

LINGUAGGIO SESSISTA E RAPPRESENTAZIONI FEMMINILI
NELLA COMUNICAZIONE GIORNALISTICA SULLE MINISTRE
DEI GOVERNI PRODI (2006) E BERLUSCONI (2008).
UN'ANALISI PSICOLOGICO-SOCIALE SUI TITOLI
DELLA STAMPA ITALIANA DI DIVERSO ORIENTAMENTO
IDEOLOGICO-CULTURALE

SEXIST LANGUAGE AND WOMEN'S REPRESENTATIONS IN
JOURNALISTIC COMMUNICATION ABOUT FEMALE MINISTERS
OF THE PRODI (2006) AND BERLUSCONI (2008) GOVERNMENTS.
A SOCIAL-PSYCHOLOGICAL ANALYSIS
ON HEADLINES OF THE ITALIAN PRESS WITH DIFFERENT
CULTURAL AND IDEOLOGICAL ORIENTATION

Gilda Sensales*, Alessandra Areni*, Alessandra Dal Secco**

*Dipartimento di Psicologia dei Processi di Sviluppo e Socializzazione,
Università Sapienza di Roma, via dei Marsi, 78, 00185, Roma, Italia;
** Faculty of Social Sciences and Humanities,
Child and Woman Abuse Studies Unit, London Metropolitan University,
166-220 Holloway Road, N7 8DB London, UK;
e-mail: gilda.sensales@uniroma1.it; telefono: +39 06 49917659

Riassunto

Lo studio è centrato sulle rappresentazioni di dieci ministre italiane in due diversi governi - sei ministre del governo di centro-sinistra guidato da Prodi nel 2006 (Bindi, Bonino, Lanzillotta, Melandri, Pollastrini, Turco) e quattro ministre del governo di centro-destra guidato da Berlusconi nel 2008 (Carfagna, Gelmini, Meloni, Prestigiacomo) -. Tali rappresentazioni, monitorate attraverso 514 titoli di cinque quotidiani italiani (L'Unità, La Repubblica, Il Corriere della Sera, Il Tempo, Il Giornale), sono state analizzate secondo una duplice prospettiva comparativa centrata sul ruolo dell'appartenenza politica delle ministre e sul ruolo dell'orientamento ideologico-culturale della fonte. Inoltre è stato dedicato un focus particolare all'uso di un linguaggio sessista, attraverso la rilevazione del maschile generico e del femminile specifico utilizzati per le ministre. I dati testuali sono stati elaborati con tappe differenziate del pacchetto statistico SPAD-T per

G. Sensales et al. / *Ricerche di Psicologia 1* (2013) 65-101

l'analisi del vocabolario e della caratterizzazione lessicografica dei titoli relativi alle dieci ministre e ai cinque quotidiani nei due anni. Nell'analisi del linguaggio sessista abbiamo trovato una sovrautilizzazione del maschile generico in tutti i quotidiani e pochi casi di femminile specifico, nella maggioranza dei casi da parte dei quotidiani di sinistra e centro-sinistra. Il linguaggio sotto osservazione è stato interpretato come luogo di produzione, riproduzione e diffusione di rappresentazioni fortemente condizionate dagli stereotipi di genere. Attraverso il suo studio si è evidenziato come questi stereotipi, operando in una realtà politica in cui il ruolo delle donne appare ancora molto marginale, contribuiscano a cristallizzare tale situazione di marginalità, piuttosto che fornire stimoli ad un suo superamento e aprire la strada ad una maggiore partecipazione delle donne all'attività politica.

Parole chiave: linguaggio sessista, rappresentazioni sociali e stereotipi di genere, media, donne in politica.

Abstract

The study focuses on media representations of ten women ministers in two different Italian governments - six ministers of the center-left government led by Prodi in 2006 (Bindi, Bonino, Lanzillotta, Melandri, Pollastrini, Turco) and four ministers of the center-right led by Berlusconi in 2008 (Carfagna, Gelmini, Meloni, Prestigiacomo). These representations, monitored in 514 news headlines from five Italian newspapers (L'Unità, La Repubblica, Il Corriere della Sera, Il Tempo, Il Giornale), were analyzed according to a twofold comparative perspective centered on the role of ministers' political affiliations and on the role of the source ideological and cultural orientation. The study also examines the use of sexist language by detecting the generic masculine and the specific feminine applied to the ministers. Textual data were processed with different steps of the statistical package SPAD- T for the analysis of the vocabulary and the lexicographic characterization of headlines relating to the ten ministers and the five daily papers in two years. In the analysis of the sexist language we found an over-utilization of the masculine generic by all dailies and a few cases of feminine specific, mainly by the left and center-left dailies. The language under observation was interpreted as a site of production, reproduction and dissemination of representations strongly permeated by gender stereotypes. Through this study, we have shown that these stereotypes, operating in a political context in which the role of women is still very marginal, contribute to crystallize women's marginality, rather than providing incentives to overcome it and pave the way for greater women's participation in politics.

Keywords: sexist language, social representations and gender stereotypes, media, women in politics.

Nell'ultimo ventennio ci si è sempre più interrogati sul ruolo delle donne in politica. A più riprese si è evidenziata la loro marginalità nel mondo della politica, considerato ancora oggi un universo prevalentemente maschile in tutte le democrazie contemporanee. Fra queste l'Italia evidenzia andamenti poco rassicuranti. Così ad esempio Francescato e Mebane (2011: p. 253) ricordano come l'Italia si collochi al 56° posto su 140 nazioni per la presenza delle donne fra i parlamentari. Dai dati, relativi al 2010, si evince che esse siano in media il 19.8% dei parlamentari italiani, una percentuale un po' superiore alla media generale (18.9%), relativa a tutti i parlamentari del mondo, ma sempre molto bassa.

Anche la ricerca ha cercato di indagare i motivi di questo gap studiando ambiti diversi che vanno dalle opinioni e atteggiamenti della gente comune e degli stessi politici, alle immagini diffuse dai diversi media. A quest'ultimo proposito si può ricordare come il tema delle rappresentazioni mass medial di donne politiche riceva una sempre maggiore attenzione nella letteratura scientifica contemporanea, essendo affrontato secondo diverse angolature, da quelle centrate sulle differenze di genere, a quelle focalizzate sul confronto fra diversi paesi occidentali, a quelle che usano degli studi di casi considerati in qualche modo emblematici del modo di trattare le donne che raggiungono i livelli più alti dell'attività politica. Buona parte dei lavori sono stati condotti negli Usa, anche se non mancano contributi relativi ad altre aree geografiche, tra cui l'Italia, che tuttavia è finora rimasta piuttosto ai margini di questo ambito di interesse.

Nell'insieme tali studi hanno evidenziato risultati in continua evoluzione che qui di seguito saranno brevemente ricordati, fornendo alcune coordinate interpretative per la messa a punto degli obiettivi della nostra indagine, nonché per la successiva analisi e discussione dei suoi risultati.

Il lavoro qui presentato è centrato sulle rappresentazioni di dieci donne ministre italiane in due diversi governi - sei ministre del governo di centro-sinistra guidato da Prodi nel 2006 e quattro ministre del governo di centro-destra guidato da Berlusconi nel 2008 -. Tali rappresentazioni, monitorate attraverso i titoli di cinque quotidiani italiani, sono state analizzate secondo una duplice prospettiva comparativa centrata sul ruolo dell'appartenenza politica delle ministre e sul ruolo dell'orientamento ideologico-culturale della fonte. Nell'analisi proposta il linguaggio è interpretato come luogo di produzione, riproduzione e diffusione di rappresentazioni fortemente condizionate dagli stereotipi di genere. Attraverso il suo studio si evidenzierà come questi stereotipi, operando in una realtà politica in cui il ruolo delle donne appare ancora molto marginale, contribuiscano a cristallizzare tale situazione di marginalità, piuttosto che fornire stimoli ad un suo superamento e aprire la strada ad una maggiore partecipazione

delle donne all'attività politica. Da questo punto di vista non a caso le donne italiane, che svolgono attività politica a diversi livelli, percepiscono questo ruolo negativo dei media (Campus, 2010; Francescato & Sorace, 2006; Molfino, 2006), espresso già a livello di difficoltà di accesso, che finirebbe per togliere visibilità alle donne impegnate in politica (Francescato et al., 2011).

Le differenze di genere nella copertura giornalistica delle campagne elettorali statunitensi

Le indagini empiriche sulle differenze di genere, quasi sempre centrate sulle campagne elettorali analizzate in chiave comparativa (uomini vs donne), partono dai pionieristici lavori di Kahn (1992, 1994), di Kahn e Goldenberg (1991), di Carroll e Schreiber (1997), sulla copertura giornalistica dei candidati nelle elezioni degli anni Ottanta. Dai risultati emergeva un minore spazio delle notizie sulle donne candidate rispetto ai loro colleghi uomini, nonché importanti differenze qualitative, a partire dall'enfasi sulla difficoltà di vittoria per le candidate donne, unitamente ad un focus sugli aspetti competitivi della campagna elettorale. Le ricerche evidenziavano inoltre la presenza di marcati stereotipi di genere, sia nella descrizione dei tratti dei candidati, sia nella loro associazione a temi specifici. Nel primo caso le donne erano rappresentate con tratti tipicamente espressivi, quali l'onestà e la compassione, mentre gli uomini erano descritti con tratti strumentali, quali l'esperienza e la leadership. Nel secondo caso i temi privilegiati per le donne erano legati alla povertà, all'educazione, all'assistenza sanitaria, mentre per gli uomini erano connessi alla politica estera, alla difesa, all'economia, al commercio.

Passando ai cicli elettorali degli anni Novanta e del decennio successivo si possono citare i lavori di Smith (1997), di Bystrom, Robertson e Banwart (2001), di Bystrom (2004), di Jalazai (2006), in grado di evidenziare importanti cambiamenti, in primo luogo nel bilanciamento della copertura tra i candidati uomini e donne, nonché nella valutazione di possibile vittoria, non più attribuita come in passato in prevalenza al candidato uomo. Tali lavori arrivano a mostrare anche differenze qualitative nella copertura che sembrano favorire le candidate donne, e tuttavia rilevano anche il perdurare di alcuni importanti bias legati agli stereotipi di genere.

Ad esempio Bystrom, Robertson e Banwart (2001) hanno analizzato la copertura delle campagne elettorali per il governo e il senato del 2000 negli USA in 707 articoli di quotidiani. Gli studiosi hanno mostrato come le candidate ricevessero una migliore copertura mediatica non solo rispetto al passato, ma anche rispetto ai loro colleghi uomini, evidenziando però al tempo stesso il persistere di importanti differenze qualitative, quali ad

esempio un'attenzione maggiore su aspetti della vita privata, quali i figli e lo stato civile, per le candidate; una differenza sui temi sociali e politici maggiormente associati alle donne, riguardanti ad esempio la sicurezza sociale, l'ambiente, le droghe, la difesa e il welfare, rispetto a quelli maggiormente associati agli uomini, concernenti aspetti quali il crimine e la violenza sui minori.

Le indagini fin qui citate sono state condotte negli Stati Uniti e, come si è detto, mostrano tutte un'attenzione comparativa sulla copertura mediatica delle donne e degli uomini impegnati in cariche politiche elettive. Recentemente però si sono evidenziate altre due tipologie di studi: una che estende le ricerche alla comparazione fra paesi diversi (Kittilson & Fridkin, 2008), ed un'altra che circoscrive l'attenzione alle sole donne, approfondendo l'analisi delle loro rappresentazioni nei media (Carlin & Winfrey, 2009; Couloumb-Gully, 2009; Roncarolo, 2000; van Zoonen, 2006).

