

---

## 7 Conclusioni

---

**Sommario** 7.1 Rappresentazioni di genere nel linguaggio dei TG italiani fra stereotipi e segnali di innovazione. – 7.2 Limiti e prospettive di sviluppo della ricerca.

### 7.1 Rappresentazioni di genere nel linguaggio dei TG italiani fra stereotipi e segnali di innovazione

La ricerca presentata in questo volume esplora un *corpus* linguistico che raccoglie le trascrizioni di un campione di edizioni di TG italiani trasmessi nel triennio 2018-20 (*corpus* TG), con l'obiettivo di rilevare le rappresentazioni di genere codificate nel linguaggio dell'informazione televisiva quotidiana, attraverso una prospettiva interdisciplinare, linguistica e mediale. Il *corpus* è stato annotato manualmente con variabili categoriali pertinenti la struttura dei notiziari e il genere sociale delle fonti giornalistiche, femminile o maschile, in modo da assumere donne e uomini come categorie aprioristicamente omogenee fra loro, nel contesto specifico dell'informazione dei TG italiani e della loro agenda nei mesi campione del gennaio 2018, 2019 e 2020. I risultati restituiscono un quadro complesso, dove sono riconoscibili asimmetrie e stereotipi di genere, che connotano il linguaggio dei TG italiani come androcentrico e sessista, come evidenziato da

precedenti ricerche, ma anche segnali di innovazione; elementi più o meno stabili rispetto all'agenda dell'informazione; infine caratteristiche più o meno trasversali alle diverse linee editoriali.

Le donne come fonte di informazione sono anzitutto interessate da un discorso identitario autoreferenziale, che non ha corrispondenza per le fonti maschili. Attraverso la parola *donna*, le fonti femminili esplicitano la propria identità di genere, come singole o appartenenti a un gruppo sociale, o l'identità di genere di altre donne. Viceversa, la parola *uomo* non ha questo valore identitario, o per lo meno non viene usata dagli uomini per marcare la propria appartenenza al genere maschile. Questo risultato è confermato ai vari livelli dell'analisi e attesta due fenomeni: primo, come l'informazione italiana, più o meno consapevolmente, sia androcentrica (cf. capitolo 1), veicolando l'asimmetria semantica che interessa la coppia di nomi *donna-uomo*, laddove il primo indica un genere della specie umana, quello femminile, il secondo, invece, non indica solo l'altro genere, quello maschile, ma anche l'intera specie; secondo, come l'informazione sia uno spazio in cui le donne esprimono esplicitamente la propria identità di genere, forse anche su una sollecitazione in tal senso da parte di giornalisti e giornalisti, come dimostrato da precedenti ricerche (Capecchi, Pallotta 2001; CNEL 2004).

Il secondo risultato attesta una polarizzazione di genere tradizionale, quella fra la sfera pubblica, associata agli uomini, e la sfera privata, associata alle donne: il lessico femminile rinvia prevalentemente a questioni come la maternità, l'educazione, la vita domestica, mentre quello maschile a questioni pubbliche, in particolare di politica e governo. Questo risultato conferma come l'informazione televisiva rafforzi uno degli stereotipi più datati sulla lingua parlata dalle donne, quello che riguarda gli argomenti di cui le donne parlano da una posizione ai margini del sistema del potere: argomenti «out of power» (Lakoff 1973, 53), argomenti che riguardano le esperienze tradizionalmente femminili come la maternità (Spender 1980, 1985) o argomenti che riguardano la vita domestica (Berretta 1983). Le prime ricerche che attestavano questo stereotipo contenevano certamente un nocciolo di verità (per la «kernel of truth hypothesis», si veda Terry Prothro, Melikian 1953), poiché le donne negli anni Settanta e Ottanta del Novecento erano realmente «out of power». Oggi però le donne sono numerose in tutti gli ambiti della sfera pubblica. Per esempio, nel mercato del lavoro italiano, il tasso di attività femminile nel 2020 è pari al 54,1%, quello di occupazione pari al 48,6%;<sup>1</sup> in politica, con la 18esima legislatura, la rappresentanza parlamentare complessiva, cioè a Camere unite, ha raggiunto il 35% (Senato

<sup>1</sup> Dati ISTAT (serie storiche) al 31 dicembre 2020: <https://www.istat.it/it/archivio/253019>.

