



TV LOCALE E RAPPRESENTAZIONE DI GENERE

Rappresentanza e rappresentazione femminile nei telegiornali di sei regioni italiane

Rapporto a cura di Monia Azzalini



SOMMARIO

INTRODUZIONE	4
<i>Premessa</i>	4
<i>Il progetto di ricerca</i>	6
<i>Obiettivi</i>	6
<i>Corpus di analisi</i>	7
<i>Metodologia</i>	8
PRINCIPALI RISULTATI	10
1. DESCRIZIONE DEL CAMPIONE	10
1.1 <i>Il campione registrato</i>	10
1.2 <i>L'agenda dei telegiornali, il 22 febbraio 2007</i>	12
2. GIORNALISTE E GIORNALISTI	16
2.1 <i>Conduttrici e conduttori</i>	16
2.2 <i>Corrispondenti donne e corrispondenti uomini</i>	17
2.3 <i>Altre giornaliste, altri giornalisti</i>	18
2.4 <i>Il volto "ambivalente" del giornalismo locale</i>	19
2.5 <i>Le notizie delle giornaliste, le notizie dei giornalisti</i>	20
3. CHI FA NOTIZIA	26
3.1 <i>Visibilità femminile e visibilità maschile</i>	26
3.2 <i>Funzione di donne e uomini nelle notizie</i>	29
3.3 <i>Professioni e posizioni sociali</i>	33
3.4 <i>Relazioni familiari</i>	36
3.5 <i>Vittime e sopravvissuti</i>	38
4. DENTRO LA NOTIZIA	43
4.1 <i>Centralità femminile</i>	43
4.2 <i>Uguaglianza/disuguaglianza di genere</i>	46
4.3 <i>Stereotipi</i>	48
CONCLUSIONE	50
<i>Sintesi dei risultati</i>	50
BIBLIOGRAFIA	54
ALLEGATO - METODOLOGIA E SCHEDA DI ANALISI DEI TELEGIORNALI	57

INDICE DEI GRAFICI

Grafico 1 Giornaliste e giornalisti: conduttrici e conduttori dei telegiornali (%)	16
Grafico 2 Giornaliste e giornalisti: numero di conduttrici e conduttori dei telegiornali per regione	17
Grafico 3 Giornaliste e giornalisti: corrispondenti donne e corrispondenti uomini (%)	17
Grafico 4 Giornaliste e giornalisti: numero di corrispondenti donne e uomini per regione	18
Grafico 5 Giornaliste e giornalisti: numero di "altri giornalisti" donne e uomini per regione	19
Grafico 6 Soggetti delle notizie: distribuzione di donne e uomini (%)	26
Grafico 7 Soggetti delle notizie: distribuzione di donne e uomini per regione (%)	27
Grafico 8 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%)	29
Grafico 9 Soggetti nelle notizie: donne e uomini descritti sulla base di relazioni familiari (%)	37
Grafico 10 Soggetti nelle notizie: donne e uomini descritti sulla base di relazioni familiari per regione (%)	37
Grafico 11 Soggetti nelle notizie: distribuzione di donne e uomini per aree tematiche (%)	38
Grafico 12 Soggetti nelle notizie: donne e uomini descritti come vittime o sopravvissuti (%)	39
Grafico 13 Centralità femminile nelle notizie (%)	43
Grafico 14 Centralità femminile nelle notizie per regione (%)	44
Grafico 15 Tematizzazione dell'Uguaglianza/Disuguaglianza di genere nelle notizie (%)	47
Grafico 16 Tematizzazione dell'Uguaglianza/Disuguaglianza di genere nelle notizie per regione (%)	47
Grafico 17 Stereotipi di genere nelle notizie (%)	48
Grafico 18 Stereotipi di genere nelle notizie per regione (%)	49

INDICE DELLE TABELLE

Tabella 1 Descrizione del campione: numero dei notiziari per regione e per rete	11
Tabella 2 Descrizione del campione: numero delle notizie per regione	11
Tabella 3 Descrizione del campione: numero dei soggetti per regione	11
Tabella 4 Descrizione del campione: argomenti delle notizie	12
Tabella 5 Descrizione del campione: argomenti delle notizie per regione (%)	13
Tabella 6 Descrizione del campione: contesto delle notizie per regione (%)	15
Tabella 7 Giornaliste e giornalisti: corrispondenti donne e uomini per argomento delle notizie (%)	20
Tabella 8 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%)	21
Tabella 9 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Valle d'Aosta	23
Tabella 10 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Piemonte	23
Tabella 11 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Lombardia	23
Tabella 12 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Friuli Venezia Giulia	24
Tabella 13 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Toscana	24
Tabella 14 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Sardegna	25
Tabella 15 Soggetti delle notizie: numero di donne e uomini per regione	27
Tabella 16 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Valle d'Aosta	31
Tabella 17 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Piemonte	31
Tabella 18 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Lombardia	31
Tabella 19 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Friuli Venezia Giulia	31
Tabella 20 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Toscana	31
Tabella 21 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Sardegna	33
Tabella 22 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%)	33
Tabella 23 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Valle d'Aosta	34
Tabella 24 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Piemonte	34
Tabella 25 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Lombardia	34
Tabella 26 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Friuli Venezia Giulia	35
Tabella 27 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Toscana	35
Tabella 28 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Sardegna	36
Tabella 29 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Valle d'Aosta	40
Tabella 30 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Piemonte	40
Tabella 31 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Lombardia	40
Tabella 32 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Friuli Venezia Giulia	40
Tabella 33 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Toscana	40
Tabella 34 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Sardegna	40
Tabella 35 Soggetti nelle notizie: distribuzione di donne e uomini per aree tematiche per regione (%)	42

INTRODUZIONE

Premessa

La questione della rappresentanza e rappresentazione di genere nei telegiornali è un tema di ricerca e di riflessione molto attuale; ascrivibile alla più ampia area del rapporto fra donne e media, è divenuta materia di studio fra femministe e teorici della comunicazione di massa, almeno mezzo secolo fa, e oggetto di normative internazionali e nazionali, da quando, nel 1995, la Piattaforma di Azione con cui si è conclusa la IV Conferenza¹ mondiale delle donne a Pechino ha individuato – tra gli altri - due obiettivi strategici: 1. “accrescere la partecipazione delle donne e permettere loro di esprimersi e accedere ai processi decisionali nei media” e 2. “promuovere un’immagine equilibrata e non stereotipata delle donne nei mass media”².

Molte sono le ricerche e le occasioni di dibattito svolte in Italia, negli ultimi anni³, che hanno visto rinascere l’attenzione verso un argomento rimasto nel decennio precedente un po’ sotto tono⁴. A livello di normative, nel nostro paese, sono in vigore quelle recepite dall’Unione europea - in particolare le direttive sulla *Televisione senza frontiere*⁵, che invitano a non trasmettere contenuti discriminanti sulla base del sesso, sono state recepite dal *Testo unico della radiotelevisione*⁶, soprattutto come forma di tutela dei minori, preoccupazione alla base anche del documento⁷ del Comitato di autoregolamentazione del codice TV e minori, che invita esplicitamente le emittenti a una rappresentazione televisiva rispettosa della dignità femminile - e i documenti ispirati ai principi del pluralismo politico, prodotti dalla Commissione parlamentare di vigilanza della Rai, che nel 1997 ha emanato un *Atto di indirizzo sulle pari opportunità dei mass media*⁸ e un *Atto di indirizzo sul pluralismo nel servizio pubblico radiotelevisivo*⁹. A questi indirizzi fondamentali, che declinano il pluralismo

¹ Conferenza delle Nazioni Unite

² Cfr *Platform for Action and the Beijing Declaration: Fourth World Conference on Women, Beijing, China*, United Nations publication, New York 1996, Sales No. DPI1766, fonte <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm>

³ Cfr OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne e media. Principali aree di ricerca e di riflessione sul tema del Gender*, http://www.osservatorio.it/cont/gender/cont_gender.php; SAVERIA CAPECCHI (a cura di) *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, numero monografico su *Donne e Media*, Anno XXXV, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna

⁴ Cfr MILLY BUONANNO, “Donne e informazione: accesso, potere e cambiamento”, in SAVERIA CAPECCHI (a cura di), *Op. cit.*, p. 57-62

⁵ *Televisione Senza Frontiere*, Direttiva 97/36/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 30 giugno 1997 che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio, Gazzetta ufficiale dell'UE n. L 202 del 30/07/1997 pp. 0060 – 0070 (fonte <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997L0036:IT:HTML>); *Televisione Senza Frontiere*, Direttiva 89/552/EECC del Consiglio dell'Unione Europea e dei Rappresentanti dei governi degli stati membri (fonte <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:IT:HTML>)

⁶ Decreto legislativo 31 luglio 2005, n.177, articoli 4, 36 e 40

⁷ Fonte http://www.agcom.it/cnu/comitato_tv_minori/donna_in_tv.pdf

⁸ Fonte http://www.camera.it/_bicamerale/rai/attiprov/i970730.htm

⁹ Fonte http://www.camera.it/_bicamerale/rai/attiprov/i970213.htm

nel senso del genere donna-uomo, sono ispirate le successive disposizioni in materia di pluralismo politico relative sia ai periodi non elettorali, sia ai periodi di campagna elettorale o referendaria, di volta in volta oggetto di direttive specifiche. Purtroppo, si tratta di normative che vincolano - in ottemperanza alla potestà della Commissione sulla Rai, stabilita *ex lege* 14 aprile 1975, n. 103 – solo il *network* radio-televisivo pubblico, ma il cui rispetto da parte di emittenti private – che svolgono comunque un servizio pubblico, specialmente negli spazi dell'informazione – è indicativo di una televisione di qualità, che favorisce la parità tra i generi, a livello culturale e sociale. E' ormai assodato, infatti, che la televisione svolge un ruolo determinante sia nella costruzione di modelli identitari, di paradigmi di comportamento sociale e individuale, di ideali, di valori¹⁰, sia nello stabilire priorità tematiche nell'agenda del pubblico¹¹. I messaggi che essa veicola possono contribuire a creare un tessuto sociale favorevole a una cultura di genere, ma se connotati da stereotipi e pregiudizi rischiano di minare il già ostico cammino verso le pari opportunità fra donna e uomo. E se la televisione nazionale, sia pubblica, sia privata, è stata spesso indagata e anche messa sotto accusa per non rappresentare le donne, per veicolare un'immagine stereotipata, scarna, lontana dalla realtà, per limitarne l'accesso (in quanto protagoniste dei palinsesti e in quanto professioniste operanti nel settore, giornaliste, autrici di programmi, produttrici, etc.), la televisione locale è stata raramente oggetto di qualche ricerca¹², nonostante il proliferare di piccole emittenti diffuse in modo capillare su tutto il territorio italiano, alcune delle quali con *audience* pari o superiore a quella di alcuni canali televisivi a diffusione nazionale¹³.

¹⁰ Sulle teorie degli effetti sociali della televisione cfr, per esempio, GIANNI LOSITO, *Il potere dei media*, Carocci, Roma 1994, MAURO WOLF, *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano 1992; sugli effetti dei media nella costruzione del genere cfr MILLY BUONANNO, *La donna nella stampa. Giornaliste, lettrici e modelli di femminilità*, Editori Riuniti, Roma 1978, VIVIEN BURR, *Gender and Social Psychology*, Routledge, London 1998, trad. it. *Psicologia delle differenze di genere*, Il Mulino, Bologna 2000, cap. V, "Rappresentazione e linguaggio", pp. 111-136, SAVERIA CAPECCHI, *Identità di genere e media*, Le Bussole, Carocci, Roma 2006, RENATA METASTASIO, *La scatola magica. TV, bambini e socializzazione*, Carocci, Roma 2002, JOSHUA MEYROWITZ, *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*, Oxford University Press, New York 1985, trad. it. *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Baskerville, Bologna 1995, cap. XI, "Fusione tra maschile e femminile", pp. 307-372, MARINA PIAZZA (a cura di), *TV in genere: presenze e immagini di donne in TV*, Coordinamento giornaliste RAI, (mimeo), Roma 1991, BARBARA POGGIO (a cura di), *Donne & media. Ricerca sulla percezione della figura femminile nei programmi televisivi*, AIART, Associazione Spettatori

¹¹ Secondo la teoria dell'*agenda setting*, i media influiscono sulla costruzione sociale del reale, a livello cognitivo, proponendo al pubblico "cose" di cui parlare, secondo determinate priorità, cfr MAXWELL MCCOMBS, DONALD SHAW, "The agenda-setting function of the mass media" in *Public Opinion Quarterly*, 36, University Chicago Press 1972, trad. it. in SARA BENTIVEGNA *Mediare la realtà*, Franco Angeli, Milano 1995, pp. 61-74 (l'intero volume di S. Bentivegna fornisce un quadro delle teorie sull'*agenda setting*), ROLANDO MARINI, *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*, Laterza, Roma-Bari 2006

¹² In generale, le ricerche sulla televisione locale in Italia sono poco numerose, non a caso un volume di recente pubblicazione sulle emittenti locali si intitola *Le TV invisibili* (a cura di FLAVIA BARCA, Rai Eri, ZONE, Roma 2007) e si pone, per la prima volta, in Italia, l'obiettivo di fornire un quadro completo del settore. Riguardo alla rappresentazione di genere una sola ricerca è stata svolta dall'Osservatorio di Pavia per conto del Co.Re.Com. della Lombardia (*TV locale e rappresentazione di genere. La rappresentazione femminile nelle emittenti televisive lombarde* a cura di Monia Azzalini – in corso di pubblicazione).

¹³ Le televisioni locali italiane autorizzate dal Ministero delle Comunicazione alla radiodiffusione nel 2005 erano 551, di cui 362 a carattere informativo (Cfr FLAVIA BARCA *Op. cit.*, p. 140). "Dal punto di vista degli ascolti [...] il dato relativo alle televisioni locali può essere stimato attorno al 4 per cento" (*Ibidem*, p. 141). I dati dei contatti medi giornalieri nel mese di febbraio 2007 registrano per alcune emittenti valori molto alti, in concorrenza con

Il progetto di ricerca

Da questo “vuoto di sapere” nasce la proposta avanzata dall’Osservatorio di Pavia a tutti i Comitati Regionali sulle Comunicazioni, organi territoriali dell’Autorità per le Comunicazioni, per la creazione di un *network* che realizzasse un’indagine empirica in grado di verificare rappresentanza e rappresentazione di genere nelle emittenti televisive diffuse sui diversi territori regionali, replicando su scala locale il modello del *Global Media Monitoring Project (GMMP)*, una ricerca internazionale volta a favorire le pari opportunità di genere nei media, in tutti i paesi del mondo¹⁴. L’adesione al progetto dei Co.Re.Com. di Valle d’Aosta, Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Toscana e Sardegna ha consentito la realizzazione dell’indagine, estesa alle sei regioni di pertinenza dei Comitati aderenti. L’adozione del modello del *GMMP* ha permesso sia di tracciare un profilo generale della rappresentazione di genere nella televisione locale, sia di svolgere un confronto fra sei diverse realtà territoriali: si tratta infatti di un progetto che, incentrandosi su un *format standard* come quello dei notiziari, consente un’analisi strutturata, di tipo quantitativo, efficace nel comprendere in modo comparato il grado e la modalità di inclusione/esclusione delle donne negli spazi dell’informazione dei telegiornali, il livello di attenzione alle tematiche di genere e alle donne, la presenza/assenza di eventuali stereotipi di genere.

Obiettivi

La ricerca, svolta attraverso la metodologia di analisi del *GMMP*, si è posta lo scopo di indagare tre diverse aree della rappresentazione di genere nei telegiornali, nel corso di una giornata campione:

- chi fa le notizie (la visibilità di giornaliste e giornalisti nei notiziari),
- chi fa notizia (l’inclusione/esclusione femminile e maschile nelle notizie dei telegiornali)

alcune TV generaliste: per esempio Telelombardia registra 1.350.877 di contatti, Videolina 590.933 (fonte Auditel http://www.auditel.it/flash_dati_locali.htm).

¹⁴ Promosso dalla *World Association for Christian Communication (WACC)*, il progetto è stato realizzato per la prima volta nel 1995 e, successivamente, nel 2000 e 2005; l’ultima edizione ha coinvolto 76 paesi rappresentanti delle diverse aree geografiche del mondo: Europa, Africa, Asia, Oceania, America del nord, America latina. In Italia, nel 2005, il progetto è stato realizzato da un *network*, coordinato dalla professoressa Claudia Padovani, fra l’Osservatorio di Pavia, le Università di Padova e di Torino, l’associazione Ancorpari e la ONG COSPE, che hanno realizzato un’analisi della rappresentazione di genere nei media tradizionali (radio, stampa e TV) nel corso di una giornata campione (il 16 febbraio 2005) e divulgato i risultati della ricerca con la pubblicazione del rapporto (http://www.osservatorio.it/download/Rapporto_Italia.pdf e MONIA AZZALINI, “Chi fa notizia? Il rapporto Italia *GMMP* 2005”, in SAVERIA CAPECCHI (a cura di), *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, numero monografico su *Donne e Media*, Anno XXXV, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 13-23) e la presentazione dello stesso nel corso di dibattiti e convegni. Tutte le informazioni relative al *GMMP* – compresi i risultati a livello internazionale, del 1995, del 2000 e del 2005 - sono reperibili sul sito <http://www.whomakesthenews.org>

- se e quanto le notizie sono *gender oriented* (centralità femminile, trattazione diretta di tematiche inerenti l'uguaglianza/disuguaglianza donna-uomo, presenza di stereotipi di genere).

Si è optato per un'analisi della rappresentazione di genere, ovvero di paragone fra donne e uomini, piuttosto che esclusivamente femminile, in primo luogo, perché il potenziale euristico del confronto è certamente maggiore rispetto a quello di un'indagine unilaterale, in secondo luogo, perché è da questa prospettiva che si può meglio sostenere – a livello teorico – il più attuale discorso del riequilibrio di genere.

Corpus di analisi

L'indagine è stata svolta su un campione di telegiornali trasmessi da emittenti diffuse sul territorio di 6 regioni italiane – Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Toscana e Sardegna -, il 22 febbraio 2007, nella fascia oraria diurna e compresa fra le ore 8:00 e le ore 24:00.

Le 6 regioni campionate non sono state scelte sulla base di qualche criterio metodologico, semplicemente, si tratta delle regioni di pertinenza dei Co.Re.Com./Rat. che hanno aderito al progetto di ricerca.

Il 22 febbraio 2007 è stato scelto casualmente come rappresentativo di una "normale" giornata di trasmissione televisiva.

Per ciascuna regione, sono state scelte due emittenti locali, sulla base dei seguenti criteri:

1. che avessero almeno un notiziario quotidiano, essendo obiettivo della ricerca l'analisi dei telegiornali durante una giornata campione;
2. che fossero tra quelle che ricevono contributi pubblici sulla base della legge 448/98 e s.m.i.: sebbene non vi siano normative che vincolano la concessione dei contributi alla qualità dei programmi trasmessi, le televisioni che godono di tale beneficio dovrebbero rendere conto, quantomeno a livello morale, delle loro trasmissioni ai cittadini, che – per mediazione dello stato – le finanziano;
3. soddisfatte queste premesse, si è optato per le reti con l'*audience* e la copertura territoriale più ampie;
4. sono poi state scelte reti con più edizioni diverse di notiziari, in modo da avere un campione più ampio su cui lavorare, privilegiando quelle con una più lunga e solida vocazione all'informazione,
5. si sono escluse eventuali emittenti che trasmettono telegiornali uguali a quelli trasmessi da altre già scelte – cosa che può succedere nel caso in cui due o più televisioni abbiano il medesimo editore (per esempio, in Lombardia, Telelombardia e

Antenna 3 mandano in onda lo stesso telegiornale, quindi la scelta della prima rete ha escluso la seconda);

6. e, per la stessa ragione, a livello inter-regionale, si è evitato di selezionare più di un'emittente appartenente al medesimo circuito.

L'applicazione di questi criteri ha portato alla definizione del seguente campione di emittenti:

- per la Valle d'Aosta, Rete Saint Vincent, una sola emittente, poiché le televisioni pertinenti la regione sono solo due, entrambe con il medesimo telegiornale;
- per il Piemonte, Quartarete e Rete 7;
- per la Lombardia, Telelombardia e Telenova;
- per il Friuli Venezia Giulia, Telefriuli e Telequattro;
- per la Toscana, Canale 10 e RTV 38;
- per la Sardegna, Sardegna 1 e Videolina.

Nel corso dello *screening* dei telegiornali si è rilevata un'offerta informativa molto variegata e differenziata da emittente a emittente. Fra le 8:00 e le 24:00, alcune televisioni hanno una sola o poche edizioni di notiziari, sempre originali; altre, invece, ricorrono di frequente alla replica, altre ancora ricorrono a forme di replica "camuffate" da originali, mandando in onda lo stesso notiziario ma con un'apertura e/o una chiusura diverse, oppure mandando in onda gli stessi servizi ma montati secondo una diversa scaletta. Perciò, si è scelto di analizzare tutti i notiziari, comprese le repliche. In tal modo si sono potute computare allo stesso modo le repliche "ufficiali" e quelle "non ufficiali ma di fatto".

Infine, occorre precisare che sono stati scartati tutti gli eventuali notiziari a carattere nazionale trasmessi da alcune emittenti: telegiornali dell'eventuale circuito di aderenza, oppure telegiornali evidentemente realizzati da agenzie esterne e non autoprodotti.

