

**Alma Mater Studiorum - Università di Bologna in cotutela con
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf**

**DOTTORATO DI RICERCA IN
Traduzione, Interpretazione e Interculturalità**

Ciclo XXX°

Settore Concorsuale: 10/M1 Lingue, letterature e culture germaniche

Settore Scientifico Disciplinare: L-LIN/14 Lingua e traduzione – Lingua tedesca

**LINGUA, GENERE E LAVORO IN ITALIA E IN GERMANIA: UN'ANALISI
COMPARATIVA SU ANNUNCI DI LAVORO, SUI CORPORA ITWAC E DEWAC E
SULLA STAMPA**

Presentata da: Chiara Nardone

Coordinatrice Dottorato

Prof.ssa Raffaella Baccolini

Supervisora

Prof.ssa Eva Wiesmann

Supervisore

Prof. Elmar Schafroth

Esame finale anno 2018

Sommario

Ringraziamenti.....	6
Introduzione	7
1 Lingua e genere.....	13
1.1 Lingua e genere in Italia.....	13
1.1.1 Forme che ostacolano la visibilità delle donne nella lingua	13
1.1.2 Proposte operative.....	22
1.1.3 Le origini: Alma Sabatini.....	26
1.1.4 Gli sviluppi: tra discontinuità e isolamento	27
1.1.5 Le tendenze attuali	34
1.2 Lingua e genere in Germania	50
1.2.1 Forme che ostacolano la visibilità delle donne nella lingua	52
1.2.2 Proposte operative.....	60
1.2.3 Le origini.....	70
1.2.4 Gli sviluppi.....	73
1.3 Lingua e genere in Europa	93
1.3.1 Lingua e genere in Francia e in Spagna	94
1.3.2 Lingua e genere in Svizzera	97
1.3.3 Lingua e genere nelle istituzioni europee	100
2 Donne e lavoro in Italia, in Germania e in Europa	105

2.1	Global Gender Gap Index	105
2.2	Tasso di occupazione in Italia e in Germania	108
2.3	Rapporto Eurofound: Sixth European Working Conditions Survey.....	110
2.4	Rapporto Eurofound: The gender employment gap: Challenges and solutions.....	116
2.5	Relazione del 2 agosto 2016 sulla creazione di condizioni del mercato del lavoro favorevoli all'equilibrio tra vita privata e vita professionale	120
3	Premessa metodologica: linguistica dei corpora e analisi del discorso	123
3.1	Definizione di corpus e di linguistica dei corpora.....	124
3.2	Definizione di discorso e di analisi del discorso	125
3.3	Analisi del discorso e linguistica dei corpora.....	128
4	Analisi sulle strategie di genere all'interno di due corpora costituiti da annunci di lavoro italiani e tedeschi.....	133
4.1	Lingua, genere e annunci di lavoro	133
4.2	Ipotesi di ricerca e metodologia	136
4.2.1	Costruzione di due corpora comparabili	138
4.2.2	Scelta delle categorie da analizzare	143
4.3	Risultati	146
4.3.1	Risultati sul corpus italiano.....	148
4.3.2	Risultati sul corpus tedesco.....	174
4.4	Interpretazione dei risultati in ottica contrastiva alla luce di dati extratestuali	206
5	Professioni al maschile e al femminile: un'analisi sui corpora itWaC e deWac	221
5.1	Ipotesi di ricerca e metodologia	222

5.2	Risultati	230
5.3	Interpretazione dei risultati.....	244
6	“Donne e lavoro” in Italia e in Germania: un’analisi del discorso contrastiva basata su corpora	247
6.1	Introduzione	247
6.2	Metodologia	247
6.2.1	Costruzione dei corpora	248
6.2.2	Dalle parole chiave ai <i>Topoi</i> : un approccio integrato tra linguistica dei corpora e analisi del discorso.....	255
6.3	Risultati	263
6.3.1	Risultati quantitativi.....	264
6.3.2	Risultati qualitativi.....	285
6.4	Interpretazione dei risultati in ottica contrastiva e alla luce dei dati extra-testuali	370
	Conclusioni	381
	Abstract in italiano.....	389
	Abstract in inglese (Extended synopsis)	391
	Bibliografia	395
	Appendice 1: Composizione dei corpora sugli annunci di lavoro (Capitolo 4).....	415
	Appendice 2: Articoli di giornale analizzati (Capitolo 6).....	425

Ringraziamenti

Ringrazio innanzitutto la Prof.ssa Eva Wiesmann per il suo supporto, la sua professionalità, il suo rigore e la sua umanità che sono state delle costanti in tutti e tre gli anni di questo dottorato. Ringrazio inoltre il Prof. Elmar Schafroth perché attraverso i suoi consigli e le sue proposte il risultato del lavoro di questi tre anni è sicuramente più completo, articolato e attuale rispetto alle intenzioni iniziali. Un ringraziamento particolare va a tutta la mia famiglia che mi ha supportato in ogni singolo giorno di questo percorso pieno di grandi soddisfazioni e momenti felici, ma anche di ostacoli e di difficoltà. Ringrazio infine le mie amiche, quelle di una vita e quelle conosciute proprio durante il percorso universitario, che hanno reso questi tre anni più piacevoli, più intensi e più stimolanti.

Introduzione

È ormai da qualche anno che mi sto dedicando con impegno e rigore allo studio della lingua da una prospettiva di genere. Questo interesse è nato durante il mio percorso universitario, si è concretizzato prima nella tesi di laurea triennale e, successivamente, nella tesi di laurea magistrale, con uno studio sulle strategie di genere all'interno di bandi di concorso in italiano e in tedesco. Questa tesi di dottorato rappresenta la più recente, più corposa e più articolata concretizzazione di questo mio interesse nei confronti del tema “lingua e genere” a cui si è aggiunta, come già nella tesi magistrale, anche la prospettiva del lavoro. Come emerge, infatti, anche dal titolo della tesi, lingua, genere e lavoro sono le tre aree che si intersecano in questa ricerca: vengono affrontate con un approccio teorico nei primi due capitoli e con un approccio empirico negli ultimi tre.

Il desiderio di analizzare la lingua da una prospettiva di genere all'interno della sfera lavorativa nasce dalla semplice osservazione ragionata della realtà: ormai quasi quotidianamente vengono pubblicati dati, statistiche, report e articoli di varia natura che evidenziano sia gli innumerevoli stereotipi e discriminazioni che le donne affrontano nel mondo del lavoro, che i tanti tipi di ostacoli che tengono lontane le donne dal lavoro. Solo per citare uno tra questi documenti, nel rapporto dell'EIGE, agenzia dell'UE che si occupa di questioni di genere, dal titolo “Work in the EU: women and men at opposite ends” si afferma che

Gender segregation creates and reinforces gender inequalities in and beyond the world of work. It affects the EU economy by making the labour market less competitive and harder for companies to fill high-demand positions in IT and engineering. Segregation also creates differences in pay, higher risk of poverty and lower economic independence for women.

Alla base di questa tesi di dottorato c'è quindi la volontà di osservare analiticamente se e in quale misura la lingua rappresenti, da una parte, la situazione che vivono le donne nel mondo del lavoro, ancora piena di ostacoli, stereotipi, discriminazioni e invisibilità e, dall'altra, quei cambiamenti che nella società sono iniziati ormai da qualche decennio e che hanno visto un miglioramento innegabile della situazione delle donne nella società. Per la precisione, questa ricerca si è concentrata sulla presenza di forme femminili e neutre all'interno degli annunci di lavoro, sulla connotazione di sostantivi femminili designanti professioni prestigiose all'interno di due corpora generali e sul modo in cui la stampa, in Italia e in Germania, costruisce e articola il discorso "donne e lavoro".

Dal punto di vista contenutistico, data, quindi, la centralità dei tre ambiti lingua, genere e lavoro, questa tesi di dottorato si colloca all'interno degli studi che analizzano la lingua italiana e la lingua tedesca da una prospettiva di genere. Più precisamente ci si concentra sulla lingua in uso negli annunci di lavoro, in due corpora di riferimento e nella stampa. Sia per quanto riguarda l'italiano, che per quanto riguarda il tedesco non si riscontra una tradizione consolidata di studi che intersecano queste tre prospettive, sebbene gli studi che per primi hanno sollevato la questione del genere nella lingua, sia in italiano che in tedesco, abbiano in realtà incluso anche la prospettiva del lavoro (Sabatini, 1987; Trömel-Plotz, 1978; Grabrucker, 1988).

Dal punto di vista metodologico, la presente tesi di dottorato si colloca all'interno del filone dei *corpus-assisted discourse studies (CADS)*, studi in cui si intersecano la linguistica dei corpora con l'analisi del discorso. Questa metodologia integrata nasce e si sviluppa all'interno dell'anglistica con studi principalmente monolingue, che prendono quindi in esame solo la lingua inglese. Con questa tesi si auspica quindi che, applicando questo metodo a una ricerca comparativa sull'italiano e sul tedesco si possa contribuire, da una parte, ad ampliare il panorama delle analisi del discorso comparative che prendono in esame più lingue e più culture

e, dall'altra, a consolidare sia nella germanistica che nella romanistica l'utilizzo della linguistica dei corpora nell'analisi del discorso.

Passando ora alla vera e propria struttura, questa tesi di dottorato si articola in sei capitoli: i primi due rappresentano la cornice linguistica, culturale, sociale ed economica entro cui collocare le tre analisi empiriche, a cui sono invece dedicati il quarto, il quinto e il sesto capitolo. Anello di congiunzione tra i primi due capitoli e gli ultimi tre è la premessa metodologica illustrata nel terzo capitolo in cui vengono presentati alcuni concetti chiave alla base delle tre analisi. Più precisamente, il primo capitolo è totalmente dedicato al tema "lingua e genere" in Italia e in Germania, con una breve panoramica anche sul dibattito in Francia, in Spagna, in Svizzera e nelle istituzioni europee. Per quanto riguarda l'Italia e la Germania si segue uno schema il più possibile speculare: vengono innanzitutto descritte le varie forme che limitano e oscurano la visibilità del genere femminile in italiano e in tedesco; per ogni forma vengono poi riportate le varie strategie di genere che, dal 1987 per l'Italia e dal 1978 per la Germania, sono state proposte per rendere l'italiano e il tedesco lingue più rispettose dell'identità di genere. Si va dalle strategie di femminilizzazione e neutralizzazione, in molti casi comuni a entrambe le lingue, alle nuove forme proposte in Germania, il cui scopo è quello di superare l'opposizione binaria tra il maschile e il femminile. Dopo questa panoramica sulle forme linguistiche, vengono descritte le origini del dibattito su "lingua e genere" e come questo sia stato recepito dal mondo istituzionale e accademico italiano e tedesco. Infine, si è dato spazio alle tendenze, alle pubblicazioni accademiche e alle iniziative più recenti, con un focus particolare dedicato al mondo dei media. L'attenzione riservata al tema "lingua e genere" in Italia e in Germania e le conseguenti iniziative concrete intraprese soprattutto da parte del mondo istituzionale rappresentano il contesto extra-testuale entro cui leggere e interpretare le due analisi sulle strategie di genere negli annunci di lavoro (quarto capitolo) e sulle forme maschili e femminili di nomi designanti professioni (quinto capitolo).

Nel secondo capitolo vengono presentati dati e statistiche che fotografano la situazione lavorativa delle donne in Italia e in Germania, collocata all'interno di un contesto internazionale più ampio. Questo quadro, formato soprattutto da documenti e studi prodotti da istituzioni europee, rappresenta la cornice entro cui leggere e interpretare i risultati ottenuti dall'analisi sul modo in cui la stampa italiana e tedesca costruiscono e articolano il discorso "donne e lavoro" (sesto capitolo).

Prima di passare alle tre parti empiriche, nel terzo capitolo vengono presentati alcuni concetti chiave alla base delle tre analisi: da una parte, il corpus e la linguistica dei corpora e, dall'altra, il discorso e l'analisi del discorso, per poi proseguire con una sintesi delle due parti, sintesi che rappresenta proprio il metodo adottato per i lavori empirici di questa tesi di dottorato. Questa premessa metodologica costituisce l'anello di congiunzione dei due capitoli teorici e dei tre empirici proprio perché viene chiaramente espresso uno dei pilastri della linguistica dei corpora integrata all'analisi del discorso. Ci riferiamo all'interpretazione dei dati linguistici (presentati nel quarto, nel quinto e nel sesto capitolo), alla luce del contesto sociale, culturale ed economico entro cui questi dati vengono creati e diffusi (presentati nel primo e nel secondo capitolo).

Successivamente prende avvio la parte empirica della ricerca: il quarto capitolo è infatti dedicato all'analisi sulle strategie di genere all'interno di annunci di lavoro in italiano e in tedesco. Nella prima fase sono stati costruiti manualmente due corpora comparabili a partire da annunci di lavoro pubblicati da siti di aziende italiane e tedesche, che sono stati, in una seconda fase, analizzati attraverso strumenti e tecniche della linguistica dei corpora. L'analisi si è concentrata sulla frequenza di forme di femminilizzazione e di neutralizzazione di cui si ipotizza una presenza maggiore negli annunci tedeschi, piuttosto che in quelli italiani, a causa della maggiore attenzione riservata al tema "lingua e genere" in Germania, piuttosto che in Italia.

Il quinto capitolo è dedicato all'analisi sull'uso di forme femminili e maschili di sostantivi designanti professioni all'interno di due corpora di riferimento: itWaC per l'italiano e deWaC per il tedesco. Secondo il presupposto di ricerca iniziale si ipotizza che, nell'ambito delle professioni, alcuni sostantivi femminili siano caratterizzati da asimmetrie semantiche rispetto ai corrispettivi maschili, secondo cui questi ultimi indicano ruoli lavorativi prestigiosi, mentre le forme femminili indicano posizioni più subordinate, come, ad esempio, nella coppia *segretario/segretaria*.

Il sesto e ultimo capitolo è dedicato all'analisi sul discorso "donne e lavoro" all'interno della stampa italiana e tedesca. L'analisi è stata svolta su quattro corpora, due per l'italiano e due per il tedesco, costituiti da articoli di giornale inerenti al tema "donne e lavoro". L'analisi è partita da alcuni elementi lessicali particolarmente frequenti nei corpora, per poi allargarsi al corrispondente contesto di occorrenza degli stessi elementi lessicali originari.

Nella tesi sono evidenziabili numerosi nessi tra dati linguistici ed extra linguistici, come ad esempio un maggiore utilizzo di strategie di genere in tedesco collegato con la maggiore attenzione riservata al tema "lingua e genere" in Germania. Il fondamento su cui si basano questi nessi, di cui abbiamo citato solo un esempio, è comune a tutti: la ferma convinzione che la lingua e la realtà siano legate a un doppio filo e si influenzino a vicenda. Utilizzare una lingua che dia un'equa visibilità al genere femminile rappresenta un passo imprescindibile per superare le discriminazioni e gli stereotipi che le donne affrontano ancora quotidianamente in molti ambiti della società, tra cui quello lavorativo, e per riconoscere i molteplici ruoli che le donne ricoprono nella società, così come affermato dalla Presidente della Camera Laura Boldrini in un recente tweet:

Il rispetto per le #donne passa anche attraverso #linguaggio. È fondamentale che alle #donne sia riconosciuto ruolo in termini linguistici. Se si dice maestra si deve dire

anche rettrice. Esiste la presidente come la giudice. Perché le cose esistono solo se vengono nominate (Boldrini, 2017).

1 Lingua e genere

Il primo capitolo di questa tesi è dedicato alle principali questioni che, a mio avviso, rientrano nel tema “lingua e genere” in Italia e in Germania: si parte dai numerosi aspetti teorici che hanno dato il via al dibattito su “lingua e genere”, fino ad arrivare alle tematiche affrontate in tempi più recenti. A questa visione d’insieme relativa all’Italia e alla Germania, seguirà una sezione dedicata al dibattito su “lingua e genere” in Europa, con particolare riferimento alla Francia, alla Spagna, alla Svizzera e alle istituzioni europee.

1.1 Lingua e genere in Italia

Per quanto riguarda l’Italia, la prima parte sarà dedicata alle forme che ostacolano la visibilità delle donne nella lingua; in particolare si darà spazio al maschile generico, all’uso del maschile per i titoli e i ruoli prestigiosi riferiti a donne e alle asimmetrie semantiche. Successivamente, si concentrerà l’attenzione sulle numerose proposte che, a partire dagli anni ’80 con il lavoro di Alma Sabatini, sono state avanzate per superare l’uso di tali forme. Si proseguirà con una dettagliata visione d’insieme sulle origini e sui successivi sviluppi, per arrivare alle tendenze più attuali e alle iniziative più recenti in ambito accademico, istituzionale, dei media e dei social media.

1.1.1 Forme che ostacolano la visibilità delle donne nella lingua

Già nel 1987 Alma Sabatini aveva identificato numerose asimmetrie grammaticali e semantiche all’interno della lingua italiana che limitavano e ostacolavano la visibilità delle donne. Fabiana Fusco ci ricorda, infatti, che

secondo Sabatini sono due le manifestazioni esplicite di sessismo: da un lato l’asimmetria grammaticale, che è visibile sia nella prevalenza del maschile sul

femminile sia nella non adeguata rappresentazione dei soggetti femminili che in parte derivano da caratteristiche del sistema grammaticale stesso, quali il valore non marcato del genere maschile adoperato per coprire realtà femminili, e dall'altro l'asimmetria semantica, rappresentata da quegli usi linguistici che trasmettono modelli stereotipati di uomini e donne circa le loro presunte qualità, circa la loro funzione nella società e nel mondo del lavoro e da quelle opzioni lessicali il cui impiego risulta essere diverso o assumere connotazioni/denotazioni difformi a seconda che si alluda ad un soggetto maschile o femminile: ad esempio, un ragazzo serio rispetto ad una ragazza seria; un governante rispetto a una governante (2012, p. 21).

Le forme individuate da Sabatini sono state poi riprese in tutte le pubblicazioni successive; Robustelli, ad esempio, le riporta in questo modo (2012, p. 7):

- Maschile non marcato (uso di uomo con valore generico), es. *rapporto uomo-macchina*;
- Maschile inclusivo, es. *gli studenti entrino uno alla volta*;
- Concordanza al maschile, es. *le ragazze e i ragazzi studiosi sono sempre premiati*;
- Uso del maschile per i titoli professionali e ruoli istituzionali prestigiosi, es. *il ministro Fornero si è recato in aula*;
- Uso del suffisso -essa, es. *la presidentessa dell'associazione Iride*;
- Stereotipi: aggettivi, es. *svenevole, ingenua, altruista, fragile, mite, isterica* e diminutivi, es. *mammina, mogliettina, stellina*;
- Polarizzazione semantica, es. *uomo libero vs donna libera, governante uomo vs governante donna*;
- Identificazione della donna attraverso l'uomo o la professione, es. *il prof. Baldini e signora, la moglie di, la donna di*.

1.1.1.1 *Maschile generico*

Uno dei fenomeni attraverso cui si manifesta maggiormente l'androcentrismo di tante lingue, tra cui l'italiano, è l'utilizzo del cosiddetto maschile generico¹, considerato il genere non marcato in quanto può essere rappresentativo sia solo del genere maschile che, in alternativa, di entrambi i generi, maschile e femminile. La valenza generica del maschile si manifesta sia nell'utilizzo della forma maschile quando ci si riferisce a gruppi non definiti o misti (*i Romani, i ragazzi, gli insegnanti, i commercianti*) (Sabatini, 1987, p.104), sia nell'attribuzione, ad esempio, al sostantivo *uomo* del significato di iperonimo (*essere umano*), oltre che di iponimo (*essere umano di sesso maschile*), come nelle espressioni *i diritti dell'uomo, a misura d'uomo, l'uomo primitivo* (Sabatini, 1987, p.102). Come riporta Graziella Priulla, "la regola (del maschile universale) è stata fissata in Francia a metà del Seicento da Dominique Bouhors, prete gesuita e grammatico, che l'ha giustificata affermando che quando due generi si incontrano, bisogna che il più nobile prevalga" (2013, p. 170). Analizzando la motivazione di Dominique Bouhors, si può affermare che ciò che viene tuttora considerato un dato di fatto naturale, ossia la prevalenza linguistica del maschile sul femminile, e ciò che Stefania Cavagnoli definisce "l'identificazione automatica tra maschile e universale" (2013, p. 9) sono state scelte culturali arbitrarie e, in quanto tali, possono essere messe in discussione. Priulla illustra, inoltre, il processo che regola la creazione e l'uso del maschile generico:

[...] si tratta di [...] un movimento attraverso il quale il pensiero, invece di distinguere le parti e articularle nel tutto, piglia una parte (quella maschile) ne fa un tutto (un neutro universale), cancellando così l'altra parte (quella femminile) e, molto probabilmente, deformando anche la prima parte (quella maschile) (2013, p. 166).

Proprio a causa dell'evidente asimmetria a scapito del genere femminile che l'uso del maschile generico veicola, sin dalle origini del dibattito su "lingua e genere" sia in Italia che

¹ Il maschile generico viene definito spesso anche inclusivo, universale, neutro, non marcato.

altrove, molte rivendicazioni e, di conseguenza, molte proposte si sono proprio concentrate sul superamento del maschile generico e sulla messa in discussione del maschile come “genere nobile”.

1.1.1.2 Uso del maschile per i titoli e i ruoli prestigiosi riferiti a donne

Finora abbiamo affrontato il maschile generico, una forma di asimmetria presente in molte lingue; in questo paragrafo si illustrerà, invece, un fenomeno che, sebbene presente in misura minore anche in altre lingue romanze, rappresenta quasi una peculiarità dell’italiano, ossia l’uso del maschile per i titoli e i ruoli prestigiosi riferiti a donne. La soluzione a questo fenomeno linguistico consiste nell’utilizzo del femminile per i titoli e i ruoli prestigiosi riferiti a donne e, a livello linguistico, non presenta particolari ostacoli. Infatti, come afferma Robustelli:

In italiano il genere grammaticale dei nomi è comunemente congruo con il genere biologico del referente (cioè il sesso della persona alla quale ci si riferisce): i termini che si riferiscono a un essere femminile sono di genere grammaticale femminile e quelli che si riferiscono a un essere maschile sono di genere grammaticale maschile. Non c’è nessuna ragione di tipo linguistico per riservare ai nomi di professione e di ruoli istituzionali un trattamento diverso (2012, p. 17).

Nonostante ciò, per varie ragioni culturali il maschile in riferimento alle donne è ancora molto diffuso e il tema è di gran lunga il più dibattuto sui media; l’interesse nei confronti di questa scelta linguistica si acuisce ogni qual volta una donna assume una carica o un ruolo particolarmente prestigiosi; uno degli ultimi episodi in ordine di tempo è rappresentato dall’elezione delle sindache Virginia Raggi a Roma e Chiara Appendino a Torino. Tra le giustificazioni che maggiormente si sentono ripetere quando si propone l’uso di sostantivi come *ministra*, *avvocata*, *sindaca* etc. è che queste parole “suonano male”. Tale presunta cacofonia è però dovuta alla scarsa abitudine a queste parole, dato che sono ancora usate in

modo limitato e discontinuo sia in ambiti quotidiani, che dalle istituzioni e dai media. Giuliana Giusti nel MOOC *Linguaggio, identità di genere e lingua italiana* spiega con dei chiari esempi come i suffissi femminili ritenuti cacofonici siano in realtà già ampiamente presenti nella lingua italiana e che, quindi, gli ostacoli all'introduzione di queste parole abbiano, in realtà, più a che fare con conservatorismi culturali che con pseudo ostacoli linguistici.

TABELLA 1: Esempi proposti da Giusti (2016a)

Sostantivo femminile prestigioso	Sostantivo femminile in uso	Suffisso
Architetta	Protetta	-tetta
Prefetta	Perfetta	-etta
Ministra	Maestra	-stra
Sindaca	Monaca	-aca
Avvocata	Disoccupata	-ata
Ingegnera	Infermiera	-era
Direttrice	Adescatrice	-trice
Assessora	Pastora	-ora
Notaia	Operaia	-aia

A proposito, quindi, della presunta cacofonia di alcune parole che designano ruoli e professioni di prestigio, riportiamo le affermazioni di Fabiana Fusco:

[...] ministra, sindaca, ingegnere sono parole come le altre, né belle né brutte: l'unica differenza sta nel fatto che i parlanti non sono sempre abituati a pronunziarle o a scriverle. Solo continuando a discutere e a far circolare i nuovi termini, attraverso grammatiche, dizionari, saggi di divulgazione linguistica e i mezzi di informazione, si potrà giungere a un cambiamento nei comportamenti linguistici realmente condiviso dalle cittadine e dai cittadini (2012, p. 5).

Un'altra motivazione a cui si fa spesso riferimento quando si preferisce utilizzare forme maschili in riferimento a donne è il fatto che tali parole si riferirebbero al ruolo, alla funzione e non alla persona e, in quanto tali, sarebbero neutre, non marcate. In un'intervista proprio su questo tema, la ex-ministra Prestigiacomio afferma che preferiva essere chiamata ministro,

piuttosto che ministra, “perché ritengo che il titolo riguardi il ruolo e non la sua connotazione sessuale” (2007, p. 21). Ma l’italiano non ha né un genere neutro e, inoltre, a differenza, per esempio, dell’inglese, prevede la declinazione del genere per gli articoli, i sostantivi e gli elementi attributivi. Avendo quindi consapevolezza di quanto la lingua italiana sia fortemente incentrata sul genere, sembrano particolarmente esplicative le parole di Stefania Cavagnoli, secondo cui, in italiano “non esiste l’uso non marcato del maschile. Il maschile è maschile, e in quanto tale ben marcato” (2013, p. 17).

Sebbene la convinzione relativa alla presunta connotazione neutra di parole come *medico*, *avvocato*, *ministro* sia molto diffusa, tali sostantivi, quando riferiti a donne, contribuiscono a rendere invisibile² la presenza delle donne in questi ruoli, laddove questa andrebbe invece valorizzata ed evidenziata. Inoltre, queste forme creano confusione e ambiguità nell’interpretazione del messaggio, come per esempio, nel caso limite “il ministro è incinta.” (“Il ministro Lorenzin: Sono incinta di due gemelli,” 2015).

L’ultima motivazione su cui ci soffermiamo, avanzata molto spesso dalle stesse donne che occupano posizioni di prestigio, è il fatto che essere designate con sostantivi maschili conferisca loro maggior prestigio e autorità, a discapito invece dei sostantivi femminili che, ancora oggi, sono spesso caratterizzati da connotazioni derisorie e di scherno. Quindi, parafrasando le parole di Fabiana Fusco (2012, p. 93), l’utilizzo del maschile sembra essere uno strumento in grado di garantire serietà e consuetudine alle donne che ricoprono determinati ruoli, più di quanto “impegno e abnegazione” siano in grado di fare. Particolarmente interessante è ciò che affermano Alessandra Cestari e Barbara Tomelleri a tal proposito:

È interessante notare come anche in Alto Adige le donne che ricoprono alte cariche istituzionali o svolgono determinate professioni insistano nel conservare la forma

² Per maggiori approfondimenti sull’argomento si faccia riferimento ai seguenti studi di psicolinguistica: Gabriel et al., 2008; Gygax et al., 2008; Horvath and Sczesny, 2015.

maschile, nel timore, forse, che l'uso dell'accezione femminile – seppur corretta – possa in qualche modo avere una connotazione riduttiva: la declinazione al femminile di una carica o di un titolo professionale un tempo riservato esclusivamente all'uomo sembra avere minor prestigio. In Alto Adige sono poche le donne (e quasi esclusivamente di madrelingua tedesca) che si definiscono “avvocata” o “magistrata”; nessuna professionista della medicina si sognerebbe mai di definirsi “medica” (2011, p. 2).

Il fatto che le poche donne che scelgono di essere designate con sostantivi femminili siano di madrelingua tedesca la dice lunga su quanto siano motivazioni culturali e la percezione, ancora molto diffusa, che il potere sia principalmente appannaggio degli uomini, a influenzare la scelta di tante donne in questa direzione. L'equivalenza maschile uguale a potere, autorevolezza, prestigio, serietà è un retaggio di un passato in cui a occupare le posizioni di prestigio erano quasi esclusivamente gli uomini; ora che però, la presenza di donne all'interno di ambiti professionali tradizionalmente maschili sta aumentando esponenzialmente, sembra che ciò che non si è riuscito a frenare nella società, ossia la progressiva diminuzione della subalternità delle donne, si voglia frenare nella lingua.

1.1.1.3 Asimmetrie semantiche³

Il rifiuto di utilizzare le forme femminili in riferimento a posizioni di prestigio occupate da donne si riscontra anche per quei sostantivi come ad esempio, *segretario* e *segretaria*, i cui significati delle forme femminili e maschili sono generalmente caratterizzati da un'asimmetria semantica per cui la forma maschile designa un ruolo di prestigio, di potere, mentre il corrispettivo femminile si riferisce a un ruolo subordinato. L'asimmetria semantica, come afferma Cavagnoli,

³ Il paragrafo *Asimmetrie semantiche* è stato ripreso in parte da Nardone (2016).

[...] attribuisce significati diversi alla stessa parola, nelle due versioni di femminile e maschile: se la parola segretario rimanda ad una carica di un certo livello (tanto che la segretaria del maggior sindacato italiano sceglie la versione maschile da anteporre al suo nome) la variante femminile rimanda ad una professione esecutiva, svolta principalmente (e un tempo esclusivamente) da donne in supporto di un uomo (2013, p. 10).

Tra i sostantivi caratterizzati da asimmetria semantica, possiamo annoverare sia forme che al femminile e al maschile indicano figure professionali rispettivamente di minore o maggiore prestigio, come, ad esempio *la governante* (collaboratrice familiare) e *il governante* (chi governa), *l'ostetrica* (infermiera abilitata ad assistere la partoriente durante e dopo il parto e il neonato nei primi giorni di vita) e *l'ostetrico* (medico chirurgo specializzato in ostetricia), ma anche espressioni che, se nella forma maschile sono caratterizzate da una connotazione positiva (es. *buon uomo*), al femminile sono invece connotate negativamente e fanno spesso riferimento ai comportamenti sessuali delle donne (es. *buona donna*) (2012, p. 87). Ritornando all'asimmetria semantica tra *segretario* e *segretaria*, riportiamo le parole della giornalista del Corriere della Sera Maria Laura Rodotà sulla scelta di Susanna Camusso, a pochi giorni dalla sua nomina a leader della CGIL, di preferire che ci si riferisca a lei come *segretario generale* e non come *segretaria generale*: “Se un segretario può essere un leader, una segretaria non lo è” (“Se il segretario CGIL è donna,” 2011). Attraverso queste poche parole viene chiaramente ribadito che, sebbene potenzialmente simmetrici, i sostantivi *segretario* e *segretaria* rimandano a ruoli ben diversi. Secondo la definizione del dizionario Treccani *segretario* può infatti indicare, tra le altre cose, il “titolo di persone che hanno alte cariche e adempiono importanti funzioni della vita pubblica,” *segretaria* invece, sempre secondo il Treccani, equivale solo a

donna [...] che svolge mansioni di segreteria sia come incarico occasionale, sia come impiegata di fiducia di un professionista o di altra persona privata, con il compito di

aiutarlo nel suo lavoro personale e nel disbrigo della corrispondenza, di prendere e tenere nota degli impegni, di predisporre e agevolare l'esecuzione di quanto è necessario per lo svolgimento della sua attività, sia come addetta a settori specifici.

Eppure, i cambiamenti sociali degli ultimi anni sembrerebbero confermare che una *segretaria* possa, sempre più spesso, essere una leader; il numero di donne che ricoprono ruoli di prestigio nella società italiana sta infatti aumentando notevolmente; tuttavia, come afferma Cecilia Robustelli, sembra ancora che per molte donne “la legittima parità rispetto all'uomo debba essere ratificata dalla parallela conquista del suo titolo al maschile” (2013).

Se finora si è dato spazio all'asimmetria semantica che caratterizza l'uso di sostantivi che indicano ruoli e professioni, bisogna precisare che tale asimmetria caratterizza anche l'uso dei sostantivi *uomo* e *donna*. Fabiana Fusco, a tal riguardo, dedica un intero volume alla rappresentazione asimmetrica e stereotipata della donna rispetto all'uomo, dimostrata attraverso l'analisi di alcuni lemmi sul dizionario GRADIT. Fusco (2012, p. 48) nella sua ricerca pone, per esempio, l'accento sulla polarizzazione semantica di alcune espressioni quali *buona donna/buon uomo*, *donna di mondo/uomo di mondo*, *donna di strada/uomo di strada*, le cui connotazioni riferite alla donna sono per lo più peggiorative, facendo riferimento, in tutti i casi riportati, al ruolo di prostituta, mentre per le corrispondenti espressioni maschili la connotazione a volte è neutra, a volte addirittura positiva. Alla luce dei risultati ottenuti dall'analisi, Fusco afferma che

[...] talune scelte lessicali fotografano una società in cui la donna si trova ancora in posizione marginale, fortemente stereotipata, ed è considerata più per le sue caratteristiche fisiche che per quelle intellettuali ovvero per una serie di retaggi e consuetudini ormai superati (2012, p. 55).

Concludiamo affermando che, anche per quanto riguarda il fenomeno dell'asimmetria semantica, sembra che la lingua faccia fatica a essere lo specchio della società, a recepire i

cambiamenti ormai in atto da anni. Sebbene, infatti, siano ormai sempre più numerose le donne che giungono a posti di potere e prestigio, anche in questo caso, si cerca di perpetuare nella lingua l'equivalenza *maschile* uguale a *potere*.

1.1.2 Proposte operative

Dopo aver illustrato le forme che, sia a livello grammaticale che a livello semantico, ostacolano e limitano la visibilità delle donne nella lingua, in questo paragrafo si darà spazio alle numerose strategie che, a partire da Alma Sabatini, fino a tempi più recenti, sono state proposte come valide alternative alle varie forme finora illustrate. Ricalcando la struttura dei paragrafi precedenti si darà spazio alle proposte relative al superamento prima del maschile generico, poi dell'uso del maschile per i titoli e i ruoli prestigiosi riferiti a donne e infine dell'asimmetria semantica.

1.1.2.1 Strategie alternative al maschile generico

Data la centralità del maschile generico all'interno del dibattito su "lingua e genere", tante sono state le proposte per cercare di limitarne l'uso. Le alternative possibili si possono racchiudere in due strategie: da un lato, la femminilizzazione e dall'altro, la neutralizzazione.

Per femminilizzazione si intende l'utilizzo della doppia forma femminile e maschile di un dato sostantivo sia in forma estesa, che in forma breve (*le candidate e i candidate; i/le candidati/e*). Nel primo caso, quando sia il sostantivo femminile che quello maschile vengono esplicitati interamente, tale strategia, come afferma Cavagnoli, "rimarca la differenza da un lato, e la compresenza, la simmetria dall'altro" (2013, p. 18) ed è stata spesso considerata da numerosi studi di psicolinguistica come la forma più efficace per garantire una visibilità simmetrica a donne e uomini. D'altro canto però, l'utilizzo di questa forma, soprattutto se ripetuta di frequente, va scontrarsi con il principio dell'economia linguistica. L'uso esclusivo di forme doppie in sostituzione al maschile generico renderebbe effettivamente un testo poco scorrevole, ne appesantirebbe la leggibilità e ne complicherebbe l'interpretazione del

messaggio. Non per questo si può però condividere la giustificazione dell'appesantimento del testo per opporsi all'introduzione delle forme doppie; motivazione che, come affermato da Cavagnoli, crea un vero e proprio paradosso:

Si sostiene infatti che l'uso di una lingua di genere complichino la leggibilità di un testo, attraverso l'uso dello sdoppiamento, per esempio. Ma ci si dimentica che l'uso del maschile cosiddetto neutro non sempre semplifica la comprensione (2013, p. 22).

Alla luce di quanto affermato, è forte la convinzione che, per produrre testi che siano allo stesso tempo leggibili e rispettosi dell'identità di genere, sia essenziale alternare soluzioni di femminilizzazione e neutralizzazione, unite a cambiamenti sintattici (es. forma impersonale, forma passiva, etc.). Oltre alle strategie di femminilizzazione, sono state proposte diverse strategie di neutralizzazione come alternative al maschile generico; Robustelli (2012, p.22) propone le seguenti:

- Perifrasi che includano espressioni prive di referenza al genere, es. *persona, essere, essere umano, individuo, soggetto*;
- Riformulazione con nomi collettivi o che si riferiscono al servizio, es. *personale, dipendente/docente, magistratura, direzione, corpo docente/insegnante, segreteria, presidenza, servizio di assistenza, utenza, consiglio, personale*;
- Riformulazione con pronomi relativi e indefiniti, es. *chi/chunque arrivi in ritardo*;
- Uso della forma passiva, es. *La domanda deve essere presentata* invece di *I cittadini e le cittadine devono presentare la domanda*;
- Uso della forma impersonale, es. *Si entra uno alla volta* invece di *Gli utenti devono entrare uno alla volta*.

È proprio attraverso l'utilizzo combinato di queste numerose soluzioni che la lingua italiana ci mette a disposizione che si possono produrre testi che, oltre a essere leggibili e scorrevoli,

riescono a garantire una maggiore visibilità alle donne. Per riuscire ad applicare queste soluzioni in modo da salvaguardare sia la leggibilità del testo che il rispetto per l'identità di genere, risulta necessaria una grande sensibilità e una profonda metacompetenza linguistica. Come ricorda Giusti infatti, “solo una piena conoscenza dei processi permette di governare tali processi a livello individuale e collettivo invece che subirli senza averne piena consapevolezza” (2016b).

1.1.2.2 Strategie alternative al maschile per ruoli e titoli prestigiosi riferiti a donne

Se evitare di usare il maschile generico implica effettivamente uno sforzo per non compromettere la leggibilità del testo, per quanto riguarda l'utilizzo del maschile per i titoli e i ruoli prestigiosi riferiti a donne la soluzione sembrerebbe, a livello linguistico, semplice e a portata di mano. Per tutti i sostantivi maschili che vengono utilizzati anche per riferirsi a donne esiste infatti una regolare forma femminile. Già Alma Sabatini (1987, p. 109) fornisce un elenco estremamente dettagliato in cui riporta la forma femminile dei sostantivi che allora si faceva fatica a introdurre nella lingua italiana, come ad esempio, *senatrice, rettrice, la presidente, la giudice, avvocatessa, chirurga, ministra, sindaca*. Robustelli (2012, p. 19), in tempi più recenti, propone uno schema modellato sulle proposte di Sabatini, che chiarisce le regole da seguire per formare il femminile dei sostantivi:

- I termini *-o, -aio/-ario* mutano in *-a, -aia/-aria* (es. *architetta, avvocatessa, chirurga, commissaria, deputata, impiegata, ministra, prefetta, notaia, primaria, segretaria (generale), sindaca*);
- I termini *-iere* mutano in *-iera* (es. *consigliera, infermiera, pioniera, portiera*);
- I termini in *-sore* mutano in *-sora* (es. *assessora, difensora, evasora, oppressora, revisora*);
- I termini in *-tore* mutano in *-trice* (es. *ambasciatrice, amministratrice, ispettrice, redattrice, senatrice*).

Essendo considerati invece ambigenere o epiceni, i sostantivi facenti parte dei seguenti gruppi hanno la stessa forma al femminile e al maschile e quindi il genere viene indicato dall'articolo o dagli aggettivi o participi che si concordano in base al genere:

- I termini in *-e* /*-a* (es. *custode, giudice, interprete, parlamentare, preside, poeta, vigile*);
- Le forme italianizzate di participi presenti latini (es. *agente, dirigente, inserviente, presidente, rappresentante*);
- I composti con capo (es. *capofamiglia, caposervizio*).

Terminiamo questa parte dedicata alla formazione del femminile dei sostantivi, aggiungendo alcune precisazioni relative ai sostantivi femminili terminanti in *-essa*, spesso connotati negativamente. Sabatini, a tal proposito, suggerisce non solo di evitare nuove forme femminili come *avvocatessa, presidentessa, vigilessa*, etc., ma propone anche delle forme alternative, ossia *dottrice* e *professora* che sarebbero dovute andare a sostituire *dottoressa* e *professoressa*. In tempi più recenti sia Rubustelli (2012) che Giusti (2016a) propongono di evitare le “nuove” forme in *-essa* (es. *avvocatessa, presidentessa, vigilessa*) preferendo le forme femminili regolari (*avvocata, presidente, vigile*), ma, allo stesso tempo, suggeriscono di mantenere in uso *dottoressa* e *professoressa*, in quanto il suffisso in *-essa* in riferimento a questi sostantivi ha perso totalmente la connotazione negativa e derisoria di una volta.

1.1.2.3 Strategie per superare le asimmetrie semantiche⁴

Poiché l'asimmetria semantica si manifesta spesso nell'uso di sostantivi la cui presenza è già consolidata nella lingua italiana, si potrebbe superare andando a spezzare quello che potremmo definire “un circolo vizioso” per cui le donne che ricoprono ruoli prestigiosi preferiscono essere designate con sostantivi maschili perché i corrispettivi femminili sono

⁴ Il paragrafo *Strategie per superare le asimmetrie semantiche* è stato ripreso in parte da Nardone (2016).

ancora intrisi di significati lessicali che rimandano alla subalternità piuttosto che al prestigio e all'autorevolezza e, così facendo, queste forme femminili continuano a essere caratterizzate, nell'uso dominante, da asimmetrie semantiche. Se però, le donne che già ricoprono tali ruoli decidessero, attraverso una maggiore consapevolezza di quanto lingua e identità siano legate a doppio filo, di utilizzare i sostantivi femminili per indicare i ruoli che ricoprono nella società, l'asimmetria semantica che ancora caratterizza il loro uso si andrebbe pian piano a perdere e, in questo modo, i cambiamenti già in atto nella società, potrebbero trovare completa espressione anche a livello linguistico. Spezzando, quindi, anche nella lingua, l'equivalenza tra *maschile* e *potere* e dando alle donne una visibilità linguistica in linea con gli innumerevoli ruoli che ricoprono nella società, si rispecchierebbero nella lingua quei cambiamenti già in atto nella società e si riconoscerebbe il fatto che le donne di potere e di prestigio non rappresentano più solo un'eccezione o un fenomeno transitorio.

1.1.3 Le origini: Alma Sabatini

Quando si introduce il tema "lingua e genere" in italiano non si può assolutamente prescindere dal pensiero e dalle proposte di Alma Sabatini. Il suo *Il sessismo nella lingua italiana* fu pubblicato la prima volta nel 1987 e poi nuovamente nel 1993 dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri. Il documento di Alma Sabatini, oltre a mettere in evidenza il sessismo nella lingua italiana per quanto concerne la stampa e gli annunci di lavoro, contiene anche le prime linee guida per l'utilizzo di una lingua di genere. Sebbene la ricezione delle raccomandazioni di Sabatini fu carente e limitata a una nicchia di persone, non si può negare a Sabatini il merito di essere stata la prima voce a introdurre le problematiche legate all'androcentrismo dell'italiano e a proporre soluzioni, la maggior parte delle quali vengono, ancora oggi, ritenute valide. Alma Sabatini fu infatti la prima a riconoscere nella lingua italiana una doppia asimmetria, grammaticale e semantica, attraverso la quale le donne erano relegate a una posizione di subordinazione e, in alcuni casi, di vera e propria invisibilità linguistica.

Purtroppo, però, nel 1987, anno della prima pubblicazione de *Il sessismo nella lingua italiana*, la consapevolezza sul sessismo linguistico dell'italiano era, se non del tutto assente, sicuramente appannaggio di poche persone addette ai lavori; inoltre, come afferma Giuliana Giusti, “per il movimento femminista italiano la questione del linguaggio non è mai stata tra le priorità in agenda.” (2009, p. 6). Questo disinteresse diffuso ha sicuramente contribuito alle critiche e al poco seguito che hanno accompagnato il lavoro di Sabatini negli anni seguenti.

Concludendo si può affermare che, a distanza di trent'anni dalla pubblicazione de *Il sessismo nella lingua italiana*, il lavoro di Sabatini rappresenta, ancora oggi, il punto di partenza per la nascita e per la recente diffusione, soprattutto in ambito accademico, del dibattito sulla questione tra “lingua e genere”. Sebbene molte delle proposte di Alma Sabatini siano state recentemente riprese sia in ambito accademico che all'interno di altre linee guida⁵, bisogna tuttavia constatare che la loro applicazione è rimasta limitata a poche realtà locali che si sono dimostrate sensibili a tale tematica. L'applicazione disomogenea e carente di tali raccomandazioni è, ancora oggi, legata soprattutto al fatto che a livello normativo tali proposte non abbiano ancora trovato uno spazio adeguato.

1.1.4 Gli sviluppi: tra discontinuità e isolamento

Come aveva previsto con un po' di timore Francesco Sabatini nella sua *Più che una prefazione* pubblicata nell'edizione del 1993 de *Il sessismo nella lingua italiana*, le raccomandazioni di Alma Sabatini furono oggetto di critiche, di “ironie a buon mercato” e di “frecciate politiche” (1993, p. 6). Tali reazioni, fra l'altro, non furono certo un'esclusiva riservata solo ad Alma Sabatini, tant'è che ogni qualvolta in Italia un personaggio pubblico si

⁵ Il riferimento è in particolare a Robustelli, *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo e Robustelli, Donne, Grammatica e Media*.

schiera a favore della lingua di genere e l'argomento sale alla ribalta si scatenano da più parti critiche che a volte raggiungono anche toni offensivi e ingiuriosi⁶.

C'è però anche da dire che il lavoro di Sabatini ha stimolato a livello accademico la pubblicazione di alcuni lavori legati al tema "lingua e genere". Mentre, a livello istituzionale, alcune pubblicazioni hanno ripreso le sue raccomandazioni, sebbene in modo carente e poco incisivo. Nei paragrafi successivi si darà spazio proprio alle reazioni relative al lavoro di Sabatini e agli sviluppi del tema "lingua e genere" a partire dagli anni '90 fino ad arrivare al periodo 2008-2010, anni in cui sembra iniziare una nuova fase caratterizzata da un maggiore interesse nei confronti del tema in questione.

1.1.4.1 Le reazioni dal mondo accademico

Se consideriamo l'interesse dedicato a questo tema in ambito accademico, la prima pubblicazione certamente influenzata dal lavoro di Alma Sabatini fu *Lingua e sessismo* di Giulio Lepschy del 1989, che nasce come una vera e propria recensione del lavoro di Sabatini. Lepschy critica le raccomandazioni di Sabatini da vari punti di vista: innanzitutto inserisce la pubblicazione di Sabatini all'interno del prescrittivismismo linguistico, senza soffermarsi sul fatto che la stessa Alma Sabatini aveva chiaramente affermato che il suo lavoro più che "imporre" e "prescrivere", voleva "proporre" e "suggerire" (1987, p. 99). Lepschy (1989) considera inoltre le proposte di Sabatini "goffe", "antistoriche", "poco accettabili" e "non appropriate". Nel suo saggio Lepschy ammette di essere d'accordo "per le donne di usare le forme al femminile, e di evitare quelle al maschile", ma afferma al contempo che "il suggerimento (di Sabatini) è formulato in modo che [...] pare inutilmente restrittivo e insieme non troppo felice". Lepschy conclude affermando che le raccomandazioni "sono meno sottili e sistematiche di alcuni

⁶ Si faccia riferimento, per esempio, all'articolo "Si avvicina l'8 marzo e la Boldrini torna alla carica: Parlate al femminile" (2015) pubblicato da *Il Giornale* in seguito alla lettera in cui Laura Boldrini suggeriva a deputate e deputati di usare un linguaggio più attento all'identità di genere.

corrispondenti testi inglesi; non sono estreme nelle loro formulazioni teoriche, ma non sembrano essere sufficientemente coscienti delle implicazioni di ciò che propongono. Rivelano anche una mancanza di intuito stilistico.” Dalla pubblicazione di Lepschy risulta chiaro che la ricezione in ambito accademico delle raccomandazioni di Sabatini non fu molto positiva; inoltre, bisogna constatare che passarono parecchi anni prima che iniziative degne di nota dessero nuovo slancio al tema. Certamente il convegno *Donna & Linguaggio* organizzato nel 1995 da Gianna Marcato fu l’occasione per numerose studiose di approfondire varie sfaccettature di interesse accademico che rientrano nel tema “lingua e genere”. In particolare modo, all’interno del convegno, si possono annoverare gli interventi *Lingua, genere e sesso: sessismo nella grammaticografia e in libri scolastici della lingua italiana* di Tatjana von Bonkevitz e *Agentivi e sessi in un corpus di giornali italiani* di Elisabeth Burr. Interessante è anche la descrizione della questione in un’ottica comparatistica tra varie lingue europee; ci riferiamo in questo caso all’intervento *L’Acqua in movimento. Questioni di genere grammaticale e lessico femminile* di Eva-Maria Thüne in cui viene fatto un confronto tra danese, tedesco, inglese e italiano sulla formazione degli agentivi. Qualche anno più avanti, nel 2001, viene pubblicato il volume *Identità di genere nella lingua, nella cultura, nella società* a cura di Franca Orletti con interessanti interventi sul tema. Ricordiamo infine la pubblicazione del volume *Gender Across Languages* a cura di Marlis Hellinger e Hadumod Bußmann del 2003 con l’intervento *Gender and female visibility in Italian* di Gianna Marcato e Eva-Maria Thüne. Sebbene i contenuti e le idee pubblicati in questi lavori non incontrarono l’interesse di un pubblico vasto, bisogna dire che hanno rappresentato le basi per i numerosi studi pubblicati più di recente sul tema “lingua e genere”.

Se quindi, in altri paesi europei furono le richieste partite dal mondo accademico a far sì che le istituzioni prendessero iniziative sia di natura vincolante che sotto forma di raccomandazioni in materia di “lingua e genere”, questa influenza in Italia fu molto limitata,

perché, per molti anni, l'interesse da parte del mondo accademico fu poco incisivo, discontinuo e legato più che altro a iniziative isolate.

