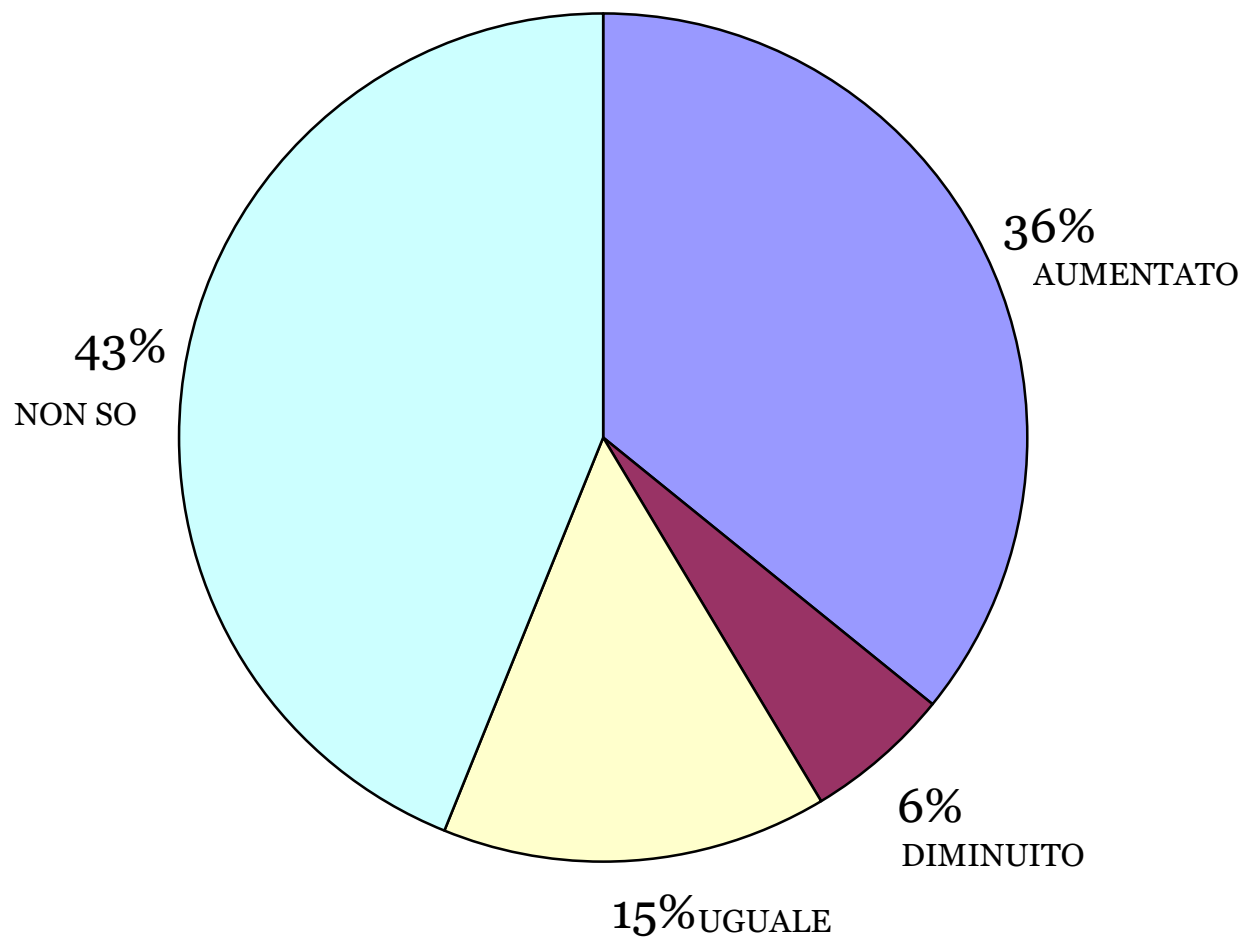


**FIG. 5 VALUTAZIONE DEL CAMBIAMENTO  
IN SCALA DA 1 A 5**

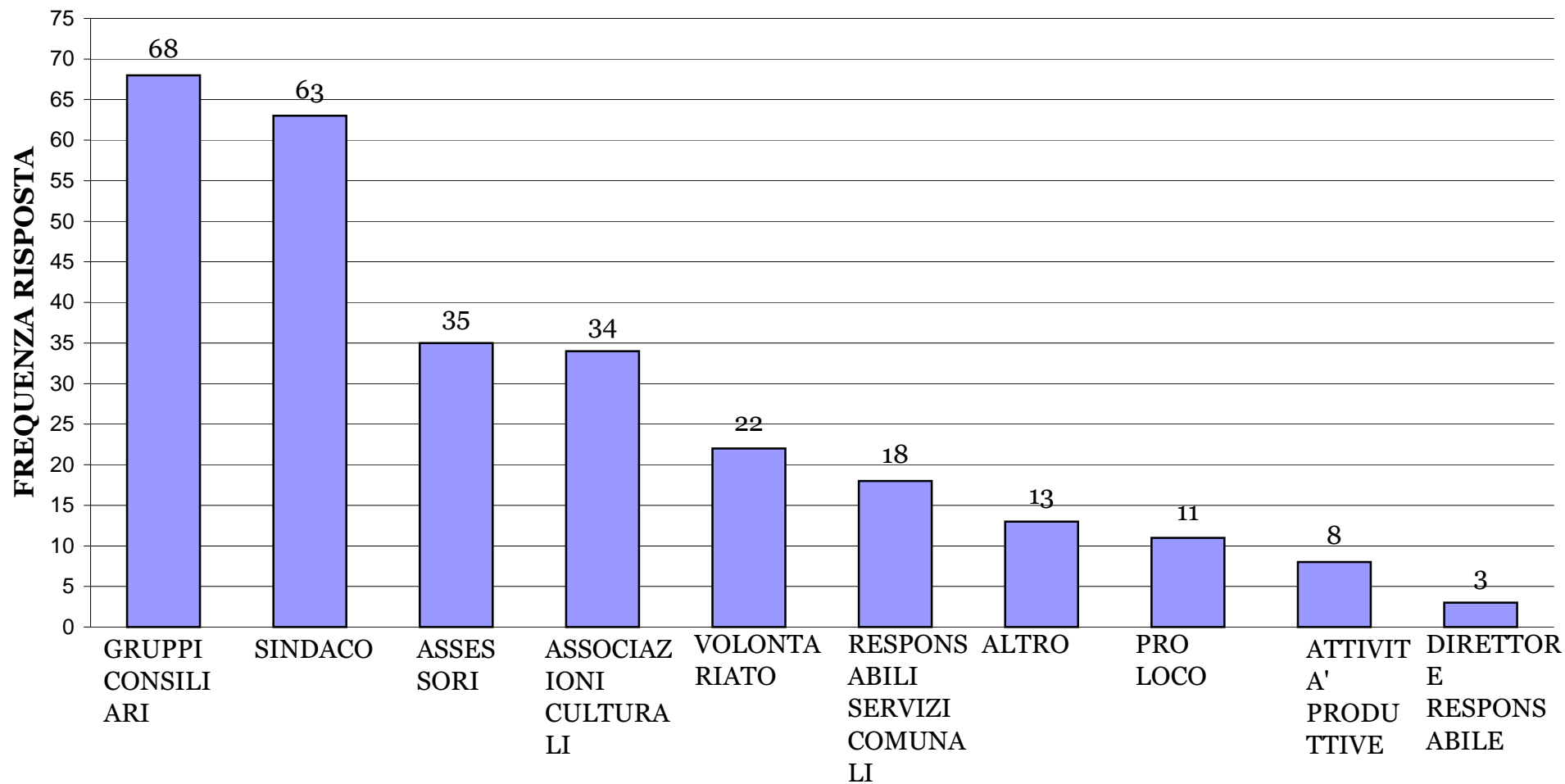




