

Gilda Sensales, Alessandra Areni e Gabriele Di Cicco

Sindaca o sindaco? Rappresentazioni di Virginia Raggi e Chiara Appendino sulla stampa italiana.

Woman mayor or man mayor? Representations of Virginia Raggi and Chiara Appendino in Italian daily newspapers.

Abstract

La ricerca è inquadrata nella tradizione delle rappresentazioni sociali, che assume l'uso strategico del linguaggio per mascherare i rapporti di potere. Abbiamo esplorato il linguaggio rilevando la presenza di specifici dispositivi linguistici nelle rappresentazioni delle due sindache pentastellate Chiara Appendino e Virginia Raggi nella stampa quotidiana italiana. L'attenzione è sull'agentività attribuita, citando le loro parole; sul linguaggio sessista o non sessista; sulla valenza (negativa, sarcastica, neutrale, positiva) del contesto d'uso di questo linguaggio e sulla sua caratterizzazione lessicografica rispetto alle due forme sessiste/non sessiste. Sono stati analizzati 810 titoli pubblicati da 10 quotidiani nei quattro mesi successivi l'elezione delle due sindache. Le elaborazioni sono state condotte con Spss e SPAD-T. In quest'ultimo caso si sono utilizzate due procedure: 1) Mots per l'esplorazione del vocabolario generale dei titoli, del discorso diretto, come segnale di agentività attribuita, dei marcatori di sessismo/non sessismo linguistico; 2) VOSPEC per l'analisi delle parole tipiche riferite alla valenza del contesto d'uso delle forme sessiste/non sessiste. I risultati mostrano la prevalenza di marcatori linguistici non sessisti e del contesto negativo e sarcastico, rispetto a quello positivo, maggiore per le forme non sessiste rispetto a quelle sessiste. In quest'ultimo caso i quotidiani utilizzano l'appropriata declinazione di genere in un'apparente "bonifica" del linguaggio che, tuttavia, supporta la routinizzazione del dominio maschile attraverso un contesto negativo, derisorio o sarcastico.

Parole-chiave: Sessismo linguistico, comunicazione politica, linguaggio e rappresentazioni sociali, agentività.

Abstract

The research is framed in the tradition of social representations, which assumes the strategic use of language to mask power relations. We explored the language by detecting the presence of specific linguistic devices in the representations of the two 5Stars mayors Chiara Appendino and Virginia Raggi in the Italian daily press. The attention is on the agency attributed them, citing their words; on sexist or non-sexist language; on the valence (negative, sarcastic, neutral, positive) of the context of use of this language, and on its lexicographical characterization with respect to the two sexist / non-sexist forms. 810 titles were analyzed, published in the four months following the election of the two women mayors, from 10 newspapers. Statistical processing was carried out with SPSS and SPAD-T. In this last case two procedures were used: 1) Mots for the exploration of the general vocabulary of the titles, the detection of the direct speech, as a signal of agency, the markers of linguistic sexism / non- sexism; 2) VOSPEC to analyze typical words of titles referring to the valence of the context of use of sexist / non-sexist forms. The results show the prevalence of non-sexist linguistic markers and of the negative context, compared to the positive one, which is greater for non-sexist forms than for sexist ones. In the latter case, newspapers use the appropriate gender declension in an apparent "sanitization" of language which, however, supports the routinization of the masculine domain through a negative, derisive or sarcastic context.

Keywords: Linguistic sexism, political communication, language and social representations, agency.

Introduzione

L'arena politica italiana è considerata tipicamente androcentrica, mostrando una scarsa presenza femminile, ed evidenziando l'intervento di varie dinamiche e forze che continuano a scoraggiare la partecipazione attiva delle donne (de Simone, Putzu, Lasio, & Serri, 2018; Pacilli, Mucchi Faina, & Berti, 2012). Tra queste dinamiche e forze, un ruolo importante è svolto dai mass media, che spesso cristallizzano il divario in favore degli uomini, piuttosto che cercare di superarlo. Già nel 1997 l'IPU¹ sottolineava la necessità che i mezzi di comunicazione di massa diventassero agenti di cambiamento nel modo di rappresentare le donne nella sfera politica, piuttosto che riflettere semplicemente

¹ Inter-Parliamentary Union: è un forum permanente per i negoziati multilaterali politici nel mondo che da decenni monitora la presenza femminile nei diversi ambiti politici promuovendo azioni per il superamento delle discriminazioni di genere.

i prevalenti modelli socio-culturali (IPU, 1997). In realtà questo ruolo è ancora lontano dall'essere realizzato, anche se negli ultimi decenni ci sono segnali di una tendenza della media verso una minore discriminazione delle donne impegnate in politica (cfr. Sensales, Areni, & Baldner, 2018). Questi segnali sembrano marciare in parallelo con l'aumento della presenza femminile nei parlamenti del mondo. Per l'Italia ad esempio le ultime elezioni politiche del marzo 2018 hanno segnato un incremento del 7.3% e dell'8.3%, rispettivamente delle donne presenti nella Camera dei Deputati e nel Senato, diventate il 35.7% di tutti i deputati (225/630) e il 34.4% di tutti i senatori (110/320) (IPU, 2019). Con queste percentuali l'Italia si attesta al trentesimo rango (su 191) nella classifica stilata in base alla presenza delle parlamentari nel mondo. Mancano dati diacronici sistematici per le donne che ricoprono altre cariche politiche, in particolare per le sindache, anche se de Simone, Lasio, Onnis e Putzu (2017) citano il dato del Ministero dell'interno, rilevato a maggio 2016, da cui emerge che fino a quel momento le sindache erano solo il 14%. Qui si può ricordare come l'Italia nel 2018 si sia visto riconosciuto un premio internazionale, attribuito a Valeria Mancinelli, sindaca Pd di Ancona, vincitrice del World Mayors Prize. La notizia è stata ripresa anche dalle diverse testate giornalistiche italiane, così ad esempio il Sole 24ore (12 febbraio 2019) in un articolo intitolato "WORLD MAYORS PRIZE Chi è Valeria Mancinelli, prima cittadina di Ancona eletta «Sindaco del mondo 2018»" sottolineava il valore del premio "conferito ogni due anni dalla filantropica City Mayors ai sindaci che si sono distinti per leadership, ma anche empatia e capacità di tenere unita la propria comunità. L'edizione 2018 è stata dedicata alle donne nel governo locale, e alle sindache in particolare". Il titolo appena citato esemplifica bene la tendenza, sempre più diffusa nei mass media italiani, a utilizzare forme non sessiste (l'uso del femminile specifico "sindaca") nel linguaggio riferito alle donne che ricoprono una carica politica (cfr. Robustelli, 2014, 2017). Queste nuove forme, tuttavia, spesso sotto l'apparente bonifica della lingua, nascondono il permanere di intenti sessisti attraverso un contesto d'uso negativo o sarcastico che vanifica qualsiasi tentativo di agire linguisticamente in modo non discriminatorio. L'obiettivo principale del nostro lavoro è proprio quello di studiare l'eventuale persistere, nella stampa quotidiana italiana, di un bias sessista nel parlare delle due sindache pentastellate Virginia Raggi, per la capitale italiana, e Chiara Appendino, per la città di Torino, all'indomani della loro vittoria elettorale e per i quattro mesi successivi. La scelta è caduta su queste due personalità, al debutto nel mondo della politica, soprattutto in ragione dell'importanza delle città in cui hanno vinto, ma anche in considerazione del ruolo svolto dal Movimento 5Stelle nel

promuovere la presenza femminile in politica che lo porterà alle successive elezioni politiche del 2018 ad avere il più alto numero di donne elette nel parlamento.