1.1.4.2 Le reazioni dal mondo istituzionale

Tornando ora alla ricezione del lavoro di Alma Sabatini in ambito istituzionale, a parte qualche iniziativa isolata, e ci riferiamo, in particolare, al *Codice di stile delle comunicazioni scritte ad uso delle amministrazioni pubblica* a cura di Sabino Cassese pubblicato dal Dipartimento per la Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio dei Ministri nel 1993, l'attenzione data alle raccomandazioni proposte da Alma Sabatini fu assolutamente trascurabile. Prendendo in considerazione, per esempio, lo spazio dedicato a questioni di “lingua e genere” nei manuali per la scrittura amministrativa⁷, si può delineare una sorta di curva discendente: se infatti inizialmente, soprattutto nella pubblicazione di Cassese, si può notare una certa attenzione a recepire le indicazioni di Sabatini, man mano, nei successivi manuali di lingua amministrativa, all'attenzione verso una lingua di genere viene riservato sempre meno spazio, fino a essere surclassata da altre priorità comunicative, in primis, dalla così detta economia linguistica.

Bisogna aspettare il 2011, anno della pubblicazione della *Guida alla redazione degli atti amministrativi* da parte dell'Accademia della Crusca e dell'Istituto di teoria e tecniche dell'informazione giuridica, per osservare un'evidente inversione di tendenza che si colloca all'interno di quello che potremmo definire un interesse ritrovato nei confronti del tema “lingua e genere”.

Per concludere le iniziative a livello istituzionale relative al tema “lingua e genere” menzioniamo due progetti⁸ che, sebbene non totalmente focalizzati sul tema in questione,

⁷ Per un approfondimento sui manuali di scrittura amministrativa e l'attenzione data in queste pubblicazioni alle questioni linguistiche di genere si faccia riferimento a Nardone (2014).

⁸ Per la descrizione dei progetti *Polite* e *Sui Generis* si è fatto riferimento a Nardone (2014).

hanno avuto il merito di diffondere una maggiore sensibilità nei confronti delle questioni di genere, anche linguistiche ma non solo, all'interno del mondo dell'editoria e della scuola. Nel 1997 ha preso via il Progetto Polite che, raccogliendo le sollecitazioni della Conferenza mondiale di Pechino (1995), intendeva riqualificare i materiali didattici in vista di una maggiore attenzione all'identità di genere. Nell'ambito di questo progetto, in collaborazione con il Ministero delle Pari Opportunità, è stato pubblicato nel 2000 il primo dei due vademecum che raccoglie vari contributi in cui vengono analizzati il rapporto tra produzione culturale e scientifica e identità di genere in una prospettiva storica che consente di trarre molteplici suggerimenti e spunti di indagine. Sebbene il focus di tale progetto non è rappresentato dal rapporto tra lingua e genere, ci sembra in ogni caso interessante accennare a questo progetto, sostenuto anche a livello istituzionale, in quanto, introducendo una prospettiva di genere all'interno del mondo dell'editoria didattica si va senza dubbio a esercitare un'influenza anche sulla percezione collettiva della questione, in particolar modo attraverso la scuola.

Il Progetto Sui Generis, invece, ha visto in particolar modo proprio la partecipazione delle scuole. Il progetto ha interessato nell'anno scolastico 2008/2009, grazie a un finanziamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri, due istituti professionali di Roma. Lo scopo di tale progetto è stato quello di favorire la consapevolezza di ragazze e ragazzi su stereotipi, emarginazioni e sessismo; varie sono state le attività proposte: lezioni, dibattiti, conferenze, laboratori, giornate di formazione. Al termine di tali attività sono state somministrate agli studenti 20 unità didattiche in ottica di genere, cinque delle quali focalizzate sulla questione linguistica.

Passiamo ora invece alle iniziative di natura vincolante: la normativa italiana che regola l'uso del linguaggio di genere risulta essere scarsamente incisiva, poco sistematica e difficilmente applicabile, in quanto, ad oggi, le poche direttive emanate non sono state corredate da linee guida. Nel corso degli anni si sono registrati dei tentativi sporadici di

introdurre l'uso di alcune forme di genere, ma l'applicazione di queste direttive è rimasta limitata a iniziative personali. Come inoltre fa notare Robustelli, gli stessi documenti istituzionali sulle pari opportunità sono stati redatti senza tener conto di una lingua di genere⁹.

Ripercorrendo le tappe principali della normativa italiana sull'utilizzo di una lingua di genere, risulta interessante fare riferimento innanzitutto alla legge del 903/1977 *Parità di trattamento tra uomini e donne in materia di lavoro*, in cui, all'articolo I è vietata

[...] qualsiasi discriminazione fondata sul sesso per quanto riguarda l'accesso al lavoro, indipendentemente dalle modalità di assunzione e qualunque sia il settore o il ramo di attività, a tutti i livelli della gerarchia professionale. La discriminazione è vietata anche se attuata [...] in modo indiretto, attraverso meccanismi di preselezione ovvero a mezzo stampa o con qualsiasi altra forma pubblicitaria che indichi come requisito professionale l'appartenenza all'uno o all'altro sesso.

Fino agli anni '80 e in particolar modo fino al lavoro di Alma Sabatini, l'omologazione delle donne agli uomini e la cancellazione di ogni caratteristica propria delle donne era istituzionalmente riconosciuto come l'unico modo per raggiungere le pari opportunità tra uomini e donne. Il lavoro di Alma Sabatini fu infatti il primo in cui veniva riconosciuta l'esistenza di forme discriminatorie nei confronti delle donne all'interno della lingua italiana e venivano proposte alternative per superarle. A livello normativo i primi accenni all'esistenza del sessismo linguistico risalgono solo al 1991 con la promulgazione della legge 125/1991 *Azioni positive per la realizzazione della parità uomo-donna nel lavoro* che all'art. 4, c.3 recita:

[...] nei concorsi pubblici e nelle forme di selezione attuate da imprese private e pubbliche la prestazione richiesta deve essere accompagnata dalle parole "dell'uno o

⁹ Robustelli fa riferimento al *Regolamento per il riordino della Commissione per le pari opportunità tra uomo e donna* del 14 maggio 2007 in cui impera ancora l'uso del maschile generico.

dell'altro sesso”, fatta eccezione per i casi in cui il riferimento al sesso costituisca requisito essenziale per la natura del lavoro o della prestazione.

Nella prima norma pubblicata dopo il lavoro di Sabatini non vi è però traccia dei suggerimenti proposti nel 1987, la cui applicazione a livello legislativo resterà alquanto deludente fino ai giorni nostri. In questa norma del 1991 viene infatti esclusivamente richiesta l'aggiunta della formula “dell'uno e dell'altro sesso” che rende esplicito il fatto che l'utilizzo del maschile generico nei concorsi pubblici e nelle selezioni va a designare sia a uomini che donne. Bisogna aspettare il 2007 per vedere un passo in avanti relativamente significativo nel panorama della normativa sulla questione del sessismo nella lingua. Viene infatti emanata la Direttiva *Misure per attuare parità e pari opportunità tra uomini e donne nelle amministrazioni pubbliche* del 23 Maggio 2007 da parte del Ministro per la Funzione Pubblica e dalla Ministra per le Pari Opportunità secondo cui le amministrazioni pubbliche devono usare in tutti i documenti di lavoro (relazioni, circolari, decreti, regolamenti, ecc.) un linguaggio non discriminatorio come, ad esempio, usare il più possibile sostantivi o nomi collettivi che includano persone dei due generi (es. *persone* anziché *uomini*, *lavoratori e lavoratrici* anziché *lavoratori*). Per la prima volta, accanto alla richiesta di evitare un linguaggio sessista nella pubblica amministrazione, viene menzionata – sebbene in modo vago e lacunoso – un'alternativa che la lingua italiana offre per redigere i documenti amministrativi in un'ottica di genere. Gli esempi forniti nella direttiva rappresentano un piccolo passo in avanti, che però non si può ritenere sufficiente se si vuole seriamente arrivare, in primo luogo, a suscitare una presa di coscienza diffusa sulla questione del sessismo nella lingua italiana e, in secondo luogo, a formulare proposte che, avendo carattere normativo, possano trovare un'applicazione ampia e sistematica. Sempre del 2007 è la pubblicazione dell'*Atto di Sindacato Ispettivo del Senato* in base al quale

[...] il Senato [...] impegna il Governo ad introdurre negli atti e protocolli adottati dalle pubbliche amministrazioni una modificazione degli usi linguistici tale da rendere

visibile la presenza di donne nelle istituzioni, riconoscendone la dignità di status ed evitando che il loro ruolo venga oscurato da un uso non consapevole della lingua.

Anche in questo caso però l'impegno a introdurre un linguaggio rispettoso della visibilità delle donne nelle istituzioni non è accompagnato da misure pratiche, quali possono essere suggerimenti, linee guida, progetti che effettivamente permetterebbero di applicare ciò su cui teoricamente si dovrebbe concentrare "l'impegno" delle istituzioni.

Concludendo, si può affermare che lo spazio dedicato in ambito normativo alla questione "lingua e genere" è rimasto alquanto limitato; mancano ancora oggi delle direttive che, corredate di linee guida chiare e applicabili, possano diffondere all'interno delle istituzioni la consapevolezza dell'esistenza di forme che ostacolano la visibilità linguistica delle donne e possano fornire a cittadini e cittadine gli strumenti per superarle. Si potrebbe supporre che, sulla scia del recente interesse soprattutto in ambito accademico e mediatico e, seguendo le buone pratiche messe in atto in altri paesi europei, le istituzioni italiane vadano presto a compiere dei passi che potrebbero effettivamente diffondere una nuova consapevolezza relativa all'importanza dell'utilizzo di una lingua di genere.

1.1.5 Le tendenze attuali

Da una visione d'insieme sulle pubblicazioni e sulle iniziative accademiche e istituzionali, si potrebbe affermare che, a partire dal 2008-2010, si stia verificando quella che potremmo definire un'inversione di tendenza nei confronti del tema "lingua e genere". Se infatti fino a quel momento si era riscontrato un interesse discontinuo e poco incisivo, a partire da questo biennio ha preso il via una fase di maggiore sensibilità nei confronti dell'argomento che, grazie all'impegno condiviso da più soggetti, potrebbe effettivamente portare a cambiamenti considerevoli. Tale percorso, caratterizzato da maggiore attenzione e sensibilità, sta proseguendo ancora oggi, con un attivismo trasversale in crescendo. In questa parte introduttiva daremo spazio ad alcune delle prime iniziative che hanno fatto sì che si

riaccendessero i riflettori sul tema “lingua e genere” mentre, nei paragrafi successivi, verranno illustrate più dettagliatamente le innumerevoli iniziative che, negli ultimi anni, stanno coinvolgendo non solo il mondo istituzionale e accademico, ma anche i media e i social media.

A partire dagli anni 2008-2010 le iniziative e le pubblicazioni incentrate sul tema “lingua e genere” cominciano a essere più numerose e l’attenzione dedicata alla questione inizia a oltrepassare la cerchia chiusa di esperti ed esperte del settore, fino a includere voci provenienti da varie aree della società e della cultura italiana. Nel 2008 viene organizzato dall’Università Ca’ Foscari di Venezia un importante convegno dal titolo *Mi fai male...*; il convegno è costituito da due parti, la prima è dedicata alla violenza contro le donne e la seconda, dal titolo *Mi fai male... con le parole*, è incentrata sul tema “lingua e genere”. Il fatto stesso di inserire in un convegno sulla violenza di genere interventi su “lingua e genere” la dice lunga su quanto discriminazioni, visibilità e stereotipi nella lingua e nella società siano legati a doppio filo. E infatti Giuliana Giusti, a cui è affidata, insieme a Susanna Regazzoni, l’organizzazione del convegno e la successiva pubblicazione dei relativi atti scrive:

Per mezzo delle parole si designano cose e persone, eventi e stati di fatto, con la possibilità di attribuire loro (spesso in modo non del tutto cosciente o volontario) una connotazione non “neutra” ma positiva o negativa. Per tutte queste ragioni è evidente che le parole possono far male (2009, p. 5).

E ancora:

La scomparsa delle donne nel discorso linguistico in tutti i loro ruoli sociali soprattutto quelli di maggior prestigio significa la loro scomparsa nella coscienza culturale, con il conseguente rafforzamento degli stereotipi maschili e femminili, che non fanno solo male alle donne, ma a tutta la società civile e ancor più alla chiarezza e trasparenza del messaggio comunicativo (2009, p. 9).

Nel convegno, oltre a essere stato ribadito con forza e validità scientifica che anche le parole possono essere un potente mezzo di discriminazione nei confronti delle donne, sono stati introdotti concetti¹⁰ e presentati contributi che ancora oggi sono ritenuti validi punti di riferimento per le ricerche sul tema¹¹.

Nel 2009 viene invece organizzato dall'Università di Trento il convegno nazionale *Genere e Precarietà*, dal taglio fortemente interdisciplinare. Una delle sessioni è dedicata al discorso e alle rappresentazioni della precarietà femminile e, all'interno di questa sessione, particolarmente rilevante per il tema "lingua e genere" è l'intervento di Stefania Cavagnoli e Elena Ioratti Ferrari su linguaggio giuridico, genere e precarietà. Cavagnoli e Ioratti Ferrari, intersecando la prospettiva di una linguista e di una giurista, si pongono "l'obiettivo di illustrare la dimensione del linguaggio giuridico nell'ottica di un discorso rispettoso dei generi" (2009, 3), analizzando, tra le altre cose, espressioni e termini come, ad esempio, "buon padre di famiglia", "figlio naturale, legittimo, riconosciuto" e "patria potestà" poi sostituita da "potestà genitoriale."

La scia positiva caratterizzata da un interesse ritrovato continua nel 2010, anno in cui viene organizzata dalla REI, Rete per l'eccellenza dell'italiano istituzionale, una giornata interamente dedicata al tema in questione, dal titolo "*Politicamente o linguisticamente corretto? Maschile e femminile: usi correnti della denominazione di cariche e professioni*" con interventi sia di personalità del mondo accademico che figure esperte di questioni linguistiche che lavorano in ambiti istituzionali, sia europei che italiani. Questa iniziativa offre innumerevoli spunti sia per comprendere le radici culturali del ritardo italiano nell'utilizzo di una lingua di genere, sia per trovare soluzioni linguistiche effettivamente attuabili che

¹⁰ Ci riferiamo, ad esempio, all'introduzione del concetto di "china peggiorativa" da parte di Giuliana Giusti.

¹¹ Ci riferiamo agli interventi di Carla Bazzanella, Anna M. Thornton, Ursula Doleschal, Orsola Fornara e Franca Orletti contenuti nei relativi atti del convegno.

permettano di ridurre, almeno in parte, l'androcentrismo della lingua italiana. Il 2010 è anche l'anno in cui viene pubblicato il volume *Che genere di lingua? Sessismo e potere discriminatorio delle parole* a cura di Maria Serena Sapegno. Già dal titolo, si può notare come il fondamento su cui si basano i contributi di questo volume non si discosti dalla base teorica del convegno *Mi fai male... con le parole*, Sapegno afferma infatti che

Sulle questioni del sessismo è in gioco senza dubbio un problema di potere [...], non sono in gioco nominalismi superflui e chiacchiere autoreferenziali e accademiche ma un nodo di questioni che riguardano in primo luogo la democrazia e poi la vita individuale e collettiva (2010, p. 28).

Infine, sempre nel 2010 viene pubblicato nell'Enciclopedia dell'Italiano Treccani, un contributo intitolato *Genere e Lingua* a cura di Carla Bazzanella in cui, oltre ad essere introdotto il concetto di *genere* in contrapposizione al concetto di *Sesso*, viene ribadito ancora una volta che “l'asimmetria tra uomo e donna, che, a livello sociale, trova espressione anche in forme estreme di sopraffazione e violenza si manifesta anche nella lingua.” Bazzanella si sofferma inoltre sui vari modi in cui tale asimmetria si manifesta nella lingua, illustrando i concetti di *maschile generico*, su cui ci siamo ampiamente soffermati in precedenza, di *servitù grammaticale*, secondo cui “tra parole maschili e femminili l'accordo è al maschile” e il fenomeno per cui termini, professionali e non vengono declinati al maschile nonostante ci si stia riferendo a donne. Dopo aver illustrato le iniziative che sembrerebbe abbiano dato il via a una nuova fase di interesse verso il tema “lingua e genere” in Italia, passiamo ora alle più significative iniziative in ambito accademico, istituzionale e comunicativo che si sono susseguite negli ultimi anni.

1.1.5.1 L'interesse ritrovato dal mondo accademico

Partendo dal mondo accademico non si può prescindere dal menzionare l'impegno di Cecilia Robustelli, autrice di linee guida, di pubblicazioni accademiche, di pubblicazioni

divulgative e presenza ormai costante nei principali eventi sia universitari che istituzionali dedicati al tema “lingua e genere”. Tra le pubblicazioni di Cecilia Robustelli ci sembra significativo menzionare le *Linee guida per l’uso del genere nel linguaggio amministrativo* del 2012 pubblicate in collaborazione con il Comune di Firenze, l’intervento *L’uso del genere femminile nell’italiano contemporaneo: teoria, prassi, proposte* durante la decima giornata della REI, i due interventi divulgativi *Infermiera sì, ingegnera no?* e *Forestierismi e professioni femminili: due settori degni di attenzione* pubblicati sul portale online dell’Accademia della Crusca e la guida *Donne, grammatica e media* scritta per conto dell’associazione Gi.U.LiA Giornaliste. Come si può notare i lavori di Cecilia Robustelli vanno ben oltre la sfera accademica e anzi, uno dei meriti di Robustelli è stato proprio quello di aver contribuito a diffondere le questioni di “lingua e genere” anche in spazi in cui fino a qualche tempo fa tali questioni erano totalmente ignorate.

Tra le pubblicazioni di maggiore spessore scientifico degli ultimi anni dobbiamo menzionare *La lingua e il femminile nella lessicografia italiana: tra stereotipi e (in) visibilità* di Fabiana Fusco e *Linguaggio giuridico e lingua di genere: una simbiosi possibile* di Stefania Cavagnoli. Fusco nel suo volume indaga il modo in cui nel GRADIT vengono attribuiti a sostantivi femminili significati che spesso contribuiscono a rafforzare una visione stereotipata e sessista delle donne. Stefania Cavagnoli, invece, propone una possibile simbiosi tra lingua di genere e linguaggio giuridico, dedicando, in ottica contrastiva, ampio spazio alle buone pratiche introdotte, ormai da anni, in ambito germanofono. Stefania Cavagnoli collabora inoltre a *Grammatica e Sessismo*, un seminario-laboratorio permanente di studio del genere e delle sue implicazioni nato nel 2011 da un’idea di Francesca Dragotto. Possiamo annoverare *Grammatica e Sessismo* tra le iniziative che da qualche anno contribuiscono a dare maggiore visibilità al tema “lingua e genere”, sia in ambito accademico, che attraverso iniziative più di carattere divulgativo.

Hanno contribuito inoltre al fiorire recente di ricerche accademiche sul tema anche le tesi di dottorato di Elisa Merkel (2013) che focalizza l'attenzione, adottando una prospettiva psicolinguistica, sui possibili effetti cognitivi legati all'uso del linguaggio di genere e di Federica Formato (2014) che si dedica, invece, ad analizzare la costruzione del genere all'interno del Parlamento Italiano.¹² Di Federica Formato si menzionano anche i due articoli *Ci sono troie in giro in Parlamento che farebbero di tutto: Italian female politicians seen through a sexual lens* e *Linguistic markers of sexism in the Italian media: a case study of ministra and ministro*, entrambi pubblicati nel 2017, che contribuiscono non poco ad aumentare la visibilità internazionale del tema "lingua e genere" in italiano. Nel 2016 è stato invece pubblicato il volume *Genere e linguaggio. I segni dell'uguaglianza e della diversità* a cura di Fabio Corbisiero, Pietro Maturi e Elisabetta Ruspini, che raccoglie contributi sul sessismo linguistico non solo nei confronti delle donne, ma anche nei confronti delle persone LGBT; un tema questo, che sta acquisendo una sempre maggiore visibilità all'estero, ma che invece in Italia stenta ancora a trovare un'attenzione adeguata.

Menzioniamo inoltre la nascita della rivista *gender/sexuality/italy* incentrata sugli studi di genere nella cultura italiana. Il primo numero di *g/s/i* è stato pubblicato nel 2014 e il terzo, del 2016, è stato dedicato interamente ai temi di linguaggio, genere, sessualità e sessismo in italiano. Un'altra iniziativa che ha dato un contributo notevole a fare chiarezza su numerose questioni legate al tema "lingua e genere" è stato il MOOC *Linguaggio, identità di genere e lingua italiana* organizzato dall'Università Ca' Foscari di Venezia e tenuto da Giuliana Giusti.

Ricordiamo, infine, che il 30 marzo 2017 si è svolto a Modena un convegno dal titolo *Il Sessismo nella lingua italiana – Trent'anni dopo Alma Sabatini* totalmente dedicato al tema lingua e genere in italiano. Il fatto stesso che sia stato organizzato un evento incentrato

¹² La sintesi sugli studi di Fusco, Cavagnoli, Merkel e Formato è stata in parte ripresa da Nardone (2016).

esclusivamente su questa tematica, che ha visto la partecipazione di persone provenienti dal mondo accademico, dal mondo istituzionale, dal mondo dell'attivismo e dal mondo dell'editoria dimostra che la sensibilità nei confronti del tema "lingua e genere" in italiano si sta pian piano diffondendo trasversalmente e i frutti del lavoro di Sabatini, a distanza di 30 anni, cominciano a essere più evidenti.

Passiamo ora alle misure che le università come istituzioni hanno adottato per incentivare l'utilizzo di una lingua di genere e ridurre quindi l'invisibilità e gli stereotipi nei confronti delle donne che, inevitabilmente, una lingua androcentrica veicola. Nel 2014 l'Università di Udine, l'Università di Trieste e la SISSA di Trieste hanno firmato una *Dichiarazione d'intenti per la condivisione di buone pratiche per un uso non discriminatorio della lingua italiana* in cui si impegnano, tra le altre cose, a "ad adottare attraverso il linguaggio misure di sensibilizzazione rispetto alla cultura e alle discriminazioni di genere e a promuovere un linguaggio che registri anche la presenza del femminile e di tutte le possibilità di genere nei vari aspetti della vita quotidiana". Sempre in ambito universitario, fa ben sperare la decisione da parte dell'Università di Bologna di aggiornare la rubrica di Ateneo in modo da declinare i nomi delle cariche e dei vari ruoli istituzionali anche al femminile e di modificare la lingua del portale accademico che integrerà, laddove ciò sarà tecnicamente possibile, la declinazione al femminile. Come ha affermato Chiara Elefante, Prorettrice alle Risorse Umane dell'Università di Bologna, con questa iniziativa si vuole "contrastare il conservatorismo nella lingua per demolire stereotipi inconsci spesso introiettati dalle stesse donne" (Venturi, 2016). Ci sembra doveroso soffermarsi su questa decisione dell'Università di Bologna poiché si è spesso notato che, anche quelle istituzioni e quei soggetti particolarmente sensibili nei confronti delle tematiche di genere, non hanno dimostrato lo stesso grado di sensibilità nei confronti

dell'utilizzo di una lingua di genere. Si prenda, ad esempio, il sito di *WE-Women for Expo*¹³: nella pagina in cui vengono presentate donne di spicco che partecipano al network, tante donne vengono designate con sostantivi al femminile (*scrittrice, attrice*) ma poi, per alcuni ruoli di grande prestigio vengono preferiti sostantivi maschili, come, ad esempio, *direttore generale*, invece di *direttrice generale, avvocato*, invece di *avvocata, rettore* al posto di *rettrice*. Sempre in riferimento all'Università di Bologna, accenniamo alla nascita del Portale di Ateneo e dell'Integrated Research Team *Alma Gender* il cui obiettivo è quello di promuovere e valorizzare l'attività di ricerca nel settore transdisciplinare degli studi di Genere. Tra i temi oggetto di interesse dell'IRT Alma Gender vi è anche la diffusione di una lingua più rispettosa dell'identità di genere. Concludiamo, infine, menzionando una recente iniziativa dell'Università degli Studi di Padova: il 20 novembre 2017 sono state pubblicate le linee guida per un linguaggio amministrativo e istituzionale attento alle differenze di genere. Sul sito dell'evento si legge che

Con l'obiettivo di promuovere l'uso di un linguaggio non discriminatorio e attento alle differenze di genere nella comunicazione istituzionale, nei documenti e negli atti amministrativi, negli eventi pubblici e nella quotidianità accademica, vengono presentate le linee guida per un linguaggio che veicoli i valori di equità, apertura e inclusione, a cura del gruppo di lavoro dell'Ateneo.

Si auspica che, seguendo il buon esempio dell'Università degli Studi di Padova, tante altre università italiane si attiveranno promuovendo iniziative simili.

¹³ Si precisa che "WE-Women for Expo è un network di donne di tutto il mondo che si esprimono e agiscono insieme sui temi del nutrimento e della sostenibilità e lo fanno mettendo per la prima volta al centro di un'esposizione universale la cultura femminile." "WE-Women for Expo," consultato il 30 giugno, 2016, <http://www.we.expo2015.org/it>.

1.1.5.2 *Le iniziative delle istituzioni*

Se consideriamo l'interesse che le istituzioni italiane hanno riservato al tema "lingua e genere" attraverso una prospettiva comparativa, prendendo quindi in riferimento anche la situazione in altri paesi europei, non si può negare un ritardo, una discontinuità e una incisività limitata da parte del mondo istituzionale italiano. Su tale questione ci siamo però soffermati già precedentemente; in questo paragrafo verranno invece illustrate le varie iniziative intraprese negli ultimi tempi da numerosi soggetti istituzionali¹⁴.

A febbraio 2011 viene pubblicata dall'Accademia della Crusca e dall'Istituto di teoria e tecniche dell'informazione giuridica la *Guida alla redazione degli atti amministrativi*. Nei manuali di lingua amministrativa pubblicati negli anni precedenti si poteva denotare un'attenzione e un interesse decrescenti nei confronti del linguaggio di genere. Nella *Guida* pubblicata nel 2011 dalla Crusca e dall'ITTIG si può invece riscontrare un'inversione di tendenza, si legge infatti che "per i nomi di mestiere, i titoli professionali e i ruoli istituzionali si suggerisce di usare il genere maschile e il genere femminile in base al genere del referente." (p. 28). La guida non offre però alternative valide al maschile generico, anzi, ne suggerisce l'uso se il riferimento è a persone non definite, in modo da non appesantire il testo.

Un'iniziativa maggiormente incentrata sul tema in questione è il progetto *Genere e Linguaggio* promosso dal Comune di Firenze e realizzato nel 2011 con la collaborazione dell'Accademia della Crusca. L'obiettivo del progetto è quello di "promuovere un uso della lingua volto al rispetto e alla valorizzazione delle donne e al riconoscimento di pari valore fra i generi maschile e femminile". Questa iniziativa rappresenta un esempio di buona pratica in cui le istituzioni, prendendo atto dell'inadeguatezza della lingua in uso dal punto di vista di genere, si affidano a persone esperte ai fini di rinnovare, attraverso il coinvolgimento e la

¹⁴ Si precisa che per istituzioni si intendono non solo le istituzioni politiche e amministrative, ma anche quelle culturali, ci riferiamo, in particolare, all'Accademia della Crusca.

formazione del proprio personale, il linguaggio in uso e renderlo meno discriminatorio nei confronti delle donne. Da questo progetto nascono anche le *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo*, a cui abbiamo fatto riferimento più volte in precedenza. Queste linee guida sono state adottate anche da altre istituzioni, come ad esempio il Comune di Modena che si è impegnato, attraverso un *Atto di indirizzo per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo* (2015), a intraprendere un percorso di revisione dei termini utilizzati in tutta la modulistica del Comune in modo da mettere in evidenza entrambi i generi e a realizzare un corso di formazione per i funzionari sull'uso del linguaggio di genere.

Un'altra importante iniziativa vede protagonisti l'Università di Torino, la Città di Torino e la Regione Piemonte che, a marzo 2016, hanno sottoscritto la carta d'intenti *Io parlo e non discrimino* per promuovere l'uso non discriminatorio della lingua da un punto di vista del genere, a cui ha fatto seguito la pubblicazione delle *Linee guida per un utilizzo non discriminatorio del linguaggio in base al genere nell'attività amministrativa*. Anche per questo progetto si parte da una constatazione condivisa da vari soggetti istituzionali per cui la lingua in uso risulta spesso essere un veicolo di discriminazioni dal punto di vista di genere e, alla luce di questo riconoscimento, ci si attiva per introdurre e diffondere un linguaggio più rispettoso. Il presupposto teorico di questo e altri progetti simili si fonda proprio sulla convinzione che il superamento delle discriminazioni linguistiche sia uno dei tanti modi attraverso cui poter costruire una società che garantisca pari opportunità a uomini e donne.

Uno degli ostacoli maggiori alla diffusione di una lingua di genere sta proprio nel fatto che tante donne di potere preferiscono essere designate con nomi al maschile; alla luce di questo atteggiamento molto diffuso, risulta particolarmente significativa la presa di posizione di Silvia Conte, sindaca di Quarto d'Altino, piccolo comune in provincia di Venezia. Conte, non solo ha chiesto espressamente di essere chiamata *sindaca*, e non *sindaco*, ma ha anche decretato che “in tutti gli atti del Comune venga adottato un uso della lingua italiana attento al

rispetto delle differenze di genere e tale da rendere visibile la presenza di donne nelle istituzioni” (Crosato, 2012). In tutti i documenti del Comune di Quarto d’Altino dovranno quindi essere espresse al femminile le denominazioni degli incarichi e delle funzioni ricoperte da donne; ci è sembrato giusto soffermarsi su questa decisione in quanto si tratta di una delle poche iniziative con valore vincolante che sia stata presa sinora dalle istituzioni italiane.

La voce che sicuramente, in ambito istituzionale, ha contribuito maggiormente a dare nuovo spazio e nuova visibilità al tema “lingua e genere” è stata, ed è tuttora la Presidente della Camera Laura Boldrini, promotrice di numerose iniziative a cui accenniamo brevemente. Partiamo con la lettera che a marzo 2015 la Presidente della Camera ha inviato alle deputate e ai deputati invitandoli a declinare le cariche e i ruoli istituzionali secondo il genere della persona a cui si riferiscono¹⁵. Boldrini, nel documento, fa riferimento proprio alla guida pubblicata dall’Accademia della Crusca e dall’Ittig. Sebbene l’iniziativa di Laura Boldrini abbia richiamato l’attenzione sul tema sia in ambito istituzionale che su media e social media¹⁶, bisogna riconoscere che l’applicazione di questa proposta non ha avuto gli esiti sperati, tant’è che sul sito ufficiale della Camera dei Deputati si continua a utilizzare la forma *deputato* anche per le numerose deputate¹⁷. Un’altra iniziativa promossa da Laura Boldrini è stato l’evento *Non Siamo Così. Donne, parole e immagini* incentrato sul linguaggio di genere e la rappresentazione del femminile e che ha visto la partecipazione, delle Vice Presidenti dei parlamenti francese e spagnolo, Sandrine Mazetier e Dolors Montserrat e di numerose persone esperte di comunicazione, pubblicità e social media.

¹⁵ In data 3 luglio 2016 la lettera era disponibile consultando il profilo Twitter di Laura Boldrini.

¹⁶ Si veda, ad esempio “Boldrini ai deputati: il linguaggio parlamentare rispetti le identità di genere” e “La lettera di Laura Boldrini sulla parità di genere linguistica,” pubblicati rispettivamente da *Il Sole 24 Ore* e da *Il Post* nel 2015. Inoltre, nel prossimo paragrafo dedicato a *Lingua di genere e social media* si darà spazio alle reazioni che la pubblicazione di questo documento ha suscitato sui social media.

¹⁷ L’uso del maschile in riferimento a donne sul sito della Camera dei Deputati risulta dalla consultazione, ad esempio, delle seguenti pagine: “Attività svolta dall’on. Amato Maria, PD” consultato il 4 luglio 2016 e “Madia Anna Maria, PD” consultato il 4 luglio 2016.

Un occhio di riguardo meritano le iniziative che sono state prese nella Provincia Autonoma di Bolzano – Alto Adige che, come ci ricordano Alessandra Cestari e Barbara Tomelleri,

[...] è una delle regioni italiane che si sono battute con maggiore forza e determinazione per dare visibilità alla donna anche attraverso l'adozione di specifici atti normativi; questo processo di innovazione si è potuto realizzare ed imporre anche grazie alla particolare realtà linguistica, sociale e culturale di questa terra (2011, p. 2).

Nel 2012 la Provincia Autonoma di Bolzano pubblica le *Direttive per il rispetto del genere nei testi dell'Amministrazione provinciale* il cui intento è “quello di comunicare rispettando la simmetria maschile-femminile e di non oscurare la presenza femminile” (p.2). Il documento fornisce numerose linee guida per esplicitare la presenza femminile sia laddove il riferimento è a persone definite, che quando ci si riferisce a un pubblico generico. Il documento, in cui le proposte vengono anche differenziate in base alla tipologia testuale in questione (testo giuridico, modulistica, etc.), potrebbe fungere da modello per direttive simili che, si auspica, vengano emanate in futuro da altre istituzioni italiane.

Concludiamo menzionando alcune iniziative dell'Accademia della Crusca, considerata per eccellenza l'istituzione per la lingua italiana. Già attraverso la *Guida alla redazione degli atti amministrativi* pubblicata nel 2012 in collaborazione con l'Ittig e attraverso la collaborazione al progetto *Genere e Linguaggio* del Comune di Firenze, l'Accademia della Crusca aveva espresso la propria posizione in termine di lingua di genere. Tale posizione è stata poi confermata e ribadita attraverso due importanti contributi pubblicati sul portale online. Ci riferiamo a *Infermiera sì, ingegnera no* firmato da Cecilia Robustelli e pubblicato nel 2013 e il più recente *Forestierismi e professioni femminili: due settori degni di attenzione* a cura di Cecilia Robustelli e di Claudio Marazzini, pubblicato a dicembre 2015. In entrambi gli articoli la posizione della Crusca risulta chiara e disambigua: l'Accademia

[...] auspica pertanto che i termini che indicano ruoli istituzionali (e, per estensione, quelli che indicano lavoro o professione) riferiti alle donne siano di genere grammaticale femminile, dal momento che ciò permette anche la sicura identificazione della persona cui si fa riferimento e quindi l'eliminazione di ogni l'ambiguità.

Alla luce delle principali iniziative in materia di “lingua e genere” che dal 2011 hanno visto protagoniste varie istituzioni italiane, si può affermare che l'interesse verso questa tematica è sicuramente aumentato negli ultimi anni, ma il ritardo nei confronti di altri paesi europei non si è certo affievolito. Inoltre, sembra che l'impegno di singole persone si debba ancora scontrare con la negligenza e il disinteresse della maggioranza, per cui gli inviti, i suggerimenti e le proposte rimangono spesso, ancora oggi, inascoltati.

1.1.5.3 Lingua di genere e social media

Tra le varie iniziative che stanno contribuendo a dare una maggiore visibilità al tema “lingua e genere” si possono senza dubbio annoverare numerosi gruppi e pagine Facebook dedicate al tema. Vale la pena menzionare, ad esempio, i due gruppi pubblici *Toponomastica al femminile* e *Genere, lingua e politiche linguistiche*. Ricordiamo inoltre la rubrica *Lingua di Genere* a cura della ricercatrice Federica Formato. Queste iniziative, oltre a permettere di rimanere costantemente al corrente sulle questioni più attuali in materia di “lingua e genere” permettono anche un confronto sia all'interno della comunità di persone esperte, che tra chi si occupa di questi temi da anni e chi invece si è da poco avvicinato a tali questioni.

Oltre a queste iniziative, c'è però un altro modo attraverso cui si può leggere il rapporto tra i social media e il tema “lingua e genere”. Quando, nel marzo 2015, la Presidente della Camera Laura Boldrini, ha pubblicato sul suo account Twitter la lettera inviata a deputate e deputati sul rispetto dell'identità di genere nel linguaggio, a cui abbiamo accennato in precedenza, sono stati numerosissimi i commenti con toni aggressivi, offensivi e derisori che

la pubblicazione di questo documento ha suscitato. Oltre al fatto che la lettera stessa è stata definita, da decine di utenti di Twitter, “inutile” e “ridicola”, questo documento ha rappresentato un pretesto per offendere la stessa Presidente della Camera tacciandola, tra le altre cose, di “perdere tempo” con questioni irrilevanti, essendo “ben altri” i problemi dell’Italia. E proprio al *benaltrismo*¹⁸ si appella spesso chi vuole osteggiare ogni cambiamento linguistico in ottica di genere.

Un altro momento in cui l’ira, le offese e i toni derisori sui social media si sono scagliati contro i tentativi di diffondere l’utilizzo di una lingua di genere è stato innescato dalla recente elezione delle sindache Virginia Raggi e Chiara Appendino. Come era già successo in altre simili occasioni, nelle ore successive all’elezione delle due sindache si è rapidamente diffuso il dibattito su come chiamare Raggi e Appendino: *sindaco*, *sindaco donna* o *sindaca*. Nel bel mezzo del dibattito il Corriere della Sera ha pubblicato un articolo attraverso cui la sua posizione a riguardo risultava chiara e trasparente sin dal titolo: *E adesso chiamiamola sindaca* (Di Stefano, 2016). L’articolo, pubblicato anche sul profilo Facebook del quotidiano, ha provocato centinaia di commenti di cui, una minoranza erano da parte di persone che consideravano giusta e adeguata questa presa di posizione, ma la maggior parte erano invece da parte di persone che, oltre a esprimere disinteresse e disprezzo nei confronti di queste tematiche, proponevano, in tono chiaramente polemico e ironico, l’introduzione di quelli che potremmo definire “neologismi al maschile”, come, ad esempio, *persono*, *autisto*, *piloto*. Dalla lettura di alcuni di questi commenti sembra sia molto diffuso un atteggiamento che, oltre a denotare una scarsa consapevolezza sui meccanismi che regolano l’attribuzione del genere grammaticale ai sostantivi nella lingua italiana, rivela una mancanza di sensibilità nei confronti di quanto lingua e società siano l’una lo specchio dell’altra.

¹⁸ Si intende per *benaltrismo* “la tendenza a spostare l’attenzione dal problema in discussione ad altro che si addita come più importante o più urgente” (Garzanti Linguistica).

1.1.5.4 *Lingua di genere e media*

A luglio 2014 viene presentata a Montecitorio la guida *Donne, grammatica e media* dell'associazione GiULiA giornaliste, a cura di Cecilia Robustelli. Ad oggi questa è la guida più esaustiva e completa in materia di lingua di genere per quanto concerne il mondo dei media. Il documento contiene sia numerosi esempi di rappresentazioni stereotipate e sessiste nei confronti delle donne, che numerose proposte operative riprese sia dalle raccomandazioni di Alma Sabatini che dalle linee guida di Cecilia Robustelli. Attraverso l'utilizzo e la diffusione di queste proposte, la guida si pone l'obiettivo di poter garantire alle donne una rappresentazione linguistica nei media che sia lo specchio dei cambiamenti sociali ormai in atto da anni, che vedono sempre più donne ricoprire ruoli che, fino a qualche decennio fa, erano appannaggio esclusivo degli uomini.

Tutt'altro genere d'informazione è un altro importante documento che si inserisce nel filone *lingua di genere e media* ed è stato pubblicato a settembre 2015 dal Consiglio Nazionale – Ordine dei giornalisti. Il documento rappresenta un manuale per una corretta rappresentazione delle donne nell'informazione e, sebbene il suo focus non sia prettamente su “lingua e genere”, include anche delle regole per facilitare l'utilizzo di una lingua che garantisca una giusta visibilità alle donne.

Un'altra iniziativa che riguarda il mondo dei media è la nascita del blog *la 27esima ora* del Corriere della Sera; sebbene il blog non sia focalizzato esclusivamente sul tema “lingua e genere”, ha spesso ospitato contributi sul tema da parte di accademiche ed esperte del settore. Uno dei più interessanti porta la firma di Angelica Mucchi Faina e risulta particolarmente rilevante per l'oggetto di questa tesi, in quanto l'autrice afferma che

[...] l'uso del maschile generico («i ricercatori») tende ad attivare rappresentazioni della realtà prevalentemente al maschile, inducendo a sottovalutare il numero delle donne presenti in un determinato contesto (un convegno

scientifico). Un'offerta di lavoro che fa uso del maschile generico («Il candidato dovrà...») demotiva le donne dal presentare la propria candidatura e dal partecipare alla selezione (2016).

Fa ben sperare che trovino spazio in media di così ampia diffusione questioni che finora avevano interessato solo una ristretta nicchia di persone facenti parte, in particolare, del mondo accademico.

1.1.5.5 Altre iniziative

Concludiamo questo capitolo menzionando un'ultima interessante iniziativa, *Vocabolario*, nata dall'associazione Piano F. *Vocabolario*, il cui scopo è quello di superare il sessismo linguistico, consiste “di 14 schede che affrontano i dubbi e i problemi più comuni quando si tratta di “dire la differenza”, cioè di parlare di donne e uomini con chiarezza e senza stereotipi, usando semplicemente le regole di funzionamento della lingua italiana” (“*Vocabolario*,” 2015). Le 14 schede di *Vocabolario*, disponibili in vari formati, hanno avuto una discreta diffusione; si legge infatti dal sito che il poster viene distribuito in tutte le occasioni di presentazione e in tutte le scuole della Regione Lazio, da cui il progetto è in parte finanziato.

Dalla visione d'insieme sulle numerose iniziative relative al tema “lingua e genere” che negli ultimi anni hanno coinvolto università, istituzioni e mondo dei media, si possono delineare alcune tendenze: innanzitutto sembra evidente un maggior interesse nei confronti del tema all'interno del mondo accademico, sono infatti sempre più numerose le pubblicazioni e le iniziative dedicate al tema sia da parte di persone che da anni si interessano di queste tematiche, che da parte di ricercatrici e dottorande più giovani.

Dal punto di vista istituzionale si può riconoscere qualche iniziativa che fa ben sperare; inoltre la voce di Laura Boldrini ha sicuramente contribuito a dare maggiore visibilità al tema, ma purtroppo mancano ancora azioni incisive che permetterebbero un'armonizzazione nelle

scelte linguistiche di genere all'interno delle istituzioni e non solo. Si auspica che in futuro l'impegno delle istituzioni sia maggiore, condiviso e continuo. Per quanto riguarda media e social media possiamo dire che sicuramente il tema "lingua e genere" ha acquisito maggiore visibilità negli ultimi anni, con tutti i pro e i contro che ciò comporta; abbiamo infatti visto come prese di posizione pubbliche a favore del linguaggio di genere siano spesso accompagnate da commenti e interventi a sfavore, che spesso raggiungono toni offensivi.

1.2 Lingua e genere in Germania

Tra i movimenti femministi europei che, a partire dalla fine degli anni '70 e l'inizio degli anni '80, sulla scia di ciò che stava succedendo ormai da qualche anno negli Stati Uniti, fecero sentire maggiormente le proprie voci e proposero una nuova agenda politica e culturale alle società di appartenenza c'è certamente il movimento femminista tedesco. Particolarmente interessante è il fatto che, a differenza, per esempio, del movimento femminista italiano, tra le priorità delle femministe tedesche troviamo, sin da subito, il rinnovamento della lingua in ottica di genere. Fu infatti ampiamente riconosciuto e condiviso il principio secondo cui lingua e realtà sono legate da un doppio filo, si influenzano quindi a vicenda. La lingua non solo rappresenta la realtà, ma contribuisce a crearla, a formarla e, di conseguenza, ogni cambiamento linguistico è legato in modo reciproco a un cambiamento reale, sociale. A tal proposito, ci sembrano particolarmente chiare ed efficaci le parole di Beatrice Fischer:

Sprache gilt als Schlüsselwerkzeug für gesellschaftliche Veränderungen, mit dem bestehende (Geschlechter-) Normen und Machtverhältnisse beeinflusst werden können. Sprache ist also ein elementarer Teil des Lebens, sie bildet die Wirklichkeit jedes einzelnen Menschen ab. [...] Sie konstituiert unterbewusst eine Struktur im Denken des Menschen; durch das Sprechen und Schreiben wird diese Art des Denkens reproduziert (2013, p. 20).

Adottando questo principio come base teorica, le richieste di rinnovamento linguistico in ottica di genere non vennero quindi considerate autoreferenziali ma, dato il nesso biunivoco che sussiste tra lingua e realtà, l'affermazione di una lingua che garantisca visibilità alle donne venne considerata una delle misure attraverso cui risultava possibile superare visioni stereotipate e discriminanti tra i generi e facilitare il cammino verso le pari opportunità tra uomini e donne.

Il dibattito sul tema “lingua e genere” in Germania¹⁹ ha, quindi, una lunga tradizione di richieste d'innovazione e cambiamenti linguistici, iniziata nell'ormai lontano 1978, con la pubblicazione del saggio *Linguistik und Frauensprache* da parte della linguista Senta Trömel-Plötz e proseguita grazie all'impegno costante da parte, in particolare, di alcune linguiste femministe. Grazie al loro lavoro, ma anche grazie all'apertura e alla sensibilità dimostrata a livello istituzionale, sono state numerose le strategie di genere introdotte e diffuse nella lingua tedesca. L'introduzione e la diffusione di queste nuove forme di genere ha, tuttavia, dovuto affrontare, oggi come allora, numerosi ostacoli e critiche di natura sia linguistica che culturale.

Seguendo una struttura speculare a quella adottata per illustrare il tema “lingua e genere” in Italia, nei paragrafi successivi ci si concentrerà innanzitutto sugli aspetti più prettamente linguistici, si illustreranno infatti i fenomeni su cui, sin dalle origini, si sono concentrate le richieste di rinnovamento della lingua tedesca, con particolare attenzione al maschile generico. Si esporranno inoltre le varie forme proposte nel corso degli anni: dalle strategie di femminilizzazione, a quelle di neutralizzazione, fino ad arrivare alle più recenti strategie *queer*. Nelle parti successive si ripercorreranno le origini del dibattito e gli sviluppi in

¹⁹ In Germania, come d'altronde anche negli USA, il dibattito su lingua e genere si è articolato sia sulla presenza e sulla visibilità delle donne nel sistema lingua che sul modo di esprimersi delle donne. In questa ricerca ci si concentrerà solo sul primo aspetto del dibattito.

ambito istituzionale e accademico. Infine, verrà dato spazio ad alcuni dei temi riguardanti “lingua e genere” maggiormente trattati all’interno dei media.

1.2.1 Forme che ostacolano la visibilità delle donne nella lingua

Il dibattito su “lingua e genere” in Germania si è articolato sin dagli inizi su quelle che potremmo definire una *pars destruens* e una *pars costruens*. In altre parole, contemporaneamente all’individuazione delle forme e degli usi della lingua tedesca che maggiormente ostacolavano la visibilità delle donne, furono proposte delle alternative che, attraverso la neutralizzazione o la femminilizzazione, riuscivano a garantire un certo equilibrio tra la visibilità femminile e quella maschile.

La forma che, da subito, fu individuata come fortemente androcentrica, attraverso cui l’invisibilità delle donne risultava più evidente, era, ed è tuttora, il maschile generico. Furono però individuate anche altre forme asimmetriche, sia a livello morfologico che a livello semantico, riconducibili tutte al principio noto come MAN (*male as norm*) che considera il maschile la categoria superiore, più prestigiosa e il femminile la categoria secondaria e subordinata (Bußmann & Hellinger, 2003, p. 159).

Per quanto riguarda l’aspetto morfologico, fu messa in evidenza l’asimmetria veicolata dal principio di derivazione, che regola la formazione del femminile di gran parte dei sostantivi tedeschi. Seguendo questo principio, al sostantivo maschile si aggiunge un suffisso (di solito –*in*) per formare il femminile, come per esempio nella coppia *Ingenieur – Ingenieurin* (Bußmann & Hellinger, 2003, p. 157). A livello semantico fu messo in evidenza che le forme femminili di alcuni ruoli e professioni non esistevano, come per i sostantivi *General, Kapitän, Dienstherr, Bauherr* (Trömel-Plötz, 1978, p. 56) o che, in alcuni casi, laddove esistevano entrambe le forme - maschile e femminile, la prima aveva una connotazione più positiva e prestigiosa, mentre la seconda era di solito associata a ruoli più subordinati, come nella coppia *Direktor - Direktorin*,

dove il sostantivo maschile indica un ruolo dirigenziale, mentre il sostantivo femminile si riferisce a un'impiegata senior in un negozio di moda (Bußmann & Hellinger, 2003, p. 154). Furono inoltre messe in evidenza numerose asimmetrie, di cui forniamo alcuni esempi ripresi da Hellinger e Bierbach (1993), riguardanti gli appellativi (*Anredeformen*), i nomi e i titoli:

- L'utilizzo di *Fräulein* e non di *Frau* per riferirsi a donne non sposate, che non ha un corrispettivo maschile in quanto lo status coniugale dell'uomo non ha alcun ruolo nella scelta dell'appellativo da usare (*Herr/Herrn*);
- L'utilizzo di appellativi riferiti al ruolo che ricoprono per gli uomini e la preferenza a utilizzare esclusivamente *Frau* per le donne, anche nei casi in cui le donne in questione ricoprono ruoli prestigiosi, come nell'esempio *US-Präsident Bush und Frau Süßmuth*;
- La tendenza, nel caso ci si stia riferendo a coppie, di nominare l'uomo per nome e cognome e la donna solo con l'appellativo di moglie, come nell'esempio: *Zum Empfang bitten wir Herrn Paul Müller und Gattin*.

Alla luce del fatto che, nel corso degli anni sono state introdotte nel vocabolario tedesco numerosissime forme femminili in riferimento a cariche, professioni e titoli, anche e soprattutto prestigiosi, e considerando il fatto che, nel corso degli anni, anche nell'ambito delle *Anredeformen* ci sono stati cambiamenti linguistici significativi che garantiscono una simmetria tra uomini e donne, ci si soffermerà, per quanto riguarda quella che potremmo definire *pars destruens*, solo sul maschile generico, fenomeno su cui si sono concentrati e continuano a concentrarsi gli sforzi per rendere la lingua tedesca maggiormente *geschlechtergerecht*.