Metodologia

La metodologia di ricerca applicata è l'analisi del contenuto quantitativa, condotta secondo una prospettiva di genere in grado di comparare la rappresentazione televisiva femminile con quella maschile. Per la raccolta dei dati è stata utilizzata la scheda di rilevazione del *GMMP*, strutturata come un questionario contenente domande e risposte a voci chiuse, ovvero una serie di risposte possibili predeterminate e pre-codificate. Rispetto alla scheda originale sono state introdotte alcune modifiche che tengono conto delle caratteristiche dell'informazione locale¹⁵. La scheda prevedeva anche una parte di "commenti e note", predisposta per

¹⁵ Rispetto alla metodologia originale del *GMMP*, sono state modificate le modalità della variabile "contesto", che, essendo predisposte per la rilevazione di notizie trasmesse da telegiornali nazionali, erano troppo generiche per la classificazione di notizie locali; inoltre, è stato cambiato il criterio di rilevazione dei "soggetti" nelle notizie: oltre alle persone intervistate, sono state classificate tutte le persone di cui la notizia parlava, anche quelle con un ruolo marginale e non solo le persone su cui verteva la notizia, per cui i soggetti con la funzione di "protagonisti" sono sia gli effettivi protagonisti della notizia, sia i co-protagonisti, sia tutti gli eventuali soggetti citati nella notizia.

raccogliere eventuali informazioni di tipo qualitativo utili a interpretare alcuni risultati della ricerca. I dati raccolti sono stati registrati in un *database* elettronico, elaborati con un *software* di calcolo e, infine, sintetizzati in tabelle e grafici. In allegato si riportano la metodologia di ricerca e la scheda di analisi dei TG¹⁶ – sotto forma di guida per l'analista -.

Quest'ultima modifica è stata introdotta allo scopo di avere un campione di soggetti il più ampio possibile, anche in considerazione del fatto che i TG locali in molti casi forniscono notizie molto scarse

¹⁶ *Infra*, Allegato: metodologia e scheda di analisi dei telegiornali

PRINCIPALI RISULTATI

L'analisi del contenuto svolta sui notiziari campionati ha restituito un'ingente mole di dati, grazie alla complessità della griglia di analisi prescelta per l'indagine. Nel rapporto si darà conto dei risultati più interessanti e utili a comprendere la rappresentazione di genere, anche in relazione a quanto emerso nelle precedenti ricerche svolte in materia¹⁷.

1. DESCRIZIONE DEL CAMPIONE

1.1 Il campione registrato

Lo *screening* dei palinsesti delle 11 emittenti campione effettuato il 22 febbraio 2007, nella fascia oraria compresa fra le 8:00 e le 24:00, ha rilevato la trasmissione di 46 notiziari così distribuiti fra le diverse regioni e reti televisive.

¹⁷ In particolare, si terranno presenti le ricerche pertinenti la rappresentazione delle donne nei telegiornali e nei programmi d'informazione: ANCORPARI - AUDISAT – NUMIDIA (a cura di), *Prospettive di genere e linguaggi della TV digitale*, ComEdit 2000, Milano 2004, consultabile su <http://www.ancorpari.it/articles.asp?cat=40>, MONIA AZZALINI, *Op. cit.*, MILLY BUONANNO *Visibilità senza potere. Le sorti progressive ma non magnifiche delle donne giornaliste italiane*, Liguori Editore, Napoli 2005, *Giornaliste in Italia: molta visibilità, poco potere*, "Problemi dell'informazione", 3, vol. XVIII, 1993, pp. 271-298, *L'élite senza sapere. Uomini e donne nel giornalismo italiano*, Napoli, Liguori 1988, *La donna nella stampa. Giornaliste, lettrici e modelli di femminilità*, Editori Riuniti, Roma 1978, CENSIS-FONDAZIONE ATKINS, *Women and Media in Europe*, Roma 2006, CNEL – OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne, lavoro e TV. L'immagine della donna nei programmi d'informazione*, Roma 2004, sintesi consultabile su <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000046>, CO.RE.COM. FRIULI VENEZIA GIULIA, *Donne & Media. Ruolo e spazi della differenza di genere nel mondo costruito dai media* (Ricerca presentata a Trieste il 10 febbraio 2006), LOREDANA CORNERO (a cura di), *Una, nessuna ... a quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*, Rai Eri, VQPT n. 184, Roma 2001, GIOIA DI CRISTOFARO LONGO (a cura di), *La disparità virtuale. Donne e mass media*, Documenti della Conferenza di Pechino, Armando editore, Roma 1995; MARGARET GALLAGHER (a cura di), *Who makes the news. Global Media Monitoring Project 2005*, WACC, London 2005, download alla pagina web http://www.whomakesthenews.org/who_makes_the_news/report_2005, *Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2000*, WACC, London 2000, download alla pagina web http://www.whomakesthenews.org/about_us/project_history, *Women's participation in the news. Global Media Monitoring 1995*, WACC, London 1995, FRANCESCA MOLFINO *Donne, politica e stereotipi. Perché l'ovvio non cambia?*, Baldini Castoldi Dalai, Milano 2006, OSSERVATORIO DI PAVIA per il CO.RE.COM. LOMBARDIA, *TV locale e rappresentazione di genere. La rappresentazione femminile nelle emittenti televisive lombarde* (in corso di pubblicazione), MARINA PIAZZA (a cura di), *TV in genere: presenze e immagini di donne in TV*, Coordinamento giornaliste RAI, (mimeo), Roma 1991, RAI, Segretariato sociale e Rapporti con il pubblico, *Un anno di temi sociali nella programmazione RAI. Questioni femminili, analisi qualitativa dei programmi e delle rubriche*, RAI, Roma 2003, consultabile su http://www.segretariatosociale.rai.it/palinsesto/2000_2001/dati/femminili/indice_femminili.html

Tabella 1 Descrizione del campione: numero dei notiziari per regione e per rete

Valle d'Aosta	Rete Saint Vincent	5	
Totale Valle d'Aosta			5
Piemonte	Quartarete	1	
	Rete 7	2	
Totale Piemonte			3
Lombardia	Telelombardia	1	
	Telenova	2	
Totale Lombardia			3
Friuli Venezia Giulia	Telefriuli	3	
	Telequattro	6	
Totale Friuli Venezia Giulia			9
Toscana	Canale 10	5	
	RTV 38	3	
Totale Toscana			8
Sardegna	Sardegna 1	7	
	Videolina	11	
Totale Sardegna			18
Totale			46

La quantità d'informazione rilevata varia a seconda della regione e dell'emittente sottoposte ad analisi; per ciò si è scelto di procedere nell'esposizione dei principali risultati, riportando sia i dati relativi al campione complessivo, che fornisce un profilo sintetico sulla televisione locale in generale, ma su cui hanno maggior influenza le regioni con un più alto numero di notiziari, sia i dati relativi alle diverse regioni, che sono più puntuali e rendono conto delle differenze specifiche.

I 46 telegiornali analizzati hanno registrato un numero complessivo di 584 notizie e 2245 soggetti, fra giornalisti e persone coinvolte a vario titolo nelle notizie, distribuiti fra le 6 regioni considerate, come illustrano le tabelle 2 e 3.

Tabella 2 Descrizione del campione: numero delle notizie per regione

Valle d'Aosta	58
Piemonte	31
Lombardia	46
Friuli Venezia Giulia	103
Toscana	103
Sardegna	243
Totale	584

Tabella 3 Descrizione del campione: numero dei soggetti per regione

Valle d'Aosta	220
Piemonte	146
Lombardia	171
Friuli Venezia Giulia	354
Toscana	370
Sardegna	984

Totale	2245
--------	------

1.2 L'agenda dei telegiornali, il 22 febbraio 2007

Gli argomenti trattati nelle notizie sono riportati in forma sintetica nella tabella 4, che evidenzia alcune caratteristiche dell'informazione locale durante la giornata campione per categorie tematiche.

Tabella 4 Descrizione del campione: argomenti delle notizie

	% notizie	n. notizie
Politica interna ...	14,9	87
Crimini non violenti, rapine ...	11,5	67
Medicina, salute, igiene ...	8,2	48
Sport, eventi sportivi ...	7,4	43
Arte, intrattenimento, tempo libero ...	5,8	34
Politica economica, strategie, modelli ...	5,5	32
Lavoro, scioperi, sindacati ..	5,1	30
Statistiche economiche, business, commercio ...	4,6	27
Disastri, incidenti, carestie ...	4,1	24
Altre notizie di Economia	3,6	21
Educazione, istruzione ...	3,4	20
Trasporti, traffico, strade...	3,3	19
Ambiente, natura ...	2,7	16
Mass media, inclusi i nuovi media ...	2,4	14
Previsioni del tempo	2,2	13
Migrazioni, conflitto etnico ...	2,2	13
Altre notizie su Questioni Sociali e Legali	1,7	10
Crimini violenti, omicidi ...	1,5	9
Altre notizie di Criminalità e Violenza	1,4	8
Sistema legale, giuridico, ...	1,4	8
Violenza sessuale, molestie ..	1,0	6
Guerra, terrorismo ...	1,0	6
Scienza, tecnologia, ricerca ...	0,9	5
Diritti umani ...	0,9	5
Consumi ...	0,5	3
Bellezza, modelle, moda ...	0,5	3
Cambiamenti nelle relazioni di genere ...	0,5	3
Economia agricola, agricoltura ...	0,3	2
Religione, cultura, tradizioni ...	0,3	2
Cronaca rosa, pettegolezzi, VIP ...	0,3	2
Difesa, ordine, sicurezza ...	0,2	1
Altre notizie di Politica	0,2	1
Altre notizie di VIP, Arte e Media	0,2	1
Altre epidemie, virus, contagi ...	0,2	1
Totale	100	584

Tabella 5 Descrizione del campione: argomenti delle notizie per regione (%)

	Vd'A	Piemonte	Lombardia	FVG	Toscana	Sardegna
Politica interna ...	41,4	35,5	4,3	19,4	1,0	11,9
Crimini non violenti, rapine ...		19,4	2,2	10,7	10,7	15,6
Medicina, salute, igiene ...	10,3			1,0	23,3	7,0
Sport, eventi sportivi ...		19,4		1,9	16,5	7,4
Arte, intrattenimento, tempo libero ...	12,1		8,7	8,7	2,9	4,5
Politica economica, strategie, modelli ...	5,2		2,2	8,7	1,0	7,4
Lavoro, scioperi, sindacati ..	3,4			2,9	3,9	8,6
Statistiche economiche, business, commercio ...			15,2	2,9	2,9	5,8
Disastri, incidenti, carestie ...				10,7	2,9	4,1
Altre notizie di Economia					1,0	8,2
Educazione, istruzione ...			2,2	3,9	6,8	3,3
Trasporti, traffico, strade...	5,2		4,3	5,8	7,8	
Ambiente, natura ...			4,3	1,0	1,0	4,9
Mass media, inclusi i nuovi media ...		3,2	8,7	1,0		3,3
Previsioni del tempo	8,6		2,2	3,9	2,9	
Migrazioni, conflitto etnico ...						5,3
Altre notizie su Questioni Sociali e Legali			2,2	3,9	4,9	
Crimini violenti, omicidi ...			19,6			
Altre notizie di Criminalità e Violenza				1,0	6,8	
Sistema legale, giuridico, ...			8,7	1,9	1,9	
Violenza sessuale, molestie ..	5,2	6,5		1,0		
Guerra, terrorismo ...		9,7	4,3			0,4
Scienza, tecnologia, ricerca ...	5,2			1,0	1,0	
Diritti umani ...				3,9		0,4
Consumi ...				2,9		
Bellezza, modelle, moda ...			6,5			
Cambiamenti nelle relazioni di genere ...	3,4					0,4
Economia agricola, agricoltura ...				1,9		
Religione, cultura, tradizioni ...			4,3			
Cronaca rosa, pettegolezzi, VIP ...		6,5				
Difesa, ordine, sicurezza ...						0,4
Altre notizie di Politica						0,4
Altre notizie di VIP, Arte e Media					1,0	
Altre epidemie, virus, contagi ...						0,4
Totale	100	100	100	100	100	100

Base: tabella 2

Per una comprensione più ampia dell'agenda dei telegiornali, sono state raccolte anche alcune informazioni di tipo qualitativo a cui si ricorrerà nella lettura della tabella.

Rete Saint Vincent, l'unica a rappresentare la Valle d'Aosta, concentra le notizie prevalentemente nell'area politica (41,4%), in particolare, dedicandosi alla politica locale, di cui fornisce un puntuale bollettino (sunti e ordini del giorno di giunte e consigli locali). Occorre precisare, per una corretta lettura dei dati, che sono state classificate come notizie di politica interna solo le *political issue* – ovvero il dibattito politico a livello di confronto tra gli schieramenti, di comunicazione di valori, idee e intenzioni - e non le *policy* – ovvero le tematiche di governo, di pratica politica -, declinate secondo i diversi ambiti di riferimento.

Le due televisioni piemontesi registrano anch'esse un'alta percentuale di notizie di politica interna (35,5%), che vanno però riferite soprattutto alla crisi del governo Prodi e alle relative reazioni locali, dei politici e dei cittadini. Notizia – peraltro – che è entrata in maniera trasversale nell'informazione di tutte le emittenti locali, fatta eccezione per Telenova (Lombardia), Canale 10 (Toscana) e Videolina (Sardegna), i cui notiziari hanno una forte impronta locale.

Le emittenti lombarde presentano un'agenda piuttosto diversa, più articolata nel suo complesso e con due aree di concentrazione: la cronaca nera (crimini violenti, 19,6%) – che racchiude diversi eventi notiziati - e l'economia (15,2% di notizie relative al *business*), essendo la notizia del giorno l'apertura della Borsa Internazionale del Turismo a Milano.

Come nel caso delle due regioni del nord-ovest, il profilo dell'informazione del Friuli Venezia Giulia risulta caratterizzato da una prevalenza di notizie politiche (19,4%) - perlopiù incentrate sulla crisi dell'esecutivo nazionale - anche se in misura minore rispetto a Valle d'Aosta e Piemonte, a vantaggio di un'articolazione tematica piuttosto ampia, soprattutto rispetto alla Valle d'Aosta.

Le emittenti toscane concentrano molte notizie nell'area tematica della medicina e sanità (23,3%), avendo dominato l'agenda quotidiana delle testate toscane un caso di trapianti infetti da HIV in seguito alla trascrizione errata di analisi mediche da parte di una biologa.

Infine, la Sardegna si caratterizza per una prevalenza di notizie criminose (crimini non violenti 15,6%), essendo la notizia del giorno l'arresto al porto di Olbia di un trafficante di droga, nell'ambito di un'agenda comunque piuttosto articolata, che tocca varie aree tematiche.

Per completare il quadro dell'informazione in cui si inscrivono i risultati sulla rappresentanza e rappresentazione femminile, si riporta la tabella dei contesti di rilevanza delle notizie analizzate. Il campione registrato, pur essendo molto omogeneo, grazie ai criteri di selezione che – si ricorda – hanno escluso tutti gli eventuali telegiornali di carattere nazionale, evidenzia alcune differenze a livello di ampiezza del territorio di pertinenza delle notizie rilevate. I risultati vengono illustrati sia per regione, sia per rete.

Tabella 6 Descrizione del campione: contesto delle notizie per regione (%)

		Comunale	Provinciale	Regionale	Inter-Regionale	Sovra-Regionale	Nazionale	Sovra-Nazionale	Estero e/o Internazionale	Totale
Vd'A	Rete Saint Vincent	3,4		70,7	5,2		20,7			100
Piemonte	Quartarete	7,7		23,1		7,7	53,8		7,7	100
	Rete 7	22,2		22,2			55,6			100
Lombardia	Telelombardia	33,3		26,7		6,7	26,7	6,7		100
	Telenova	32,3		22,6		12,9	6,5	25,8		100
FVG	Telefriuli	28,9	13,2	23,7	2,6	2,6	28,9			100
	Telequattro	33,8	15,4	16,9		9,2	21,5	3,1		100
Toscana	Canale 10	46,9	4,7	23,4	7,8	3,1	9,4	4,7		100
	RTV 38	25,6	15,4	30,8	2,6	10,3	15,4			100
Sardegna	Sardegna 1	17,1	1,2	58,5		15,9	7,3			100
	Videolina	18,0	6,2	49,7	3,1	9,3	8,7	5,0		100
Totale		23,6	6,0	40,1	2,6	8,0	15,8	3,8	0,2	100

Base: tabella 2

La maggior parte delle testate giornalistiche si caratterizza per un'informazione di carattere locale, seppure entro confini piuttosto variabili: Rete Saint Vincent, RTV 38, Sardegna 1 e Videolina prediligono notizie che hanno rilevanza su tutto il territorio regionale, mentre Telelombardia, Telenova, Telequattro e Canale 10 preferiscono notizie più circoscritte, a carattere comunale. Telefriuli mostra un equilibrio fra il contesto comunale e quello nazionale. Le due reti piemontesi si contraddistinguono, invece, per la prevalenza di un'informazione nazionale; risultato determinato dall'ampio spazio dedicato alla crisi del governo Prodi. Un evento che, come mostrano diversi risultati di questa ricerca, è entrato a pieno titolo anche nell'agenda dei telegiornali locali, mostrandone la permeabilità alla cronaca politica nazionale.

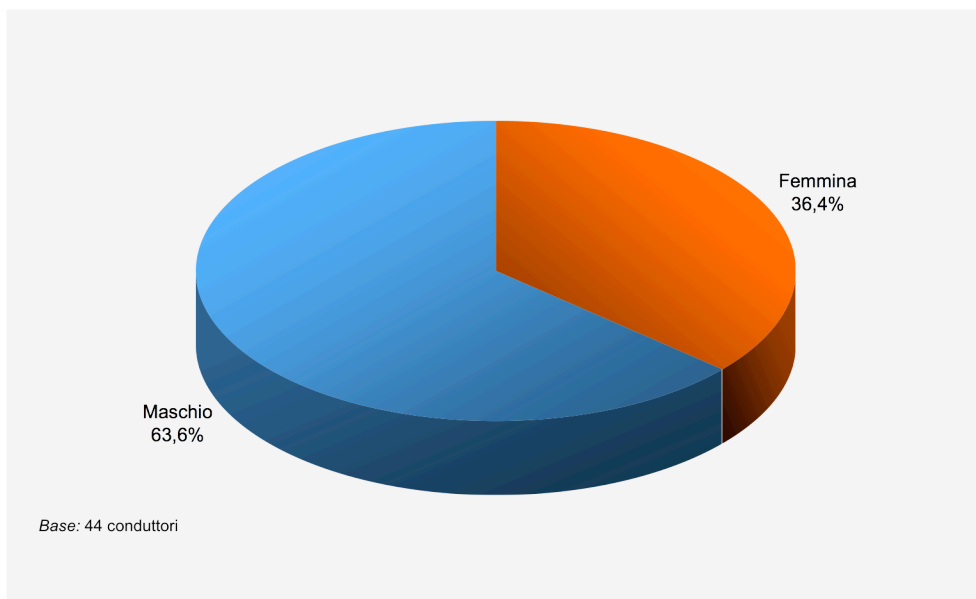
2. GIORNALISTE E GIORNALISTI

I risultati finora esposti forniscono un profilo generale dell'informazione rilevata il 22 febbraio 2007, un quadro volutamente sintetico ed essenziale da tenere sullo sfondo a scopo sia illustrativo sia interpretativo.

2.1 Conduatrici e conduttori

Il primo risultato interessante per comprendere l'obiettivo della ricerca rileva la minoranza delle giornaliste donne nel ruolo di conduatrici dei telegiornali, a confronto con i colleghi maschi: il 36,4% contro il 63,3%. Valore che segna un arretramento in termini di visibilità femminile, rispetto alle più recenti ricerche¹⁸ che confermavano negli ultimi anni l'avanzata delle giornaliste *speaker* registrata in Italia già a partire dalla seconda metà degli anni 80¹⁹.

Grafico 1 Giornaliste e giornalisti: conduatrici e conduttori dei telegiornali (%)

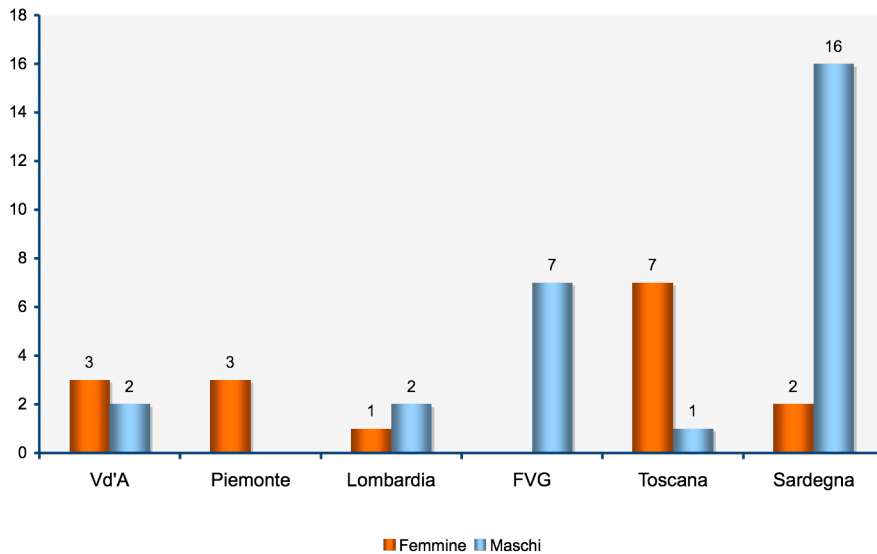


Il risultato generale, come sempre, appiattisce le differenze anche significative fra le diverse regioni e testate giornalistiche. Il grafico 2 illustra in maniera più specifica la visibilità delle conduatrici regione per regione.