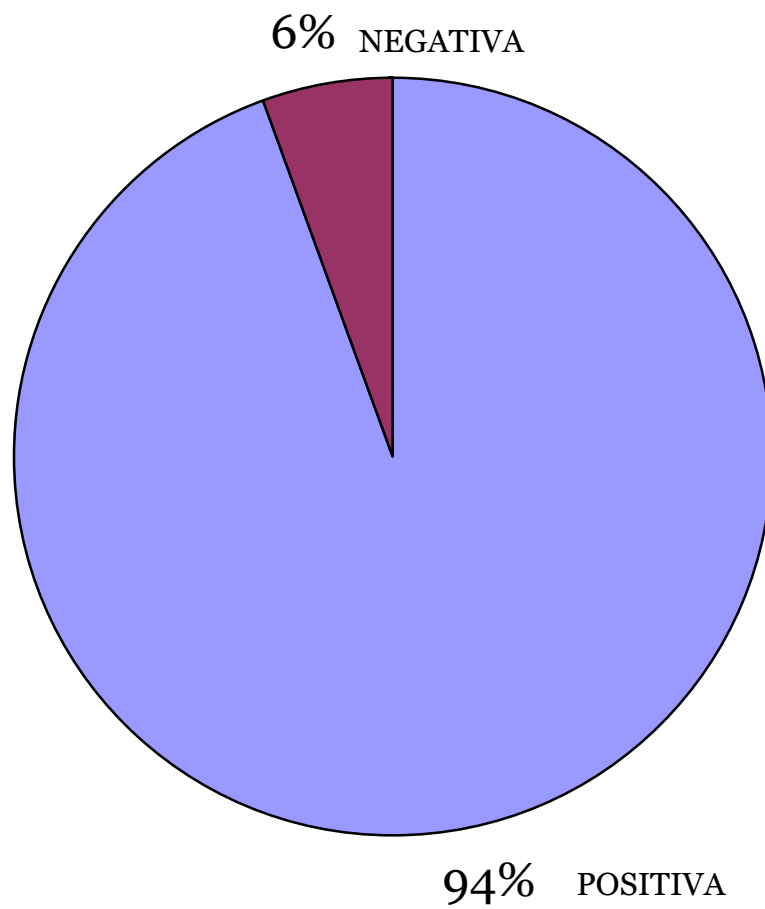
**FIG. 6 IL NUMERO DELLE PAGINE DEL PERIODICO  
COMUNALE E' :**