Una comparazione trans-culturale (Australia-Canada-Usa) sulle differenze di genere nella copertura delle campagne elettorali

Nel primo caso la ricerca di Kittilson e Fridkin (2008) mette a confronto la copertura da parte dei quotidiani di candidati uomini e donne durante le campagne elettorali in Australia (nel 2004), Canada (nel 2006) e Usa (2006), al fine di individuare tendenze comuni ed eventuali specificità culturali. L'indagine si è svolta su 345 articoli, analizzati con una apposita griglia di analisi del contenuto. Diversamente da quanto acquisito in letteratura i risultati non hanno rilevato differenze di genere significative rispetto: 1) alla quantità e risalto nella copertura dei candidati, 2) alla quantità di attenzione attribuita alla loro possibilità di vittoria, 3) al focus sul loro contesto familiare, 4) al tono della copertura. Differenti invece sono i risultati riguardanti la copertura dei temi e dei tratti di personalità. In entrambi i casi sono emerse differenze di genere significative in tutti e tre i paesi. Temi definiti dalla letteratura come tipicamente maschili - ad esempio economia, affari, tasse, etc. - ricevevano maggiore attenzione per i candidati uomini, rispetto alle candidate donne, esattamente come specularmente accadeva per i temi definiti femminili - come ad esempio diritti delle donne, quote rosa, aborto, Aids, violenza contro le donne, etc. -. Andamenti simili, ma questa volta con differenze molto significative tra i tre paesi, si riscontravano per i tratti di personalità che rispecchiavano i più comuni e diffusi stereotipi di genere. La copertura dei candidati uomini era dominata dalla descrizione di tratti considerati stereotipicamente maschili - quali ad esempio l'instancabilità, l'inaffidabilità, la forza, l'efficacia, etc. - così come la copertura delle candidate donne appariva carat-

terizzata dai tratti valutati di solito come tipicamente femminili - quali ad esempio la gentilezza, l'onestà, la debolezza, etc. -. All'interno di queste tendenze tuttavia gli Usa mostravano la maggiore aderenza alle differenze stereotipiche di genere, rispetto agli altri due paesi.

Rappresentazioni mass-mediali delle donne in politica

Per quello che riguarda l'altro filone, centrato sulle sole donne politiche, i risultati dei vari studi sono concordi nel sottolineare il forte condizionamento degli stereotipi di genere e l'uso di un linguaggio sessista nella costruzione mass mediale delle rappresentazioni di donne politiche in diversi paesi occidentali.

Carlin e Winfrey (2009) hanno analizzato la copertura delle campagne elettorali 2008 di Hillary Clinton e Sarah Palin, portando una particolare attenzione sul linguaggio, considerato fondamentale per determinare il contesto e orientare la comunicazione. Nel caso delle donne in politica il linguaggio sessista rafforzerebbe gli stereotipi di genere, ad esempio evitando di usare etichette applicate di solito agli uomini, come "Senatore", "Dottore", quale segnale di un linguaggio reverenziale da cui le donne sarebbero escluse, attraverso la sovra-utilizzazione del loro semplice nome di battesimo. In base ai risultati della loro analisi le due ricercatrici evidenziano la debolezza di fondo di entrambe le candidate. Esse avrebbero ignorato il sessismo con cui erano state trattate dai media, non riuscendo in questo modo a mobilitare una parte importante dell'elettorato femminile sensibile al problema, al contrario di quello che avrebbe fatto il candidato Obama, che avrebbe reso il razzismo uno dei suoi cavalli di battaglia, in grado di raccogliere consensi e attivare una consapevolezza mobilitante.

Spostandoci in Europa si può in primo luogo ricordare il lavoro di Liesbet van Zoonen (2006) su due donne capo di Stato: Angela Merkel (Germania) e Tarja Halonen (Finlandia). La studiosa inquadra la sua analisi sui mass media all'interno di due processi, popolarizzazione e personalizzazione, presenti nella cultura popolare. I due processi andrebbero a delineare una politica basata sui concetti di fama e celebrità, strettamente connessi alle differenze di genere. Così la fama sarebbe più frequentemente associata agli uomini, mentre la celebrità sarebbe attribuita di più alle donne, in stretta connessione alla sessualità e fisicità. La studiosa mostra come le due politiche abbiano fatto i conti sia con la popolarizzazione che con la personalizzazione, soprattutto in termini di ricerca di un loro contenimento. A differenza di quanto accade per i politici uomini, pronti a cavalcare i due processi, le donne tenderebbero infatti piuttosto ad arginarli, per evitare il più possibile di incappare negli stereotipi di genere.

Entrambe le politiche sotto esame avrebbero finito per scegliere questa strada, nel tentativo di non essere penalizzate come donne.

Merlene Couloumb-Gully (2009) centra invece la sua analisi sulla copertura della campagna elettorale francese del 2007, in cui si fronteggiavano Segolene Royal e Nicolas Sarkozy per la carica di presidente della Repubblica. Per la studiosa in tale copertura apparirà centrale la dimensione fisica, vista come vettore di comunicazione politica. In particolare l'attenzione dei media sarebbe stata centrata sul corpo (silhouette e abbigliamento), sul viso, sull'ethos e sulla voce, tutti aspetti ricostruiti in modo stereotipato dal sistema mediatico per essere percepiti dalla maggior parte degli elettori. Così ad esempio il richiamo alla silhouette avrebbe rinvio a quei canoni che prescrivono una donna snella e dai lineamenti infantili e un uomo robusto e dall'aspetto autoritario. Gli elementi comunicativi del viso dei due candidati sarebbero stati sottolineati per trasmettere per Sarkozy, con i suoi occhi piccoli e scuri e il suo naso grande e aquilino, severità e determinazione, mentre per Royal, con il sorriso continuamente esibito dopo la limatura dei canini superiori, gentilezza e affabilità.

A chiusura di questa breve ricognizione, su tale filone di studio, si può infine citare il lavoro di Roncarolo (2000) sul caso italiano di Emma Bonino e Rosa Russo Jervolino, presentate come possibili candidate per la corsa al Quirinale nel settembre del 1998. Franca Roncarolo evidenzia come in realtà la proposta di "una donna al Quirinale", avanzata da Giuliano Amato, si fosse scontrata con le strategie messe in atto dalle due stesse candidate, orientate a non presentarsi come rappresentanti delle donne, penalizzando così la propria appartenenza di genere. Jervolino, infatti opterà per un profilo neutro, mentre Bonino si presenterà addirittura come "l'uomo giusto" per la presidenza italiana, sostenendo che la sua candidatura non doveva servire a bilanciare l'iniquità di genere, ma a premiare le donne, maggiormente capaci di promuovere il cambiamento, rivoluzionando la politica.

Inquadramento della nostra indagine

Dopo questa ricognizione sui contributi empirici più recenti si può brevemente accennare all'inquadramento teorico e al focus della nostra indagine. Essa fa riferimento alla teoria delle rappresentazioni sociali, particolarmente sensibile sia al ruolo dei media nella costruzione, consolidamento e diffusione delle rappresentazioni, sia alla centralità del linguaggio, sia al tema delle differenze di genere.

Nel primo caso i media sostituiscono in gran parte quello scambio che nel passato si svolgeva attraverso la comunicazione interpersonale. Essi

costruiscono una sfera pubblica, luogo di formazione e negoziazione delle identità, che chiede di essere studiata rifiutando quei modelli riduzionisti che ipotizzavano la trasparenza del messaggio e la sua conseguente trasmissione lineare, dalla fonte al destinatario. Al contrario l'assunto di base di questa prospettiva è che i media, lontano dall'essere strumenti neutrali di trasmissione delle informazioni, hanno una struttura ideologica e linguistica complessa che va resa intellegibile (cfr. Sensales, Areni e Angelastro, 2008). Come ricorda Mazzara (2008: p. 39) essi sono interpretati "come risorse simboliche dai quali le persone attingono gli strumenti con cui creare, insieme ai propri simili, versioni credibili del mondo".

Nel secondo caso si ipotizza che tale ruolo sia giocato in modo determinante dal linguaggio, in grado di riprodurre e confermare continuamente le norme esistenti e quindi i rapporti di potere (Weatherall, 1998). Una "cosa" non considerata dal linguaggio è come se non esistesse, mentre ogni "cosa" considerata dal linguaggio è come se esistesse effettivamente. Così differenze tra categorie della popolazione, pur mancando di una base obiettiva, una volta considerate nel parlato e nei testi, è come se l'avessero, acquisendo influenza sulla condotta e sul modo di pensare delle persone. In proposito ad esempio van Dijk (1988: p. 12) ha mostrato come l'analisi dello stile lessicale sia in grado di svelare associazioni sottilmente positive o negative con gli attori implicati nelle stesse notizie, favorendo o contrastando pregiudizi e stereotipi. Il parlato quotidiano e i testi relativi, quali quelli mass mediali, diventano allora luoghi essenziali in cui il linguaggio costruisce socialmente l'identità di gruppi della popolazione caratterizzati da un diverso potere sociale. In questa prospettiva il discorso dei media conferma, produce e riproduce le ideologie dominanti dando voce, citando, intervistando, assicurando copertura a specifici gruppi, elites, regioni del mondo. Così ad esempio sono fornite maggiori notizie da e su gli uomini e su aree di interesse tipicamente maschili, piuttosto che sulle donne o su altre "minoranze" (van Dijk, 1998: p. 187-189), permettendo in questo modo la condivisione, diffusione e permanenza di norme sociali basate sulla discriminazione sistematica di gruppi specifici. Sotto questo aspetto il ruolo del linguaggio diventa centrale. Esso si interfaccia, da una parte, con la coscienza e dall'altra con l'ideologia. Come ricorda Billig ([1991]1995), citando Marx ed Engels, il linguaggio, lontano dall'essere una sorta di specchio della coscienza, fonda la coscienza reale e pratica, rendendola sin dall'inizio un prodotto sociale in grado di dar conto delle relazioni di potere. In questo modo "gli uomini, usando il linguaggio, non si limitano a dire delle cose, ma in pratica *fanno* delle cose" (p. 18). In particolare, rispetto all'oggetto della nostra indagine, si può ipotiz-

zare che l'analisi del linguaggio con cui sono costruite le notizie giornalistiche sulle ministre possa svelare questo complesso di relazioni che coinvolgono sia le discriminazioni di genere, che gli assunti ideologici che le sostanziano.

Infine nel terzo caso si può ricordare con Arruda (2003) come la teoria delle rappresentazioni sociali abbia indagato le questioni di genere con angolazioni teoriche e metodologiche differenti, dedicando una serie di studi empirici al tema (Aebischer, 1985; Duveen, 1993; Sensales e Chirumbolo, 2004; Sensales e Pisilli, 2006; Dal Secco, Sensales e Areni, 2010).

A proposito di linguaggio e questioni di genere si può far presente come in Italia negli anni '70 sia stata promulgata una legge che vietava qualsiasi forma di discriminazione sessuale, sia sulla stampa che in tutti i tipi di pubblicità, con particolare riferimento per le discriminazioni in campo professionale (Legge 903/77, *Parità di trattamento tra uomini e donne in materia di lavoro*, Art.1). Nel 1986 Alma Sabatini formalizzerà in un volume, voluto dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, le possibili regole per evitare un uso sessista del linguaggio. Lepschy, Lepschy e Sanson (2001) sottolineano come le *Raccomandazioni* di Alma Sabatini (1986) siano state oggetto di un ampio dibattito, che in alcuni casi ha portato a preferire sia per gli uomini che per le donne il termine, di solito grammaticalmente maschile, che abitualmente serve a indicare chi esercita una data funzione. Questa tendenza privilegia designazioni definite anche "maschile generico" o "falso generico" (Mucchi Faina, 2005). Sempre in Italia, ma verso la metà degli anni Novanta, si assisterà ad un confronto proprio sull'opportunità dell'uso di tale forma in ambito politico (cfr. Lepschy, Lepschy e Sanson, 2001), mentre, con alcune eccezioni (cfr. ad esempio Pescia, 2010), sembrano mancare studi sul ruolo selettivo del linguaggio nell'attribuzione di agentività alle donne.

Per accennare brevemente al significato del costrutto di agentività si può ricordare come a partire dagli anni Settanta e Ottanta esso abbia ricevuto una grande attenzione, non solo in ambito linguistico ma anche in campo sociologico, per approdare successivamente ad altre discipline quali ad esempio la psicologia culturale e l'antropologia. Senza entrare nel merito di un dibattito ampio e articolato, sul significato del termine e sulle sue implicazioni, basterà ricordare la definizione proposta da Duranti (2004: p. 41) secondo cui "per agentività si intende la proprietà di quegli enti che (i) hanno un certo grado di controllo sulle loro azioni, (ii) le cui azioni hanno un effetto su altri enti (e a volte su se stessi), e (iii) le cui azioni sono oggetto di valutazione." Lo studioso propone inoltre alcune assunzioni sulle possibili manipolazioni linguistiche dell'agentività attra-

verso l'uso delle costruzioni impersonali, delle nominalizzazioni, delle costruzioni passive. In particolare illustra cinque universali, tra i quali due, qui di seguito ripresi, guideranno la nostra analisi dei risultati. Sono l'universale 1, secondo il quale "Tutte le lingue permettono la codifica dell'agentività." e l'universale 3 secondo cui "Tutte le lingue offrono modi di modulare od offuscare l'agentività di certi enti (tramite la loro omissione o tramite la loro codificazione in ruoli sintattici non esplicitamente agentivi)." (p. 48).