L'indagine è inquadrata teoricamente nella tradizione delle rappresentazioni sociali che assume l'opacità del linguaggio e la sua capacità di mascherare i rapporti di potere, considerando i media, strumenti non neutrali delle informazioni dotati di una struttura ideologica e linguistica complessa che va resa intellegibile (cfr. Sensales, Areni, & Angelastro, 2008). Tale approccio ha sviluppato, sin dalla fine degli anni Ottanta, un filone di ricerche che dimostrano la non neutralità del linguaggio e il suo radicamento nelle norme culturali marcate dalle differenze di genere (cfr. Kruse, Weimer, & Wagner, 1988). In questo modo si è sviluppata un'attenzione non riduzionista sulla relazione dialettica tra l'uso del linguaggio, il contesto in cui tale uso prende forma e le inferenze cui dà vita. Nel nostro caso vogliamo esplorare come la stampa si rapporti al doppio elemento di novità intervenuto nella realtà politica italiana: da una parte, due donne per la prima volta alla guida della capitale del paese (Virginia Raggi) e di una delle più grandi e importanti città italiane (Chiara Appendino), dall'altra un partito politico (il Movimento 5Stelle) che vince quelle elezioni sfidando l'establishment politico e di fatto aprendo a quella che successivamente diventerà l'ondata populista.

Nell'analisi che proponiamo ci soffermeremo quasi esclusivamente sul ruolo che il linguaggio ha nel delineare rappresentazioni più o meno legate a una visione sessista della politica, rimandando ad altri lavori per un'analisi che ad esempio consideri la funzione svolta dall'orientamento ideologico culturale della fonte rispetto alla specifica appartenenza politica delle due sindache. In questa sede partiremo dall'assunto che il linguaggio sia in grado di riprodurre, confermare, o smentire le norme sociali attivando processi psicologici di tipo inferenziale attraverso specifici dispositivi linguistici, possibili portatori di discriminazioni di genere.

Comunicazione politica, linguaggio e questioni di genere

La comunicazione politica legata al linguaggio e alle questioni di genere è stata analizzata da diverse prospettive teoriche di ambito critico e *mainstream*. Nel nostro caso prenderemo in considerazione contributi di entrambe le prospettive con particolare riferimento per i richiami 1) all'agentività e 2) al linguaggio sessista/non sessista; mentre per un'analisi sistematica delle due prospettive si rimanda a Sensales, Areni e Baldner (2018). Qui di seguito sono discussi alcuni dei risultati più interessanti emersi in indagini empiriche condotte sia in Italia che in altri paesi.

L'agentività nel linguaggio

L'agentività è definita come il riconoscimento del potere, l'attribuzione di responsabilità, la capacità di controllare il proprio comportamento e l'impatto che questi aspetti possono avere sul comportamento degli altri (Duranti, 2004). Il concetto è stato particolarmente studiato durante gli anni '70 e '80 in diverse discipline, come la linguistica e la sociologia. Successivamente, l'agentività è diventata un tema centrale di analisi della psicologia sociale, dell'antropologia culturale e degli studi sui media (Ahearn, 2001; Carli, 1990, 2006; Hall & Donaghue, 2012; Okimoto & Brescoll, 2010). Duranti (2004) ha sottolineato come il linguaggio possa manipolare l'agentività attraverso specifici marcatori ed espedienti formali, come ad esempio le voci dirette delle persone citate nei media (cfr. Sensales, Areni, & Dal Secco, 2012, 2013).

Sessismo linguistico

Il sessismo linguistico riguarda l'uso di determinate forme linguistiche che discriminano il genere femminile. Nelle lingue romanze (ad esempio francese, tedesco, italiano, spagnolo), queste forme sono salienti soprattutto a causa della declinazione femminile / maschile dei nomi e delle altre forme correlate, come aggettivi e pronomi. Questa caratteristica rende le lingue romanze particolarmente sensibili ai bias linguistici di genere rispetto alle lingue definite *natural gender* (ad es., inglese) e alle lingue prive di genere grammaticale (ad es. cinese, vedi Prewitt-Freilino, Caswell, & Laakso, 2012). In italiano, le forme grammaticali sessiste più comuni vedono in primo luogo l'uso del maschile generico, una forma distorta perché usa il genere maschile anche per indicare quello femminile, secondo una gerarchia favorevole agli uomini. Le forme sessiste includono inoltre il femminile dissimmetrico (l'articolo determinativo femminile prima del cognome) e la non concordanza (articolo determinativo al femminile e nome della carica al maschile). Mentre il femminile specifico (la femminilizzazione grammaticale di una forma tipicamente maschile, spesso con neologismi) e le forme epicene (una forma nominale priva di genere) sono forme linguistiche non sessiste.

Come sottolinea Angelica Mucchi-Faina (2005), il maschile generico rende le donne invisibili perché il maschile è usato per indicare entrambi i sessi. Il femminile dissimmetrico rende il genere visibile, ma utilizzando una forma lessicale asimmetrica, solo per le donne. La studiosa conclude che per promuovere un uso non sessista del linguaggio, devono essere adottate forme grammaticali che abbracciano entrambi i generi. Ciò può essere reso dando visibilità a specifiche forme femminili, già utilizzate o appositamente create, in grado di rendere il genere esplicito e manifesto su basi neutrali.

In psicologia sociale, c'è una tradizione di studi sulla relazione tra lingua e genere (cfr. Freed, 2003). Questa tradizione si concentra sulle implicazioni sociali e psicologiche dell'uso del sessismo linguistico (Prewitt-Freilino, Caswell, & Laakso, 2012). Così ad esempio è stato dimostrato che il ruolo di specifiche categorie e forme linguistiche, come il maschile generico, possono promuovere e rafforzare pregiudizi, stereotipi di genere e atteggiamenti sessisti (Cacciari & Padovani, 2007; Sczesny, Moser, & Wood, 2015; Stahlbeerg, Braun, Irmén, & Sczesny, 2007; Wasserman & Weseley, 2009). La ricerca sperimentale ha evidenziato le conseguenze negative dell'utilizzo di questa forma sessista: essa mina l'autostima, la motivazione, le prestazioni professionali e l'efficacia delle donne minacciando il loro senso di appartenenza (ad es., Briere & Lanktree, 1983; Cameron, 1998; Cralley & Ruscher, 2005; Gaucher, Friesen, & Kay, 2011; McConnell & Fazio, 1996; Merkel, Maass, & Frommelt, 2012; Mucchi-Faina, 2005; Sczesny, Formanowicz, & Moser, 2016). Queste scoperte mostrano non solo sperimentalmente le conseguenze negative dell'uso di determinate forme linguistiche di genere sulle donne stesse (ad esempio, Bem & Bem, 1973, Crawford & English, 1984, Crawford & Unger, 2004; Gastil, 1990), ma sottolineano anche come esse contribuiscano a creare rappresentazioni androcentriche pervasive che rendono le donne invisibili in tutta la società (ad esempio, Ng, 2007, Stahlberg et al., 2007).