Un'ulteriore precisazione riguarda il principio di derivazione (*Movierung*) che regola la formazione del femminile di molti sostantivi tedeschi: quella che fu considerata dalle prime femministe un'asimmetria morfologica, in realtà ha permesso e continua a permettere in modo

sostanzialmente aproblematico l'introduzione di sostantivi femminili che si riferiscono, per esempio, a professioni prestigiose, il cui utilizzo si è diffuso ormai ben oltre la sfera ristretta della comunità accademica. Si può quindi affermare che questi sostantivi femminili in tedesco sono entrati a far parte della lingua comune senza suscitare dibattiti e critiche degne di nota; cosa non altrettanto vera se si prende in considerazione la situazione in paesi come la Francia, e soprattutto l'Italia, dove quest'uso continua a essere fortemente dibattuto soprattutto per ragioni culturali. Adottando quindi una prospettiva contrastiva, sembrerebbe che la produttività del principio di derivazione in tedesco abbia facilitato, piuttosto che ostacolato, l'introduzione e la diffusione di nuove parole che hanno contribuito al rinnovamento della lingua tedesca in un'ottica di genere.

1.2.1.1 Maschile generico

Già dalle primissime pubblicazioni in materia di "lingua e genere" in Germania, l'attenzione si è concentrata su quanto il maschile generico rendesse invisibile la presenza delle donne nella lingua. Nell'introduzione di *Das Deutsche als Männersprache*, Luise F. Pusch nel 1984 scriveva:

In meinem Paß steht: „Der Inhaber dieses Passes ist Deutscher.“ Ich bin aber kein Deutscher. Hätte ich je in einem Deutschaufsatz geschrieben, ich sei „Deutscher“, so wäre mir das Maskulinum als Grammatikfehler angestrichen worden.

Ich bin Deutsche. Es müßte also heißen: „Der Inhaber dieses Passes ist Deutsche.“ Nein, das ist auch falsch. Zwar gilt es nicht als Fehler, wenn ich obwohl weiblich, über mich sage: „Ich bin der Inhaber dieses Passes.“ Genauso korrekt ist aber Inhaberin. Und zusammen mit Deutsche ist nur Inhaberin richtig: „Die Inhaberin dieses Passes ist Deutsche“ (1984, p. 7).

In particolare, fu da subito messo in evidenza quanto il maschile generico in riferimento a professioni, ruoli e cariche potesse essere discriminante per le donne, tant'è che proprio su

questo ambito si sono incentrate già dagli inizi - e continuano tutt'ora, le richieste di cambiamento in un'ottica di genere. Prendendo come riferimento le linee guida pubblicate in Germania rispettivamente nel 1993 da Hellinger e Bierbach, nel 2000 Braun e nel 2014 dall'Università di Colonia, possiamo infatti notare che moltissime delle forme proposte come alternative al maschile generico si riferiscono proprio alle *Berufs- und Funktionenbezeichnungen*. Inoltre, dalla consultazione di linee guida pubblicate nell'arco di vent'anni, sembrerebbe che nelle pubblicazioni più recenti l'attenzione data ai nomi di professioni, cariche e ruoli sia aumentata sempre di più, fino a divenire preponderante in tutte le pubblicazioni recenti passate in rassegna.

Sebbene, quindi, il potenziale discriminatorio del maschile generico è stato, e continua a essere indentificato in particolare nei sostantivi, c'è da precisare che anche i pronomi maschili utilizzati con funzione generica sono stati interessati dalle richieste di rinnovamento della lingua. Infatti, nelle linee guida consultate pubblicate da Hellinger e Bierbach nel 1993 troviamo numerosi esempi, di cui ne riportiamo alcuni, in cui si raccomanda di evitare i pronomi *man, jeder, keiner, jemand, niemand, wer*.

- Wir suchen jemanden, der uns hilft.
- Niemand darf wegen seines Geschlechts benachteiligt oder bevorzugt werden.
- Man muss das Gerät lediglich an einen Fernseher anschließen.
- Wie kann man sich als Frau nachts in der U-Bahn verteidigen?
- Wer das nicht akzeptiert, der muss selbst einen Vorschlag machen.

Analizzando le linee guida più recenti, non troviamo delle raccomandazioni coerenti e ampiamente condivise riguardo l'uso di tali pronomi. In alcuni casi la questione viene totalmente ignorata (Braun, 2000), in altri casi si suggerisce *tout-court* di sostituire questi

pronomi con il plurale (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 2014), in altri casi ancora la problematicità di questi pronomi viene identificata solo nel caso di accordo con un altro pronome che, in genere, è maschile (Universität zu Köln, 2014).

Anche per quanto riguarda il pronome indefinito *man* si riscontra una scarsa armonizzazione tra le proposte delle linee guida; se infatti inizialmente (Hellinger & Bierbach, 1993) fu inserito tra le forme sessiste del tedesco, in alcune delle pubblicazioni più recenti (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 2014) se ne sconsiglia totalmente l'uso, in altri casi se ne riconosce l'eventuale potenziale discriminatorio soltanto a causa della pronuncia che è uguale al sostantivo *Mann* e non a causa delle caratteristiche grammaticali della particella in sé e quindi l'uso viene sconsigliato solo in alcuni casi e senza molta veemenza (Universität zu Köln, 2014); infine nella maggior parte delle linee guida recenti la questione viene ignorata (es. Braun, 2000).

È interessante infine riportare che nelle prime pubblicazioni fu messo in evidenza il fatto che il maschile generico veniva utilizzato anche in contesti prettamente femminili, in cui le uniche referenti del messaggio in questione erano donne, come nei due esempi riportati di seguito (Trömel-Plötz, 1978, p. 51):

- Man erlebt ihre Schwangerschaft und Geburt jedes Mal anders.
- Jemand spricht heute Abend über Ihre Entbindung bei Leboyer.

Un'attenzione particolare in riferimento al maschile generico nella lingua tedesca la meritano i cosiddetti *Komposita*, come ad esempio *Arztbesuch*, *Studentenvertreter*. Nelle prime linee guida la trasformazione in ottica di genere dei *Komposita* veniva considerata poco realizzabile e incompatibile con gli altri principi che un testo, soprattutto ufficiale, doveva rispettare. In *Fingerzeige für Gesetzes- und Amtssprache*, pubblicato da Daum nel 1988, si legge infatti che

Zusammengesetzte Substantive und Adjektive sind typisch für den kompakten Charakter, der die deutsche Sprache auszeichnet [...]. Manche Komposita sind feststehende, oft gesetzlich definierte gemein- oder fachsprachliche Begriffe und können daher gar nicht ersetzt oder nur umständlich umschrieben werden (p. 90).

Sia leggendo linee guida più recenti che osservando la lingua tedesca attuale ci si rende conto che molte alternative di genere ai *Komposita* sono state introdotte e si stanno diffondendo sempre di più; un caso fra tutti è l'utilizzo del composto *Studierendenwerk*, che sempre più spesso va a sostituire il maschile generico *Studentenwerk*.

Passiamo ora ad analizzare alcuni degli argomenti di chi sostiene e di chi osteggia l'uso delle varie forme alternative al maschile generico. Ancora oggi infatti, a distanza di quasi quarant'anni dalle prime pubblicazioni in cui fu evidenziato quanto il maschile generico limiti la visibilità delle donne nella lingua, voci a favore e contro continuano a fronteggiarsi all'interno di questo dibattito.

Il fatto che il maschile generico sia una strategia androcentrica che rende le donne invisibili all'interno della lingua, aspetto ampiamente dimostrato nel corso degli anni da numerosi studi di psicolinguistica,²⁰ rappresenta senza dubbio il principale argomento sostenuto da chi si oppone all'uso. Inoltre, sempre tra chi ne contrasta l'uso, viene spesso messa in evidenza la sua ambiguità. Se infatti forme maschili possono riferirsi in modo intercambiabile sia a gruppi misti di donne e uomini che a soli uomini, il messaggio veicolato da queste forme può essere spesso interpretato in modo ambiguo e poco trasparente, con conseguenze che, in alcuni casi, possono avere ripercussioni sulla vita reale, soprattutto se prendiamo in considerazione alcuni ambiti come, ad esempio, quello giuridico e lavorativo. Se quindi, nello stesso testo o nello stesso paragrafo ci si riferisce alle stesse persone utilizzando in modo

²⁰ Degli innumerevoli studi di psicolinguistica che dimostrano quanto l'uso del maschile generico discrimini le donne se ne parlerà nella sezione dedicata alle iniziative accademiche.

intercambiabile forme di maschile generico e forme di genere si rischia non poco di confondere chi legge. Già nel 1988, Ulrich Daum affermava infatti:

In einem Text sollen Paarformen und generisches Maskulinum einander nicht abwechseln, weil hierdurch meist unklar wird, ob ein Maskulinum generisch oder geschlechtsspezifisch verwendet wird (p. 87).

Per evitare ambiguità nell'interpretazione del messaggio, Daum consiglia, invece, di alternare forme doppie con forme neutre.

La sua efficacia in termini di economia linguistica rappresenta invece l'argomento maggiormente utilizzato da chi sostiene l'uso del maschile generico. È indiscusso il fatto che in termini di economia linguistica il maschile generico rappresenti una soluzione migliore rispetto, soprattutto, alle formulazioni doppie. Quello che viene da chiedersi però è: vale la pena mettere da parte il principio di equa rappresentazione di donne e uomini nella lingua per produrre un testo che sia breve e conciso? Secondo la prospettiva adottata in questa ricerca, piuttosto che sacrificare un principio all'altro sarebbe meglio trovare una sintesi tra i due. Produrre infatti testi in cui, pur di garantire una simmetria linguistica a donne e uomini, vengano costantemente ripetute forme doppie appesantendo il messaggio oltre misura, non sembra essere la giusta via da percorrere se si vuole diffondere l'importanza di utilizzare una lingua di genere. Si può facilmente supporre che i lettori e le lettrici, messi davanti a un testo corretto dal punto di vista del genere, ma ridonante fino a essere illeggibile, sarebbero più propensi a rifiutare queste nuove forme linguistiche piuttosto che dividerne l'importanza. Ed è anche per questo che si propende per un superamento dell'uso del maschile generico attraverso l'integrazione di tutti gli strumenti che la lingua tedesca ci mette a disposizione o, in alcuni casi, attraverso la creazione di nuovi. Proseguiamo questa sezione dedicata al maschile generico riportando quelle che erano e quelle che sono oggi le posizioni del Duden, l'istituzione più autorevole per la lingua tedesca. Il fatto che il Duden abbia recepito e accolto le richieste

di cambiamento della lingua riguardanti il maschile generico ha senza dubbio contribuito alla diminuzione dell'uso di questa forma. Nell'edizione del 1984 del Duden l'utilizzo del *generisches Maskulinum* veniva infatti regolamentato come segue:

Besonders bei Berufsbezeichnungen und Substantiven, die den Träger eines Geschehens bezeichnen (Nomina agentis), verwendet man die maskuline Form vielfach auch dann, wenn das natürliche Geschlecht unwichtig ist oder männliche und weibliche Personen gleichermaßen gemeint sind. Man empfindet hier das Maskulinum als neutralisierend bzw. verallgemeinernd (generisch) (Duden 1984, come citato in Metz-Göckel & Kamphans, 2002).

Tale definizione nell'arco di pochi anni non verrà più ritenuta accettabile dal Duden stesso. Come ricorda Eva Nossem, nella quinta edizione di *Richtiges und gutes Deutsch* viene rifiutato l'uso del maschile generico, in quanto forma che nasconde la presenza delle donne nella lingua, e viene invece raccomandato l'uso di strategie che garantiscono la simmetria e la visibilità di donne e uomini.

Als wichtigste Grundsätze zum Erreichen dieser [der sprachlichen] Gleichstellung gelten das sprachliche Sichtbarmachen des Geschlechts – da, wo Frauen beteiligt sind, sollen sie auch genannt werden – und die Symmetrie – wo Frauen und Männer genannt sind, sollen beide sprachlich gleich behandelt werden (Duden 2011, come citato in Nossem, 2013).

In conclusione si può affermare che, nel corso degli anni, in tanti ambiti, in particolare quello relativo alla lingua istituzionale, su cui le richieste di cambiamento si erano concentrate particolarmente sin dai tempi di Marianne Grabrucker, l'uso di forme di maschile generico, soprattutto in riferimento alle *Personenbezeichnungen* e alle *Berufsbezeichnungen* si è ridotto notevolmente, e, in modo speculare, si sono affermate gradualmente nuove strategie di femminilizzazione e/o di neutralizzazione. D'altra parte però, c'è da dire che in molti ambiti,

come verrà dimostrato anche dall'analisi sugli annunci di lavoro presentata in questa tesi, il maschile generico continua a essere ancora oggi abbastanza diffuso e, di conseguenza, il cammino per assicurare alle donne un grado di visibilità linguistica pari a quello degli uomini è ancora lungo e probabilmente non privo di ostacoli.

1.2.2 Proposte operative

Le proposte operative introdotte a partire dalla fine degli anni '70 in Germania per garantire maggior spazio alle donne nella lingua seguono due tendenze che potremmo definire complementari: da una parte troviamo infatti le strategie di femminilizzazione che, esplicitando la forma femminile, accanto a quella maschile, garantiscono una simmetria tra i due generi, dall'altra abbiamo invece le strategie di neutralizzazione che, nascondendo entrambe le forme, non veicolano informazioni relative al genere. Riportando le parole di Nossem, le strategie di genere permettono quindi

Einerseits das Geschlecht sprachlich sichtbar zu machen, also geschlechterspezifisch zu formulieren, oder es andererseits umgekehrt komplett auszuklammern, also geschlechterneutral zu formulieren (2013, p. 12).

È interessante aggiungere che, negli ultimi anni, si stanno facendo dei tentativi per introdurre nella lingua tedesca strategie che mirano a superare l'opposizione binaria tra uomo e donna. L'introduzione di queste proposte, alcune delle quali stanno trovando anche una discreta applicazione, si inserisce in un ampliamento del paradigma più generale che mira a garantire spazio di autorappresentazione ed espressione, nella lingua e nella società, a tutte le persone che non si identificano né nell'essere donna né nell'essere uomo.

1.2.2.1 Forme doppie

Tra le strategie ormai da tempo al centro del dibattito su "lingua e genere" in Germania troviamo le cosiddette forme doppie, in tedesco *Doppelnennungen* o *Paarformulierungen*. Sin

dagli inizi queste forme sono state proposte come alternative al maschile generico e, osservando linee guida pubblicate nell'arco di 21 anni, dal 1993 al 2014, si può notare che il loro ruolo centrale nel panorama delle strategie di genere è rimasto costante. Non vi è infatti una singola guida, tra quelle analizzate che non riporti le forme doppie tra le strategie raccomandate per garantire simmetria tra donne e uomini all'interno della lingua. Il Duden si è espresso a tal riguardo in questi termini:

Die höflichste und eindeutigste Variante der sprachlichen Gleichstellung ist die Doppelnennung. Besonders in der persönlichen Anrede können die Doppelformen Leserinnen und Leser, Schülerinnen und Schüler verwendet werden.

(“Duden-Newsletter vom 07.01.11, ” 2011)

Inoltre, alcuni studi di psicolinguistica hanno dimostrato che sono proprio le forme doppie a garantire un maggior grado di visibilità linguistica alle donne. D'altra parte però, se prendiamo in considerazione i principi dell'economia linguistica e della leggibilità di un messaggio, non si può tralasciare il fatto che, soprattutto se ripetute continuamente, le forme doppie possono dar vita a testi lunghi, prolissi e ridondanti. Si è consapevoli che una mera sostituzione meccanica di ogni sostantivo maschile generico con una forma doppia non rappresenta una buona soluzione, ma che al contrario, si rivelerebbe una sorta di boomerang nella diffusione dell'importanza di utilizzare una lingua di genere. In linea di massima, le linee guida suggeriscono, ove possibile, di utilizzare forme doppie di sostantivi plurali per evitare di rendere il testo ridondante oltre misura. Infatti, visto che nella lingua tedesca i pronomi, gli articoli e gli aggettivi plurali hanno un'unica forma, utilizzando forme doppie plurali, come ad esempio *Lehrer und Lehrerinnen*, si evita di dover concordare i due sostantivi con doppi articoli, aggettivi e pronomi, come sarebbe invece necessario nel caso di utilizzo di forme singolari. Alla luce del fatto che queste forme garantiscono una grande visibilità alle donne e, allo stesso tempo, rispetto ad alcune strategie create ex-novo, sono accettate con maggiore

facilità, si potrebbe proporre di utilizzarle nei punti di maggiore visibilità di un testo, come ad esempio il titolo, soprattutto nei casi in cui risulta molto importante assicurare la presenza linguistica delle donne anche per fini sociali, lavorativi, economici etc. e alternarle ad altre forme, facendo attenzione a non generare ambiguità nella comprensione del testo.

1.2.2.2 *Forme doppie brevi*

Tra le strategie di femminilizzazione troviamo anche quelle che possiamo definire forme doppie brevi, come ad esempio, *Mitarbeiter/in* e *Lehrer(in)*. Se, da una parte, tali forme sono senza dubbio più concise, dall'altra non bisogna ignorare che non garantiscono una visibilità simmetrica tra donne e uomini. Risulta infatti evidente, soprattutto nel caso delle parentesi, quanto il suffisso femminile sia solo un'aggiunta, un'appendice al sostantivo maschile che rimane il perno semantico. Considerato che tali forme non garantiscono simmetria ai due generi, le linee guida consultate non sono unanimi nel consigliarle. O meglio, nel caso della parentesi (*Klammer*) si riscontrano pareri abbastanza condivisi contrari all'uso; nel caso della barra (*Schrägstrich*), invece, in alcuni casi se ne raccomanda l'uso solo in testi brevi e in moduli (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 2014), in altri casi la si include tra le strategie di femminilizzazione (Universität zu Köln, 2014) e in altri ancora viene considerata un esempio di strategia che mantiene le donne in una posizione di subordinazione linguistica (Braun, 2000). Inoltre, nei casi in cui la forma femminile ha una radice diversa da quella maschile come, ad esempio, nel caso *Bauern – Bäuerinnen*, *Arzt – Ärztin*, il Duden raccomanda di evitarle ("Duden-Newsletter vom 07.01.11," 2011).

Menzioniamo, infine, l'aggiunta di *m/w (männlich/weiblich)* al sostantivo maschile con funzione generica, strategia molto diffusa all'interno degli annunci di lavoro. Tale forma, lungi dal garantire una visibilità simmetrica a donne e uomini, non fa altro che rinsaldare una rappresentazione impari dei generi, come, tra l'altro, dimostrato dal recente studio di psicolinguistica di Lisa Horvath e Sabine Sczesny (2015).

1.2.2.3 *Forme di neutralizzazione*

Sin dall'inizio del dibattito su "lingua e genere" è stata proposta la sostituzione del maschile generico con forme che, attraverso la strategia della neutralizzazione, oscurano entrambi i generi e contribuiscono in questo modo a rendere la lingua tedesca meno androcentrica. Riprendendo la sintesi di Nossem (2013, p. 13), tra le forme che si possono inserire tra le strategie di neutralizzazione sono da annoverare i *Partizipien* o *substantivierte Verben*, come ad esempio, *die Studierenden, die Teilnehmenden* e i *substantivierte Adjektive* come ad esempio *die Angehörigen, die Steuerpflichtigen*. Queste forme, da utilizzare nella forma plurale, hanno il grande vantaggio di riferirsi indistintamente a referenti femminili e maschili, rimanendo però più concisi rispetto alle forme doppie. Tali costruzioni hanno anche permesso, in alcuni casi, di creare alternative di genere a *Komposita* che includevano sostantivi maschili con funzione generica come nel caso di *Studierendenvertreter/in* al posto di *Studentenvertreter*. Un'altra strategia particolarmente efficace nell'oscurare entrambi i generi è rappresentata dalle *Sachbezeichnungen* in sostituzione delle *Personenbezeichnungen*, come per esempio nel caso di *Leitung* al posto di *Leiter/Leiterin*; tale strategia, applicata ai *Komposita* ha permesso la creazione di alternative di genere, come nel caso di *Wahlverzeichnis* al posto di *Wählerverzeichnis*. Attraverso questa strategia il focus passa dalle persone alle cose e, quindi, la questione del genere viene automaticamente evitata. Una terza possibilità è l'utilizzo di aggettivi, come ad esempio nel passaggio da *Rat der Ärztin/des Arztes* ad *ärztlicher Rat*. Inoltre, agendo dal punto di vista sintattico, piuttosto che lessicale, si può trasformare la struttura della frase stessa, come nell'esempio che segue: da *Mörderinnen und Mörder werden bestraft* a *Wer einen Mord begeht, wird bestraft*. Vi è inoltre la possibilità di utilizzare sostantivi che non forniscono informazioni sul genere, come ad esempio *Person, Mensch, Mitglied, Individuum, Kraft, Hilfe* (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 2014, p. 17). Alcune di queste parole possono essere utilizzate anche come suffissi (*-person, -kraft, -hilfe*) per formare sostantivi

che, oscurando la dimensione di genere, si riferiscono in eguale misura a donne e uomini, come ad esempio *Lehrperson, Fachkraft e Putzhilfe* (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 2014, p. 19). Inoltre, come suggerisce Friederike Braun (2000, p. 13) in alcune tipologie testuali ci si può rivolgere al pubblico destinatario direttamente attraverso il pronome di cortesia *Sie*. In questo modo, oltre a far sì che il messaggio includa in maniera equa donne e uomini, si garantisce una comunicazione efficace, diretta, in cui si riduce la distanza tra chi produce e chi legge il testo in questione. Di seguito vengono riportate rispettivamente la versione suggerita e la versione sconsigliata, che ben dimostra come l'utilizzo di forme doppie possa, in alcuni casi, dare vita a testi artificiosi.

- Liebe Bibliotheksbenutzerinnen und -benutzer, Sie dürfen die Bücher nur in den Räumen der Bibliothek einsehen. Mitgebrachte Taschen sowie Jacken legen Sie bitte in den Garderobenschränken im Vorraum der Bibliothek ab.
- Die Benutzerin bzw. der Benutzer der Bibliothek darf die Bücher nur in den Räumen der Bibliothek einsehen. Sie oder er sollte mitgebrachte Taschen sowie Jacken in den Garderobenschränken im Vorraum der Bibliothek ablegen (Braun, 2000, p. 13).

Come nel caso delle forme doppie, le forme di neutralizzazione rappresentano una costante all'interno delle linee guida pubblicate dai primi anni '90 fino agli anni più recenti: vengono infatti incluse in tutte le pubblicazioni consultate.

1.2.2.4 Binnen-I e femminile generico

Tra le strategie che mirano alla rappresentazione di entrambi i generi, la *Binnen-I*, come ad esempio, nella parola *LeserInnen*, rappresenta senza dubbio la forma su cui maggiormente si è discusso e si continua a discutere in ambito accademico, istituzionale, ma anche, come vedremo, sulla stampa. Hadumod Bußmann e Marlis Hellinger hanno scritto a tal proposito:

“The so-called “capital I” [...] has become the focus of emotional and sometimes hostile reactions against reformed language in German” (2003, p. 155).

Rispetto alle strategie viste sinora la *Binnen-I* ha, per una serie di ragioni, delle caratteristiche peculiari. Innanzitutto si tratta di una forma creata ex-novo in seguito alle richieste di innovazione della lingua tedesca in un’ottica di genere; la sua prima apparizione risale al 1981, in riferimento a *HörerInnen*, proposta come alternativa a *Hörer/innen*, da parte di Christoph Busch, autore di un libro sulle radio libere (Scheub, 2003, p. 1). Inoltre la *Binnen-I* può essere difficilmente resa nella lingua orale, la sua pronuncia si potrebbe infatti facilmente confondere con quella della forma plurale femminile del sostantivo in questione. Su questo aspetto Bußmann e Hellinger precisano che

Capital I may be realized either by a glottal stop, or by zero. Zero-realization would make the gender-indefinite *LeserInnen* identical with the feminine *Leserinnen*, suggesting a generic potential of feminine forms, an argument which presumably underlies resistance against the “capital I” (Bußmann & Hellinger, 2003, p. 155).

Infine, la *Binnen-I* non è stata accettata ufficialmente dalle istituzioni linguistiche della Germania. Alla domanda sulla correttezza della *Binnen-I*, il *Rat für deutsche Rechtschreibung* ha risposto che la presenza di lettere maiuscole all’interno delle parole non è prevista dalle regole ortografiche ufficiali; allo stesso tempo, però, viene precisato che finora questa strategia non è stata ancora regolamentata a livello ufficiale in quanto l’uso è limitato a poche tipologie testuali e a pochi ambiti della lingua tedesca (“Fragen und Antworten: Frage 1: Ist das Binnen-I ein Rechtschreibfehler?,” 2013). Il Duden, in due newsletter pubblicate nel 2001 e nel 2011, conferma che la *Binnen-I* non è conforme alle regole dell’ortografia tedesca secondo cui l’uso della lettera maiuscola è previsto solo all’inizio di un sostantivo, e non nel mezzo. Riguardo questo punto Bußmann e Hellinger (2003, p. 155) hanno fatto notare che casi in cui una lettera all’interno di una parola, soprattutto composta, viene scritta in maiuscolo, come negli esempi

BahnCard e *InterRegio*, stanno aumentando sempre di più negli ultimi anni, e non solo in ambito pubblicitario. Il fatto che la *Binnen-I* rappresenti una strategia la cui accettazione e il cui uso sono ancora oggetto di controversie è stato confermato anche dal fatto che tra le linee guida consultate ci sono pareri molto contrastanti in riferimento alla sua applicazione. Nonostante sia stata inventata nel 1981, in realtà è solo da alcuni anni che è entrata a far parte delle strategie che garantiscono una maggiore visibilità linguistica alle donne; infatti non viene mai menzionata nelle linee guida analizzate pubblicate tra il 1988 e il 2000. Se prendiamo però in considerazione le linee guida più recenti, è qui che si osservano pareri molto discordanti tra loro. In alcuni casi la *Binnen-I* viene inserita, insieme alle forme doppie intere e brevi, tra le strategie che garantiscono la visibilità delle donne (Universität zu Köln, 2014). In alcuni casi, invece, viene inserita tra le strategie che garantiscono la rappresentazione di tutti i generi (Freie Universität Berlin, 2014), alla stessa stregua del *Gender Gap* e del *Gender Sternchen*. In altri casi ancora, (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 2014) ne viene sconsigliato l'uso in quanto non conforme con le regole della grammatica tedesca. Sebbene la *Binnen-I* non sia ancora stata accettata ufficialmente, il suo uso si è diffuso e continua a diffondersi trasversalmente. È lo stesso *Rat für deutsche Rechtschreibung* a riconoscerlo:

Anfang der achtziger Jahre trat es zunächst in der linken Presse auf und hat sich allmählich auf andere Textsorten verbreitet, vor allem auf wissenschaftliche Publikationen, Anzeigen, Verlautbarungen und sonstige Broschüren ("Fragen und Antworten: Frage 1: Ist das Binnen-I ein Rechtschreibfehler?," 2013).

Come fa notare Nossent ciò dimostra che "sprachliche Änderungen sich auch verbreiten, wenn sie nicht „von oben“ vorgegeben werden, sondern sich aus der Praxis entwickeln" (2013, p. 13). Ma se, da una parte, la *Binnen-I* ha suscitato grande entusiasmo tra chi è favorevole a un cambiamento della lingua tedesca in ottica di genere, dall'altra, sono stati numerosi gli interventi, soprattutto all'interno della stampa, che ne hanno criticato aspramente l'uso e la

diffusione. A proposito delle iniziative contro l'utilizzo della *Binnen-I*, sembra interessante segnalare la creazione di un'estensione chiamata *Binnen-I be gone* che, se scaricata sul proprio pc, sostituisce le parole contenenti la *Binnen-I* con forme di maschile generico.

Accenniamo infine alla strategia del femminile generico che, in modo simile al maschile generico viene usato per riferirsi a referenti sia femminili che maschili. Nelle linee guida analizzate finora questa strategia non viene mai menzionata tra le forme consigliate, probabilmente perché attraverso il suo utilizzo si ripresenterebbero problemi simili a quelli che si cerca di superare attraverso la sostituzione del maschile generico con forme alternative, come ad esempio la possibilità di interpretare ambigualmente il messaggio. Sebbene non abbia trovato un'ampia applicazione, si è discusso molto di questa strategia, soprattutto sui media, quando, nel 2013, le Università di Potsdam e di Leipzig hanno deciso di adottarla in alcuni documenti ufficiali.

1.2.2.5 Strategie queer

Le strategie che abbiamo visto sinora rispondono ai bisogni di femminilizzazione o di neutralizzazione, nel primo caso danno maggiore visibilità linguistica alle donne esplicitando anche la forma femminile, nel secondo caso invece, ripristinano una situazione di equilibrio andando a eliminare gli elementi che si riferiscono al genere.

Le richieste di cambiamento della lingua tedesca in ottica di genere, che hanno portato alla diffusione delle strategie di femminilizzazione e di neutralizzazione partono dal presupposto di voler garantire un'equa rappresentazione linguistica a donne e uomini, considerati i due generi costituenti le nostre società. Da alcuni anni, sulla scia delle richieste nate soprattutto in ambito anglofono, ma anche nella lingua svedese²¹, sono state introdotte

21 Come riportato nell'articolo "Es ist eine Frage der Zeit, bis wir bei der Geburt kein Geschlecht mehr zugewiesen bekommen", in svedese è stato introdotto ufficialmente il pronome *hen* usato dalla comunità transgender che, quindi si va aggiungere a *han* e *hon*, rispettivamente pronomi maschili e femminili.

nella lingua tedesca nuove strategie con l'obiettivo di rappresentare tutte le persone che non si riconoscono nel sistema binario costituito esclusivamente uomini e donne. Tali strategie trovano il proprio fondamento teorico nella linguistica queer, che si pone, tra l'altro, l'obiettivo di mettere in discussione la rappresentazione normativa di due generi - uomo e donna, e di ottenere riconoscimento per tutte le altre identità di genere (Fischer, 2013, p. 20).

Tra le varie strategie proposte il *Gender Gap (Professor_innen)* e il *Gender Sternchen (Wissenschaftler*innen)* rappresentano quelle che finora hanno trovato una discreta applicazione. Hanno inoltre suscitato discussioni abbastanza accese tra le voci a favore e contro e sono state recepite da alcune linee guida più recenti.

Per quanto riguarda il *Gender Sternchen*, il fatto che ha sicuramente avuto maggiore risonanza mediatica è stata la decisione da parte del partito *die Grünen* di adottare questa strategia nei propri documenti ufficiali. Inoltre è interessante riportare che la rivista online *ze.tt*, del gruppo editoriale *die Zeit*, che si rivolge a un pubblico giovane, utilizza questa forma nei propri articoli. Il *Gender Sternchen* e il *Gender Gap* hanno trovato spazio anche in alcune delle linee guida più recenti (Freie Universität Berlin, 2014; Universität zu Köln, 2014) in cui, accanto alla sezione dedicata alle strategie che rendono visibili le donne, è stata aggiunta una sezione dedicata alle forme che rendono visibili tutti i generi. In altre guide, sempre di recente pubblicazione, queste strategie vengono ignorate (Universität Göttingen) o espressamente sconsigliate (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 2014).

Concludiamo questa visione d'insieme riportando le proposte che il gruppo di lavoro *Feministisch Sprachhandeln* dell'Università Humboldt di Berlino ha introdotto in una recente pubblicazione (2014).

Sprachformen	Substantive Singular	Substantive Plural	Personal-pronomen	Possessiv-pronomen	Frage-pronomen
x Form	Studierx	Studierxs	x	xs	Wex?
-Form I	Studier	Studier**	*	*'s	We*?

Dynamischer Unterstrich	Stu_dentin	Stu_dentinnen	s_ier	ih_re	We_lche?
Wortstamm-Unterstrich	Stud_entin	Stud_entinnen	si_er	ihr_e	Welch_e?
*-Form II	Student*in	Student*innen	sie*er	ihre*seine	Welche*r?
Statischer Unterstrich	Student_in	Student_innen	xier, sie_er	xiesen, ihr_ihm	Welche_r?
Generisches Femininum	Studentin	Studentinnen	sie	ihre	Welche?
Binnen-I	StudentIn	StudentInnen	sie	ihre ihrE	Welche? WelchE?
Zwei-Genderung	Studentin und Student	Studentinnen und Studenten	sie/er, si/er	ihre/seine	Welche? / Wer?
a-form (für Dinge)	Kopiera	Kopieras	es	sein	Was?

Alcune delle forme riportate in tabella erano già state proposte in altre pubblicazioni, ci riferiamo ad esempio alla *Binnen-I* o alle forme doppie, chiamata in questo caso *Zwei-Genderung*; altre invece, come la *x-Form* (*Studierx*), la **-Form I* (*Studier**) e la *a-form* (*Kopiera*) sono state create ex novo dal gruppo di lavoro *Feministisch Sprachhandeln*. Queste strategie condividono con il *Gender Gap* e il *Gender Sternchen* lo scopo di garantire spazio di rappresentazione e autorappresentazione a tutte le persone la cui identità non coincide né con quella femminile né con quella maschile. A differenza del *Gender Gap* e del *Gender Sternchen* queste ultime non hanno trovato applicazione degna di nota e non sono state riprese da altre linee guida.

Terminiamo questo paragrafo sottolineando che il cammino intrapreso nel 1978 con la pubblicazione di *Linguistik und Frauensprache* da parte di Senta Trömel-Plötz è in continuo divenire; se infatti fino a qualche anno fa le richieste di innovazione linguistica si legavano soprattutto al bisogno di rendere la lingua maggiormente “a misura di donne”, negli ultimi anni stanno iniziando ad emergere anche le richieste di coloro che non si riconoscono nell’opposizione binaria uomo/donna. È forse ancora troppo presto per dire se queste ultime strategie troveranno o meno una diffusione simile a quella che ha caratterizzato nel corso degli ultimi decenni le varie strategie illustrate in precedenza. Certo è che nell’arco degli ultimi

trent'anni, grazie all'applicazione delle forme di neutralizzazione e femminilizzazione, la visibilità delle donne nella lingua tedesca è sicuramente migliorata. Su auspicio, in conclusione, che la lingua tedesca continui a essere sempre più uno spazio che garantisca visibilità alle donne e che, così facendo, diventi anche un modello da seguire a livello internazionale.

1.2.3 Le origini²²

A partire dalla fine degli anni '70, dietro la spinta delle rivendicazioni femministe anche in ambito linguistico e della nascita dei *Gender Studies* negli USA, si iniziò a parlare anche in Germania di lingua e genere, dedicando particolare attenzione alle forme androcentriche della lingua tedesca. La nascita di questo dibattito in Germania e la successiva risposta da parte delle istituzioni sono da attribuire in particolare a tre personalità: Senta Trömel-Plötz, Luise F. Pusch e Marianne Grabrucker. Le prime due linguiste affrontarono il tema attraverso un approccio più prettamente teorico e generale; Grabrucker invece, con la pubblicazione dell'articolo *Die Rechtssprache ist männlich* nel 1988 e del libro *Vater Staat hat keine Muttersprache* nel 1993, focalizzò la sua area di interesse in particolare sulla lingua giuridico-amministrativa.

Procedendo in ordine cronologico, fu la pubblicazione del saggio *Linguistik und Frauensprache* da parte di Trömel-Plötz nel 1978 a dare il via al dibattito che, nel corso di pochi anni, si diffuse in modo capillare sia a livello accademico che in ambito istituzionale. Senta Trömel-Plötz rappresenta la prima voce che diede un taglio femminista alla linguistica tedesca e che sostenne senza mezzi termini l'esistenza di una connessione tra discriminazione sociale e linguistica delle donne.

Das heutige Interesse an der Frauensprache basiert auf der Erfahrung der Ungleichheit: überall wird die Frau anders und d.h. in diesem Fall schlechter behandelt als der Mann (Trömel-Plötz, 1978, p. 50).

²² Il paragrafo relativo alle origini del dibattito su lingua e genere è in parte ripreso da Nardone (2014).

Dal punto di vista più strettamente linguistico, l'attenzione di Trömel-Plötz si concentrò sin dall'inizio sul *generisches Maskulinum*, di cui ne mise presto in evidenza la connotazione sessista. Già in questa prima pubblicazione la critica nei confronti del maschile generico fu accompagnata dalla proposta di introdurre strategie alternative, tra cui l'utilizzo del plurale oppure l'esplicitazione di entrambi i pronomi (per esempio *er oder sie; sie bzw. er*).

La seconda voce che si inserì a pieno titolo nel dibattito su “lingua e genere” fu Luise F. Pusch con la pubblicazione, nel 1984, della raccolta di saggi *Das Deutsche als Männersprache* che contiene numerosi spunti interessanti, sebbene, in alcuni passaggi, la voce di Pusch diventi particolarmente aspra, sarcastica e radicale. Anche in questa pubblicazione si parte dal fondamento teorico secondo cui le richieste da parte delle donne di ottenere maggiore visibilità a livello linguistico sono strettamente connesse alla volontà di avere maggiore riconoscimento per i ruoli che ricoprono nella società. Un altro interessante spunto introdotto da Pusch riguarda il ruolo che la linguistica dovrebbe avere nei confronti della lingua: al pari delle scienze naturali, secondo alcuni, la linguistica dovrebbe limitarsi a descrivere la lingua, senza spingersi in critiche di alcun genere. Tuttavia, secondo Pusch, „Sprache ist aber kein Natur-, sondern ein historisch-gesellschaftliches Phänomen und als solches auch kritisier- und veränderbar“ (1984: p. 10).

I primi anni del dibattito furono caratterizzati non solo da voci che misero in evidenza le tante manifestazioni sessiste della lingua tedesca, ma anche da voci che criticarono aspramente queste posizioni. In particolare, come riporta Harth-Peter (2010), il dibattito su “lingua e genere” assunse toni particolarmente accesi dopo che il linguista Kalverkämper accusò Trömel-Plötz di aver fondato le proprie teorie di linguistica femminista su basi non scientifiche. A loro volta, le linguiste risposero aspramente alle critiche di Kalverkämper attraverso un intervento molto pungente di Pusch, pubblicato proprio all'interno della raccolta di saggi *Das Deutsche als Männersprache*. Senza soffermarsi maggiormente sulla natura di

questo dibattito, che coinvolse importanti figure della linguistica tedesca, si può di certo affermare che la questione tra lingua e genere interessò, sin dai primissimi anni, numerose voci appartenenti all'ambiente accademico tedesco che, esprimendo punti di vista differenti e, in alcuni casi anche contrastanti, contribuirono a vivacizzare e a dare visibilità alla questione.

Tornando alla figura di Pusch: a più di trent'anni dalla pubblicazione del suo primo volume, l'autrice di *Das Deutsche als Männersprache* continua a essere una delle voci più attive e più radicali all'interno del dibattito in questione. Oltre alla pubblicazione di numerosi volumi, Pusch cura il blog *FemBio* in cui, oltre a dare spazio a numerose figure storiche femminili, scrive degli interventi (*Glossen*) in cui il suo sguardo femminista si sofferma su questioni di attualità spesso controverse.

La figura che, invece, più di tutte contribuì a mettere in evidenza quanto la *Rechtssprache* tedesca fosse androcentrica fu Marianne Grabrucker che, nell'articolo *Die Rechtssprache ist männlich*, pubblicato nel 1988 sostenne chiaramente che “solange aber Frauen über Männer definiert werden, nicht jedoch Männer auch über Frauen, ist eine Gleichbehandlung der Geschlechter in der Gesetzesprache nicht gegeben” (p. 616). Anche in questo caso, accanto alla messa in evidenza di quanto la presenza femminile nella lingua venisse oscurata attraverso il maschile generico, furono proposte numerose alternative come ad esempio *das Ministerium* invece di *der Minister*, *die beschäftigte Person* invece di *der Arbeitnehmer* (p. 616). È sicuramente anche grazie a questa e alle successive pubblicazioni di Grabrucker sul tema che le istituzioni tedesche furono in generale sin da subito molto recettive nell'accogliere le richieste di rinnovamento della lingua tedesca avanzate tra la fine degli anni '70 e la fine degli anni '80.

1.2.4 Gli sviluppi

Le richieste avanzate da Trömel-Plötz, Pusch e Grabrucker non rimasero inascoltate, al contrario, nell'arco di alcuni anni, le loro idee innovative furono recepite e si iniziò a diffondere in ambito sia istituzionale che accademico la consapevolezza di quanto fosse necessario e urgente introdurre delle modifiche nella lingua tedesca per garantire alle donne una maggiore visibilità linguistica, in modo da riconoscerne anche la loro presenza all'interno della società. Questo atteggiamento positivo e aperto nei confronti delle richieste di rinnovamento della lingua tedesca portò, da una parte, al fiorire di iniziative istituzionali sul tema, sia a livello regionale che a livello federale, e dall'altra, alla nascita e alla diffusione di numerosi filoni di ricerca che trovarono spazio e interesse sempre più diversificato all'interno dell'ambiente accademico tedesco.

1.2.4.1 *Lingua, genere e istituzioni*²³

Le istituzioni in Germania, contrariamente a ciò che accadde in altri paesi, diedero una buona risposta alle rivendicazioni che si ponevano l'obiettivo di superare l'invisibilità linguistica delle donne; a livello istituzionale si diffuse infatti rapidamente la necessità di adoperarsi per garantire pari opportunità a donne e uomini anche all'interno della lingua. Da una parte, iniziò a fiorire la pubblicazione di numerose linee guida e raccomandazioni scritte *ad hoc* sull'argomento e venne inoltre dedicato spazio alla questione anche in linee guida più generaliste. Dall'altra parte, come evidenzia Eichhoff-Cyrus (2008), da cui sono prese tutte le informazioni sulle iniziative a livello federale e regionale, furono numerose le iniziative sia a livello federale che a livello di singoli *Länder* che resero vincolante l'uso della lingua di genere all'interno dei propri documenti ufficiali.

²³ Questo paragrafo è in parte ripreso da Nardone (2014).

Nel 1987 il governo federale nominò, sotto la responsabilità del *Bundesministerium der Justiz*, un gruppo di lavoro interministeriale a cui venne assegnato il compito di analizzare la lingua giuridico-amministrativa in riferimento alle “accuse” di sessismo linguistico e di ricercare delle alternative valide per la sostituzione del maschile generico. Nel rapporto *Maskuline und feminine Personenbezeichnungen in der Rechtssprache*, redatto dal gruppo di lavoro e pubblicato nel 1990 dal *Bundesverwaltungsamt*, venne indicato l'utilizzo di *geschlechtsindifferente Personenbezeichnungen* in alternativa al maschile generico; l'uso di quest'ultimo venne limitato ai casi in cui non risultava possibile la scelta di formulazioni alternative comprensibili e non artificiose.

Nel 1993 venne pubblicato il manuale *Handbuch zur nichtsexistischen Sprachverwendung in öffentlichen Texten* su incarico della città di Frankfurt am Main. Sempre nello stesso anno furono redatte le *UNESCO-Richtlinien für einen nicht sexistischen Sprachgebrauch* a cura di Marlis Hellinger e Christine Bierbach. Un altro importante passo da parte delle istituzioni fu lo spazio dedicato alla questione nella undicesima edizione del manuale *Fingerzeige für Gesetzes- und Amtssprache* di Ulrich Daum pubblicato nel 1998 dalla *Gesellschaft für deutsche Sprache* in collaborazione con il *Bundesministerium des Innern* e il *Bundesministerium der Justiz*. Qualche anno dopo, nel 2000, furono pubblicate le *Leitfaden zur geschlechtergerechten Formulierung* dal *Ministerium für Justiz, Frauen, Jugend und Familie des Landes Schleswig-Holstein* le cui raccomandazioni verranno seguite da numerosissime istituzioni; nel 2002 dal *Bundesverwaltungsamt* venne pubblicato il *Merkblatt: Sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern*. Senza prendere in rassegna tutte le linee guida e le raccomandazioni pubblicate nel corso degli anni, sembra evidente che la risposta da parte delle istituzioni sia stata, soprattutto a partire dagli anni '90, soddisfacente e ben articolata.

Passando invece alle iniziative vincolanti, risulta rilevante citare, per quanto riguarda il livello federale, il contenuto dell'articolo 1 comma 4 della *Bundesgleichstellungsgesetz* che recita:

Rechts- und Verwaltungsvorschriften des Bundes sollen die Gleichstellung von Frauen und Männern auch sprachlich zum Ausdruck bringen. Dies gilt auch für den dienstlichen Schriftverkehr “Gesetz für die Gleichstellung von Frauen und Männern in der Bundesverwaltung und in den Unternehmen und Gerichten des Bundes (Bundesgleichstellungsgesetz – BgleiG).“

Inoltre, nel 1991 venne pubblicata la prima edizione dell’*Handbuch der Rechtsförmlichkeit* che contiene raccomandazioni vincolanti sull'uso non sessista della lingua istituzionale in particolare in riferimento a *maskuline und feminine Personenbezeichnungen*. Nella seconda edizione, pubblicata nel 1999, venne duplicato lo spazio dedicato alla questione tra lingua e genere e vennero introdotti anche pareri espressi dalla *Gesellschaft für deutsche Sprache* (GfdS) appositamente per le necessità del *Bundesministerium der Justiz* (BMJ).

A livello regionale, oltre a sottolineare che numerosi *Länder* risposero positivamente alle richieste di rinnovamento della lingua, bisogna precisare che analizzando le iniziative dei primi anni successivi alla nascita e alla diffusione del dibattito su “lingua e genere”, si possono riscontrare differenze sostanziali tra l'interessamento alla questione da parte dei *westdeutsche Länder*, in cui la risposta è stata repentina e apprezzabile sin da subito e i *neue Länder*, il cui interesse si è cominciato a notare parecchi anni dopo la riunificazione. Già nel 1991 il *Landesregierung* della *Niedersachsen* emanò una delibera sull'utilizzo di formulazioni di genere seguendo le proposte del gruppo di lavoro interministeriale a cui abbiamo accennato in precedenza. Nella delibera, il cui obiettivo consiste nel raggiungimento della *Gleichbehandlung von Frauen und Männern in der Rechtssprache*, viene precisato che in tutti i *Vorschriftentexte* entrambi i generi grammaticali devono essere di regola esplicitati. Vengono

contemplate alcune eccezioni in cui possono essere utilizzate formulazioni alternative, in particolare quando il testo risulta eccessivamente appesantito dalle forme doppie. Le decisioni della *Niedersachsen* rappresenteranno un modello per altri *Länder* che negli anni successivi prenderanno decisioni simili; ci riferiamo a *Hessen* (1992), *Nordrhein-Westfalen* (1993) e *Rheinland-Pfalz* (1995). In *Baden-Württemberg* nel 2005 è stata approvata la *Chancengleichheitsgesetz* in cui non sono contenute indicazioni specifiche per una lingua di genere ma, rispettando la legge i principi del *Gender-Mainstreaming*, il rifiuto di costruzioni ed espressioni androcentriche viene implicitamente espresso. In *Bayern* è stato sancito il principio del pari trattamento linguistico di donne e uomini dalle *Organisationsrichtlinien* del 2001, modificate nel 2006. Nel documento vengono suggerite tra le possibili alternative al maschile generico forme doppie ed espressioni neutre. Nella città di *Hamburg* regole per l'utilizzo di una lingua di genere sono contenute nelle *Formregeln für das Hamburgische Landesrecht* del 2000, modificate nel 2007. In *Saarland* nella *Landesgleichstellungsgesetz* del 1996, modificata nel 2007, sono contenute indicazioni su un uso della lingua di genere che prevedono l'utilizzo di forme neutre e forme doppie come alternative al maschile generico. In *Sachsen* nella cosiddetta *VwV Normenlass*²⁴ del 2004, modificata nel 2006, si precisa che il pari trattamento tra donne e uomini deve essere realizzato anche sul piano linguistico, viene però sconsigliato l'uso di forme doppie e la sostituzione del maschile generico attraverso forme neutre viene raccomandata solo se opportuna. Nella Costituzione della *Sachsen-Anhalt* del 1992, modificata nel 2005, nell'articolo 100 vi è un riferimento generale al pari trattamento linguistico di donne e uomini. Entrano più nello specifico la *Gesetz zur Förderung der Gleichstellung der Frau in der Rechts- und Verwaltungssprache des Landes Sachsen-Anhalt* del 1992 e le *Grundsätze der Rechtsförmlichkeit* in cui si raccomanda di utilizzare formulazioni

²⁴ La denominazione ufficiale della *VwV Normenlass* è *Verwaltungsvorschrift der Sächsischen Staatsregierung über den Erlass von Rechtsnormen und Verwaltungsvorschriften*.

neutre e di esplicitare entrambi i generi in particolare in riferimento a denominazioni di professioni e ruoli istituzionali. In *Brandenburg*, nella *Landesgleichstellungsgesetz* e nelle *Richtlinie zur einheitlichen rechtsförmlichen Gestaltung von Gesetzen und Rechtsverordnungen* del 2006 viene raccomandato di utilizzare formulazioni neutre, o in alternativa forme doppie. Viene inoltre precisato che, se un documento si riferisce quasi esclusivamente a donne, può essere utilizzata la sola forma femminile. Per quanto riguarda la capitale tedesca, nella *Gemeinsame Geschäftsordnung für die Berliner Verwaltung, Allgemeiner Teil (GGO I)* del 2001, modificata nel 2006, sono contenute disposizioni per il pari trattamento linguistico di donne e uomini, considerato un principio fondamentale per tutte le misure politiche, amministrative e normative. Infine bisogna precisare che quattro *Länder* (*Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein e Thüringen*) non hanno ancora redatto documenti in cui viene regolato formalmente il pari trattamento linguistico di donne e uomini.²⁵ Da questa panoramica si può notare che, in particolare a partire dai primi anni '90, le istituzioni si sono impegnate, anche con iniziative vincolanti, a venire incontro alle richieste di rinnovamento della lingua in ottica di genere. Negli ultimi anni le pubblicazioni a riguardo sono diventate ancora più numerose e si sono differenziate negli ambiti di applicazione. A tal proposito sembra interessante riportare che, per esempio, in *Nord-Rhein Westfalen* è stato pubblicato nel 2015 il *Leitfaden zur Umsetzung einer geschlechtergerechten Sprache in der Sucht- und Drogenhilfe NRW* sull'utilizzo della lingua di genere da applicare specificamente nell'ambito dell'aiuto e del supporto contro le tossicodipendenze.