Venendo all'indagine empirica qui presentata, essa è focalizzata sui titoli, comprensivi di occhiello e sommario, di quotidiani di diverso orientamento ideologico-culturale dedicati alle ministre designate nel governo Prodi del 2006 (di centro-sinistra, sei ministre) e nel governo Berlusconi del 2008 (di centro-destra, quattro ministre).

La decisione di lavorare solo sui titoli, già esperita con profitto in altre indagini (Sensales e Areni, 2011, 2008; Sensales e Pisilli, 2006; Areni, Sensales e Angelastro, 2008; Sensales, Areni e Bonnes, 1998), è funzionale sia al loro ruolo di "framing", cioè di cornice interpretativa entro cui situare le notizie contenute nel resto dell'articolo, sia al ruolo di "scorciatoie cognitive" da essi ricoperto per il lettore medio, il quale peraltro si sofferma sui titoli con maggiore frequenza rispetto a quanto non faccia per l'intero articolo, sia infine al fatto che essi sono composti redazionalmente, rispecchiando meglio le strategie comunicative della testata (cfr. Sensales, Areni e Angelastro, 2008).

Attraverso l'analisi dei titoli si cercherà di delineare quali sono i processi rappresentazionali attivati per parlare delle dieci ministre. Essi saranno studiati attraverso il filtro delle differenze di genere.

Così si rileverà l'uso sia del maschile generico che del femminile specifico. Si presterà particolare attenzione all'agentività, attribuita alle diverse ministre, attraverso la rilevazione dell'uso della prima persona, presente in frasi riportate fra virgolette, nonché di forme linguistiche che implicano le proprietà (i), (ii), e (iii) descritte da Duranti (2004). Inoltre si controllerà la presenza di aspetti di conflittualità più o meno direttamente evocati, al fine di confermare quanto ipotizzato dalle indagini condotte anche in Italia, circa una tendenza delle donne in politica ad evitare tali aspetti, privilegiati invece dai politici (Francescato e Mebane, 2011). Quindi, in base a quanto illustrato nelle sezioni precedenti, si focalizzerà l'attenzione sia sui temi più frequentemente associati alle ministre, sia sulla loro eventuale copertura negativa, al fine di verificare se i risultati sono riconducibili a quelli che la letteratura più recente attribuisce alle rappresentazioni delle donne che fanno politica. Infine si valuteranno gli elementi di trivializzazione delle notizie, tratto distintivo della comunica-

zione politica sulle donne (cfr. ad esempio Carlin e Winfrey, 2009), nonché in generale sempre più presente nel giornalismo italiano (Sensales e Areni, 2008), attraverso la rilevazione dell'uso del solo nome delle ministre e di altri eventuali indicatori linguistici.

Nella nostra indagine l'orientamento politico fungerà da chiave di lettura e interpretazione dei risultati relativi sia alle rappresentazioni delle ministre, che ai quotidiani, anche in base alla considerazione che l'orientamento politico e la cultura di destra e centro-destra mostrano un maggiore radicamento nei più tradizionali stereotipi di genere (Hershey e Sullivan, 1977). A tal fine la comparazione avverrà, sia sui titoli dedicati alle ministre di centro-sinistra e di centro-destra, sia sui titoli di quotidiani di diversa area ideologico-culturale.

Sempre in questa prospettiva comparativa si prenderà in considerazione quanto evidenziato in letteratura sulla diversa percezione di auto-efficacia e di propensione alla leadership delle politiche italiane con diverso orientamento ideologico-culturale. In tale ambito Francescato e Mebane (2011: p. 265) hanno evidenziato come le politiche di centro-destra, rispetto a quelle di centro-sinistra, mostrino una maggiore percezione di auto-efficacia e propensione alla leadership. In base a tali risultati si utilizzerà il costrutto di agentività per esplorare se nella stampa italiana le donne ministre siano diversamente rappresentate come agentive in relazione alla loro appartenenza politica e all'orientamento ideologico-culturale della testata. In particolare si verificherà se le ministre di centro-destra sono rappresentate anche dalla stampa come più agentive e se tali rappresentazioni risultino più accentuate per la stampa di centro-destra.

Obiettivi dell'indagine

A livello operativo gli obiettivi della nostra indagine hanno carattere prevalentemente esplorativo e controlleranno nei titoli, comprensivi di occhiello e sommario, i seguenti punti:

- 1) l'indice di notiziabilità delle ministre analizzato 1a) sia attraverso la comparazione della copertura delle ministre di centro-sinistra, rispetto a quella delle ministre di centro-destra, 1b) sia attraverso il controllo della reiterazione dei loro nomi e/o cognomi;
- 2) l'utilizzazione di un linguaggio sessista, attraverso la rilevazione della presenza e frequenza del maschile generico e del femminile specifico, nel vocabolario utilizzato;
- 3) l'eventuale attribuzione di agentività a ciascuna delle dieci ministre, anche in chiave comparativa fra le ministre dei due schieramenti politici;

- 4) la presenza di stereotipi di genere legati a (4a) gli aspetti di conflittualità, e (4b) i temi attribuiti maggiormente alle ministre;
- 5) la eventuale copertura negativa e la eventuale trivializzazione del linguaggio;
- 6) le possibili differenze nella caratterizzazione lessicografica dei titoli relativamente all'orientamento ideologico-culturale della fonte. In questo caso il focus sarà sui processi di favoritismo dell'ingroup, anche attraverso il controllo di eventuali bias a favore della copertura delle ministre della propria area politica di riferimento e i processi di stigmatizzazione dell'outgroup.

Inoltre i punti sopra illustrati saranno monitorati al fine di verificare andamenti specifici, riconducibili all'orientamento ideologico-culturale della fonte.

Metodologia

Materiale sotto analisi

Sono stati selezionati 514 titoli, rilevati in cinque quotidiani con differente orientamento ideologico-culturale: *L'Unità* (di sinistra), *La Repubblica* (di centro-sinistra), *Il Corriere della Sera* (di centro), *Il Tempo* (di centro-destra), *Il Giornale* (di destra). Il periodo di tempo sotto osservazione è andato dal 9 aprile 2006 e dal 13 aprile 2008, date delle due tornate elettorali, fino alle nove settimane successive alla formazione dei due governi, avvenute rispettivamente il 17 maggio 2006 e il 7 maggio 2008. Si sono quindi considerate quindici settimane per il 2006 (dal 9 aprile al 22 luglio) e tredici settimane per il 2008 (dal 13 aprile al 12 luglio). Si è rilevata la settimana precedente la formazione del governo in considerazione del fatto che in quel periodo sono avanzate le diverse candidature ai ministeri del governo. In questo modo si è potuto controllare l'eventuale richiamo e valutazione per quelle che sarebbero state scelte come future ministre. L'arco temporale successivo alla formazione del governo è stato scelto perché quello in cui le neo-ministre rappresentano una novità, che assicura loro una maggiore copertura per farle conoscere.

I titoli sono stati identificati attraverso la presenza del nome proprio e/o del cognome delle 10 ministre nel titolo, comprensivo di occhiello e sommario. Qui di seguito sono indicate le dieci ministre e i relativi ministeri: per il centro-sinistra (governo Prodi, 2006) Rosy Bindi (ministero senza portafoglio: Politiche per la Famiglia), Emma Bonino (ministero senza portafoglio: Politiche Europee e ministero con portafoglio: Commercio Internazionale), Linda Lanzillotta (ministero senza portafoglio: Affari Regionali e Autonomie Locali), Giovanna Melandri (ministero sen-

za portafoglio: Politiche Giovanili e Attività Sportive), Barbara Pollastrini (ministero senza portafoglio: Diritti e Pari Opportunità), Livia Turco (ministero con portafoglio: Salute); per il centro-destra (governo Berlusconi, 2008) Mara Carfagna (ministero senza portafoglio: Pari Opportunità), Maria Stella Gelmini (ministero con portafoglio: Istruzione, Università e Ricerca), Giorgia Meloni (ministero senza portafoglio: Gioventù), Stefania Prestigiaco (ministero con portafoglio: Ambiente, Tutela del Territorio e del Mare). Dalla rilevazione sono state escluse due ministre del centro-destra, designate successivamente al periodo sotto osservazione: Michela Vittoria Brambilla (ministero senza portafoglio: Turismo, 8 maggio 2009) e Anna Maria Bernini Bovicelli (ministero senza portafoglio: Politiche Europee, 27 luglio 2011).

La distribuzione dei titoli fra i cinque quotidiani nei due periodi è illustrata nella tabella 1 ed è commentata nella sezione dei risultati in cui è presentata.

Percorso operativo

I quotidiani sono stati consultati nel loro formato cartaceo. Dopo aver individuato i titoli si è costruito un file lessicale, in grado di distinguere i titoli veri e propri, digitati in formato maiuscolo, dagli occhielli e sommari, digitati in formato minuscolo. Si è quindi composto un file extratestuale parallelo formato, tra l'altro, dalle seguenti tre variabili: 1) nome della testata (cinque modalità); 2) anno di pubblicazione (due modalità: 2006; 2008); 3) nome della ministra (undici modalità: le prime sei per il centro-sinistra con Bindi, Bonino, Lanzillotta, Melandri, Pollastrini, Turco; le successive quattro per il centro-destra con Carfagna, Gelmini, Meloni, Prestigiaco, infine l'undicesima modalità per i casi in cui vengono citate contemporaneamente più ministre).

Elaborazioni statistiche

Attraverso il programma SPSS si sono ottenute le distribuzioni di frequenze delle variabili extra-testuali e si è generata una nuova variabile, utilizzata nelle successive analisi con SPAD, relativa all'accorpamento dei cinque quotidiani in tre aree ideologico-culturali - centro-sinistra (*L'Unità* e *La Repubblica*), centro (*Il Corriere della Sera*), centro-destra (*Il Giornale* e *Il Tempo*) - incrociate con i due anni rilevati (2006 e 2008).

Attraverso tappe differenziate del programma SPAD per Windows, versione 5.0, sono state condotte le seguenti analisi statistiche:

- con la tappa MOTS si è ottenuto il vocabolario complessivo;
- con la tappa delle "equivalenze", si è proceduto a compattare le forme lessicali contigue, quali ad es. le forme plurali/singolari, in modo da

rendere più stabili le successive analisi evitando l'eccessiva dispersione dei dati. Si è tuttavia prestata particolare attenzione a non accorpare forme grammaticalmente contigue ma semanticamente diverse, nonché i maschili e i femminili, nei casi utili a rilevare la eventuale presenza di un linguaggio sessista;

- attraverso la procedura VOSPEC è stata condotta l'analisi del vocabolario specifico relativo (a) alle dieci ministre e (b) alle tre aree ideologico- culturali dei quotidiani nei due anni. Tale tappa permette di individuare le parole tipiche dei diversi gruppi, cioè le parole sovra-rappresentate, considerando che la "tipicità", o sovra-rappresentazione, si realizza nel momento in cui l'elemento lessicale compare con una frequenza interna al gruppo significativamente diversa (superiore o inferiore) da quella globale (probabilità $< 0,01$). La significatività delle differenze è valutata in base al confronto tra la frequenza dell'elemento lessicale nel gruppo e la frequenza che tale elemento avrebbe in base all'ipotesi di distribuzione casuale nei vari gruppi. Al fine di non appesantire la lettura dei risultati, le tabelle presentate in questa sede illustreranno solo i lemmi caratteristici per presenza, omettendo tutte le altre informazioni statistiche fornite dall'output del programma;
- infine attraverso la procedura CODA si sono potuti evidenziare i titoli rappresentativi di ciascun raggruppamento esemplificando così alcuni contesti d'uso dei lemmi ripresi nella illustrazione dei risultati.