**FIG. 7 PERCEZIONE DEGLI AUTORI PIU' PRESENTI SUL PERIODICO COMUNALE**

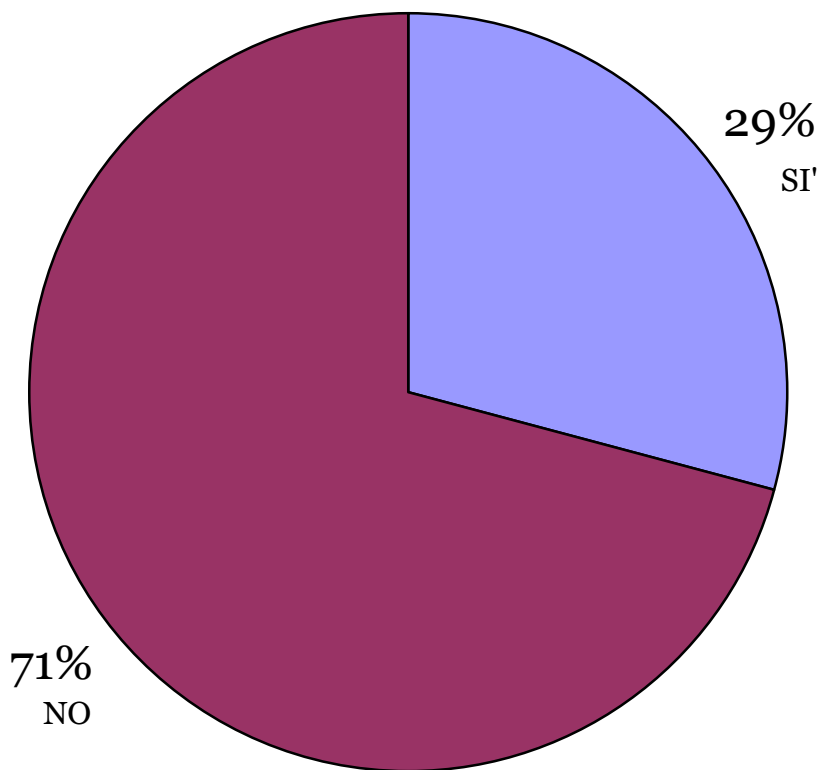


**FIG. 8 COME REPUTA LA PRESENZA DI RUBRICHE FISSE  
NEL PERIODICO COMUNALE**

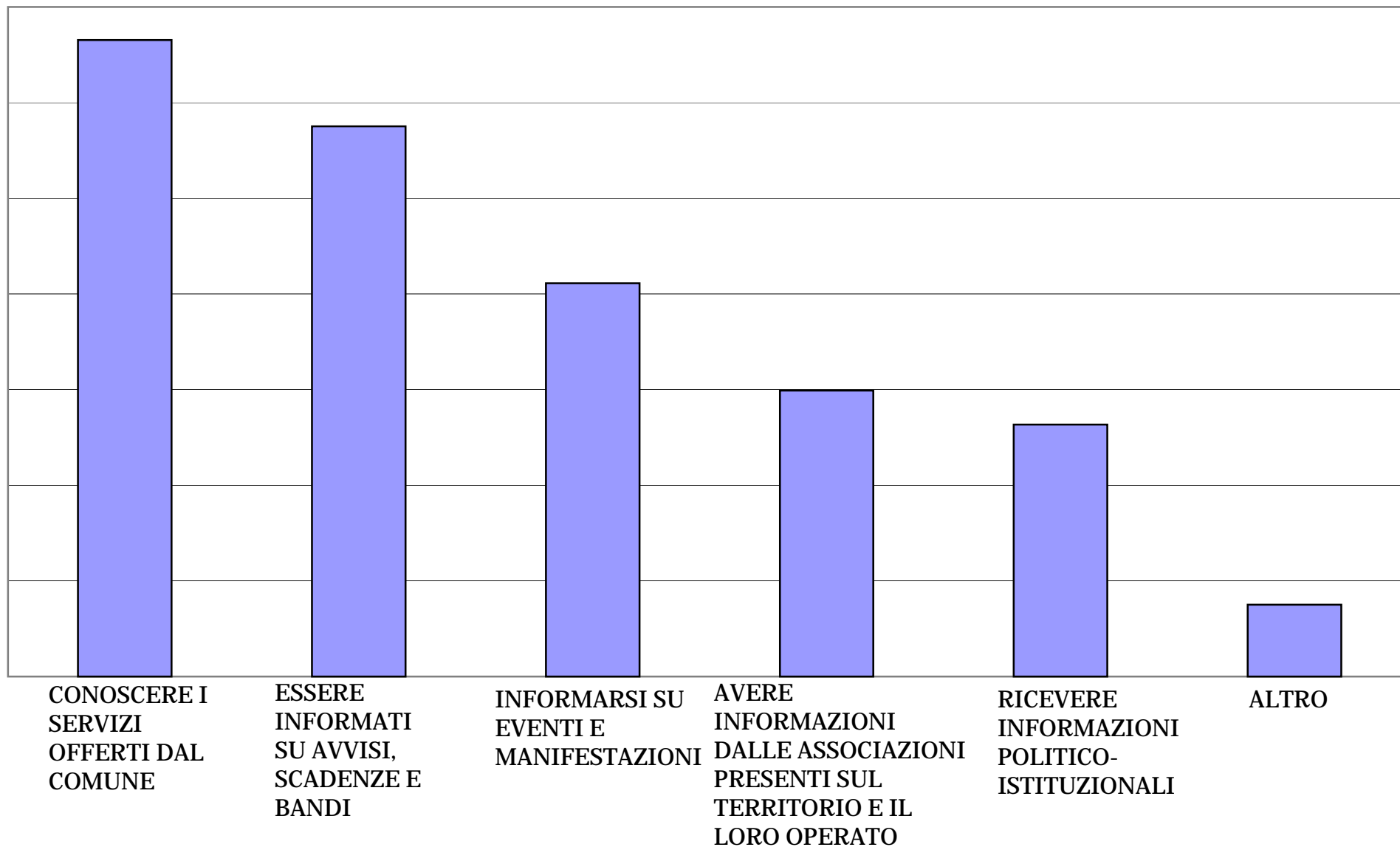