¹⁸ Cfr OSSERVATORIO DI PAVIA per il CO.RE.COM. LOMBARDIA, *Op. cit.*, MONIA AZZALINI, *Op. cit.*, MARGARET GALLAGHER, *Opere cit.*

¹⁹ "La maggiore visibilità delle giornaliste, e in particolare delle *speaker* dei telegiornali che compaiono in misura quasi uguale agli *speaker* uomini, è stato senza dubbio il cambiamento nel contenuto televisivo più eclatante a partire dagli anni '80, tanto che allora si parlò dell'avanzata di potere rosa." (SAVERIA CAPECCHI, CLELIA PALLOTTA, "La rappresentazione di genere nei programmi di approfondimento e di attualità", in LOREDANA CORNERO (a cura di), *Op. cit.*, p. 166

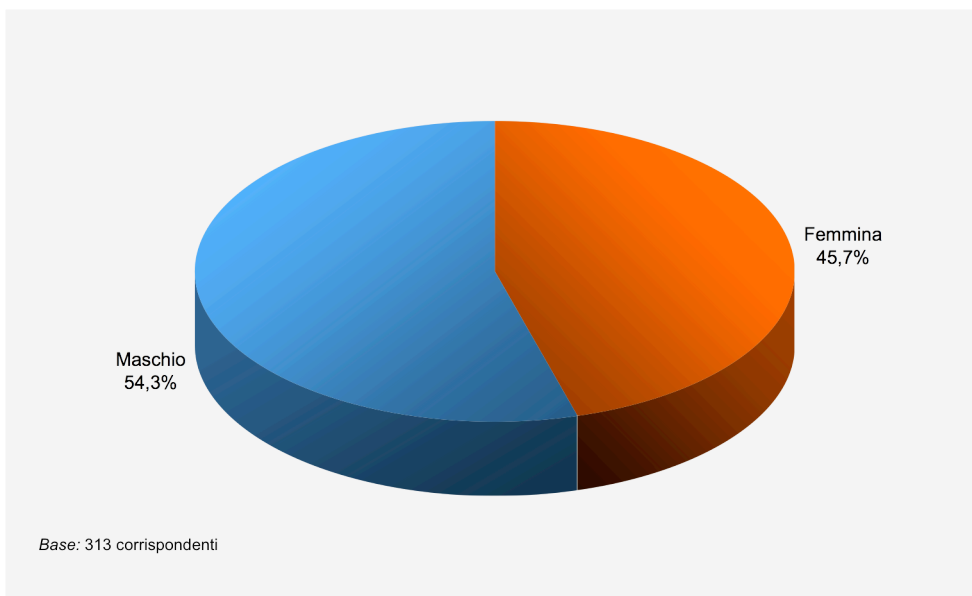
Grafico 2 Giornaliste e giornalisti: numero di conduttrici e conduttori dei telegiornali per regione



Il Friuli Venezia Giulia e il Piemonte rappresentano i due estremi della totale assenza e della presenza esclusiva di donne nella conduzione dei notiziari, le altre emittenti regionali si collocano fra questi due poli, registrando una qualche ripartizione di visibilità fra giornaliste donne e giornaliste uomini: Toscana e Valle d’Aosta a favore delle donne, Lombardia e Sardegna a favore degli uomini.

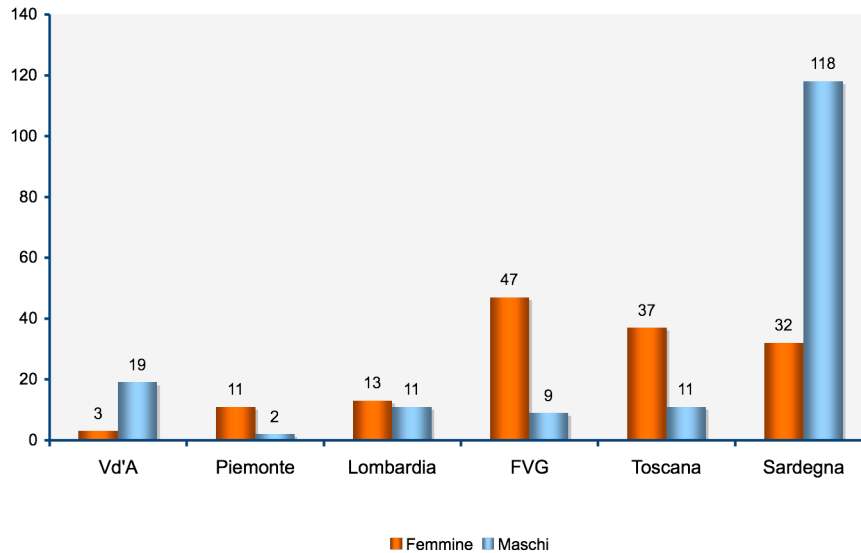
2.2 Corrispondenti donne e corrispondenti uomini

Grafico 3 Giornaliste e giornalisti: corrispondenti donne e corrispondenti uomini (%)



Oltre al ruolo di *speaker*, giornaliste e giornalisti sono stati rilevati anche nel ruolo del corrispondente, registrando in questo caso un risultato più favorevole per le donne, che rappresentano il 45,7% degli autori dei servizi trasmessi (grafico 3).

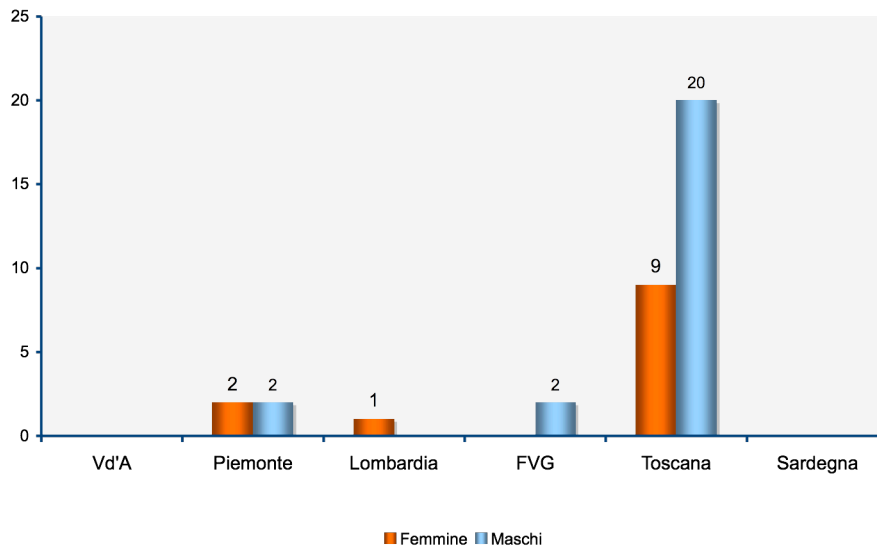
Grafico 4 Giornaliste e giornalisti: numero di corrispondenti donne e uomini per regione



Considerando i dati per regione (grafico 4), Piemonte, Friuli Venezia Giulia, Toscana e Lombardia hanno un numero di corrispondenti donne superiore a quello degli uomini, le prime due regioni con valori addirittura superiori all'80%. Sardegna e Valle d'Aosta, invece, si contraddistinguono per una predominanza maschile, le donne responsabili dei servizi per la prima sono il 21,3% e per la seconda solo il 13,6%.

2.3 Altre giornaliste, altri giornalisti

Nel corso dell'analisi, sono stati rilevati anche giornalisti con una diversa funzione, curatori di rubriche o giornalisti collegati da redazioni diverse dalla principale, classificati sotto la voce "altri giornalisti". In generale, si tratta di figure a cui le testate giornalistiche locali ricorrono poco, sono prevalentemente le due emittenti toscane a registrarne una presenza consistente, ricorrendo entrambe al collegamento con redazioni provinciali dal cui studio giornaliste o giornalisti svolgono una funzione di co-conduzione del telegiornale.

Grafico 5 Giornaliste e giornalisti: numero di “altri giornalisti” donne e uomini per regione

2.4 Il volto “ambivalente” del giornalismo locale

Includendo anche i risultati illustrati dal grafico 5, si può tracciare ora un profilo della rappresentanza di genere dei giornalisti nell'informazione locale, regione per regione. La Valle d'Aosta si caratterizza per una conduzione di poco più favorevole alle donne (60%) ma presenta anche un forte sbilanciamento a favore degli uomini fra i corrispondenti (86,4% uomini). Il Piemonte registra un'ampia apertura alle donne, sia nel ruolo più visibile della conduzione, essendo tutte femmine le *speaker* dei notiziari analizzati, sia fra i corrispondenti, l'84,6% dei quali è donna, sia infine, fra i pochi giornalisti con altre funzioni, gli “altri giornalisti” si suddividono esattamente fra i due sessi. La Lombardia mostra un certo equilibrio nella rappresentanza dei due generi, avendo una conduttrice su tre conduttori complessivamente registrati, il 54,2% di donne fra i corrispondenti e l'unico “altro giornalista” rilevato di sesso femminile – confermando così un profilo giornalistico femminile, come rilevato in una precedente indagine a cura dell'Osservatorio di Pavia²⁰. Il Friuli Venezia Giulia si caratterizza per una certa ambivalenza, presentando solo volti maschili fra i conduttori (7 su 7) e fra gli altri giornalisti (2 su 2) e registrando al contempo una percentuale di donne nettamente prevalente fra gli autori dei servizi (83,9% di donne corrispondenti). La regione Toscana presenta un profilo dell'informazione marcatamente al femminile, con 7 donne su 8 *speaker* e il 77,1% di donne fra i corrispondenti, solo fra gli “altri giornalisti” prevalgono gli uomini (il 69%). Le emittenti della Sardegna, infine, sono le uniche che mostrano una certa chiusura nei confronti delle donne giornaliste in tutti i ruoli, con solo 2 conduttrici su un totale di 18 conduttori di notiziari e solo il 21,3% di donne corrispondenti. Risultati, peraltro, che

²⁰ OSSERVATORIO DI PAVIA per il CO.RE.COM. LOMBARDIA, *Op. cit.*

incidono molto sul campione complessivamente considerato, essendo la Sardegna la regione con il più alto numero di notiziari e di notizie rilevate (si vedano le tabelle 1 e 2).

2.5 Le notizie delle giornaliste, le notizie dei giornalisti

Tracciato un primo profilo della rappresentanza di genere a livello di “chi fa la notizia”²¹, l’analisi incrociata fra il genere dei *reporter* e gli argomenti delle notizie è utile a comprendere che tipo di informazione fanno le donne. Molte sono infatti le ricerche²² che sottolineano come la crescita della partecipazione femminile alla costruzione dei telegiornali non corrisponda a un’equa divisione degli spazi redazionali, nella misura in cui gli uomini tenderebbero a mantenere il potere sulle notizie più importanti dell’agenda, le *hard news*, in genere tematiche politiche ed economiche, lasciando alle donne le cosiddette *soft news*, notizie di arte, spettacolo, cultura o cronaca rosa.

Tabella 7 Giornaliste e giornalisti: corrispondenti donne e uomini per argomento delle notizie (%)

	Donne	Uomini
Altre notizie su Questioni Sociali e Legali	100	
Bellezza, modelle, moda ...	100	
Consumi ...	100	
Cronaca rosa, pettegolezzi, VIP ...	100	
Economia agricola, agricoltura ...	100	
Violenza sessuale, molestie ..	100	
Diritti umani ...	80	20,0
Educazione, istruzione ...	68,8	31,3
Trasporti, traffico, strade...	66,7	33,3
Scienza, tecnologia, ricerca ...	60,0	40,0
Politica economica, strategie, modelli ...	58,8	41,2
Crimini non violenti, rapine ...	54,2	45,8
Statistiche economiche, business, commercio ...	52,4	47,6
Arte, intrattenimento, tempo libero ...	50,0	50,0
Sport, eventi sportivi ...	46,9	53,1
Lavoro, scioperi, sindacati ..	42,1	57,9
Ambiente, natura ...	40,0	60,0
Guerra, terrorismo ...	40,0	60,0
Politica interna ...	35,4	64,6
Altre notizie di Criminalità e Violenza	33,3	66,7
Medicina, salute, igiene ...	30,4	69,6
Crimini violenti, omicidi ...	25,0	75,0
Altre notizie di Economia	4,8	95,2
Altre epidemie, virus, contagi ...		100
Cambiamenti nelle relazioni di genere ...		100
Difesa, ordine, sicurezza ...		100

²¹ Si precisa che tutti i diversi ruoli delle/i giornaliste/i sono stati rilevati sulla base della loro “visibilità” nel corso del telegiornale: conduttrici/ori in studio, corrispondenti esterni in video ma anche quelli non ripresi dalle telecamere, di cui era disponibile solo la voce in audio, “altri giornalisti” in video o in audio

²² L’asimmetria di genere sui temi delle notizie è oggetto di indagini del *GMMP*, si veda MONIA AZZALINI, *Op. cit.*, MARGARET GALLAGHER, *Opere cit.*

Disastri, incidenti, carestie ...		100
Mass media, inclusi i nuovi media ...		100
Migrazioni, conflitto etnico ...		100
Sistema legale, giuridico, ...		100
Totale	45,7	54,3

Base: 313 corrispondenti, di cui 143 donne e 170 uomini

I dati in tabella (7) confermano parzialmente la segregazione delle donne nelle *soft news*, le *reporter* prevalgono infatti nelle notizie su bellezza, moda, costumi e di cronaca rosa e nelle notizie a forte rilevanza sociale: violenza sessuale, diritti umani, educazione. D'altro canto, si registra anche l'affidamento alle donne corrispondenti di notizie economiche - tradizionalmente appannaggio degli uomini - relative a consumi, economia agricola, trasporti, politica economica, statistiche economiche e *business*. Gli uomini continuano a presidiare alcuni spazi tradizionalmente maschili: la giustizia (sistema legale e giuridico), la criminalità violenta, la politica interna, la guerra e il terrorismo, il lavoro e lo sport.

Per un confronto che metta in rilievo la differenza quantitativa fra i diversi argomenti delle notizie - alcuni prevalenti rispetto ad altri (tabella 4) - e ponderi invece l'asimmetria fra le notizie a cura delle donne e quelle a cura degli uomini - le prime numericamente inferiori alle seconde (grafico 3), si è calcolata la percentuale di colonna. La distribuzione fra donne e uomini nell'ambito di ciascun argomento non rende conto del fatto che i diversi temi di cui si è parlato nei telegiornali pesano complessivamente in modo differente, per esempio la politica interna con 87 notizie, corrispondenti al 14,9% dell'informazione veicolata, è in testa all'agenda del giorno, mentre lo spazio dedicato alle notizie di economia agricola è pari solo allo 0,3% delle notizie. E' dunque più importante, per esempio, che il 34,5% di servizi di politica interna sia a cura delle donne piuttosto che non il 100% delle notizie di economia agricola sia appannaggio delle stesse. Se si calcola la percentuale di colonna, ovvero se si considera separatamente la distribuzione delle donne e degli uomini per tutti gli argomenti delle notizie, e si mettono a confronto i dati ottenuti per le prime e per i secondi, si rilevano queste differenze, e, al contempo, si pondera il diverso peso dei due generi sul campione complessivo.

Tabella 8 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%)

	Donne	Uomini
Politica interna ...	11,9	18,2
Sport, eventi sportivi ...	10,5	10,0
Arte, intrattenimento, tempo libero ...	9,1	7,6
Crimini non violenti, rapine ...	9,1	6,5
Educazione, istruzione ...	7,7	2,9
Statistiche economiche, business, commercio ...	7,7	5,9
Politica economica, strategie, modelli ...	7,0	4,1

Altre notizie su Questioni Sociali e Legali	5,6	
Lavoro, scioperi, sindacati ..	5,6	6,5
Medicina, salute, igiene ...	4,9	9,4
Diritti umani ...	2,8	0,6
Trasporti, traffico, strade...	2,8	1,2
Bellezza, modelle, moda ...	2,1	
Consumi ...	2,1	
Scienza, tecnologia, ricerca ...	2,1	1,2
Ambiente, natura ...	1,4	1,8
Cronaca rosa, pettegolezzi, VIP ...	1,4	
Economia agricola, agricoltura ...	1,4	
Guerra, terrorismo ...	1,4	1,8
Violenza sessuale, molestie ..	1,4	
Altre notizie di Criminalità e Violenza	0,7	1,2
Altre notizie di Economia	0,7	11,8
Crimini violenti, omicidi ...	0,7	1,8
Altre epidemie, virus, contagi ...		0,6
Cambiamenti nelle relazioni di genere ...		0,6
Difesa, ordine, sicurezza ...		0,6
Disastri, incidenti, carestie ...		1,2
Mass media, inclusi i nuovi media ...		0,6
Migrazioni, conflitto etnico ...		2,4
Sistema legale, giuridico, ...		1,8
Totale	100	100

Base: 313 corrispondenti, di cui 143 donne e 170 uomini

La tabella 8 mette bene in evidenza gli argomenti delle corrispondenti donne a confronto con quelli degli uomini e consente di definire, oltre agli spazi di inclusione e di esclusione di ciascun genere, la loro diversa concentrazione: le tematiche prevalenti per le giornaliste sono la politica interna, anche se in misura inferiore che per i giornalisti maschi (11,9% vs 18,2%), lo sport, la “terza pagina” (arte, intrattenimento, tempo libero), i crimini non violenti, l’educazione e l’economia (*business* e anche politica economica).

Le notizie a cura di corrispondenti uomini vertono prevalentemente sulla politica, sull’economia (altre notizie di economia), sullo sport, sulla medicina – inclusa sanità e salute – e sul lavoro.

Per quanto riguarda l’agenda delle donne, questi risultati evidenziano alcuni caratteri in continuità con il passato, o meglio in linea con i dati rilevati nelle indagini su telegiornali nazionali, e almeno un paio novità. Le donne continuano a essere meno delegate degli uomini alla politica, a occuparsi prevalentemente di arte, cultura e spettacolo e di educazione, e confermano il loro ingresso nello spazio dell’economia – anche se condiviso con i colleghi maschi (11,8% su “altre notizie di economia”) - evidenziato da una precedente ricerca dell’Osservatorio di Pavia sulle televisioni locali lombarde²³. Costituiscono due buone nuove la cura femminile di notizie di sport e anche di notizie di criminalità, sebbene si tratti

²³ OSSERVATORIO DI PAVIA per il CO.RE.COM. LOMBARDIA, *Op. cit.*

della “criminalità *soft*”, non violenta, mentre la “criminalità *hard*”, violenta, poco presente nell’agenda complessiva, è comunque a prevalente cura maschile.

Rispetto al dato complessivo, le regioni considerate singolarmente evidenziano alcuni interessanti scostamenti. La Lombardia, per esempio, registra una buona concentrazione delle donne sulla pagina politica, il 15,4% delle notizie femminili vertono su questo argomento, e in maniera esclusiva: tutte le notizie di politica, infatti, sono a cura di corrispondenti donne (tabella 11). Anche Piemonte e Friuli Venezia Giulia registrano un dato simile: la politica è la prima tematica di cui si occupano le corrispondenti piemontesi e quelle friulane, non però in maniera esclusiva, molti sono, infatti, anche i corrispondenti di sesso maschile che coprono quest’area (tabelle 10 e 12). Lombardia e Friuli Venezia Giulia si distinguono altresì per un’alta concentrazione delle corrispondenti donne su tematiche economiche: sommando gli argomenti economici in agenda, “statistiche economiche, *business*, commercio..”, “politica economica, strategie, modelli...”, “trasporti, traffico, strade” per la Lombardia, le stesse più “economia agricola” per il Friuli, le notizie femminili relative all’economia sono il 38,5% (vs il 18,2% di quelle maschili), nel caso lombardo, e il 36,2% (vs lo 0% di quelle maschili), nel caso friulano, in cui l’economia è appannaggio esclusivo delle donne.