1.2.4.2 Lingua, genere e mondo accademico

L'interesse accademico in materia di lingua e genere in Germania è stato proficuo, continuo e variegato sin dalle origini del dibattito. In ormai quasi quarant'anni di ricerca sul

²⁵ Queste informazioni sono aggiornate al 2008, anno di pubblicazione dell'articolo "Rechtssprache im Wandel. Die sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern in Rechtstexten von Bund und Ländern" da cui sono state prese le informazioni riguardanti le iniziative dei *Länder*.

tema si sono prodotti studi, ricerche e analisi in numerosi ambiti in cui lingua e genere si intersecano con prospettive, metodologie e settori di ricerca diversificati.

Se, fino a qualche anno fa, anche a livello accademico, l'interesse si è concentrato in gran parte sulle forme che rendevano asimmetrica la presenza di donne e uomini nella lingua tedesca e sulle varie strategie che potevano ristabilire l'equilibrio linguistico tra i generi, negli ultimissimi anni, soprattutto attorno alla figura di Lann Horscheidt e alla *Fachschaftsinitiative Gender Studies (FSI)* dell'Università Humboldt di Berlino, si sta assistendo a un ampliamento di paradigma in cui, al centro dell'interesse accademico non vi è più il raggiungimento di una maggiore visibilità linguistica per le donne, ma la creazione, all'interno della lingua, di spazi di rappresentazione e identificazione per tutte le persone che non si riconoscono né nell'essere donna, né nell'essere uomo (Horscheidt, 2015). Sebbene la presente ricerca si concentri principalmente sul maschile generico e sulle varie strategie di femminilizzazione e di neutralizzazione che rendono equa la rappresentazione delle donne e degli uomini in italiano e in tedesco, ci è sembrato doveroso accennare a quello che abbiamo definito un ampliamento di paradigma. Tuttavia, per quanto riguarda le ricerche che verranno illustrate in seguito, si è preferito dare spazio a quelle che ci sono sembrate le più significative in termini di contenuti e le più attinenti in termini di metodologia per questo lavoro. Ci riferiamo, in particolare, ad alcuni studi di psicolinguistica che hanno avuto un impatto particolarmente significativo sul tema, anche ben oltre l'area germanofona, ad alcune ricerche che utilizzano la metodologia della linguistica dei corpora e a uno studio relativo alla lingua di genere all'interno di testi aziendali.

1.2.4.2.1 Psicolinguistica e genere

Gli studi di psicolinguistica applicati al tema "lingua e genere" rappresentano una delle aree di ricerca in ambito germanista che maggiormente si sono distinte per innovazione e originalità. Molti tra questi studi hanno confermato, attraverso esperimenti scientifici, quanto

una lingua androcentrica possa essere discriminante per le donne e hanno contribuito quindi a far sì che le richieste di rinnovamento della lingua in ottica di genere poggiassero su basi rigorosamente scientifiche e non meramente ideologiche.

Per quanto riguarda il maschile generico e la discriminazione delle donne legata al suo utilizzo, risultano particolarmente interessanti gli studi²⁶ di Gygax et al. 2008 e di Gabriel et al. 2008. Nel primo studio, condotto sull'inglese, sul tedesco e sul francese, si è dimostrato, per quanto riguarda il tedesco e il francese, che le forme maschili plurali designanti persone, come ad esempio *Die Musiker*, che possono riferirsi o esclusivamente a uomini o a gruppi misti di donne e uomini, sono interpretate come forme maschili e non come generiche. Tale interpretazione cambia solo nel caso venga espressamente indicato che la forma in questione ha una valenza generica, attraverso cui ci si riferisce sia a donne che a uomini. In conclusione Gygax et al. affermano che il così detto uso generico del maschile influenza le rappresentazioni di genere in un modo discriminatorio per le donne, con implicazioni sociali particolarmente rilevanti in riferimento al riconoscimento delle donne nella società.

Nel secondo studio, svolto da Gabriel et al. 2008, è stato chiesto al campione partecipativo di fornire una stima sulla proporzione di donne e uomini associati a determinati ruoli. Lo studio è stato condotto sull'inglese, sul francese e sul tedesco; per quanto riguarda il francese e il tedesco, al campione partecipativo è stata somministrata sia una lista di *role names* specificamente femminili e maschili, che una lista di *role names* maschili con funzione generica. Lo studio ha dimostrato che nei casi di forme maschili con funzione generica la proporzione di uomini associati ai *role names* in questione aumentava, mettendo conseguentemente in discussione la funzione generica delle forme maschili.

²⁶ È stato scelto di includere questi due studi sebbene non vi sia la partecipazione di università tedesche, ma svizzere, perché la validità dei risultati ottenuti per il tedesco oltrepassa il confine geografico tra Svizzera e Germania.

Inoltre, poiché già dagli inizi la lingua giuridico-amministrativa ha rappresentato uno degli ambiti su cui le richieste di cambiamento si sono maggiormente concentrate, alcune interessanti ricerche di psicolinguistica si sono concentrate proprio sulla percezione di strategie di genere e di forme di maschile generico all'interno di questi testi²⁷. In particolare, per riuscire a ovviare alle difficoltà di conciliare l'utilizzo di una lingua di genere con formulazioni che fossero facilmente accettate da chi legge, sono stati compiuti nel 2008 da Steiger e nel 2011 da Steiger & Irmen due studi empirici sul modo in cui cittadini e cittadine percepiscono sia il maschile generico, che alcune strategie alternative (*Beidnennung*, *Neutralisierung*, *Anredeform*) in un testo amministrativo secondo i parametri di *Akzeptanz* (accettazione), *Textverständlichkeit* (comprensione del testo), *wahrgenommene Geschlechtergerechtigkeit* (parità di genere percepita). Nello studio del 2008 il campione era costituito da uomini e donne giovani, laureati e non esperti di materie giuridiche; mentre, quando lo studio è stato ripetuto nel 2011, hanno partecipato persone esperte in materie giuridiche, un gruppo di over sessanta e giovani con un livello di istruzione non accademico. Da entrambi gli esperimenti è emerso che, alternando l'utilizzo di soluzioni diverse (*Neutralisierung*, *direkte Anrede*, *Paarformulierungen*), scelte di volta in volta in base al contesto, si può arrivare a produrre un testo amministrativo che garantisca pari visibilità a donne e uomini e che abbia, allo stesso tempo, un buon livello di leggibilità e accettabilità. È indicativo evidenziare che, contrariamente a quanto inizialmente ipotizzato dalle autrici di questo studio, anche il gruppo di partecipanti dell'esperimento del 2011, considerato più "tradizionalista", si è dimostrato ben disposto nei confronti dell'utilizzo, all'interno di testi amministrativi, di strategie alternative al maschile generico, in particolare, in riferimento a formulazioni neutre. Si può quindi confermare che

²⁷ Le informazioni sui due studi a cui si fa riferimento in questo paragrafo sono ripresi in parte da Nardone (2014).

In Rechtstexten die Forderung nach Geschlechtergerechtigkeit und Verständlichkeit [...] erfüllt werden [kann], wenn sprachliche Alternativen zum generischen Maskulinum flexibel und kontextabhängig eingesetzt werden (Steiger & Irmen, p. 319).

Nel 2015 Lisa Horvath e Sabine Sczesny hanno analizzato gli effetti che le forme linguistiche utilizzate negli annunci di lavoro hanno nelle procedure di selezione del personale. I risultati hanno dimostrato che l'uso di forme maschili con funzione generica, come ad esempio *Geschäftsführer*, in annunci relativi a posizioni alte, dirigenziali viene associato alla (presunta) scarsa capacità delle donne di ricoprire tali posizioni; tale associazione si riduce nei casi in cui vengono utilizzate forme doppie, come ad esempio *Geschäftsführerin/Geschäftsführer*. In questi casi, infatti, le candidate e i candidati vengono considerati adatti in misura simile ad occupare la posizione dirigenziale in questione. È stato dimostrato inoltre che l'aggiunta di *m/w (männlich/weiblich)* al sostantivo maschile con funzione generica, strategia che, come vedremo, viene spesso usata all'interno degli annunci di lavoro redatti in lingua tedesca, non ha un impatto significativo nel ridurre l'associazione tra donne e la minore capacità rispetto agli uomini di occupare il ruolo dirigenziale in questione. Tale associazione non sussiste per posizioni lavorative più basse, ma solo per annunci di lavoro che si riferiscono a ruoli dirigenziali, considerati ancora tradizionalmente maschili. Horvath e Sczesny affermano, in conclusione, che l'uso di forme doppie negli annunci di lavoro può contrastare la "mascolinità" di tali posizioni, con implicazioni pratiche non indifferenti, vista la scarsa presenza di donne in posizioni di leadership.

Citiamo infine due studi che hanno esaminato come gli stereotipi di genere legati a una determinata professione cambino a seconda dell'utilizzo del maschile generico o di forme doppie simmetriche per riferirsi alla professione in oggetto. Particolarmente interessante è il fatto che nelle due ricerche sia stato studiato il comportamento degli adolescenti (Vervecken

et al., 2015), da una parte, e delle bambine e dei bambini, dall'altra (Vervecken & Hannover, 2015). Nel primo studio (Vervecken et al., 2015) è stato dimostrato che, se in riferimento alle professioni si utilizzano forme doppie simmetriche, invece del maschile generico, aumenta la percezione secondo cui gli uomini e le donne possono avere una stessa probabilità di successo nello svolgimento di quelle professioni. Questo dato risulta vero sia per lavori considerati tradizionalmente maschili, che per quelli considerati tradizionalmente femminili o neutri. Di conseguenza, l'utilizzo di forme doppie in lingue con genere grammaticale (es. tedesco e italiano), quando ci si riferisce a gruppi misti o a gruppi il cui genere è irrilevante, sembra essere una strategia efficace per ridurre o eliminare gli stereotipi di genere.

Il secondo studio (Vervecken & Hannover, 2015)²⁸, oltre a rimarcare il fatto che le forme doppie, in sostituzione del maschile generico, rafforzano l'inclusione delle donne, sostiene che l'utilizzo quotidiano di forme doppie in riferimento a professioni considerate tradizionalmente maschili, da parte, per esempio, di insegnanti, possa aumentare la percezione, soprattutto da parte delle bambine, di poter essere all'altezza e, quindi, di poter svolgere con successo quelle determinate professioni.

1.2.4.2.2 Linguistica dei corpora e genere

Alla luce del fatto che la linguistica dei corpora rappresenta la metodologia adottata per le parti analitiche incluse in questa tesi di dottorato, ci sembra interessante, data l'attinenza metodologica, presentare alcuni studi, sviluppati in ambito germanista, in cui la linguistica dei corpora interseca il tema "lingua e genere". Poiché l'applicazione di questa metodologia a studi riguardanti "lingua e genere" non è stata finora particolarmente proficua in ambito germanista,

²⁸ Il presente studio è stato anche menzionato dalla Deutsche Gesellschaft für Psychologie, nel seguente comunicato: "Automechanikerinnen und Automechaniker - Geschlechtergerechte Sprache beeinflusst kindliche Wahrnehmung von Berufen," 2015.

fatto in controtendenza rispetto alla diffusione di questi studi in ambito anglofono²⁹, ci limiteremo a presentare gli studi di Daniel Elmiger e di Ulrike Haß-Zumkehr.

In *Sprachliche Gleichbehandlung von Frau und Mann: Eine korpusgestützte Untersuchung über den Sprachwandel in der Schweiz*³⁰ Elmiger ha analizzato quantitativamente la frequenza di diciotto forme femminili di *Personenbezeichnungen*³¹ in due corpora: il *Schweizer Textkorpus* e il *COSMAS II*. L'analisi sul *Schweizer Textkorpus* ha evidenziato una bassissima presenza dei sostantivi analizzati; infatti, solo dieci delle diciotto forme sono risultate presenti all'interno del corpus e, in alcuni casi, si trattava di uso non linguistico, bensì metalinguistico della parola in questione, come per *Amtsfrau* e *Zimmerin* che apparivano in riferimento alla pubblicazione di *Von Amtsfrau bis Zimmerin. Wörterbuch für eine geschlechtsneutrale Verwaltungssprache*. A causa delle frequenze così basse dei sostantivi analizzati, non è stato possibile analizzare più nel dettaglio l'uso di tali forme. Anche alla luce del fatto che il *COSMAS II* include un numero di parole molto più elevato rispetto al *Schweizer Textkorpus*, ossia 1,1 miliardi di parole a fronte di 20 milioni, l'analisi sul *COSMAS II* ha prodotto dei risultati quantitativamente più significativi da cui è stato possibile analizzare anche i vari usi dei sostantivi in questione. È emerso, per esempio, che *Botschafterin* viene utilizzato sia col significato di *rappresentante di uno Stato in un altro Stato*, ma anche in altre accezioni meno ufficiali e anche meno prestigiose come, ad esempio, *musikalische Botschafterin*. Inoltre, per quanto riguarda il sostantivo *Ministerin*, uno dei più frequenti tra quelli analizzati, Elmiger si interroga su una questione che sfugge all'analisi, si chiede cioè se in tutti i casi in cui una donna è a capo di un ministero venga utilizzata effettivamente la forma

29 Per quanto riguarda questo tipo di studi nell'anglistica si faccia, per esempio, riferimento a Baker, 2014.

30 È stato scelto di includere lo studio di Elmiger, nonostante il focus di questa tesi sia il tedesco della Germania e non il tedesco svizzero poiché le sue analisi sono state effettuate su corpora che non si limitano esclusivamente a testi prodotti in Svizzera.

31 Elmiger chiarisce che le forme femminili da analizzare erano state selezionate in uno studio precedente attraverso la compilazione di un questionario relativo alla rappresentazione e alla percezione della parità linguistica tra i generi da parte di persone non esperte.

femminile o se ci si riferisce alla donna in questione anche attraverso il corrispettivo maschile *Minister*. Sebbene, come ha riconosciuto l'autore stesso, tale studio, anche a causa della metodologia adottata, presenta numerosi limiti, viene senza dubbio riconosciuto che rappresenta una delle poche analisi sulla diffusione di forme femminili di *Personenbezeichnungen* all'interno della lingua in uso.

Nell'articolo *Hat die Frauenbewegung Wortschatzgeschichte geschrieben?* l'autrice Haß-Zumkehr analizza l'impatto che il movimento femminista ha avuto sulla lingua tedesca. Nello specifico Haß-Zumkehr analizza sia la frequenza di sostantivi femminili terminanti in *-frau* e in *-in*, che, per esempio, la presenza della *Binnen-I*. Molto interessante risulta essere la prospettiva diacronica adottata, l'analisi è stata infatti svolta su un corpus storico che contiene documenti che vanno dal 1700 fino al 1945 e sul corpus IDS che contiene invece testi dal 1945 ai giorni nostri. Tuttavia, dai risultati forniti da Haß-Zumkehr risulta difficile distinguere in quale misura la lingua sia cambiata poiché la società e i ruoli sociali sono cambiati, e in quale misura, invece, i cambiamenti linguistici siano stati influenzati dalle richieste del movimento femminista.

1.2.4.2.3 Lingua, genere e comunicazione aziendale

Concludiamo questa sezione dedicata ad alcuni lavori accademici sul tema "lingua e genere" presentando *Gendersensitive Sprache in Unternehmenstexten* di Sascha Demarmels e Dorothea Schaffner, particolarmente interessante dato che si concentra sulle strategie di genere all'interno di testi aziendali, soffermandosi anche sugli annunci di lavoro. Le due autrici mettono da subito in evidenza quanto forme di maschile generico come *Projektleiter* o *Mitarbeiter* siano ancora molto diffuse nella comunicazione aziendale; si interrogano inoltre sui motivi per cui le strategie di genere non abbiano ancora trovato grande diffusione in questo ambito e identificano le cause di ciò in parte nel fatto che vengono spesso percepite come forme linguistiche che peggiorano i livelli di leggibilità e comprensibilità di un testo. Difficoltà che

possono essere facilmente superate diversificando le strategie di genere da utilizzare, come dimostrato, per esempio da alcuni studi di psicolinguistica citati in precedenza. Sascha Demarmels e Dorothea Schaffner suggeriscono, inoltre, che un maggiore utilizzo di forme linguistiche che includono in eguale misura donne e uomini potrebbe andare a migliorare anche le condizioni lavorative delle donne nel mercato del lavoro, in riferimento, ad esempio, al raggiungimento di posizioni di prestigio, o alla differenza di salario tra uomini e donne a parità di qualificazione e di lavoro svolto, con un conseguente vantaggio non solo per le donne, ma per l'intera società. In riferimento a quanto disequaglianze lavorative e asimmetrie linguistiche siano, in realtà, due facce della stessa medaglia, le due autrici affermano che:

Wenn zur Zeit die Forderung nach höheren Frauenquoten in Unternehmen laut wird und sich Frauen vermehrt auch in höheren Kaderpositionen behaupten sollen, wenn es mehr Aktionärinnen braucht und mehr Verwaltungsrätinnen, dann ist es auch an der Zeit, sich einmal eingehend Gedanken zur konsequenten Umsetzung der gendersensitiven Sprache zu machen. Vielleicht sind die Ziele ja ganz einfach zu erreichen mit einer größeren Sichtbarkeit von Frauen in Unternehmenstexten (Demarmels & Schaffner, 2011, p. 114).

Per quanto riguarda specificamente gli annunci di lavoro, dallo studio di Demarmels e Schaffner emerge che alcune aziende utilizzano strategie di genere, altre, invece, preferiscono utilizzare i sostantivi inglesi in riferimento alle posizioni lavorative in questione che, essendo nella maggior parte neutri, garantirebbero in teoria la parità di genere. Le due autrici, in riferimento ai sostantivi inglesi, fanno però notare che non è ancora chiaro se questi sostantivi, sebbene non marcati a livello di genere, si riferiscano effettivamente in eguale misura a donne e uomini. Infatti, anche alla luce del fatto che in tedesco si sono formati i femminili di alcuni di questi sostantivi inglesi, come nel caso di *Managerinnen*, verrebbe da pensare che forme come *Manager* vengano in realtà percepite più come maschili che come neutre. Demarmels e

Schaffner mettono inoltre in evidenza che in molti annunci di lavoro presi in rassegna ci si riferisce a candidate e candidati attraverso forme di maschile generico. Notano, inoltre, che in molti altri casi forme di maschile generico vengono alternate a forme doppie brevi, senza quindi prestare attenzione all'armonizzazione testuale. Le autrici concludono affermando che per diffondere strategie di genere all'interno di testi aziendali sarebbe necessario aumentarne il grado di accettazione tra chi scrive e chi legge. Per raggiungere tale obiettivo si potrebbe partire dal coinvolgimento degli e delle studenti in attività mirate alla sensibilizzazione nei confronti di questa tematica, e non attraverso l'indottrinazione e l'imposizione. Un ulteriore modo per innalzare il grado di accettazione delle strategie di genere potrebbe essere quello di abituare le persone a queste forme, attraverso quindi un uso frequente e costante. Alla base di tutte queste proposte ci dovrebbe essere il riconoscimento generale di quanto il maschile generico escluda le donne, riconoscimento tutt'altro che ampiamente condiviso.

1.2.4.2.4 Iniziative istituzionali in ambito accademico

Passiamo ora alle iniziative istituzionali che le università hanno intrapreso per diffondere l'uso di strategie di genere all'interno sia della propria comunicazione istituzionale, che, più in generale, nell'uso quotidiano della lingua. Sono ormai numerosissime le università tedesche che hanno pubblicato linee guida sul tema "lingua e genere". Tra le linee guida che, da una visione d'insieme, ci sono sembrate le più complete, chiare, esaustive e accattivanti dal punto di vista grafico menzioniamo: *Geschlechtergerechte Sprache* della Università Heinrich-Heine di Düsseldorf, *ÜberzeugENDERe Sprache Leitfaden für eine geschlechtersensible und inklusive Sprache* dell'Università di Colonia, *Geschlechtersensible Sprache* della Libera Università di Berlino, *Leitfaden zur Anwendung einer gendergerechten Sprache* dell'Università di Potsdam, *Geschlechtergerecht in Sprache und Bild* dell'Università di Kassel.

È particolarmente interessante notare che molte di queste linee guida, oltre ad elencare le numerose strategie di femminilizzazione e di neutralizzazione disponibili per evitare forme

di maschile generico - corredate sempre da numerosi esempi, includono spesso un'introduzione teorica in cui vengono spiegati i motivi per cui risulta così importante utilizzare una lingua che garantisca alle donne una giusta visibilità. Spiegazioni di questo genere sono fondamentali per diffondere sensibilità e consapevolezza relative all'uso di una lingua che includa e riconosca le donne. Imporre l'uso di queste forme, senza fornire una spiegazione esaustiva può portare in alcuni casi a risultati controproducenti, che possono andare addirittura a rafforzare posizioni reazionarie. A tal proposito sembra appropriato ricordare che nel 2015 la rivista *Deutsche Sprachwelt* ha conferito il titolo di *Die Sprachwahrer des Jahres* anche a uno studente della Università Technische di Berlino il cui merito era stato quello di ribellarsi alla richiesta della propria docente di utilizzare forme di *gendersensible Sprache* nel proprio compito.

Concludiamo questo paragrafo precisando che le Università di Leipzig e di Potsdam hanno deciso nel 2013 di introdurre il femminile generico per i titoli accademici di uomini e donne. In entrambi i casi si è trattato di decisioni che riguardano esclusivamente la modifica delle denominazioni all'interno di alcuni documenti ufficiali - il *Geschäftsordnung* e il *Berufungsordnung* per Potsdam³² e il *Grundordnung* per Leipzig³³, in cui le forme doppie, come ad esempio, *ein/eine Redner/in*, sono state sostituite con il femminile generico per garantire, in particolare, una migliore leggibilità. Sulla grande risonanza che queste decisioni hanno avuto sulla stampa sia tedesca che internazionale, ci soffermeremo meglio in seguito.

1.2.4.3 *Lingua, genere e media*

Anche all'interno dei media, in particolare in riferimento alla stampa, si è potuto riscontrare un ampio interesse nei confronti del tema "lingua e genere". Molti sono infatti gli articoli, le iniziative, i commenti inerenti alla questione. In molti casi chi scrive riconosce

32 Per ulteriori approfondimenti si rimanda a "Uni Potsdam führt weibliche Sammelbegriffe ein," 2013.

33 Per ulteriori approfondimenti si rimanda a "Richtigstellung: Kein "Herr Professorin" an der Universität Leipzig," 2013.

l'importanza di utilizzare un linguaggio che non discrimini, ma che, al contrario, dia un'equa visibilità alle donne e agli uomini. Ci sono però anche casi in cui l'utilizzo di strategie di genere viene ridicolizzato, viene considerato una questione formale autoreferenziale che poco impatto ha sulla vita reale delle persone. In altre parole, non viene riconosciuto il fatto che le forme maschili con funzione generica vadano a discriminare le donne nella lingua e, conseguentemente, nella società.

Interessante è notare che sulle versioni on-line di alcuni dei più autorevoli giornali tedeschi³⁴ si trovano decine e decine di articoli che, in modo trasversale e multidisciplinare, danno spazio al genere e al sessismo. È tuttavia altrettanto interessante notare che tra questi numerosi articoli, soltanto in una piccola percentuale la dimensione del genere e/o del sessismo si interseca con la dimensione linguistica, come, ad esempio, nel caso dell'articolo intitolato *Geschlechtergerächt*, pubblicato dalla *Süddeutsche Zeitung*, in cui si forniscono alcuni esempi, corredati da immagini, che spiegano alcune delle strategie proposte nella guida sulla lingua di genere pubblicata dal Consiglio d'Europa. O nel caso dell'articolo *Es heißt Stu -dente!* *dierende!* pubblicato su *Zeit Online* in cui viene riportato lo scambio di e-mail tra l'autrice di un articolo e il suo editor che, nel revisionare un suo pezzo, aveva sostituito la parola *Studierende* con *Studenten* sostenendo che la prima forma gli risultava artificiosa e burocratica, mentre la seconda che, a suo parere, si riferiva a persone di entrambi i sessi, era breve e ormai consolidata. Da questa correzione è nato un dibattito su vari temi, dal rapporto tra lingua e realtà, al potere discriminatorio di forme maschili con funzione generica, alla presunta opposizione tra una lingua di genere e una buona lingua. Lo scambio di pareri contenuti in

³⁴ Ricordiamo, ad esempio, la serie di articoli comparsi sulla versione on-line della *Süddeutsche Zeitung* sotto le etichette *Genderforschung* e *Sexismus Debatte* e i numerosi articoli sul genere e sul sessismo pubblicati su *Zeit Online* inclusi nella questione più generale della *Diskriminierung*.

questo articolo risulta esemplificativo di due prospettive che si sono fronteggiate, avanzando motivazioni diverse, sin dagli inizi del dibattito su “lingua e genere” in Germania.

Un altro esempio potrebbe essere l’articolo *Feuerwehrfrauen und Geburtshelfer helfen bei der Berufswahl* apparso su *Der Tagesspiegel* in cui viene intervistata la psicologa Bettina Hannover che spiega che, in base ai risultati ottenuti da uno studio svolto da lei e dal suo team, l’utilizzo di forme di genere in riferimento a posizioni lavorative percepite come maschili può contribuire ad aumentare il numero di giovani donne che si avvicinano a tali professioni. Inoltre, la stampa ha dedicato ampio spazio ad alcune questioni specifiche che, negli ultimi anni, hanno acceso il dibattito su “lingua e genere” in Germania. In particolare, da un’osservazione generale, si è notato che gli argomenti maggiormente presenti sono stati i seguenti:

- La decisione dal parte del partito *die Grünen* di utilizzare il *Gender Sternchen* nei documenti ufficiali;
- La decisione delle Università di Leipzig e di Potsdam di utilizzare il femminile generico in alcuni documenti ufficiali;
- La figura di Lann Hornscheidt e le sue proposte linguistiche.

Per quanto riguarda il primo tema, da una visione generale sembrerebbe che la notizia sia stata ripresa da molte testate giornalistiche, sia nazionali che regionali. Il tono in cui viene riportata la notizia varia: su *Spiegel Online* (Meiritz, 2015) si riporta la decisione in tono abbastanza serio, viene dato spazio alle motivazioni che hanno portato a questa decisione, alla fine si conclude chiedendosi se, nel caso, per esempio, di forme come *Beobachter*innenmission der OSZE* o *Telekommunikationsanbieter*innen*, non si arrivi ad esagerare l’attenzione in riferimento alla parità linguistica tra i generi. Sulla versione online di *Süddeutsche Zeitung* (Kohlmaier, 2015), la questione viene illustrata con toni pacati e moderati, riconoscendo in

modo più generale, la necessità di introdurre forme di genere per far sì che la lingua sia al passo con i cambiamenti sociali.

Particolarmente interessante è l'intervento di Gesine Agena, portavoce per le politiche a favore delle donne del partito *die Grünen*, pubblicato su *Die Zeit*. Agena spiega che la loro decisione di utilizzare il *Gender Sternchen* ha ricevuto un'attenzione inaspettata sia da parte dei media che sui social network. Di fronte al fatto di aver impiegato tre minuti per prendere questa decisione durante il congresso, i membri del partito sono stati accusati di non avere niente di meglio da fare. Da parte di alcuni soggetti politici, in particolare da membri di *Alternative für Deutschland*, ci sono stati commenti aggressivi e offensivi sul tema; l'autrice si chiede da dove venga tutto questo odio, questa aggressività e trova la risposta nelle seguenti parole:

Es ist nicht die Veränderung von Sprache an sich, die so viel Hass auf sich zieht. Vielmehr ist es die Gleichberechtigung der Geschlechter, die so viele Gegner*innen auf den Plan ruft. Was Meuthen und seine Anhänger*innen so ärgert, ist der Gedanke, dass plötzlich auch Frauen und LSBTTI-Personen einen Platz in der Öffentlichkeit haben sollen. Denn Gleichberechtigung meint immer noch, dass das männliche, heterosexuelle Geschlecht auf Privilegien verzichten muss (Agena, 2015).

Anche nel caso della decisione delle Università di Leipzig e di Potsdam di utilizzare il femminile generico in alcuni documenti ufficiali, la questione ha ricevuto un'attenzione inaspettata da parte dei media. Titoli come *Guten Tag, Herr Professorin* pubblicato da *Spiegel Online* hanno contribuito a ingigantire la portata della decisione che riguardava esclusivamente le denominazioni all'interno di alcuni documenti ufficiali. La questione viene illustrata in modo più chiaro e senza causare allarmismi infondati nell'articolo *Frauen sind keine Sonderfälle* pubblicato su *Der Tagesspiegel*, in cui viene data la parola al linguista Horst Simon che accoglie positivamente la decisione, definendola coraggiosa. Simon spiega che la dominanza

del maschile nella lingua tedesca è legata al fatto che la società ha una struttura patriarcale, caratteristica che accomuna moltissime lingue e culture. Probabilmente lasciare spazio a persone esperte, come in questo caso al linguista Horst Simon, rappresenta una buona strategia per far sì che chi legge possa formarsi un'opinione sul tema "lingua e genere" che sia basata sulle informazioni veicolate da persone esperte, piuttosto che sulle posizioni ideologiche di soggetti politici. Anche in questo caso, leggendo l'articolo *Uni Potsdam führt weibliche Sammelbegriffe ein* dedicato all'argomento, la *Süddeutsche Zeitung* si dimostra pacata nei toni e precisa nell'illustrare le ragioni che hanno portato alla decisione in questione, evitando di sfociare in commenti, presenti invece in altre testate, che spesso denotano una scarsa conoscenza del tema in oggetto.

Ci soffermiamo infine su alcuni articoli dedicati alla figura e alle proposte di Lann Hornscheidt, tema che maggiormente ha suscitato critiche e toni duri, a volte raggiungendo livelli aggressivi e ingiuriosi. L'attenzione da parte dei media e dei social media, presto sfociata in sdegno e manifestazioni di odio, è nata quando Hornscheidt, che insegna studi di genere e analisi linguistica all'Università Humboldt di Berlino, ha chiesto, attraverso la sua pagina ufficiale, di non rivolgersi a l*³⁵ utilizzando forme come *Herr, Frau, Lieber, o Liebe*, che danno per scontato l'esistenza dei due generi maschile e femminile, ma di preferire soluzioni creative non discriminanti. Hornscheidt infatti non si considera né un uomo, né una donna e ha, insieme al gruppo di lavoro *Feministisch Sprachhandeln* dell'Università Humboldt di Berlino, messo a punto tutta una serie di strategie atte a includere tutte le persone che non si riconoscono né nell'identità maschile, né in quella femminile. Sicuramente le proposte di Hornscheidt e del suo gruppo di lavoro possono essere considerate radicali; probabilmente si può affermare che la società tedesca non è ancora pronta all'introduzione di forme che mettono in discussione

³⁵ Dato che in italiano non esiste un'alternativa al maschile *lui* e al femminile *lei* è stato scelto di introdurre la forma *l** per riferirsi a Hornscheidt, sulla scia del valore inclusivo del *Gender Sternchen*.

l'ordine sociale costituito sulla dicotomia uomo/donna. La proposta di nuove forme linguistiche può però difficilmente spiegare l'odio, lo sdegno e l'ondata di commenti offensivi e ingiuriosi che Hornscheidt ha ricevuto. Nella stampa lo spazio dedicato a Hornscheidt è stato caratterizzato da toni e stili molto diversi. Nell'articolo *Sagen Sie bitte Profx. zu mir*, pubblicato dalla versione on-line della *Frankfurter Allgemeiner Zeitung*, vengono riportate le proposte e le richieste di Hornscheidt in toni pacati, senza nascondere la sorpresa e lo straniamento che tali proposte possono suscitare; allo stesso tempo viene però messo l'accento su quanto i commenti e le reazioni, soprattutto sui social network, avessero superato di gran lunga il limite della libertà di espressione. L'articolo riporta infatti che sono giunte a Hornscheidt persino minacce di morte, di tortura e di stupro. Interessante è il ragionamento che sembra guidare chi aggredisce Hornscheidt: le sue proposte, che mettono in discussione uno dei fondamenti delle società contemporanee, ossia l'esistenza esclusiva di due generi, le donne e gli uomini, diventano il capro espiatorio più immediato contro cui scagliarsi per criticare i poteri forti della società, ossia i media e la classe intellettuale e politica. *Spiegel Online* (Trenkamp, 2014) e *Die Zeit* (Lebert & Zeug, 2016) hanno pubblicato, in riferimento alla questione, due interviste con Hornscheidt che hanno sicuramente il merito di fare maggiore chiarezza su questioni effettivamente controverse, radicali e di difficile comprensione, come sono, in questo caso, le motivazioni che hanno portato, tra le altre cose, alla proposta di forme come *Professx.o Profx.*

Con un tono molto diverso si avvicina alla questione la versione on-line del quotidiano *Welt* (Heine, 2016) che ridicolizza le proposte di Hornscheidt mettendo in risalto l'assonanza tra forme come *Professx* e *Asterix* e *Obelix*. Nell'articolo inoltre si utilizza la forma *Professorin* per riferirsi a Hornscheidt ignorando quindi totalmente le sue richieste e rifiutando di riconoscere la sua identità. Articoli come questo non fanno altro che alimentare polemiche, aggressività e incomprensioni laddove, invece, data la complessità del tema, ci sarebbe bisogno di chiarezza e dialogo costruttivo tra chi la pensa in modo diverso. D'altronde *Welt* non è nuovo

a posizioni conservatrici e polemiche nei confronti del tema “lingua e genere”, come ben dimostra, ad esempio, l’articolo *Die Grenzen der geschlechtergerechten Sprache*. Articoli del genere, lungi dal rappresentare critiche costruttive, non fanno altro che cercare di danneggiare, di ostacolare e di mettere in ridicolo le richieste di cambiamento della lingua in ottica di genere.

Accenniamo infine a due interessanti iniziative: sulla versione on-line di *Süddeutsche Zeitung* è stato pubblicato un vero e proprio quiz intitolato *Sprechen Sie Gender?* in cui i lettori e le lettrici possono cimentarsi con la loro conoscenza della lingua di genere. Il portale della *Deutsche Welle* dedicato all’apprendimento del tedesco ha dato spazio alla questione con la pubblicazione dell’articolo *Geschlechtergerechte Sprache: Gender Star und Binnen-I* accompagnato anche da attività didattiche rivolte ad apprendenti di livello avanzato.

Concludendo, si sottolinea che il processo che in Germania sta portando all’utilizzo sempre più diffuso di una lingua che garantisce maggiore visibilità e spazio alle donne è ancora lungo e necessita dell’impegno e della creatività di tutte le persone interessate a promuovere questo cambiamento. Non esiste infatti alcuna formula magica che elimini dalla lingua ogni tipo di discriminazione e stereotipo. E inoltre, anche se questa formula esistesse, non basterebbe a eliminare le discriminazioni presenti nelle nostre società. Senza dubbio però, l’utilizzo di una lingua che non discrimina aiuterebbe ad evitare di perpetuare una visione della società sessista e restrittiva e inoltre, potrebbe, da una parte, a rappresentare i cambiamenti sociali già in corso e, dall’altra, a favorirli e stimolarli ulteriormente.

1.3 Lingua e genere in Europa

In questa sezione ci si soffermerà brevemente su come il tema “lingua e genere” sia nato, si sia sviluppato e sia stato affrontato dal mondo istituzionale e accademico in Francia, in Spagna, in Svizzera e all’interno delle istituzioni dell’Unione Europea. Si è scelto di prendere in considerazione la Francia e la Spagna perché, essendo il francese e lo spagnolo, così come

l'italiano, lingue neolatine, le forme attraverso cui si limita la visibilità linguistica delle donne in queste tre lingue sono molto simili, e alla luce di ciò, sembrerebbe che alcune delle soluzioni proposte in una lingua potrebbero trovare ampia applicazione anche nelle altre³⁶

Si illustrerà la situazione della Svizzera poiché, essendo sia l'italiano che il tedesco lingue ufficiali, risulta possibile fare un confronto tra le misure adottate in Svizzera e quelle introdotte rispettivamente in Italia e in Germania. Osservando gradi diversi di sensibilità e di attenzione tra i vari Stati, sebbene le lingue in questione risultino le stesse, sarà quindi possibile mettere in evidenza quanto siano maggiormente motivazioni culturali, piuttosto che difficoltà linguistiche, a ostacolare e a frenare l'utilizzo e la diffusione di una lingua che garantisca maggiore visibilità alle donne.

Infine, si darà spazio alle iniziative relative al tema "lingua e genere" all'interno delle istituzioni dell'Unione Europea in modo da evidenziare come le raccomandazioni europee siano caratterizzate da un diverso livello di sensibilità a seconda della lingua presa in considerazione; per ovvie ragioni, in questo studio ci si soffermerà sulle raccomandazioni proposte per l'italiano e per il tedesco.

1.3.1 Lingua e genere in Francia e in Spagna

Come illustrato in Van Compennolle (2009), in Francia le prime iniziative istituzionali in materia di lingua e genere si sono concentrate sull'introduzione delle forme femminili per le professioni e risalgono al 1986, anno in cui il primo Ministro Laurent Fabius emanò un decreto in cui raccomandava la femminilizzazione dei sostantivi di professioni all'interno di testi amministrativi; l'applicazione di tale decreto rimase però limitata fino a quando, nel 1997, numerose donne richiesero a gran voce di essere designate con sostantivi femminili. Questo

³⁶ Per un approfondimento sulle forme linguistiche attraverso cui si manifesta maggiormente la dimensione di genere in francese si faccia riferimento a Schafroth (2003); per lo spagnolo si raccomanda, invece, la lettura di Nissen (2003).

nuovo interesse nei confronti dell'argomento portò alla pubblicazione, nel 1999, della guida *Femme, j'écris ton nom*, in cui furono proposte soluzioni per declinare al femminile più di 2000 nomi di professioni e di ruoli. Già a partire dalle iniziative del 1986 l'*Académie française*, considerata l'istituzione della lingua francese per eccellenza, aveva espresso il suo parere contrario a qualsiasi iniziativa istituzionale che avesse lo scopo di superare o, per lo meno, limitare il sessismo nella lingua francese. L'*Académie* aveva definito l'introduzione di tale forme femminili un potenziale danno per la lingua francese. La pubblicazione della guida *Femme, j'écris ton nom* e la conseguente forte posizione contraria da parte dell'*Académie* portarono al fiorire del dibattito tra chi sosteneva e chi, invece, osteggiava l'introduzione di queste nuove forme femminili.

Dal punto di vista accademico, a partire dal saggio *Le Mots et le Femmes: Essai d'Approche Sociolinguistique de la Condition Féminine* di Marina Yaguello del 1978, le pubblicazioni che affrontano il tema "lingua e genere" si sono susseguite in misura considerevole. Tra le più recenti ricordiamo il lavoro di Van Compernelle del 2009 in cui viene esaminata la percezione, da parte delle stesse donne francesi, delle forme femminili relative a titoli professionali e vengono messi in evidenza i fattori sia linguistici che culturali che rendono maggiore o minore il grado di accettazione di tali forme. Nel lavoro di Schafroth, del 2013, viene invece analizzato, attraverso un'ottica comparativa, il grado di femminilizzazione di nomi di mestieri e titoli in francese, italiano e spagnolo. Particolarmente interessanti per questo studio risultano, inoltre, i lavori di Lipovsky del 2014 e del 2015 in cui vengono analizzati rispettivamente l'uso di forme femminili che designano professioni e titoli all'interno di annunci di lavoro e di curricula.

Per quanto riguarda invece la Spagna³⁷, le istituzioni si sono più volte espresse in favore dell'introduzione di forme linguistiche rispettose dell'identità di genere, a partire dalle *Recomendaciones para el uso no sexista de la lengua* del 1988 fino ad arrivare al *En femenino y en masculino*, NOMBRA, *La representación del femenino y el masculino en el lenguaje* del 2008, pubblicate entrambe dall'*Instituto de la Mujer del Ministerio de Igualdad*. Inoltre, nel 2007 viene emanata una legge nazionale³⁸ che rende vincolante l'uso di una lingua non sessista all'interno dell'amministrazione, uso che viene incoraggiato anche all'interno del mondo artistico, culturale e sociale. Le forme linguistiche su cui si sono concentrate le iniziative sopracitate sono in particolare: l'uso asimmetrico per riferirsi a uomini e donne (ossia il cognome per l'uomo e il nome per la donna), la distinzione tra *señorita* e *señora* per le donne, l'uso dell'articolo determinativo davanti al cognome di donne, le asimmetrie semantiche tra termini femminili e maschili, come ad esempio *hombre público (político)* e *mujer pública (prostituta)*, l'uso del sostantivo *mujer* seguito da termini maschili di professioni (*mujer árbitro*) invece della forma femminile (*árbitra*). I casi più controversi sono risultati essere l'uso generico, in riferimento a uomini e donne e all'intera umanità, del sostantivo *hombre* e l'assenza di numerosi sostantivi femminili per designare cariche e professioni prestigiose. Così come in Francia, anche in Spagna la più autorevole istituzione linguistica, la *Real Academia Española* si è espressa chiaramente contro le varie proposte in favore di una lingua non sessista.

Per quanto riguarda invece le pubblicazioni accademiche, ricordiamo i due lavori di Mercedes Bengoechea in cui si indagano rispettivamente l'interpretazione da parte dei media delle performance linguistiche di Carme Chacón, prima ministra della Difesa nella storia spagnola (2011a) e i pro e i contro delle politiche spagnole atte a limitare il sessismo linguistico (2011b). Particolarmente interessante per questa tesi di dottorato risulta essere lo studio di

³⁷ La sintesi sulle iniziative istituzionali in Spagna è ripresa da Schafroth (2013) e da Bengoechea (2011b).

³⁸ Per maggiori approfondimenti su tale legge e le varie conseguenze si rimanda a Bengoechea (2011b).

Bengoechea e Simón del 2011 in cui viene analizzata la presenza di forme femminili e maschili all'interno di un corpus di annunci di lavoro. Accenniamo infine al fatto che, come risulta da un'intervista (De Gregorio, 2016) alla sindaca di Barcellona Ada Colau, sta diventando sempre più una prassi all'interno di movimenti politici e associazioni spagnole l'utilizzo del femminile con funzione generica, per riferirsi a gruppi di cittadine e cittadini. Terminiamo questa breve panoramica sulle origini e gli sviluppi del dibattito "lingua e genere" in Francia e in Spagna parafrasando le conclusioni di Schafroth (2013) secondo cui, sebbene sia in Francia che in Spagna si riscontri ancora un uso eterogeneo e non costante delle forme femminili proposte, ci sono stati, in entrambi i paesi, progressi considerevoli nell'introduzione e nell'uso di sostantivi femminili in riferimento a professioni e ruoli prestigiosi, mentre in Italia la situazione è rimasta pressoché immobile. Alla luce del fatto che le forme in cui si manifesta maggiormente l'invisibilità linguistica delle donne in francese, in spagnolo e in italiano sono in gran parte le stesse, si potrebbe auspicare che le misure e le soluzioni adottate in Francia e in Spagna possano fungere da buon esempio anche per la realtà italiana.

1.3.2 Lingua e genere in Svizzera³⁹

Nell'ambito del dibattito su lingua e genere, la Svizzera⁴⁰ merita una particolare menzione a causa della sua situazione linguistica peculiare. Nel 1981 il governo federale cominciò a promuovere iniziative atte al superamento delle discriminazioni, anche a livello linguistico, nei confronti delle donne. Nonostante queste prime importanti iniziative siano state prese a livello federale, bisogna precisare che la comunità tedesca, rispetto a quelle francesi e italiane è risultata da subito molto più sensibile e attenta alla questione del pari trattamento linguistico. Basti pensare che la Cancelleria federale ha pubblicato il *Leitfaden zur*

³⁹ La sintesi su *lingua e genere in Svizzera* è stata ripresa in parte da Nardone (2014).

⁴⁰ Per un quadro più esaustivo sul tema lingua e genere in Svizzera si rimanda a Egger (2011), a "Guida al pari trattamento linguistico di donna e uomo nei testi ufficiali della Confederazione" (2012) e a "Leitfaden zum geschlechtergerechten Formulieren im Deutschen" (2009) da cui sono state riprese tutte le informazioni a riguardo.

sprachlichen Gleichbehandlung per il tedesco nel 1996, il *Guide de formulation non sexiste* per il francese nel 2000 e le *Istruzioni della Cancelleria federale per la redazione dei testi ufficiali in italiano*, contenenti un capitolo dedicato all'uso non discriminatorio della lingua, nel 2003. Sebbene esistessero già linee guida e raccomandazioni emanate a livello ufficiale, nell'area italoфона continuavano a sussistere grandi divergenze nell'utilizzo di un linguaggio non sessista. Per rimediare a questa situazione, nel 2012 è stata pubblicata la *Guida al pari trattamento linguistico di donna e uomo nei testi ufficiali della Confederazione*, uno strumento chiaro, di facile consultazione, correlato di esempi e casi particolari, in cui, accanto ai fenomeni linguistici da evitare, sono chiaramente illustrate le strategie alternative da poter adottare. Per la redazione di questa guida la Cancelleria federale si è servita della consulenza scientifica di Cecilia Robustelli e infatti, si può notare che le strategie proposte in questa guida coincidono in parte con le proposte contenute nelle *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo*. Nella *Guida* una sezione è dedicata proprio a titoli, professioni e funzioni. In particolare, si raccomanda di esplicitare sempre il genere quando ci si riferisce a una determinata persona che esercita una determinata professione o ricopre una determinata carica (es. *la presidente della Confederazione, Alba Rosa; la consigliera nazionale Barbara Rossi*). Non vengono quindi accettate costruzioni, come ad esempio, *Angela Bianchi, direttore dell'Ufficio generale* o *il cancelliere della Confederazione, Heidi Muster*. Sebbene la guida rappresenti ad oggi uno dei documenti più articolati in riferimento al pari trattamento tra uomini e donne all'interno della lingua italiana, non si può negare che in alcuni casi ci si sarebbero aspettate proposte più coraggiose e innovative. Si fa riferimento, in particolare, al cosiddetto maschile inclusivo, il cui uso viene raccomandato sia nei testi normativi che in quelli descrittivi per evitare di "appesantire la lettura". Prendendo magari spunto dalle proposte relative alla lingua tedesca e francese, sarebbe stato maggiormente auspicabile proporre soluzioni sia lessicali che sintattiche in grado di garantire una maggiore visibilità linguistica alle donne.

Tuttavia, la Cancelleria Federale, attraverso la pubblicazione di questa guida, ha mostrato una sensibilità nei confronti della questione del sessismo linguistico sicuramente di gran lunga maggiore rispetto a quella dimostrata dalle istituzioni italiane.

Per quanto riguarda invece il *Leitfaden zum geschlechtergerechten Formulieren im Deutschen* non si riscontrano grandi differenze tra le raccomandazioni proposte in Svizzera e in Germania. Nelle pubblicazioni di entrambi i paesi si può notare una grande accuratezza nel voler fornire soluzioni non sessiste anche nei casi più controversi e nell'introdurre soluzioni creative sia a livello sintattico che lessicale che garantiscano una visibilità realmente simmetrica tra donne e uomini.

In conclusione si sottolinea che, sebbene la Svizzera abbia avuto un ruolo precursore in materia di "lingua e genere" per la lingua italiana, si riscontrano ancora delle resistenze culturali nell'ambiente italofono che fanno sì che l'accuratezza e l'eshaustività con cui viene trattato il tema del sessismo linguistico in tedesco siano di gran lunga maggiori rispetto a quelle riservate all'italiano. Riportiamo un esempio, attraverso cui risulta ben visibile il differente grado di attenzione riservato alle due lingue, tratto dal paragrafo di *Leitfaden zum geschlechtergerechten Formulieren im Deutschen* (2009, p. 104) dedicato alla traduzione di testi in tedesco a partire dal francese⁴¹ e dall'italiano:

Testo di partenza in italiano: *Federazione dei medici svizzeri (FMH)*

Traduzione in tedesco: *Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte (FMH)*.

⁴¹ Una simile asimmetria è riscontrabile anche tra il tedesco e il francese, come risulta dal seguente esempio tratto dallo stesso paragrafo citato per l'italiano. Testo di partenza in francese: *Le forfait par étudiant sera calculé de la manière suivante...* Traduzione in tedesco: *Die Pauschale, die jede Studentin und jeder Student erhält, wird wie folgt berechnet ...* (2009, p. 101).

1.3.3 Lingua e genere nelle istituzioni europee⁴²

La prima importante iniziativa è stata presa nel 1990 dal Consiglio d'Europa, Comitati dei Ministri con la pubblicazione della Raccomandazione R(90)4 rivolta a tutti i paesi membri in merito all'utilizzo di una lingua non sessista anche nell'ambito di documenti giuridico-amministrativi, con particolare riferimento ad annunci di lavoro. Pur non scendendo nei dettagli di suggerimenti pratici e strategie adottabili per evitare formulazioni sessiste, tale raccomandazione risulta rilevante soprattutto dal punto di vista simbolico. Nel 2003 il Parlamento Europeo, attraverso la Commissione per i diritti della donna e le pari opportunità, esprime, attraverso la Relazione su una strategia d'informazione e comunicazione per l'Unione europea (2002/2205(INI), un parere ufficiale in materia di pari opportunità di uomini e donne, con riferimento anche a una politica linguistica non sessista. Riportiamo in seguito i punti più salienti di tale parere⁴³:

Il sessismo che si riflette nel linguaggio facendo predominare il maschile rispetto al femminile rappresenta un ostacolo alla parità tra uomo e donna che dev'essere rimosso dal momento che la parità costituisce uno dei valori democratici dell'Unione europea, motivo per cui è necessario garantire che l'informazione diffusa dall'UE rifletta il principio della parità tra uomo e donna;

La Comunicazione [dell'Unione Europea] non fa proprie tali raccomandazioni e, pertanto, non riflette in modo sufficiente e adeguato la realtà della metà della popolazione, negando, in un certo modo, l'esistenza della metà dei destinatari dei messaggi delle future campagne d'informazione e di comunicazione dell'Unione europea e ignorando la necessità di rivolgere i messaggi a tutto l'insieme dei cittadini.