**FIG. 9 RICORDA QUALCHE RUBRICA FISSA PRESENTE  
SUL PERIODICO COMUNALE**

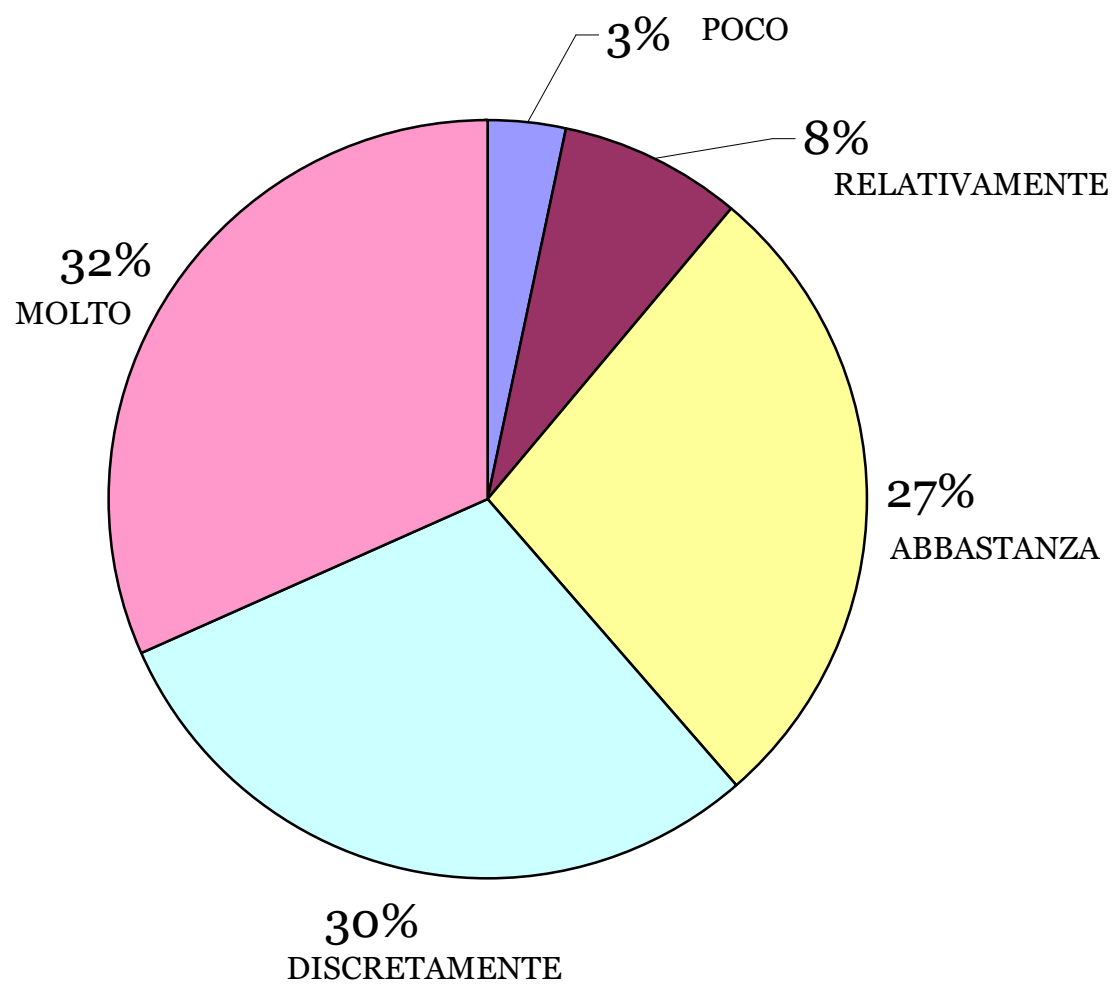
52 RISPOSTE	
13	Gruppi Consiliari
11	Informazioni URP
7	Volontariato
6	Cultura
5	Ambiente e Geovest
4	Bambini
2	Centro Famiglie
1	Lavori Pubblici
1	Iniziative
1	Sport
1	Pro Loco