Risultati

Analisi descrittiva sulla distribuzione dei titoli

La tabella uno, relativa alla distribuzione dei titoli dei quotidiani nei due periodi, indica chiaramente una maggiore copertura per le ministre del governo Prodi, anche in ragione del più ampio periodo di rilevazione e del maggior numero di ministre. Tuttavia comparando le frequenze in termini percentuali dei titoli nei due anni si può notare come nel 2008 i quotidiani di destra e centro-destra siano gli unici ad avere aumentato la copertura rispetto a quella del precedente governo Prodi, mentre il *Corriere della sera* resta stabile e i due quotidiani di sinistra e centro-sinistra mostrano delle flessioni, nel passare dalla copertura delle ministre di centro-sinistra a quelle di centro-destra.

La tabella due invece illustra la distribuzione di frequenze rispetto alle dieci ministre. In considerazione della differente distribuzione degli articoli rispetto ai due governi sono state trattate separatamente le frequenze, in termini assoluti e percentuali, degli articoli per le ministre del centro-sinistra e del centro-destra.

Gli andamenti sono considerati come un indice della notiziabilità di ciascuna ministra. Se i valori assoluti evidenziano il primo posto di Turco seguito da Carfagna, Gelmini e Bindi, gli andamenti percentuali analizzati comparativamente mostrano invece come la ministra Carfagna riceva la maggiore copertura, seguita a distanza di quasi 3 punti percentuali da Turco e quindi, con un distacco minimo, da Gelmini; mentre le altre ministre seguono con un distacco che parte da poco meno di venti punti, con un ultimo posto di Lanzillotta.

Tab. 1 – Frequenze dei titoli relativi al governo Prodi (2006) e Berlusconi (2008)

Nome del Quotidiano	Frequenza titoli del 2006		Frequenza titoli del 2008	
	Frequenze assolute	Frequenze %	Frequenze assolute	Frequenze %
<i>L'Unità</i>	52	15%	21	12%
<i>La Repubblica</i>	96	28%	37	21%
<i>Il Corriere della Sera</i>	98	29%	51	29%
<i>Il Tempo</i>	32	10%	33	18%
<i>Il Giornale</i>	59	18%	35	20%
<i>Totale</i>	337	100	177	100

Tab. 2 – Frequenza in termini assoluti e percentuali dei titoli per le ministre del centro-sinistra e del centro-destra

	Ministre del C-S		Ministre del C-D		
	Freq. titoli	Freq. % titoli		Freq. titoli	Freq. % titoli
Turco	120	35,6	Carfagna	68	38,4
Bindi	60	17,8	Gelmini	62	35
Melandri	54	16	Prestigiacomo	21	11,9
Bonino	44	13,1	Meloni	20	11,3
Pollastrini	33	9,8			
Lanzillotta	9	2,7			
Più di una ministra	17	5	Più di una ministra	6	3,4
<i>Totale</i>	337	100		177	100

Analisi descrittiva del vocabolario

L'analisi è stata condotta su 11240 parole, di cui 4188 distinte, pari al 37,3% del totale.

Le parole dei titoli

La tabella tre indica la distribuzione di frequenza, in ordine decrescente, delle parole più utilizzate nei titoli (frequenza ≥ 10).

Tab. 3 – *Vocabolario dei titoli con frequenza ≥ 10*

PAROLE DEI TITOLI	FREQUENZA	PAROLE DEI TITOLI	FREQUENZA
TURCO	73	DONNE	14
MINISTRO	49	LIVIA	13
BINDI	47	CONTRO	13
CARFAGNA	36	PACS	12
BONINO	33	COPPIE	11
GELMINI	33	FATTO	10
MELANDRI	32	BADANTI	10
POLLASTRINI	27	DS	10
GAY	27	NOMINE	10
GOVERNO	23	DIRITTI	10
SANITÀ	19	VIA	10
ROSA	16	UNIONE	10
SCUOLA	16	PRIDE	10
LEGGE	15	SOLO	10
ORA	15	DIFESA	10
PRODI	15		

A livello descrittivo si nota la maggiore esposizione delle ministre del centro-sinistra, tutte presenti con la sola eccezione di Lanzillotta (che in effetti compare sette volte nei titoli veri e propri), mentre per il centro-destra, delle quattro ministre elette nel governo Berlusconi, sono presenti solo Carfagna e Gelmini, poiché Meloni e Prestigiacomo sono citate rispettivamente nove e sette volte. Per quello che concerne il linguaggio

sessista si può notare l'ampio uso del maschile generico <MINISTRO>, al secondo posto nella graduatoria, mentre il femminile specifico è utilizzato solo cinque volte (due al singolare e due al plurale, più un caso di uso del termine <NEOMINISTRA>). Il contesto d'uso del femminile specifico è quasi sempre neutrale, come nei titoli del *Tempo* <Totoministri. PRESTIGIACOMO: SILVIO SCELGA 6 MINISTRE DONNE>, o della *Repubblica* <GIULIANA MANICA HA ORGANIZZATO UNA TAVOLA ROTONDA IL 23 GIUGNO CON LA NEO-MINISTRA POLLASTRINI. SIAMO ALL'89ESIMO POSTO MA NON CI ARRENDIAMO>. Le altre parole rimandano nella maggior parte dei casi alle tematiche appannaggio dei diversi ministeri.

Le parole di occhiello e catenaccio

Le parole presenti nell'occhiello e nel sommario, sempre con frequenza ≥ 10 , sono riportate nella tabella quattro.

Tab. 4 – *Vocabolario dei catenacci e occhielli con frequenza ≥ 10*

PAROLE OCCH.E SOMM.	FREQUENZA	PAROLE OCCH.E SOMM.	FREQUENZA
Ministro	131	Pari opportunità	12
Turco	50	Livia	11
Gelmini	27	Pollastrini	11
Carfagna	26	Ministri	11
Melandri	25	Bonino	11
Governo	25	Istruzione	11
Bindi	22	Meloni	10
Prestigiacomo	19	Proposta	10
Contro	15	Berlusconi	10
Sanità	14	Unione	10
Salute	13	Titolare	10
Legge	13		

Esse mostrano come le ministre siano presenti tutte, con l'eccezione di Lanzillotta, citata solo due volte. Si può poi notare l'ampio uso del maschile generico <ministro>, in questo caso al primo rango della graduatoria, mentre i femminili specifici <ministra/e> e <neoministra>, non presenti nella tabella per le loro frequenze più basse, sono usati rispettivamente sei e tre volte. Anche in questo caso il contesto d'uso è nella maggior parte dei casi neutrale come per il titolo de *Il Corriere della Sera* <La ministra Meloni. GLI UOMINI CERCANO SUPREMAZIA, LA COLPA È PURTROPPO ANCHE NOSTRA>, e molto raramente impli-

citamente negativo come nel caso dell'*Unità* <GELMINI: PIÙ SOLDI AGLI INSEGNANTI. IL PD: DICCI DOVE TROVI LE RISORSE. La neoministra espone il suo programma: nuova apertura alle paritarie, più italiano per tutti, tolleranza zero per i bulli>.

C'è poi una timida tendenza alla trivializzazione delle notizie politiche. Essa è rispecchiata nell'utilizzo del solo nome, sia nei titoli che nell'occhiello e nel sommario, per le ministre (in ordine decrescente) Livia Turco ventiquattro volte, Rosy Bindi e Mara Carfagna tre volte, Emma Bonino e Giorgia Meloni due volte, Barbara Pollastrini una sola volta. In proposito si possono citare tre esempi: quello di un titolo dedicato a Carfagna e pubblicato da *La Repubblica*, <E CON LA BELLISSIMA MARA MINISTRO LA FIABA SUPERA I CONFINI DELLA REALTÀ. La Carfagna e la morbida volontà di potenza di Silvio>, che conferma la salienza di alcuni tratti stereotipici assolutamente indipendenti dalla politica e dal ruolo di ministra, mostrando come essi siano declinati proprio insieme ad una trivializzazione del linguaggio, implicata nell'uso dei soli nomi, questa volta ubiquitariamente coinvolgenti sia Carfagna che Berlusconi; quello di Bindi, di cui si offre qui di seguito un esempio di titolo pubblicato da *Il Giornale*: <Nel pugno di Rosy. LA BINDI E I PACS>, che pur nella sua brevità, appare estremamente incisivo; quello riguardante contemporaneamente Bindi e Turco, nel titolo de *Il Corriere della Sera*: <Il retroscena. MALUMORI TRA I COLLEGHI SU ROSY E LIVIA. TIMORI DI UNA «GUERRA» CON IL VATICANO>.

Analisi differenziale relativa alla caratterizzazione lessicografica degli articoli sulle dieci ministre

Caratterizzazione lessicografica per le ministre del governo Prodi (2006)

Le tabelle cinque e sei indicano le parole sovra-rappresentate dei titoli e degli occhielli e sommari dedicati alle ministre del governo di centro-sinistra.

Esse permettono alcune considerazioni. In primo luogo rispetto all'agentività. Così i titoli su Lanzillotta, oltre a mostrare un reiterato rinvio a termini connotati negativamente, mostrano anche l'uso del virgolettato con le parole <TAGLIAMO> / <CAPISCO> / <MIO>, rinvio che si ritrova anche negli occhielli e sommari con la parola <agiremo>. Esso è riscontrabile solo per un'altra ministra, Pollastrini con il possessivo <NOSTRA>. Inoltre termini come <vuole> per Turco, <parla> per Melandri, <protagonismo> per Pollastrini, tutti presenti negli occhielli e sommari, insieme a quelli sopra citati, alludono ad una capacità agentica delle ministre in questione. Esempi del contesto d'uso di tali indicatori sono il titolo <LANZILLOTTA: TAGLIAMO LE AUTO BLU. Il ministro critica il

lassismo del precedente governo. L'esempio venga dall'alto> pubblicato da Il Tempo, o quello de L'Unità <Quote rosa. POLLASTRINI: UN SEGNALE DI SVOLTA. LA NOSTRA SOGLIA SARÀ IL 33%>.

Tab. 5 – Parole sovra-rappresentate nei titoli relativi alle sei ministre di centro-sinistra

Turco	Bindi	Melandri	Bonino	Pollastrini	Lanzillotta
TURCO	BINDI	MELANDRI	BONINO	POLLASTRINI	LANZILLOTTA
SANITÀ	ROSY BINDI	CALCIO	DIFESA	BARBARA POLLASTRINI	LINDA LANZILLOTTA
LIVIA TURCO	PACS	GIOVANI	EMMA BONINO	UNIONI	PRIMI
NOMINE	MUSSI	AMNISTIA	MODA	PARI OPPORTUNITÀ	IGNORANO
PILLOLA	LESBICA	SBAGLIATO	ROSA NEL PUGNO	QUOTE	CUFFARO
TICKET	COPPIE	PARLAMENTARE	PREMIER	FATTO	CORPORAZIONI
FARMACI	AN	ONORE	GUERRA	LEGGE	PARTITICO
FORMIGONI	FORTUGNO	TIFA	COVATTA	TORINO	MEDIOCRE
VIA	ATTACCA	RISCHIA	PINA	PRESTO	DOMANDA
OSPEDALI	DIRITTI	PARTITA	BOLKESTEIN	PRECARIE	BOCCIATO
DROGA	VATICANO	POPOLO	PANNELLA	MILANO	DELUSI
SALUTE	FINI	IDIOZIA	VESTE	GAY	AMMINISTRATO
FACCIA	POLITICI	AZZURRI	JIHAD	DONNE	TAGLIAMO
USO	INDIFENDIBILE	REGOLE	SCONTRO	NOSTRA	DEBOLI
RICOVERI	BIOETICA	CLANDESTINA	ADESSO	CIVILI	BLOG
ABORTIVA	SOCIALE	ROSSI	VERDI	ROSA	BLU
PARTO	CHITI	NUOVE	FINO	DS	RISULTATI
SPINELLI	SQUADRA		SUBITO	PRIDE	PENSATE
INDOLORE	OMICIDIO		FINE	PALAZZO	MARITO
ASL	SENATORE			CDL	CAPISCO
TURCO-FORMIGONI	EROINA			COPPIE	AUTO

CANNABIS	FIORONI	SULLE	SCONTI
LIBERA	COCAINA	POLITICA	PARLAMEN- TO
PERSONALE	SAIA	NAPOLITA- NO	MALE
	FATTO		CRITICHE
	SCONTRO		TROPPO
	AMATO		ERRORE
	SOLIDARIE- TÀ		MIO
			NIENTE
			MARGHERI- TA

Si riscontrano poi elementi di conflittualità negli articoli dedicati a Bindi e Bonino, rispettivamente con le parole <ATTACCA> / <INDIFENDIBILE> / <SCONTRO> nei titoli e <tensioni> negli occhielli e sommari per Bindi, <GUERRA> e <SCONTRO> per Bonino. Qui di seguito alcuni titoli mostrano la presenza di tali lemmi. Per Bonino ne *Il Corriere della Sera*: <BONINO, DALLO SCONTRO AL SI MA GARANZIE SUL SENATO. La scelta: accetto il ministro degli Affari europei Prodi però deve impegnarsi a darci quattro seggi> e ne *Il Giornale*: <DIFESA, UNA POLTRONA PER DUE SCONTRO TRA BONINO E MASTELLA>; per Bindi nell'*Unità*: < BINDI APRE SU PACS E FECONDAZIONE. La ministra: tutelare i diritti. Scontro con l'opposizione> e ne *Il Corriere della Sera*: <COPPIE DI FATTO, SCONTRO SULLA BINDI. Fa discutere l'intervista del ministro della Famiglia al Corriere>.