Il sessismo nella comunicazione politica mediatizzata è stato oggetto di studi italiani che hanno mostrato il generale eccessivo utilizzo di dispositivi linguistici sessisti (per una loro rassegna cfr. Sensales, Areni, & Baldner, 2018). I risultati di queste indagini indicano l'ampio uso del maschile generico come segnale di una cristallizzazione del divario a favore degli uomini impegnati in politica e della riduzione della salienza delle donne. Parallelamente, è stato notato un aumento nel tempo delle forme non sessiste (forme di femminile specifico ed epicene) interpretato come un segno della maggiore presenza delle donne nel parlamento e di un contesto socio-culturale in evoluzione (cfr. Sensales & Areni, 2017). In questo senso, l'ambito politico può contribuire alla riduzione dell'incongruenza percepita tra ruolo di genere e ruolo sociale, rendendo la politica più inclusiva rispetto al genere.

In uno studio recente sulle rappresentazioni a mezzo stampa delle ministre di cinque governi - dal 2006 al 2014 - Sensales e Areni (2017) hanno mostrato come in concomitanza con tre governi italiani (2011, 2013, 2014), appoggiati o presieduti dal Partito Democratico, il maggiore partito del centro-sinistra, le rappresentazioni delle ministre nella stampa quotidiana mostrassero un aumento dell'uso del femminile specifico

rispetto ai due precedenti governi (2006, 2008) confermando quanto emerso in studi precedenti (Sensales, Areni, & Dal Secco, 2016a, 2016b). Così se i risultati di quell'indagine indicavano la netta prevalenza del maschile generico sul femminile specifico - nell'85% di tutti i casi si usava un linguaggio sessista e solo nel 15% un linguaggio non sessista - pure da un punto di vista diacronico si notava che lo specifico femminile “ministra” fosse presente con il 4.8% nel 2006, flettesse di poco arrivando al 4% nel 2008, aumentasse all'11% nel 2011, al 12.9% nel 2013 e al 25.5% nel 2014, indicando un aumento costante dal 2011 al 2014. Tale andamento è stato confermato anche dallo studio di Formato (2016) condotto su quotidiani in parte diversi. Nell'insieme si può notare come l'incremento nell'uso del femminile specifico si verificava in corrispondenza di governi a guida o con l'appoggio del centro sinistra, per tradizione una forza particolarmente sensibile alle questioni di genere, e di una parallela maggiore presenza delle donne in parlamento (cfr. Sensales et al., 2013, 2016b). Tuttavia, Sensales e Areni (2017) avvertivano come l'incremento del femminile specifico andasse trattato con una certa cautela per il suo possibile uso deformato, verificato però solo per i dati del 2014. In proposito si era infatti evidenziata una sottile forma di sessismo attraverso un contesto d'uso derisorio, sarcastico o negativo, presente in più della metà dei casi rilevati. Alcuni esempi riportati nel lavoro mostrano chiaramente l'involuzione sessista implicata nell'apparente bonifica del linguaggio (in inglese *sanitization*, cfr. Ng, 2007), come nel caso dei titoli “Promosse Boschi e Guidi, male Lanzetta. Tacchi alti o ballerine, abiti premaman o pantaloni stile pijama: le pagelle al look delle ministre nel giorno del debutto.” e “Le spese dell'università finiscono alla corte dei conti. Ma che Magnifica spendacciona. I guai della neoministra Giannini.”. In questo modo, veniva presentato formalmente un marcatore linguistico non sessista che in realtà mascherava un approccio sessista nei confronti delle donne. I nostri risultati sono partiti da quanto emerso in quello studio e hanno per questo previsto una verifica sistematica di un possibile bias che vanificasse i sopravvenuti andamenti virtuosi. Se verificato questo dato mostrerebbe l'ambiguità implicata nell'uso del femminile specifico che, quando è accompagnato da valutazioni negative, metterebbe a nudo l'opacità del linguaggio. Non a caso Sensales e Areni (2017) sottolineavano come i media potrebbero finire per utilizzare l'appropriata declinazione di genere per supportare “la routinizzazione della dominazione maschile attraverso un contesto sarcastico e derisorio per le donne.” (Sensales & Areni, 2017, p. 527). In base a questi risultati abbiamo deciso di focalizzare l'attenzione su questo punto, oggetto principale dei nostri obiettivi di ricerca qui di seguito presentati. In questo modo

potremo verificare se effettivamente nella stampa operi questo tipo di bias nel rappresentare le due sindache pentastellate esplorando se e come sia sostanziato da un lessico specifico.

Obiettivi

L'indagine, a carattere esclusivamente esplorativo, focalizza la propria attenzione:

- 1) sulla declinazione maschile o femminile della carica politica;
- 2) sull'agentività attribuita alle due sindache, citando le loro parole;
- 3) sul linguaggio sessista (uso del maschile generico [sindaco, primo cittadino], della non concordanza [la sindaco], del femminile dissimmetrico [la Raggi o la Appendino]) o non sessista (uso del femminile specifico [sindaca, prima cittadina]);
- 4) sulla valenza (negativa, sarcastica, neutra e positiva) del contesto d'uso delle forme sessiste e non sessiste;
- 5) sulla caratterizzazione lessicografica delle diverse tipologie di valenza del contesto d'uso delle forme sessiste/non sessiste.

Metodologia

Materiale analizzato

Gli 810 titoli analizzati sono stati individuati attraverso una ricerca automatica che ha interrogato l'archivio elettronico Quid (Quotidiani in Digitale) della Biblioteca del Senato a Roma, relativamente a 10 quotidiani italiani di diverso orientamento ideologico-culturale e di diversa diffusione rispetto all'area geografica di maggiore diffusione. Le testate sono state Il Fatto Quotidiano (fr. 70), Il Corriere della Sera (fr. 75), La Repubblica (fr. 75), Il Manifesto (fr. 61), Libero (fr. 48), Il Tempo (fr. 98), Il Giornale (fr. 53), Il Messaggero (fr. 171), la Stampa (fr. 108), Il Mattino (fr. 51). Esse sono state analizzate nei quattro mesi successivi l'elezione delle sindache (19 giugno – 19 ottobre 2016). Le parole chiave per la raccolta dei titoli sono state: il nome e cognome delle sindache, il solo cognome o il solo nome presenti nei titoli inclusivi di occhiello, sottotitolo, sommario, eventuale foto. Il 78.4% dei titoli (635) riguarda Virginia Raggi, il 16.4% (133) Chiara Appendino, e il 5.2% (42) entrambe.