Tabella 9 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Valle d’Aosta

Regione Valle d’Aosta	Donne	Uomini	Totale
Scienza, tecnologia, ricerca ...	100		13,6
Politica interna ...		47,4	40,9
Arte, intrattenimento, tempo libero ...		36,8	31,8
Politica economica, strategie, modelli ...		15,8	13,6
Totale	100	100	100

Base: 22 corrispondenti, di cui 3 donne e 19 uomini

Tabella 10 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Piemonte

Regione Piemonte	Donne	Uomini	Totale
Politica interna ...	45,5	50,0	46,2
Guerra, terrorismo ...	18,2	50,0	23,1
Cronaca rosa, pettegolezzi, VIP ...	18,2		15,4
Crimini non violenti, rapine ...	9,1		7,7
Violenza sessuale, molestie ..	9,1		7,7
Totale	100	100	100

Base: 13 corrispondenti, di cui 11 donne e 2 uomini

Tabella 11 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Lombardia

Regione Lombardia	Donne	Uomini	Totale
Statistiche economiche, business, commercio	23,1	18,2	20,8

...			
Bellezza, modelle, moda ...	23,1		12,5
Politica interna ...	15,4		8,3
Crimini violenti, omicidi ...	7,7	27,3	16,7
Arte, intrattenimento, tempo libero ...	7,7	9,1	8,3
Altre notizie su Questioni Sociali e Legali	7,7		4,2
Politica economica, strategie, modelli ...	7,7		4,2
Trasporti, traffico, strade...	7,7		4,2
Sistema legale, giuridico, ...		27,3	12,5
Guerra, terrorismo ...		18,2	8,3
Totale	100	100	100

Base: 24 corrispondenti, di cui 13 donne e 11 uomini

Tabella 12 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) – Friuli Venezia Giulia

Regione Friuli Venezia Giulia	Donne	Uomini	Totale
Politica interna ...	21,3	22,2	21,4
Politica economica, strategie, modelli ...	19,1		16,1
Arte, intrattenimento, tempo libero ...	12,8		10,7
Diritti umani ...	8,5		7,1
Consumi ...	6,4		5,4
Statistiche economiche, business, commercio ...	6,4		5,4
Trasporti, traffico, strade...	6,4		5,4
Altre notizie su Questioni Sociali e Legali	4,3		3,6
Economia agricola, agricoltura ...	4,3		3,6
Educazione, istruzione ...	2,1	22,2	5,4
Altre notizie di Criminalità e Violenza	2,1		1,8
Ambiente, natura ...	2,1		1,8
Medicina, salute, igiene ...	2,1		1,8
Violenza sessuale, molestie ..	2,1		1,8
Sport, eventi sportivi ...		22,2	3,6
Crimini non violenti, rapine ...		11,1	1,8
Mass media, inclusi i nuovi media ...		11,1	1,8
Scienza, tecnologia, ricerca ...		11,1	1,8
Totale	100	100	100

Base: 56 corrispondenti, di cui 47 donne e 9 uomini

Tabella 13 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Toscana

Regione Toscana	Donne	Uomini	Totale
Sport, eventi sportivi ...	27,0	18,2	25,0
Educazione, istruzione ...	18,9		14,6
Medicina, salute, igiene ...	16,2	27,3	18,8
Altre notizie su Questioni Sociali e Legali	13,5		10,4
Crimini non violenti, rapine ...	13,5		10,4
Lavoro, scioperi, sindacati ..	5,4		4,2
Altre notizie di Economia	2,7		2,1
Ambiente, natura ...	2,7		2,1
Altre notizie di Criminalità e Violenza		18,2	4,2
Trasporti, traffico, strade...		18,2	4,2
Arte, intrattenimento, tempo libero ...		9,1	2,1

Scienza, tecnologia, ricerca ...		9,1	2,1
Totale	100	100	100

Base: 48 corrispondenti, di cui 37 donne e 11 uomini

Tabella 14 Giornaliste e giornalisti: distribuzione degli argomenti delle notizie fra corrispondenti donne e uomini (%) - Sardegna

Regione Sardegna	Donne	Uomini	Totale
Crimini non violenti, rapine ...	21,9	8,5	11,3
Lavoro, scioperi, sindacati ..	18,8	9,3	11,3
Arte, intrattenimento, tempo libero ...	18,8	3,4	6,7
Sport, eventi sportivi ...	15,6	11,0	12,0
Statistiche economiche, business, commercio ...	15,6	6,8	8,7
Educazione, istruzione ...	9,4	2,5	4,0
Altre notizie di Economia		16,9	13,3
Politica interna ...		16,1	12,7
Medicina, salute, igiene ...		11,0	8,7
Migrazioni, conflitto etnico ...		3,4	2,7
Politica economica, strategie, modelli ...		3,4	2,7
Ambiente, natura ...		2,5	2,0
Disastri, incidenti, carestie ...		1,7	1,3
Altre epidemie, virus, contagi ...		0,8	0,7
Cambiamenti nelle relazioni di genere ...		0,8	0,7
Difesa, ordine, sicurezza ...		0,8	0,7
Diritti umani ...		0,8	0,7
Totale	100	100	100

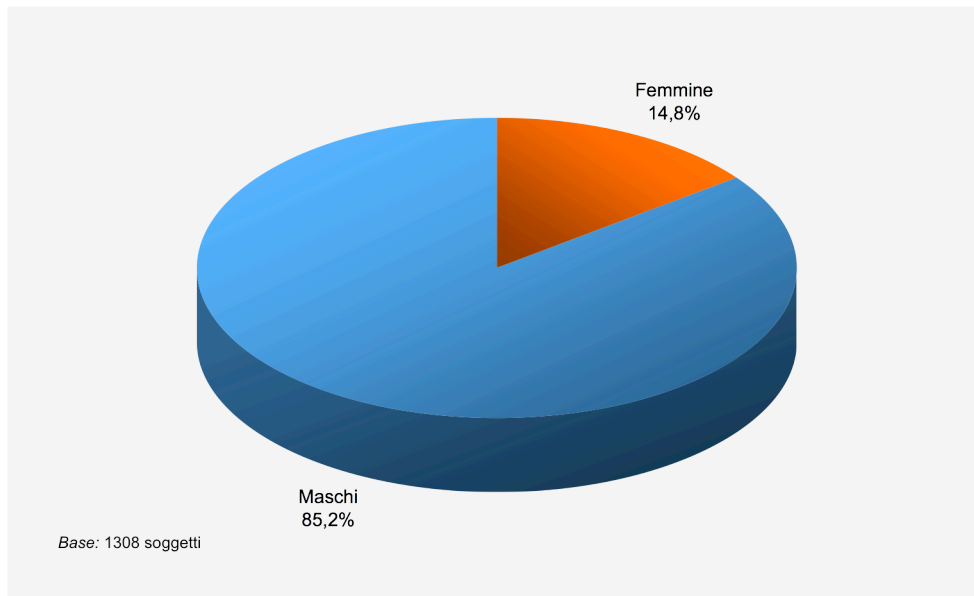
Base: 150 corrispondenti, di cui 32 donne e 118 uomini

3. CHI FA NOTIZIA

Sotto il profilo delle professioni, l'indagine ha rilevato una certa ambivalenza del giornalismo locale che nel complesso registra una buona rappresentanza di giornaliste, rilevando punti di arretramento rispetto alle più recenti indagini²⁴ ma anche interessanti novità – come si è visto -, soprattutto in alcune regioni. Novità che meriterebbero di essere approfondite anche alla luce del fatto che nei notiziari analizzati presenza la più nuova generazione di giornaliste, l'83,4% di quelle di cui è stato possibile rilevare l'età ha meno di 50 anni, il 32,3% meno di 35: si tratta delle “nuove arrivate” su cui Milly Buonanno, in un recente articolo pubblicato nella rivista *Inchiesta*, invita a concentrare gli studi, poiché “per essere sia le più numerose sia, in ragione della giovane età, quelle con più lunghe prospettive di vita professionale – rivestono evidentemente un ruolo cruciale sulla scena presente e futura dell'informazione praticata (se anche cambiata, è da vedere) dalle donne”²⁵.

3.1 Visibilità femminile e visibilità maschile

Grafico 6 Soggetti delle notizie: distribuzione di donne e uomini (%)



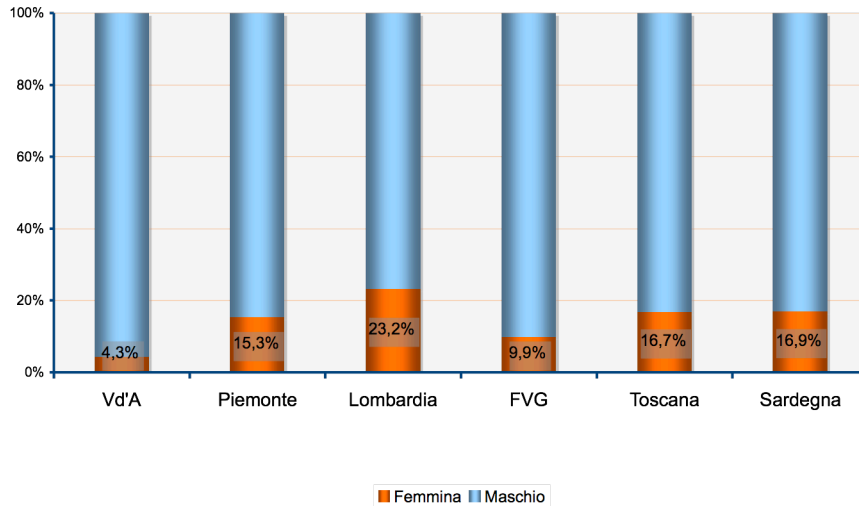
Un primo sguardo ai risultati sulla rappresentazione delle donne nelle notizie evidenzia come una buona presenza di giornaliste donne nelle redazioni dei notiziari locali non favorisca una

²⁴ *Ibidem*, MONIA AZZALINI, *Op. cit.*, MARGARET GALLAGHER, *Opere cit.*

²⁵ MILLY BUONANNO, “Donne e informazione: accesso, potere e cambiamento”, in *Donne e comunicazione*, numero monografico di *Inchiesta*, citato più sopra, p. 61

maggiore inclusione delle donne nell’agenda degli stessi; queste ultime rappresentano infatti solo il 14,8% dei soggetti delle notizie, ovvero delle persone di cui si parla (protagonisti) o a cui si dà la parola a vario titolo nei telegiornali (esperti, narratori di esperienza personale, rappresentanti dell’opinione popolare, testimoni).

Grafico 7 Soggetti delle notizie: distribuzione di donne e uomini per regione (%)



Base: tabella 15

Tabella 15 Soggetti delle notizie: numero di donne e uomini per regione

	Vd'A	Piemonte	Lombardia	FVG	Toscana	Sardegna
Donne	6	15	23	21	28	100
Uomini	134	83	76	191	140	491
Totale	140	98	99	212	168	591

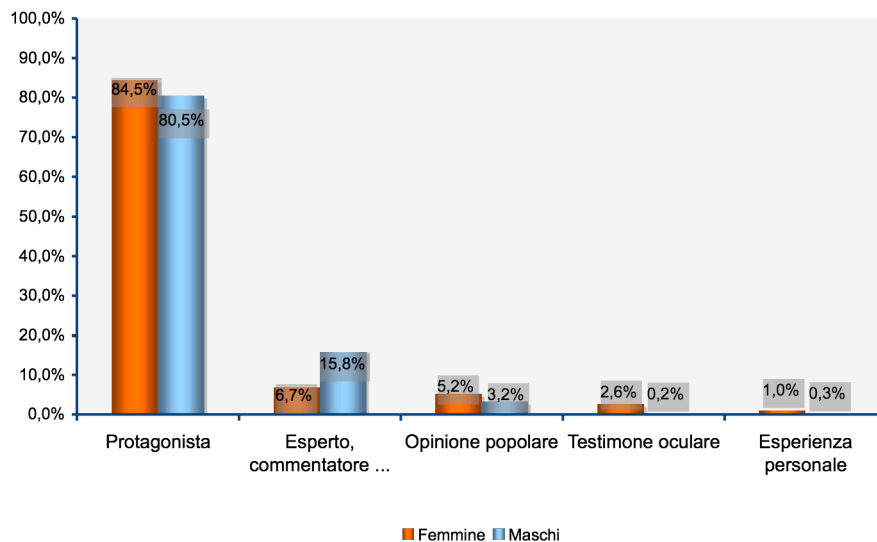
Se si considerano le diverse regioni (grafico 7), il Piemonte, le cui televisioni mostrano un’ampia apertura alle giornaliste, registra una presenza di soggetti donna pari solo al 15,3%, percentuale certo superiore alla media, ma di poco, superata sia dalla Toscana (16,7%), che presenta un volto giornalistico marcatamente femminile, sia dalla Sardegna (16,9%), che è la regione più chiusa alle professioniste dell’informazione. Valle d’Aosta e Friuli Venezia Giulia, che presentano una certa ambivalenza nella rappresentanza di genere dei giornalisti, favorendo le donne nel ruolo della conduzione ma non della “corrispondenza”, la prima, e nel ruolo del *reporter* ma non del conduttore, la seconda, registrano entrambe una bassa rappresentazione di donne nelle notizie (4,3% la Valle d’Aosta, 9,9% il Friuli Venezia Giulia). La Lombardia, infine, caratterizzata da un certo equilibrio nella

rappresentanza delle giornaliste, si distingue per la più alta presenza di soggetti donna (23,2%).

3.2 Funzione di donne e uomini nelle notizie

Il grado di inclusione/esclusione delle donne dall'agenda dell'informazione può dipendere da almeno un paio di fattori determinanti: la partecipazione femminile agli eventi notiziati e l'inclusione/esclusione femminile a livello di costruzione delle notizie. Nel primo caso, una maggiore visibilità femminile può essere favorita dalla selezione delle notizie, da scelte di priorità d'agenda, essendovi fatti/ambiti "reali" che coinvolgono più le donne che gli uomini o viceversa. Per esempio, la priorità accordata alla tematica politica nei telegiornali spesso comporta una scarsa rappresentazione femminile, data la marginalizzazione delle donne nella vita politica e istituzionale, specie a livelli apicali, del nostro paese. Viceversa, la scelta di inserire nell'agenda dell'informazione il tema dell'educazione consente di dare più visibilità alle donne, tradizionalmente più presenti – sia a livello di professioni, sia a livello di cittadine – nell'ambito educativo e della formazione. Se a questo livello la rappresentazione mediale deve fare i conti con la rappresentanza reale, a livello di costruzione delle notizie, invece, i margini di libertà sono maggiori: sia le donne sia gli uomini possono essere rappresentati, se non a titolo di protagonisti di un evento raccontato (persone su cui verte la storia), a titolo di esperti, opinionisti, commentatori dell'evento. L'analisi delle funzioni dei soggetti risulta utile proprio a comprendere le diverse modalità di inclusione per genere.

Grafico 8 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%)



Base: 1307 soggetti di cui 193 donne e 1114 uomini

Come risulta evidente dal grafico, le donne presenziano nei telegiornali prevalentemente a titolo di protagoniste, come persone coinvolte nei fatti; gli uomini, invece, anche se non realmente coinvolti nei fatti raccontati riescono ad avere una visibilità mediale. In particolare,

essi superano nettamente le donne nella funzione di esperti o commentatori. Un giornalismo con una buona partecipazione femminile non sembra, dunque, favorire – come già evidenziato in altre ricerche²⁶ - né un’agenda dell’informazione più rappresentativa delle donne e dei loro ambiti di azione - l’84,5% delle donne protagoniste va infatti riportato alla base del 14,8% di donne complessivamente registrate nel campione²⁷ - né un’informazione, indipendentemente dal tema in agenda, che dia spazio allo sguardo femminile – scarsa, infatti, è la presenza femminile in funzioni diverse dalla “protagonista”.

Per quanto riguarda la prevalenza degli uomini come esperti, rispetto alle donne, occorre precisare che si tratta di un ruolo prestigioso, perlopiù esercitato in funzione di una professionalità o di uno *status* sociale. Le donne, invece, sono rappresentate più degli uomini, oltre che come protagoniste, in funzioni medialità di scarso prestigio quali l’opinione popolare, la testimonianza e l’esperienza personale: ruoli che non richiedono né *status* né professionalità né competenze specifiche. Risultato quest’ultimo in linea con quanto già evidenziato da precedenti ricerche²⁸ che hanno messo in luce come le donne siano spesso relegate nello spazio del discorso privato, esperenziale, biografico, di vita vissuta, meno prestigioso di quello del discorso pubblico, astratto, universale, appannaggio degli uomini.

I risultati considerati regione per regione confermano che non necessariamente la maggior presenza di donne giornaliste favorisce una maggiore inclusione di donne, anche laddove i margini di libertà sono più ampi, a livello di costruzione della notizia. Le regioni con un volto giornalistico più femminile, Toscana e Piemonte, non sono infatti quelle che registrano una maggiore inclusione delle donne in ruoli diversi dal “protagonista” o nel più prestigioso ruolo dell’esperto. La regione Piemonte registra una marcata asimmetria di genere fra gli esperti donne e uomini, a netto sfavore delle prime (il 6,7% contro il 41%). Le emittenti toscane presentano un’alta concentrazione delle donne fra le protagoniste, in misura superiore agli uomini (75% vs 70,7%) e uno squilibrio nella categoria dell’esperto, rappresentata solo dal 10,7% del campione femminile, contro il 23,6% di quello maschile. La Lombardia invece registra un buon equilibrio di genere in questo ruolo, con un leggero vantaggio femminile (il 26,1% contro il 25,3% degli uomini). Le emittenti lombarde mostrano, inoltre, di dare visibilità alle donne anche quando non sono coinvolte negli eventi notiziati (come testimoni o rappresentanti di opinione popolare). Anche il Friuli Venezia Giulia si contraddistingue per una rappresentazione femminile non necessariamente connessa al protagonismo delle donne negli eventi raccontati bensì imputabile alla scelta di dare la parola alle donne come esperte o come opinioniste, pur favorendole soprattutto in questo secondo ruolo, meno

²⁶ OSSERVATORIO DI PAVIA per il CO.RE.COM. LOMBARDIA, *Op. cit.*

²⁷ Allo scopo di comprendere le dinamiche sottese alla rappresentazione di genere, si è riportato nel grafico (8) un confronto ponderato fra donne e uomini, si sono calcolate le partizioni delle funzioni interne ai due gruppi (percentuale di colonna), ma le donne continuano ad essere, nel complesso, il 14,8% del campione

²⁸ Cfr CNEL-OSSERVATORIO DI PAVIA (2004), *Op. cit.*

prestigioso del primo. La Sardegna, infine, è la regione con la più alta concentrazione delle donne fra le protagoniste (96%); anche la distribuzione delle funzioni maschili presenta un'alta distribuzione del campione in questa categoria (89,8%), a dimostrazione del fatto che le emittenti sarde ricorrono poco, meno della altre, alle interviste nei servizi. Tuttavia, i dati relativi alle funzioni altre dal "protagonista" mostrano una chiara asimmetria di genere, con una netta prevalenza di uomini esperti, da un lato (9,6% vs l'1% delle donne), e di donne testimoni (3% vs 0% degli uomini), dall'altro.

Tabella 16 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) – Valle d'Aosta

Regione Valle d'Aosta	Donne	Uomini	Totale
Protagonista	100	88,8	89,3
Esperto, commentatore ...		11,2	10,7
Totale	100	100	100

Base: 140 soggetti, di cui 6 donne e 134 uomini

Tabella 17 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Piemonte

Regione Piemonte	Donne	Uomini	Totale
Protagonista	80,0	50,6	55,1
Opinione popolare	13,3	8,4	9,2
Esperto, commentatore ...	6,7	41,0	35,7
Totale	100	100	100

Base: 98 soggetti, di cui 15 donne e 83 uomini

Tabella 18 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Lombardia

Regione Lombardia	Donne	Uomini	Totale
Protagonista	60,9	72,0	69,4
Esperto, commentatore ...	26,1	25,3	25,5
Testimone oculare	8,7	2,7	4,1
Opinione popolare	4,3		1,0
Totale	100	100	100

Base: 98 soggetti, di cui 23 donne e 75 uomini

Tabella 19 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) – Friuli Venezia Giulia

Regione Friuli Venezia Giulia	Donne	Uomini	Totale
Protagonista	66,7	74,3	73,6
Opinione popolare	23,8	11,0	12,3
Esperto, commentatore ...	9,5	14,7	14,2
Totale	100	100	100

Base: 212 soggetti, di cui 21 donne e 191 uomini

Tabella 20 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Toscana

Regione Toscana	Donne	Uomini	Totale
Protagonista	75,0	70,7	71,4
Esperto, commentatore ...	10,7	23,6	21,4
Esperienza personale	7,1		1,2
Opinione popolare	7,1	5,7	6,0
Totale	100	100	100

Base: 168 soggetti, di cui 28 donne e 140 uomini

Tabella 21 Soggetti nelle notizie: funzioni di donne e uomini (%) - Sardegna

Regione Sardegna	Donne	Uomini	Totale
Protagonista	96,0	89,8	90,9
Testimone oculare	3,0		0,5
Esperto, commentatore ...	1,0	9,6	8,1
Esperienza personale		0,6	0,5
Totale	100	100	100

Base: 591 soggetti, di cui 100 donne e 491 uomini

3.3 Professioni e posizioni sociali

La complessità del mondo femminile poco visibile, specialmente in alcune realtà televisive regionali, risulta essere anche poco valorizzata in termini di professioni/posizioni sociali rappresentate. La tabella 22, infatti, mette in luce alcuni nodi critici della rappresentazione televisiva, seppure emergono alcuni segnali di cambiamento in un senso favorevole alle donne. Le professioni/posizioni sociali rappresentate dalle donne continuano a essere numericamente inferiori a quelle degli uomini, il mondo maschile appare più variegato e rappresentativo di tutte le sfere dell'agire sociale. Le donne visibili nei notiziari continuano poi a essere prevalentemente concentrate – in misura superiore agli uomini – nella categoria della casalinga/genitore e della celebrità/artista, anche se la categoria che le rappresenta di più è quella della professione politica. Ed è questo un risultato positivo, sebbene non del tutto nuovo e facilmente interpretabile, alla luce del fatto che l'impronta dei telegiornali italiani è marcatamente politica, per cui, in generale, i/le rappresentanti della vita politica sono i soggetti che hanno la maggiore visibilità. Rappresenta una novità molto positiva, invece, la scarsa percentuale di donne nella professione/posizione sociale non esplicitata, solo il 3,6% dei casi, poco più dei casi maschili (2,7%), una percentuale ridottissima rispetto ai valori del 20-25% rilevati in altre ricerche²⁹, in cui si sottolineava l'aspetto critico di questo dato: una visibilità femminile spogliata dell'identità professionale o sociale relega la donna nel privato, la esclude virtualmente dalla vita pubblica, da quella del lavoro o della cittadinanza che conferiscono riconoscibilità professionale e/o sociale.