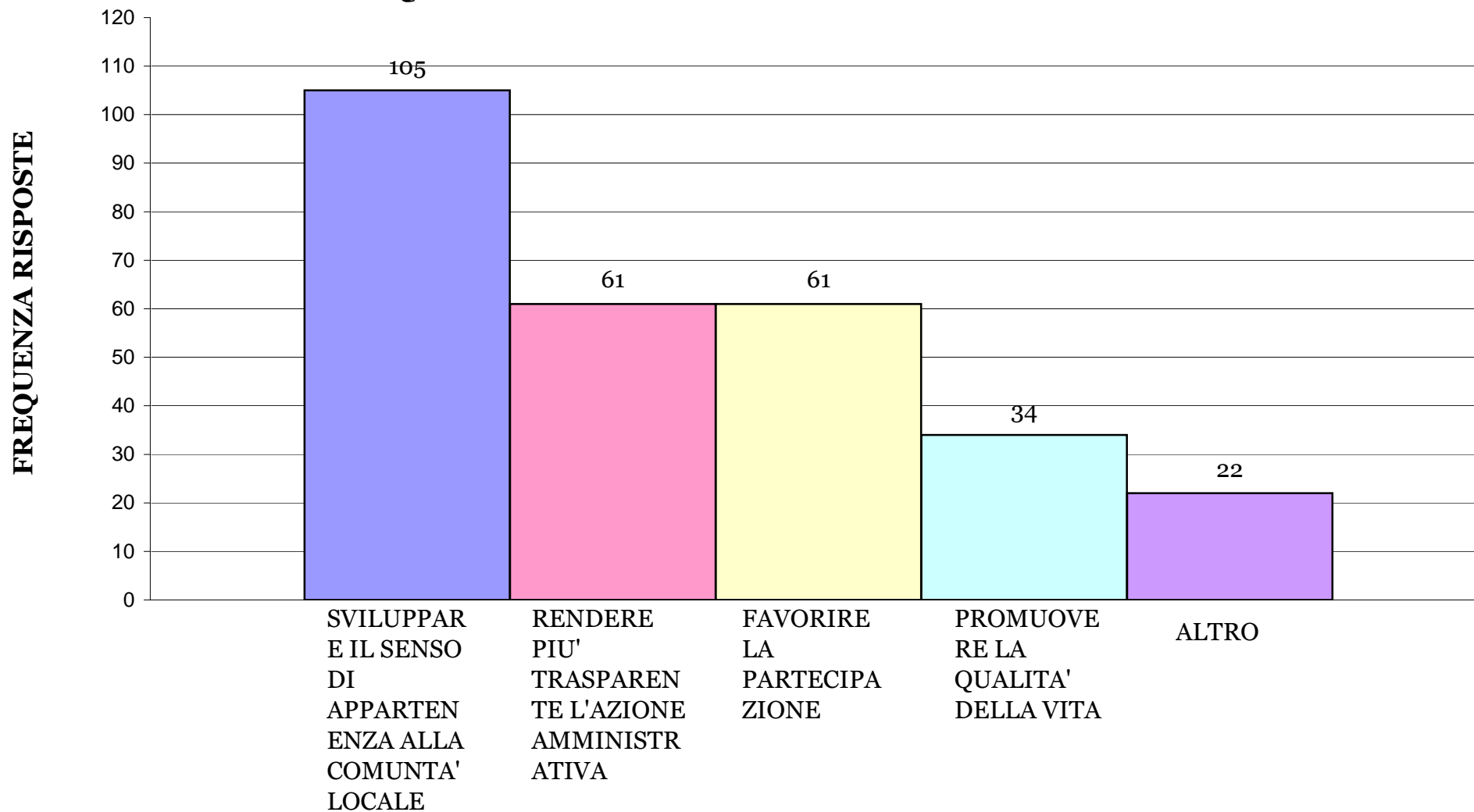
**FIG. 10 MOTIVI PER CUI UTILIZZA IL NOTIZIARIO  
COMUNALE**