Percorso operativo

Dopo aver individuato gli articoli, si è costruito un file lessicale composto dai titoli e dalle modalità della variabile di contenuto relativa al discorso diretto, lemmatizzata e ripetuta

nella sua frequenza. In questo caso è stato creato un acronimo in grado di indicare la sindaca di riferimento e l'eventuale declinazione della carica. Per esempio, per una citazione di un discorso di Raggi indicata come sindaca l'acronimo è stato RDDSA (Raggi Discorso Diretto SindacA), mentre nel caso di omissione della carica l'acronico è stato RDD. Le parole dei titoli propriamente detti sono state segnalate con il formato maiuscolo, mentre le parole presenti nell'occhiello, sottotitolo, sommario e foto, sono state differenziate con il formato minuscolo. Si è poi creato un file extra-testuale parallelo, composto dalla codifica numerica di variabili categoriali quali ad esempio il nome del quotidiano, o la valenza del contesto d'uso sessista/non sessista. In quest'ultimo caso l'analisi è stata condotta da due giudici indipendenti e, nei rari casi di disaccordo (circa lo 0.5%), l'attribuzione definitiva è stata operata da un terzo giudice.

Analisi dei dati

Le elaborazioni statistiche sono state condotte con l'Spss per le analisi dei dati extra-testuali relativi ai punti 1 e 4 degli obiettivi e con lo SPAD-T (Lébart, Morineau, & Bécue, 1989) per l'analisi dei dati testuali relativi ai punti 2, 3, e 5. Per questi tre punti si sono utilizzate due procedure dello SPADT: 1) la Mots per l'esplorazione del modo di denominare le due sindache, della citazione del discorso diretto e dei marcatori di sessismo/non sessismo linguistico; 2) la VOSPEC per analizzare le parole tipiche dei titoli riferiti alla valenza del contesto d'uso delle forme sessiste/non sessiste. In questo caso dopo avere applicato la tappa delle equivalenze, per ridurre la dispersione delle parole attraverso accorpamenti come ad esempio plurali e singolari, abbiamo scelto la soglia di frequenza ≥ 2 , più inclusiva possibile dell'universo lessicale sotto osservazione. Con questa tappa, basata sulla logica del chi quadro, si possono individuare le associazioni tipiche di diversi gruppi, in considerazione del fatto che tale "tipicità" si realizza allorché l'elemento lessicale compare con una frequenza interna al gruppo significativamente diversa da quella globale (probabilità $< .01$). La significatività delle differenze è valutata attraverso il 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. La procedura fornisce delle tabelle in cui sono presentate sia la frequenza della parola nel gruppo, sia la frequenza della parola nell'intera popolazione, nonché il livello di significatività di tale differenza. Nella presentazione dei nostri risultati abbiamo costruito le nuvole di parole (word cloud) da comparare fra loro utilizzando solo le frequenze delle parole caratteristiche dei diversi nuclei lessicali (cioè risultate

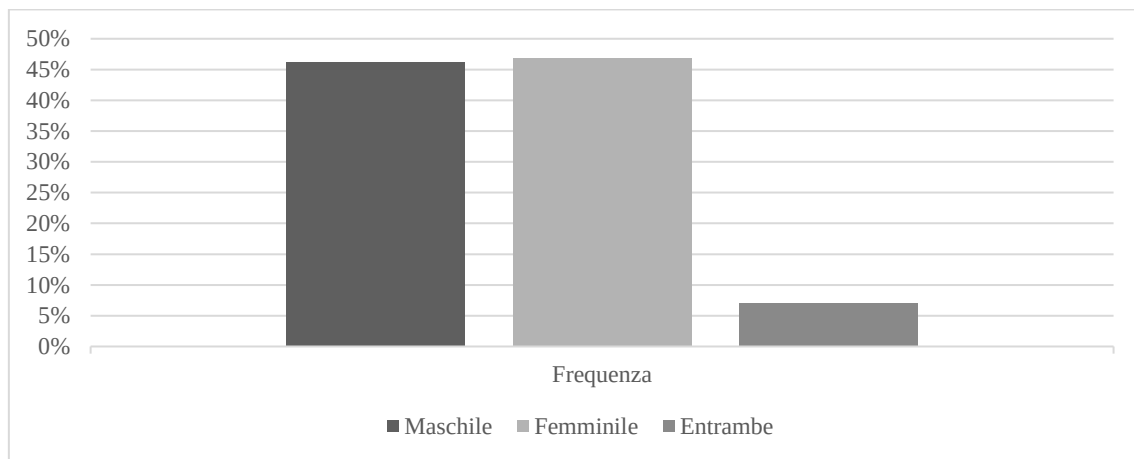
statisticamente significative con probabilità $< .01$) omettendo tutte le altre informazioni fornite dall'output per non appesantire la lettura dei risultati stessi.

Risultati

Dati extratestuali

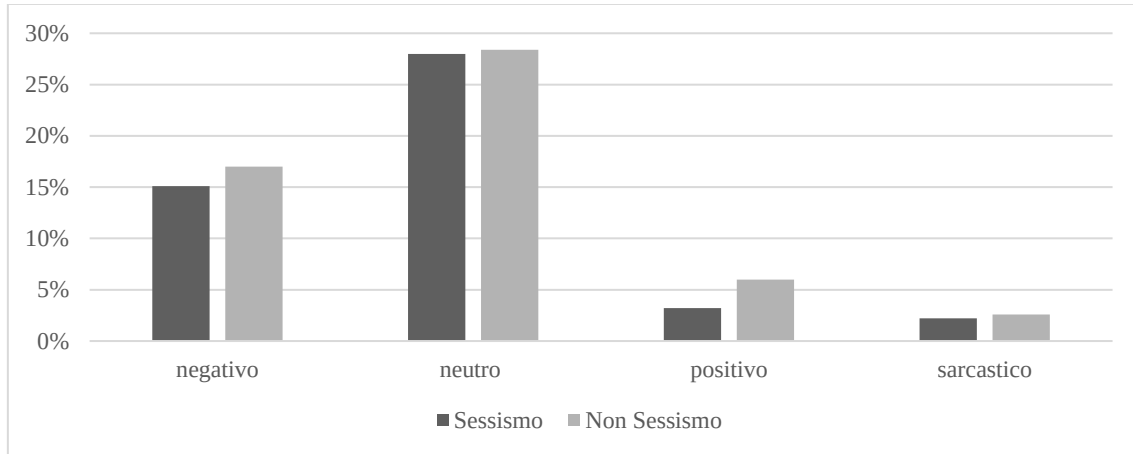
La figura 1 illustra gli andamenti relativi alla declinazione della carica politica e mostra un bilanciamento fra la forma maschile e quella femminile, mentre solo nel 7% dei casi i titoli presentano al loro interno entrambe le declinazioni.