⁴² La sintesi su lingua e genere in Europa è stata ripresa da Nardone (2014).

⁴³ Si è scelto di riportare la traduzione italiana del parere, sebbene il documento sia stato tradotto ed è consultabile on-line sia in tedesco che in altre lingue ufficiali dell'Unione Europea.

È interessante notare che in questo stesso parere ufficiale, nella versione italiana viene utilizzato il maschile generico per rivolgersi ai *cittadini*; confrontando, però, la traduzione italiana con quella tedesca, si può notare che in tedesco si sia preferito l'utilizzo di un termine effettivamente neutrale ossia *Bürgerschaft* che include cittadini e cittadine. Da questa osservazione si potrebbe prendere spunto per ulteriori ricerche sulle strategie traduttive adottate all'interno dell'Unione Europea con particolare riferimento all'utilizzo del maschile generico in italiano, laddove in altre lingue, come l'inglese o il tedesco, si utilizzano formulazioni neutre.

Nel 2008 viene pubblicata dal Parlamento Europeo una guida sull'uso non sessista della lingua all'interno dei documenti ufficiali del Parlamento Europeo. La guida è stata pubblicata per ogni lingua di lavoro dell'Unione Europea in base alle caratteristiche specifiche di ognuna di esse e in base alla sensibilità sociale e culturale dimostrata nei confronti del dibattito da ogni paese membro dell'UE. Di seguito verranno analizzate la versione italiana (*La neutralità di genere nel linguaggio usato al Parlamento Europeo*) e la versione tedesca (*Geschlechtergerechter Sprachgebrauch beim Europäischen Parlament*). Per quanto riguarda la versione italiana, come già risulta chiaro dal titolo, il concetto chiave di questa guida è proprio la neutralità di genere, che trova applicazione nell'impiego del maschile inclusivo, e nell'utilizzo della forma maschile per le denominazioni delle funzioni. Si preferisce infatti l'uso del maschile inclusivo e le varie soluzioni alternative vengono sconsigliate per motivi di diversa natura: si raccomanda, per esempio, di evitare la duplicazione del soggetto (es. *i cittadini e le cittadine*) perché, non solo appesantisce fortemente la frase, ma rappresenta una forma sintattica artificiosa ed estranea all'uso comune; viene sconsigliato, ai fini di una maggiore leggibilità del testo, anche l'uso delle barre trasversali (es. *-egli/ella*). Per contro, si lascia spazio all'utilizzo dei nomi collettivi che coprano ambo i sessi. Si predilige la forma del maschile per le denominazioni delle funzioni perché si riferiscono a persone di entrambi i sessi, risulterebbe quindi ridondante accordare il genere grammaticale del termine in questione con

quello di persone specifiche. Si precisa inoltre che “termini specifici per genere dovranno essere usati soltanto se il genere della persona è importante ai fini della discussione” (2008, p.7). Da tale raccomandazione si può evincere che l'accordo nel genere tra la funzione e la persona a cui si fa riferimento viene ridotto a un caso eccezionale, la norma è rappresentata dall'utilizzo del maschile. Infine, per quanto riguarda nello specifico gli annunci di lavoro, si propone di aggiungere la dicitura *m/f* alla forma tradizionalmente usata del maschile generico. Dalla visione d'insieme di questa guida, risulta chiaro che il Parlamento Europeo ha assunto una posizione in controtendenza rispetto alle ultime pubblicazioni in Italia sulla questione del sessismo nella lingua, in particolare lascia qualche perplessità questa presunta neutralità che, se per altre lingue europee è effettivamente realizzabile, in italiano presuppone sempre l'oscuramento del genere femminile.

Nella versione tedesca, *Geschlechtergerechter Sprachgebrauch beim Europäischen Parlament*, nonostante venga riconosciuto il carattere discriminatorio del maschile generico nei confronti delle donne, non se ne sconsiglia l'uso, ma ci si limita a preferirne la forma plurale, la cui capacità di esclusione delle donne sarebbe minore rispetto all'utilizzo di forme singolari. Si precisa, a questo proposito, che nelle traduzioni verso il tedesco può essere utilizzata la forma plurale anche quando nella lingua di partenza si trovi una forma singolare (es. *the behaviour of the EU consumer – das Verhalten der EU-Verbraucher*). Viene inoltre raccomandato, ove possibile, l'utilizzo di costruzioni ed espressioni neutre attraverso cui vengono oscurate entrambi i generi (*Fachkraft, die Studierenden, die Geschäftsleitung*). Viene sconsigliato l'uso di *Paarformen* sia in forma estesa che in forma abbreviata (*Fahrer(in), Antragsteller/in*), inoltre viene esplicitamente affermato che l'utilizzo della *Großes-I* è da evitare in ogni caso. Si precisa inoltre che nei bandi di concorso viene di norma utilizzato per i nomi di professioni e ruoli istituzionali il maschile generico seguito dalla dicitura *m/w*.

Dalle presenti osservazioni si può affermare che queste linee guida si collocano in controtendenza rispetto alla politica linguistica in uso in Germania basata sul rifiuto del maschile generico sia al singolare che al plurale e sull'utilizzo di *Paarformulierungen* che garantiscono una visibilità simmetrica per uomini e donne e di forme plurali, di nomi collettivi e di numerose strategie morfo-sintattiche che permettono, attraverso la loro neutralità, di oscurare entrambi i generi.

2 Donne e lavoro in Italia, in Germania e in Europa

Già nel capitolo precedente, si era deciso, per garantire una migliore visione d'insieme sull'argomento, di dare spazio anche a come il tema "lingua e genere" è nato e si è sviluppato in alcuni paesi europei e all'interno delle istituzioni dell'UE; in questo capitolo lo spazio dedicato all'Europa acquista maggiore rilevanza. Infatti, data l'ottica contrastiva di questa ricerca, si è scelto di prendere in considerazione dati, statistiche e documenti pubblicati a livello europeo e internazionale in modo da rendere più rigoroso e solido il confronto tra la situazione tedesca e italiana. Nello specifico, verranno presentati il *Gender Gap Index* relativo all'Italia e alla Germania e i dati di occupazione pubblicati da Eurostat. Si riporteranno inoltre le statistiche e le tendenze più salienti contenute nei rapporti *Sixth European Working Conditions Survey* e *The gender employment gap: Challenges and solutions* redatti e pubblicati da Eurofound nel 2016 e infine si sintetizzeranno alcuni punti cardine della *Relazione del 2 agosto 2016 sulla creazione di condizioni del mercato del lavoro favorevoli all'equilibrio tra vita privata e vita professionale* redatta dal Parlamento Europeo.

2.1 Global Gender Gap Index

Il Global Gender Gap Index⁴⁴ è stato introdotto per la prima volta nel 2006 dal World Economic Forum come strumento per individuare e misurare le disparità di genere su scala mondiale in riferimento a parametri economici, politici, d'istruzione e di salute. Per quanto riguarda l'Italia e la Germania, i due paesi si posizionano rispettivamente al 50esimo e al 13esimo posto su 144 nazioni incluse nel Gender Gap Index nel 2016. Come accennato in precedenza, l'indice prende in considerazione quattro aree, ossia la partecipazione e le opportunità economiche (Economic participation and opportunity), il livello di istruzione

⁴⁴ Per maggiori informazioni si rimanda a "The Global Gender Gap Report," 2016.

(Educational attainment), la salute e la sopravvivenza (Health and survival) e l'empowerment politico (Political empowerment).

FIGURA 1: Global Gender Gap Index - Italia

	2016		2006	
	rank	score	rank	score
Global Gender Gap Index	50	0.719	77	0.646
Economic participation and opportunity	117	0.574	87	0.527
Educational attainment	56	0.995	27	0.997
Health and survival	72	0.974	77	0.972
Political empowerment	25	0.331	72	0.087
rank out of	144		115	

Osservando più nel dettaglio i quattro parametri riportati in figura 1, l'Italia si colloca nella posizione più bassa, ossia al 117esimo posto, proprio per quanto riguarda la partecipazione e le opportunità economiche, aspetto su cui ci concentreremo maggiormente vista l'attinenza con il tema oggetto di questa ricerca. Inoltre, possiamo notare che, adottando una prospettiva diacronica, l'Italia dal 2006 al 2016 ha migliorato la propria posizione sia in riferimento al ranking generale che per quanto riguarda la salute e l'empowerment politico. I due ambiti in cui è indietreggiata di molte posizioni sono invece l'istruzione e, appunto, la partecipazione economica (dal 87esimo al 117esimo posto)⁴⁵.

FIGURA 2: Global Gender Gap Index - Germania

	2016		2006	
	rank	score	rank	score
Global Gender Gap Index	13	0.766	5	0.752
Economic participation and opportunity	57	0.691	32	0.669
Educational attainment	100	0.966	31	0.995
Health and survival	54	0.979	36	0.979
Political empowerment	10	0.428	6	0.366
rank out of	144		115	

⁴⁵ Nel confronto tra i dati bisogna però tener conto che nel 2006 l'indice prendeva in considerazione 115 paesi, mentre nel 2016 ne considera 144.

Per quanto riguarda i dati sulla partecipazione e sulle opportunità economiche riportati nella figura 2, la Germania si colloca invece al 57esimo posto, molto più in basso rispetto al ranking generale (13esimo posto); ottiene una posizione più bassa solo in riferimento all'istruzione (100esimo). A livello diacronico si può notare un certo peggioramento in tutti i parametri, dovuto però in parte anche all'aumento del numero di nazioni incluse nell'indice.

FIGURA 3: Economic participation and opportunity - Italia

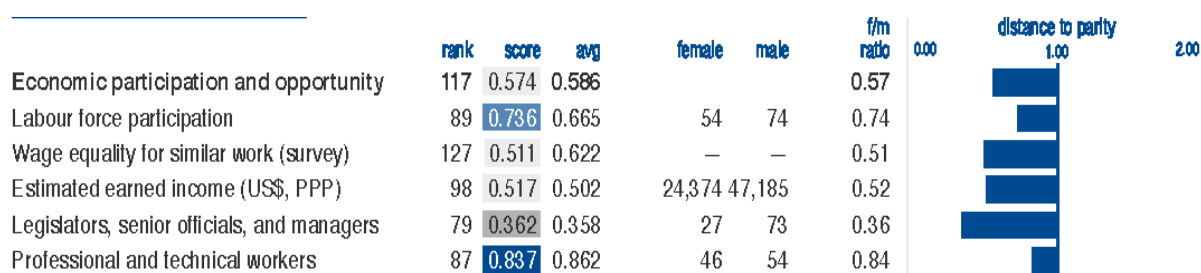
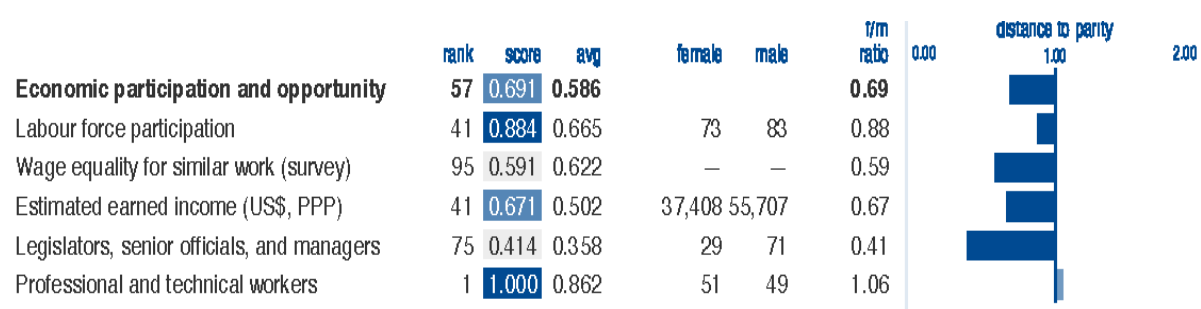


FIGURA 4: Economic participation and opportunity - Germania



Guardando più nel dettaglio i fattori inclusi nel parametro “partecipazione e opportunità economiche” riportati in figura 3 per l'Italia e in figura 4 per la Germania è evidente che il divario retributivo tra uomini e donne rappresenta il tallone d'Achille per entrambi i paesi. A livello contrastivo possiamo invece notare che la Germania si colloca al primo posto assoluto in riferimento alle lavoratrici e ai lavoratori tecnici e professionisti (professional and technical workers), mentre l'Italia occupa l'87esima posizione. Inoltre, la Germania si trova in una posizione medio-alta per quanto riguarda sia la partecipazione delle donne alla forza lavoro

(41esima) che il reddito da lavoro stimato (41esima), mentre l'Italia si posiziona molto più in basso, rispettivamente al 89esimo e al 98esimo posto.

In conclusione, osservando il Global Gender Gap Index si possono delineare due situazioni abbastanza diverse per l'Italia e la Germania in termini di partecipazione e opportunità economiche. Le disparità di genere sono sicuramente più accentuate in Italia che si colloca nella fascia medio-bassa in riferimento a tutti i parametri presi in considerazione. Per quanto riguarda la Germania troviamo invece una situazione in generale più vicina alla parità di genere, caratterizzata però da una disomogeneità interna, dato che si va dal primo posto per quanto riguarda le lavoratrici e i lavoratori professionisti e tecnici, al 95esimo per quanto riguarda il divario retributivo.

2.2 Tasso di occupazione in Italia e in Germania

Secondo i dati pubblicati da Eurostat nel 2016 il tasso di occupazione⁴⁶ femminile in Italia è stato del 51,6% e in Germania del 74,5%.

TABELLA 1: Tasso di occupazione (2016)

2016	Italia	Germania	Eurozona (19)	UE(28)
Occupazione femminile	51,6%	74,5%	64,4%	65,3%
Occupazione maschile	71,7%	82,7%	75,6%	76,9%
Occupazione totale	61,6%	78,6%	70,0%	71,1%

Come osservabile dai dati riportati in tabella 1 il tasso di occupazione femminile in Italia è di ben 13,7 punti inferiore alla media dell'Unione Europea (28 paesi) e di 12,8 punti rispetto alla

⁴⁶ Eurostat precisa che “the employment rate is calculated by dividing the number of persons aged 20 to 64 in employment by the total population of the same age group. The indicator is based on the EU Labour Force Survey. The survey covers the entire population living in private households and excludes those in collective households such as boarding houses, halls of residence and hospitals. Employed population consists of those persons who during the reference week did any work for pay or profit for at least one hour, or were not working but had jobs from which they were temporarily absent” (Eurostat, 2016).

media dei paesi dell'Eurozona (19). La Germania, invece, ha un tasso di occupazione femminile superiore rispetto sia alla media UE (28 paesi), che alla media dell'Eurozona (19 paesi), rispettivamente di 9,2 punti e di 10,1 punti. Per quanto riguarda invece il tasso di occupazione maschile, da una parte l'Italia si trova ancora una volta sotto la media sia dei 28 paesi dell'UE che dei 19 dell'Eurozona, ma questa volta rispettivamente di 5,2 punti e di 3,9 punti e dall'altra la Germania ha valori più alti di 7,1 punti rispetto alla media dell'Eurozona e di 5,8 punti rispetto alla media dell'UE.

Confrontando i dati è evidente la peculiarità del tasso di occupazione femminile italiana sia rispetto ai tassi degli altri paesi che rispetto al dato dell'occupazione maschile italiana. Infatti, il divario tra Italia e Germania è molto più ampio per l'occupazione femminile (22,9 punti) che per l'occupazione maschile (11 punti), mentre, per quanto riguarda il divario interno tra tasso di occupazione maschile e femminile, in Italia si arriva a 20,1 punti, mentre in Germania la differenza è di 8,2 punti, dato inferiore al divario della media sia dell'UE (11,6) che dell'Eurozona (11,2).

TABELLA 2: Tasso di occupazione (2006)

2006	Italia	Germania	Eurozona (19)	UE (28)
Occupazione femminile	49,6%	65,0%	60,5%	61,1%
Occupazione maschile	75,4%	77,2%	77,4%	76,8%
Occupazione totale	62,4%	71,1%	69,0%	68,9%

Andando a confrontare i dati del 2016 con quelli del 2006 (fonte Eurostat) si può notare che il tasso di occupazione femminile è aumentato di ben 9,5 punti in Germania, mentre in Italia la crescita è stata molto più ridotta, attestandosi a 2 punti, dato inferiore rispetto alla media dell'UE (4,2) e dell'Eurozona (3,9). D'altro canto, dal 2006 al 2016 il tasso di occupazione maschile in Italia è diminuito del 3,7%, mentre in Germania si è registrato un aumento del

5,5%, dato molto più ridotto rispetto all'aumento del tasso di occupazione femminile. Nell'Eurozona si è invece registrato una lieve diminuzione dell'1,8%, mentre la media dei 28 paesi dell'UE è rimasta praticamente stabile, con un aumento dello 0,1%. Se da una parte, da un punto di vista diacronico si può riscontrare un aumento generale del tasso di occupazione femminile, soprattutto per quanto riguarda il dato tedesco, d'altra parte, come fa notare la statistica ed ex-direttrice dell'Istat Linda Laura Sabbadini "le differenze di genere nel mercato del lavoro si sono ridotte [...] non per la crescita dell'occupazione femminile, come avvenuto negli Anni 90, dopo la precedente crisi, ma perché gli uomini hanno visto peggiorare la loro situazione occupazionale."

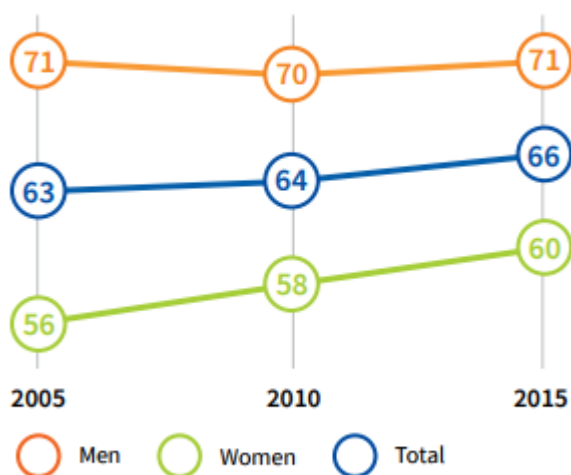
2.3 Rapporto Eurofound: Sixth European Working Conditions Survey

Se finora sono stati riportati dati relativi alla situazione dell'Italia e della Germania, considerati come singoli paesi, in questa e nelle prossime sezioni verranno riportate tendenze e statistiche più generali riferite all'Unione Europea e riportati in documenti pubblicati proprio da enti e istituzione dell'UE. Partiamo dai dati contenuti nella *European Working Conditions Survey (EWCS)*, redatta dal 1991 dall'Eurofound per monitorare le condizioni lavorative in Europa. Alla base dell'indagine vi è l'obiettivo di misurare le condizioni lavorative nei paesi europei, di analizzare le relazioni tra vari aspetti legati alle condizioni lavorative, di identificare gruppi a rischio, di evidenziare questioni preoccupanti e aree in miglioramento e, infine, di contribuire allo sviluppo di politiche europee atte a migliorare la qualità del lavoro. La posizione delle donne all'interno della forza lavoro europea rientra tra le aree monitorate dall'indagine. Nel documento pubblicato nel 2016 si afferma che, nonostante negli ultimi anni un numero crescente di donne sia entrato a far parte del mercato del lavoro, le diseguaglianze di genere perdurano ancora. Tali diseguaglianze sono visibili in vari ambiti della società e dell'economia: le donne sono infatti ancora oggi le principali responsabili della cura all'interno della sfera domestica; gli ambiti lavorativi in cui non vi è una segregazione di genere

rappresentano ancora l'eccezione, piuttosto che la regola; un numero molto maggiore di donne rispetto che di uomini lavora part-time; le donne fanno molta più fatica a fare carriera e a giungere a posizioni apicali a causa, tra l'altro, del cosiddetto soffitto di cristallo; e infine, il divario retributivo tra donne e uomini è ancora una realtà che supera i confini nazionali.

Entrando più nel dettaglio, come illustrato nella figura 1, la partecipazione delle donne nel mercato del lavoro dell'UE è passata dal 56% nel 2005 al 60% nel 2015. Nonostante la diminuzione del divario tra il tasso di occupazione maschile e quello femminile, quest'ultimo è ancora di 11 punti più basso.

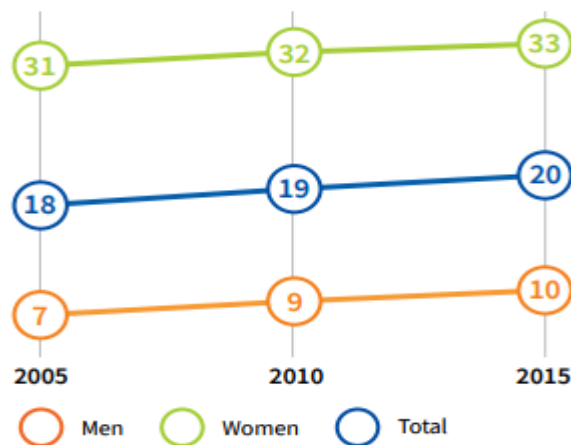
Figure 1: Employment rates in the EU28, by sex (%)



Source: EU-LFS 2005-2015; individuals aged 15 years or over.

Un altro dato interessante è quello relativo alla percentuale di persone che lavorano part-time: dalla figura 3 si può notare come l'incidenza del lavoro part-time sia aumentato dal 2005 al 2015 sia per le donne (dal 31% al 33%) che per gli uomini (dal 7% al 10%). Nonostante l'aumento sia comune, il numero di donne impiegate part-time continua a essere di circa tre volte superiore al dato relativo agli uomini.

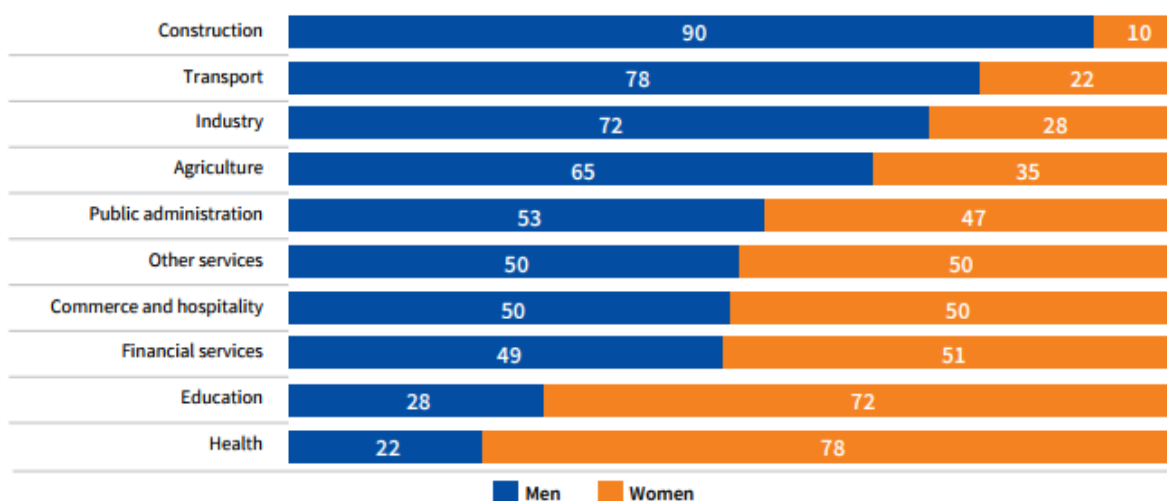
Figure 3: Part-time employment as a proportion of total employment in the EU28, by sex (%)



Source: EU-LFS 2005–2015; individuals aged 15 years or over.

Un altro aspetto trattato nell'indagine dell'Eurofound è quello relativo alla cosiddetta segregazione di genere; nel rapporto si legge infatti che, il mercato del lavoro, nonostante la presenza di donne sia aumentata notevolmente, continua a essere caratterizzato da una forte segregazione di genere. Osservando la figura 15 si può notare quali sono i settori economici in cui questa è più marcata: le costruzioni, i trasporti e l'industria rimangono settori prettamente maschili, mentre l'istruzione e la sanità sono caratterizzati da una maggiore presenza femminile. Nel commercio, nel settore dell'ospitalità, dei servizi finanziari e di altri servizi e nella pubblica amministrazione sembrano invece essere occupati una percentuale simile di donne e uomini.

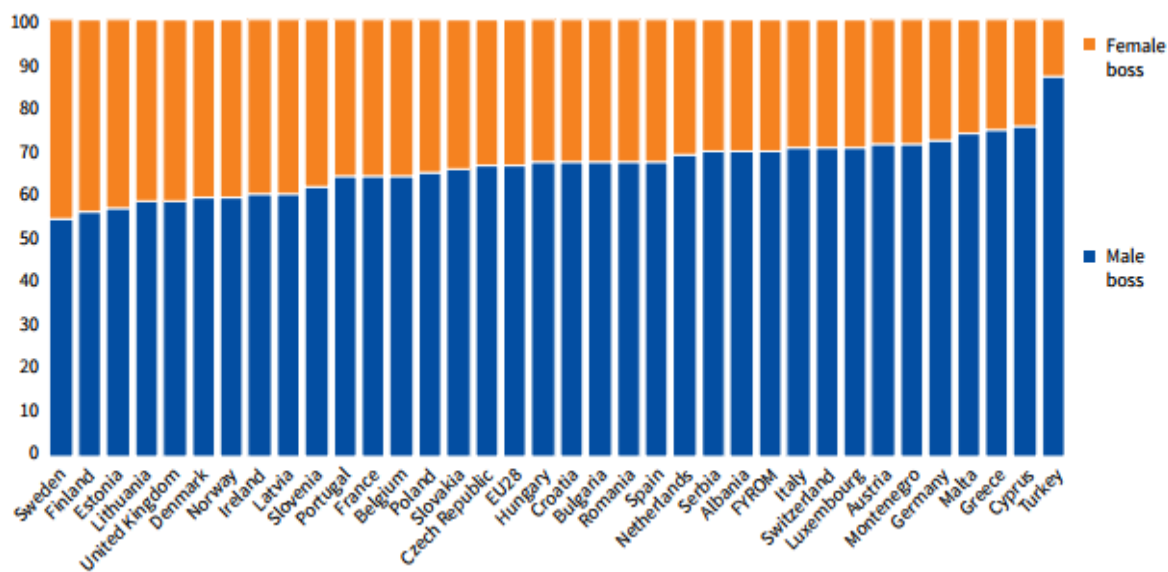
Figure 15: Employed people, by economic sector and sex, EU28 (%)



Source (Figures 14 and 15): EU-LFS 2015.

Un altro elemento sintomatico della segregazione e della discriminazione che le donne continuano a vivere sul posto di lavoro è il cosiddetto “soffitto di cristallo”, questione inserita già da anni nelle agende politiche sia a livello europeo che nazionale. I dati più recenti riportati nell’indagine del 2016 dimostrano che c’è stato un certo progresso, sebbene molto lento. A livello manageriale le donne sono ancora in una posizione minoritaria rispetto agli uomini, infatti la percentuale di donne con un ruolo apicale è di circa il 12%, poco più della metà rispetto alla percentuale degli uomini (21%), dato questo rimasto costante dal 2010. Osservando la figura 50 è possibile notare quanto il rapporto tra manager donne e uomini sia sbilanciato in ogni singolo paese europeo preso in considerazione.

Figure 50: Proportion of male and female bosses, by country (%)

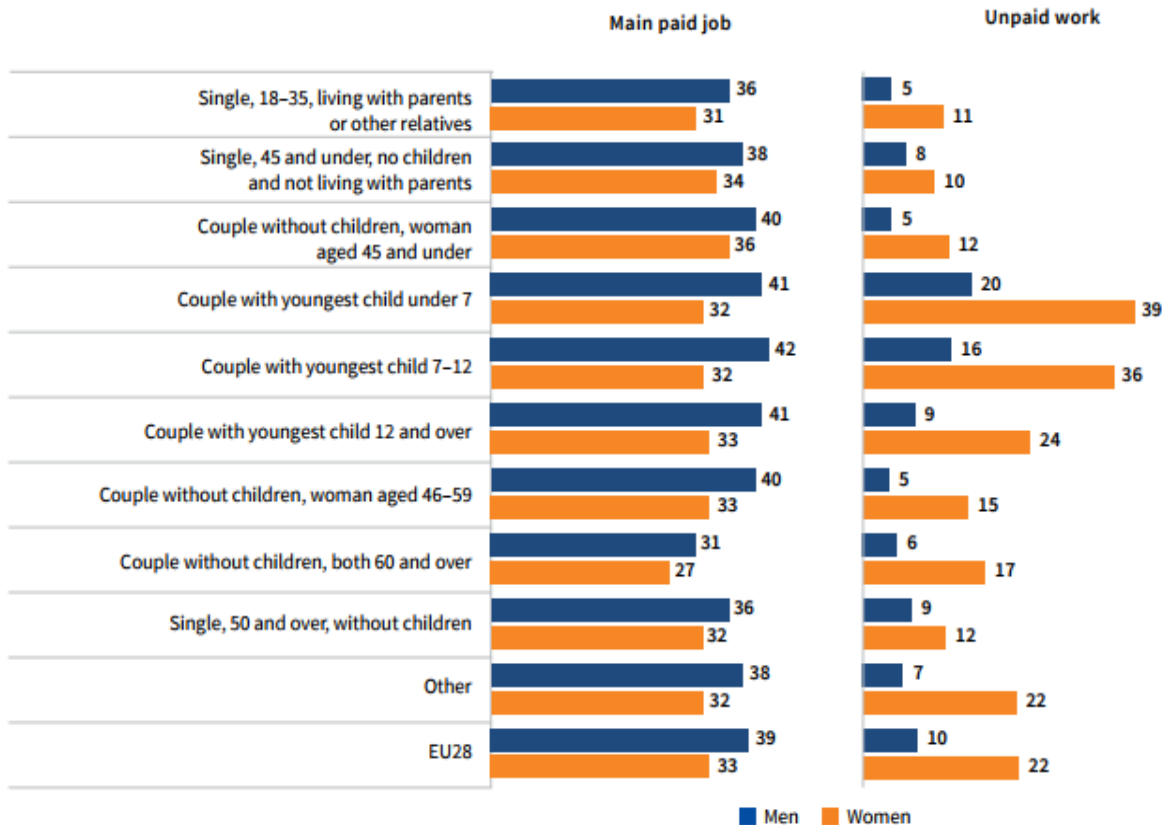


Un altro aspetto importante a cui l'indagine dedica spazio e attenzione è quello che viene comunemente definito “worklife balance”, ossia l'equilibrio tra lavoro e vita privata⁴⁷. Nel 2015 quattro persone su 5 (circa l'81%) hanno affermato di avere un buon equilibrio tra lavoro e vita privata, tale percentuale è rimasta invariata dal 2005. Dal rapporto è inoltre risultato che una percentuale più alta di uomini (il 20%) rispetto che di donne (il 16%) ha dichiarato di non essere soddisfatta del rapporto tra lavoro e vita privata. Alla luce del fatto che in linea generale sono ancora le donne a svolgere la maggior parte del lavoro domestico, potrebbe a prima vista sorprendere che siano proprio le donne a essere maggiormente soddisfatte di tale equilibrio. Sempre secondo il Rapporto pubblicato da Eurofound, questo dato potrebbe essere indicativo del fatto che le donne prendono decisioni che si adattano maggiormente alla loro situazione individuale, valutando se e come saranno in grado di bilanciare la loro vita privata e professionale e scegliendo, di conseguenza, un percorso di vita lavorativa sulla base di tale valutazione. Gli uomini, al contrario, tendono maggiormente a prendere decisioni in conformità con il modello dominante di lavoro a tempo pieno e a lungo

⁴⁷ Per una definizione più approfondita si rimanda a “Work-life balance,” 2016.

termine e ad adattare poi la loro vita lavorativa agli impegni privati in base alle necessità che sopraggiungono. In genere sono sia le donne e che gli uomini senza responsabilità di cura (ad esempio di figli, di persone disabili o di anziani) a essere maggiormente soddisfatti dell'equilibrio tra vita lavorativa e vita privata; mentre le donne e gli uomini con bambini piccoli sono i più insoddisfatti di tale equilibrio. Legato al work-life balance troviamo il rapporto tra lavoro retribuito e non retribuito: le donne sono ancora oggi quasi sempre le principali responsabili delle attività domestiche e di cura, se si sommano le ore di lavoro retribuito e non retribuito le donne arrivano a 55 ore settimanali e gli uomini a 49. Se da una parte gli uomini svolgono più ore lavorative retribuite, le donne svolgono la maggior parte delle ore lavorative non retribuite. Sia gli uomini che le donne trascorrono più tempo in attività lavorative non retribuite quando ci sono figli in casa, ma questo aumento di lavoro non retribuito è più marcato per le donne; di conseguenza, il divario tra uomini e donne aumenta ancora di più in caso di figli. Come mostra la figura 114, sono vari i fattori che influenzano la quantità di lavoro non retribuito svolto.

Figure 114: Paid and unpaid working time, by household composition and gender (hours per week), EU28



2.4 Rapporto Eurofound: The gender employment gap: Challenges and solutions

Nel 2016 Eurofound ha pubblicato anche un rapporto focalizzato proprio sul divario occupazionale tra donne e uomini, il rapporto è particolarmente interessante e rilevante per questa ricerca perché, oltre a fare luce sulle aree più critiche, dedica spazio ad alcune buone pratiche già introdotte e sperimentate in alcuni paesi europei (come la Germania), che potrebbero fungere da esempio da seguire per paesi, come ad esempio l'Italia in cui la differenza tra il tasso di occupazione maschile e femminile è tra i più marcati in Europa. Nel rapporto vengono prima di tutto citati alcuni dati relativi all'occupazione femminile e maschile in Europa. Si sottolinea il divario occupazionale di genere è maggiore in Grecia, in Italia e a Malta, rimane invece più contenuto in paesi dell'Europa del Nord come Finlandia, Lettonia, Lituania e Svezia. Nel documento viene riportato il costo totale dell'attuale tasso di

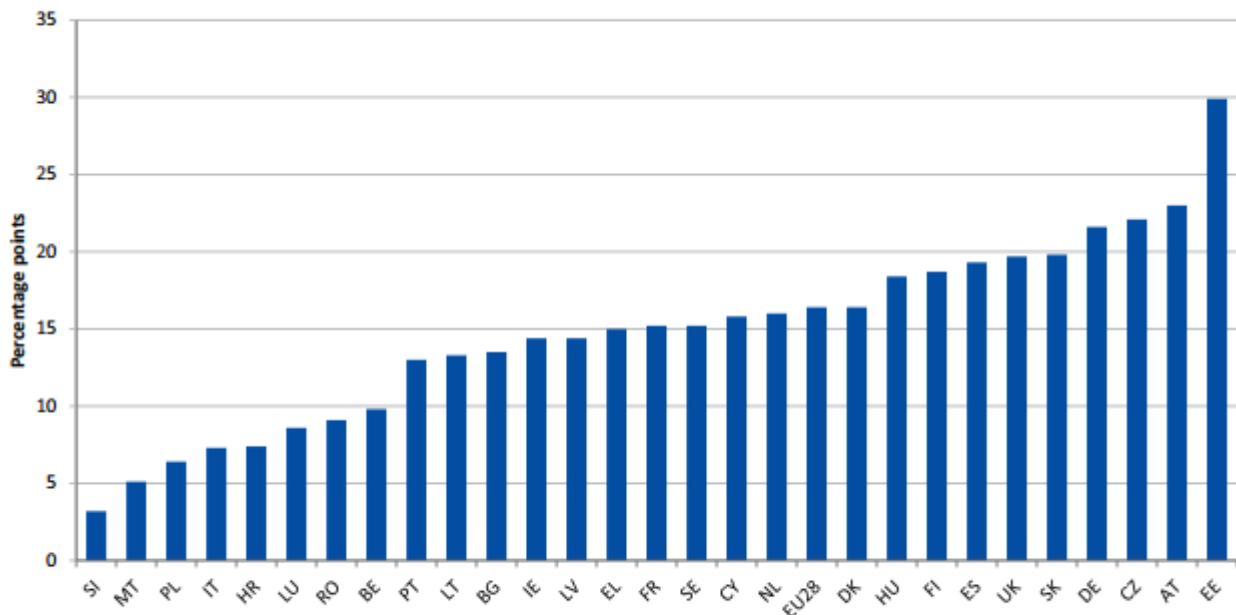
occupazione femminile, valutato nel 2013 attorno ai 370 miliardi di euro, pari a circa il 2,8% del PIL dell'UE. Si stima che il costo dell'esclusione di una donna dal mercato del lavoro durante il corso della propria vita sia attorno a 1,2 e 2 milioni di euro, a seconda del proprio livello di istruzione. Lo studio riconosce inoltre che il lavoro domestico svolto da donne non attive all'interno del mercato del lavoro contribuisce notevolmente all'economia e che la partecipazione al mercato del lavoro da parte delle donne non ha però solo delle implicazioni economiche, ma anche degli effetti sociali. Migliora infatti la percezione individuale sulla qualità della propria vita e aumenta la qualità della società. Le donne occupate considerano infatti la propria vita più positivamente rispetto a quelle non attive nel mercato del lavoro, hanno inoltre livelli superiori di sicurezza economica e inclusione sociale maggiori. Nel documento ci si sofferma anche sulle politiche per la promozione della partecipazione delle donne nel mercato del lavoro che includono, tra le altre cose, disponibilità e flessibilità dei servizi di cura dei bambini, flessibilità del congedo genitoriale e di altri congedi, una cultura del lavoro a favore del lavoro flessibile e reattività al cambiamento dei bisogni nel corso della propria vita. Un aumento nel supporto pubblico alla cura dei bambini con lo scopo di aumentare la partecipazione delle madri nel mercato del lavoro sarebbe da auspicare soprattutto in Grecia, in Irlanda e in Italia. Tuttavia, questo aumento è legato anche alla disponibilità finanziaria dei paesi, per esempio in Italia gli asili sono finanziati dai comuni, il cui budget è stato fortemente ridotto dal governo centrale. Inoltre in Italia, così come in Grecia, sarebbe necessario aumentare gli orari di apertura degli asili per far sì che le madri possano lavorare full-time. Parlando di buone pratiche, in Svezia, ad esempio, gli asili pubblici sono garantiti a tutti i genitori e la maggior parte di questi sono aperti dalle 6.30 alle 18.30. Inoltre, per i bambini dai 3 ai 6 anni gli asili sono gratuiti fino a 15 ore alla settimana. Oltre ai servizi per la cura dei figli, vari studi hanno dimostrato che anche servizi di supporto alla cura degli anziani sono necessari per aumentare il tasso di occupazione femminile.

Tra le buone pratiche in favore della partecipazione delle donne nel mercato del lavoro menzionate nel rapporto troviamo la *Perspektive Wiedereinstieg*, tradotta come reintegrazione professionale, introdotta in Germania. L'iniziativa sostiene le donne che sono rimaste fuori dal mercato del lavoro a causa di questioni familiari per almeno tre anni e che stanno cercando di riottenere un'occupazione e offre, attraverso un portale online, informazioni e servizi di orientamento e formazione. Si rivolge anche ai datori di lavoro attraverso un portale che contiene informazioni sugli incentivi fiscali ed esempi di buone pratiche sulle strategie per supportare sia il reintegro delle lavoratrici che politiche a favore delle famiglie. Inoltre, il rapporto inserisce tra le buone pratiche anche il sistema di sussidi genitoriali in vigore in Germania. Il così detto *Elterngeld* è un sussidio che spetta ai genitori durante il primo anno dopo la nascita o l'adozione di un figlio sia nel caso in cui riducono il proprio orario lavorativo (fino a un massimo di 30 ore), che se usufruiscono di un congedo. Spetta anche a studenti e a genitori non occupati, inoltre, per i genitori single il sussidio può estendersi fino a un massimo di 14 mesi. Per quanto riguarda l'Italia, i dati dimostrano che il congedo di maternità ha un effetto positivo sull'occupazione femminile, perché, per le donne che abbandonano il proprio lavoro dopo la nascita di un figlio risulta molto difficile riottenere un'occupazione.

Un altro tema trattato nel rapporto di Eurofound è il cosiddetto *gender pay gap* o divario retributivo di genere, rimasto costante in tutti gli stati membri dell'UE, nonostante la legislazione sulla retribuzione paritaria tra donne e uomini sia entrata in vigore più di trent'anni fa. Tra le cause responsabili del divario vengono menzionate la difficoltà di conciliare lavoro e vita privata, la sottovalutazione delle competenze e del lavoro delle donne e un mercato del lavoro in cui persiste la segregazione di genere. In media, nel 2014, le donne hanno guadagnato nell'UE 16,1% in meno per ora rispetto agli uomini, secondo i dati Eurostat. Il divario persiste nonostante le donne abbiano prestazioni migliori sia a scuola che all'università. Dato che le scelte delle donne in ambito lavorativo sono spesso vincolate anche dal difficile equilibrio tra

lavoro retribuito e non retribuito, questioni legate a una migliore conciliazione dei due ambiti acquisiscono un'importanza primaria. C'è inoltre da constatare che, se, da una parte, il fatto di avere figli aumenta il tasso di occupazione tra gli uomini, dall'altra, tra le donne continua a produrre l'effetto contrario in quasi tutti i paesi europei.

Figure 17: Percentage point gap in pay between men and women, EU Member States, 2013



Note: Data refer to 2010 for Greece and to 2012 for Ireland.
Source: EU-SILC (earn_gr_gpgr2)

Nella figura 17 sono riportati i punti percentuali di divario tra la retribuzione maschile e femminile. Osservando questo grafico l'Italia, nell'economia nel suo complesso, ha un gap pari solo al 5,5 per cento. Se si scompone lo stesso indice a seconda che il datore di lavoro sia pubblico o privato, emergono forti differenze: per l'Italia, il *gender pay gap* è pari a 3,7 nel pubblico e a 19,6 nel privato. Ma, come afferma Roberta Carlini su Internazionale, il *gender pay gap* “grezzo” non ci dice tutto. Carlini prosegue spiegando che

A volte, come nel caso italiano, i risultati migliori non si devono a una migliore situazione generale delle donne italiane sul mercato del lavoro retribuito, ma anzi, proprio al suo opposto. In primo luogo questo indicatore, misurando la paga oraria,

non tiene conto del fatto che tra le donne è molto più diffuso il lavoro part-time, dunque il gender gap che non si vede sul salario orario si allarga, e molto, su quello mensile o annuale. Si potrebbe dire che questo non è frutto di discriminazione ma di libera scelta: purtroppo così non è, visto che l'Istat ci informa che il 60 per cento del part-time femminile è involontario.

Carlini sostiene inoltre che c'è un'altra ragione per cui l'indice del grafico risulta un po' fuorviante: per definizione, infatti, questo gap è calcolato solo sulle donne che lavorano. E l'Italia ha storicamente una occupazione femminile molto bassa con un divario di 19 punti percentuali rispetto al tasso di occupazione maschile. Il divario di genere sul tasso di occupazione paradossalmente può restringere quello salariale, se a restare fuori del mercato del lavoro sono le donne meno qualificate e che svolgerebbero mansioni più basse: è quello che storicamente è successo in Italia.

2.5 Relazione del 2 agosto 2016 sulla creazione di condizioni del mercato del lavoro favorevoli all'equilibrio tra vita privata e vita professionale

Oltre i due rapporti Eurofound, tra le iniziative più rilevanti in materia di donne e lavoro in Europa c'è da menzionare la *Relazione del 2 agosto 2016 sulla creazione di condizioni del mercato del lavoro favorevoli all'equilibrio tra vita privata e vita professionale* redatta dal Parlamento Europeo e rivolta alla Commissione Europea e agli Stati membri. Nella prima parte della relazione si dà ampio spazio a varie considerazioni in cui, tra l'altro, si sottolinea l'importanza di introdurre politiche a favore della famiglia anche per rilanciare il tasso di natalità in Europa, si ricorda che la parità tra uomini e donne è un principio fondamentale dell'Unione, anche nel conseguimento dell'equilibrio tra vita privata e vita professionale, si afferma che un buon equilibrio tra vita professionale e vita privata favorisce la crescita economica, la competitività, la partecipazione complessiva al mercato del lavoro, la parità di genere, la riduzione del rischio di povertà e la solidarietà tra le generazioni.

Si pone infine l'accento sul fatto che la parità di genere nel mercato del lavoro va non solo a vantaggio delle donne ma anche dell'economia e della società in generale, costituendo una risorsa economica fondamentale per favorire una crescita economica sostenibile e inclusiva, per ridurre le disparità sul luogo di lavoro e per aumentare l'efficienza e la fluidità del mercato del lavoro. Viene ricordato inoltre che le donne continuano a essere vittime di discriminazione nell'accesso e nel mantenimento di un'occupazione e vedono spesso negati i diritti del lavoro, in particolare a causa della gravidanza e della maternità.

Alla luce di queste considerazioni preliminari, nella seconda parte della relazione vengono delineati alcuni principi generali incentrati sulla convinzione secondo cui un migliore equilibrio tra vita privata e vita professionale e una maggiore parità di genere sono elementi cruciali per sostenere la partecipazione delle donne al mercato del lavoro. Obiettivi che possono essere raggiunti solo attraverso la trasformazione e l'adeguamento del mercato del lavoro e dei sistemi di previdenza sociale in modo tale da tenere conto delle fasi della vita delle donne. Nella relazione si scende poi più nel dettaglio trattando i temi dell'uguaglianza retributiva e dell'equa condivisione delle responsabilità di assistenza tra donne e uomini, delle tipologie di congedo per motivi familiari e per necessità di assistenza, dell'assistenza alle persone a carico, dell'occupazione di qualità e della qualità della vita. Nella relazione segue poi una dettagliata motivazione in cui si asserisce che

Negli ultimi decenni la conciliazione tra vita professionale, privata e familiare è stata riconosciuta quale diritto fondamentale [...]. Da tale equilibrio trae vantaggio non soltanto il singolo individuo in termini di benessere personale, ma anche la società nel suo insieme, anche perché coloro che godono di un buon equilibrio tra vita privata e vita professionale sono maggiormente produttivi sul lavoro. A tal fine è necessario trasformare l'ambiente lavorativo e allontanarsi dall'idea che solo il tempo dedicato al lavoro (retribuito) sia speso in modo utile e, quindi, prezioso. Inoltre, è importante che

nell'ambito delle politiche relative all'equilibrio tra vita privata e vita professionale si adotti un approccio orientato all'intero ciclo della vita, in modo che tutti possano essere sostenuti nei diversi momenti della propria vita e possano partecipare attivamente al mercato del lavoro e alla società nel suo insieme.

3 Premessa metodologica: linguistica dei corpora e analisi del discorso

In questo breve capitolo saranno introdotti alcuni concetti fondamentali alla base delle tre analisi svolte in questa tesi di dottorato, e cioè: corpus e linguistica dei corpora da una parte, e discorso e analisi del discorso dall'altra, per poi passare a una sintesi sul rapporto tra corpus e discorso e tra linguistica dei corpora e analisi del discorso. Verrà messo l'accento anche sul fatto che alla base dell'integrazione tra linguistica dei corpora e analisi del discorso, metodologia adottata in questa tesi, vi sia l'interpretazione dei dati linguistici alla luce del contesto sociale, culturale ed economico entro cui questi dati vengono creati e diffusi. Ed è proprio per questo motivo che questa breve premessa metodologica rappresenta l'anello di congiunzione tra i primi due capitoli teorici e gli ultimi tre empirici. Viene infatti esplicitato che il contesto linguistico, culturale, sociale ed economico presentato nei primi due capitoli rappresenta la cornice fondamentale per poter leggere e interpretare al meglio i dati linguistici illustrati negli ultimi tre capitoli.

Se da una parte possiamo affermare che i concetti presentati in questa premessa metodologica sono comuni a tutte e tre le analisi, dall'altra bisogna fare delle precisazioni sulle differenze che caratterizzano il modo in cui i concetti di corpus e di discorso si intersecano con le tre analisi. Tali differenze dipendono dal fatto che la prima analisi, sugli annunci di lavoro, è prettamente quantitativa; nella seconda, sui corpora itWaC e deWaC, la parte quantitativa è prevalente su quella qualitativa; mentre, nella terza, sulla stampa, la parte qualitativa è prevalente su quella quantitativa. Infatti, se da una parte, i concetti di corpus e linguistica dei corpora sono centrali in tutte e tre le ricerche empiriche poiché in tutti e tre i casi i corpora rappresentano il materiale linguistico da analizzare e le analisi stesse si basano su strumenti, tecniche e categorie della linguistica dei corpora, dall'altra, il ruolo che hanno i concetti di

discorso e analisi del discorso nelle tre analisi cambiano molto da caso a caso. Sono, infatti, fondamentali nella terza analisi, nella seconda emergono soprattutto nell'interpretazione dei collocati dei sostantivi analizzati e nella prima hanno invece un ruolo più marginale, che riguarda, non tanto l'analisi linguistica in sé, prettamente quantitativa, ma il fatto che i risultati ottenuti dall'analisi testuale vengano messi in correlazione e interpretati anche alla luce del contesto extratestuale presentato nel primo capitolo. Caratteristica quest'ultima condivisa anche per le altre due analisi.

3.1 Definizione di corpus e di linguistica dei corpora

Per corpora si intendono “collezioni, per lo più di grandi dimensioni, di testi orali o scritti prodotti in contesti comunicativi reali (per es., registrazioni di discorsi o articoli di giornale), conservati in formato elettronico e spesso corredati di strumenti di consultazione informatici” (Baroni, 2010). Tale definizione trova un consenso che potremmo definire unanime all'interno della comunità accademica internazionale. Di conseguenza per linguistica dei corpora si intende:

a powerful methodology – a way of using computers to assist the analysis of language so that regularities among many millions of words can be quickly and accurately identified. Coming from Latin, a corpus is a body, so we may say that corpus linguistics is simply the study of a body of language – in many cases a very large body indeed. Such a body may consist of hundreds or thousands of texts (or excerpts of texts) that have been carefully sampled and balanced in order to be representative of a specific variety of language (Baker and McEnery, 2015, p. 1).