Tabella 22 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%)

	Donne	Uomini	Totale
Governante, politico ...	31,1	40,4	39,1
Casalinga/o, genitore ...	11,9	0,4	2,1
Bambino, adolescente (fino a 18 anni)	8,8	0,3	1,5
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante ..	6,7	3,7	4,1
Professionista ambito Sanitario e Sociale	6,7	2,0	2,7
Abitante generico di un paese	4,7	2,4	2,8
Accademico, educatore ...	4,7	1,2	1,7

²⁹ Si vedano i risultati delle tre diverse edizioni internazionali del *GMMP*, in MARGARET GALLAGHER, *Opere cit.*, i risultati del *GMMP* Italia, in MONIA AZZALINI, *Op. cit.*, e la ricerca CNEL-OSSERVATORIO DI PAVIA (2004), *Op. cit.*

Commerciante, artigiano, operaio ...	4,1	2,0	2,3
Sportivo, atleta, giocatore, allenatore ...	4,1	12,6	11,3
Altro	3,6	2,7	2,8
Non esplicitata	3,6	2,6	2,8
Professionista ambito Media e Cultura	3,6	1,7	2,0
Affarista, economista, imprenditore ...	2,6	5,8	5,4
Attivista o lavoratore in associazioni o ONG ...	1,0	4,9	4,4
Studente, allievo, scolaro ...	1,0	0,1	0,2
Criminale, sospetto di reato, carcerato ...	0,5	5,3	4,6
Impiegato d'ufficio o nei servizi ...	0,5	0,6	0,6
Professionista ambito Legale e Giuridico	0,5	3,3	2,9
Pensionato		1,1	0,9
Poliziotto, militare ...		4,6	3,9
Professionista ambito Scientifico e Tecnologico		2,0	1,7
Religioso, prete, rabbino, mullah, suora ...		0,4	0,4
Totale	100	100	100

Base 1308 soggetti

Tabella 23 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) – Valle d'Aosta

Regione Valle d'Aosta	Donne	Uomini	Totale
Governante, politico ...	50,0	80,6	79,3
Professionista ambito Media e Cultura	50,0		2,1
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante ..		9,0	8,6
Impiegato d'ufficio o nei servizi ...		3,7	3,6
Professionista ambito Sanitario e Sociale		2,2	2,1
Affarista, economista, imprenditore ...		1,5	1,4
Attivista o lavoratore in associazioni o ONG ...		1,5	1,4
Poliziotto, militare ...		1,5	1,4
Totale	100	100	100

Base: 140 soggetti, di cui 6 donne e 134 uomini

Tabella 24 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Piemonte

Regione Piemonte	Donne	Uomini	Totale
Sportivo, atleta, giocatore, allenatore ...	53,3	7,2	14,3
Governante, politico ...	20,0	54,2	49,0
Abitante generico di un paese	13,3	7,2	8,2
Attivista o lavoratore in associazioni o ONG ...	6,7	8,4	8,2
Professionista ambito Media e Cultura	6,7	3,6	4,1
Professionista ambito Legale e Giuridico		9,6	8,2
Affarista, economista, imprenditore ...		8,4	7,1
Commerciante, artigiano, operaio ...		1,2	1,0
Totale	100	100	100

Base: 98 soggetti di cui 15 donne e 83 uomini

Tabella 25 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Lombardia

Regione Lombardia	Donne	Uomini	Totale
Governante, politico ...	30,4	28,9	29,3
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante ..	26,1	3,9	9,1
Affarista, economista, imprenditore ...	21,7	15,8	17,2
Abitante generico di un paese	8,7		2,0
Criminale, sospetto di reato, carcerato ...	4,3	10,5	9,1

Commerciante, artigiano, operaio ...	4,3	7,9	7,1
Impiegato d'ufficio o nei servizi ...	4,3	1,3	2,0
Altro		9,2	7,1
Poliziotto, militare ...		6,6	5,1
Religioso, prete, rabbino, mullah, suora ...		5,3	4,0
Attivista o lavoratore in associazioni o ONG ...		3,9	3,0
Professionista ambito Media e Cultura		3,9	3,0
Professionista ambito Legale e Giuridico		1,3	1,0
Professionista ambito Sanitario e Sociale		1,3	1,0
Totale	100	100	100

Base: 99 soggetti, di cui 23 donne e 76 uomini

Tabella 26 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) – Friuli Venezia Giulia

Regione Friuli Venezia Giulia	Donne	Uomini	Totale
Abitante generico di un paese	23,8	11,0	12,3
Commerciante, artigiano, operaio ...	23,8	0,5	2,8
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante ..	9,5	7,9	8,0
Professionista ambito Media e Cultura	9,5	3,7	4,2
Governante, politico ...	4,8	47,1	42,9
Attivista o lavoratore in associazioni o ONG ...	4,8	7,3	7,1
Non esplicitata	4,8	2,6	2,8
Accademico, educatore ...	4,8	0,5	0,9
Professionista ambito Legale e Giuridico	4,8	0,5	0,9
Altro	4,8		0,5
Professionista ambito Sanitario e Sociale	4,8		0,5
Affarista, economista, imprenditore ...		5,2	4,7
Poliziotto, militare ...		4,2	3,8
Professionista ambito Scientifico e Tecnologico		3,7	3,3
Sportivo, atleta, giocatore, allenatore ...		2,6	2,4
Criminale, sospetto di reato, carcerato ...		2,1	1,9
Pensionato		1,0	0,9
Totale	100	100	100

Base: 212 soggetti, di cui 21 donne e 191 uomini

Tabella 27 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Toscana

Regione Toscana	Donne	Uomini	Totale
Professionista ambito Sanitario e Sociale	42,9	12,9	17,9
Altro	21,4	6,4	8,9
Governante, politico ...	10,7	20,7	19,0
Accademico, educatore ...	7,1	4,3	4,8
Commerciante, artigiano, operaio ...	7,1	3,6	4,2
Studente, allievo, scolaro ...	7,1	0,7	1,8
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante ..	3,6	0,7	1,2
Criminale, sospetto di reato, carcerato ...		7,1	6,0
Professionista ambito Scientifico e Tecnologico		0,7	0,6
Sportivo, atleta, giocatore, allenatore ...		16,4	13,7
Professionista ambito Legale e Giuridico		8,6	7,1
Attivista o lavoratore in associazioni o ONG ...		7,9	6,5
Affarista, economista, imprenditore ...		3,6	3,0
Casalinga/o, genitore ...		2,9	2,4
Bambino, adolescente (fino a 18 anni)		1,4	1,2

Professionista ambito Media e Cultura		1,4	1,2
Impiegato d'ufficio o nei servizi ...		0,7	0,6
Totale	100	100	100

Base: 168 soggetti, di cui 28 donne e 140 uomini

Tabella 28 Soggetti nelle notizie: professione/posizione sociale di donne e uomini (%) - Sardegna

Regione Sardegna	Donne	Uomini	Totale
Governante, politico ...	43,0	32,0	33,8
Casalinga/o, genitore ...	23,0		3,9
Bambino, adolescente (fino a 18 anni)	17,0	0,2	3,0
Non esplicitata	6,0	4,9	5,1
Accademico, educatore ...	6,0	1,2	2,0
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante ...	4,0	2,0	2,4
Professionista ambito Media e Cultura	1,0	0,8	0,8
Sportivo, atleta, giocatore, allenatore ...		21,6	17,9
Criminale, sospetto di reato, carcerato ...		7,5	6,3
Poliziotto, militare ...		7,3	6,1
Affarista, economista, imprenditore ...		5,9	4,9
Attivista o lavoratore in associazioni o ONG ...		3,7	3,0
Professionista ambito Legale e Giuridico		3,1	2,5
Altro		2,9	2,4
Professionista ambito Scientifico e Tecnologico		2,9	2,4
Pensionato		2,0	1,7
Commerciante, artigiano, operaio ...		1,8	1,5
Religioso, prete, rabbino, mullah, suora ...		0,2	0,2
Totale	100	100	100

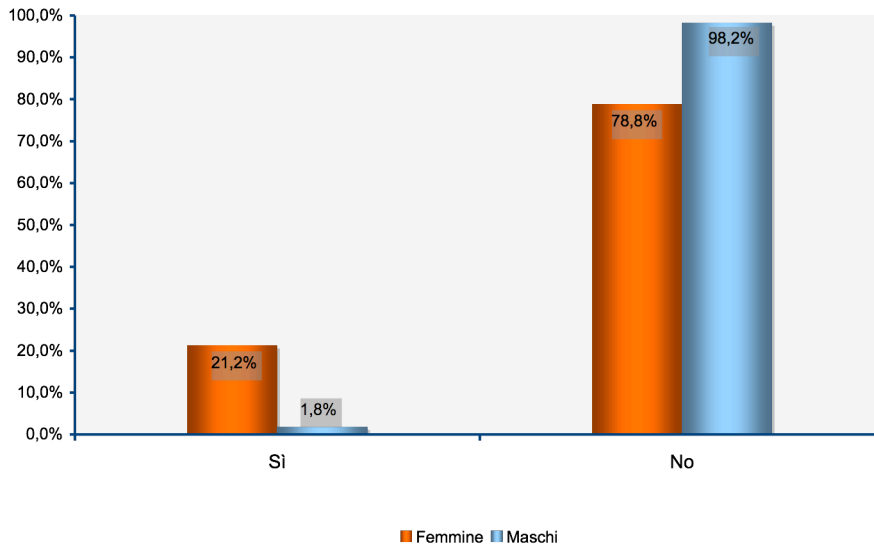
Base: 591 soggetti, di cui 100 donne e 491 uomini

3.4 Relazioni familiari

Un'area di indagine tradizionalmente ritenuta interessante nelle analisi sulla rappresentazione di genere riguarda la modalità di descrizione delle persone nelle notizie sulla base delle relazioni familiari. Molte ricerche³⁰ hanno infatti evidenziato una tendenza – che non ha corrispettivo maschile - a rappresentare le donne in quanto mogli, madri, sorelle o altra connotazione di parentela, fornendone così un'immagine biografica iscritta nella dimensione privata piuttosto che in quella pubblica. Una rappresentazione che rinforza implicitamente lo stereotipo che l'ambito di elezione femminile sia quello familiare. Il campione di notiziari analizzati rileva una percentuale piuttosto consistente di donne descritte secondo questa modalità (più del 20%), seppure non in maniera esclusiva, vi è infatti anche una esigua percentuale di soggetti maschi rappresentati sulla base delle relazioni familiari (1,8%).

³⁰ *Ibidem*

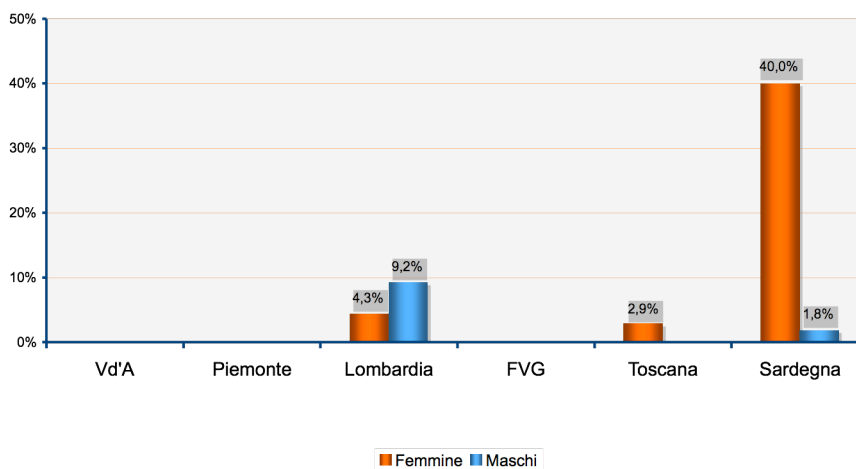
Grafico 9 Soggetti nelle notizie: donne e uomini descritti sulla base di relazioni familiari (%)



Base: 1308 soggetti di cui 193 donne e 1115 uomini

L'analisi dei dati regione per regione evidenzia come vi siano emittenti che non ricorrono mai a questo tipo di descrizione - quelle di Valle d'Aosta, Piemonte e Friuli Venezia Giulia -, emittenti - quelle lombarde - che vi ricorrono in modo non discriminatorio per le donne, presentate meno degli uomini sulla base di relazioni familiari e, infine, emittenti - quelle sarde - che utilizzano frequentemente questa modalità di rappresentazione per le donne, servendosene nel 40% dei casi.

Grafico 10 Soggetti nelle notizie: donne e uomini descritti sulla base di relazioni familiari per regione (%)

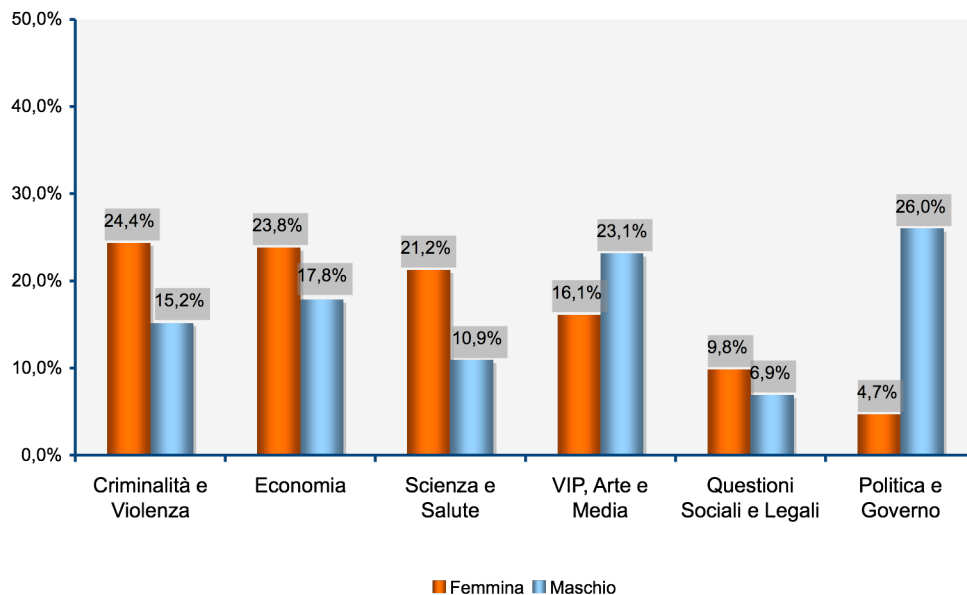


Base: 41 soggetti di cui 41 donne e 20 uomini

3.5 Vittime e sopravvissuti

L'ultima variabile considerata in relazione alla modalità di descrizione dei soggetti nelle notizie rileva la presenza/assenza di un fenomeno tradizionalmente criticato dagli studi sulla rappresentazione di genere nei media, consistente nel raffigurare le donne come vittime o sopravvissute³¹ – che è sempre un modo di considerarle vittime. L'aspetto critico di questo fenomeno consiste nel rafforzare lo stereotipo del “sesso debole”, della donna come inerme, indifesa. Due sono le modalità attraverso cui la televisione consolida questo pregiudizio: a livello di agenda, la scelta di notizie di cronaca che danno visibilità alle donne nel ruolo di vittime o sopravvissute (a incidenti, rapine, violenze, etc.); a livello di costruzione della notizia, il ricorso a immagini o a un linguaggio che nel rappresentare profili femminili ne sottolineano la fragilità, allo scopo perlopiù di drammatizzare gli eventi, di ammantare le notizie di commozione e *pathos*. La distribuzione dei soggetti nelle notizie distinte per area tematica consente di verificare il primo livello, essendo le storie di criminalità e violenza quelle che prevalentemente, anche se non esclusivamente, hanno come protagonisti delle vittime.

Grafico 11 Soggetti nelle notizie: distribuzione di donne e uomini per aree tematiche (%)



Base: 1308 soggetti di cui 193 donne e 1115 uomini

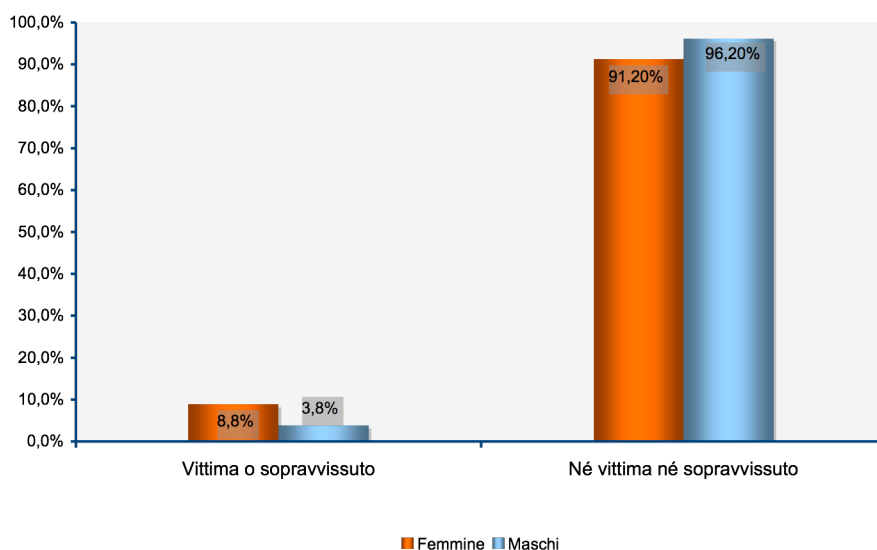
Come evidenzia il grafico 11, le notizie di criminalità e violenza sono quelle che concentrano maggiormente soggetti di sesso femminile, anche se non necessariamente nel ruolo di

³¹ Cfr l'ultima edizione del *GMMP*, in MARGARET GALLAGHER (2005), *Op. cit.*, pp. 43-47

vittime, poiché tradizionalmente la cronaca nera coinvolge anche criminali, poliziotti o altri rappresentanti delle forze dell'ordine, avvocati, giudici o altri legali, testimoni. Se si considerano i risultati più sopra esposti e relativi alle professioni/posizioni sociali dei soggetti³², tuttavia, le donne appaiono meno rappresentate degli uomini sia fra i criminali (donne 0,5%, uomini 5,3%), sia fra le forze dell'ordine (donne 0%, uomini 4,6%), sia fra i professionisti dell'ambito legale e giuridico (donne 0,5%, uomini 3,3%); solo nel ruolo del testimone³³ presenziano in misura maggiore rispetto agli uomini (2,6% vs 0,2%). E' dunque legittimo ipotizzare che la maggior parte delle donne concentrate nell'area tematica "criminalità e violenza" giochi il ruolo della vittima.

La rilevazione diretta delle variabili "vittima" e "sopravvissuto" consente di verificare a livello di costruzione della notizia quanto giornaliste e giornalisti abbiano rimarcato il ruolo di vittima per soggetti femminili, presentandoli esplicitamente come tali oppure ricorrendo a immagini o testi narrativi evocanti pietismo, compassione, pena o altri sentimenti di natura simile.

Grafico 12 Soggetti nelle notizie: donne e uomini descritti come vittime o sopravvissuti (%)



Base: 1308 soggetti di cui 193 donne e 1115 uomini

Come risulta evidente dal grafico, l'informazione locale non esaspera i toni della cronaca nera, ricorrendo in generale poco alla rappresentazione stereotipata della vittima, pur avendo in agenda molte e diverse notizie di criminalità e violenza³⁴, tuttavia le donne appaiono più degli uomini rappresentate secondo questa modalità. Fenomeno che caratterizza quasi tutte le realtà regionali analizzate (tabelle dalla 29 alla 34), ne sono infatti esenti solo la Valle

³² Si veda la tabella 22

³³ Grafico 8

³⁴ Tabella 4

d'Aosta, che non ricorre in nessun caso alla descrizione dei soggetti come vittime, e la Lombardia, che si distingue per rappresentare più uomini che donne nel ruolo della vittima o del sopravvissuto.

Tabella 29 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) – Valle d'Aosta

Regione Valle d'Aosta	Donne	Uomini
Vittima o sopravvissuto	0	0
Né vittima né sopravvissuto	100	100

Base: 140 soggetti, di cui 6 donne e 134 uomini

Tabella 30 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Piemonte

Regione Piemonte	Donne	Uomini
Vittima o sopravvissuto	13,3	100
Né vittima né sopravvissuto	86,7	0

Base: 98 soggetti, di cui 15 donne e 83 uomini

Tabella 31 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Lombardia

Regione Lombardia	Donne	Uomini
Vittima o sopravvissuto	4,3	15,8
Né vittima né sopravvissuto	95,7	84,2

Base: 100 soggetti, di cui 23 donne e 77 uomini

Tabella 32 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) – Friuli Venezia Giulia

Regione Friuli Venezia Giulia	Donne	Uomini
Vittima o sopravvissuto	8,8	96,9
Né vittima né sopravvissuto	91,2	3,1

Base: 354 soggetti, di cui 68 donne e 286 uomini

Tabella 33 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Toscana

Regione Toscana	Donne	Uomini
Vittima o sopravvissuto	7,1	3,6
Né vittima né sopravvissuto	92,9	96,4

Base: 168 soggetti, di cui 28 donne e 140 uomini

Tabella 34 Soggetti nelle notizie: donne e uomini vittime e sopravvissuti (%) - Sardegna

Regione Sardegna	Donne	Maschi
Vittima o sopravvissuto	6,0	3,3
Né vittima né sopravvissuto	94,0	96,7

Base: 591 soggetti, di cui 100 donne e 491 uomini

Uno sguardo, infine, ai dati sulla distribuzione dei soggetti nelle notizie distinte per area tematica, regione per regione, riportati nella tabella seguente, mostra alcuni risultati interessanti. I telegiornali piemontesi registrano una concentrazione di uomini maggiore di quella femminile nell'area tematica d'elezione per vittime e sopravvissuti, "criminalità e violenza" (tabella 35) ma presentano solo casi di vittime donne e nessun caso maschile

(tabella 30). I notiziari toscani non registrano alcuna presenza femminile nell'area tematica "criminalità e violenza" (tabella 35), eppure descrivono come vittime il 7,10% delle femmine e il 3,6% dei maschi (tabella 33). Entrambi i casi sono indicatori di un'informazione che ricorre alla rappresentazione della vittima in maniera discriminante o impropria, comunque a sfavore della donna.