della Repubblica 2018). Che le donne non trovino un adeguato spazio di espressione nei mezzi di informazione dipende forse dal fatto che esse sono soprattutto 'out of the power of the news media' e che i TG italiani sono caratterizzati da un certo grado di 'sessismo' (cf. capitolo 1), come confermano anche i risultati sulla rappresentazione di genere in termini di spazio di parola. Il *sub-corpora* che raggruppa i testi prodotti dalle fonti femminili ha infatti una dimensione pari a circa un terzo rispetto al *sub-corpora* dei testi delle fonti maschili, confermando la 'regola del terzo' rilevata da numerosi studi che attestano un 'tetto di attenzione' a un terzo dello spazio o della voce assegnata alle donne nelle notizie nella maggior parte dei *news media* del mondo (Ross, Azzalini 2017, 41; Djerf-Pierre, Esdröm 2020, 33).

Inoltre, l'analisi delle CGD dei *sub-corpora* delle fonti femminili e maschili a confronto mette in evidenza, primo, come le donne siano escluse dal discorso scientifico, un campo semantico presente solo nel *sub-corpora* uomo e, secondo, come i due campi semantici condivisi, quello della 'testimonianza di vita' e della 'comunicazione politica', non siano condivisi nella stessa misura. Il primo, entro cui si concentra la dimensione privata, è nettamente prevalente nel discorso veicolato dalle fonti femminili (80,25% vs. il 41,92% dei ST di fonti maschili); il secondo, entro cui si concentra la sfera pubblica, è prevalentemente maschile (29,96% vs. il 19,75% dei ST di fonti femminili). Come già osservato nella discussione dei risultati, queste differenze non sembrano tanto ascrivibili a specificità linguistiche, quanto ai ruoli, e soprattutto ai diversi spazi offerti per esercitare questi ruoli, assegnati alle donne e agli uomini. Gaetano Berruto, in uno dei primi contributi della sociolinguistica italiana sulla questione delle differenze di lingua fra uomini e donne, scrive:

le differenze certamente riconoscibili nella propensione a usare e nell'uso effettivo di termini e campi semantici specifici sono da ricondurre in massima parte non a fatti 'linguistici', bensì alle diverse sfere di argomenti e settori di esperienze che uomini e donne sono soliti trattare preferenzialmente in dipendenza della divisione sociale dei rispettivi ruoli. Si tratta cioè di diverse sfere di riferimento esplicitate linguisticamente, e non di diversità di 'trattamento' linguistico delle stesse sfere. (Berruto 1980, 146)

Questa affermazione coglie in modo pertinente i risultati emersi dall'esplorazione del *corpus* TG. Le donne come fonte d'informazione sono prevalentemente associate a un certo vocabolario e a certi campi semantici, perché sono prevalentemente interpellate come testimoni della vita quotidiana, una sfera tradizionalmente e stereotipicamente associata al genere femminile. Fatta eccezione per l'uso della parola *donna*, il lessico di uomini e donne è infatti molto simile in corrispondenza dei medesimi campi semantici, ma le variazioni

vanno nella direzione di ampliare il campo semantico femminile verso la sfera privata e quello maschile verso la sfera pubblica.

Per quanto riguarda l'impatto dell'agenda dell'informazione, in termini di notizie che la compongono nei tre periodi coperti dal *corpus* TG, i risultati attestati dalla comparazione per anno evidenziano un'instabilità delle classi lessicali, indicativa di come sia le fonti femminili sia le fonti maschili siano portatrici di discorsi che possono variare in relazione ai diversi eventi che superano la soglia di notiziabilità. Invece, la comparazione per TG mette in evidenza diverse linee editoriali, fra cui si distingue quella del TG2, che privilegia le fonti femminili come soggetto della 'comunicazione politica' piuttosto che come soggetto di 'testimonianza di vita'. Considerato che il TG2 è stato inserito nel *corpus* TG per verificare l'eventuale differenza apportata da una linea editoriale dichiaratamente impegnata sul fronte dell'uguaglianza di genere, come quella di Ida Colucci, direttrice del TG2 nel gennaio 2018, è ragionevole ipotizzare che questo risultato sia dovuto alla sua direzione e a una 'consapevolezza di genere' lasciata in eredità dalla direttrice alla redazione. Come abbiamo visto nel capitolo 3, le giornaliste possono infatti fare un'informazione differente, ma a condizioni variamente correlate con la loro posizione di potere entro gli organi di informazione in cui operano, alla loro 'consapevolezza del genere' e anche al contesto del paese. La consapevolezza dell'allora direttrice del TG2 è attestata da diverse dichiarazioni pubbliche e interviste e il contesto è quello, favorevole, di un paese in cui la tematica dell'uguaglianza di genere, in particolare nel linguaggio dei media, è rientrata nell'agenda politica, grazie all'attenzione della presidente della Camera Boldrini (Azzalini, Giusti 2019), e nell'agenda del mondo dell'informazione, come dimostrano le due linee guida pubblicate proprio nel corso della XVII legislatura (Robustelli 2014; GLPO CNOG 2015).