Lemmi a chiara valenza negativa, talvolta anche allusivi di una certa trivializzazione del linguaggio, sono poi rintracciabili nei titoli su Bindi, Melandri e Lanzillotta con le parole <LESBICA> per Bindi, <RISCHIA>, <IDIOZIA> e <SBAGLIATO> per Melandri, <MEDIOCRE> / <BOCCIATO> / <DELUSI> / <DEBOLI> / <MALE> / <CRITICHE> / <TROPPO> / <ERRORE> / <NIENTE> per Lanzillotta. Un esempio di titolo marcato da tali processi di trivializzazione riguarda Bindi, apostrofata con il termine omofobo <LESBICA>, richiamato nel titolo de *Il Tempo*: <SAIA ATTACCA LA BINDI: «È LESBICA». Le scuse di Fini: «È un imbecille»>.

Le restanti parole sono infine riconducibili, da una parte, agli ambiti degli specifici ministeri, dall'altra a fatti di cronaca in cui sono state coinvolte le ministre, dall'altra ancora ai richiami a politici di genere maschile.

Tab. 6 – Parole sovra-rappresentate negli occhielli e catenacci relativi alle sei ministre di centro-sinistra

Turco	Bindi	Melandri	Bonino	Pollastrini	Lanzillotta
Turco	Rosy Bindi	Melandri	Emma Bonino	Pollastrini	Lanzillotta
Livia Turco	Bindi	Sport	Bonino	Unione	Esempio
Salute	Famiglia	Coverciano	Capezzone	Corteo	Lassismo
Sanità	Margherita	Giovanna Melandri	Marchio	Calderoli	Diffusa
Formigoni	Discutere	Rossi	Mastella	Pride	Linda Lanzillotta
Besta	Saia	Partito	Rosa nel pugno	Torino	Scalfari
Salute	Uscire	Oggi	Pdci	Protagonismo	Scure
Legge	Tensioni	Ragazzi	Ue	50mila	Percezione
Tumori	Padoa Schioppa	Giovani	Deve	Cattolici	Agiremo
Istituto San Matteo	Marini	Spogliatoi	Ruolo	Malati	Severo
Assessore	Modica	Partite	Stato	Personale	Venga
Pillola	Magnolfi	Germania		Gay	Rivela
Accordo	Senatore	Processo		Unioni	Giudizio
Spesa	Sono	Democratico		Rosa	Alto
Cambiare	Riconoscimento	Guido		Pacs	Critica
Fini-Giovanardi	Insieme	Ct			Precedente
Direttori	Prodi	Politico			Auto blu
Ircs		Cannavaro			
Ru-486		Diessina			
Ieri		Metri			
Libera		Va			
Bloccate		Parla			
Sperimentazione		Lasciare			
Indolore					
Droghe					
Uso					
Medici					
Vertici					
Dicastero					
Ds					
Abortiva					
Vuole					

Caratterizzazione lessicografica per le ministre del governo Berlusconi (2008)

La tabella sette presenta le parole sovra-rappresentate dei titoli e degli occhielli e sommari, dedicati alle ministre del governo di centro-destra.

Si può notare l'uso di un linguaggio sessista, attraverso il maschile generico dei lemmi <PROFESSORI> / <STUDENTI> e <ministro> / <studenti> ripresi nei titoli e negli occhielli e sommari riguardanti Gelmini.

La tabella evidenzia poi ampi rinvii all'agentività delle ministre. Così per quello che concerne l'uso della prima persona nel virgolettato, negli occhielli e sommari si trovano i lemmi <condivido> / <siamo> per Carfagna; nei titoli <MI> / <AIUTARMI> e negli occhielli e sommari <faremo> / <mi> / <daremo> per Prestigiacomo; nei titoli <AIUTERÒ> e negli occhielli e sommari <nostra> / <consulteremo> per Meloni. Sempre l'agentività è chiamata in causa per Carfagna attraverso i termini <SALVARE> / <SALVA> nei titoli ed <emendamento> / <patrocinio> negli occhielli e catenacci; per Gelmini con le parole <proposta> / <linee guida> / <riforma> negli occhielli e sommari; per Prestigiacomo con i vocaboli <FARÀ> / <AVANTI> / <VA> / <INTERVIENE> / <PARLARE> / <FERVERÀ> nei titoli e <fa> / <energia> / <potere> negli occhielli e sommari; per Meloni con <VISITA> / <RESPONSABILITÀ> nei titoli e <promette> / <compie> / <promessa> negli occhielli e sommari. Esempi di titoli marcati da questi indicatori sono da *Il Tempo* <Il ministro Gelmini illustra le linee guida del settore. UNIVERSITÀ, SI CAMBIA. AUTONOMIA, MERITO E MENO LAUREE BREVI. Ricercatori. Nuovo reclutamento, più fondi. Subito un aumento di 240 euro per i borsisti>, da *Il Giornale* <La neo titolare delle Politiche giovanili promette sostegno a chi crea una famiglia pur senza la certezza di un contratto di lavoro a tempo determinato. AIUTERÒ I VERI EROI: I PRECARI CHE FANNO FIGLI. Giorgia Meloni ha 31 anni ed è il più giovane ministro della storia d'Italia. Fa la prima intervista alla guida della sua Mini verde. L'auto blu? Non mi serve>.

La conflittualità viene evocata dai lemmi <INSULTI> nei titoli e <anti> / <contro> / <provocazione> / <occupazione> / <manifestazione> negli occhielli e sommari su Carfagna; dal verbo <CACCIARE> e dal termine <polemica> rispettivamente nei titoli e negli occhielli e sommari su Gelmini; dai lemmi <allarme> / <allerta> / <intimidito> / <contrari> / <caos>, tutti presenti negli occhielli e sommari dedicati a Prestigiacomo; mentre per Meloni essi sono presenti nei titoli con la parola <FEROCE> e negli occhielli e sommari con il sintagma <urlava>. Termini negativamente connotati si trovano per Gelmini con <INESPERTI> / <GAFFE> nei ti-

Tab. 7 - Parole sovra-rappresentate nei titoli e negli occhielli/catenacci relativi alle quattro minire di centro-destra

Carfagna-TITOLI	Carfagna-occhiello e catenaccio	Gelmini-TITOLI	Gelmini-occhiello e catenaccio	Prestigiacomo-TITOLI	Prestigiacomo-occhiello e catenaccio	Meloni-TITOLI	Meloni-occhiello e catenaccio
CARFAGNA	Carfagna	GELMINI	Gelmini	PRESTIGIACOMO	Prestigiacomo	MELONI	Meloni
GAY	Emendamento	SCUOLA	Istruzione	NUCLEARE	Ambiente	GIORGIA MELONI	Politiche
MARIA CARFAGNA	Parrocchio	MATURITA'	Fioroni	PECORARO	Stagnità Prestigiacomo	FIGLI	Giorgia/Meloni
PRIDE	Pan opportunità	DEBITI	Studenti	FAKA'	Alfano	MARTIRI	Giovani
BADANTI	Pd	PROF	Direcni	PDL	Centrale	DESTRA	Nostra
SALVARE	Maroni	MONTALE	Ministro	BERLUSCONI	Sviluppo	PIACE	Giovani
IRREGOLARI	Mi	INGLESE	Proposta	AVANTI	Probabile	ITALIA	Italia
MARONI	Passato	ISTITUTI	Linee guida	VA	Sicurezza	FEROCE	Senza
PENSI	Sacconi-Carfagna	GREMBIULE	Recupero	ROSA	Fa	RACCOMANDAZIONE	Anni
SESSO	Condivido	PROFESSORI	Esame i	MI	Brambilla	ALLEATO	Ani
GRANDE	Organizzatori	AGOSTO	Corso studio	MENTALITA'	Feseno	RINNEGO'	Opinioni
DISABILI	Anni	INSEGNANTI	Autonomia	AUTARMI	Esecutivo	VISITA	Ripugnante
PAPA	Trattamento	ENTRO	Tagli	INDIETRO	Maroni	CUORE	Agricole
COLF	Hoc	MENO	Stipendi	TELEFONO	Mi	FATE	Iniziatore
PD	Omosex	SENATUR	Anno	UNICA	Dereano	TELEFONATE	Prostitute
SERVONO	Porta	FORSE	Reclutamento	CULARE	Deiano	MILITANTI	Promette
SALVA	Provocazione	TRACCE	Riparazione	STRUMENTALIZZATO	Ingiustificata	TEMPI	Arte
SFILA	Boniver	CONCORSI	Insegnanti	INTERVIENE	Testa	CAUSA	Paghino
LETTA	Occupazione	CLASSE	Mese	PAPLARE	Economico	SOGNAVA	Pignato
INSULTI	Slogan	GRIFFE	Cronache	MOTORE	Energia	UONINI	Compie
	Luci	AUTONOMIA	Partitiche	POKER	Incensia	FANNO	Vicepresidenta
	Immigra	INESPERTI	Riforma	SVILUPPO	Degradato	FASCIO	Parcorso
	Quartieri	STUDENTI	Alimento	GME	Raccolta	IPOTESI	Verde
	Centro	CAMBIA	Posta	FERVERA'	Avvertimento	ALTERO'	Congressi
	Rosse	SOLDI	Polemica		Hobbardo	SUPREMAZIA	Privilegi
	Mara	GAFFE	Italiano		Mussolini	GIOVANE	Bagnasco
	Discriminati	ISTRUZIONE	Cavaliere		Allarme	RACCOMANDAZIONI	Consultarano
	Roma	CACCIARE	Nuova		Eco	RESPONSABILITA'	Comparsazione
	Pati		Quarta		Carlucci	VECCHI	Atricana
	Manifestazione		Quarta		Allena	TRAGEDIA	Uliva
	Siamo		Dopo		Economico	SOCIALI	Cei
					Obiettivo		Lavoro
					Bimba		Totogoverno
					Gradimento		Promessa
					Potere		Andrebbe
					Inimicito		
					Conarsi		
					Medesima		
					Kyoro		
					Stazza		
					Differenziata		
					Vadua		
					Fuma		
					Mostra		
					Caro		
					Mara		
					Uomini		

toli, per Meloni con i termini <TRAGEDIA> nei titoli e <ripugnante> negli occhielli e sommari. Un'ultima annotazione concerne il rinvio reiterato, negli occhielli e sommari dedicati a Meloni, ad un universo femminile connotato negativamente con le parole <prostitute> / <attricette>. In quest'ultimo caso il titolo pubblicato sul *Corriere della sera*, fornisce un esempio del contesto argomentativo in cui sono inseriti i processi di stigmatizzazione implicati in questi termini: <MELONI: QUESTO SILVIO NON MI PIACE. UNA TRAGEDIA LE RACCOMANDAZIONI. Ma per le aspiranti attricette senza arte né parte non provo compassione>. Mentre rispetto ai termini connotati negativamente si può citare il titolo de *Il Tempo*: <La traccia. Errore del ministero. Gelmini: esame valido. MATURITÀ, GAFFE SU MONTALE>.

Anche per le ministre di centro-destra poi le restanti parole rispecchiano gli ambiti degli specifici ministeri, fatti di cronaca che le hanno viste protagoniste e richiami a politici di genere maschile.

Analisi differenziale relativa alla caratterizzazione lessicografica dei titoli per area ideologico-culturale dei quotidiani nei due anni

Caratterizzazione lessicografica per le tre aree ideologico-culturali dei quotidiani nei due governi Prodi (2006) e Berlusconi (2008)

La tabella otto presenta le parole sovra-rappresentate nei titoli e negli occhielli e sommari dei quotidiani raggruppati nelle tre aree ideologico-culturali e pubblicati nel 2006 e nel 2008.