Figura 1. - Frequenze, in termini percentuali, delle declinazioni della carica nei titoli.



La figura 2 evidenzia la comparazione degli andamenti relativi alla valenza del contesto d'uso del sessismo/non sessismo linguistico mostrando come le differenze maggiori, comunque molto basse, si rilevino per il contesto negativo e positivo. Nel non sessismo il contesto negativo è evocato nel 17% dei casi e quello positivo nel 6%, mentre con il sessismo scendono rispettivamente al 15% e al 3.2%. Infine, per il tono sarcastico e neutro gli andamenti mostrano differenze molto basse, leggermente più elevate (0.4%) per il non sessismo rispetto al sessismo. Se poi accorpiamo valenza negativa e sarcastica abbiamo un quadro più netto del bias in atto, con il 17.3% (per il sessismo linguistico) e il 19.6% (per il non sessismo linguistico), versus il 3.2% e il 6% di valenza positiva rispettivamente per il linguaggio sessista e non sessista.

Figura 2. Frequenze, in termini percentuali, della valenza del contesto riferito al sessismo/non sessismo.



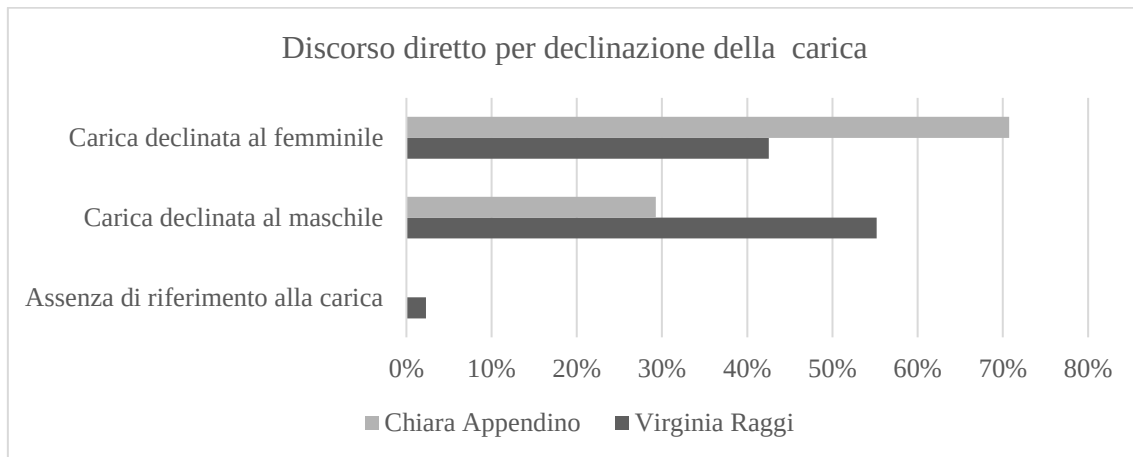
Dati testuali

Il vocabolario generale

Il vocabolario generale riguarda 38104 parole, di cui 7681 diverse, pari a circa il 20%. Sul totale del vocabolario generale il 12% è composto da hapax (parole con frequenza 1). Con la tappa Mots abbiamo potuto rilevare il modo di denominare le due sindache, l'agentività attribuita attraverso la citazione diretta delle loro parole e le forme sessiste e non sessiste impiegate nei titoli per riferirsi a loro.

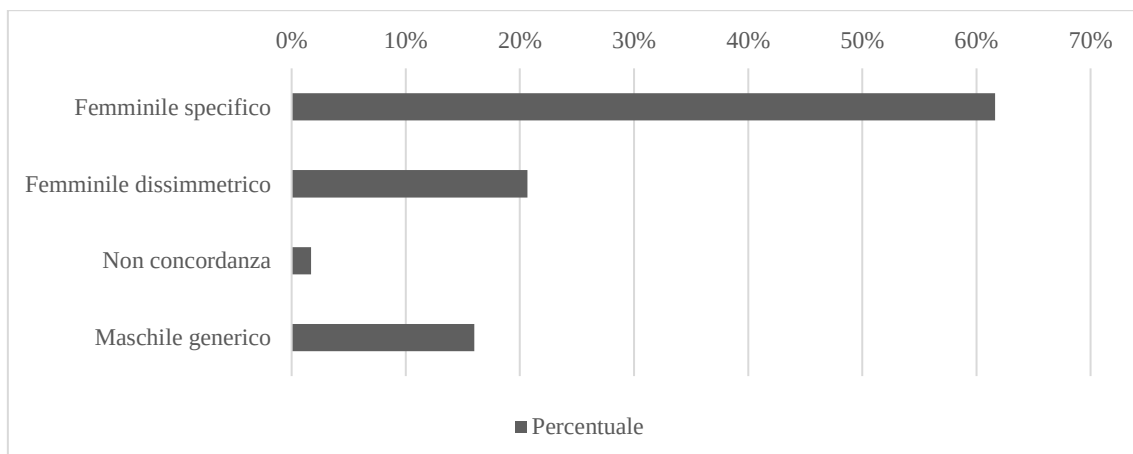
Nella figura 3 sono presentati i risultati relativi al discorso diretto, citato dal/dalla giornalista in corrispondenza della declinazione maschile o femminile della carica. Essi mostrano, a livello generale, un bilanciamento fra le due declinazioni, mentre evidenziano per Virginia Raggi il 55% di casi in cui la citazione è accompagnata dalla declinazione maschile della carica e all'opposto per Chiara Appendino dalla declinazione femminile, con percentuali nettamente superiori (il 71% dei casi).

Figura 3. Andamenti, in termini percentuali, del discorso diretto per declinazione della carica di Raggi e Appendino.



Nella figura 4 sono presentati i risultati sugli etichettamenti sessisti/non sessisti (in totale 881) che vedono un incremento nei valori già evidenziati a proposito dei titoli riferiti alla carica nella sua forma di maschile generico o femminile specifico. Nell'analisi testuale si può notare come il femminile specifico, forma non sessista, prevalga sulle forme sessiste quasi nel 62% dei casi (in frequenze assolute 543). Si può inoltre constatare come delle restanti etichette sessiste, presenti nel 38% di casi, la non concordanza e il femminile dissimmetrico (insieme a rappresentare il 22%), danno comunque visibilità alla specificità di genere.

Figura 4. - Andamenti delle frequenze relative alle tre forme di etichettamento sessista e alla forma non sessista.



Le nuvole di parole dei nuclei lessicali per la valenza negativa/positiva del contesto riferito al sessismo/non sessismo

Abbiamo lavorato con la procedura VOSPEC su 19203 parole, di cui il 9.3% diverse. Si sono così ottenuti i risultati relativi alla caratterizzazione lessicografica dei nuclei costruiti in base alle diverse valenze rilevate per le due forme sessiste/non sessiste. Noi faremo riferimento alle sole valenze negative/positive in considerazione del fatto che le uniche differenze sono state rilevate proprio a carico di questi due contesti d'uso (cfr. Figura 2). Qui di seguito presentiamo le nuvole di parole relative alla loro caratterizzazione lessicografica. La grandezza delle parole riflette la loro diversa frequenza, in termini assoluti, all'interno del raggruppamento.