Venendo ora alla rappresentazione di donne e uomini come argomento di informazione, il primo risultato rilevante riguarda un equilibrio di genere in termini di spazio di attenzione per donne e uomini come *topic* dell'informazione, per lo meno nei casi in cui donne e uomini sono esplicitamente identificati dai due lemmi *target donna* e *uomo*, a cui è circoscritta l'analisi. A questo equilibrio quantitativo corrisponde una similarità lessicale, tanto da poter profilare un lessico dominante, che rappresenta entrambi i generi come oggetto di un'informazione prevalentemente cronachistica, incentrata, da un lato, su eventi di criminalità e violenza e, dall'altro, su relazioni affettive e familiari. Le differenze di genere emergono, come secondo risultato, da un'analisi più approfondita (CGD e analisi fattoriale), che porta in evidenza stereotipi e asimmetrie tradizionali, ma anche qualche elemento di innovazione.

Si colloca sul primo versante la rappresentazione dominante delle donne nel campo semantico della violenza di genere, contraddistinto

dal fattore latente della 'oggettività', indicativo di una rappresentazione vittimistica delle donne, di contro alla rappresentazione non dominante degli uomini nel campo semantico più esteso della criminalità, di cui la violenza di genere è soltanto una componente, ed è peraltro caratterizzato dal fattore latente della 'soggettività', indicativo di una rappresentazione attiva degli uomini in questa sfera dell'agire sociale. Un'asimmetria simile interessa anche le questioni di genere, ricorrenti in modo stabile nei tre periodi considerati, ovvero quelle riconoscibili entro il campo semantico della 'occupazione femminile', che tematizza le donne come oggetto di un discorso specifico, e quelle riconoscibili nel campo semantico delle 'pari opportunità e diritti', che tematizza gli uomini in modo più esteso, come soggetti di un discorso di parità e diritti più ampio, confermando l'uso sovraesteso del lemma *uomo*. Su questo versante è possibile collocare anche il risultato pertinente la 'centralità delle donne', un'area semantica che pone al centro del discorso mediale il ruolo delle donne nella società, nella storia, nella politica e nell'arte, ma che è significativamente associata alla modalità \*S\_Uomo della variabile \*P\_Fonte: ciò vuol dire che la rilevanza dei ruoli femminili è mediata da parlanti di genere maschile, giornalisti o uomini fonti di notizia. Questo risultato conferma la tendenza dell'informazione a legittimare la valorizzazione delle donne attraverso la voce, il pensiero e la testimonianza degli uomini (Capecchi 2001; CNEL 2004).

Costituisce, invece, un elemento di innovazione, rispetto a quanto attestato da precedenti ricerche, la rappresentazione delle donne come voce e soggetto del 'dissenso delle donne', che, come abbiamo visto, è un campo semantico che fa riferimento non solo alla ribellione pubblicamente manifestata contro le molestie sessuali, ma anche contro altre forme di violenza e discriminazione, per esempio su base religiosa, politica e sociale. La portata innovativa di questo risultato è duplice: da un lato evidenzia l'emersione di uno spazio di attenzione, ancorché di dimensioni contenute, per una questione specificamente femminile e femminista a cui, in genere, l'informazione *mainstream* presta poca attenzione (cf. Azzalini, Padovani 2016; 2021a); dall'altro mostra come questo spazio si configuri come una rappresentazione delle donne quali cittadine attive nella sfera pubblica, piuttosto che come osservatrici passive (Ross, Carter 2011). Infine, è interessante notare come questo campo semantico sia positivamente associato a fonti giornalistiche femminili, testimoniando come le giornaliste possano avere un ruolo nel configurare nuovi spazi identitari nei contenuti dell'informazione.