Tabella 35 Soggetti nelle notizie: distribuzione di donne e uomini per aree tematiche per regione (%)

		Criminalità e Violenza	Economia	Politica e Governò	Questioni Sociali e Legali	Scienza e Salute	VIP, Arte e Media	Totale
Vd'A	Donne					100		100
	Uomini		14,9	53,7	1,5	15,7	14,2	100
Piemonte	Donne	20,0		20,0			60,0	100
	Uomini	26,5		57,8			15,7	100
Lombardia	Donne	17,4	8,7		26,1		47,8	100
	Uomini	39,5	21,1	9,2	13,2		17,1	100
FVG	Donne	38,1		23,8		14,3	23,8	100
	Uomini	8,4	15,7	39,3	17,8	0,5	18,3	100
Toscana	Donne		17,9		14,3	64,3	3,6	100
	Uomini	12,1	14,3	2,9	6,4	34,3	30,0	100
Sardegna	Donne	32,0	39,0	1,0	9,0	14,0	5,0	100
	Uomini	17,1	23,0	17,1	4,5	10,6	27,7	100

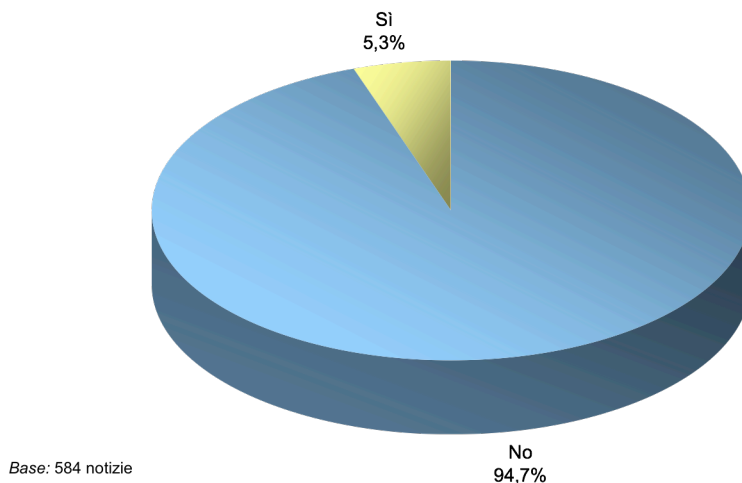
Base: tabella 15

4. DENTRO LA NOTIZIA

L'ultima parte dell'indagine riguarda la centralità delle donne nelle notizie, la trattazione esplicita di questioni relative all'uguaglianza fra donne e uomini e la presenza di stereotipi di genere, tre aspetti dell'informazione locale rilevati attraverso tre variabili predisposte per cogliere in modo diretto, sulla base di elementi espliciti individuati nel testo televisivo, il grado di sensibilità dell'informazione monitorata verso le tematiche di genere.

4.1 Centralità femminile

Grafico 13 Centralità femminile nelle notizie (%)



Le notizie incentrate su protagoniste donne o su questioni femminili coprono poco più del 5% dell'informazione monitorata, una percentuale molto scarsa che, da un lato, conferma una sotto-rappresentanza televisiva delle donne – essendo, secondo i dati demografici, più della metà della popolazione italiana³⁵, ci si attenderebbe un 50% di soggetti femminili e, se non un 50% di notizie focalizzate su di loro, poiché non è ragionevole ipotizzare una partizione netta della centralità fra i due sessi, essendovi anche notizie che non riguardano le persone (per esempio le previsioni del tempo o le notizie di borsa e mercati), almeno un valore meno risibile - e, dall'altro, ne indica una marginalizzazione. Non solo, infatti, i soggetti femminili sono in netta minoranza rispetto a quelli maschili (14,8% vs 85,2%³⁶), le donne – come

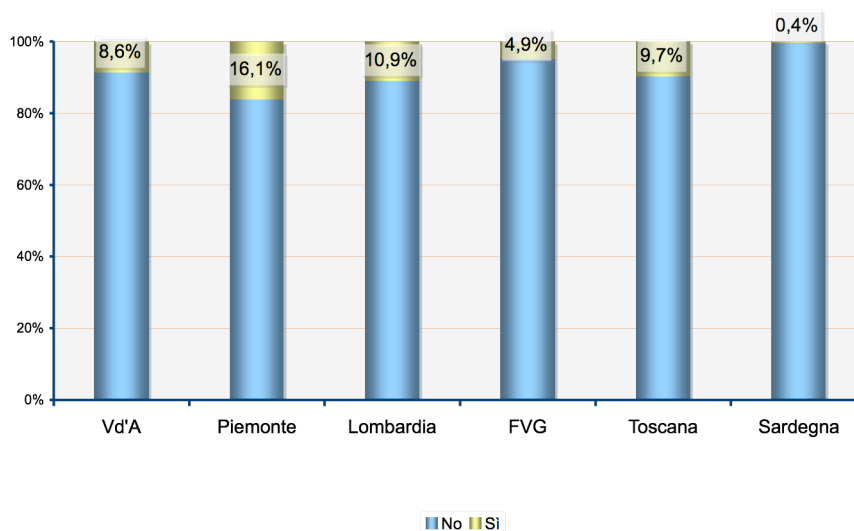
³⁵ Secondo i più recenti dati ISTAT, le donne in Italia costituiscono il 51% della popolazione, nel 2005 erano 30.224.823 su una popolazione complessiva di 58.751.711 abitanti. Fonte <http://demo.istat.it/bil2005/index.html>

³⁶ Grafico 6

genere – sono altresì meno rilevanti nell'informazione; includendo – come si è fatto attraverso la variabile “centralità femminile” - le notizie che non vertono necessariamente su soggetti individuali ma sono comunque relative a gruppi di donne, alle donne in generale o alle questioni di genere³⁷, il genere femminile non risulta rappresentato quanto quello maschile, anzi, la variabile che ne coglie in modo diretto la centralità nelle notizie mostra chiaramente come le donne anche quando sono visibili sono raramente i personaggi principali delle storie raccontate³⁸.

Se si esaminano i risultati regione per regione (grafico 14), risulta evidente che la Sardegna, con una scarsissima percentuale di notizie incentrate sulle donne (0,4%) e con il più alto numero di notizie fra tutte le regioni (tabella 2), influisce sul dato complessivo, contribuendo al ribasso della media, superata da tutte le altre regioni, eccetto che dal Friuli Venezia Giulia.

Grafico 14 Centralità femminile nelle notizie per regione (%)



Base: tabella 2

Allo scopo di comprendere meglio i risultati relativi alle tre variabili rilevate nella terza parte della griglia di analisi, sono state raccolte anche alcune osservazioni di tipo qualitativo, alcune delle quali risultano opportune, anzitutto, per leggere più chiaramente il grafico 14. Come si è più sopra spiegato, seguendo le prescrizioni metodologiche, la centralità femminile è stata rilevata sia per notizie incentrate su qualche figura femminile, sia per notizie incentrate su gruppi di donne o questioni femminili o di genere. Se nel primo caso,

³⁷ La metodologia prevede la classificazione solo di soggetti individuali, non di gruppi di persone; per cui a titolo di soggetto le donne rilevate come genere o in gruppo non risultano nel computo complessivo dei soggetti. La variabile “centralità femminile” consente comunque di conteggiare sia le notizie in cui qualche soggetto femminile individuale è centrale nella storia, sia le notizie relative a gruppi di donne o alle donne considerate come genere

³⁸ Si ricorda che nel corso dell'indagine, sono stati classificati e definiti “protagonisti” tutti i soggetti di cui parlano le notizie, anche se solo citati

l'informazione televisiva contribuisce a dare visibilità all'agire delle donne, nel secondo caso, essa può portare all'attenzione del pubblico questioni tipicamente femminili (diritti delle donne, violenze sulle donne, problemi di conciliazione dei tempi, etc.), favorendo l'ingresso nell'agenda sociale di un tema spesso prioritario solo per addette/i ai lavori.

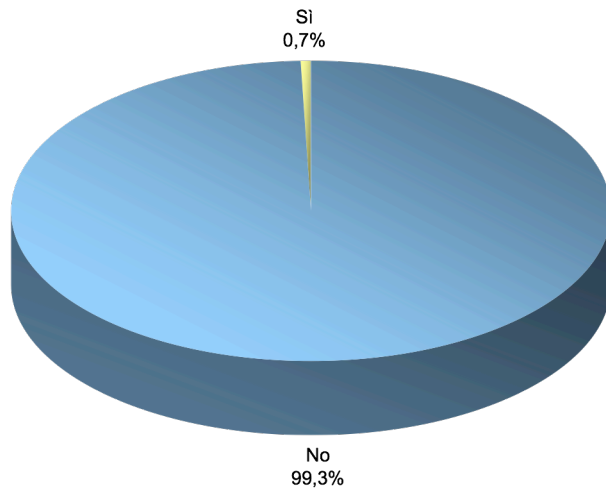
Le notizie che registrano una centralità femminile nelle regioni Piemonte e Toscana sono del primo tipo, riguardano donne protagoniste di eventi notiziati: le reazioni della presidente della regione Piemonte alla crisi del governo Prodi, la presenza a Torino di Carolina Kostner come *testimonial* di un'automobile, il malessere dell'allenatrice del Torino calcio femminile e, per le emittenti toscane, la notizia relativa a un caso di trapianti infetti da HIV a causa dell'errore di trascrizione di analisi da parte di una biologa. Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia e Sardegna si contraddistinguono invece per notizie relative a questioni femminili: tutte e due le regioni del nord riportano i dati ISTAT sulle violenze alle donne, dando visibilità a un grave problema spesso dimenticato dai media, la Valle d'Aosta, limitandosi a un bollettino di dati, regione per regione, il Friuli Venezia Giulia, approfondendo l'argomento con un'intervista alla responsabile dell'associazione "Zero tolerance". La propensione valdostana a un'informazione piuttosto essenziale e concisa caratterizza anche la seconda notizia con centralità femminile, che riferisce i numeri delle donne militari al centro alpini di Aosta. Il Friuli Venezia Giulia, con notiziari più articolati e mirati all'approfondimento delle notizie, fa vertere l'attenzione su una seconda questione che riguarda soprattutto le donne, dando la notizia di un nuovo servizio sanitario, che mette a disposizione dell'ospedale di Pordenone i medici dell'ospedale di Udine per interventi di chirurgia plastica, di cui potranno usufruire soprattutto le donne per la ricostruzione del seno, in caso di asportazione mammaria. Anche la Sardegna riferisce una notizia che porta nelle case dei telespettatori una questione tipicamente femminile, quella della conciliazione dei tempi (di lavoro, per sé, per la famiglia), riferendo di un'iniziativa della provincia di Cagliari.

La Lombardia registra, infine, una percentuale di notizie incentrate sulle donne, soprattutto, dedicandosi alle sfilate di moda milanese, che sono sia un'occasione per dare visibilità alle donne come modelle, come stiliste, come *target*, sia l'opportunità per affrontare un tema che riguarda soprattutto le donne, quello dell'anoressia come "effetto collaterale" dell'aspirazione a un ideale di bellezza che è magrezza, che emerge come tema in un paio di servizi, senza però essere approfondito – un'occasione, quindi, di fatto mancata per trattare una "tipica" questione femminile.

4.2 Uguaglianza/disuguaglianza di genere

Alcune delle notizie focalizzate sulle donne si prestano evidentemente alla tematizzazione della pari opportunità di genere, rilevata direttamente attraverso la variabile “uguaglianza/disuguaglianza”.

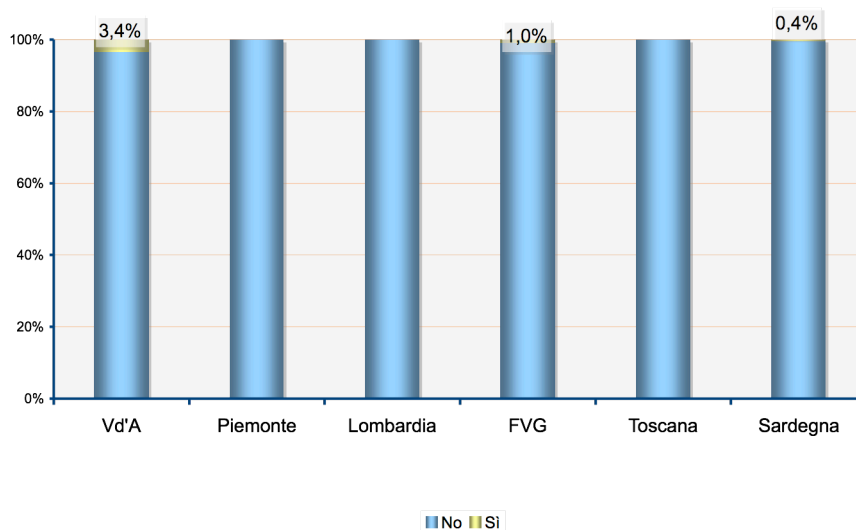
Grafico 15 Tematizzazione dell'Uguaglianza/Disuguaglianza di genere nelle notizie (%)



Base: 584 notizie

I risultati della ricerca (grafico 15) evidenziano uno spazio informativo dedicato a questioni di uguaglianza di genere quasi nullo, meno dell'1%, segno che anche le poche occasioni di un'informazione *gender oriented* vengono mancate dal giornalismo locale, seppure le donne vi partecipino in modo rilevante.

Grafico 16 Tematizzazione dell'Uguaglianza/Disuguaglianza di genere nelle notizie per regione (%)



Base: tabella 2

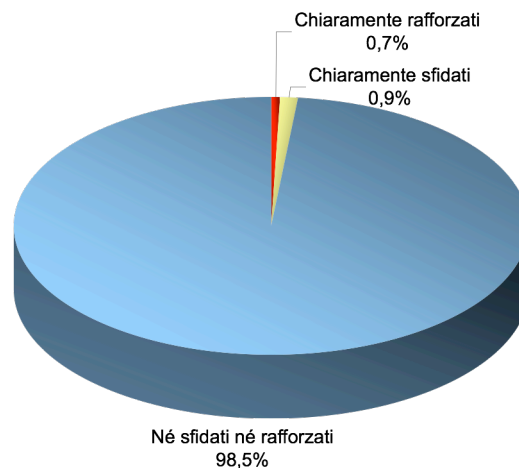
I risultati regione per regione mostrano come solo i notiziari della Valle d'Aosta, del Friuli Venezia Giulia e della Sardegna, peraltro tre regioni con un volto giornalistico non

prevalentemente femminile, si occupino direttamente di questioni di uguaglianza fra donne e uomini.

4.3 Stereotipi

L'aspetto più critico dell'informazione campionata riguarda certamente la scarsa visibilità riservata alle donne, sia come singole persone, sia, soprattutto, come gruppo sociale; dato sconcertante, se posto in relazione ai dati che registrano, soprattutto fra i *reporter*, una buona presenza di donne giornaliste, evidentemente ancora “senza potere” – come dimostrano anche i risultati relativi agli stereotipi.

Grafico 17 Stereotipi di genere nelle notizie (%)

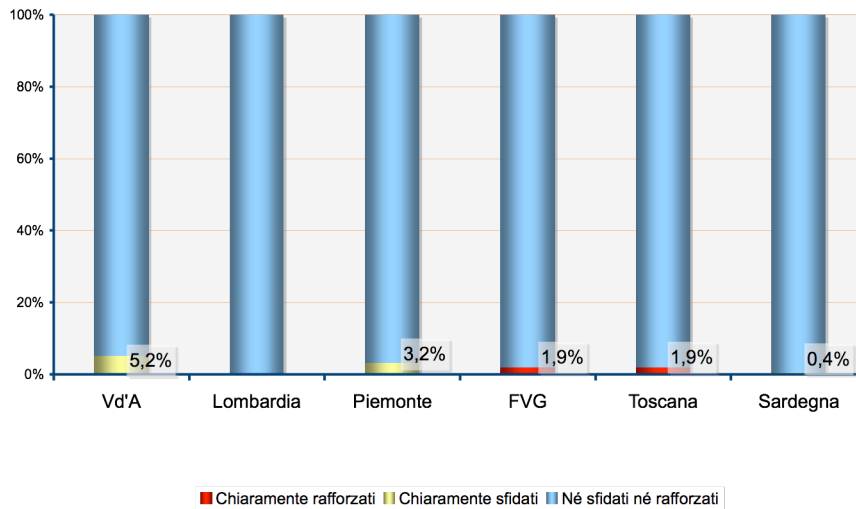


Base: 584 notizie

Se è vero che, nella maggior parte delle notizie, non ricorrono stereotipi di genere, è vero anche che solo raramente l'informazione diventa un'occasione per sfidarli. A fronte di una giornalista – la conduttrice del telegiornale di Rete Saint Vincent – che declina al femminile l'appellativo consigliere riferito a un membro del consiglio regionale, sfidando una tenace abitudine linguistica che rinvia allo stereotipo della politica come “cosa da uomini”, vi sono ancora giornalisti – come il *reporter* di Telefriuli – che, raccogliendo l'opinione della gente su una crisi di governo, nell'incontrare coppie di donne e uomini, si rivolgono solo ai secondi, concorrendo a rafforzare il medesimo stereotipo. E' quest'ultimo un caso esemplare di giornalismo *male oriented* concorrente a veicolare messaggi non clamorosamente lesivi della dignità femminile, come, per esempio, le immagini di profonde scollature o gambe scosciate, evidentemente esposte alla critica di chi vi individua la riduzione della donna a oggetto

sessuale, ma altrettanto, se non maggiormente dannosi. Perché, se è pur vero che gli effetti sul pubblico di un giornalismo siffatto sono ancora da verificare, certo è che continuare a preferire gli uomini come rappresentanti dell'opinione popolare sulla vita politica del nostro paese e rivolgersi alle donne, preferibilmente ritratte durante la spesa al mercato, solo per un'opinione sull'aumento dei prezzi di frutta e verdura, non aiuta a promuovere nessuna cultura di genere, tanto meno a riequilibrare virtualmente le asimmetrie reali.

Grafico 18 Stereotipi di genere nelle notizie per regione (%)



CONCLUSIONE

Sintesi dei risultati

Giornaliste e giornalisti

- Sotto il profilo della conduzione, l'indagine rileva una minoranza femminile: le donne *speaker* dei telegiornali sono il 36,4% contro il 63,3% degli uomini.
- Il Friuli Venezia Giulia e il Piemonte rappresentano i due estremi della totale assenza e della presenza esclusiva di donne nella conduzione dei notiziari, le altre emittenti regionali si collocano fra questi due poli, registrando una ripartizione di visibilità, Toscana e Valle d'Aosta a favore delle donne, Lombardia e Sardegna a favore degli uomini.
- L'informazione locale mostra una maggiore apertura alle donne nel ruolo di *reporter*: le giornaliste rappresentano il 45,7% dei corrispondenti.
- In quattro regioni - Piemonte, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Lombardia - le donne corrispondenti superano gli uomini, raggiungendo addirittura, nelle prime due regioni, un valore superiore all'80%. Sardegna e Valle d'Aosta, invece, si contraddistinguono per una predominanza maschile, le donne responsabili dei servizi per la prima sono il 21,3% e per la seconda solo il 13,6%.
- Considerando nel complesso tutti i dati sui giornalisti (*speaker*, *reporter*, "altri giornalisti"), emergono quattro profili regionali: la Lombardia si contraddistingue per un certo equilibrio nella rappresentanza di genere dei giornalisti, Valle d'Aosta e Friuli Venezia Giulia mostrano una certa ambivalenza, favorendo le donne solo in uno dei ruoli professionali considerati, il Piemonte e la Toscana si contraddistinguono per un'ampia apertura alle donne giornaliste e la Sardegna, infine, è l'unica regione che presenta una certa chiusura alle professioniste donne.
- I risultati relativi agli argomenti di cui si occupano le corrispondenti evidenziano valori in linea con quelli emersi nelle indagini sui telegiornali nazionali: le donne sono meno delegate degli uomini alla politica, si occupano prevalentemente di arte, cultura e spettacolo e di educazione, anche se confermano il loro ingresso nello spazio dell'economia – condiviso però con i colleghi maschi – registrato da una recente ricerca sulle emittenti lombarde³⁹. Una novità è invece l'affidamento alle donne di notizie di sport e criminalità, anche se si tratta della criminalità non

³⁹ Cfr OSSERVATORIO DI PAVIA per il CO.RE.COM. LOMBARDIA, *Op. cit.*

violenta (“*soft*”), mentre sulle notizie di criminalità violenta (“*hard*”) la concentrazione maschile è maggiore.

- I risultati regione per regione evidenziano alcune novità positive che meritano di essere segnalate: la Lombardia, per esempio, registra una buona concentrazione delle donne sulla pagina politica, il 15,4% delle notizie femminili vertono su questo argomento, e in maniera esclusiva (non vi sono *reporter* uomini autori di *news* politiche). La politica anche è la prima tematica di cui si occupano le corrispondenti piemontesi e quelle friulane, non però in maniera esclusiva, molti sono, infatti, anche i corrispondenti di sesso maschile che coprono quest’area. Lombardia e Friuli Venezia Giulia si distinguono altresì per un’alta concentrazione delle corrispondenti donne su tematiche economiche: le notizie femminili relative all’economia sono il 38,5% (vs il 18,2% di quelle maschili), nel caso lombardo, e il 36,2% (vs lo 0% di quelle maschili), nelle emittenti friulane, in cui l’economia è appannaggio esclusivo delle donne.