La linguistica dei corpora permette quindi di studiare, attraverso il supporto di software, una quantità di dati talmente ampia la cui analisi manuale sarebbe caratterizzata sia da tempi estremamente più lunghi che da una minore accuratezza. Gli strumenti e le tecniche della linguistica dei corpora permettono quindi di ottenere in modo automatico o semiautomatico

moltissime informazioni relative a una grande quantità di testi, come ad esempio la lista di parole più frequenti o i collocati più ricorrenti di una determinata parola. Tali informazioni possono diventare il punto di partenza di analisi che spaziano dagli studi lessicografici, allo sviluppo di materiale per l'apprendimento delle lingue, dagli studi sulla traduzione, all'analisi del discorso. A quest'ultima applicazione della linguistica dei corpora è dedicata la sezione successiva.

3.2 Definizione di discorso e di analisi del discorso

Per quanto riguarda la definizione di discorso, in questa tesi si fa riferimento alla proposta di Busse e Teubert del 1994:

Zu einem Diskurs gehören alle Texte, die sich mit einem als Forschungsgegenstand gewählten Gegenstand, Thema, Wissenskomplex oder Konzept befassen, untereinander semantische Beziehungen aufweisen und/oder in einem gemeinsamen Aussage-, Kommunikations-, Funktions- oder Zweckzusammenhang stehen [...] und durch explizite oder implizite (text- oder kontextsemantisch erschließbare) Verweisungen aufeinander Bezug nehmen bzw. einen intertextuellen Zusammenhang bilden. (Busse & Teubert, 1994, p. 14)

Tale definizione deriva dal lavoro di Foucault, risultato determinante per la linguistica del discorso in ambito germanista (Diskurslinguistik) a partire dalle origini, sino a tempi più recenti. Anche Spitzmüller e Warnke, ad esempio, rimanendo sul solco tracciato da Foucault, definiscono il discorso “die virtuelle Gesamtheit von Äußerungen zu einem bestimmten Thema in einer analytisch gegebenen Zeit” (2011, p. 24). Konecny ha invece affermato che

Mit Diskurs werden in der Regel öffentlich geführte und von verschiedenen Medien getragene Debatten von größerem Umfang und längerer Dauer bezeichnet, die sich einschlägigen Themenbereichen und Problemstellungen von gesellschaftlich und/oder kulturellem Belang widmen. (2009, p. 155).

Alla luce di quanto riportato, si può quindi affermare che per discorso si intende un insieme di testi riguardanti uno stesso tema, di solito rilevante a livello sociale e/o culturale, prodotto all'interno di una data cornice temporale. Il discorso è quindi un'entità i cui confini non sono facilmente tangibili, in quanto limitati principalmente da un'attinenza semantica a un determinato tema. Citando le parole di Foucault, riprese anche da Bubenhofer (2008, p. 412), attraverso l'analisi del discorso ci si prefigge di analizzare tutte le

Beziehungen der Aussagen untereinander (selbst wenn diese Beziehungen dem Bewusstsein des Autors entgehen; selbst wenn es sich um Aussagen handelt, die nicht den gleichen Autor haben; selbst wenn diese Autoren einander nicht kennen); Beziehungen zwischen so aufgestellten Gruppen von Aussagen (selbst wenn diese Gruppen nicht die gleichen Gebiete oder benachbarte Gebiete treffen; selbst wenn sie nicht das gleiche formale Niveau haben; selbst wenn die nicht der Ort bestimmbar Austausch sind); Beziehungen zwischen Aussagen oder Gruppen von Aussagen oder Ereignissen einer ganz anderen (technischen, ökonomischen, sozialen, politischen) Ordnung (Foucault, 1981, p.45).

Essenziale in queste parole è, ancora una volta, il legame semantico intertestuale tra gli elementi che costituiscono un discorso. Un altro aspetto fondamentale dell'analisi del discorso viene espresso più di recente da Gardt:

Die Analyse soll etwas offen legen, freilegen, soll Fundamente aufzeigen, Sinn entfalten, zugrunde liegendes, verstecktes Wissen explizieren, verdeckte Strukturen sichtbar machen, latent verhandelte Themen analysieren, dominante Denkmuster herausfinden usw. (2007, p. 30).

Scopo dell'analisi del discorso è quello di rivelare ed esplicitare significati e saperi impliciti e nascosti, di analizzare temi latenti e di scoprire modelli di pensiero dominanti, andando quindi ben oltre gli elementi espliciti del discorso. Fondamentale nell'analisi del discorso è inoltre il

rapporto tra lingua e realtà, in particolare la funzione che la lingua ha nel costituire la società e la conoscenza, così come affermano Spitzmüller e Warnke: “Diskurslinguistik analysiert eine bestimmte Funktion von Sprache: die gesellschafts- und wissenskonstituierende Funktion” (2011, p. 8). Sembra rilevante, per esprimere ancora meglio il legame tra lingua, sapere e realtà citare le parole di Wittgenstein, riprese anche dagli stessi Spitzmüller e Warnke (2011, p. 62): “Die Grenze meiner Sprache bedeuten die Grenze meiner Welt”. Ciò che quindi non è espresso nella lingua non esiste nella realtà; da questa affermazione si può dedurre, quindi, che ciò che è frequente e ricorrente nella lingua è dominante nella realtà. Concludiamo questa sezione con alcuni principi dell’analisi del discorso elencati da Spitzmüller e Warnke (2011, p.79):

- Auffassung, dass Sprache in gesellschaftliche, historische und kulturelle Zusammenhänge eingebettet ist und in diesen Zusammenhängen betrachtet werden muss;
- Auffassung, dass Sprache Wirklichkeit nicht nur abbildet, sondern schafft;
- Überzeugung, dass Aussagen nicht isoliert stehen, sondern mit anderen Aussagen verknüpft sind;
- Überzeugung, dass gesellschaftliche Wissen- (oder auch Macht-)strukturen durch die Analyse von Aussagen und Aussagenformationen beschrieben werden können.

Secondo questi principi la lingua va quindi considerata all’interno di uno specifico contesto storico e culturale; si sottolinea inoltre che la lingua crea la realtà, oltre che raffigurarla. Viene inoltre affermato che le enunciazioni non sono isolate, ma sono legate tra di loro e infine che, proprio attraverso l’analisi delle enunciazioni si possono analizzare le strutture di potere e di conoscenza presenti nella società. Al centro dell’analisi del discorso vi sono quindi questioni

di grande rilevanza sociale e culturale che vanno ben oltre l'interesse esclusivo della linguistica.

3.3 Analisi del discorso e linguistica dei corpora

L'applicazione della linguistica dei corpora all'analisi del discorso è nata e si è sviluppata all'interno dell'anglistica, dove ormai rappresenta un metodo consolidato su cui si basano centinaia di ricerche⁴⁸. In ambito germanista lo sviluppo è invece molto più recente e limitato: se da una parte molti studiosi hanno espresso pareri positivi nei confronti dell'integrazione della linguistica dei corpora all'analisi del discorso, dall'altra, il numero di ricerche basate concretamente su questo metodo è ancora molto basso, soprattutto se si contano gli studi su argomenti di rilevanza politica e sociale. Infine, in ambito italianista non ci risulta che questo metodo sia stato teorizzato; gli unici studi empirici che adottano questa prospettiva, almeno sinora, ci risultano essere le due pubblicazioni di Formato del 2017.

Nell'anglistica, in riferimento alla linguistica dei corpora applicata all'analisi del discorso, Baker e McEnery hanno affermato che

While the earliest stages of a corpus analysis tend to be quantitative, relying on techniques like keywords and collocates in order to give the research a focus, as a research project progresses, the analysis gradually becomes more qualitative and context-led, relying less on computer software. Once quantitative patterns have been identified, they need to be interpreted and this usually involves a second stage of analysis where the software acts as an aid to the researcher by allowing the linguistic data to be quickly surveyed (2015, p. 2).

L'analisi del discorso attraverso la linguistica dei corpora parte quindi da dati quantitativi, come ad esempio la lista di parole chiave o di collocati più frequenti, per poi passare a una fase

⁴⁸ Per una visione d'insieme sugli studi che integrano linguistica dei corpora e analisi del discorso si rimanda a Gabrielatos, 2017.

più qualitativa, in cui è l'occhio umano a dover interpretare i dati, individuando caratteristiche, strutture ricorrenti e particolarità del corpus oggetto di ricerca, tenendo anche in considerazione il contesto extratestuale entro cui i dati linguistici sono stati prodotti e diffusi. Come infatti affermano a tal proposito Partington et al: “in discourse analysis, language is analysed in context and therefore it is methodologically unsound and unfruitful to treat the corpus as an isolated black box” (2013, p. 206). In Baker et al., attraverso i risultati di uno studio sui rifugiati e i migranti basato proprio sull'applicazione della linguistica dei corpora (CL) all'analisi del discorso (CDA o DHA), vengono illustrati i benefici scaturiti dall'adozione di questo metodo integrato:

CL can provide a general 'pattern map' of the data, mainly in terms of frequencies, key words/clusters and collocations [...]. Similarly, the CDA analysis can point towards patterns to be examined through the CL lens for triangulation (e.g., use of nonsensical terms like bogus asylum seeker, or particular topoi). CL can also examine frequencies, or, at least, provide strong indicators of the frequency, of specific phenomena recognized in CDA (e.g., topoi, topics, metaphors), by examining lexical patterns, and can add a quantitative dimension to CDA. The approximate quantification usually used in CDA can be made more specific through (relative) frequency counts and statistical measures. [...] DHA allows the analyst to step outside the corpus in order to consult other types of information (such as dictionary definitions, policy documents or government correspondence to newspapers) (2008, p. 296).

In sintesi viene evidenziato che i confini che dividono un approccio quantitativo da un approccio qualitativo non sono così delineati come si potrebbe pensare, e infatti ciò che è qualitativo può essere quantificato e ciò che è quantitativo può essere interpretato qualitativamente, o attraverso teorie esistenti o attraverso la formulazione di nuove teorie (Baker et al., 2008, p. 296). In altre parole, la linguistica dei corpora, considerata

tradizionalmente quantitativa, può trarre vantaggio da un'analisi più qualitativa su una selezione dei testi del corpus basata sulle teorie dell'analisi del discorso. D'altra parte, l'analisi del discorso può trarre vantaggio da dati quantitativi, maggiormente obiettivi, forniti dalla linguistica dei corpora.

Per quanto riguarda l'ambito germanista, Busse, Hermanns e Teubert sono stati i primi a mettere in relazione discorso e corpus, Kernerding riporta infatti che:

Ein besonderes Verdienst von Busse, Herrmanns und Teubert ist die erste fruchtbare linguistische Operationalisierung des Diskursbegriffes auf der Grundlage korpuslinguistischer Prinzipien. Diskurse werden danach als thematisch bestimmte Mengen von Texten, von so genannten thematischen Korpora expliziert (2009, p. 165).

È poi lo stesso Kernerding ad approfondire ulteriormente proprio il rapporto tra discorso e corpus, distinguendo tra corpus immaginario, corpus virtuale e corpus concreto, su cui si concentra la vera e propria analisi:

Alle kommunikativen Äußerungen zu einem Thema (in einem bestimmten historischen Zeitraum), ob mündlich oder schriftlich, werden dabei als das imaginäre Korpus definiert. Alle Texte, die aus diesem imaginären Korpus zu einem bestimmten Zeitpunkt noch verfügbar sind, bilden das virtuelle Korpus. Zur Untersuchung von Diskursen wird in der Regel aus dem virtuellen Korpus ein konkretes Korpus von Texten als wesentlich beschränkteres Teilkorpus nach forschungsspezifischen Anliegen und Gesichtspunkten kompiliert (2009, p. 165).

Sempre in riferimento al rapporto tra discorso e corpus, Niehr afferma che “zu diesem Zweck (Analyse eines Diskurses) stellen Diskursanalytiker Textkorpora zusammen, von denen sie annehmen, dass sie den zu untersuchenden Diskurs repräsentieren“ (2014, p. 32). Il corpus, un'entità concreta, viene quindi considerato il mezzo attraverso cui poter analizzare il discorso,

un'entità astratta: il corpus è quindi una rappresentazione parziale, ma tangibile di qualcosa che tangibile non è, ossia il discorso. Niehr approfondisce inoltre anche alcune problematiche che possono scaturire dall'analisi del discorso basata su corpora, legate in particolare alla costruzione del corpus da analizzare:

Da der Diskursanalytiker selbst sein Textkorpus zusammenstellt, trifft er damit bereits weitreichende Entscheidungen, weil er ja sein Untersuchungsobjekt selbst konstituiert. Dieser konstitutive Akt ist entscheidend für die gesamte Analyse, da durch ihn die später erzielbaren Ergebnisse nachhaltig beeinflusst werden [...]. Ein Textkorpus kann nicht durch eine Zufallsauswahl generiert werden, sondern bedarf einer systematischen Textauswahl aufgrund von Kriterien (2014, p. 32).

Se Niehr si è concentrato principalmente sul rapporto tra discorso e corpus, Bubenhofer da una parte, e Spitzmüller e Warnke dall'altra, approfondiscono il rapporto tra analisi del discorso e linguistica dei corpora. Come già sottolineato nell'approccio teorizzato all'interno dell'anglistica, nelle parole di Bubenhofer riportate di seguito, viene messa ancora una volta in evidenza l'integrazione tra dati quantitativi e qualitativi:

Ich plädiere für eine ‚quantitativ informierte qualitative Analyse‘, die qualitative Analysen immer vor dem Hintergrund quantitativer Daten vornimmt. Wenn einzelne Texte einer genauen, qualitativen Analyse unterzogen werden, dann wäre es eine verpasste Chance, quantitativ gewonnene Informationen über die Serie, in der diese Einzeltexte stehen, zu ignorieren. (2013a, p. 129).

Inoltre, Spitzmüller e Warnke elencano alcune caratteristiche principali dell'analisi del discorso supportata dalla linguistica dei corpora, e cioè:

- ist empirisch und untersucht sprachliche Muster auf verschiedenen Ebenen in natürlichsprachlichen Aussagen;

- trifft ihre Aussagen durch Auswertung einer großen und nachvollziehbar spezifizierten Sammlung von Aussagen;
- nutzt elektronische Tools unter Einschluss automatisierter Sprachanalysen;
- beruht auf einer Verbindung von qualitativen und quantitativen Analysen (2011, p. 36).

Se a livello di enunciazione teorica non si osservano grandi differenze tra anglistica e germanistica, ciò che sembra invece distinguere i due ambiti in riferimento alla linguistica dei corpora applicata all'analisi del discorso è proprio il passaggio dalla teoria alla pratica: come infatti già accennato, se da una parte in entrambi i casi la teoria sembra solida, trasversalmente accettata e basata sugli stessi principi, dall'altra il numero di studi empirici basati su questo metodo nell'anglistica ha ormai raggiunto l'ordine delle centinaia, mentre, nella germanistica stenta ancora oggi a decollare.

4 Analisi sulle strategie di genere all'interno di due corpora costituiti da annunci di lavoro italiani e tedeschi

4.1 *Lingua, genere e annunci di lavoro*

Risale al 1973, ad opera di Bem & Bem il primo studio che mise in evidenza il legame tra la lingua di un determinato annuncio di lavoro e la percentuale di donne e uomini che si candidavano per quel determinato posto di lavoro. Bem & Bem, attraverso esperimenti di psicologia, dimostrarono infatti che “the sex bias in the content of a job advertisement does serve to aid and abet discrimination by discouraging both men and women from applying for “opposite-sex” jobs” (1973, p. 14). Per quanto riguarda l'italiano bisogna ricordare che fu la stessa Alma Sabatini (1987) a dedicare parte della sua ricerca sul sessismo nella lingua italiana proprio agli annunci di lavoro. Sabatini prende come base normativa per la sua analisi la legge del 9/12/1977 n. 903 sulla *Parità tra uomini e donne in materia di lavoro* che stabilisce che

È vietata qualsiasi discriminazione fondata sul sesso per quanto riguarda l'accesso al lavoro indipendentemente dalle modalità di assunzione e qualunque sia il settore o il ramo di attività a tutti i livelli della gerarchia professionale. La discriminazione di cui al comma precedente è vietata anche se attuata [...] in modo indiretto [...] a mezzo stampa e con qualsiasi altra forma pubblicitaria che indichi come requisito professionale l'appartenenza all'uno o all'altro sesso.

Dall'analisi svolta da Sabatini su 748 annunci di lavoro pubblicati nel 1984 su vari quotidiani italiani risulta che il 20,19% delle offerte si rivolgono chiaramente a candidati di entrambi i sessi, l'1,87% si rivolge alle donne, il 34,22% si rivolgono agli uomini e il 43,58% sono indeterminati, formulati cioè con maschile non marcato. Secondo Alma Sabatini, che cita anche i risultati ottenuti da Bem & Bem, “la donna non può riconoscersi nella maggior parte delle

descrizioni dei posti offerti” (1987, p. 89) in quanto un’alta percentuale degli annunci di lavoro analizzati vengono formulati attraverso l’uso del cosiddetto maschile non marcato; tale formulazione linguistica può infatti scoraggiare le donne a candidarsi per i posti in questione, trasformandosi quindi in una vera e propria discriminazione. Alla luce della valenza discriminatoria del maschile non marcato, Sabatini afferma senza mezzi termini che “il maschile non marcato, con la sua pericolosa ambivalenza, non è assolutamente ammissibile in questo contesto” (1987, p. 90). Come si vedrà dai risultati ottenuti dall’analisi sul corpus di annunci di lavoro pubblicati per il mercato italiano, poco è cambiato rispetto alla situazione descritta da Sabatini: il maschile con valenza generica continua a essere estremamente frequente in italiano.

Sempre nel 1987, quasi in contemporanea con il lavoro di Sabatini, viene pubblicato su *Die Zeit* un articolo in cui si sottolinea che il pari trattamento linguistico tra uomini e donne negli annunci di lavoro tedeschi appare ancora come un’utopia. L’autrice dell’articolo, Evamaria Brockhoff, mette infatti in evidenza che, in base al suo studio condotto su 6000 annunci di lavoro pubblicati su giornali tedeschi, circa il 61% delle offerte si riferisce a candidati uomini, mentre circa il 39% si riferisce alle donne o attraverso annunci diretti che contengono esplicitamente forme femminili o attraverso annunci formulati in modo neutro.

Per quanto riguarda invece studi più recenti che utilizzano la metodologia della linguistica dei corpora per indagare la frequenza di forme di maschile generico e di strategie di genere all’interno degli annunci di lavoro, ricordiamo gli studi di Bengoechea e Simón (2011) per lo spagnolo e di Lipovsky (2014) per il francese. Dallo studio di Bengoechea e Simón, in cui sono stati analizzati gli annunci di lavoro pubblicati sul quotidiano *El País* nel mese di ottobre del 2007, risulta che, sul totale di annunci di lavoro analizzati, 136 sono considerati testi neutri in quanto non includono riferimenti a uomini o a donne, 197 contengono riferimenti personali formulati attraverso forme neutre, 29 testi contengono formulazioni femminili, 241

contengono forme sia femminili che maschili con valenza generica e 91 contengono forme di maschile generico. Bengoechea e Simón mettono in evidenza alcune tendenze delineabili in base ai risultati ottenuti, riscontrano cioè una bassa incidenza di testi contenenti forme femminili e un relativo equilibrio tra testi neutri e testi con riferimenti a uomini e donne. Osservano infine che il numero di testi che includono forme maschili equivale al numero di testi neutri (2011, p. 513).

Per quanto riguarda la lingua francese, dallo studio condotto da Lipovsky (2014) su 368 annunci di lavoro pubblicati nel maggio del 2012 all'interno di tre quotidiani francesi risulta che, sebbene il 96% degli annunci di lavoro analizzati si riferiscano sia a donne che a uomini, nella maggior parte dei casi non si sono utilizzate forme di femminilizzazione e neutralizzazione, ma è stata semplicemente aggiunta la dicitura *h/f* (uomo/donna) al sostantivo maschile con funzione generica, strategia che non è ritenuta tra le più efficaci per garantire pari visibilità a uomini e donne. Lipovsky riconosce che nel corso degli anni sono stati comunque fatti dei passi in avanti, dato che in uno studio simile condotto da Schafroth nel 1993 su 700 annunci di lavoro pubblicati all'interno della rivista *L'Express*, solo il 12,5% degli annunci si riferiva sia a donne che a uomini.

Concludiamo questo paragrafo accennando a un interessante studio di Askehave e Korning Zethsen del 2014 in cui, attraverso l'analisi del discorso, viene analizzata la lingua di 39 annunci di lavoro danesi riferiti a posizioni manageriali. Lo scopo dello studio di Askehave e Korning Zethsen è quello di esaminare se la mancanza di donne in posizioni leader possa essere in parte dovuta a barriere linguistiche, come ad esempio il modo in cui vengono rappresentate le posizioni manageriali e le qualità legate alla capacità di essere leader. Le due studiose partono dal presupposto che

[...] the linguistic constructions which producers of job advertisements make of the “ideal” managing director may [...] have significant, social consequences in that people who cannot identify with the description may choose not to respond to the advertisement and are thus prevented from pursuing a top position (2014, p. 532).

Dai risultati di questa analisi emerge che

[...] masculine leadership traits dominate the language of executive job advertisements with the possible real-life result that men, or individual with masculine traits, find it easier to identify with the requirements for executive position. (2014, p.543).

Sebbene svolti in ambienti spazio-temporali molto diversificati tra loro, tutti questi studi dimostrano che, oggi come in passato, la lingua utilizzata molto spesso negli annunci di lavoro discrimina le donne, non garantendo loro un’adeguata visibilità e, di conseguenza, ostacolando pari opportunità all’interno del mercato del lavoro. Nonostante alcuni passi in avanti siano stati fatti,⁴⁹ la strada per raggiungere la pari visibilità linguistica tra donne e uomini negli annunci di lavoro sembra ancora lunga e non priva di ostacoli, dato che emerge anche dall’analisi sugli annunci di lavoro in italiano e in tedesco che verrà riportata nelle prossime pagine.

4.2 Ipotesi di ricerca e metodologia

Nella presente sezione si illustreranno le ipotesi di ricerca da cui parte l’analisi sulle strategie di genere utilizzate all’interno di due corpora costituiti da annunci di lavoro italiani e tedeschi. Si darà inoltre ampio spazio al processo di costruzione dei due corpora oggetto di analisi e ci si soffermerà nel dettaglio sulla composizione degli stessi. Infine si illustreranno le

⁴⁹ Soprattutto per il tedesco e per il francese, come dimostra il confronto tra i risultati ottenuti da Schafroth del 1993 e da Lipovsky del 2014.

strategie di genere che verranno analizzate al fine di confermare o rigettare le ipotesi di ricerca iniziali.

La presente analisi si basa su un approccio prettamente quantitativo, ci si concentrerà infatti, attraverso gli strumenti della linguistica dei corpora, sulle frequenze delle forme analizzate, senza soffermarsi ulteriormente sul contesto di occorrenza, come avverrà invece per le altre due analisi, sui corpora itWaC e deWaC e sugli articoli di giornali, facenti parte di questa tesi. Scopo di questa ricerca è analizzare in quale misura le aziende italiane e tedesche prese in considerazione utilizzano forme di maschile generico e/o strategie di femminilizzazione e neutralizzazione per riferirsi a potenziali candidate e candidati all'interno di annunci di lavoro pubblicati sui propri siti internet per il mercato del lavoro italiano e tedesco.

In base all'ipotesi di ricerca iniziale, si presume che confrontando gli annunci tedeschi e italiani, in quelli tedeschi vi sia un utilizzo più frequente di strategie di femminilizzazione e neutralizzazione e, di conseguenza, in quelli italiani siano invece maggiormente diffuse forme di maschile generico. L'ipotesi si basa sulla consapevolezza che sin dagli anni '80 la Germania, rispetto all'Italia, ha riservato al tema "lingua e genere" un'attenzione e una sensibilità di gran lunga maggiore. Come ampiamente illustrato nel capitolo precedente, le richieste di rinnovamento della lingua in un'ottica di genere da parte di alcune femministe legate al mondo accademico trovarono sin da subito una risposta soddisfacente da parte di molte istituzioni tedesche. Alla luce di questa consapevolezza, si parte anche dall'ipotesi che le aziende tedesche siano più attente all'utilizzo di un linguaggio di genere non solo in tedesco, ma anche in italiano e, viceversa, che le aziende italiane utilizzino meno frequentemente strategie di genere sia in italiano che in tedesco, in quanto si presuppone che la comunicazione aziendale all'interno degli annunci di lavoro sia maggiormente influenzata dalla cultura di partenza rispetto che da quella di arrivo. Per confermare o rigettare queste ipotesi iniziali sono stati costruiti due corpora

comparabili a partire da annunci di lavoro pubblicati sui siti web di aziende italiane e tedesche, che sono stati successivamente analizzati adottando la metodologia e gli strumenti della linguistica dei corpora.

4.2.1 Costruzione di due corpora comparabili

La costruzione dei due corpora comparabili si è svolta in modo totalmente manuale ed è risultata particolarmente dispendiosa in termini sia di tempo che di impegno. Il primo ostacolo è nato dalla difficoltà di adottare un criterio in base al quale selezionare le aziende i cui annunci di lavoro sarebbero stati inclusi nell'analisi. Inizialmente, infatti, non risultava chiaro se inserire nella ricerca anche aziende multinazionali operanti sia in Germania che in Italia ma con sede legale e/o sede di fondazione in un terzo paese, come ad esempio le statunitensi Google e Facebook. Dopo aver riflettuto a lungo su questo punto, si è arrivati alla conclusione di includere nella ricerca esclusivamente aziende italiane e tedesche⁵⁰ in modo da poter meglio evidenziare l'influenza della cultura di partenza e di arrivo sulla comunicazione adottata da ogni singola azienda. La fase successiva è stata caratterizzata dalla necessità di reperire un elenco ufficiale e affidabile di aziende italiane e tedesche da cui poter selezionare quelle da inserire nella ricerca: è stato individuato il sito internet della *Camera di Commercio Italo-Germanica* da cui è stato possibile reperire un elenco di aziende italiane e tedesche da includere nell'analisi. Si tratta non solo di multinazionali italiane e tedesche, ma anche di piccole e medie imprese con sede legale in Germania o in Italia che, in una buona percentuale dei casi, risultano operanti in entrambi i paesi.

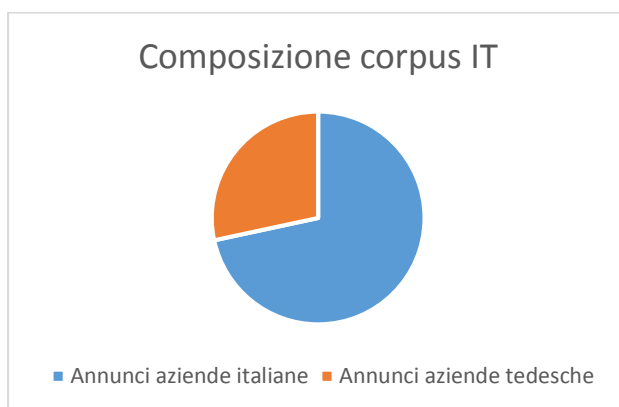
Un secondo ostacolo è stato rappresentato da una situazione estremamente sbilanciata tra le aziende italiane e le aziende tedesche. A dispetto della reale situazione di grande disparità,

⁵⁰ Per aziende italiane e tedesche si intendono sia aziende con sede legale in Italia o in Germania, ma anche aziende fondate in Italia o in Germania, la cui sede legale non si trova più nel paese di fondazione, come ad esempio la FCA (https://it.wikipedia.org/wiki/Fiat_Chrysler_Automobiles).

l'obiettivo finale era invece quello di costruire due corpora comparabili, uno per il mercato tedesco e uno per il mercato italiano, costituiti entrambi da aziende sia italiane che tedesche. Da un lato, risultava infatti particolarmente semplice riuscire a trovare annunci di lavoro pubblicati da aziende tedesche sia per il mercato tedesco che per quello italiano, in quanto nella maggior parte dei siti internet consultati erano disponibili annunci di lavoro da poter quindi includere nel corpus. Dall'altro lato, la ricerca per raccogliere annunci di lavoro pubblicati da aziende italiane sia per il mercato italiano e che per il mercato tedesco, si è rivelata molto più complessa per una serie di ragioni. Innanzitutto non bisogna tralasciare le oggettive differenze tra la situazione occupazionale italiana e tedesca, dato che porta ad avere un maggior numero di annunci di lavoro per il mercato tedesco rispetto che per il mercato italiano. Inoltre, molte aziende italiane preferiscono invitare le persone interessate a inviare il proprio curriculum per una candidatura spontanea piuttosto che pubblicare annunci di lavoro per le posizioni aperte. Terza questione che ha reso la ricerca di annunci di lavoro pubblicati da aziende italiane più difficoltosa è stato il fatto che molte di queste aziende preferiscono pubblicare i propri annunci di lavoro in inglese, anche quando si tratta di ruoli da ricoprire nel territorio italiano e/o tedesco. A fronte di queste numerose difficoltà è stato necessario integrare la ricerca degli annunci di lavoro pubblicati da aziende facenti parte della *Camera di Commercio Italo-Germanica*, con quelli pubblicati da aziende italiane con filiali in Germania inserite nella lista dell'*ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane*. In un'ultima fase, dato che nemmeno attraverso l'integrazione di queste aziende si era raggiunto un numero sufficiente di annunci di lavoro in tedesco pubblicati da aziende italiane che potesse garantire la comparabilità tra i due corpora, è stato deciso di allargare ulteriormente la ricerca ai siti di e-recruitment Monster e Indeed. Attraverso la consultazione di questi siti è stato possibile reperire gli annunci in tedesco pubblicati da aziende italiane necessari per comporre in modo speculare i due corpora. Per bilanciare i due corpora è stato necessario stabilire un numero

massimo (5) di annunci per azienda e, per le ragioni illustrate in precedenza, calibrare le dimensioni del corpus tedesco sulla base delle dimensioni del corpus italiano. Al termine della fase di selezione, entrambi i corpora risultano costituiti da 483 annunci di lavoro. Nel corpus italiano, composto da 99.148 tokens⁵¹ e 7.922 types (type/token ratio⁵² di 0,079), sul totale di 483 annunci, 346 sono stati pubblicati da 94 aziende italiane e i restanti 137 da 36 aziende tedesche. Nel corpus tedesco, composto da 127.990 tokens e 14.481 types (type/token ratio di 0,113), la struttura è quasi speculare, ossia: sul totale di 483 annunci, 346 sono stati pubblicati da 94 aziende tedesche e i restanti 137 da 40 aziende italiane.⁵³ Si precisa inoltre che il periodo di raccolta e selezione degli annunci di lavoro a partire dai siti internet aziendali è compreso tra novembre 2014 e agosto 2017.

GRAFICO 1: Composizione corpus italiano

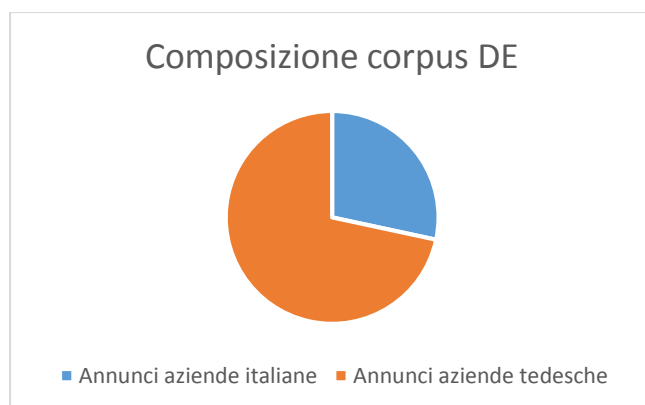


⁵¹ In base alla definizione inclusa nel glossario pubblicato dal CASS della Lancaster University (2013), per token si intende “Any single, particular instance of an individual word in a text or Corpus” e per type “A single particular wordform. Any difference of form (e.g. spelling) makes a word a different type. All tokens comprising the same characters are considered to be examples of the same type.”

⁵² In base alla definizione inclusa nel glossario pubblicato dal CASS della Lancaster University (2013), per type/token ratio si intende “A measure of vocabulary diversity in a corpus, equal to the total number of types divided by the total number of tokens. The closer the ratio is to 1 (or 100%), the more varied the vocabulary is.”

⁵³ Sarebbe stato auspicabile raccogliere per il corpus tedesco 137 annunci pubblicati da 37 aziende italiane, come avvenuto specularmente per il corpus italiano, ma ciò non è stato possibile a causa della scarsa disponibilità di annunci di lavoro in tedesco pubblicati da aziende italiane.

GRAFICO 2: Composizione corpus tedesco



Nelle tabelle 1, 2, e 3, inserite per questioni di spazio all'interno dell'Appendice 1, sono stati riportati alcuni dati relativi alla composizione dei corpora oggetto di analisi. In particolare, nella Tabella 1 sono stati riportati i nomi e gli indirizzi internet di tutte le aziende prese in considerazione, specificando per ognuna il paese di appartenenza e il numero di annunci di lavoro inseriti nel corpus di appartenenza. Nelle tabelle 2 e 3 le aziende sono state raggruppate in base al settore aziendale di riferimento. Si precisa che per questa suddivisione si è presa come riferimento la *Classificazione statistica delle attività economiche nella Comunità europea*. Per ogni settore aziendale è stato anche riportato il relativo numero di annunci. Come si può notare dai grafici 3 e 4, riportati in seguito, per entrambi i corpora il settore di gran lunga maggiormente rappresentato è quello delle attività manifatturiere con rispettivamente 318 annunci per il corpus italiano e 285 annunci per il corpus tedesco su un totale di 483.

GRAFICO 3: Settori aziendali del corpus IT

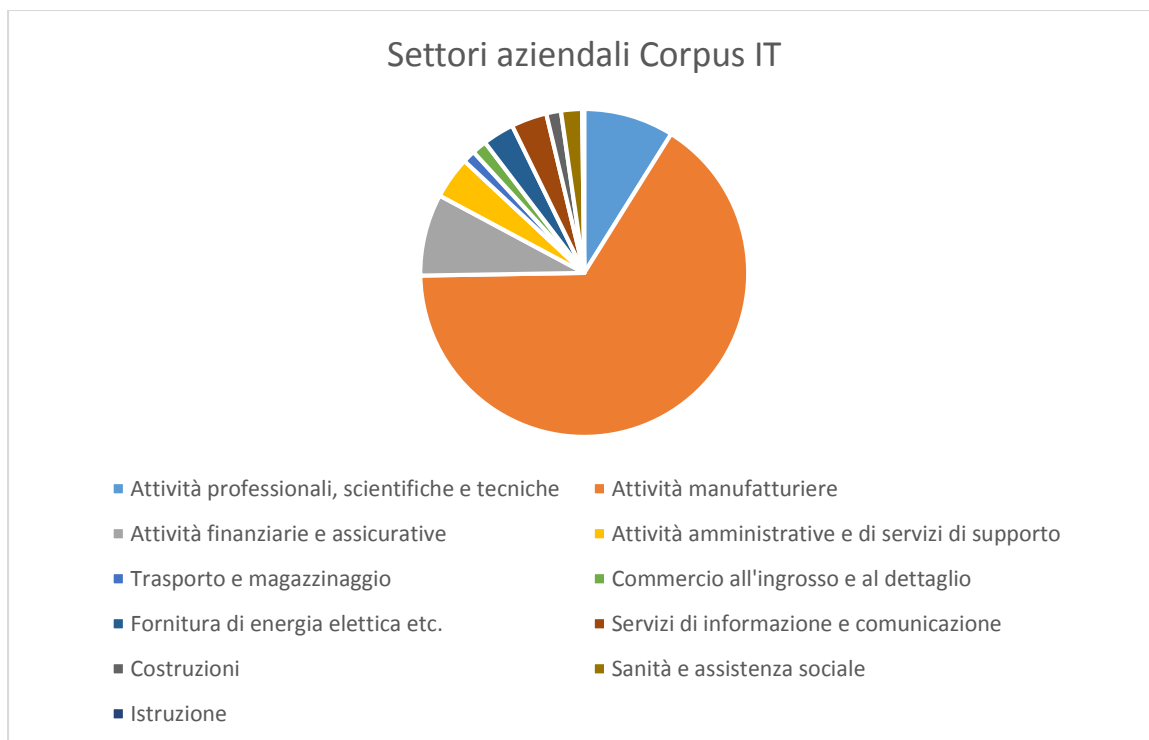
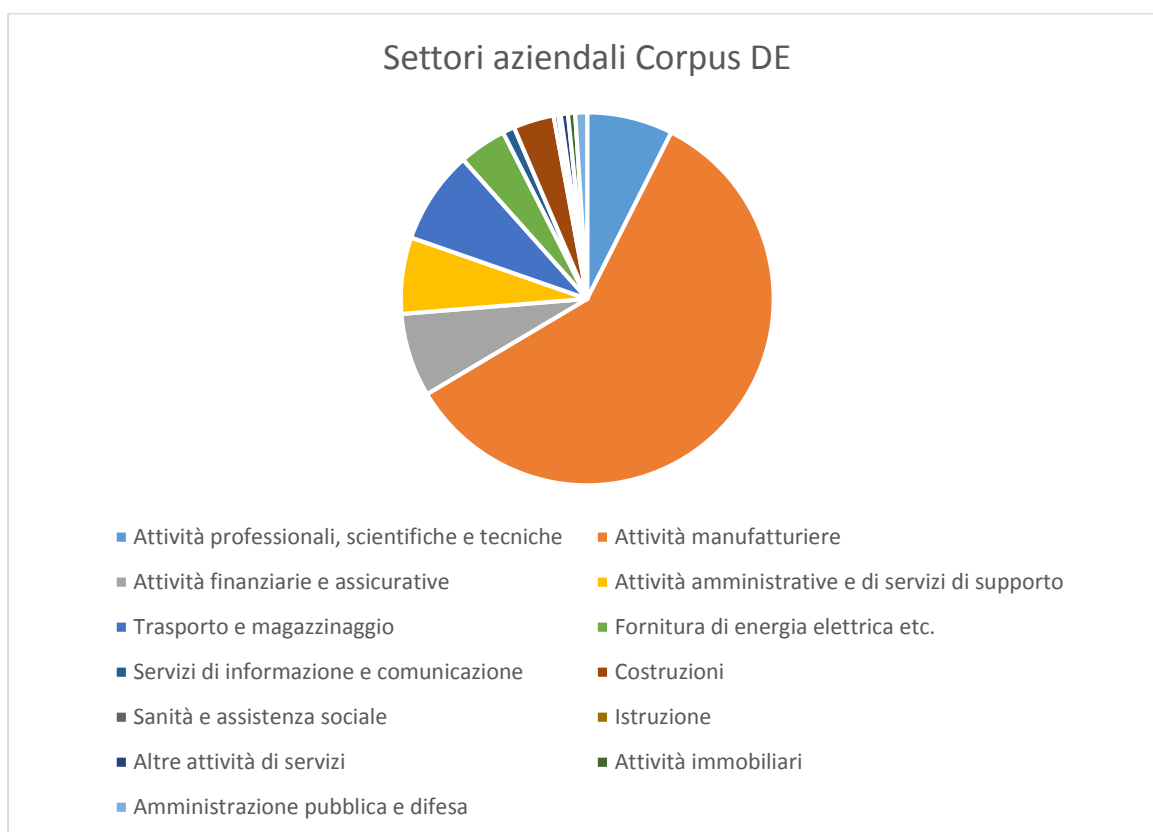


GRAFICO 4: Settori aziendali del corpus DE



Infine, in Tabella 4, anche questa riportata all'interno dell'Appendice 1, sono riportate le aziende sia italiane che tedesche i cui annunci di lavoro appaiono in entrambi i corpora.

4.2.2 Scelta delle categorie da analizzare

L'analisi sugli annunci di lavoro si è concentrata sulle strategie di genere utilizzate in riferimento a nomi designanti professioni e a sostantivi relativi al mondo del lavoro (es. risorsa) utilizzati per riferirsi a candidate e candidati potenzialmente interessati all'annuncio di lavoro in questione. Per quanto riguarda le strategie di femminilizzazione e di neutralizzazione da analizzare si è fatto riferimento a varie pubblicazioni accademiche e istituzionali sull'argomento. In particolare, per il tedesco le strategie e gli esempi sono tratti dallo studio di Nossem (2013) e dalle linee guida redatte da Braun (2000), da Metz-Göckel & Kamphans (2002) e dalla Heinrich-Heine Universität (2014). Per l'italiano si è fatto riferimento invece alle linee guida pubblicate dal Comune di Firenze (2012) e dall'associazione Gi.U.Li.A giornaliste (2014), scritte entrambe da Robustelli. Infine, per l'aggiunta della dicitura *m/f* per l'italiano e *m/w* per il tedesco al sostantivo maschile con valore generico, raccomandazione specifica per gli annunci di lavoro, si è fatto riferimento alla guida del Parlamento europeo pubblicata col titolo di *Geschlechtergerechter Sprachgebrauch beim Europäischen Parlament* nella versione tedesca e col titolo di *La neutralità di genere nel linguaggio usato al Parlamento Europeo* nella versione italiana.

TABELLA 5: Strategie di genere ed esempi⁵⁴

Strategia di genere	Esempio di strategia di genere (tedesco)	Esempio di strategia di genere (italiano)
Forme doppie simmetriche	Schülerinnen und Schüler	I consiglieri e le consigliere
Forme doppie asimmetriche	Assistent/in, Lehrer(in)	I/le consiglieri/e
Participi, verbi e aggettivi sostantivati	Stellvertretende, Studierende	-
Suffissi e parole neutre	Lehrperson, Fachkraft, Person, Mensch, Mitglied	Persona, essere umano, soggetto, individuo
Nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio	Präsidium, Leitung	Corpo docente, presidenza, direzione, segreteria
Aggiunte	m/w, w/m	Le offerte di lavoro sono valide sia per uomini che per donne, m/f, f/m

⁵⁴ Questo elenco di strategie di genere da analizzare rappresenta la base da cui è partita la ricerca; come verrà illustrato nella sezione relativa ai risultati, durante la fase di consultazione dei corpora è emerso che anche altre strategie erano particolarmente rilevanti per questa ricerca e sono state quindi aggiunte in una seconda fase all'analisi; ci riferiamo, ad esempio, alle forme doppie costituite da anglicismi.

Inoltre, per individuare le forme femminili dei sostantivi da analizzare, si è fatto riferimento ai suffissi più frequenti utilizzati per professioni, titoli, cariche e ruoli legati al mondo del lavoro. Per l'italiano si è seguita la lista di suffissi contenuta nelle linee guida di Robustelli (2012: 19) e nel volume di Cavagnoli (2013: 61). Per il tedesco, invece, poiché le pubblicazioni sia accademiche che istituzionali sulla lingua di genere non contenevano indicazioni su questi suffissi, ci si è basati sulla lista di suffissi contenuta nel lavoro di Heike (2002). Infine, per i suffissi *-mann* e *-frau* si è fatto riferimento alle linee guida *Geschlechtergerechter Sprachgebrauch beim Europäischen Parlament* pubblicate dal Parlamento Europeo.

TABELLA 6: Suffissi di sostantivi maschili e femminili in italiano⁵⁵

Suffisso maschile/femminile	Esempio maschile	Esempio femminile
-o/-a	Avvocato	Avvocata
-aio/-aia	Notaio	Notaia
-ario/-aria	Funzionario	Funzionaria
-iere/-iera	Ingegnere	Ingegnera
-sore/-sora	Difensore	Difensora
-tore/-trice	Rettore	Rettrice

TABELLA 7: Suffissi di sostantivi epiceni in italiano

Suffisso	Esempio
-e	Giudice
-a	Poeta
-ante	Tirocinante
-ente	Presidente

TABELLA 8: Suffissi di sostantivi maschili e femminili in tedesco

Suffisso maschile/femminile	Esempio	Esempio
-er/-in	Mitarbeiter	Mitarbeiterin
-eur/-in,-euse	Ingenieur; Friseur	Ingenieurin; Friseurin
-ant/-in	Praktikant	Praktikantin
-ent/-in	Student	Studentin

⁵⁵ I suffissi riportati nelle tabelle 6, 7 e 8 sono stati analizzati sia nelle forme singolari che nelle forme plurali sia maschili che femminili.

-ist/-in	Spezialist	Spezialistin
-mann/-frau	Kaufmann	Kauffrau

Concludiamo questa sezione precisando che l'analisi quantitativa sulle frequenze delle forme elencate in precedenza è stata effettuata sia per l'italiano che per il tedesco mediante il software Sketch Engine.

4.3 Risultati

In questa sezione verranno riportati i risultati ottenuti dall'analisi sui due corpora costituiti da annunci di lavoro italiani e tedeschi. Per entrambi i corpora si partirà dalle forme di femminilizzazione, che danno quindi visibilità a entrambi i generi, maschile e femminile. Ci riferiamo precisamente alle forme doppie simmetriche e alle forme doppie asimmetriche; queste ultime saranno differenziate in base al genere dominante. Si proseguirà poi con le strategie di neutralizzazione, ossia i sostantivi epiceni e i nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio⁵⁶ per l'italiano, gli aggettivi, i participi e i verbi sostantivati per il tedesco, e le parole neutre per entrambe le lingue. L'analisi si concluderà con le strategie specifiche per gli annunci di lavoro, ossia l'aggiunta al sostantivo maschile con funzione generica di *m/f* e *f/m* per l'italiano, e di *m/w* e *w/m* per il tedesco. Infine, verranno analizzate, solo per il corpus italiano, formulazioni come *questo annuncio è diretto a candidati dell'uno e dell'altro sesso* inserite al termine dell'annuncio di lavoro. Ricordiamo, che quest'ultima strategia è una raccomandazione contenuta non solo nelle linee guida prese in considerazione, ma anche all'interno della legge 125/1991 *Azioni positive per la realizzazione della parità uomo-donna nel lavoro* che, all'art. 4, c.3 recita:

⁵⁶ Per il tedesco i nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio non sono stati inclusi nell'analisi poiché non sono state trovate occorrenze in cui le parole analizzate (*Abteilung, Administration, Beratung, Bewerbung, Führung, Personal, Verwaltung*) si riferissero a potenziali candidate e candidati.

[...] nei concorsi pubblici e nelle forme di selezione attuate da imprese private e pubbliche la prestazione richiesta deve essere accompagnata dalle parole “dell'uno o dell'altro sesso”, fatta eccezione per i casi in cui il riferimento al sesso costituisca requisito essenziale per la natura del lavoro o della prestazione.

Per individuare molte delle forme analizzate è stato utilizzato il Corpus Query Language⁵⁷ di Sketch Engine. Questo tipo di ricerca avanzata ha permesso, attraverso tag sintattici, di escludere dalla ricerca tutte le parole che non fossero sostantivi e, contemporaneamente, di restringere la ricerca solo a sostantivi terminanti con determinati suffissi.

Per quanto riguarda il modo in cui si è deciso di illustrare i risultati, per ogni strategia analizzata è stata prima inserita una tabella in cui è riportata una visione d'insieme di tutte le forme individuate nel corpus che rientrano in quella determinata strategia di genere, con le rispettive frequenze complessive. Dopodiché, le tabelle successive contengono informazioni più dettagliate per ogni singola forma; in particolare, vengono specificati uno o più esempi in cui appare la determinata forma, la frequenza della forma analizzata, il numero di annunci in cui è presente tale forma e il nome dell'azienda corrispondente. Il nome di ogni azienda è seguito da uno o due numeri in parentesi: nel primo caso il numero di occorrenze della forma analizzata e il numero di annunci in cui tale forma compare corrispondono, nel secondo caso invece, il primo numero in parentesi rappresenta il numero di occorrenze di una determinata forma e il secondo numero in parentesi rappresenta invece il numero di annunci all'interno dei quali la forma in questione appare. Tale differenza si riscontra quando, all'interno dello stesso annuncio sono presenti più occorrenze della stessa forma. Tale differenziazione risulta fondamentale perché durante la fase d'interpretazione dei risultati ci si baserà proprio sul numero di annunci in cui una determinata strategia di genere appare.

⁵⁷ Per maggiori informazioni sul CQL si rimanda a “CQL – Corpus Query Language”.

4.3.1 Risultati sul corpus italiano

Le forme doppie simmetriche che, ricordiamo essere, secondo vari studi di psicolinguistica,⁵⁸ le più efficaci per garantire una pari visibilità a donne e uomini, rappresentano la prima strategia su cui si è concentrata l'analisi sul corpus italiano. Sebbene siano state effettuate ricerche per individuare sostantivi terminanti in tutti suffissi femminili riportati nella tabella 6 del paragrafo 3.2.2, la ricerca non ha portato numerosi risultati: sono state infatti individuate soltanto tre differenti forme doppie costituite dai sostantivi femminili riportati in tabella 1A e dai corrispondenti sostantivi maschili.

TABELLA 1A: Forme doppie simmetriche

Suffisso femminile singolare	Sostantivi	Frequenza	Suffisso femminile plurale	Sostantivi	Frequenza
-trice	Collaboratrice Venditrice	3	-e	Candidate	9

Nelle tabelle 1B e 1C sono state riportate, seguendo la metodologia illustrata nella sezione precedente, alcune informazioni più dettagliate relative alle tre diverse forme doppie simmetriche presenti nel corpus.

TABELLA 1B: Forme doppie simmetriche con suffisso in -e⁵⁹

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Candidate	I candidati/le candidate prescelti/e godranno [...] delle migliori opportunità di crescita nella nostra azienda.	9	Barba (2), Deichmann (7) (4)	6

⁵⁸ Si faccia riferimento, per esempio, ai seguenti studi di psicolinguistica: Gabriel et al. 2008, Gygax et al. 2008 e Horvath and Sczesny 2015.

⁵⁹ Stringa di ricerca: [word=".*e" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

TABELLA 1C: Forme doppie simmetriche con suffisso in -trice⁶⁰

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Collaboratrice	Al collaboratore/ Alla collaboratrice verranno assegnati obiettivi sia qualitativi sia quantitativi.	1	Bayer (1)	1
Venditrice	[...] interessata a maturare un'esperienza lavorativa all'interno dei nostri Showroom in qualità di venditore/venditrice.	2	Sick (1), Versace (1)	2

Dopo aver riportato le forme doppie simmetriche di sostantivi con forme diverse per il maschile e il femminile, nelle tabelle seguenti sono riportate le forme doppie simmetriche di sostantivi epiceni; in questi casi i due generi vengono esplicitati attraverso il maschile e il femminile dell'articolo (es. *il/la tirocinante*). Il punto di partenza per l'individuazione di queste forme sono stati i suffissi epiceni riportati nella tabella 7 del paragrafo 3.2.2.