Una prima osservazione concerne il collateralismo dei quotidiani nel coprire le notizie. Così nel 2006 sono i quotidiani di centro-sinistra, rispetto a quelli di centro-destra, a dare maggiore visibilità ai nomi delle ministre della propria area, specularmente a quanto accade nel 2008, in misura ancora più marcata, nei quotidiani di centro-destra. In particolare nel 2006 i nomi di tre ministre su cinque marcano i titoli dei quotidiani di centro-sinistra - <POLLASTRINI> / <EMMA BONINO> / <BINDI> - e di due di quelli di centro-destra - <TURCO> / <MELANDRI> -, mentre negli occhielli e sommari del centro-sinistra le ministre sono tutte sovra-rappresentate, ad eccezione di Lanzillotta, con Bindi richiamata, sia con il solo cognome, che con il nome e cognome. Sono invece del tutto oscurate negli occhielli e sommari dei giornali di centro-destra. Per contro nel 2008 tre ministre su quattro sono sovra-rappresentate nei titoli dei quotidiani di centro-destra - <GELMINI> / <PRESTIGIACOMO> / <CARFAGNA> e due su quelli di centro-sinistra - <CARFAGNA> / <GELMINI> -. Mentre negli occhielli e sommari dei quotidiani di centro-destra sono ampiamente nominate tutte e quattro le ministre, con Meloni citata sia con il solo cognome che con il nome e cognome, laddove per quelli di

centro-sinistra vengono comunque citate <Gelmini> / <Carfagna>. Passando al quotidiano di centro, si può notare come esso mostri un parziale sbilanciamento a favore delle ministre di centro-destra. Infatti si distingue per una sovra-esposizione nei titoli di tre ministre su cinque del centro-sinistra - <MELANDRI> / <BONINO> / <TURCO> - e di tre ministre su quattro del centro-destra - <CARFAGNA> / <GELMINI> / <MELONI> -, così come negli occhielli e sommari mostra una sovra-rappresentazione solo di <Turco> per il centro-sinistra e di <Prestigiaco- mo> / <Carfagna> per il centro-destra.

Per quello che concerne il linguaggio sessista si può rilevare come i quotidiani di centro-sinistra evitino l'uso del maschile specifico o generico, con l'eccezione del richiamo <uomo> presente negli occhielli e sommari del 2008, mentre quelli di centro-destra lo presentano negli occhielli e sommari sempre del 2008 con i termini <studenti> / <ministro>. Ma è il quotidiano di centro a sovra-utilizzarlo già nel 2006 e nel 2008 negli occhielli e sommari, rispettivamente con le parole <direttori> / <presidenti> e <immigrati>, nonché con i termini <CAPO> / <PROFESSORI> nei titoli del 2008.

Passando agli indici di agentività si può notare che l'uso del discorso in prima persona è poco presente e circoscritto al 2008, ripreso nei titoli dei quotidiani di centro-sinistra e del quotidiano di centro, rispettivamente con le particelle <ME> e <MI>, mentre i quotidiani di centro-destra evidenziano una sovra-utilizzazione del possessivo <nostra> negli occhielli e sommari.

Ancora il rimando all'agentività è rintracciabile nelle parole <FARE> / <PROGRAMMA> / <APRE> e <progetto>, rispettivamente dei titoli e degli occhielli e sommari dei quotidiani di centro-sinistra del 2006 e con i termini <faremo> / <fa>, negli occhielli e sommari del 2008. Un esempio di titolo per il 2006 è quello de *La Repubblica* <TURCO APRE SULLA PILLOLA ABORTIVA VIA LIBERA, SENZA TEST SELVAGGI. Il ministro: parto indolore, sì all'epidurale gratis>, mentre per il 2008 si può citare il titolo sempre de *La Repubblica* <La Prestigiaco- mo annuncia: faremo una campagna nelle scuole, l'obiettivo è la raccolta differenziata. MA I NAPOLETANI CAMBINO MENTALITÀ CHIEDERÒ ANCHE A SAVIANO DI AIUTARMI>. Nel quotidiano di centro l'agentività è rilevabile attraverso il lemma <NOMINE> nei titoli del 2006 e <proposta> / <replica> / <scelta> negli occhielli e sommari del 2008. Così per *Il Corriere della Sera* nel primo caso si può citare il titolo <Poltrone contese a Istituto Tumori, Besta e San Matteo di Pavia. NOMINE, FACCIA A FACCIA TRA LA TURCO E FORMIGONI. Cgil, Cisl e Uil: i contratti devono restare pubblici>, nel secondo caso <La provocazio-

ne. Dopo il mancato patrocinio, carro monografico sul passato sexy del ministro. Che replica: ora sono sobria, loro non lo saranno mai. LA VENDETTA DEL GAY PRIDE: DRAG QUEEN VESTITE COME LA CARFAGNA> . Infine nei quotidiani di centrodestra l'agentività è denotata dai termini <FORZA> / <VUOLE> e <nomine>, rispettivamente nei titoli e negli occhielli e catenacci del 2006, e dai lemmi <titolare> / <linee guida> / <riforma> / <valido>, negli occhielli e catenacci del 2008. Così da *Il Giornale* per il 2006 si può citare l'esempio del titolo <IL MINISTRO POLLASTRINI SFILA AL GAY PRIDE E VUOLE UNA LEGGE PER UNIONI OMOSEX>, mentre per il 2008 il titolo <PRESTIGIACOMO: MI SENTO MADRINA DEL GOVERNO ROSA. Intervista al probabile ministro delle Pari Opportunità o della Salute: Ringrazio il leader del Pdl. Macchè machismo, Berlusconi ha assicurato che daremo un valido contributo all'esecutivo>.

Gli elementi di conflittualità non seguono invece degli andamenti sistematici. Nei quotidiani di centro-sinistra nel 2006 sono del tutto assenti, mentre nel 2008 compaiono con i termini <INSULTI> e <slogan> rispettivamente nei titoli e negli occhielli e sommari, come nel titolo de *La Repubblica* <LETTA LODA LA CARFAGNA: HA GRANDE DIGNITÀ. BERLUSCONI AMAREGGIATO PER GLI INSULTI>. Essi sono poi rintracciabili nei titoli del giornale di centro, nel 2006 con il termine <SCONTRO>, nel 2008 con i lemmi <ATTACCO> / <MAI> e negli occhielli e sommari con la parola <contro>. Nel primo caso si può citare il titolo <COPPIE DI FATTO, SCONTRO SULLA BINDI. Fa discutere l'intervista del ministro della Famiglia al Corriere>, nel secondo caso il titolo <La replica: è Berlusconi che sceglie i ministri. IL SENATUR ALL'ATTACCO DELLA GELMINI: ALL'ISTRUZIONE MA NON HA MAI INSEGNATO>. Nei quotidiani di centro-destra invece compaiono, nel 2006, solo negli occhielli e sommari con il vocabolo <critica> e nel 2008 nei titoli con il verbo <VUOL CACCIARE>. Così ad esempio ne *Il Tempo* del 2006 si titolava <LANZILLOTTA: TAGLIAMO LE AUTO BLU. Il ministro critica il lassismo del precedente governo. L'esempio venga dall'alto>, mentre nel 2008 *Il Giornale* intitolava <Pugno di ferro del ministro per le gaffes alla maturità. LA GELMINI VUOLE CACCIARE ANCHE GLI INESPERTI DI INGLESE>. I lemmi a chiara valenza negativa sono scarsamente presenti e comunque sono tutti relativi al governo del 2008 con i titoli del quotidiano di centro che sovra-espone il termine <ERRORE> e dei quotidiani di centro-destra che utilizzano le parole <GAFFE> / <DANNO> / <INESPERTI>.

Tab. 8 – Parole sovra-rappresentate nei titoli e negli occhielli/catenacci relativi alle tre aree ideologico-culturali nei due anni

Area ideologico-culturale: C-S 2006 - Occhielli e sommari	Area ideologico-culturale: C 2006 - TITOLI	Area ideologico-culturale: C-D 2006 - Occhielli e sommari	Area ideologico-culturale: C-S 2008 - TITOLI	Area ideologico-culturale: C-S 2008 - Occhielli e sommari	Area ideologico-culturale: C 2008 - TITOLI	Area ideologico-culturale: C-D 2008 - Occhielli e sommari	Area ideologico-culturale: C-D 2008 - Occhielli e sommari
POLLASTRINI	MELANDRI	Elocare	CARFAGNA	Gelmini	CARFAGNA	GELMINI	Gelmini
FARE	BONNO	Responsabile	SCUOLA	Temponi	GELMINI	PRESTIGIACOMO	Meloni
EMMA BONINO	NONNE	Sarebbero	LETTA	Carfagna	BADANTI	DEBII	Troiane
BNDI	TURCO	Sacchide	GAY	Non	MELONI	GAFFE	Pisto
PROGRANDIA	DALEMANI	Regionali	DESTRA	Come	CAPO	PRESTIGIACOMO	Etame
NIOVE	TACCOSSON	Gy	CASA	Loce	SENAUR	INENIGATI	Prestigiacomo
HANNO	TICKET	Marsilia	ROM	Pa	GRFFE	CRONZHE	Par opportunità
MASSIMO	ABORTIVA	Padra-Schioppa	TORNA	Stegan	AUTONOMIA	AUTONOMIA	Par opportunità
MODA	SCONTRO	Chiesa	STUDENTI	Insegnanti	DANNO	DANNO	Carfagna
ECCO	SANTIA'	Ore	MATURITA'	Imponete	INESPERTI	INESPERTI	Studenti
POLITICA	FINISCE	Critica	GELMINI	Organizzatori	VIOL CACCARE	VIOL CACCARE	Euro
APRE	POTERI	Processo	PAPA	Peera	FIGLI	FIGLI	Nuovo
PACS	FORUMGONI	Condizioni	INSULTI	Quasi	SCUOLA	SCUOLA	Anni
	PANNELLA	Sport	ME	Omosex	SOLDI	SOLDI	Linea guida
	BOLKESTEIN	Parte		Tagli	CARFAGNA	CARFAGNA	Giorgia Meloni
	FACCIA	Parole		Ripetuta			Innervista
	SUPERMERCATO	Nome		Suo			Decenti
	GARANZIE	Ha		Feramo			Ministro
	BEERSAN-BONNO	INTERROGAZIONE		Fa			Dopo
	FARMACI	AUTO		Uomo			Femminile
		INCONTRO					Corsa
		LEGGE					Scelta
		VUOLE					Mia
		DUE					Emendamento
		ROMA					Recupero
		MELANDRI					Giovani
		PACS					Opportunità
							Giovani
							Orati
							Probabile
							Anno
							240 euro
							Riforma
							Occupazione
							Nostra
							Valido
							Peri
							Ambiente

Così *Il Corriere della Sera* titola <Gli esami. L'ispettrice che ha «copiato» da Internet potrebbe essere licenziata. LA MATURITÀ DEGLI ERRORI. IL MINISTRO: ORA CAMBIO TUTTO. La Gelmini: la scelta delle tracce sarà più collegiale. La nuova svista: un imperativo errato sul testo di Charles Baudelaire per uno dei saggi brevi>, mentre *Il Tempo* scrive <MELONI: LA MENTALITÀ DELLA RACCOMANDAZIONE UN DANNO SUL LAVORO>.

Discussione e conclusioni

L'Italia, come si è accennato nelle pagine introduttive, rimane un paese con un basso livello di coinvolgimento delle donne nell'attività politica. Molti sono i fattori che ostacolano tale coinvolgimento. La ricerca internazionale ha mostrato come fra questi i mass media giochino un ruolo importante, in grado di assecondare o contrastare gli stereotipi di genere, una delle cause delle difficoltà di accesso delle donne al mondo della politica. La nostra indagine si pone all'interno di questa tradizione di ricerca, che, con qualche importante eccezione (Basile, 2010; Molfino, 2006), nel nostro paese appare ancora scarsamente sviluppata.