Questa ipotesi è indirettamente (e parzialmente) confermata anche dal risultato che riguarda il TG2. L'analisi dei contributi del chi-quadrato al valore di associazione tra le classi del *sub-corpus* donna e le modalità della variabile \*T (testata giornalistica) ha rilevato un contributo significativamente positivo dei segmenti di testo del TG2

alla formazione della classe della ‘comunicazione politica’ e un contributo significativamente negativo, detto altrimenti un ‘non-contributo’, dei segmenti di testo del TG2 alla formazione della classe della ‘violenza domestica contro le donne’. Quest’ultima area semantica si contraddistingue per una rappresentazione delle donne come vittime passive, quindi è problematica nella misura in cui diventa dominante (33,09%) rispetto ad altre aree, che contribuiscono a una costruzione di identità femminili attive, come per esempio ‘il dissenso delle donne’, la classe lessicale del *sub-corpus* donna che riceve il massimo contributo dai segmenti di testo del TG2 [graf. 14].

## 7.2 Limiti e prospettive di sviluppo della ricerca

Il limite principale della ricerca presentata in questo volume è rappresentato dall’estensione periodica del *corpus* TG. La disponibilità dell’Osservatorio di Pavia di fornire gratuitamente solo i testi trascritti dei notiziari di un mese all’anno, a partire dal gennaio 2018, e di mettere a disposizione i file video relativi, per poter rivedere i testi, correggere eventuali errori di trascrizione e annotarli manualmente, ha vincolato la costruzione del *corpus* a un solo mese per anno, riducendo la copertura dell’agenda dell’informazione. Questo limite non ha tuttavia ridotto il valore euristico dell’esplorazione del *corpus*, la cui dimensione è risultata adeguata a tutte le analisi, anche comparative, effettuate. Peraltro, è doveroso riconoscere che la costruzione e annotazione manuale del *corpus* TG ha richiesto un impiego di risorse molto oneroso, sia in termini di tempo che di attenzione, per cui, anche a fronte di una più ampia disponibilità dell’istituto di ricerca pavese, sarebbe stato difficile costruire un *corpus* più esteso, entro i tempi ragionevoli di realizzazione di una ricerca.

Valutando in modo obiettivo i fattori che hanno contribuito a determinare questo limite, uno sviluppo futuro può prefigurarsi non tanto in termini di integrazione, ovvero raccolta di testi informativi pertinenti ad altri mesi degli stessi anni, ma di estensione, ovvero raccolta di notizie diffuse, magari sempre nel mese di gennaio, dall’anno 2021 in avanti. Questo consentirebbe di seguire l’evolversi del linguaggio dell’informazione televisiva italiana in una prospettiva longitudinale di lungo periodo.

Un secondo limite di questa ricerca riguarda ancora il campione di analisi, in particolare la sua circoscrizione a testi esemplificativi del linguaggio dell’informazione quotidiana della televisione. Questa scelta, oltre a essere orientata da una preferenza personale, è stata dettata da due ragioni pratiche. La prima riguarda la relativamente facile reperibilità dei testi per la costruzione del *corpus*, e la contestuale difficoltà di raccogliere testi esemplificativi del linguaggio di altri formati televisivi, per esempio i *talk show* e altri tipi di media,

per esempio la radio o i quotidiani. Se un'estensione del campione nella direzione di includere per esempio *talk show* o programmi radiofonici può richiedere un programma di ricerca per un (forse troppo) lungo periodo, dato il tempo richiesto dalla raccolta dei testi, può essere programmata entro tempi di ricerca più ragionevoli l'estensione di analisi su *corpora* esemplificativi dell'informazione della stampa, magari online o in versione digitale, facilmente reperibile tramite abbonamento o banche dati, con i dati linguistici che non necessitano di essere trascritti manualmente, perché già in formato elettronico.

Un terzo limite di questa ricerca è quello di non aver considerato tutti i numerosi fattori che interagiscono, o potrebbero interagire, con le rappresentazioni di genere nel linguaggio dell'informazione. Per esempio, il grado di metacompetenza linguistica e metacompetenza mediale di giornaliste e giornalisti. Una prospettiva di sviluppo della ricerca può quindi essere rappresentata da un'indagine sul grado di consapevolezza diffuso, fra chi fa informazione, di quanto la lingua, in particolare italiana, e l'informazione, che ne è veicolo, possano contribuire a una rappresentazione di genere più paritaria e inclusiva, a supporto dell'avanzamento della parità di genere nei contenuti dei media. Un'intervista a un campione rappresentativo delle diverse professioni giornalistiche, esercitate nei diversi tipi di organi informativi italiani, potrebbe rappresentare una proficua linea di ricerca.