Chi fa notizia: i soggetti dell’informazione

- Su 2245 soggetti classificati (persone di cui si parla o a cui si dà la parola nelle notizie), solo il 14,8% è di sesso femminile, risultato che indica una chiara sottorappresentazione delle donne nei telegiornali.
- Se si considerano le diverse regioni, Valle d’Aosta e Friuli Venezia Giulia registrano entrambe un dato al di sotto della media con una presenza femminile pari solo al 4,3%, la prima, e pari al 9,9%, la seconda. Superano la media in ordine crescente il Piemonte, con il 15,3% di soggetti femminili, la Toscana, con il 16,7%, la Sardegna, con il 16,9% e la Lombardia, con la più alta presenza di soggetti donna, 23,2%.
- L’analisi sulle funzioni ricoperte da donne e uomini a confronto evidenzia come, nella maggioranza dei casi, la visibilità mediatica delle donne dipende dal loro coinvolgimento diretto in fatti che hanno superato la soglia della notiziabilità e sono entrati nell’agenda dell’informazione: nell’84,5% dei casi esse sono presenti nelle notizie come protagoniste. Gli uomini, invece, riescono ad avere una visibilità mediale, anche se non realmente coinvolti negli eventi notiziati.
- I soggetti di sesso maschile, inoltre, risultano più rappresentati, rispetto alle donne, dalla categoria degli esperti (nel 15,8% dei casi vs il 6,7% dei casi femminili), ruolo prestigioso, perlopiù esercitato in funzione di una professionalità o di uno *status* sociale. Le donne, invece, sono rappresentate più degli uomini, in funzioni medialità di scarso prestigio quali l’opinione popolare, la testimonianza e l’esperienza personale: ruoli che non richiedono né *status* né professionalità.

- Fra le regioni, le emittenti lombarde e quelle friulane mostrano di dare visibilità alle donne anche quando non sono coinvolte negli eventi notiziati (come testimoni o rappresentanti di opinione popolare). Il Piemonte si contraddistingue per una marcata asimmetria di genere fra gli esperti donne e uomini, a netto sfavore delle prime (il 6,7% contro il 41%). Anche la Toscana registra uno squilibrio fra esperte (10,7%) ed esperti (23,6%). La Lombardia, invece, registra un buon equilibrio di genere, con un leggero vantaggio femminile (il 26,1% contro il 25,3% degli uomini).
- L'analisi correlata dei risultati sulla visibilità di genere nei telegiornali e sulle funzioni svolte da donne e uomini nelle notizie dimostra come la presenza di donne giornaliste non favorisca né un'agenda dell'informazione più rappresentativa delle donne e dei loro ambiti di azione - l'84,5% delle donne protagoniste va infatti riportato alla base del 14,8% di donne complessivamente registrate nel campione - né un'informazione, indipendentemente dal tema in agenda, che dia spazio allo sguardo femminile – scarsa, infatti, è la presenza femminile in funzioni diverse dalla protagonista. I dati considerati regione per regione confermano l'ipotesi: le regioni dal volto giornalistico marcatamente femminile non sono quelle che registrano la più alta presenza delle donne fra i soggetti e non sono quelle che favoriscono una visibilità indipendente dal loro coinvolgimento reale nei fatti raccontati.
- La complessità del mondo femminile risulta essere anche poco valorizzata in termini di professioni/posizioni sociali rappresentate. Le professioni/posizioni sociali rappresentate dalle donne sono numericamente inferiori a quelle degli uomini, il mondo maschile appare più variegato e rappresentativo di tutte le sfere dell'agire sociale. Le donne visibili nei notiziari sono prevalentemente concentrate nella categoria della politica – risultato da interpretare alla luce della matrice politica dei notiziari italiani - della casalinga/genitore e della celebrità/artista. Va però segnalata come novità molto positiva la scarsa percentuale di donne nella professione/posizione sociale non esplicitata (3,6%) – categoria esposta a critica nella misura in cui segnala un'omissione d'identità sociale.
- Sotto il profilo della connotazione dei soggetti sulla base di relazioni familiari, si registra una percentuale piuttosto consistente di donne descritte secondo questa modalità che riduce l'identità della persona a “privata” e “relativa” (più del 20%), seppure non in maniera esclusiva, vi è infatti anche una esigua percentuale di soggetti maschi rappresentati come padri, figli, fratelli o altra parentela (1,8%).
- L'analisi dei dati regione per regione evidenzia come vi sono emittenti che non ricorrono mai a questo tipo di descrizione - quelle di Valle d'Aosta, Piemonte e

Friuli Venezia Giulia –, emittenti - quelle lombarde - che vi ricorrono in modo non discriminatorio per le donne, presentate meno degli uomini sulla base di relazioni familiari e, infine, emittenti - quelle sarde - che utilizzano frequentemente questa modalità di rappresentazione per le donne, servendosene nel 40% dei casi.

- Per quanto riguarda la visibilità delle donne come vittime – che consolida il pregiudizio del sesso debole e indifeso -, le notizie di criminalità e violenza sono quelle che concentrano maggiormente soggetti di sesso femminile (24,4% vs il 15,2% di uomini) e la rappresentazione stereotipata della vittima, sebbene sia poco ricorrente nell'informazione monitorata, riguarda più le donne degli uomini (8,8% vs 3,8%)

Dentro la notizia: centralità, uguaglianza e stereotipi di genere

- Le notizie incentrate su protagoniste donne o su questioni femminili coprono poco più del 5% dell'informazione monitorata, percentuale che conferma una sottorappresentazione televisiva delle donne e ne indica una marginalizzazione.
- La Sardegna, con una scarsissima percentuale di notizie incentrate sulle donne (0,4%) e con il più alto numero di notizie fra tutte le regioni influisce sul dato complessivo, contribuendo al ribasso della media, superata da quasi tutte le regioni eccetto il Friuli Venezia Giulia (4,9%)
- Lo spazio dedicato alla trattazione diretta di questioni di uguaglianza di genere è quasi nullo, meno dell'1%, segno che anche le poche occasioni di un'informazione *gender oriented* vengono mancate dal giornalismo locale, seppure le donne vi partecipino in modo rilevante.
- I risultati regione per regione mostrano come solo i notiziari della Valle d'Aosta, del Friuli Venezia Giulia e della Sardegna, peraltro tre regioni con un volto giornalistico non prevalentemente femminile, si occupino direttamente di questioni di uguaglianza fra donne e uomini.
- Infine, se è vero nella maggior parte delle notizie analizzate non ricorrono stereotipi di genere, è vero anche che solo raramente l'informazione diventa un'occasione per sfidarli.

BIBLIOGRAFIA

- ANCORPARI - AUDISAT – NUMIDIA (a cura di), *Prospettive di genere e linguaggi della TV digitale*, ComEdit 2000, Milano 2004
- AZZALINI M., “Chi fa notizia? Il rapporto Italia GMMP 2005”, in *Donne e Comunicazione*, numero monografico della rivista *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, Anno XXXVI, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 13-23
- BADINTER E., *Fausse Route*, Éditions Odile Jacob, Paris 2003, trad. it. *La strada degli errori. Il pensiero femminista al bivio*, Feltrinelli, Milano 2004
- BARCA F. (a cura di), *Le TV invisibili. Storia ed economia del settore televisivo locale*, Rai Eri ZONE, Roma 2007
- BARCA F., NOVELLA P., *TV locali in Italia. Organizzazione e programmi*, Roma, Rai Eri, VQPT n. 145, 1997
- BENTIVEGNA S., *Mediare la realtà*, Franco Angeli, Milano 1995
- BIMBI F. (a cura di), *Differenze e disuguaglianze. Prospettive per gli studi di genere in Italia*, Il Mulino, Bologna 2003
- BOLLA L., CARDINI F., *Carne in scatola. La rappresentazione del corpo nella televisione italiana*, Rai Eri, VQPT n. 170, Roma 1999
- BUONANNO M., “Donne e informazione: accesso potere e cambiamento”, in *Donne e Comunicazione*, numero monografico della rivista *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, Anno XXXVI, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 57-62
- BUONANNO M., *Visibilità senza potere. Le sorti progressive ma non magnifiche delle donne giornaliste italiane*, Liguori Editore, Napoli 2005
- BUONANNO M., *Giornaliste in Italia: molta visibilità, poco potere*, "Problemi dell'informazione", 3, vol. XVIII, 1993, pp. 271-298
- BUONANNO M., *L'élite senza sapere. Uomini e donne nel giornalismo italiano*, Liguori, Napoli 1988
- BUONANNO M., *La donna nella stampa. Giornaliste, lettrici e modelli di femminilità*, Editori Riuniti, Roma 1978
- BURR V., *Gender and Social Psychology*, Routledge, London 1998, trad. it. *Psicologia delle differenze di genere*, Il Mulino, Bologna 2000, cap. V, "Rappresentazione e linguaggio", pp. 111-136
- CAPECCHI S., *Identità di genere e media*, Le Bussole, Carocci, Roma 2006
- CAPECCHI S. (a cura di) *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, numero monografico su *Donne e Media*, Anno XXXV, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna

CAPECCHI S., PALLOTTA C., “La rappresentazione di genere nei programmi di approfondimento e di attualità”, in CORNERO L. (a cura di), *Una, nessuna...a quando centomila?*, pp. 105-177

CENSIS-FONDAZIONE ATKINS, *Women and Media in Europe*, Roma 2006

CNEL – OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne, lavoro e TV. L'immagine della donna nei programmi d'informazione*, Roma 2004, sintesi consultabile su <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000046>

CNEL- OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne, lavoro, TV. La rappresentazione femminile nei programmi televisivi*, Documenti n. 11, Roma 2002

CO.RE.COM. FRIULI VENEZIA GIULIA, *Donne & Media. Ruolo e spazi della differenza di genere nel mondo costruito dai media* (Ricerca presentata a Trieste il 10 febbraio 2006),

CORNERO L., “Che genere di comunicazione? Uno sguardo sulle ricerche europee”, in *Donne e Comunicazione*, numero monografico della rivista *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, Anno XXXVI, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 26-32

CORNERO L. (a cura di), *Una, nessuna ... a quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*, Rai Eri, VQPT n. 184, Roma 2001

DEMARIA C., *Teorie di genere. Femminismo, critica postcoloniale e semiotica*, Bompiani, Milano 2003

DI CRISTOFARO LONGO G. (a cura di), *La disparità virtuale. Donne e mass media. Documenti della Conferenza di Pechino*, Armando Editore, Roma 1995

GALLAGHER M. (a cura di), *Who makes the news. Global Media Monitoring Project 2005*, WACC, London 2005

GALLAGHER M. (a cura di), *Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2000*, WACC, London 2000

GALLAGHER M. (a cura di), *Women's participation in the news. Global Media Monitoring 1995*, WACC, London 1995

GRIGNAFFINI G., *I generi televisivi*, Carocci, Roma 2004

HÉRITIER F., *Masculin/féminin II. Dissoudre la hiérarchie*, Éditions Odile Jacob, Paris 2002, trad. it. *Dissolvere la gerarchia. Maschile/femminile II*, Raffaello Cortina Editore, Milano 2004

LASAGNI M. C., RICHERI G., *Televisione e qualità. La ricerca internazionale. Il dibattito in Italia*, Rai Eri, VQPT n. 143, Roma 1996

LOSITO G., *Il potere del pubblico. La fruizione dei mezzi di comunicazione di massa*, Carocci, Roma 2002

LOSITO G., *Il potere dei media*, La Nuova Italia Scientifica e Carocci, Roma 1994

MARINI R., *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*, Laterza, Roma-Bari 2006

MCCOMBS M., SHAW B, "The agenda-setting function of the mass media" in *Public Opinion Quarterly*, 36, University Chicago Press 1972, trad. it. in SARA BENTIVEGNA *Mediare la realtà*, Franco Angeli, Milano 1995, pp. 61-74

METASTASIO R., *La scatola magica. TV, bambini e socializzazione*, Carocci, Roma 2002

MEYROWITZ J., *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*, Oxford University Press, New York 1985, trad. it. *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Baskerville, Bologna 1995, cap. XI, "Fusione tra maschile e femminile", pp. 307-372

MOLFINO F., *Donne, politica e stereotipi. Perché l'ovvio non cambia?*, Baldini Castoldi Dalai, Milano 2006

OSSERVATORIO DI PAVIA PER CO.RE.COM. LOMBARDIA, *TV locale e rappresentazione di genere. La rappresentazione femminile nelle emittenti televisive lombarde* (in corso di pubblicazione)

OSSERVATORIO DI PAVIA, *Analisi della visibilità televisiva delle donne politiche*, Rapporti 1996, 1997-98, 1999, 2000, 2004, consultabili su www.osservatorio.it

OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne e media. Principali aree di ricerca e di riflessione sul tema del Gender*, Fonte http://www.osservatorio.it/cont/gender/cont_gender.php

PIAZZA M.(a cura di), *TV in genere: presenze e immagini di donne in TV*, Coordinamento giornaliste RAI, (mimeo), Roma 1991

PICCONI STELLA S., SARACENO C. (a cura di), *Genere. La costruzione sociale del femminile e del maschile*, Il Mulino, Bologna 1996

POGGIO B. (a cura di), *Donne & media. Ricerca sulla percezione della figura femminile nei programmi televisivi*, AIART, Associazione Spettatori

RAI, Segretariato sociale e Rapporti con il pubblico, *Un anno di temi sociali nella programmazione RAI. Questioni femminili, analisi qualitativa dei programmi e delle rubriche*, RAI, Roma 2003

SILIATO F., "Gli uomini, le donne ed i telegiornali", in CORNERO L. (a cura di), *Una, nessuna ... a quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*, Rai Eri, VQPT n. 184, Roma 2001, pp. 87-103

ROSTI L., *Femina œconomica. Investire sulle donne conviene all'impresa*, Ediesse, Roma 1996

RUSPINI E., *Le identità di genere*, Carocci, Roma 2003

SABATINI A. (a cura di), *Il sessimo nella lingua italiana*, Commissione nazionale per la realizzazione della parità tra uomo e donna, Istituto poligrafico e zecca dello Stato, Roma 1987

VALENTINI C., *Le donne fanno paura*, Il Saggiatore, Milano 1997

WOLF M., *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano 1992

Allegato - METODOLOGIA E SCHEDA DI ANALISI DEI TELEGIORNALI⁴⁰

SOMMARIO

PREPARAZIONE

1. Cosa analizzare e codificare (le unità di osservazione)
2. Prima di iniziare l'analisi

SCHEDA DI ANALISI: SISTEMA DI CODIFICA

- A. Anagrafica
- B. Notizia
- C. Analisi dei contenuti
- D. Soggetti
- E. Commenti e spiegazioni

⁴⁰ Metodologia e scheda di analisi, redatte sotto forma di guida all'analisi, sono tradotte dalla *Television monitoring guide* del *GMMP 2005*, con l'apporto di alcune modifiche che tengono conto dell'ambito di applicazione a notiziari locali

PREPARAZIONE

1. Cosa analizzare e codificare (le unità di osservazione)

Analizzare:

- tutti i generi di notizie – politica, cronaca, esteri, istruzione, sanità, economia, intrattenimento, spettacolo, etc.
- notizie sportive – rilevarle solamente se all'interno del notiziario (non rilevare un programma interamente dedicato allo sport – es. Rubriche sportive)
- previsioni del tempo (Meteo) – rilevarle solamente se all'interno del notiziario, non rilevare le previsioni del tempo completamente separate dai notiziari – es. Rubrica Meteo).

Non analizzare:

- lanci di notizie o titoli: alcune notizie sono anticipate da brevi lanci nel corso del notiziario. Questi lanci non vanno codificati, mentre lo saranno ovviamente le notizie a essi collegati.
- Notizie in sovrapposizione. Alcuni notiziari presentano testi di notizie che scorrono in sovrapposizione, normalmente in fondo allo schermo, per aggiornamenti di notizie o notizie dell'ultima ora, mentre il giornalista o corrispondente presenta una notizia differente. Non rilevare il testo in sovrapposizione. Rilevare la notizia che è presentata dal giornalista o dal corrispondente.
- Pubblicità.

Nota: qualora vi sia un caso dubbio nella rilevazione, procedere nell'analisi e inserire una nota che spieghi il dubbio incontrato e segnalarlo al responsabile di progetto.

2. Prima di iniziare l'analisi

Per ognuna delle notizie si dovranno rilevare quattro tipi di informazioni:

(A) anagrafiche (data, rete, orario di trasmissione, conduttori);

(B) sulla notizia (tema);

(C) su contenuti rilevanti nelle rappresentazioni del genere, nella notizia;

(D) sui soggetti che appaiono nella notizia;

(E) e commenti e spiegazioni eventualmente utili a chiarimenti o informazioni ulteriori.

La scheda di analisi, parti A, B, C, D, è strutturata a voci chiuse e codificate, ogni variabile può assumere soltanto valori numerici o codificati ordinati in specifici elenchi. In altre parole, la scheda deve essere compilata come se fosse un questionario in cui per ogni domanda vi sono più risposte possibili ma tutte predefinite.

Nella sezione successiva di questa guida, il sistema di codifica spiega tutte le informazioni richieste dalla scheda, così come sono specificate tutte le possibili modalità di risposta.

SCHEMA DI ANALISI. SISTEMA DI CODIFICA

A. ANAGRAFICA

Compilare questa parte della scheda una sola volta per ogni TG.

Analista: codice individuale, assegnato a ogni analista.

Rete: emittente che trasmette il TG, sulla scheda va segnato il codice a cui corrisponde il nominativo, secondo l'elenco di seguito riportato.

- | | |
|----|----------------------------------|
| 1 | Rete Saint Vincent (Val d'Aosta) |
| 2 | Quartarete (Piemonte) |
| 3 | Rete 7 (Piemonte) |
| 4 | Telelombardia (Lombardia) |
| 5 | Telenova (Lombardia) |
| 6 | Telefriuli (FVG) |
| 7 | Telequattro (FVG) |
| 8 | Canale 10 (Toscana) |
| 9 | RTV38 (Toscana) |
| 10 | Sardegna 1 (Sardegna) |
| 11 | Videolina (Sardegna) |

Ora di inizio (del TG): scrivere l'orario di inizio del notiziario con il sistema delle 24 ore, es. 08.30, 13.00.

Numero dei conduttori: normalmente il notiziario televisivo avrà uno o due conduttori in studio. Il conduttore è la persona che presenta il notiziario e le singole notizie contenute. In questa parte della scheda di analisi, ricordarsi di scrivere (a) il numero di donne conduttrici, e (b) il numero di uomini conduttori dell'intero notiziario.

Nota: si devono includere solamente i conduttori. Non includere i corrispondenti o altri giornalisti.

B. NOTIZIA

Compilare questa parte della scheda una sola volta per ognuna delle notizie del TG.

1. Posizione notizia

Scrivere il numero che descrive la posizione della notizia all'interno del TG. Es. la prima notizia nel TG sarà codificata con 1; la quinta con 5.

2. Argomento

E' stata preparata una lista di 45 possibili argomenti, raggruppati in macrocategorie (Politica, Economia, etc.). Per ognuno dei 45 argomenti, viene esemplificata una serie di temi per semplificare l'operazione di classificazione delle notizie in argomenti appropriati. Per esempio, se la notizia riguarda la povertà, la questione della casa, il welfare, aiuti a bisognosi, si dovrà classificare la notizia utilizzando il codice 7. I temi proposti non sono esaustivi; quindi utilizzare lo stesso codice anche quando la notizia è su questioni simili – es. piani di demolizione di un'area dismessa, piano di riallocazione dei senza fissa dimora.

In ognuna delle macrocategorie, è stata inclusa una voce “Altro”. Usare questa categoria con parsimonia, solo come ultima scelta.

Scegliere l’argomento che meglio descrive il taglio della notizia. Ricordarsi che un singolo evento può essere riportato in forme/tagli diversi. Per esempio, l’attentato alla ferrovia di Madrid nel marzo 2004 in Spagna.

Un servizio su come gli attacchi sono stati condotti sarebbe Argomento = 34 Guerra, Guerra civile, terrorismo...

Un servizio su come l’evento possa influenzare le relazioni diplomatiche della Spagna con la Gran Bretagna e gli USA sarebbe Argomento = 2 Politica Estera...

Talvolta in uno stesso servizio saranno trattati diversi argomenti: scegliere quello che assume maggiore rilevanza – in termini di quantità di tempo o commento ad esso dedicato.