L'aver inquadrato il nostro studio nella prospettiva delle rappresentazioni sociali ha consentito di focalizzarsi sia sui contenuti che sui processi, attivati nella costruzione e diffusione delle rappresentazioni. Così i risultati forniscono spunti di riflessione sulle rappresentazioni delle donne impegnate ai massimi livelli in politica, e sull'utilizzazione di un linguaggio sessista utilizzato strategicamente per depotenziare il loro ruolo. Se si considera la funzione di socializzazione svolta sempre più dal sistema dei media, che impatta con forza nella costruzione di modelli di riferimento, allora nel nostro caso la visibilità delle ministre, il loro profilo, i temi ad esse associati e gli stereotipi di genere implicati, acquistano una forza simbolica in grado di delineare veri e propri prototipi da emulare, negoziando identità femminili incardinate nel sistema culturale e ideologico di riferimento. Da questo punto di vista i nostri risultati non sembrano molto confortanti, denunciando la persistenza e pervasività di stereotipi di genere, in grado talvolta di attraversare ed annullare i tradizionali confini ideologici, altre volte confermando il loro maggiore ancoraggio nella cultura di destra e centro-destra. Lo stesso linguaggio è poi funzionale ad oscurare il contributo delle donne, penalizzando così la loro partecipazione attiva e mantenendo la politica sostanzialmente estranea all'universo femminile.

Prima di proporre una riflessione più approfondita su come la carta stampata si rapporta alle dieci ministre sotto osservazione, vale la pena annotare come già a livello di attribuzione dei ministeri i due governi ab-

biano operato secondo una prospettiva che ha discriminato le ministre designandole, da una parte, in aree considerate tipicamente femminili, con l'eccezione di Bonino assegnata al ministero delle Politiche Europee e successivamente anche a quello del Commercio Internazionale, dall'altra facendo loro ricoprire ministeri in prevalenza senza portafoglio, chiaro segnale della marginalità delle donne dal potere politico.

Collateralismo dei quotidiani, notiziabilità delle ministre, personalizzazione e trivializzazione della comunicazione politica

Passando quindi a commentare più in dettaglio i nostri risultati, a livello generale si può evidenziare l'esistenza di forme di collateralismo politico nella copertura delle diverse ministre. Così i quotidiani di sinistra e centro-sinistra, non solo dedicano una quantità maggiore di articoli alle ministre del governo della loro stessa area, ma danno anche più visibilità ai loro nomi, specularmente ai quotidiani di destra e centro-destra che, in misura ancora più marcata, dedicano sia più articoli, sia più citazioni alle ministre del governo della propria area. Da questo punto di vista dunque i nostri risultati mostrano bias sistematici della stampa quotidiana, dettati da processi di favoritismo dell'ingroup già rilevati in altre indagini dedicate alla comunicazione elettorale (Sensales e Areni, 2008, 2011), mentre resta da esplorare se tali andamenti siano in qualche modo generalizzabili anche alla copertura delle notizie concernenti i neo-ministri.

Per quello che concerne la notiziabilità delle ministre, rilevata attraverso la quantità di articoli pubblicati, si è sottolineata la forza del sistema dei media in grado di piegare a sé il sistema della politica, secondo una più generale tendenza sottolineata dalla letteratura internazionale (Kuhn e Neveu, 2004). Infatti se la quantità di notizie pubblicate in termini assoluti è risultata maggiore per Turco, effettivamente ministra con portafoglio, dunque con un incarico di maggiore prestigio, pure si è vista al secondo posto Carfagna, ministra senza portafoglio, evidenziando come possano essere altri i motivi che spingono a dedicare attenzione ad una ministra piuttosto che ad un'altra. Carfagna poi in termini percentuali appare addirittura come la ministra più notiziabile, con una sovraesposizione (percentuale di articoli a lei dedicati calcolata sulle frequenze relative alle altre ministre del suo governo, rispetto alle percentuali di tutte le altre ministre) decisamente superiore rispetto alle ministre con portafoglio, Gelmini e Prestigiacomo del governo Berlusconi, e Turco e Bonino del precedente governo Prodi. La sua presenza nella carta stampata non è dunque ascrivibile all'importanza del suo ministero ma ad alcune caratteristiche, tipicamente femminili, che rendono il suo caso particolarmente appetibile per i media, valorizzando i processi di personalizzazione della

politica da questi ormai imposti anche in Italia (Barisone, 2006; Sensales, 2008; Sensales e Bonaiuto, 2008). Tali processi si accompagnano a quelli di trivializzazione delle notizie, tratto caratteristico sia della comunicazione giornalistica sulle donne che fanno politica (Carlin e Winfrey, 2009), sia in generale della più recente copertura politica italiana a mezzo stampa (Bolasco, Giuliano e Galli de' Pratesi, 2006; Sensales e Areni, 2008, 2011; Sensales e Bonaiuto, 2008). Nei nostri risultati essi appaiono appena accennati nel caso del solo nome, citato per sei delle dieci ministre, per un totale di dodici volte. Mentre sono presenti altri indicatori in grado di evidenziare tale tendenza come nel caso di Bindi, apostrofata con il termine omofobo di <LESBICA>, o attraverso il lemma <IDIOZIA> utilizzato a proposito di Melandri e ripreso contemporaneamente da *Il Corriere della sera* e da *Il Giornale* in due titoli dedicati alla proposta di amnistia per il mondo del calcio (accusato di truccare le partite), definita dalla stessa ministra con questo termine e citato dai giornalisti tra virgolette. Infine sempre indicatori di una trivializzazione delle notizie si trovano, non tanto in lemmi specifici, quanto in notizie centrate su aspetti del tutto estranei al mondo della politica e invece completamente dettati da stereotipi di genere, come nel caso della sarta <Pina> di Bonino, chiamata in causa dalla stessa ministra, protagonista così della notizia, relativa all'abbigliamento di Bonino, rilanciata contemporaneamente da diversi quotidiani.

Linguaggio sessista

Passando agli aspetti linguistici focalizzati sul sessismo, i nostri risultati hanno mostrato l'uso quasi esclusivo del maschile generico per riferirsi alle ministre - con il termine <ministro/i>, utilizzato 191 volte sia nei titoli che negli occhielli e nei sommari, mentre il femminile specifico <ministra/e/neomonistra> è impiegato solo 14 volte, otto volte per ministre del centro-sinistra e sei volte per ministre del centro-destra. Rilevando l'orientamento della testata si può notare come in ben dieci casi esso sia di sinistra (sette volte compare nell'*Unità*) e centro-sinistra (tre volte nella *Repubblica*), in due casi di centro (*Il Corriere della Sera*) e in altri due casi di centro-destra (*Il Tempo*). Dunque l'utilizzazione del femminile specifico appare soprattutto come una scelta linguistica della stampa di sinistra e centro-sinistra che, in alcuni casi in modo molto timido, cerca di dare più visibilità alle donne, in altri casi ne fa un uso implicitamente critico-sarcastico. Per contro l'ampio impiego del maschile generico indica una cristallizzazione del gap a favore degli uomini impegnati in politica, attraverso la riduzione della salienza delle donne. Con il maschile generico infatti, offuscando la presenza femminile, si finisce per contribuire al

permanere dello stereotipo che vuole l'ambito politico di esclusiva pertinenza del genere maschile.

L'agentività delle ministre

L'attribuzione di agentività alle dieci ministre sembra giocare a favore delle ministre di centro-destra, confermando anche a livello di rappresentazioni mass mediali quanto affermato in letteratura (Francescato e Mebane, 2011), a proposito della maggiore percezione di auto-efficacia da parte delle donne italiane di destra e centro-destra impegnate in politica. Infatti se usiamo i diversi indicatori di agentività, come segnali di protagonismo ed efficacia attribuita alle ministre, i risultati indicano chiaramente uno sbilanciamento a favore delle ministre del governo Berlusconi. In dettaglio il virgolettato è utilizzato nei titoli su Lanzillotta, e in modo più sfumato su Pollastrini, mentre sono scarsi gli altri indicatori di agentività presenti nei titoli di quattro ministre di centro-sinistra su sei (Bindi e Bonino infatti non ne hanno per niente). Nei titoli delle ministre di centro-destra, sia il virgolettato che gli altri indicatori di agentività sono invece maggiormente presenti: senza eccezioni nel secondo caso e con l'eccezione della copertura su Gelmini, nel caso del virgolettato. Diverse, ma solo in parte, appaiono le tendenze filtrate attraverso l'orientamento ideologico-culturale della fonte, che mostrano un uso limitato del virgolettato da parte di tutti i quotidiani e solo in relazione alle ministre del governo di centro-destra. Mentre rispetto agli altri indicatori di agentività si evidenziano rimandi partigianamente superiori per le ministre di centro-sinistra, nei quotidiani della stessa area, e un bilanciamento di tali indicatori per le ministre dei due governi da parte dei quotidiani di destra e centro-destra. Dunque, da una parte, per il virgolettato, c'è un bias generale a favore delle ministre di centro-destra, cui si lascia più frequentemente la parola, sia nei quotidiani della stessa area che in quelli dell'area antagonista, dall'altra, per gli altri indicatori di agentività, si nota un bias nei soli quotidiani di sinistra e centro-sinistra, particolarmente supportivi verso le ministre della propria area, a differenza di quelli di destra e centro-destra, più ubiquitari verso le ministre dei due governi.

Prevalenza di temi stereotipicamente femminili

Per le dieci ministre, come atteso, il focus sui temi rispecchia l'incaricamento nei diversi ministeri, come si è detto in maggioranza di ambito stereotipicamente femminile. Rispetto a tale risultato generale vi sono tuttavia alcune eccezioni. Spostandoci in modo sistematico sui risultati relativi all'analisi differenziale, centrata sia sulle dieci ministre, che sulle tre aree ideologico-culturali della fonte rispetto ai due governi, si possono in-

fatti evidenziare alcuni interessanti andamenti. Così ad esempio per il governo di centro-sinistra alle due ministre Bonino e Lanzillotta non vengono associati, se non in modo sporadico, temi che sarebbero specifici del loro ministero, mentre per Melandri i riferimenti sono quasi esclusivamente al mondo del calcio, particolarmente appetibile per i media e considerato di pertinenza prevalentemente maschile. Per il centro-destra è Meloni a vedere associate meno parole legate alla specificità del suo ministero (della gioventù), in questo caso di tipica pertinenza femminile, per una copertura più focalizzata su temi di politica generale, nonché su rinvii ad un universo femminile, legato alla prostituzione e allo spettacolo, stigmatizzato dalla stessa ministra. Passando all'orientamento ideologico-culturale della fonte si è invece notato come in corrispondenza del governo di centro-sinistra i quotidiani di quella stessa area non siano centrati su specifici ambiti, con l'eccezione del rinvio ai <PACS> (i patti a tutela delle unioni civili), mentre il quotidiano di centro si sofferma in prevalenza sull'area della salute, come peraltro fanno quelli di destra e centro-destra, che si occupano anche di temi legati alle pari opportunità, alle politiche per la famiglia, allo sport. Al contrario con il governo di centro-destra sia i quotidiani di quell'area che quelli dell'area antagonista, si focalizzano principalmente sui temi dell'educazione e delle pari opportunità, ma i quotidiani di destra e centro-destra portano l'attenzione anche sui giovani e sull'ambiente, mentre il quotidiano di centro si sofferma di più sull'educazione e le pari opportunità. Dunque in realtà è con il governo di centro-destra che si trova la maggiore articolazione tematica, marcata con forza dagli stereotipi di genere, secondo una più generale tendenza che vede la cultura di destra più ancorata a tali stereotipi (Hershey e Sullivan, 1977).

Conflittualità e copertura negativa

Rispetto agli elementi di conflittualità e alla copertura negativa i nostri risultati appaiono consistenti solo nel primo caso, anche se in controtendenza con quanto affermato dalla letteratura, che sottolinea come le politiche italiane tendano ad evitare tali elementi, preferiti invece dagli uomini (Francescato e Mebane, 2011). Così nelle rappresentazioni delle dieci ministre si riscontrano rinvii alla conflittualità per quelle del centro-destra e solo per Bindi e Bonino, per quelle del centro-sinistra. In proposito si può notare come, da una parte, il risultato sulle ministre del governo Berlusconi sia coerente con lo stile comunicativo estremamente aggressivo scelto di solito dal gruppo dirigente di quell'area politica (Sensales e Areni, 2008, 2011), che si può ipotizzare finisca per condizionare la stessa comunicazione giornalistica. Dall'altra, per il centro-sinistra, il risultato è riferito alle due ministre che in modo diverso appaiono più mascolinizza-

te: Bonino per sua stessa scelta (si pensi anche al caso della sua gestione comunicativa della corsa al Quirinale, citato nella sezione introduttiva), Bindi per l'immagine costruita addosso dai media.