TABELLA 1D: Forme doppie simmetriche di sostantivi epiceni

Suffisso epiceno singolare	Sostantivi	Frequenza
-e	Un/una contabile Un/una responsabile	2
-ante	Il/la tirocinante	8
-ente	Un/una assistente Il/la consulente	4
-ista	Un/una professionista Un/una prototipista Lo/la stagista – Una/uno stagista	6

⁶⁰ Stringa di ricerca: [word="*.trice" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

TABELLA 1E: Forme doppie simmetriche con suffisso in -ante⁶¹

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Il/la tirocinante	Il/la tirocinante affiancherà il Credit Coordinator; Il/la tirocinante fornirà un supporto operativo; Il/la tirocinante avrà l'opportunità di affiancare i colleghi.	8	Beiersdorf (1), Bosch (2) (1), Diesel (1), Pirelli (3), Volkswagen (1)	7

TABELLA 1F: Forme doppie simmetriche con suffisso in -ente⁶²

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Un/una Assistente	Ricerchiamo un/una Assistente Direttore di Negozio.	1	Penny Market (1)	1
Il/la consulente	Il/La Consulente Commerciale ideale: Ha conseguito il diploma e/o la laurea in discipline economiche/finanziarie.	3	Grenke (3) (1)	1

TABELLA 1G: Forme doppie simmetriche con suffisso in -ista⁶³

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Un/una professionista	Il/La Consulente Commerciale di GRENKE è un/una professionista che ha maturato la sua esperienza principalmente nella vendita dei	1	Grenke (1)	1

⁶¹ Stringa di ricerca: [word=".*ante" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

⁶² Stringa di ricerca: [word=".*ente" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

⁶³ Stringa di ricerca: [word=".*ista" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

	servizi.			
Un/una prototipista	Le attività in capo al/alla prototipista riguarderanno.	2	Diesel (2) (1)	1
Lo/la stagista – Una/uno stagista	La Direzione Risorse Umane ricerca una/uno stagista; Nello specifico lo/la stagista si occuperà della reportistica sui dati di vendita.	3	Deutsche Bank (1), Bosch (1), Continental (1)	3

TABELLA 1H: Forme doppie simmetriche con suffisso in -e⁶⁴

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Un/una contabile	Per ampliamento del nostro organico per la nostra sede di Milano ricerchiamo un/una Contabile (m/f).	1	Rödl (1)	1
Un/una responsabile	Un/Una Responsabile d'Area che si occupi dello sviluppo e gestione portafoglio clienti.	1	Assolombarda (1)	1

Le forme doppie simmetriche riportate sinora rientrano nell'insieme delle strategie di genere incluse a priori nell'analisi per confermare o rigettare l'ipotesi iniziale, sulla base delle raccomandazioni contenute all'interno di linee guida e pubblicazioni accademiche focalizzate sull'argomento "lingua e genere" in italiano. Le forme doppie simmetriche riportate nella tabella successiva sono state invece incluse nell'analisi in un secondo momento, ossia durante la vera e propria fase di consultazione del corpus. Si tratta di forme in cui il sostantivo in

⁶⁴ Stringa di ricerca: [word=".*e" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

questione è un anglicismo, preceduto dalla forma doppia, femminile e maschile, dell'articolo corrispondente.

TABELLA 11: Forme doppie simmetriche con anglicismi

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Il/la Costumer Engaging Optimizati on Analyst	Il/la Costumer Engaging Optimization Analyst si occupa della conduzione e sviluppo di progettualità.	1	Boehringer Ingelheim (1)	1
Un/una Customer Service Assistant	Il Customer Service [...] di Boehringer Ingelheim Italia S.p.A ricerca un/una Customer Service Assistant.	1	Boehringer Ingelheim (1)	1
Un/una Foodservice e Market Developer Jr	Novamont S.p.A [...] ricerca un/una Foodservice Market Developer Jr.	1	Novamont (1)	1
Un/una Intellectual Property Junior	Novamont S.p.A [...] ricerca un/una Intellectual Property Junior.	1	Novamont (1)	1
Un/una Junior Product Manager	Boehringer Ingelheim Italia S.p.A ricerca un/una Junior Product Manager.	1	Boehringer Ingelheim (1)	1
Un/una Legal Compliance Officer	Novamont S.p.A [...] ricerca un/una Legal Compliance Officer.	1	Novamont (1)	1
Il/la Market	Il/la Market Research Analyst è responsabile	3	Boehringer	1

Research Analyst	progettazione e realizzazione di Piani di Ricerca.		Ingelheim (1)	
Un/una Quality Assurance Manager	Novamont S.p.A [...] ricerca un/una Quality Assurance Manager.	1	Novamont (1)	1
Un/una Store Manager	Per la nuova apertura dell'Enoteca SIGNORVINO a Cadriano (BO) si ricerca un/a Store Manager.	1	Calzedonia (1)	1

Riassumendo i risultati relativi alla prima strategia di genere analizzata, su un totale di 483 annunci di lavoro, all'interno di 32 annunci troviamo almeno una forma doppia simmetrica attraverso cui ci si riferisce sia a donne che a uomini, dando loro uguale visibilità. Si tratta quindi del 6,6% del totale. Di questi 32 annunci, 14 sono stati pubblicati da aziende italiane e 18 da aziende tedesche, che corrispondono rispettivamente al 4% del totale degli annunci pubblicati da aziende italiane e al 13,1% del totale degli annunci pubblicati da aziende tedesche.

Passiamo ora alle forme doppie asimmetriche, un'altra strategia di femminilizzazione che però, a differenza delle forme doppie simmetriche, non garantisce pari visibilità ai due generi, in quanto il secondo genere viene esplicitato solo attraverso l'aggiunta della vocale finale, come nell'esempio *candidati/e*. Nei risultati riportati all'interno delle tabelle successive le forme doppie asimmetriche sono state suddivise in base al genere che ha maggiore spazio e quindi maggiore visibilità. Si è fatta, inoltre, una distinzione tra le forme separate dal trattino, come, ad esempio, *le/gli interessate/i* e le forme separate da parentesi, come *un(a) consulente*. Per l'individuazione di queste forme si sono presi come punto di partenza i suffissi femminili,

maschili ed epiceni riportati nel paragrafo 3.2.2. È stata infine riportata una forma doppia asimmetrica costituita da un anglicismo che, come le forme doppie simmetriche riportate in tabella 1I, è stata inserita durante la fase di consultazione del corpus.

TABELLA 2A: Forme doppie asimmetriche con suffissi femminili

Suffisso femminile singolare	Sostantivi	Frequenza	Suffisso femminile plurale	Sostantivi	Frequenza
-a	La/il candidata/o	4	-e	Le/gli interessate/i	1

TABELLA 2B: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -a⁶⁵

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
La/il candidata/o	La/il candidata/o ideale ha una laurea in Ingegneria Gestionale; La/il candidata/o si caratterizza per problem solving.	4	Climaveneta (2), Synlab (1), Umbra Group (1)	4

TABELLA 2C: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -e⁶⁶

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Le/gli interessate/i	Le/gli interessate/i potranno segnalare la propria candidatura alla funzione HR PRM.	2	Osram (2) (1)	1

⁶⁵ Stringa di ricerca: [word=".*a" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

⁶⁶ Stringa di ricerca: [word=".*e" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

TABELLA 2D: Forme doppie asimmetriche con suffissi maschili

Suffisso maschile singolare	Sostantivi	Frequenza	Suffisso maschile plurale	Sostantivi	Frequenza
-o	Addetto/a Candidato/a Cuoco/a Impiegato/a Laureando/a Laureato/a Neolaureato/a	16 51 1 3 3 10 9	-i	Addetti/e Cuochi/e Gastronomi/e Candidati/e Gli/le interessati/e Impiegati/e Laureandi/e Neolaureati/e	1 1 9 9 1 2 2

TABELLA 2E: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -o⁶⁷

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Addetto/a	L'Addetto/a al Data Entry si occupa di tutte le attività; Siamo alla ricerca di un addetto/a alle vendite; Novamont S.p.A [...] ricerca un/una ADDETTO/A.	16	Calzedonia (2) (1), Grenke (2) (1), Deichmann (6) (4), Novamont (2) (1), Roland (1), Max Mara(1), Creden (1), Sacmi (1)	11
Candidato/a	Il/la candidato/a ideale si presenta con i seguenti requisiti; Il/la candidato/a ideale dovrà essere laureato/a in ingegneria/economia; Il/la candidato/a ideale ha maturato almeno 4 anni di esperienza Il/la candidato/a che stiamo	51	Aeffe (1), Artsana (1), Assolombarda (4), Bayer (3), BMW (1), Boehringer Ingelheim (1), Bureau Plattner (2), Candy (1),	48

⁶⁷ Stringa di ricerca: [word=".*o" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

	<p>cercando è laureato/a;</p> <p>Per la sede di Villafranca ricerchiamo candidato/a;</p> <p>Il/la candidato/a avrà il compito di.</p>		<p>Climavenet a (3), Diesel (3), Douglas (1), Fiamm (1), Fratelli Beretta (1), Geri HDP (1), Goldenlady (1), Humanitas (4) (2), Miroglio (1), Penny Market (4), Piovan (4) (3), Rubelli (1), Sacmi (1), San Paolo (1), Synlab (1), Tenaris (5), Versace (1), Volkswagen (3)</p>	
<p>Cuoco/a Gastronomo /a</p>	<p>CUOCO/A GASTRONOMO/A SIGNORVINO FIRENZE.</p>	1	<p>Calzedonia (1)</p>	1
<p>Impiegato/a</p>	<p>Ricerchiamo Impiegato/a Controllo Qualità dei prodotti Ortofrutticoli.</p>	3	<p>Bravo solutions (1), Penny Market (2) (1)</p>	2
<p>Laureando/a</p>	<p>Se sei un laureando/a in Ingegneria [...] inviaci il tuo CV.</p>	3	<p>Candy (1), Gruppo Maccaferri (2) (1)</p>	2

Laureato/a	<p>Stiamo cercando un/a giovane laureato/a in Ingegneria;</p> <p>Si ricerca un/a giovane brillante laureato/a che avrà la responsabilità di garantire la disponibilità;</p> <p>Si ricerca un/a laureato/a in discipline economiche.</p>	10	<p>Assolombarda (2),</p> <p>Bayer (1),</p> <p>Candy (2),</p> <p>Coesia (1),</p> <p>Continental (1),</p> <p>Humanitas (1),</p> <p>Sick (1),</p> <p>Synlab (1)</p>	10
Neolaureato/a	<p>Parmalat ricerca un/a brillante neolaureato/a in Ingegneria;</p> <p>Ricerchiamo neolaureato/a in Scienze Linguistiche.</p>	9	<p>Artsana (1),</p> <p>Climaveneta (1),</p> <p>Humanitas (1),</p> <p>Parmalat (5),</p> <p>Penny Market (1)</p>	9

TABELLA 2F: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -i⁶⁸

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Addetti/e	Si ricercano Sommelier Addetti/e alla vendita ed ai tavoli.	1	Calzedonia (1)	1
Candidati/e	<p>I candidati/e in possesso dei requisiti indicati potranno inviare il curriculum ai seguenti indirizzi;</p> <p>I/le candidati/e ideali, con età preferibilmente compresa tra 40 e 50 anni provengono dal settore industriale;</p>	9	<p>BMW (1),</p> <p>Geri HDP (2),</p> <p>Novamont (3),</p> <p>Rubelli (3) (2)</p>	8

⁶⁸ Stringa di ricerca: [word=".*i" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

	Cerchiamo candidati/e con un'esperienza di almeno 2/3 anni.			
Cuochi/e gastronomi/e	Per la nuova apertura dell'Enoteca SIGNORVINO a Firenze si ricercano Cuochi/e Gastronomi/e.	1	Calzedonia (1)	1
Gli/le interessati/e	Gli/le interessati/e possono inviare il curriculum vitae; Invitiamo gli/le interessati/e a inviare la loro candidatura.	9	Jungheinrich (4), Osram (4), Roland (1)	9
Impiegati/e	Ricerchiamo Giovani Impiegati/e.	1	Penny Market (1)	1
Laureandi/e	Ci rivolgiamo a brillanti laureandi/e o neolaureati/e.	2	Bosch (2)	2
Neolaureati/e	Ci rivolgiamo a brillanti laureandi/e o neolaureati/e.	2	Bosch (2)	2

TABELLA 2G: Forme doppie asimmetriche con anglicismi

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Un/a Junior Business IT Consultant	Per l'ampliamento [...] della nostra filiale italiana a Verona ricerchiamo un/a Junior Business IT Consultant.	1	CSB System s (1)	1

TABELLA 2H: Forme doppie asimmetriche con parentesi

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Un (a) addetto/a	Per la nostra filiale di Genova, siamo alla ricerca di un (a): Addetto/a al data entry.	1	Grenke (1)	1
Un (a) assistente	Per la nostra filiale di Genova, siamo alla ricerca di un (a): Assistente Commerciale.	1	Grenke (1)	1
Un (a) commerciale	Per la nostra filiale di Torino, siamo alla ricerca di un (a): Commerciale.	1	Grenke (1)	1
Un (a) consulente	Per la nostra filiale di Bari [...], siamo alla ricerca di un (a): Consulente Commerciale.	1	Grenke (1)	1

Ricapitolando, per quanto riguarda le forme doppie asimmetriche, su un totale di 483 annunci di lavoro, all'interno di 88 annunci troviamo almeno una forma doppia asimmetrica il cui genere dominante è il maschile e all'interno di cinque annunci troviamo almeno una forma doppia asimmetrica il cui genere dominante è il femminile. Si tratta rispettivamente del 18,2% e dell'1% del totale degli annunci. Nello specifico, per quanto riguarda le forme in cui è il genere maschile ad avere maggior spazio e quindi maggiore visibilità, su 88 annunci 54 sono stati pubblicati da aziende italiane e 34 da aziende tedesche, che corrispondono al 15,6% e al 24,8% degli annunci pubblicati rispettivamente da aziende italiane e tedesche. In riferimento invece alle cinque forme in cui è il genere femminile ad essere predominante, quattro sono incluse all'interno di annunci pubblicati da aziende italiane e solo una in un annuncio pubblicato da aziende tedesche. Infine, per quanto riguarda le forme doppie asimmetriche con

parentesi, ne sono state individuate solamente quattro, tutte incluse in annunci pubblicati dall'azienda tedesca Grenke.

Dopo aver passato in rassegna le due strategie di femminilizzazione proposte nelle linee guida per l'italiano, passiamo all'analisi delle forme di neutralizzazione, che non fanno quindi riferimento esplicito né al genere femminile né al genere maschile. Nello specifico sono stati analizzati alcuni sostantivi epiceni, alcune parole neutre e alcuni nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio. Per quanto riguarda i sostantivi epiceni, sono state prese in considerazione solo le occorrenze che hanno effettivamente una funzione neutralizzante; sono stati quindi esclusi tutti i casi in cui questi sostantivi concordano con un articolo, un aggettivo o un participio maschile o femminile. Alla luce di ciò, la maggior parte delle forme riportate nelle tabelle seguenti non compaiono nel corpo del testo, ma si trovano in posizioni isolate, come ad esempio nel titolo o nel sottotitolo. I suffissi epiceni riportati nel paragrafo 3.2.2 sono stati, anche in questo caso, il punto di partenza per individuare queste forme.

TABELLA 3A: Sostantivi epiceni

Suffisso epiceno singolare	Sostantivi	Frequenza	Suffisso epiceno plurale	Sostantivi	Frequenza
-ante	Rappresentante	1	-anti	Praticanti	1
-ente	Assistente Consulente Dipendente	7	-enti	Agenti Consulenti Dipendenti	16
-ista	Analista Impiantista Modellista Processista Professionista Progettista Sistemista Specialista Stagista	19			
-e	Responsabile	27			

TABELLA 3B: Sostantivi epiceni con suffisso in -ante⁶⁹

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Rappresentante	Il Technical Sales Representative svolge il ruolo di rappresentante.	1	Bayer (1)	1

TABELLA 3C: Sostantivi epiceni con suffisso in -anti⁷⁰

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Praticanti	Leggiamo con piacere e con attenzione le proposte di collaborazione di praticanti e giovani avvocati.	2	Barba (2) (1)	1

TABELLA 3D: Sostantivi epiceni con suffisso in -ente⁷¹

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Assistente	Possiede una pregressa esperienza di almeno due anni [...] come Assistente Commerciale.	4	Grenke (1), Penny Market (2), Krannich (1)	4
Consulente	Indicando il riferimento SEL/10/16 Consulente per l'internalizzazione.	1	Cerved (1)	1
Dipendente	Ogni dipendente in FAR è responsabile diretto dei propri obiettivi.	2	Far Networks (2)	2

⁶⁹ Stringa di ricerca: [word=".*ante" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

⁷⁰ Stringa di ricerca: [word=".*anti" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

⁷¹ Stringa di ricerca: [word=".*ente" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

TABELLA 3E: Sostantivi epiceni con suffisso in -enti⁷²

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Agenti	Il titolare della posizione si occuperà di coordinare la rete di agenti.	6	Cerved (1), Delonghi (1), Fabbri (1), Rubelli (2) (1), Wuerth (1)	5
Consulenti	La nuova risorsa sarà inserita nel nostro team internazionale di consulenti commerciali.	7	Fabbri (1), Far Networks (2), Ferrero (2), Fratelli Beretta (2),	7
Dipendenti	Oltre 4.700 dipendenti in 25 paesi stanno perseguendo i loro obiettivi di carriera con ista.	8	Gruppo Maccaferri (1), Ista (4), Unicredit (3)	8

TABELLA 3F: Sostantivi epiceni con suffisso in -ista⁷³

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Analista	Esperienza almeno biennale come analista.	5	Datev (1), Ferrero (1), Geri HDP (1), Miroglio (1), Pittini (1)	5
Impiantista	Impiantista centraline elettroidrauliche.	1	Schmieranlagen (1)	1

⁷² Stringa di ricerca: [word=".*enti" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

⁷³ Stringa di ricerca: [word=".*ista" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

Modellista	L'aver effettuato studi specialistici (scuola da modellista).	1	Aeffe (1)	1
Processista	Posizione: Processista Impianti RO.	1	Fisia (1)	1
Professionista	Ricerchiamo giovane professionista da inserire in azienda.	1	Climaveneta (1)	1
Progettista	Abbia operato come progettista junior in Uffici Tecnici.	1	Carel (1), Cefla (1)	1
Sistemista	Vuoi intraprendere un tirocinio che ti permetta di acquisire il ruolo di sistemista per una grande azienda?	2	Emak (1), Itgate (1)	2
Specialista	Specialista in sicurezza informatica in ambito di telecomunicazioni.	4	Banca Mediolanum (2), Telecom (1), Wuerth (1)	4
Stagista	TITOLO DELLA POSIZIONE: Stagista Produzione Organizzativa. Unità	3	Chiesi (1), San Paolo (2)	3

TABELLA 3G: Sostantivi epiceni con suffisso in -e⁷⁴

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Responsabile	La risorsa verrà inserita [...] come responsabile assunzione rischi; Iniziate con noi la strada verso un futuro ricco di	27	Allianz (1), Attas (1), Beiersdorf (2), BMW (2), CSB	24

⁷⁴ Stringa di ricerca: [word=".*ista" & (tag="NOUN" | tag="NPR")].

	<p>successo in qualità di responsabile di filiale;</p> <p>Responsabile affari legali e societari.</p>		<p>Systems (4), Deichmann (1), Diesel (1), Douglas (2) (1), Ducati (1), Gruppo Maccaferri (1), Marzotto (2) (1), Maxmara (1), Novamont (2) (1), Osram (1), Penny Market (1), Piovan (1), Rubelli (2), Zegna (1)</p>	
--	---	--	---	--

Per quanto riguarda i sostantivi epicensi, sul totale di 483 annunci 70 ne contengono almeno uno, ossia il 14,5% del totale. Nello specifico, 45 sono inclusi in annunci pubblicati da aziende italiane e 25 in annunci da aziende tedesche; si tratta rispettivamente del 13% degli annunci pubblicati da aziende italiane e del 18,2% di quelli pubblicati da aziende tedesche.

Continuando con l'analisi delle strategie neutralizzanti, nella tabella successiva sono stati riportati alcuni sostantivi neutri, in quanto privi di riferimenti espliciti al genere. Di questi *persona*, *persone*, *gente* e *soggetto* sono stati inclusi a priori nell'analisi perché proposti all'interno delle linee guida per l'italiano citate in precedenza. E invece *figura*, *figure*, *profilo*, *profili* e *risorsa* sono stati inseriti successivamente, in quanto, durante la fase di consultazione del corpus, sono risultati essere particolarmente frequenti e rilevanti per il tipo di studio che si sta svolgendo. Tali sostantivi sono infatti spesso utilizzati come sinonimi di *persona* o di *lavoratore/lavoratrice* proprio per riferirsi al pubblico di potenziali candidate e candidati.

TABELLA 4A: Parole neutre

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Figura	<p>La figura, inserita in un team di consulenti, avrà autonomia organizzativa;</p> <p>Stiamo selezionando una figura che affiancherà uno dei nostri Project Manager;</p> <p>Stiamo cercando una figura da inserire inizialmente quale sostituzione maternità;</p> <p>Il/La candidato/a ideale che ricerchiamo per la figura di Assistente;</p> <p>La figura ricercata avrà la responsabilità di garantire supporto tecnico;</p> <p>La figura si inserisce nella Divisione Consumer Health Care;</p> <p>La figura si occuperà delle seguenti attività.</p>	32	<p>Fratelli Beretta (3), Arkadia (1), Cerved (1), Benetton (1), Bosch (3), Climaveneta (1), Bravo solutions (1), Wuerth (1), Penny Market (1), Ista (1), Umbra Group (1), Parmalat (1), Krannich (1), Osram (1), Menarini (4), Fischer (1), Rubelli (2), Fedrigoni (1), CBA (1), Boehringer (1), Sacmi (1), Banca Mediolanum (2)</p>	32
Figure	<p>La candidatura è rivolta a figure junior;</p> <p>Si ricercano per l'inserimento nelle diverse Società del Gruppo le seguenti figure professionali.</p>	7	<p>Giacomini (1), Cba (1), Tuev (2), Unicredit (1), Trenitalia (1), Gewiss (1)</p>	7
Gente	<p>Ogni anno siamo alla ricerca di gente motivata.</p>	1	<p>Autoblok (1)</p>	1
Persona	<p>Stiamo cercando una persona da inserire all'interno dell'unità organizzativa;</p> <p>Si ricerca una persona orientata agli obiettivi e al</p>	33	<p>Autoblok (1), Barba (1), Bayer (2) (1), Beiersdorf (1), BMW (1), Bosch (1), Bravo solutions (1), Brevini (3),</p>	36

	<p>cliente;</p> <p>Cerchiamo una persona responsabile, affidabile, accurata e precisa;</p> <p>La persona si occuperà anche della relazione con i fornitori;</p> <p>La risorsa che stiamo cercando è una persona estroversa, dinamica e positiva;</p> <p>La persona deve essere residente in zone limitrofe;</p> <p>La persona dovrà supportare il team nell'ambito del rinnovamento di certificazioni.</p>		<p>Bulgari (1), Climaveneta (2), CSB Systems (1), Ferrero (1), Gea (1), Geri HDP (1), Giacomini (1), Goldenlady (4), Chiesi (1), Menarini (4) (3), Mondadori (1), Roland (1), Safilo (1), Sylab (1), Umbra (1), Villa Vigoni (1), Volkswagen (2) (1)</p>	
Persone ⁷⁵	<p>Siamo alla ricerca di persone con tanta energia e un approccio positivo;</p> <p>Accolgono favorevolmente le candidature di persone di differenti culture, esperienze e abilità;</p> <p>Mettiamo in contatto e sviluppiamo persone di talento in tutto il mondo;</p> <p>Si esaminano anche candidature di persone appartenenti alle categorie protette;</p> <p>Le persone interessante possono inviare il proprio curriculum vitae;</p> <p>Diamo la preferenza a persone con una pregressa esperienza nel settore assicurativo.</p>	48	<p>Adidas (2) (1), Allianz (4), BASF (10) (5), Berendsohn (1), Cerved (2), Coesia (1), Deichmann (1), Deutsche Bank (1), Diesel (1), Faac (5), Fabbri (2), Gea (1), Geri (1), Grenke (4), Humanitas (2), Marzotto (1), Roland (1), Siemens (1), Unicredit (5), Volkswagen (2) (1)</p>	41

⁷⁵ In questa tabella sono stati esclusi i casi in cui il sostantivo *persone* appare all'interno della formulazione "la ricerca è rivolta a persone di entrambi i sessi"; tali occorrenze verranno infatti analizzate successivamente, insieme alle altre formulazioni simili.

Profilo ⁷⁶	<p>In questo momento stiamo cercando un profilo senior;</p> <p>Il profilo ricercato vanta una formazione economica/finanziaria;</p> <p>È alla ricerca di profilo senior proattivo e propositivo;</p> <p>Il nuovo profilo avrà la responsabilità di gestire;</p> <p>Ricerca un profilo junior da inserire nella funzione marketing.</p>	21	<p>Assolombarda (1), Banca Mediolanum (1), BMW (4), Boehringer (1), Bosch (5), Calzedonia (2), Enel (1), Fabbri (1), Ferrero (1), Fiamm (1), Fischer (2), Fratelli Beretta (1)</p>	21
Profili	<p>È alla ricerca di profili junior dinamici;</p> <p>Cerchiamo brillanti profili con esperienza pregressa.</p>	5	<p>Enel (4), Volkswagen (1),</p>	5
Risorsa	<p>La risorsa verrà inserita all'interno dell'Ufficio Commerciale Estero;</p> <p>La risorsa si occuperà inoltre del calcolo delle imposte;</p> <p>La risorsa è dotata di energia, motivazione, creatività;</p> <p>Ricerca una risorsa da inserire in stage;</p> <p>La risorsa avrà il compito di garantire le attività di promozione e di vendita;</p> <p>La risorsa verrà inserita nell'Area Sales;</p> <p>Alla risorsa saranno affidate le seguenti attività;</p> <p>La risorsa sarà di supporto al work-team dedicato alla</p>	127	<p>Aeffe (2), Aetna Group (2), Agrati (1), Allianz (5) (4), Alphabet (4) (2), Artsana (1), Bayer (5) (4), Beiersdorf (7) (3), Benetton (2), Bosch (3) (2), Brevini (5) (4), Carel (2), Cerved (3) (2), Climaveneta (3), Coesia (3), Continental (3) (2), Creden (1), Dekra (7) (5), Delonghi, (1), Diesel (1), Ducati (5), Eni (1), Faac (1), Far Networks (2), Ferrero (4) (2), Fiamm (1), Fisia</p>	110

⁷⁶ Sono state escluse le occorrenze simili alla seguente: *il profilo del candidato ideale*. Sebbene, infatti, il sostantivo *profilo* non abbia di per sé riferimenti a un genere o l'altro, in casi come quello qui riporta perde il suo valore neutralizzante. Sono state inoltre incluse solo le occorrenze in cui il sostantivo *profilo* è sinonimo di *persona* o *candidata/candidato*.

	<p>gestione delle attività tecniche;</p> <p>La risorsa ideale dovrà essere in possesso di un diploma;</p> <p>La risorsa si occuperà principalmente di;</p> <p>Dal momento che la risorsa inserita verrà opportunamente formata;</p> <p>Siamo alla ricerca di una giovane risorsa di età tra i 23 e i 28 anni;</p> <p>La risorsa supporterà il team dedicato;</p> <p>La risorsa dovrà gestire la domanda interna;</p> <p>La risorsa risponderà direttamente alla Direzione;</p> <p>Siamo alla ricerca di una risorsa con una forte passione per il mondo della moda;</p> <p>La risorsa svolgerà attività ambulatoriale;</p> <p>Siamo interessati a selezionare una risorsa junior da inserire all'interno del laboratorio.</p>		<p>(1), Fratelli Beretta (1), Gea (1), Giacomini (1), Goldenlady (5), Grenke (1), Hager (1), Humanitas (3), Chiesi (2), Itgate (1), Jungheinrich (2); Maxmara (1), Menarini (1), Miroglio (4) (3), Mondadori (3), Parmalat (2), Piovani (1), Pirelli (1), Pittini (3), Roland (1), Rubelli (2), Sacmi (3), Safilo (1), San Paolo (1), Schmieranlagen (1), Synlab (1), Trenitalia (2), Tuev (2), Versace (2), Zegna (1)</p>	
Risorse ⁷⁷	<p>Cerchiamo risorse qualificate, con ottima preparazione;</p> <p>Si ricercano risorse esperte.</p>	12	<p>MPS (1), Novamont (5), Gfk (2) (1), Eni (3) (1), Deichmann (1)</p>	9

Per quanto riguarda le parole neutre riportate nella tabella 4A, sul totale di 483 annunci, 212 ne contengono almeno una, si tratta quindi del 43,9% del totale. Di questi, 141 sono pubblicati

⁷⁷ Per quanto riguarda il sostantivo *risorse* non sono state prese in considerazione le occorrenze relative a *risorse umane*.

da aziende italiane e 71 da aziende tedesche. Questo dato ci indica quindi che il 40,8% degli annunci pubblicati da aziende italiane e il 51,8% degli annunci pubblicati da aziende tedesche contengono almeno una di queste parole.

L'ultimo gruppo di strategie neutralizzanti analizzate per la parte italiana è costituito da alcuni nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio, piuttosto che alla persona. Sono state prese in considerazione solo quelle occorrenze in cui questi nomi si riferiscono a potenziali candidate e candidati. Nello specifico, per *candidatura* e *candidature* sono state incluse solo le occorrenze in cui i due sostantivi sono sinonimi di *candidata*, *candidato*, *candidate* e *candidati*. Per quanto riguarda *direzione*, sono state incluse solo due occorrenze in cui il sostantivo è usato in luogo di *direttore* o *direttrice*. E infine, è stata inclusa un'unica occorrenza di *personale*, utilizzato come sinonimo di *candidati* e *candidate*.

TABELLA 5A: Nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Candidatura	Le conoscenze linguistiche richieste sono requisiti imprescindibili per la candidatura.	1	Roedl (1)	1
Candidature ⁷⁸	Siemens è attenta ai temi di Diversity e accoglie candidature che ne riflettano il valore; Verranno prese in considerazione solamente le candidature aventi le seguenti caratteristiche; La ricerca è rivolta a candidature che abbiano	26	Siemens (4), San Paolo (1), Radici (1), Mondial (1), Hermle (1), Gruppo CLN (1), Giacomini (2), Fedrigoni (1), Fabbri (1), Douglas (1), Cerved (2) (1), Deichmann	25

⁷⁸ I casi in cui il sostantivo *candidature* è inserito nella formulazione *La ricerca è rivolta a candidature di entrambi i sessi* non sono stati inclusi perché verranno analizzati separatamente in seguito.

	maturato esperienza.		(1), BMW (4), Allianz (4), Bayer (1)	
Direzione	Il/la candidato/a ideale per la mansione di Assistente di direzione possiede una conoscenza ottima della lingua tedesca.	2	Penny Market (2) (1)	1
Personale	Ricerche di personale in corso.	1	Trenitalia (1)	1

Sul totale di 483 annunci di lavoro, 28, ossia 5,8% del totale, contengono nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio. Si tratta, per la precisione, di 10 annunci pubblicati da aziende italiane e 18 da aziende tedesche.

Completiamo l'analisi sulle strategie di genere individuate nel corpus di annunci di lavoro italiani con alcune forme specifiche per la tipologia testuale degli annunci di lavoro, ossia l'aggiunta di *m/f* e *f/m* al sostantivo maschile con funzione generica e le formulazioni come *questo annuncio è diretto a candidati dell'uno e dell'altro sesso* inserite al termine dell'annuncio di lavoro.

TABELLA 6A: Aggiunte *f/m*, *m/f*, *m/w*, *u/d* al sostantivo maschile con funzione generica

Aggiunta	Sostantivi	Frequenza	Aziende
f/m	Addetto Order Management (1) Sales Support (1) Team Leader Logistica/Order Management (1) Venditore (1)	4	Ista (4)
m/f	Contabile (1) Sales & Technical Representative (1) Operatore di Produzione (1) Advisor (1) Product Manager & E-Mktg Animal Health (1) Dottore Commercialista (1) Praticante Dottore Commercialista (1)	14	Roedl (4), Bayer (4), Bureau Plattner (2),

	Assistente Commerciale (1) Commerciale (1) Consulente Commerciale (1) Avvocato (2) Praticanti (1) Text Content Manager (1)		Grenke (3), Max Mara (1)
m/w	Addetto/a	1	Grenke (1)
u/d	Disegnatori progettisti (1)	1	Autoblok (1)

Dai risultati emerge che all'interno di 16 annunci su 486 è stata inserita l'aggiunta *m/f, m/w o u/d* al sostantivo maschile con funzione generica per rendere esplicito che l'annuncio si rivolge sia a donne che a uomini. Nello specifico, 12 annunci sono stati pubblicati da aziende italiane e quattro da aziende tedesche. E inoltre, con la stessa funzione illustrata in precedenza, all'interno di 4 annunci, tutti pubblicati dall'azienda tedesca Ista, è stato aggiunto *f/m* al sostantivo maschile con funzione generica. Infine, in tabella 7A sono state riportate tutte quelle formulazioni la cui funzione non si discosta da quella dell'aggiunta di *m/f* o *f/m* al sostantivo maschile generico. Queste formulazioni hanno infatti lo scopo di rendere esplicito che l'annuncio di lavoro si riferisce sia a donne che a uomini.

TABELLA 7A: Formulazioni “questo annuncio è diretto a candidati dell’uno e dell’altro sesso” e simili

Aggiunta	Frequenza	Aziende
La ricerca è rivolta a candidati di entrambi i sessi	14	BASF (5), Douglas (1), Hermle (1), Mondial (4), Roland (1), Synlab (2)
La ricerca è rivolta a candidature di entrambi i sessi	5	BMW (5)
La ricerca è rivolta a entrambi i sessi	4	Boehringer (4)
La ricerca si rivolge a candidature di entrambi i sessi	5	Bosch (5)
Il presente annuncio si rivolge a candidati di entrambi i sessi	5	Enel (5)
Il presente annuncio si rivolge a candidati di ambo i sessi	8	Piovan (5), Continental (1), Versace (2)
La richiesta è rivolta ad entrambi i sessi	8	Fischer (3), Tenaris (5)

La ricerca è aperta a persone di entrambi i sessi	1	Krannich (1)
L'offerta di lavoro si intende estesa a entrambi i sessi	5	Marposs (5)
Le offerte si intendono estese ad entrambi i sessi	1	Tuev (1)
La ricerca è rivolta a persone di entrambi i sessi	6	Mondadori (5), Safilo (1),
Le offerte di lavoro sono rivolte a persone di entrambi i sessi	5	Novamont (5)
Nel rispetto della Legge 903/77 per ambo i sessi	5	Trevi (5)
Per non appesantire la lettura del testo, si scrive rivolgendosi al genere maschile. Tuttavia, la possibilità di collaborare con noi è rivolta sia alle candidate donne, quanto ai candidati uomini	2	Barba (2)
La ricerca è rivolta a uomini e donne	14	Cefla (4), Cerved (4), Wuerth (5), Rubelli (1),
La ricerca è indirizzata a uomini e donne	2	Rubelli (2)
Questo annuncio è diretto a candidati dell'uno e dell'altro sesso	4	Candy (4)
Le ricerche sono rivolte a candidati dell'uno e dell'altro sesso	1	Gea (1)
I candidati interessati, dell'uno e dell'altro sesso, sono pregati di inviare un dettagliato curriculum vitae	3	Enit (3)

Sul totale di 483 annunci di lavoro in italiano, in 98 viene esplicitato che l'annuncio si rivolge sia a donne che a uomini attraverso una delle formulazioni riportate in tabella 7A, si tratta del 20,3% del totale. Di questi 98 annunci, 63 sono pubblicati da aziende italiane, mentre 35 sono pubblicati da aziende tedesche. Quindi, in base alla composizione del corpus, il 18,2% degli annunci pubblicati da aziende italiane e l'25,5% degli annunci pubblicati da aziende tedesche contengono una di queste formulazioni.

Per avere una visione d'insieme sull'analisi effettuata sul corpus di annunci di lavoro italiani, in tabella 8A sono riportati il numero di annunci in cui appare ogni strategia di genere analizzata e la relativa percentuale sul totale. Inoltre, dato che uno degli aspetti su cui si concentra questa ricerca è l'analisi contrastiva dell'uso di strategie di genere tra gli annunci di lavoro pubblicati da aziende italiane e quelli pubblicati da aziende tedesche, è stato specificato anche quanti degli annunci in cui è presente una determinata strategia appartengono ai due

diversi subcorpora⁷⁹, insieme alle relative percentuali. Questi dati rappresentano la base per l'interpretazione dei risultati che costituisce l'ultima parte di questo capitolo.

TABELLA 8A: Sintesi risultati strategie di genere (Corpus IT)

Strategia in uso	N° annunci	% (totale)	N° annunci (aziende IT)	% (aziende IT)	N° annunci (aziende DE)	% (aziende DE)
Forme doppie simmetriche	32	6,6%	14	4%	18	13,1%
Forme doppie asimmetriche m>f	88	18,2%	54	15,6%	34	24,8%
Forme doppie asimmetriche f>m	5	1%	4	1,1%	1	0,7%
Forme doppie asimmetriche con parentesi	4	0,8%	-	-	4	2,9%
Sostantivi epiceni	70	14,5%	45	13%	25	18,2%
Parole neutre	212	43,9%	141	40,8%	71	51,8%
Nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio	28	5,8%	10	2,9%	18	13,1%
Aggiunta m/f, m/w, u/d	16	3,3%	4	1,1%	12	8,7%
Aggiunta f/m	4	0,8%	-	-	4	2,9%
Formulazione “questo annuncio è diretto a candidati dell’uno e dell’altro sesso” e simili	98	20,3%	63	18,2%	35	25,5%

⁷⁹ I due subcorpora che costituiscono il corpus italiano sono, da una parte, l'insieme di annunci italiani pubblicati da aziende italiane, e, dall'altra, l'insieme di annunci italiani pubblicati da aziende tedesche.

Concludiamo questa analisi con un confronto sulla frequenza di forme di maschile generico e di strategie di genere del lemma *candidato*. Inizialmente si voleva svolgere questo confronto per più lemmi; la scelta, però, è stata fortemente limitata dal fatto che solo tre lemmi appaiono all'interno di forme simmetriche doppie, e cioè *collaboratore*, *venditore* e *candidato*. Per le prime due forme, però, non è stato possibile effettuare tale confronto a causa della bassissima frequenza in cui appaiono nel corpus.

TABELLA 9A: Confronto forme di maschile generico e strategie di genere

Lemma	Forma maschile generico	Forma doppia asimmetrica m>f	Forma doppia asimmetrica f>m	Forma doppia simmetrica
Candidato	265	60	4	9

Quest'ultimo dato, riportato in tabella 9A, ha lo scopo di rendere evidente quanto il maschile generico sia estremamente più utilizzato rispetto alle possibili strategie di genere; ci riferiamo, in questo confronto, soprattutto alle strategie di femminilizzazione. Il fatto stesso che per tutti gli altri sostantivi tale confronto non sia stato possibile proprio perché le forme doppie simmetriche corrispondenti non compaiono nel corpus, rappresenta di per sé un dato evidente che conferma la differenza d'uso tra le forme di maschile generico e le strategie di genere, a scapito di queste ultime.

4.3.2 Risultati sul corpus tedesco

Anche per il corpus tedesco l'analisi sulle strategie di genere è iniziata con le forme doppie simmetriche. La ricerca, in questo caso, è partita dai suffissi tipici dei sostantivi femminili tedeschi, ossia *-in* per il singolare e *-innen* per il plurale. Si sono inoltre cercati, attraverso comandi di CQL, tutti i sostantivi designanti professioni terminanti con i suffissi *-frau* e *-frauen*. Nella tabella 10A troviamo una visione d'insieme di tutte le forme doppie simmetriche presenti nel corpus tedesco, con le corrispettive frequenze divise per suffissi.

TABELLA 10A Forme doppie simmetriche

Suffisso femminile singolare	Sostantivi	Frequenza	Suffisso femminile plurale	Sostantivi	Frequenza
-in	Ärztin Köchin Kollegin Lektorin Partnerin Praktikantin Rechtsanwältin Steuerberaterin	12	-innen	Bewerberinnen Mitarbeiterinnen Rechtsanwältinnen	31
-frau	Kauffrau	1			

Nelle tabelle 10B, 10C e 10D troviamo gli stessi dettagli sulle singole forme riportati per la parte di analisi sul corpus italiano, e cioè uno o più esempi del testo in cui una determinata strategia appare, la frequenza di ogni singola occorrenza, il numero di annunci in cui tale forma doppia appare e il nome dell'azienda che ha pubblicato l'annuncio o gli annunci in questione. Inoltre, ogni tabella raccoglie le informazioni relative a tutte le occorrenze di sostantivi terminanti con un determinato suffisso. È importante precisare che con i sostantivi riportati in queste e nelle successive tabelle sono inclusi anche tutti i rispettivi *Komposita*, come ad esempio *Bankkauffrau* nel caso di *Kauffrau* o *Finanzfachfrau* per *Fachfrau*.

TABELLA 10B: Forme doppie simmetriche singolari con suffisso in -in⁸⁰

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Ärztin	Approbation Arzt/ Ärztin mit Facharztstandard und/oder klinischer Erfahrung Fundiertes allgemeinmedizinisches Fachwissen.	1	Adac (1)	1
Köchin	Japanische/r Koch/Köchin für unseren Cateringbetrieb am Münchener Flughafen [...].	4	Lufthansa (4) (1)	1

⁸⁰ Stringa di ricerca: [word=".*in" & (tag="N.*")].

Kollegin	Für eine Vergrößerung des IP-Teams suchen wir eine Kollegin /einen Kollegen.	1	CBA (1)	1
Lektorin	Ebenfalls unter die Zuständigkeit des Lektors/der Lektorin fällt das Terminologiemanagement [...].	2	Arkadia (2) (1)	1
Partnerin	Später als Partnerin oder Partner der Kanzlei aufgenommen zu werden.	1	Beiten Burkhardt (1)	1
Praktikantin	Im Bereich Powertrain suchen wir ab März / April 2015 für mindestens 6 Monate eine Praktikantin bzw. einen Praktikanten zur Unterstützung unseres Teams.	1	Continental (1)	1
Rechtsanwältin	[...] eine/einen in Deutschland zugelassenen Rechtsanwältin /Rechtsanwalt mit Italienischkenntnisse für ihr Büro in München.	1	CBA (1)	1
Steuerberaterin	In enger Zusammenarbeit mit dem Steuerberater / der Steuerberaterin stehen Sie in regelmäßigem Kontakt mit Ihren Mandaten.	1	Kpwt (1)	1

TABELLA 10C: Forme doppie simmetriche singolari con suffisso in -frau⁸¹

Sostantivo	Esempio testo di	Frequenza	Aziende	N° annunci
Kauffrau	Ausbildung zur Bankkauffrau / zum Bankkaufmann.	2	BHW (1), Funkgruppe (1)	2

⁸¹ Stringa di ricerca: [word="*frau" & (tag="N.*")].

TABELLA 10D: Forme doppie simmetriche plurali con suffisso in -innen⁸²

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Bewerberinnen	Wir bekennen uns zu dem Grundsatz, alle Bewerberinnen und Bewerber fair zu behandeln und Benachteiligungen zu vermeiden.	4	Bayer (4)	4
Mitarbeiterinnen	Mit unseren vielfältigen Zusatzleistungen unterstützen wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf; Wir suchen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die unseren Erfolg mit ihrer Inspiration, ihrer Leistung und ihrer Zielstrebigkeit weiter ausbauen.	26	Allianz (3), Bayer (5), Beiersdorf (1), BHW (1), Deutsche Bahn (3), Generali (5), Gerb (4), KIKO (3), Lanxess (1)	26
Rechtsanwältinnen	Wir suchen für unseren Standort Hamburg Rechtsanwältinnen /Rechtsanwälte für den Tätigkeitsbereich Kartellrecht zur Verstärkung unseres Teams.	1	CMS (1)	1

Riassumendo ora i risultati relativi alla prima strategia di genere analizzata, su un totale di 483 annunci di lavoro, all'interno di 34 annunci troviamo almeno una forma doppia simmetrica attraverso cui ci si riferisce sia a donne che a uomini, dando loro uguale visibilità. Si tratta quindi del 7% del totale. Di questi annunci, 9 sono stati pubblicati da aziende italiane e 25 da aziende tedesche, che corrispondono rispettivamente al 6,6% del totale degli annunci pubblicati da aziende italiane e al 7,2% del totale degli annunci pubblicati da aziende tedesche.

Passiamo ora alle forme doppie asimmetriche: nei risultati riportati nelle tabelle successive le forme doppie asimmetriche sono state suddivise in base al genere che ha

⁸² Stringa di ricerca: [word=".*innen" & (tag="N.*")].

maggiore spazio e quindi maggiore visibilità. Si è fatta inoltre una distinzione tra le forme separate dal trattino⁸³, come, ad esempio, *Kauffrau/-mann* o *Erzieher/-in* e le forme separate da parentesi, come *Mechaniker (-in)*. Ricordiamo che quest'ultima forma viene in generale sconsigliata dalle linee guida per il tedesco, in quanto non garantisce una visibilità simmetrica e pari ai due generi. Si precisa, inoltre, che in alcune delle linee guida consultate, come ad esempio Braun (2000), sono tutte le forme doppie asimmetriche a essere sconsigliate, e non solo quelle con parentesi, per la seguente motivazione:

Dabei sollten voll ausgeschriebene feminin- maskuline Bezeichnungspaare verwendet werden, weil Klammer oder Schrägstrichversionen Weiblichkeit als zweitrangiges Anhängsel erscheinen lassen, das schnell auch einmal weggelassen werden kann.
(Braun, 2000, p. 10).

Per l'individuazione delle forme doppie asimmetriche si sono presi come punto di partenza i suffissi femminili e maschili riportati nel paragrafo 3.2.2. Sono state inoltre riportate tre forme doppie asimmetriche costituite da anglicismi che, come le forme doppie simmetriche riportate in tabella 1I per il corpus italiano, sono state inserite nell'analisi durante la fase di consultazione del corpus. Nella prima tabella (11A) è riportata una visione d'insieme di tutte le occorrenze delle forme doppie asimmetriche il cui genere dominante è il femminile e nelle tabelle successive (11B, 11C, 11D e 11E) sono state riportate alcune informazioni più dettagliate sulle singole occorrenze, raggruppate in base al suffisso.

⁸³ Per quanto riguarda le forme doppie asimmetriche separate dal trattino non si è fatta distinzione tra l'utilizzo del Bindestrich (*Lehrer/-in*) e dello Schrägstrich (*Lehrer/in*), in quanto all'interno degli annunci di lavoro tedeschi vengono usati in modo assolutamente intercambiabile.

TABELLA 11A: Forme doppie asimmetriche con suffissi femminili

Suffisso femminile	Sostantivi	Frequenza
-in	Disponentin/-en	1
-frau	Fachfrau/-mann Kauffrau/-mann	17
-ende	Auszubildende/r Studierende/-r	7
-te	Angestellte/-r	4

TABELLA 11B: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -in⁸⁴

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
eine/-n Disponentin / - en	[...] suchen wir für unsere Niederlassung in Brühl bei Köln eine/-n Disponentin / -en.	1	Fercam (1)	1

TABELLA 11C: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -frau⁸⁵

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Fachfrau/- mann	Ihr Profil: Finanzfachfrau / - mann.	1	BHW (1)	1
Kauffrau/- mann	Als Groß- und Außenhandelskauffrau / -mann arbeitest Du im Rechnungswesen; Nach Abschluss werden Sie als Niederlassungskauffrau / - mann oder in einer anderen kaufmännischen Position in	16	Krannich (1), CHG (2) (1), Deutsche Bank (1), Lufthansa (4) (1), Pirelli (2), Goldbeck (2), BHW (1), Hapag Lloyd (1), Ista (1), Funkgruppe (1)	12

⁸⁴ Stringa di ricerca: [word=".*in" & (tag="N.*")].

⁸⁵ Stringa di ricerca: [word=".*frau" & (tag="N.*")].

	unserem Unternehmen eingesetzt.			
--	---------------------------------	--	--	--

TABELLA 11D: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -ende⁸⁶

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Auszubildende/r	Als Auszubildende / r zum Koch sind Sie schwerpunktmäßig in unserem Exklusivrestaurant Cosmopolitan auf dem Messegelände tätig.	6	BBraun (1), Deutsche Messe (1), Eric Jäger (1), DKW (2), Lufthansa (1)	6
Studierende/-r	Als Studierende / -r der Elektrotechnik, Elektrischen Energietechnik oder Nachrichtentechnik kennen Sie sich aus mit IT-Systemen.	1	Rwe (1)	1

TABELLA 11E: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -te⁸⁷

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Angestellte/-r	Abgeschlossene Ausbildung als Rechtsanwaltsfachangestellte / r oder vergleichbare kaufmännische Ausbildung.	4	CMS (2), Beiersdorf (1), Bbraun (1)	4

TABELLA 11F: Forme doppie asimmetriche con anglicismi

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Eine/n Consultant	Wir suchen für das Allianz Inhouse Consulting baldmöglichst eine / n (Junior) Consultant (m/w).	1	Allianz (1)	1

⁸⁶ Stringa di ricerca: [word=".*ende" & (tag="N.*")].

⁸⁷ Stringa di ricerca: [word=".*ende" & (tag="N.*")].