La prima osservazione riguarda il forte ancoraggio alla cronaca delle parole che caratterizzano le quattro nuvole. Nel caso del contesto con valenza negativa sono prevalenti i rinvii a Raggi e alle sue difficoltà nella gestione dei vari problemi della città di Roma, diversamente richiamati a seconda della declinazione utilizzata. Per la declinazione sessista (sindaco), il lessico è fortemente allarmista, con richiami alla dimensione giudiziaria. Si possono poi notare diverse forme sessiste che vanno dal maschile generico - "sindaco" e "primo cittadino" - al femminile dissimmetrico - "LA RAGGI". Infine, vi è un'alta frequenza di discorso diretto, sottolineato anche dal marcatore pronominale "NOI" presente nella nuvola quasi a indicare un'assunzione di responsabilità collettiva da parte della sindaca Raggi. Questa forma è citata dalla letteratura come tipica di un elevato livello di agentività (Kacewicz, et al., 2013) che in questo caso potrebbe essere evocato per richiamare la capacità di fronteggiare gli scandali e le difficoltà gestionali. A questo si contrappone il rinvio al "direttorio" che era stato affiancato dai 5 Stelle alla sindaca, alludendo di fatto a un'azione di contenimento e limitazione dell'autonomia gestionale e quindi di quell'agentività pure richiamata. I riferimenti espliciti ad Appendino in questo contesto sono limitati al solo discorso diretto. Per la declinazione non sessista acquista evidenza il richiamo al tema dell'ambiente, con particolare attenzione per la questione dei rifiuti, variamente evocata in riferimento alla situazione romana. Rimane presente la dimensione giudiziaria con termini quali "indagine" e "indagata", con frequenze più basse rispetto al precedente raggruppamento, così come per il termine "DIRETTORIO", meno frequente ma con una rilevanza maggiore perché presente nel titolo, e per il discorso diretto, in questo caso riferito solo a Raggi.

Nuvola con valenza negativa e ling. sessista Nuvola con valenza negativa e ling. non-sessista



² I primi due in quel momento erano leader indiscussi del M5S, il terzo, era il sindaco uscente di Torino inaspettatamente sconfitto, e il quarto Parisi, era il candidato del centro-destra perdente a Milano.

Figura 6. – Nuvole di parole dei titoli con valenza positiva riferita al linguaggio sessista/non sessista.

Nuvola con valenza positiva e ling. sessista Nuvola con valenza positiva e ling. non-sessista



Discussione e Conclusioni

Le rappresentazioni delle due sindache nei dieci quotidiani da noi analizzati mostrano alcuni elementi positivi nel linguaggio utilizzato. Al tempo stesso però tali rappresentazioni evidenziano come nel 2016 la stampa italiana mantenesse un atteggiamento fortemente ambivalente verso la novità di due neofite che erano riuscite a sconfiggere candidati uomini e di lungo corso nell'esperienza politica. Così si può annoverare fra gli elementi decisamente positivi la conferma del trend evidenziato in letteratura secondo cui vi sarebbe un incremento nel tempo dell'uso del femminile specifico, che nel nostro caso arriva a bilanciare, o addirittura a superare l'uso del maschile generico. In generale si sono sottolineati andamenti virtuosi che hanno mostrato, nell'insieme dei titoli, un richiamo bilanciato al maschile generico versus il femminile specifico, mentre a livello lessicografico, controllando tutte le volte che nei titoli erano utilizzate le forme sessiste/non sessiste, si è rimarcato un utilizzo della carica declinata al femminile nel 62% dei casi. Accanto a questo risultato si è poi evidenziato come le forme sessiste mostrino l'uso della non concordanza e del femminile dissimmetrico che, seppur in forma discriminatoria o grammaticalmente scorretta, non oscurano la specificità di genere, come fa invece il maschile generico presente solo nel 16% dei casi rilevati.

Questi risultati decisamente confortanti vanno tuttavia commentati alla luce delle successive analisi sulla valenza del contesto d'uso delle forme sessiste / non sessiste che hanno mostrato all'opera uno degli assunti della teoria delle rappresentazioni sociali

relativo all'opacità del linguaggio. L'esigenza di avere un focus sul contesto d'uso delle due forme è nata dai risultati di una precedente indagine, sulle rappresentazioni mass mediali delle ministre del governo Renzi (Sensales & Areni, 2017), che aveva evidenziato come l'incremento del linguaggio non sessista fosse vanificato da un contesto negativo, sarcastico e derisorio. Effettivamente tale bias è emerso chiaramente anche nel nostro studio allorché sono state accorpate valenza negativa e sarcastica che insieme hanno valori decisamente più elevati rispetto a quelli della valenza positiva. Per illustrare il tono utilizzato in questo tipo di titoli si possono citare due esempi in cui è usato il femminile specifico "sindaca" all'interno di un contesto negativo o sarcastico: «GRILLO IN SOCCORSO DI VIRGINIA. Toccherà togliere il simbolo. Lo scontento dei 5Stelle contro la sindaca.», «ECCO LA PARENTOPOLI A M5S. Tutti gli intrecci dei grillini: mogli mariti figli e fidanzati in corsa per un ruolo in un incarico e aspettando la giunta Raggi. Scoppia il caso De Luca. La sindaca? Bambolina imbambolata». In entrambi i casi si può notare come la corretta declinazione della carica sia vanificata da un contesto in cui operano chiaramente intenti sessisti. Si è inoltre notato come in generale l'etichetta non sessista, rispetto a quella sessista, abbia frequenze più elevate sulle due polarità, quindi sia nel contesto a valenza negativa sia in quello a valenza positiva, evidenziando in questi andamenti un'ambivalenza di fondo che scatterebbe in corrispondenza di un linguaggio rispettoso della specificità di genere.

Accanto a questo dato, che sottolinea il persistere di un grumo problematico operante nella comunicazione giornalistica sulle donne che fanno politica, vi sono anche risultati più confortanti relativi alla comparazione della valenza del contesto d'uso positivo delle forme sessiste/non sessiste, le ultime quasi il doppio rispetto a quelle sessiste. Per quello che riguarda la narrazione che caratterizza le diverse declinazioni sessiste/non sessiste, in relazione alle valenze negative/positive del loro contesto d'uso, dall'analisi delle nuvole di parole emergono delle interessanti indicazioni. In particolare, abbiamo notato come la valenza negativa sia sempre centrata sugli scandali e gli interventi giudiziari, nati dalle difficoltà ad amministrare soprattutto la città di Roma. Il linguaggio è allarmista e, nel caso delle forme sessiste, vede anche rinvii a quella comunicazione via internet - si vedano i lemmi "social" e "facebook" - attivata dai militanti pentastellati nelle settimane della crisi capitolina. Ma il vero dato interessante è che solo in un contesto negativo si dà voce alle sindache, in particolare soprattutto a Virginia Raggi, mentre in un contesto positivo esse appaiono mute, prive di quell'agentività che invece non si ha paura di evocare quando è depotenziata in ragione della sua funzione di difesa dalle accuse, nel

migliore dei casi di cattiva amministrazione, nel peggiore di comportamenti illegali. La valenza positiva, invece, è centrata sulla vittoria delle sfide elettorali nei due comuni ormai a guida 5 Stelle. In questo caso il risultato che desta particolare interesse riguarda l'uso di un linguaggio sessista accompagnato da un ancoraggio a figure maschili, sia della parte grillina, che delle altre parti politiche. Tale ancoraggio oscura del tutto il genere femminile, quasi a voler sottolineare che la vittoria alle comunali sia un fatto della politica giocata dagli uomini, siano essi vincenti o perdenti, mentre le protagoniste vincitrici della sfida elettorale sono rappresentate senza nome e senza voce.