Per quello che riguarda la copertura negativa, che la letteratura mostra come maggiormente rivolta alle politiche (Gidengil e Everitt, 2003), rispetto ai loro colleghi uomini, essa concerne Bindi, Melandri, Lanzillota, per il centro-sinistra e Gelmini per il centro-destra, laddove per Meloni i termini <TRAGEDIA> e <ripugnante>, connotati negativamente, sono parte di un contesto argomentativo in cui è la stessa ministra ad usarli. In relazione alla fonte la copertura negativa è presente solo nel 2008 ed è inaspettatamente agita dal quotidiano di centro, e con maggiore forza da quelli di destra e centro-destra, che mostrano di non risparmiare le esponenti della propria area. Mancando la possibilità di confrontare questo dato con la copertura negativa eventualmente assegnata ai politici, non ci è dato di sapere se questi andamenti siano il frutto di un bias di genere o piuttosto un segnale di quell'anti-politica che sembra caratterizzare la democrazia italiana contemporanea.

Chiudiamo qui le nostre considerazioni che hanno evidenziato processi rappresentazionali prevalentemente volti alla conferma di quegli stereotipi di genere e di un uso del linguaggio che oscurano il ruolo delle donne, rendendo difficile il loro accesso nell'ambito politico. Siamo consapevoli di alcune limitazioni dello studio qui presentato. Così ad esempio restano inesplorate le dimensioni latenti, che potrebbero fornire l'informazione più sintetica possibile sulle relazioni fra le parole, delineando lo spazio semantico attraverso cui si struttura il campo rappresentazionale permettendo, al tempo stesso, di indagare meglio il ruolo giocato dall'orientamento ideologico-culturale della fonte. Mentre potrebbero essere condotte delle rilevazioni sulla copertura assegnata ai ministri, con l'intento comparativo di mostrare le specificità delle differenze di genere operanti nella comunicazione giornalistica, consentendo inoltre di esplorare la consistenza di quanto emerso nella letteratura internazionale.

Bibliografia

- Aebischer, V. (1985). *Les femmes et le langage: Représentations sociales d'une différence*. Paris: PUF.
- Areni, A., Sensales, G., & Angelastro, A. (2008). La stampa e le rappresentazioni delle violenze del 2005 nelle periferie francesi. Analisi della caratterizzazione comunicativa di otto quotidiani italiani. In S. Heiden & B. Pincemin (Eds.), *9^{es} Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles* (Vol. 1, pp. 97-108). Lyon: Presses universitaires de Lyon.

- Arruda, A. (2003). Problemi di genere e rappresentazioni sociali in psicologia. In G. Sensales (Ed.), *Percorsi teorico-critici in psicologia sociale* (pp. 159-179). Milano: FrancoAngeli.
- Barisone, M. (2006). *L'immagine del leader. Quanto conta per gli elettori?* Bologna: il Mulino.
- Basile, G. (2010). Strategie linguistico-comunicative e differenza di genere nel linguaggio politico. In S. Sapegno (Ed.), *Che genere di lingua?* (pp. 77-90). Roma: Carocci.
- Billig, M. ([1991]1995). *Ideologia e opinioni*. Roma-Bari: Laterza.
- Bystrom, D.G., Robertson, T.A., & Banwart, M.C. (2001). Framing the fight: An analysis of media coverage of female and male candidates in primary races for governor and senate in 2000. *American Behavioral Scientist*, 44(12), 1999-2013. DOI: 10.1177/00027640121958456.
- Bystrom, D.G. (2004). Women as political communication sources and audiences. In L.L. Kaid (Ed.), *Handbook of Political communication research* (pp.435-459). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Bolasco, S., Giuliano, L., & Galli de' Paratesi, N. (2006). *Parole in libertà. Un'analisi statistica e linguistica dei discorsi di Berlusconi*. Roma: Manifestolibri.
- Campus, D. (2010). Political discussion, views of political expertise and women's representations in Italy. *European Journal of Women's Studies*, 17(3), 249-267. DOI: 10.1177/1350506810368815.
- Carlin, D., & Winfrey, K. (2009). Have you come a long way, baby? Hillary Clinton, Sarah Palin, and sexism in 2008 campaign coverage. *Communication Studies*, 60(4), 326-343. DOI: 10.1080/10510970903109904.
- Carroll, S., & Schreiber, R. (1997). Media coverage of women in the 103rd congress. In P. Norris (Ed.), *Women, media, and politics* (pp. 131-148). New York: Oxford University Press.
- Coulomb-Gully, M. (2009). Beauty and the beast: bodies politic and political representation in the 2007 French presidential election campaign. *European Journal of Communication*, 24(2), 203-218. DOI: 10.1177/0267323108101832.
- Dal Secco, A., Sensales, G., & Areni, A. (2010). Representations of March 8 and feminine identities. A pilot study on the Italian press (2000-2009). In S. Bolasco & L. Giuliano (Eds.), *JADT 10* (pp. 1-10). Milano: LED.
- Duranti, A. (2004). Riduzioni ed estensioni dell'agentività nelle lingue storico-naturali. In I. Korzen (Ed.), *Lingua, cultura e intercultura: l'italiano e le altre lingue*. *Copenhagen Studies in Language*, 31, 41-55.
- Duveen, G. (1993). The development of social representations of gender. *Paper on Social Representations*, 2(3), 171-177.
- Francescato, D., & Mebane, M. (2011). Donne politiche. In P. Catellani & G. Sensales (Eds.), *Psicologia della politica* (pp. 253-270). Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Francescato, D., & Sorace, R. (2006). Quanto è rosa il potere? *Psicologia Contemporanea*, 197, 16-24.

- Francescato, D., Mebane, M., Giacomantonio, M., & Lauriola, M. (2011). *Confronting competing theories concerning obstacles facing women elected to local and national political offices and how female politicians of different political orientation cope with them*. Inviato per la pubblicazione.
- Gidengil, E., & Everitt, J. (2003). Talking tough: Gender and reported speech in campaign news coverage. *Political Communication*, 20(3), 209-232. DOI: 10.1080/10584600390218869.
- Hershey, M.R., & Sullivan, J. (1977). Sex role attitudes, identities, and political ideology. *Sex Roles*, 3(1), 37-57.
- Jalalzai, F. (2006). Women candidates and the media: 1992-2000 elections. *Politics & Policy*, 34(3), 606-633. DOI: 10.1111/j.1747-1346.2006.00030.x.
- Kahn, K.F. (1992). Does being male help: An investigation of gender and media effects in U.S. senate races. *Journal of Politics*, 54(2), 497-517. DOI: <http://dx.doi.org/10.2307/2132036>.
- Kahn, K.F. (1994a). The distorted mirror: Press coverage of women candidates for statewide office. *Journal of Politics*, 56, 154-173. DOI: <http://dx.doi.org/10.2307/2132350>.
- Kahn, K.F., & Goldenberg, E. (1991). Women candidates in the news: An examination of gender differences in U.S. senate campaigns. *Public Opinion Quarterly*, 55(2), 180-199. DOI: 10.1086/269251.
- Kanter, R.M. (1977). *Men and women of the corporation*. New York: Basic Books.
- Kittilson, M., & Fridkin, K. (2008). Gender, candidate portrayals and election campaign: A comparative perspective. *Politics & Gender*, 4(3), 371-392. DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/S1743923X08000330>.
- Kuhn, R., & Neveu, E. (Eds.) (2004). *Political Journalism*. London: Routledge.
- Lepschy, L.A., Lepschy, G., & Sanson, H. (2001). Lingua italiana e femminile. *Quaderns d'Italia*, 6, 9-18.
- Mills, S. (2003). Caught between sexism, anti sexism and "political correctness", feminist negotiations with naming practices. *Discourse and Society*, 14(1), 87-110. DOI: 10.1177/0957926503014001931.
- Molfino, F. (2006). *Donne, politica e stereotipi. Perché l'ovvio non cambia*. Milano: Baldini Castoldi Dalai.
- Mucchi-Faina, A. (2005). Visible or influential? Language reforms and gender (in)equality. *Social Science Information*, 44, 189-215. DOI: 10.1177/0539018405050466.
- Pescia, L. (2010). Il maschile e il femminile nella stampa scritta del Canton Ticino (Svizzera) e dell'Italia. In Sapegno S. (Ed.), *Che genere di lingua?* (pp. 57-75). Roma: Carocci.
- Roncarolo, F. (2000). A woman at the Quirinal? Thanks, but no thanks: The social construction of women's political agenda in the 1999 Italian presidential election. *European Journal of Women's Studies*, 7, 103-126. DOI: 10.1177/135050680000700113.

- Sabatini, A. (1986). *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana. Per la scuola e per l'editoria scolastica* (Commissione nazionale per la realizzazione della parità tra uomo e donna). Roma: Presidenza del Consiglio dei ministri. Direzione generale delle informazioni della editoria e della proprietà letteraria artistica e scientifica.
- Sensales, G. (2008). La copertura dei media nelle campagne elettorali. Una ricognizione della letteratura più recente. In G. Sensales & M. Bonaiuto (Eds.), *La politica mediatizzata. Forme della comunicazione politica nel confronto elettorale del 2006* (pp. 13-48). Milano: FrancoAngeli.
- Sensales, G., & Areni, A. (2008). Le consultazioni elettorali dal 1976 al 2006. Analisi dell'evoluzione di un processo rappresentazionale attraverso i titoli di tre quotidiani italiani. In G. Sensales & M. Bonaiuto (Eds.), *La politica mediatizzata. Forme della comunicazione politica nel confronto elettorale del 2006* (pp. 68-109). Milano: FrancoAngeli.
- Sensales, G., & Areni, A. (2011). Comunicazione elettorale, mediatizzazione della politica e ruolo dei cittadini. In P. Catellani & G. Sensales (Eds.), *Psicologia della politica* (pp. 133-156). Milano: Raffaello Cortina.
- Sensales, G., & Bonaiuto, M. (2008). Note conclusive. In G. Sensales & M. Bonaiuto (Eds.), *La politica mediatizzata. Forme della comunicazione politica nel confronto elettorale del 2006* (pp. 251-267). Milano: FrancoAngeli.
- Sensales, G., & Chirumbolo, A. (2004). Le rappresentazioni delle differenze di "Genere" e il mondo del lavoro attraverso la comunicazione scientifica in psicologia sociale: analisi del lessico degli "Psychological Abstracts" (1976-2002). In G. Purnelle, C. Fairon, & A. Dister (Eds.), *JADT04. Le poids des mots* (pp. 1019-1030). Louvain-la-Neuve: Presses Universitaires de Louvain.
- Sensales, G., & Pisilli, R. (2006). Rappresentazioni dell'otto marzo nella stampa quotidiana italiana. Identità femminili e lessico della comunicazione giornalistica (1976-2001). *Giornale Italiano di Psicologia*, XXXIII(4), 167-201. DOI: 10.1421/23224.
- Sensales, G., Areni, A., & Angelastro, A. (2008). Le rivolte francesi del novembre 2005 nei titoli di ventuno quotidiani italiani. Ricostruzione dei processi rappresentazionali attraverso un'analisi lessicografica. *Ricerche di Psicologia*, 4, 31-58. DOI: 10.3280/RIP2008-004002.
- Sensales, G., Areni, A., & Bonnes, M. (1998). Discorso e lessico ambientale in quotidiani di diverso orientamento politico. *Ikon*, 37, 221-236.
- Smith, K.B. (1997). When all's fair: Signs of parity in media coverage of female candidates. *Political Communication*, 14, 71-81. DOI: 10.1080/105846097199542.
- van Dijk, T.A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- van Dijk, T.A. (1998). *Ideology*. London: Sage.
- van Zoonen, L. (2006). The personal, the political and the popular. A woman's guide to celebrity politics. *European Journal of Cultural Studies*, 9(3), 287-301. DOI: 10.1177/1367549406066074.

Weatherall, A. (1998). Women and men in language. An analysis of seminaturalistic person descriptions. *Human Communication Research*, 25(2), 275-292.
DOI: 10.1111/j.1468-2958.1998.tb00446.x.

Ricevuto: 07.11.11 - **Accettato:** 20.07.12

© Edizioni FrancoAngeli