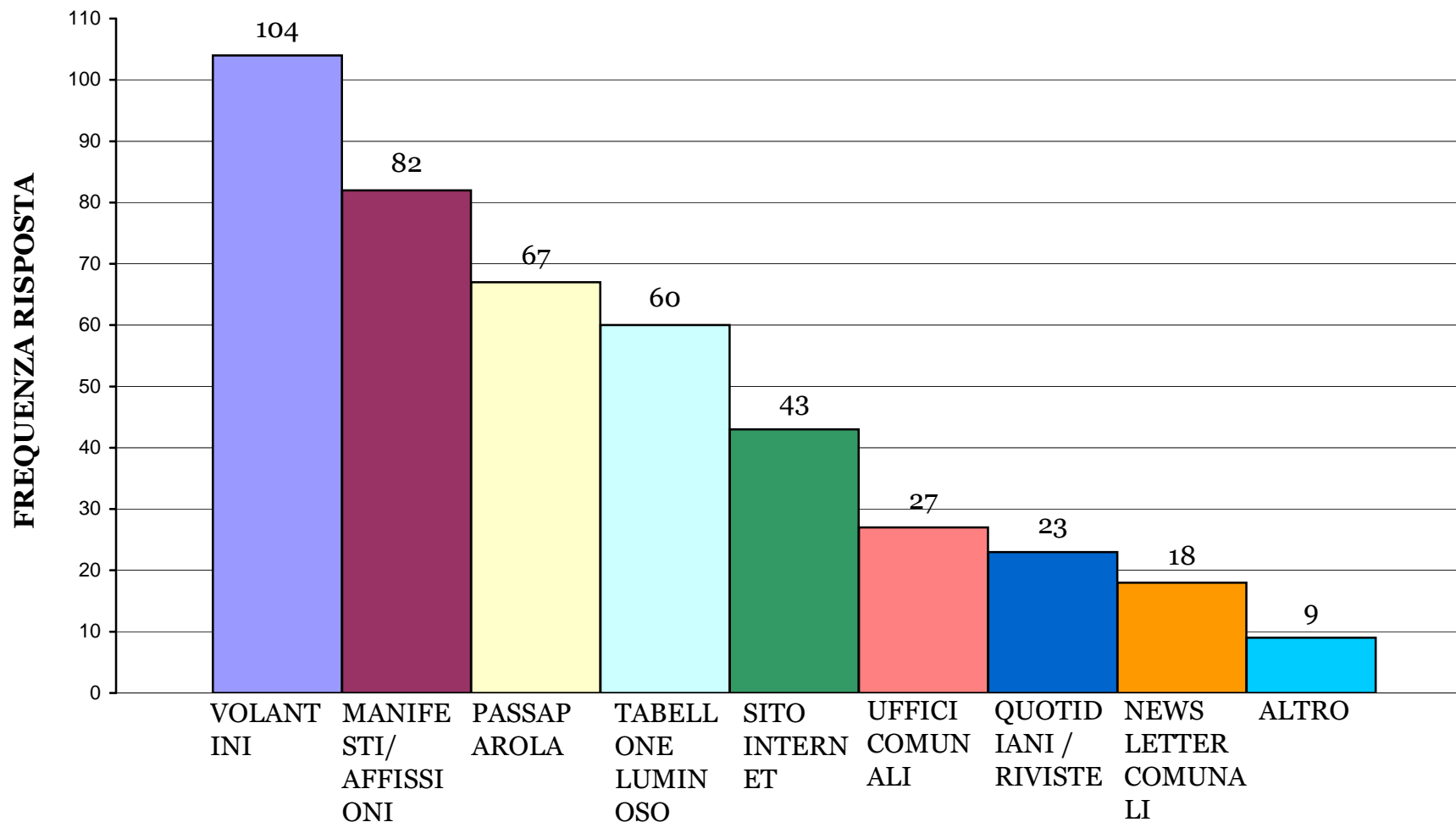
**FIG. 11 IN UNA SCALA DA 1 A 5, QUANTO E' UTILE IL PERIODICO COMUNALE**



**FIG. 12 QUALI VALORI RICONOSCE AL NOTIZIARIO**

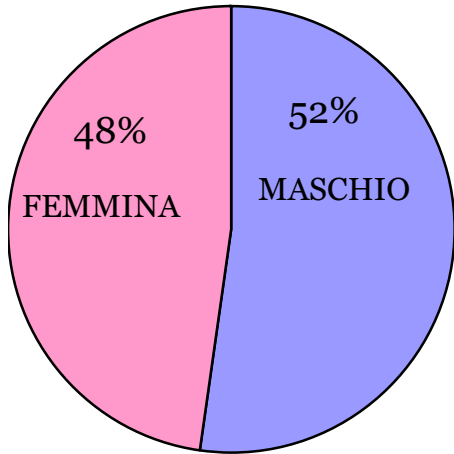