Passando agli altri risultati possiamo soffermarci sul discorso diretto, citato dal giornalista e utilizzato come segnale di agentività attribuita alle due sindache. L'indagine ha mostrato un bilanciamento generale fra il riferimento sessista/non sessista che accompagna le citazioni riportate. Queste vedono il rinvio sia al maschile generico "sindaco" che al femminile specifico "sindaca". Entrando però nello specifico di ciascuna delle due neo-elette abbiamo sottolineato come per Raggi, in poco più della metà dei casi, la citazione avviene all'interno di un contesto sessista, al contrario di quello che accade per Appendino, di cui vengono riportate le parole in un contesto non sessista, addirittura in tre quarti dei casi. Dunque, per Raggi, prima sindaca della capitale d'Italia, per questo sovraesposta e notiziabile per eccellenza, opera una rappresentazione sessista della sua agentività, che le dà voce soprattutto quando la sua carica, declinata al maschile, oscura il suo essere donna; mentre per Appendino, sindaca con un ruolo molto meno notiziabile rispetto alla sua collega, l'agentività è premiale rispetto alla sua specificità di genere.

Chiudiamo qui le nostre osservazioni sul significato di risultati che ci hanno raccontato di una comunicazione giornalistica tesa ad affrancarsi dall'androcentrismo caratterizzante il mondo della politica, secondo un percorso niente affatto lineare fortemente polarizzato e ambivalente, ma anche con andamenti che fanno pensare a un ruolo sempre più orientato a riconoscere e valorizzare il contributo femminile.

Si tratta di vedere come si presenta la comunicazione relativa alla situazione successiva alle elezioni del 2018 in cui c'è stato un vero e proprio balzo in avanti nella presenza delle donne nel parlamento che ha visto per la prima volta l'elezione di una donna a Presidente del Senato. Così interrogativi cui successive indagini potranno rispondere riguardano come questi elementi di novità hanno impattato sulle rappresentazioni mass medial; se c'è stato un incremento del sessismo linguistico, quale reazione difensiva verso il predominio maschile messo in discussione dall'irruzione delle donne; oppure se c'è stato un riconoscimento del positivo apporto femminile in un mondo sempre meno

androcentrico. Per parte nostra siamo consapevoli che quanto presentato in questa sede è solo un lavoro preliminare che richiede ulteriori elaborazioni e approfondimenti in grado di illuminare aspetti qui trascurati, come ad esempio lo studio del ruolo dei diversi quotidiani, più o meno distanti dalla politica pentastellata, più o meno coinvolti nelle realtà locali delle due amministrazioni comunali e più o meno culturalmente orientati a valorizzare il ruolo femminile.

Ringraziamenti: Si ringrazia la Dottoressa Linda Miglioranza che non solo ha selezionato, raccolto e trascritto i titoli dei quotidiani, oggetto di analisi della sua tesi magistrale, ma che, debitamente istruita, ha anche partecipato all'analisi della valenza negativa/positiva relativa al contesto d'uso della declinazione sessista/non sessista della carica politica delle due sindache. Si ringraziano anche tutti gli studenti e le studentesse del Corso di Psicologia politica dell'a.a. 2018-2019 che nello svolgimento di un'attività pratica centrata sull'indagine qui presentata hanno offerto stimolanti riflessioni e approfondimenti, da noi in parte ripresi.

Riferimenti bibliografici

- Ahearn, Laura M. (2001). Language and agency. *Annual Review of Anthropology*, 30, 109–137.
- Bem, Sandra R. L., & Bem, Daryl J. (1973). Does sex-biased job advertising “aid and abet” sex discrimination? *Journal of Applied Social Psychology*, 3, 6–18.
- Briere, John, & Lanktree, Cheryl B. (1983). Sex-role related effects of sex bias in language. *Sex Roles*, 9, 625–632.
- Cacciari, Cristina, & Padovani, Roberto (2007). Further evidence on gender stereotype priming in language: semantic facilitation and inhibition on Italian role nouns. *Applied Psycholinguistic*, 28, 277–293.
- Carli, Linda L. (1990). Gender, language, and influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 941–951.
- Cameron, Deborah (1998). *The feminist critique of language: A reader* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Carli, Linda L. (2006). Gender issues in workplace groups: Effects of gender and communication style on social influence. In M. Barrett & M. J. Davidson (Eds.), *Gender and communication at work* (pp. 69–83). Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- Crawford, Mary, & English, Linda (1984). Generic versus specific inclusion of women in language: Effects on recall. *Journal of Psycholinguistic Research*, 13, 373–381.
- Crawford, Mary, & Unger, Rhoda K. (2004). *Women and gender*. 4th ed. New York: McGraw Hill.
- Cralley, Elizabeth L., & Ruscher, Janet B. (2005). Lady, girl, female, or woman: Sexism and cognitive busyness predict use of gender-biased nouns. *Journal of Language and Social Psychology*, 24, 300–314.
- de Simone, Silvia, Putzu, Daniela, Lasio, Diego, Serri, Francesco (2018). The hegemonic gender order in politics. *Equality, Diversity and Inclusion*, 37 (8), 832–846.
- de Simone, Silvia, Lasio, Diego, Onnis, Daniela, Putzu, Daniela (2017). Disparità o uguaglianza? Costruzioni discorsive del divario di genere e politica. *Polis*, XXXI (2), 177–206.
- Duranti, Alessandro (2004). Agency in language. In A. Duranti (Ed.), *A companion to linguistic anthropology* (pp. 451–473). New York: Blackwell.
- IPU (1997). *Women politicians in the media*. Consultato da <http://www.ipu.org/wmn-e/media.htm>

IPU (2019). *Women in parliament in 2018. The year in review*. Consultato da: <https://www.ipu.org/resources/publications/reports/2019-03/women-in-parliament-in-2018-year-in-review>

Formato, Federica (2016). Linguistic markers of sexism in the Italian media: a case study of *ministra* and *ministro*. *Corpora*, 11 (3), 371-399.

Freed, Alice F. (2003). Epilogue: Reflections on language and gender research. In J. Holmes & M. Meyerhoff (Eds.), *Handbook of gender and language* (pp. 699–721). Malden: Blackwell Publishing.