Elenco degli argomenti

Politica e Governo

- 1 Politica interna/governo (locale, nazionale), elezioni, discorsi politici, processo politico ...
- 2 Politica Estera e Internazionale, relazioni con altri paesi, negoziazioni e trattative, trattati, missioni di pace dell'ONU ...
- 3 Difesa nazionale, spese militari, addestramento militare, parate militari ...
- 4 Altre notizie di Politica

Economia

- 5 Politica economica, strategie, modelli (nazionali, internazionali) ...
- 6 Indicatori economici, statistiche, business, commercio, mercati ...
- 7 Povertà, politiche sulla casa, questioni sociali, Welfare, aiuti a bisognosi ...
- 8 Lavoro, scioperi, sindacati, trattative, occupazione, disoccupazione ...
- 9 Economia agricola, agricoltura, politiche agricole, diritti sulla terra ...
- 10 Questioni relative al consumo, protezione dei consumatori, regolamenti, prezzi, frodi ai danni dei consumatori ...
- 11 Trasporti, traffico, strade ...
- 12 Altre notizie di Economia

Scienza e Salute

- 13 Scienza, tecnologia, ricerca, finanziamenti, scoperte, innovazioni ...
- 14 Medicina, salute, igiene, sicurezza, disabili, ricerca medica, finanziamenti (escluso HIV-AIDS)...
- 15 HIV-Aids, incidenza, politiche, trattamenti medici, persone contagiate ...
- 16 Altre epidemie, virus, contagi, BSE, SARS ...
- 17 Controllo delle nascite, fertilità, sterilità, amniocentesi, interruzione di gravidanza ...
- 18 Ambiente, natura, inquinamento, riscaldamento del pianeta, ecologia, turismo ...
- 19 Altre notizie di Scienza e Salute

Questioni Sociali e Legali

- 20 Questioni sullo sviluppo, sostenibilità, sviluppo locale ...
- 21 Educazione, cura dei figli, asili, scuola, università, formazione, alfabetismo ...
- 22 Relazioni familiari, conflitti inter-generazionali, genitori single ...
- 23 Diritti umani, diritti delle donne, diritti dei bambini, diritti di gay e lesbiche, diritti dei minori ...
- 24 Religione, cultura, tradizioni, controversie, insegnamenti, celebrazioni, rituali ...
- 25 Migrazioni, rifugiati, richieste d’asilo, conflitto etnico, integrazione, razzismo, xenofobia ...
- 26 Movimento delle donne, attivismo, eventi, manifestazioni, azioni per perseguire l’uguaglianza di genere ...
- 27 Cambiamenti nelle relazioni di genere, ruoli e relazioni di donne e uomini in ambiente domestico ...
- 28 Diritto di famiglia, diritti di proprietà, leggi e diritti sull’eredità ...
- 29 Sistema legale, sistema giuridico, legislazione (tranne le leggi su famiglia, povertà e eredità) ...
- 30 Altre notizie su Questioni Sociali e Legali

Criminalità e Violenza

- 31 Crimini non violenti, borseggi, rapine, spaccio di stupefacenti, corruzione (inclusi corruzione politica e malaffare) ...
- 32 Crimini violenti, omicidi, sequestri e rapimenti, aggressioni, violenza connessa allo spaccio di droga, maltrattamento minori ...
- 33 Violenza sessuale, molestie, violenza domestica, stupri, sfruttamento, mutilazioni genitali, pedofilia ...
- 34 Guerra, Guerra civile, terrorismo, violenza di stato ...
- 35 Sommosse, manifestazioni, disordine pubblico ...
- 36 Disastri, incidenti, carestie, terremoti, alluvioni, uragani, disastri aerei, incidenti d'auto ...
- 37 Altre notizie di Criminalità e Violenza

VIP, Arte e Media

- 38 Cronaca rosa, pettegolezzi, nascite, matrimoni, morti, necrologi, persone famose, VIP, nobiltà ...
- 39 Arte, intrattenimento, tempo libero, cinema, teatro, libri, danza ...
- 40 Mass media, inclusi i nuovi media (computers, internet), pornografia...
- 41 Bellezza, modelle, moda, consigli di bellezza, cosmetici ...
- 42 Sport, eventi, giocatori, strutture, allenamenti, politiche, finanziamenti ...
- 43 Altre notizie di VIP, Arte e Media

Previsioni del tempo

- 44 Previsioni del tempo e rubriche meteo se parte del notiziario

Altro

- 45 Altro argomento: usare solamente se nessuna delle precedenti opzioni è utilizzabile

3. Contesto

Rilevare il contesto geografico più esteso nella narrazione: se l'evento ha una rilevanza sia regionale, sia nazionale, scegliere nazionale.

Codificare il contesto secondo una prospettiva regionale. Esempio: una notizia sulla visita di Rutelli in Sardegna sarà 3 = Regionale, se trasmessa dal TG di Sardegna 1, sarà 4 = Locale-Fuori regione, se trasmessa dal TG di Telelombardia.

- 0 Non so, Non determinabile
- 1 Comunale: ha importanza in un ambito comunale (uno o più comuni) della regione di pertinenza dell'emittente analizzata
- 2 Provinciale: ha importanza in un ambito provinciale (una o più province) della regione di pertinenza dell'emittente analizzata
- 3 Regionale: ha importanza nell'ambito della regione di pertinenza dell'emittente analizzata
- 4 Locale-Fuori regione: ha importanza in ambito comunale, provinciale o regionale di una regione non di pertinenza dell'emittente analizzata
- 5 Inter-Regionale: riguarda sia la regione di pertinenza dell'emittente analizzata sia altre regioni o realtà locali
- 6 Sovra-Regionale: riguarda sia la regione di pertinenza dell'emittente analizzata sia realtà nazionali estere
- 7 Nazionale: ha importanza a livello nazionale (italiano)
- 8 Sovra-Nazionale: coinvolge sia l'Italia sia altri paesi
- 9 Estero, internazionale: coinvolge altri paesi o il mondo in generale (es. Riscaldamento del pianeta)

C. ANALISI DEI CONTENUTI

Quando e come le donne fanno notizia? Fino a che punto i notiziari aumentano la consapevolezza pubblica delle ineguaglianze fra donne e uomini? Gli stereotipi femminili e maschili sono rinforzati o sfidati dalle notizie?

Rilevare queste informazioni una sola volta per ogni notizia – nella prima riga della notizia – dalla colonna 4 alla 7.

4. Centralità femminile

Sono le donne centrali nella narrazione della notizia?

Nella maggior parte dei casi sono gli uomini a fare notizia – in altre parole, le persone le cui azioni o opinioni sono riportate nei notiziari sono prevalentemente maschi. Tuttavia, le donne talvolta “fanno notizia” in maniera significativa. Si vuole evidenziare il tipo di notizie nelle quali le donne giocano un ruolo centrale.

Alcune notizie si focalizzano su gruppi di donne, o su una sola donna – es. una notizia su una squadra di calcio femminile, o su una donna che ha commesso un reato.

Altre notizie hanno a che fare con questioni che toccano le donne in modo particolare - es. una notizia sulla disoccupazione femminile, o sull'incidenza dell'HIV-AIDS fra le donne.

In tutti questi esempi, le donne sono centrali nella narrazione. Nel dubbio se le donne sono centrali nelle notizie, classificare la notizia con il codice 3 (“Non so”)

- 1 Sì, le donne sono centrali alla narrazione
- 2 No, le donne non sono centrali alla narrazione della notizia
- 3 Non so, Non determinabile

5. Uguaglianza/disuguaglianza

Le notizie mettono chiaramente in evidenza questioni che riguardano l'uguaglianza o la disuguaglianza fra donne e uomini?

Le notizie in cui le donne sono centrali nella narrazione non necessariamente mettono in evidenza questioni di uguaglianza o disuguaglianza. Ad esempio, un servizio che contiene un'intervista con un ministro dell'economia donna può focalizzarsi sulle sue opinioni su tariffe commerciali, o sulla politica economica generale. Questa notizia andrebbe classificata come notizia che non mette in evidenza questioni di uguaglianza o disuguaglianza di genere. Tuttavia, se il ministro spende tempo nell'intervista a descrivere le strategie del governo per ridurre le differenze salariali fra donne e uomini, la notizia metterebbe in effetti in risalto questioni di uguaglianza.

Allo stesso modo, le notizie nelle quali le donne non sono centrali alla narrazione possono in realtà mettere in evidenza questioni di uguaglianza. Ad esempio, una notizia sul lancio di un piano per rilasciare prestiti e sussidi per le piccole imprese potrebbe esaminare se le donne e gli uomini sono potenzialmente equi beneficiari di questo piano, se le informazioni sul piano raggiungono equamente donne e uomini, e così via. In questo caso la risposta giusta è la 1: la notizia “Sì, mette chiaramente in luce questioni di uguaglianza/disuguaglianza”. Tuttavia, una notizia sul lancio di un piano del genere che semplicemente riporti la quantità di denaro disponibile, o il tipo di società eligibili, sarebbe classificata con il codice 2.

Nel dubbio o quando non si può decidere se la notizia mette chiaramente in luce questioni di uguaglianza/disuguaglianza, classificare la notizia con il codice 3.

- 1 Sì, mette chiaramente in luce questioni di uguaglianza/disuguaglianza
- 2 No, non mette chiaramente in luce questioni di uguaglianza/disuguaglianza
- 3 Non so, Non determinabile

6. Stereotipi

La notizia rinforza chiaramente o sfida gli stereotipi su donne e/o uomini?

Alcuni stereotipi su donne e uomini sono abbastanza universali. Ad esempio, le donne sono generalmente percepite come non ambiziose, irrazionali, fragili, dipendenti; gli uomini sono

normalmente considerati ambiziosi, razionali, forti, indipendenti. Ognuno è al corrente degli stereotipi che sono comunemente affibbiati alle donne e agli uomini nella propria cultura.

Alcune notizie chiaramente sfidano questi stereotipi; alcune notizie chiaramente li rinforzano. Altre notizie ancora non sfidano né rinforzano chiaramente gli stereotipi. Il linguaggio (la scelta delle parole) e le immagini (la scelta delle inquadrature) nel servizio aiutano a decidere quale codifica effettuare. Nel dubbio, o impossibilità di decidere, scegliere di classificare la notizia con il codice 4.

- 1 Stereotipi chiaramente sfidati
- 2 Stereotipi chiaramente rinforzati
- 3 Stereotipi né sfidati, né rafforzati (assenti)
- 4 Non so, Non determinabile

D. SOGGETTI

Compilare questa parte della scheda per tutti i soggetti pertinenti.

Sono soggetti pertinenti ai fini dell'analisi:

- tutti i conduttori del notiziario: rilevare il conduttore in ogni notizia, anche se si ripete la stessa persona.
- tutti i corrispondenti
- tutti i soggetti nel servizio che parlano direttamente in video
- tutti i soggetti di cui si parla in una notizia, anche se solo citati e/o non appaiono direttamente in video.

Rilevare solamente soggetti individuali.

Non sono soggetti pertinenti ai fini dell'analisi:

- gruppi (es. un reparto di infermiere, un battaglione di soldati)
- organizzazioni, compagnie, entità collettive (es. partiti politici)
- personaggi di film e fiction (a meno che la notizia sia su di loro)
- figure storiche defunte (a meno che la notizia sia su di loro)
- interpreti (rilevare la persona intervistata come se parlasse senza un interprete).

Utilizzando le immagini e, per i personaggi pubblici, tutte le fonti di conoscenza, anche personali, di cui si dispone, rilevare le maggiori informazioni possibili sulle persone che compaiono nei notiziari.

7. Ruolo

- 1 Conduttore, annunciatore o presentatore: normalmente nello studio televisivo
- 2 Corrispondente: normalmente fuori dallo studio, include anche i corrispondenti che non appaiono sullo schermo, ma di cui si sente solo la voce
- 3 Altri giornalisti (in redazione): giornalista sportivo, annunciatore delle previsioni del tempo, commentatore/analista, giornalista sul terminale d'agenzia, etc.
- 4 Soggetto nella notizia: persone di cui parla la notizia e persone intervistate (gente della strada, esperti, opinionisti, etc.), sia in studio sia in collegamento.

8. Genere

- 1 Donna
- 2 Uomo
- 3 Altro: *transgender*, transessuale
- 4 Non so, Non determinabile

9. Età

Codificare l'età che la persona dimostra di avere, anche se non è direttamente dichiarata. Nei casi limite, scegliere la classe di età maggiore. Es., se si è indecisi fra la classe di età 20-34 e 35-49, scegliere la fascia "35-49". Nel caso di notizie su figure storiche decedute, scegliere l'età che la persona dimostra di avere nelle immagini mandate in onda. N.B. Non rilevare figure storiche decedute a meno che la storia sia proprio su di loro.

- 0 Non so, Non determinabile (es., la persona può non essere chiaramente visibile)
- 1 12 anni o meno
- 2 13-18
- 3 19-34
- 4 35-49
- 5 50-64
- 6 65 anni o più

NOTA: RILEVARE LE SUCCESSIVE INFORMAZIONI SOLO PER I SOGGETTI DELLE NOTIZIE.

10. Professione o posizione sociale

Rilevare una professione o posizione sociale per ogni soggetto dei notiziari. Se la persona è descritta con due professioni, si dovrà fare una scelta – es., scegliere la professione prevalente, che sembra più rilevante nel contesto della notizia.

I soggetti con un lavoro autonomo dovrebbero essere classificati nella categoria che corrisponde al loro campo di lavoro – es., un analista informatico autonomo sarà classificato nella categoria 7, una persona che possiede una piccola società sarà classificata nella categoria 10.

Nel caso di persone note al grande pubblico, rilevare la professione anche qualora non sia esplicitata nel servizio.

- 0 Non esplicitata. La notizia non descrive la professione o la posizione sociale della persona.
- 1 Reale, monarca reggente, monarca deposedo, ogni membro della famiglia reale ...
- 2 Ministro o membro del Governo, politico, presidente, primo ministro, leader politico, portavoce ...
- 3 Impiegati governativi, dipendenti pubblici, burocrati, diplomatici, ufficiali dei servizi segreti ...
- 4 Polizia, militari, gruppi para-militari, milizie, guardie carcerarie, agente di sicurezza, vigile del fuoco ...
- 5 Accademici, educatori, insegnanti, ricercatori universitari (tutte le discipline), maestri d'asilo e scuola materna ...
- 6 Professioni nell'ambito del sistema sociale e sanitario, medici, infermieri, tecnici di laboratorio, lavoratori socialmente utili, psicologi ...
- 7 Professioni nell'ambito della Scienza e Tecnologia, ingegneri, tecnici, informatici ...
- 8 Professioni nell'ambito dei Media, giornalisti, registi di cinema e teatro ...
- 9 Avvocati, giudici, magistrati, esperti legali, impiegati nel settore legale ...
- 10 Uomini d'affari, dirigenti, manager, imprenditori, economisti, esperti finanziari, agenti di borsa ...
- 11 Impiegati d'ufficio o nei servizi, impiegati senza funzioni manageriali in uffici, magazzini, ristoranti, catering ...
- 12 Rappresentanti di commercio, artigiani, manovali, camionisti, lavoratori nel campo delle costruzioni, nelle fabbriche e domestici ...
- 13 Agricoltori, minatori, pescatori, forestali ...
- 14 Figure religiose, preti, frati, rabbini, mullah, suore ...
- 15 Attivisti o lavoratori in organizzazioni della società civile, organizzazioni non governative, sindacati, associazioni su diritti umani, consumatori, ambiente, agenzie di aiuti, associazioni di categoria, Nazioni Unite ...
- 16 Lavoratori del sesso, prostitute ...
- 17 Celebrità, artisti, attori, scrittori, cantanti, personalità del mondo della radio o televisione ...
- 18 Sportivi, atleti, giocatori, allenatori, arbitri ...
- 19 Studenti, allievi, scolari
- 20 Lavoratore domestico (casalingo/a), genitore, sia donna sia uomo. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. Una donna medico che è anche descritta come madre sarà codificata 6.

- 21 Bambini, adolescenti (fino a 18 anni). Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione/posizione sociale, es. Uno scolaro è codificato con 19, un bambino manovale con 12.
- 22 Abitante generico di un paese non impiegato in una occupazione specifica. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. Un insegnante che è anche descritto come abitante di un paese sarà codificato con 5.
- 23 Pensionati. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. un poliziotto in pensione sarà codificato con 4; un politico in pensione con 2.
- 24 Criminali, sospetti di reato. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. un avvocato sospettato di aver commesso un crimine sarà codificato con 9; un politico che ha commesso un reato sarà codificato con 2.
- 25 Disoccupato. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. un attore disoccupato sarà codificato con 17; un disoccupato che commette un reato sarà codificato con 24.
- 26 Altro. Utilizzare il campo solo come ultima soluzione (specificare l'occupazione/posizione sociale in "Commenti e spiegazioni" nella scheda di analisi).

11. Funzione nella notizia

Con quale funzione o ruolo questa persona è parte della storia?

Scegliere solamente una categoria per ogni persona nella notizia. Se vi sono più persone nella stessa notizia, alcune di esse possono avere la stessa funzione. Es., la storia può essere su due persone, nel qual caso entrambe le due persone avranno codice 1; la storia può includere, per es., tre testimoni oculari, nel qual caso tutti e tre avranno codice 5.

Il Codice 1 avrà la precedenza sugli altri codici. Es., se la persona è sia Soggetto sia Portavoce, scegliere il Codice 1=Soggetto.

- 0 Non so, Non determinabile: la funzione della persona non è chiara.
- 1 Protagonista: la storia è *su* questa persona, o su qualcosa che la persona ha fatto, detto, etc.
- 2 Portavoce: la persona rappresenta, o parla in nome di un'altra persona, gruppo o organizzazione
- 3 Esperto o commentatore: la persona fornisce informazioni aggiuntive, opinioni o commenti, che si basano su conoscenze o competenze specifiche
- 4 Esperienza personale: la persona fornisce opinioni o commenti, che si basano sull'esperienza personale; l'opinione non intende riflettere le visioni di un gruppo più ampio
- 5 Testimone oculare: la persona rilascia una testimonianza o un commento che si basa sull'osservazione diretta (es. essendo presente durante l'evento)
- 6 Opinione popolare: l'opinione della persona è intesa a riflettere quella popolare (es., interviste per strada, la voce dei cittadini); è implicito che il punto di vista della persona è condiviso da un gruppo più ampio di persone.
- 7 Altro. Utilizzare solo come ultima possibilità (descrivere la funzione in "Commenti e spiegazioni" nella scheda di analisi).

12. Relazioni familiari

Le donne sono spesso tratteggiate nei notiziari in base ai loro ruoli e alle relazioni familiari (mogli di, figlie di, etc.). Gli uomini sono anch'essi talvolta descritti in questo modo (marito di, figlio di, etc.).

Questa variabile intende rilevare se il soggetto protagonista è descritto, in qualsiasi punto del racconto, in base ai ruoli/relazioni familiari (es. moglie, marito, figlia, figlio, zia, zio, nonna, nonno, etc.).

- 1 Sì. Utilizzare "Sì" solamente se il termine "moglie", "marito" è effettivamente utilizzato per descrivere la persona.
- 2 No

13. Vittima

Il racconto identifica la persona chiaramente come vittima?

Si deve rilevare una persona come vittima sia quando il termine “vittima” è utilizzato per descrivere la persona, sia quando il racconto esplicita che la persona è una vittima – es. usando un linguaggio o delle immagini che evocano particolari emozioni forti, spaventose, di pietà per una persona.

Qualche volta una persona può essere identificata come vittima in più eventi o situazioni – ad esempio, una persona coinvolta in un incidente d’auto che è stata poi derubata. In questi casi si dovrà fare una scelta – es. scegliere l’evento o la circostanza a cui viene data più rilevanza nel racconto.

Nota: una persona può essere identificata sia come vittima sia come sopravvissuto nella stessa notizia. Codificare una persona come vittima non preclude la possibilità di codificare la stessa persona anche come sopravvissuto.

- 0 Non una vittima
- 1 Vittima di un incidente, disastro naturale, povertà, malattia ...
- 2 Vittima di violenza domestica (da parte del marito/moglie/partner/ altri familiari), violenza psicologica, aggressione fisica, stupro familiare, omicidio in famiglia...
- 3 Vittima di violenza o abuso sessuale non domestica, molestie sessuali, stupri, sfruttamento ...
- 4 Vittima di altri crimini, rapine, aggressioni, omicidi ...
- 5 Vittima di violazioni per motivi di religione, tradizioni, credenze culturali, mutilazioni genetiche ...
- 6 Vittima di guerra, terrorismo, violenza di stato ...
- 7 Vittima di discriminazioni basate su sesso, razza, etnia, età, religione ...
- 8 Altra vittima: descrivere nella sezione “Commenti e spiegazioni” della scheda di analisi ...
- 9 Non so, non si riesce a decidere

14. Sopravvissuto

Il racconto identifica la persona chiaramente come sopravvissuto?

Si deve rilevare una persona come sopravvissuta sia quando il termine “sopravvissuto” è effettivamente utilizzato per descrivere la persona, sia quando il racconto esplicita che la persona è un sopravvissuto – es. usando un linguaggio o delle immagini che evocano particolari emozioni di ammirazione o rispetto per la persona.

Qualche volta una persona può essere identificata come sopravvissuta in più di un evento o circostanza, si dovrà fare una scelta – es. scegliere l’evento o la circostanza a cui viene data più rilevanza nel racconto.

Nota: una persona può essere identificata sia come vittima sia come sopravvissuto nella stessa notizia. Codificare una persona come sopravvissuto non preclude la possibilità di codificare la stessa persona anche come vittima.

- 0 Non un sopravvissuto
- 1 Sopravvissuto a incidente, disastro naturale, povertà, malattia ...
- 2 Sopravvissuto a violenza domestica (da parte del marito/moglie/partner/altro familiare), violenza psicologica, aggressione fisica, stupro familiare, omicidio in famiglia ...
- 3 Sopravvissuto a violenza o abuso sessuale non domestica, molestie sessuali, stupri, sfruttamento ...
- 4 Sopravvissuto a altri crimini, rapine, aggressioni, omicidi ...
- 5 Sopravvissuto a violazioni per motivi di religione, tradizioni, credenze culturali, mutilazioni genetiche ...
- 6 Sopravvissuto a Guerra, terrorismo, violenza di stato ...
- 7 Sopravvissuto a discriminazioni basate su sesso, razza, etnia, età, religione ...
- 8 Altro sopravvissuto: descrivere nella sezione “Commenti e spiegazioni” della scheda di analisi ...
- 9 Non so, non si riesce a decidere

F. COMMENTI E SPIEGAZIONI

Questa parte della scheda è l’unica voce aperta della scheda ed è predisposta per raccogliere informazioni eventualmente utili all’interpretazione dei risultati dell’analisi.