**FIG. 13 ATTRAVERSO QUALI ALTRE FONTI INFORMATIVE VIENE A CONOSCENZA DELLE ATTIVITA' COMUNALI:**

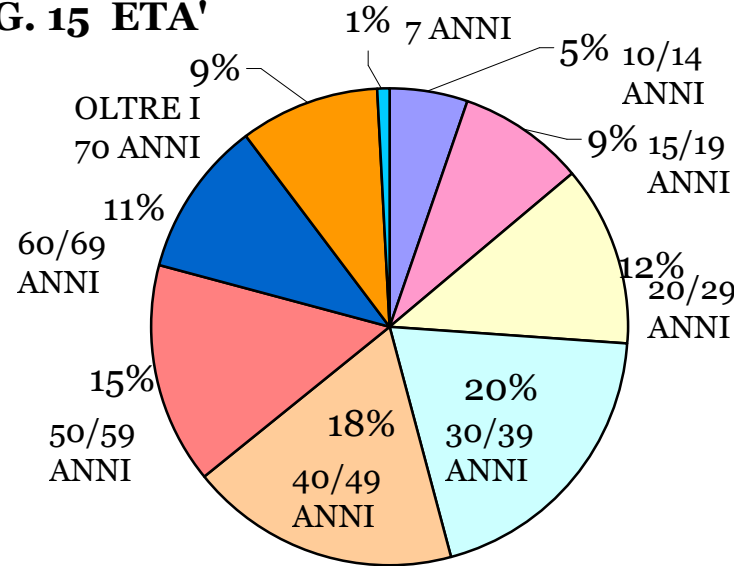




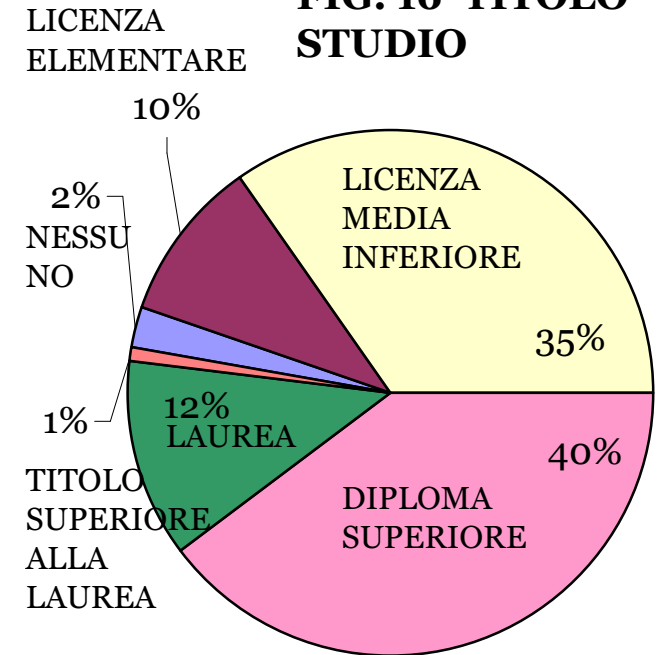