Gastil, John (1990). Generic pronouns and sexist language: The oxymoronic character of masculine generics. *Sex Roles*, 23, 629–643.

Gaucher, Danielle, Friesen, Justin, & Kay, Aaron C. (2011). Evidence that gendered wording in job advertisement exists and sustains gender inequality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101, 109–128.

Hall, Lauren J., & Donaghue, Ngaire (2012). “Nice girls don’t carry knives”: Constructions of ambition in media coverage of Australia’s first female prime minister. *British Journal of Social Psychology*, 52, 631–647.

Kacewicz, Ewa, Pennebaker, James W., Davis, Matthew, Jeon, Moongee, & Graesser, Arthur C. (2013). Pronoun use reflects standings in social hierarchies. *Journal of Language and Social Psychology*, 20, 1–19.

Kruse, Lenelis, Weimer, Ernst, & Wagner, Franc (1988). What men and women are said to be: Social representation and language. *Journal of Language and Social Psychology*, 7 (3-4), 243–262.

Lébart, Ludovic, Morineau, Alain, & Bécue, Monica (1989). *SPAD-T* (Système Portable pour l'Analyse des Données Textuelles). Paris: Cisia.

McConnell, Allen, & Fazio, Russel H. (1996). Women as men and people: Effects of gender-marked language. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 1004–1013.

Merkel, Elisa, Maass, Anne, & Frommelt, Laura (2012). Shielding women against status loss: The masculine form and its alternatives in the Italian language. *Journal of Language and Social Psychology*, 31, 311–320.

Mucchi-Faina, Angelica (2005). Visible or influential? Language reforms and gender (in)equality. *Social Science Information*, 44, 189–215.

Ng, Sik H. (2007). Language-based discrimination: Blatant and subtle forms. *Journal of Language and Social Psychology*, 26, 106–122.

- Okimoto, Tyler G., & Brescoll, Victoria L. (2010). The price of power: Power seeking and backlash against female politicians. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36, 923–936.
- Pacilli, Maria G., Mucchi-Faina, Angelica, & Berti, Marta (2012). La politica in Italia: un affare per soli uomini? *Psicologia sociale*, 2, 187-202.
- Prewitt-Freilino, Jennifer, Caswell, Timothy A., & Laakso, Emmi K. (2012). The gendering of language: A comparison of gender equality in countries with gendered, natural gender, and genderless languages. *Sex Roles*, 66, 268-281.
- Robustelli, Cecilia (2014). *Donne, grammatica e media*. Roma: GiULiA giornaliste.
- Robustelli, Cecilia (2017). *Sindaco e sindaca: il linguaggio di genere*. Roma: Gedi.
- Sczesny, Sabine, Formanowicz, Magda, & Moser, Franziska (2016). Can gender-fair language reduce gender stereotyping and discrimination? *Frontiers in Psychology*, 7, 1-11.
- Sczesny, Sabine, Moser, Franziska, & Wood, Wendy (2015). Beyond sexist beliefs: How do people decide to use gender-inclusive language? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41, 943–954.
- Sensales, Gilda, & Areni, Alessandra (2017). Gender biases and linguistic sexism in political communication. A comparison of press news about men and women Italian ministers. *Journal of Social and Political Psychology*, 5 (2), 512-536.
- Sensales, Gilda, Areni, Alessandra, & Angelastro, Angela (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.
- Sensales, Gilda, Areni, Alessandra, & Baldner, Conrad (2018). Politics and gender issues: at the crossroads of sexism in language and attitudes. An overview of some Italian studies. In G. Sáez & I. Valor Segura (Eds.), *Sexism: Past, Present and Future Perspectives* (pp. 1-68). Hauppauge: Nova Science Publishers.
- Sensales, Gilda, Areni, Alessandra, & Dal Secco, Alessandra (2012). Le ministre del centrosinistra (2006) e del centro-destra (2008) nella stampa italiana: Comunicazione politica e rappresentazioni di genere. *Psicologia Sociale*, 7, 203–230.
- Sensales, Gilda, Areni, Alessandra, & Dal Secco, Alessandra (2013). 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. *Ricerche di Psicologia*, 1, 65–101.

Sensales, Gilda, Areni, Alessandra, & Dal Secco, Alessandra (2016a). Linguistic sexism in the news coverage of women ministers from four Italian governments. An analysis from a social-psychological perspective. *Journal of Language and Social Psychology*, 35, 458-466.

Sensales, Gilda, Areni, Alessandra, & Dal Secco, Alessandra (2016b). Italian political communication and gender bias: Press representations of men/women presidents of the Houses of Parliament (1979, 1994, and 2013). *International Journal of Society, Culture & Language*, 4, 22-38.

Stahlberg, Dagmar, Braun, Friederike, Irmen, Lisa, & Sczesny, Sabine (2007). Representation of the sexes in language. In K. Fiedler (Ed.), *Frontiers of social psychology. Social communication* (pp. 163-187). New York: Psychology Press.

Wasserman, Benjamin D., & Weseley, Allyson J. (2009). ¿Qué? Quoi? Do languages with grammatical gender promote sexist attitudes? *Sex Roles*, 61, 634-643.

Gilda Sensales: è professoressa associata di Psicologia sociale e Psicologia politica presso l'Università Sapienza di Roma. Il suo background teorico è di derivazione critica con particolare attenzione per la tradizione delle rappresentazioni sociali. La sua ricerca si concentra su comportamento e comunicazione politica, politica, linguaggio, sessismo e genere, storia della psicologia sociale e politica.

Gilda Sensales: is an associate professor of Social and Political psychology at the Sapienza University of Rome. Her theoretical background is of critical derivation with particular attention to the tradition of social representations. Her research focuses on political behavior and communication, politics, language, sexism and gender, history of social and political psychology.

Alessandra Areni: è stata professoressa associata di Psicometria presso l'Università Sapienza di Roma. La sua attività scientifica è nel campo statistico-metodologico, sia in prospettiva teorica che applicata. Ha approfondito lo studio e l'applicazione delle metodologie relative all'elaborazione dei testi con alcuni software statistici innovativi e specifici, come il TALTAC e lo SPAD-T.

Alessandra Areni: she was associate professor of Psychometrics at the Sapienza University of Rome. Her scientific activity is in the statistical-methodological field, both in theoretical and applied perspective. He deepened the study and application of methodologies related to word processing with some innovative and specific statistical software, such as TALTAC and SPAD-T.

Gabriele Di Cicco: studente del corso di Dottorato in Psicologia Sociale dell'Università Sapienza di Roma. Interessato all'ambito statistico/psicometrico e attivo nel settore delle ricerche di mercato, con particolare interesse per Web e Social Media: information retrieval, data & text mining, network analysis.

Gabriele Di Cicco: student of the PhD Course in Social Psychology at Sapienza University of Rome. Concerned with statistical/psychometric topic and operating in marketing research area, particularly interested in Web and Social Media field: information retrieval, data & text mining, network analysis.