**FIG. 14 SESSO**



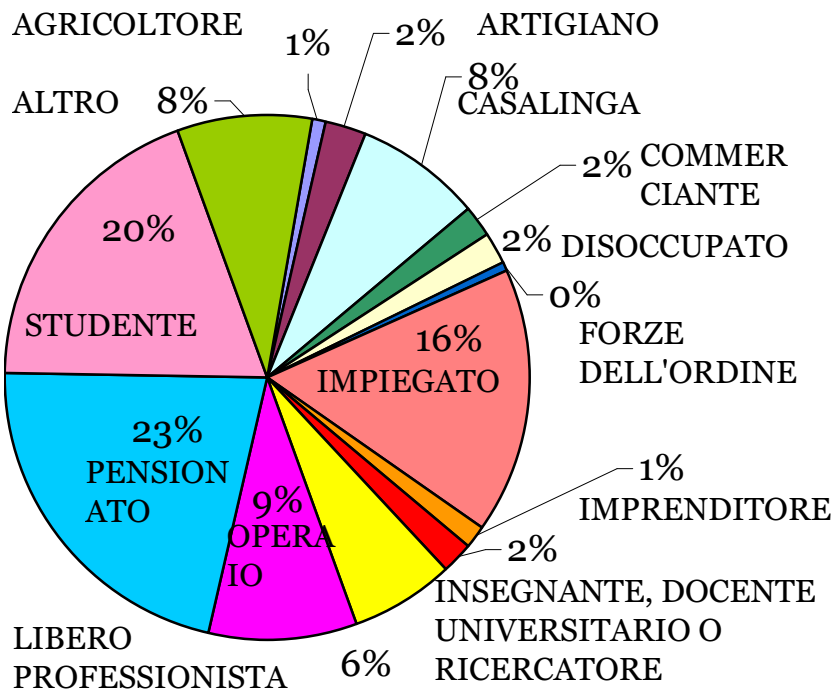
**FIG. 15 ETA'**



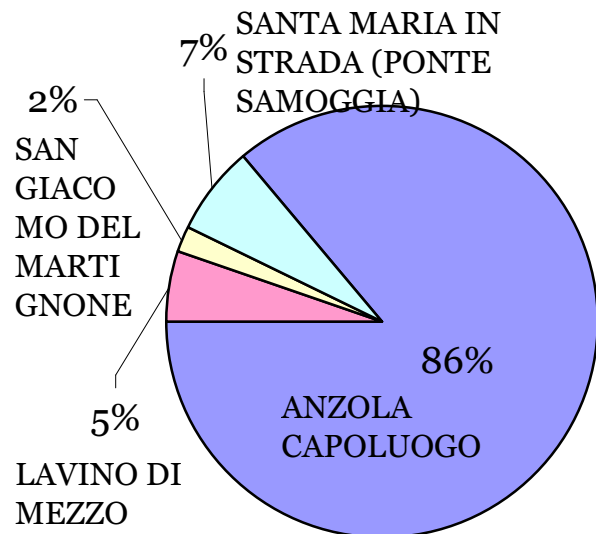
**FIG. 16 TITOLO STUDIO**



**FIG. 17 PROFESSIONE**



**FIG. 18 ZONA DI RESIDENZA**



**FIG. 19 NAZIONALITA'**