Eine/n Assistant	Wir suchen zum 01.02.2015 für den Standort Herzogenaurach eine / n Senior Administrative Assistant.	1	Adidas (1)	1
Eine/n Specialist	Zum nächstmöglichen Zeitpunkt suchen wir eine / n 1st Level Support Specialist (m/w) in Voll- oder Teilzeit.	1	Freudenberg (1)	1

Per quanto riguarda il secondo gruppo di forme doppie asimmetriche, seguendo lo stesso schema di illustrazione dei risultati presentato in precedenza, nella prima tabella (12A) è riportata una visione d'insieme di tutte le occorrenze delle forme doppie asimmetriche il cui genere dominante è il maschile e nelle tabelle successive (dalla 12B alla 12M) sono state riportate alcune informazioni più dettagliate sulle singole occorrenze, raggruppate in base al suffisso. Le forme *Rechtsanwalt/-in* e *Wirt/-in* sono state inserite nell'analisi durante la fase di consultazione del corpus, poiché i due suffissi *-alt* e *-irt*, a differenza di tutti gli altri, non erano inclusi nelle pubblicazioni e nei documenti selezionati come base per la scelta delle categorie da analizzare.

TABELLA 12A: Forme doppie asimmetriche con suffissi maschili

Suffisso maschile singolare	Sostantivi	Frequenza	Suffisso maschile plurale	Sostantivi	Frequenza
-er	Ansprechpartner/-in Anwärter/-in Apotheker/-in Bearbeiter/-in Berater/-in Buchhalter/-in Elektroniker/-in Entwickler/-in Erzieher/-in Fahrer/-in Führer/-in Gestalter/-in Kinderpfleger/-in Informatiker/-in	111	-er	Mitarbeiter/-innen Verkäufer/innen	12

	Leiter/-in Lektor/-in Manager/-in Mechaniker/-in Mechatroniker/-in Meister/-in Mitarbeiter/-in Schüler/-in Techniker/-in Verkäufer/-in Vertreter/-in Vorarbeiter/-in				
-ar	Aktuar/-in Sekretär/-in	4	-are	Rechtsreferenda re/ innen	1
-eur	Konstrukteur/-in Ingenieur/-in	14	-en	Pharmakanten/in nen	1
-or	Assessor/-in	2			
-ant	Laborant/-in Praktikant/-in	7			
-ent	Absolvent/-in Assistent/-in Disponent/-in Korrespondent/-in Referent/-in Student/-in	17			
-alt	Rechtsanwalt/-in	1			
-irt	Wirt/-in	1			
-mann	Kufmann/-frau	33			

TABELLA 12B: Forme doppie asimmetriche con suffisso in –er (sing)⁸⁸

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Ansprechpartner /-in	Zudem sind Sie Ansprechpartner / -in für unsere Hotelgäste; In dieser Position sind Sie Ansprechpartner / in bei allen Fragen rund um "Ihren" Produktbereich.	4	Rwe (1), Arkadia (1), Berendso hn (1), Fischer (1)	4

⁸⁸ Stringa di ricerca: [word=".*er" & (tag="N.*")].

Anwärter/-in	Anwärter /in Patentassessor/in Ihre Aufgaben. Wenn Sie Ihr Interesse für das Thema Schutzrechte entdeckt haben.	1	Beiersdorf (1)	1
Apotheker/-in	Darüber hinaus betreuen Sie in Zusammenarbeit und Abstimmung mit der/dem Sie betreuenden Apotheker / -in eigene Projekte.	2	Chiesi (1), Beiersdorf (2) (1)	2
Bearbeiter/-in	Zur Unterstützung unserer Zentrale in Düsseldorf suchen wir zum nächstmöglichen Eintritt eine/n: Junior Personalsachbearbeiter/ in (m/w).	3	Durable (1), Calzedonia (1), Derra Meyer (1)	3
Berater/-in	Berater / in Produktion, Logistik, Administration.	2	Fischer (1), Bracco (1)	2
Buchhalter/-in	Für die Abteilung "Accounts Payable" suchen wir eine/n Kreditorenbuchhalter / -in.	2	Kärcher (1), Derra Meyer (1)	2
Eine/n Designer	Zur Unterstützung unserer Zentrale in Düsseldorf suchen wir zum nächstmöglichen Eintritt eine / n: Architekt/Store Designer (m/w).	1	Calzedonia (1)	1
Eletroniker/-in	Abgeschlossene Berufsausbildung zum/zur Elektroniker / in.	2	Pirelli (1), Haribo (1)	2
Entwickler/-in	Entwickler / in für das Sachgebiet Softwareentwicklung.	1	Hermle (1)	1
Erzieher/-in	Erzieher / -in mit staatlicher Anerkennung.	2	Faber Castell (2) (1)	1
Fahrer/-in	Auszubildende Berufskraftfahrer / -in in Hallbergmoos.	1	Emons (1)	1
Führer/-in	Der / Die Maschinen- und Anlagenführer/in richtet Maschinen- und Produktionsanlagen selbstständig ein.	3	BBraun (2) (1), Faber Castell (1)	2

Gestalter/-in	Du hast eine abgeschlossene Ausbildung als Gestalter / in für visuelles Marketing.	2	Benetton (2) (1)	1
Kinderpfleger/-in	[...] sucht die Martin-Luther-Gemeinde als Trägerin ab September 2015 eine/n Kinderpfleger/in.	3	Faber Castell (3) (1)	1
Informatiker/-in	Eine erfolgreich abgeschlossene Ausbildung im IT- Bereich als Fachinformatiker / -in; Sie verfügen über eine Ausbildung zum/zur Fachinformatiker / -in.	7	CSB (4) (2), Stihl (2) (1), DKW (1)	4
Leiter/-in	Als Niederlassungsleiter / -in sind Sie verantwortlich für die Implementierung unserer Logistikdienstleistungen.	9	Fercam (2) (1), Stihl (1), Ducati (1), Gerb (1), Hummel (2) (1), Fischer (1), Carl Zeiss (1)	7
Lektor/-in	Senior Lektor /in mit Spezialisierung in den Fachbereichen Recht und/oder Finanzen.	2	Arkadia (2) (1)	1
Manager/-in; eine/einen Manager	Als Bid Manager / -in erarbeiten Sie bedarfsgerechte Lösungen für umfassende Kundenanfragen; Für diesen suchen wir am Standort Dortmund eine / n Projektmanager (m/w).	14	Lufthansa (3) (1), Emons (2) (1), Klueber (1), Arkadia (1), Fischer (1), Faber Castell (1); Drees Sommer (1), Carl Zeiss (1), Calzedonia (1),	12

			Fercam (1)	
Mechaniker/-in	<p>[...] suchen wir Sie für unser Werk in Bonn zum nächstmöglichen Zeitpunkt als Industriemechaniker / in;</p> <p>Abgeschlossene Berufsausbildung zum Fluggerätmechaniker / in Fachrichtung Instandhaltung.</p>	9	Faber Castell (1), Ducati (1), Haribo (2), Dettendorfer (2) (1), Pirelli (1), Air Berlin (1), BBraun (1)	8
Mechatroniker/-in	Ausbildung als Mechatroniker / in für KFZ/Nutzfahrzeuge/Landmaschinen.	2	Texa (1), Jungheinrich (1)	2
Meister/-in	Überdurchschnittlicher Abschluß als Meister / in im Bereich Kfz-Elektrik, Kfz-Mechanik bzw. Kfz-Technik.	2	Adac (1), Fischer (1)	2
Mitarbeiter/-in	<p>Zum 01.04.2015 suchen wir für unseren Standort in Bad Berneck eine/-n engagierte/-n und teamfähige/-n Mitarbeiter / -in;</p> <p>[...] suchen wir für unsere Niederlassung in Brühl bei Köln eine / -n Vertriebsmitarbeiter/in.</p>	21	Emons (2) (1), Rulmeca (4) (2), Stihl (1), Ducati (1), Fercam (2), Arkadia (1), Funkgruppe (4), Eni (3), Lavazza (1),	17

			Haribo (1), Faber Castell (2) (1).	
Schüler/-in	Du bist Schüler / -in oder Student/-in?	1	Kuebler (1)	1
Techniker/-in	[...] suchen wir zur Verstärkung unserer Teams eine /einen Techniker/in als Konstrukteur im Aftermarket-Bereich.	8	Ipsen (2) (1), Texa (3) (1), Hoppecke (1), Haribo (1), Fischer (1)	5
Verkäufer/-in	Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin einen Verkäufer / -in.	2	Ducati (1), Adidas (1)	2
Vertreter/-in	Wir verstärken unser Vertriebsteam in Deutschland und suchen in mehreren Gebieten den / die Handelsvertreter/in.	1	Candy (1)	1
Vorarbeiter/-in	Am Standort Neuss suchen wir Sie als VORARBEITER / IN ZENTRALWERKSTATT.	1	Haribo (1)	1
Eine/einen Zeichner	Für diesen suchen wir am Standort Frankfurt eine / n Technischer Zeichner (m/w).	1	Drees Sommer (1)	1

TABELLA 12C: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -ar e -är ⁸⁹

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Aktuar/-in	[...] idealerweise Promotion Weiterbildung als Aktuar / in (DAV).	1	HDI (1)	1
Sekretär/-in	Sie verfügen über eine erfolgreich abgeschlossene Ausbildung als Fremdsprachenkorrespondent/in oder Sekretär / in.	3	Stihl (1), Beiten Burkhardt (1), CMS (1)	3

⁸⁹ Stringa di ricerca: [word=".*ar" & (tag="N.*")].

TABELLA 12D: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -eur⁹⁰

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Konstrukteur/-in	Mehrjährige Berufserfahrung als Konstrukteur / in im Stahlbau [...].	2	Gerb (2) (1)	1
Ingenieur/-in	Sie sind Bauingenieur/in oder Maschinenbauingenieur / in und sind mit Festigkeitsberechnungen im Stahlbau gut vertraut.	11	Klueber (2), Stihl (1), Hoppecke (2), Gerb (4) (2), Ipsen (1), Fischer (1)	9
Eine/n Monteur	Wir suchen für unser Netzteam Süd (Gießen) [...] eine / n Freileitungsmonteur (m/w).	1	Eon (1)	1

TABELLA 12E: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -or⁹¹

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Assessor/-in	Anwärter/in Patentassessor /in; Ihre Aufgaben; Wenn Sie Ihr Interesse für das Thema Schutzrechte entdeckt haben.	2	Beiersdorf (1), Carl Zeiss (1)	2

TABELLA 12F: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -ant⁹²

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Laborant/-in	Erfolgreich abgeschlossene Ausbildung zum/zur Chemielaborant / -in oder vergleichbare Qualifikation.	1	Lanxess (1)	1
Praktikant/-in	Für unser Konzernunternehmen Lufthansa Cargo AG suchen wir Sie als Praktikant / - in.	6	Volkswagen (1), Lufthansa (4) (2), Hrs (1)	4

⁹⁰ Stringa di ricerca: [word=".*eur" & (tag="N.*")].

⁹¹ Stringa di ricerca: [word=".*or" & (tag="N.*")].

⁹² Stringa di ricerca: [word=".*ant" & (tag="N.*")].

TABELLA 12G: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -ent⁹³

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Absolvent/-in	Sie sind ein / e Absolvent/in mit dem Ziel, Ihre Zukunft in diesem Bereich zu gestalten.	1	Fischer (1)	1
Assistent/-in	Am Standort Solingen suchen wir Sie als ASSISTENT / IN WERKSLEITUNG.	4	Haribo (1), Beiersdorf (1), Fedrigoni (2) (1)	3
Disponent/-in	Disponent / -in FTL Benelux NL Köln Business Field Transport (Full Truck Load) [...].	4	Fercam (2) (1), Emons (2) (1)	2
Korrespondent/-in	Kaufleute für Büromanagement mit Zusatzqualifikation Fremdsprachenkorrespondent / -in	3	Deutsche Bank (2) (1), Beiten Burkhardt (1)	2
Referent/-in	Qualifikation zum oder Pharmaberater/in Pharmareferent / in.	1	Bracco (1)	1
Student/-in	Du bist Schüler/-in oder Student / -in?; Das ist genau der richtige Platz, um hier als Student / -in mit Erfolg die Abschlussarbeit zu schreiben.	4	Kuebler (1), Adac (1), Freudeberg (1), Hrs (1).	4

TABELLA 12H: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -alt⁹⁴

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Rechtsanwalt/-in	Wir suchen ständig Sachbearbeiter/in Verfahrensabwicklung Buchhalter/in Rechtsanwalt / in.	1	Derra Mayer (1)	1

⁹³ Stringa di ricerca: [word=".*ent" & (tag="N.*")].

⁹⁴ Stringa di ricerca: [word=".*alt" & (tag="N.*")].

TABELLA 12I: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -irt⁹⁵

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Betriebswirt/-in	Sie sind wahrscheinlich Ingenieur/in oder Betriebswirt/ in.	1	Fischer (1)	1

TABELLA 12L: Forme doppie asimmetriche con suffisso in -mann⁹⁶

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Kaufmann ⁹⁷ / frau	Für Einsteiger haben wir interessante Ausbildungsprogramme bis hin zur Qualifikation zum/zur Versicherungsfachmann / -frau (BWW). Die Ausbildungsberufe Informatikkaufmann/-frau und IT-Systemkaufmann / -frau machen Dich zum Experten bzw. zur Expertin für unsere Produkte.	33	Fedrigoni (4) (1), Fercam (2), HDI (1), Hoppecke (1), Deichmann (1), Ista (1), Chiesi (1), DKV (1), Goldbeck (1), Ferrero (1), Evonik (2) (1), Ducati (1), Hugo Boss (1), Calzedonia (2), Grenke (1), Rwe (1), Chiesi (1), Hapag Lloyd (1), Eric Jäger (1), CSB (6) (1), Krannich (1), Haribo (1)	24

TABELLA 12M: Forme doppie asimmetriche plurali

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Pharmakanten/ innen	Pharmakanten / innen sind in der pharmazeutischen Herstellung unseres Unternehmens tätig	1	Menarini (1)	1

⁹⁵ Stringa di ricerca: [word=".*irt" & (tag="N.*")].

⁹⁶ Stringa di ricerca: [word=".*mann" & (tag="N.*")].

Mitarbeiter/-innen	Mitarbeit in einem Team mit erfahrenen und kompetenten Mitarbeitern /-innen; Unser klares Ziel ist es, Mitarbeiter / innen aus den eigenen Reihen zu fördern.	11	Bauer (1), Kiko (1), Freudeberg (1), Fischer (1), Bracco (1), Lufthansa (1), Air Berlin (1), Barilla (1), Funkgruppe (1), CMS (1), Deichmann (1)	11
Rechtsreferendare/innen	Für unser Kölner Büro im Krankenhaus suchen wir begabte und qualifizierte Rechtsreferendare / innen.	1	CMS (1)	1
Verkäufer/-innen	Verkäufer /innen haben bei der adidas Group hauptsächlich mit Bekleidung und Sportartikeln zu tun.	1	Adidas (1)	1

La panoramica su questa seconda strategia di femminilizzazione si conclude con le forme doppie asimmetriche con parentesi. Anche in questo caso, nella prima tabella (12N) è stata riportata una visione d'insieme su tutte le forme doppie con parentesi del corpus tedesco, con la rispettiva frequenza complessiva⁹⁸. Invece, nella tabella successiva (12O), troviamo alcuni dettagli in più su ogni singola occorrenza.

TABELLA 12N: Forme doppie asimmetriche con parentesi

Suffisso singolare	maschile	Sostantivi	Frequenza
-er		Ansprechpartner (-in) Dreher (-in) Eine (n) Elektroniker Informatiker (-in) Eine(n) Leiter/ Leiter (in) Eine (n) Mitarbeiter Mechaniker (-in)	20

⁹⁸ Per alcune delle forme doppie con parentesi incluse nelle tabelle 12N e 12O, come ad esempio *Eine (n) Elektroniker*, la doppia specificazione del genere è espressa soltanto attraverso l'articolo, in questo caso *eine (n)*, a fronte, invece, della sola forma maschile espressa per il sostantivo.

	Mechatroniker (-in)	
-or	Auditor (in)	
-ent	Eine (n) Referent Eine (n) Student	
-ist	Eine (n) Spezialist	
-te	Angestellte (r)	

TABELLA 120: Forme doppie asimmetriche con parentesi (suffissi -er, -or, ent, -te)

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Ansprechpartner (-in)	Ansprechpartner (-in) für das Management und der betreuten Gesellschaften.	2	Allianz (2) (1)	1
Dreher (-in)	Automaten-Drehtechnik oder CNC-Dreher (in).	1	Hummel (1)	1
Eine (n) Elektroniker	[...] suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine (n) Elektroniker.	1	Hummel (1)	1
Informatiker (-in)	Fachinformatiker (in) für Systemintegration.	2	Dettendorfer (2) (1)	1
Eine(n) Leiter	Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine (n) Leiter / in.	1	Hummel (1)	1
Leiter (in)	Dann bieten wir Ihnen eine anspruchsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit als Teamleiter (in) in der biopharmazeutischen Produktion.	1	Boehringer (1)	1
Eine (n) Mitarbeiter	Wir suchen für unseren Bereich Vertrieb Privatkunden Süd (PNS) in München eine (n) Vertriebsmitarbeiter.	1	Eon (1), Hummel (1)	1
Mechaniker (-in)	Berufsausbildung als Zerspanungsmechaniker (in).	3	Hummel (3) (1),	1
Mechatroniker (-in)	Elektroniker für Geräte & Systeme (m /w) oder Mechatroniker (in).	3	Hummel (3) (1)	1

Auditor (in)	Externer- Auditor (in) und Ausbildung zum/zur Qualitätsmanagementbeauftragten (QMB) wünschenswert.	1	Gerb (1)	1
Eine Referent (n)	Wir suchen für unser Tochterunternehmen E WIE EINFACH GmbH in Köln eine (n) Referent.	1	Eon (1)	1
Eine (n) Student	Wir suchen für unseren Bereich Produktmanagement in München eine (n) Werkstudent.	1	Eon (1)	1
Eine Spezialist/in (n)	Wir suchen für unseren Bereich Lieferantenwechsel-Vertrieb in Bayreuth eine(n) Spezialist / in.	1	Eon (1)	1
Angestellte (r)	Sie verfügen über eine erfolgreiche abgeschlossene Ausbildung als Steuerfachangestellte (r).	1	Kpwt (1)	1

Ricapitolando, per quanto riguarda le forme doppie asimmetriche, su un totale di 483 annunci di lavoro, all'interno di 120 annunci troviamo almeno una forma doppia asimmetrica il cui genere dominante è il maschile e all'interno di 27 annunci troviamo almeno una forma doppia asimmetrica il cui genere dominante è il femminile. Si tratta rispettivamente del 24,8% e del 5,6% del totale degli annunci. Nello specifico, per quanto riguarda le forme in cui è il genere maschile ad avere maggior spazio e quindi maggiore visibilità, su 120 annunci 34 sono stati pubblicati da aziende italiane e 86 da aziende tedesche, che corrispondono in entrambi i casi al 24,8% degli annunci pubblicati rispettivamente da aziende italiane e da aziende tedesche. In riferimento, invece, ai 27 annunci in cui nelle forme doppie asimmetriche è il genere femminile ad essere predominante, 4 sono pubblicati da aziende italiane, ossia il 2,9% del totale degli annunci pubblicati da aziende italiane e 23 sono invece pubblicati da aziende tedesche, ossia il 6,6% degli annunci pubblicati da aziende tedesche. Infine, per quanto riguarda le forme doppie

asimmetriche con parentesi, sono state individuate in 13 annunci, tutti pubblicati da aziende tedesche.

Passiamo ora alle strategie di neutralizzazione, attraverso cui non si fa riferimento esplicito a nessuno dei due generi; per il tedesco sono stati analizzati alcuni participi, verbi e aggettivi sostantivati e alcune parole neutre, come ad esempio *Menschen* o *Fachkraft*. Per entrambi i gruppi di parole, che rientrano nella categoria di strategie di neutralizzazione, si è prestata particolare attenzione a includere nell'analisi solo quelle forme che si riferiscono effettivamente a potenziali candidate e candidati, essendo questo l'oggetto di studio della presente ricerca. Per l'individuazione dei participi, dei verbi e degli aggettivi sostantivati si è partiti dal suffisso *-ende*. Mentre, per quanto riguarda le parole neutre - sia semplici che composte - si sono analizzate quelle il cui uso viene consigliato all'interno delle linee guida e delle pubblicazioni consultate, indicate nel paragrafo 3.2.2.

TABELLA 13A: Participi, verbi e aggettivi sostantivati

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Auszubildende	Wir suchen in Berlin Auszubildende (m/w); Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir [...] zwei Auszubildende für folgende Berufe.	12	Bbraun (1), CMS (1), Deutsche Messe (1), DKV (2), Emons (1), Eric Jäger (1), Fedrigoni (1), Haru (1), Menarini (1), Beiersdorf (1), Pirelli (1)	12
Mitarbeitende	Wir fördern alle Aspekte von Diversity & Inclusion, die für unsere Mitarbeitenden, Patienten und Gemeinschaften von Wert sind.	5	Boehringer (5)	5

Stellvertretende	Administrative Stellvertretende Filialleitung (m/w).	1	Adidas (1)	1
Studierende	Studierende, die 2016 ihren Abschluss machen und deren Einsatzzeitraum vier Wochen ab Mitte Juli umfasst, können sich auch für unser Summer Internship Program (SIP) qualifizieren.	6	Chiesi (1), Deutsche Bank (1), Deutsche Messe (1), Rwe (1), Volkswagen (1), Villa Vigoni (1).	6

TABELLA 14A: Parole neutre

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Menschen	Dazu vernetzen und fördern wir Menschen mit den unterschiedlichsten Talenten; Bei gleicher Qualifikation berücksichtigt Siemens schwerbehinderte Bewerber und diesen gleichgestellten Menschen bevorzugt.	36	Adac (1), BASF (5), Bayer (5), Berolina (2) (1), Eon (6) (5), Fresenius (5), Haru (1), Ista (5), Siemens (5), Volkswagen (1).	34
Mitglied	Als Mitglied in unternehmensweiten Projektteams optimieren Sie bestehende innerbetriebliche Abläufe.	8	Arburg (1), Brose (2), DHL (1), Goldbeck (3), Menarini (1).	8
Mitglieder	Von Anfang an werden die Mitglieder des Teams fachlich und persönlich gefördert.	1	Barba (1)	1
Person	Du bist eine besonders motivierte, kommunikative und freundliche Person.	2	Bauerfeind (1), Calzedonia (1)	2

TABELLA 14B: Parole neutre con suffisso in -kraft⁹⁹

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Fachkraft	[...] suchen wir ab sofort eine/n Fachkraft für Lagerlogistik (m/w); Als Fachkraft für Lagerlogistik sorgst du dafür, dass [...]; Zusätzliche Qualifikation als Fachkraft für Arbeitssicherheit.	13	Bahlsen (2) (1), Carl Zeiss (3) (1), Datamodul (1), Dekra (3) (1), Kranich (1), Kuebler (3) (2)	7
Führungskraft	Als Führungskraft sind Sie weiterhin verantwortlich für die [...] Leitung.	4	Bauerfeind (1), Bracco (1), DB Bahn (1), Siemens (1)	4
Lagerfachkraft	[...] suchen wir [...] eine/-n [...] Mitarbeiter/-in (Lagerfachkraft).	2	Emons (2) (1)	1
Nachwuchsführungskraft	Als Nachwuchsführungskraft starten Sie Ihre Karriere bei uns als [...].	3	Barilla (3) (1)	1
Nachwuchskraft	Großraum Ingolstadt als Nachwuchskraft	4	Ferrero (4) (2)	2
Vollzeitarbeitskraft	[...] suchen wir [...] eine Vollzeitarbeitskraft als Business Consultant (m/w)	1	Bravosoluti on (1)	1

⁹⁹ Stringa di ricerca: [word=".*kraft" & (tag="N.*")].

TABELLA 14C: Parole neutre con suffisso in -kräfte¹⁰⁰

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Hilfskräfte	Für unser Büro in Berlin suchen wir Studentische Hilfskräfte (w/m) für den Abendempfang	2	Beiten Burkhardt (1), Generali (1),	2
Führungskräfte	Zusätzlich dient T&D als Talent Center für die Entwicklung zukünftiger Führungskräfte	3	Hypovereinsbank (1), Ista (2)	3

TABELLA 14D: Parole neutre con suffisso in -leute¹⁰¹

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Fachleute	Verfahrensmechaniker für Kunststoff- und Kautschuktechnik sind gefragte Fachleute in der industriellen Fertigung von Produkten aus Kunststoff und Kautschuk	2	Pirelli (1), Demag Cranes (1)	2
Kaufleute	Industriekaufleute übernehmen bereichsbezogene Spezialistenfunktionen bzw. Sachbearbeiterfunktionen; Informatikkaufleute haben spannende, interessante Aufgaben.	12	Goldbeck (2) (1), Pirelli (2), DKV (2), Deutsche Bank (2) (1), Rwe (1), Demag Cranes (1), Allianz (1)	11

¹⁰⁰ Stringa di ricerca: [word=".*kräfte" & (tag="N.*")], [word=".*kräften" & (tag="N.*")].

¹⁰¹ Stringa di ricerca: [word=".*leute" & (tag="N.*")], [word=".*leuten" & (tag="N.*")].

TABELLA 14E: Parole neutre con suffisso in -mitglied¹⁰²

Sostantivo	Esempio testo di occorrenza	Frequenza	Aziende	N° annunci
Teammitglied	Als (Junior) Consultant sind Sie vollwertiges Teammitglied auf den Projekten.	2	Allianz (1), Boehringer (1)	2

Per quanto riguarda le due strategie di neutralizzazione analizzate, in base ai risultati ottenuti, 24 annunci contengono almeno un participio, verbo o aggettivo sostantivato, ossia circa il 5% del totale. Di questi annunci, 4 sono stati pubblicati da aziende italiane, mentre 20 da aziende tedesche. Data la composizione del corpus, si tratta quindi del 2,9% degli annunci pubblicati da aziende italiane e del 5,8% di annunci pubblicati da aziende tedesche. In riferimento invece alle parole neutre: 74 annunci ne contengono almeno una, ossia il 15,3% del totale. Di questi 74 annunci, 12 sono stati pubblicati da aziende italiane e 62 da aziende tedesche, cifre che corrispondono rispettivamente all'8,7% degli annunci pubblicati da aziende italiane e al 17,9% degli annunci pubblicati da aziende tedesche.

Passiamo ora all'ultima strategia individuata, ossia l'aggiunta delle abbreviazioni *m/w* o *w/m* (*männlich/weiblich* o viceversa) al sostantivo maschile con funzione generica con lo scopo di specificare che l'annuncio in questione si riferisce esplicitamente sia a donne che a uomini. Questa strategia non è presente tra le raccomandazioni incluse nelle linee guida pubblicate specificatamente per la lingua tedesca, ma è consigliata solo nelle linee guida pubblicate dal Parlamento Europeo, a cui si è accennato nel paragrafo 3.2.2. Nonostante ciò, come risulta evidente dalle tabelle che seguono, tale aggiunta è estremamente frequente negli annunci di lavoro tedeschi. Per rendere più fruibile e chiara l'illustrazione dei risultati ottenuti,

¹⁰² Stringa di ricerca: [word=".*leute" & (tag="N.*")], [word=".*leuten" & (tag="N.*")].

si è fatta una distinzione nel caso in cui al sostantivo maschile con funzione generica venga aggiunto *m/w* o *w/m*. Inoltre, sempre per la stessa ragione, le occorrenze sono state divise in base al suffisso del sostantivo a cui l'aggiunta *m/w* o *w/m* si riferisce. Come per le strategie precedenti, per ogni forma è stata indicata la frequenza corrispondente, il numero di annunci in cui tale forma è presente e i nomi delle aziende che hanno pubblicato tali annunci. Si è inoltre fatta una distinzione nel caso in cui tale aggiunta venga inserita dopo un sostantivo singolare o plurale o dopo un anglicismo. Infine è stato riportato anche un unico caso in cui è al sostantivo femminile che viene affiancata l'aggiunta *m/w*.

TABELLA 15A: Aggiunta *m/w* al sostantivo maschile singolare con funzione generica

Suffisso	Sostantivi ¹⁰³	Frequenza	Aziende	N° annunci
-ant	Consultant	9	Allianz (2) (1), Bosch (1), Bravosolution (1), BSH (1), Fresenius (1), Freudenberg (1), Gfk (2) (1)	7
	Pharmakant	1	Menarini (1)	1
	Praktikant	25	Allianz (1), BASF (1), Bauer (1), Boehringer (1), Bosch (1), Codognotto (2) (1), Commerzbank (2), Continental (1), Deutz Fahr (4), Evonik (2) (1), Ferrero (2) (1), Gfk (5) (3), Ihi (2) (1)	19
	Repräsentant	2	Hoppecke (2) (1)	1
-ent	Assistent	6	Berendsohn (1), Datev (1), Kieback Peter (1), Kpwt (1), Rulmeca (1), FCA (1)	6
	Disponent	7	Deichmann (2) (1), GiGroup (5) (2)	3
	Referent	7	Ferrero (2) (1), Fresenius (1), Chiesi (3) (1), Ista (1)	4

¹⁰³ Con i sostantivi riportati in questa e nelle tabelle successive sono inclusi anche tutti i rispettivi *Komposita*, come ad esempio *Vertriebsassistent* nel caso di *Assistent* o *Anwendungsentwickler* nel caso di *Entwickler* etc.

	Student	15	BSH (1), Adac (1), Allianz (1), Boehringer (1), Brose (2), Continental (2), Datev (1), Eisenmann (1), Eon (1), Gfk (2), Jungheinrich (1), Rwe (1)	15
-ar	Aktuar	1	HDI (1)	1
	Rechtsreferendar	1	BMW (1)	1
-er	Allrounder	2	Fedrigoni (2) (1)	1
	Angestellter	1	Kpwt (1)	1
	Auszubildender	2	Ista (1), Rwe (1)	2
	Berater	4	Funkgruppe (2) (1), Grenke (1), FCA (1)	3
	Beschichter	2	AHC (2) (1)	1
	Bilanzierer	1	Allianz (1)	1
	Chemiker	1	Evonik (1)	1
	Controller	8	Bahlsen (1), DKV (1), Chiesi (2) (1), Ihi (2) (1), Rulmeca (2) (1)	5
	Designer	4	Calzedonia (1), Hapag Lloyd (1), Homag (2) (1)	3
	Developer	2	Grenke (1), Hrs (1)	2
	Dreher	1	Autoblok (1)	1
	Einkäufer	6	Bahlsen (1), Eisenmann (1), Hapag Lloyd (1), Chiesi (2) (1), Lavazza (1)	5
	Elektriker	3	AHC (2) (1), Bauer (1)	2
	Elektroniker	4	Haribo (1), Hummel (3) (1)	2
	Entwickler	7	BMW (1), CSB (4) (2), Datev (1), Eisenmann (1)	5
	Facharbeiter	2	BASF (1), Datamodul (1)	2
	Führer	1	Auma (1)	1
	Gestalter	1	Arburg (1)	1
	Jobber	1	Kuebler (1)	1
	Koordinator	3	Eni (1), Kiko (2) (1)	2
Informatiker	2	Datev (1), DKV (1)	2	
Lackierer	1	Rulmeca (1)	1	
Leiter	37	Adac (1), Airberlin (1), BASF (1), Bauerfeind (2), Boehringer (1), Brevini (2), Carl Zeiss (2) (1), Commerzbank (1), Continental (1), Datev (1), Deichmann (1), Dekabank (1), DHL (2) (1), Fercam (1), Gerb (2), GiGroup (5) (1), HDI (1), Homag (4) (3), Ista (1), Jungheinrich (1), Kieback Peter (1),	30	

			Lavazza (1), Netinera (1), FCA (1), Balluff (1)	
Manager	56		Adidas (1), BASF (1), Bayer (2) (1), Benetton (4) (3), Boehringer (2) (1), Calzedonia (1), Carl Zeiss (2) (1), Continental (1), Cushman (1), DHL (3) (2), Diesel (1), DKV (1), Drees Sommer (2) (1), Evonik (2) (1), Faber Castell (3) (2), Fedrigoni (2) (1), Fercam (2) (1), Fischer (1), Fresenius (2) (1), GiGroup (4) (1), Grenke (1), Hoppecke (1), Hrs (1), CHG (1), Chiesi (2) (1), Ihi (2) (1), Ista (1), Jungheinrich (1), Kiko (1), Klueber (1), Lavazza (1), Menarini (2) (1), Siemens (2) (1), BSH (1)	38
Mechaniker	3		Haribo (1), Haru (2)	3
Mechatroniker	1		Texa (1)	1
Meister	1		BMW (1)	1
Mitarbeiter	44		Riello (4) (1), Bayer (1), BBraun (2) (1), Berendsohn (1), Bracco (1), Eni (1), Evonik (2) (1), Ferrero (4) (2), Fischer (1), Funkgruppe (2) (1), Generali (2) (1), GiGroup (4) (1), Grenke (1), HDI (2), Hoppecke (2) (1), Hrs (1), iGuzzini (2) (1), Kärcher (1), Krannich (4) (2), Lanxess (1), Texa (1), Riello (4) (1)	25
Planer	2		Klueber (2) (1)	1
Recruiter	5		GiGroup (5) (1)	1
Sachbearbeiter	12		Alphabet (2) (1), Arburg (1), BBraun (2) (1), Berendsohn (1), Deichmann (2) (1), Ferrero (2) (1), CHG (1), Menarini (1)	8
Steuerberater	1		Kpwt (1)	1
Techniker	15		Arburg (1), Autoblok (2), Bauerfeind (1), Drees Sommer (1), Hermle (2) (1), Hoppecke (1), Jungheinrich (1), Kieback Peter (1),	14

			Marposs (1), Texa (1), Hermle (1), Riello (1), Balluff (1)	
	Trainer	4	Kiko (2), Lavazza (1), Menarini (1)	4
	Verantwortlicher	1	Boehringer (1)	1
	Verkäufer	10	Berolina (2) (1), Calzedonia (2), DKV (1), Ducati (1), Hugo Boss (2) (1), Kiko (1), FCA (1)	8
	Vertreter	1	HDI (1)	1
	Vorbereiter	1	Bauer (1)	1
	Wissenschaftler	1	Boehringer (1)	1
	Zeichner	4	Drees Sommer (1), Homag (1), Siemens (2) (1)	3
-eur	Akquisiteur	1	Deutsche Leasing (1)	1
	Dekorateur	1	Benetton (1)	1
	Ingenieur	24	Arburg (1), BASF (1), Bauerfeind (2) (1), Bayer (1), Brevini (2) , Datamodul (1), Demag Cranes (2) (1), Fresenius (1), Homag (2) (1), Ihi (2) (1), Ipsen (2), Kieback Peter (1), Kuebler (1), Marposs (2), Netinera (2), Auma (1)	20
	Konstrukteur	5	Gerb (1), Hermle (2), Homag (2) (1)	4
	Monteur	1	Eon (1)	1
	Redakteur	3	Janoptik (1), Jungheinrich (1), Marposs (1)	3
-e	Experte	2	Janoptik (1), Bosch (1)	2
	Pädagoge	2	Dekra (2) (1)	1
-ist	Analyst	2	Janoptik (1), Hrs (1)	2
	Artist	1	Hugo Boss (1)	1
	Jurist	1	BMW (1)	1
	Spezialist	13	Alphabet (2) (1), BMW (1), Evonik (2) (1), Funkgruppe (2) (1), Marposs (1), Netinera (1), Siemens (2) (1), Auma (1), BHW (1)	9
-mann	Kaufmann	16	Alphabet (2) (1), Bahlsen (1), Cushman (2) (1), Deichmann (2) (1), Dekra (1), Funkgruppe (1), GiGroup (3) (1), Hapag Lloyd (1), Ista (1), Luxottica (1), Alphabet (1)	11
-or	Administrator	2	Siemens (2) (1)	1
	Advisor	1	Bayer (1)	1

	Auditor	1	Menarini (1), Rwe (1)	2
	Supervisor	2	Alphabet (2) (1)	1
-t	Arzt	2	Adac (1), Dekra (1)	2
-ch	Koch	2	Bayer (1), Deutsche Messe (1)	2

TABELLA 15B: Aggiunta *m/w* al sostantivo femminile con funzione generica

Sostantivi	Frequenza	Aziende	N° annunci
Angestellte	1	CMS (1)	1

TABELLA 15C: Aggiunta *m/w* al sostantivo inglese

Sostantivi	Frequenza	Aziende	N° annunci
Architect	3	Continental (1), Siemens (2) (1)	2
Assistant	4	Adidas (1), Cushman (3) (2)	3
Coordinator	1	Hapag Lloyd (1)	1
Engineer	3	Beiersdorf (1), Grenke (1), Hapag Lloyd (1)	1
Engineers	2	CSB (2) (1)	1
Key Account Professional	2	Barilla (2) (1)	1
Project Professional eDiscovery	2	Bayer (2) (1)	1
Receptionist	1	Cushman (1)	1
Representative	1	Allianz (1)	1
Sales Executive	1	Fercam (1)	1
Specialist	2	Freudenberg (1), Luxottica (1)	2
Trainee	5	Lanxess (4), Rwe (1)	5

TABELLA 15D: Aggiunta *m/w* al sostantivo maschile plurale con funzione generica

Suffisso	Sostantivi	Frequenza	Aziende	N° annunci
-e	Akquisiteure	1	Fercam (1)	1
	Auszubildende	1	CMS (1)	1
	Experten	1	Eni (1)	1
	Rechtsreferendare	2	BMW (1), CMS (1)	2
-en	Kollegen	1	Drees Sommer (1)	1
	Praktikanten	3	Deichmann (1), Chiesi (2) (1)	2
	Spezialisten	2	Funkgruppe (2) (1)	1
	Studenten	1	Datev (1)	1
-er	Mitarbeiter	2	CMS (1), Riello (1)	2

TABELLA 15E: Aggiunta *w/m* al sostantivo maschile con funzione generica

Suffisso	Sostantivi	Frequenza	Aziende	N° annunci
-alt	Rechtsanwalt	1	Beiten Burkhardt (1)	1
-ant	Praktikant	7	Bulgari (2) (1), Barilla (4) (2), Air Berlin (1)	4
-ent	Referent	1	Eon (1)	1
	Student	2	Coesia (1), DB Bahn (1)	2
-er	Ansprechpartner	1	Generali (1)	1
	Bearbeiter	1	DB Bahn (1)	1
	Berater	2	Bulgari (2) (1)	1
	Berufseinsteiger	1	Beiten Burkhardt (1)	1
	Controller	1	Air Berlin (1)	1
	Developer	3	DHL (2) (1), Bosch (1)	2
	Entwickler	1	Bizerba (1)	1
	Leiter	3	Generali (2) (1), DB Bahn (1)	2
	Manager	1	Air Berlin (1)	1
	Mitarbeiter	4	Generali (2) (1), Hager (1), DB Bahn (1)	3
	Trainer	1	Hugo Boss (1)	1
Techniker	5	Daw Maler (1), Generali (3) (1), Goldbeck (1)	3	
-or	Assessor	2	Carl Zeiss (2) (1)	1
-eur	Konstrukteur	1	Hatz (1)	1
	Ingenieur	5	Generali (2) (1), Hatz (1), Beiersdorf (1), DB Bahn (1)	4
-ist	Analyst	3	Bulgari (2) (1), Netinera (1)	2

TABELLA 15F: Aggiunta *w/m* al sostantivo maschile plurale con funzione generica

Suffisso	Sostantivi	Frequenza	Aziende	N° annunci
-e	Ingenieure	2	Goldbeck (2)	2
	Rechtsanwälte	2	Beiten Burkhardt (2) (1)	1
	Referendare	1	Generali (1)	1
	Sekretäre	1	Beiten Burkhardt (1)	1
-er	Istandhalter	1	BSH (1)	1
	Mitarbeiter	1	Beiten Burkhardt (1)	1
-en	Korrespondenten	1	Beiten Burkhardt (1)	1

TABELLA 15G: Aggiunta *w/m* al sostantivo inglese

Sostantivi	Frequenza	Aziende	N° annunci
Architect	1	Bosch (1)	1
Trainees	2	Goldbeck (2)	2
Specialist	2	Barilla (2) (1)	1

Per quanto riguarda quest'ultima strategia, l'aggiunta *m/w* al sostantivo maschile con funzione generica è presente in 327 annunci, ossia il 67,7% del totale. Più precisamente 82 annunci sono pubblicati da aziende italiane e 245 da aziende tedesche, queste cifre corrispondono rispettivamente al 59,8% degli annunci pubblicati da aziende italiane e al 70,8% degli annunci pubblicati da aziende tedesche. L'aggiunta *w/m* è invece presente in 40 annunci, ossia l'8,3% del totale. 12 di questi 40 annunci sono pubblicati da aziende italiane, mentre 28 da aziende tedesche; l'aggiunta *w/m* è quindi presente nel'8,7% degli annunci pubblicati da aziende italiane e nell'8,1% degli annunci pubblicati da aziende tedesche.

Per avere una visione d'insieme sull'analisi effettuata sul corpus di annunci di lavoro tedeschi, in tabella 16A sono riportati il numero di annunci in cui appare ogni strategia di genere analizzata e la relativa percentuale sul totale. Inoltre, dato che uno degli aspetti su cui si concentra questa ricerca è l'analisi contrastiva dell'uso di strategie di genere tra gli annunci

di lavoro pubblicati da aziende italiane e quelli pubblicati da aziende tedesche, è stato specificato anche quanti degli annunci in cui è presente una determinata strategia appartengono ai due diversi subcorpora¹⁰⁴, insieme alle relative percentuali. Questi dati, che nella sezione successiva verranno anche corredati da grafici, rappresentano la base per l'interpretazione dei risultati che costituisce l'ultima parte di questo capitolo.

TABELLA 16A: Sintesi risultati strategie di genere (Corpus DE)

Strategia in uso	N° annunci	%	N° annunci (aziende IT)	% (aziende IT)	N° annunci (aziende DE)	% (aziende DE)
Forme doppie simmetriche	34	7%	9	6,6%	25	7,2%
Forme doppie asimmetriche (m>f)	120	24,8%	34	24,8%	86	24,8%
Forme doppie asimmetriche (f>m)	27	5,6%	4	2,9%	23	6,6%
Forme doppie asimmetriche (con parentesi)	13	2,7%	-	-	13	3,7%
Parole neutre	74	15,3%	12	8,7%	62	17,9%
Participi, verbi e aggettivi sostantivati	24	5%	4	2,9%	20	5,8%
Aggiunta m/w	327	67,7%	82	59,8%	245	70,8%
Aggiunta w/m	40	8,3%	12	8,7%	28	8,1%

Concludiamo quest'analisi confrontando la frequenza di forme di maschile generico e di strategie di genere del lemma *Mitarbeiter*. Inizialmente si voleva svolgere questo confronto per più lemmi; la scelta, però, è stata fortemente limitata dal fatto che per il corpus italiano è

¹⁰⁴ I due subcorpora che costituiscono il corpus tedesco sono, da una parte, l'insieme di annunci tedeschi pubblicati da aziende italiane, e, dall'altra, l'insieme di annunci tedeschi pubblicati da aziende tedesche.

stato possibile effettuare quest'operazione per un solo lemma (*candidato*). Essendo questa analisi fortemente incentrata sulla contrastività dei risultati ottenuti dai due corpora, si è preferito, anche per la parte tedesca, limitare tale confronto a un solo lemma.

TABELLA 17A: Confronto forme di maschile generico e strategie di genere

Lemma	Forma maschile generico	Forma maschile generico (m/w)	Forma maschile generico (w/m)	Forma neutralizzante	Forma doppia asimmetrica m>f	Forma doppia simmetrica
Mitarbeiter	175	46	5	5	33	26

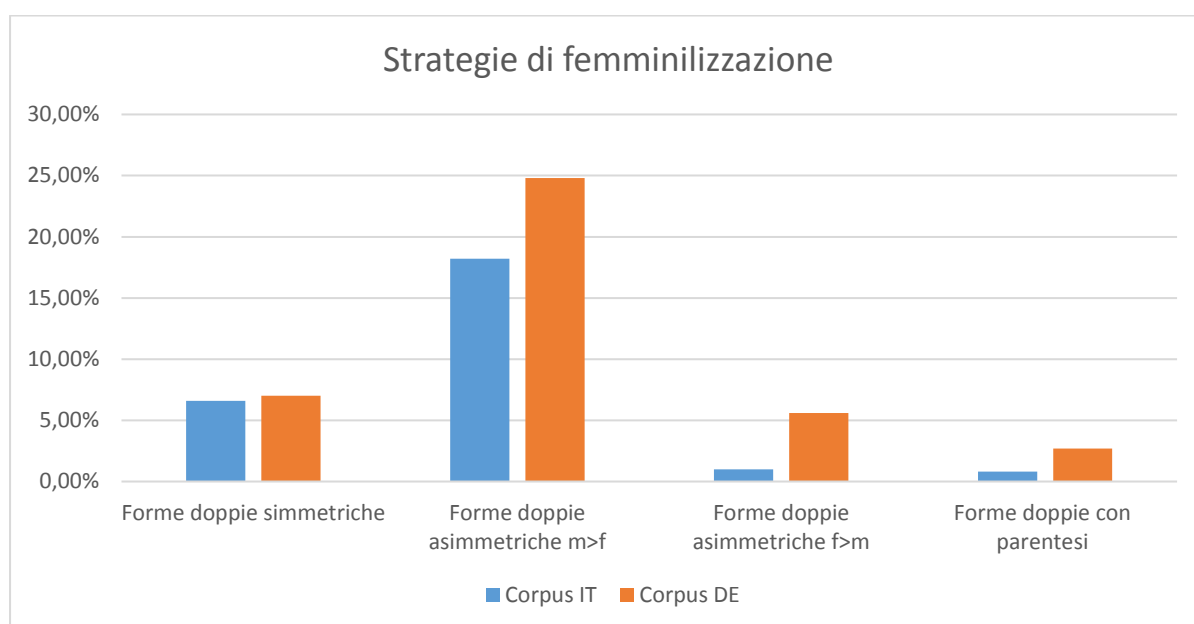
Anche nel caso di *Mitarbeiter* risulta evidente che le forme di maschile generico sono estremamente più frequenti rispetto a tutte le altre strategie di genere, soprattutto se si prendono in considerazione le due strategie che, per ragioni opposte, rendono la comunicazione in ottica di genere più equa e meno discriminatoria, ossia le forme doppie simmetriche (*Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter*) e le forme neutralizzanti (*Mitarbeitende*).

4.4 Interpretazione dei risultati in ottica contrastiva alla luce di dati extratestuali

Quest'ultima parte del capitolo è dedicata all'interpretazione dei risultati, che avrà un taglio fortemente contrastivo. Attraverso questa sezione, ci si propone, innanzitutto, di confermare o di rigettare le due ipotesi di ricerca, entrambe incentrate sul confronto tra gli annunci di lavoro tedeschi e gli annunci di lavoro italiani. Successivamente, ci si propone di mettere in relazione i risultati linguistici con il dibattito su "lingua e genere" in Italia e in Germania, con particolare attenzione alle linee guida e alla normativa vigente. Infine, i risultati ottenuti verranno interpretati anche alla luce di alcuni studi di psicolinguistica che hanno analizzato proprio l'utilizzo di forme di maschile generico e di strategie di genere in riferimento a professioni, titoli e cariche e le rispettive conseguenze a livello cognitivo.

Per confermare o rigettare la prima ipotesi di ricerca, secondo cui si presume che, confrontando gli annunci tedeschi e italiani, in quelli tedeschi vi sia un utilizzo più frequente di strategie di femminilizzazione e di neutralizzazione rispetto che in quelli italiani, riportiamo alcuni grafici relativi alla frequenza all'interno dei due corpora delle strategie di genere analizzate.

GRAFICO 1: Strategie di femminilizzazione



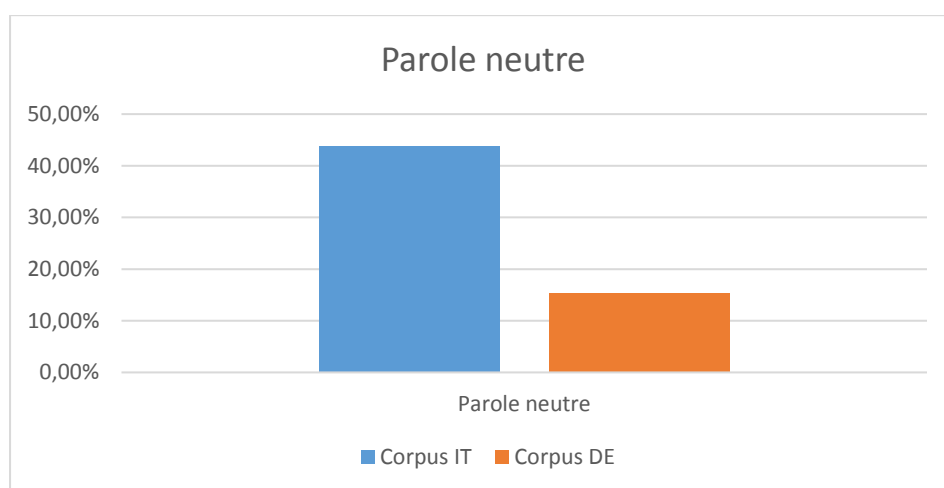
Partendo dalle strategie di femminilizzazione, tutti e quattro i tipi di forme doppie analizzate, ossia simmetriche, asimmetriche con genere maschile dominante, asimmetriche con genere femminile dominante e asimmetriche con parentesi, risultano maggiormente frequenti nel corpus tedesco rispetto che in quello italiano. Particolarmente accentuata è la differenza relativa alle forme doppie asimmetriche in cui il genere dominante è il maschile (es. *Lehrer/-in*), che sono, per entrambi i corpora, le forme di femminilizzazione più ricorrenti. Inoltre, sembra importate soffermarsi sul fatto che in entrambi i corpora la percentuale di forme doppie simmetriche è molto bassa, si tratta infatti del 6,6% sul totale degli annunci italiani e del 7% sul totale degli annunci tedeschi. Questo dato sorprende anche alla luce del fatto che in tutte le

linee guida e le pubblicazioni consultate queste strategie vengano sempre consigliate, essendo le più efficaci nel garantire un'equa visibilità linguistica a donne e uomini.

Infine, sembra interessante notare che, sebbene le forme doppie con parentesi vengano esplicitamente sconsigliate all'interno delle linee guida pubblicate in Germania, risultano presenti in 13 annunci tedeschi, ossia il 2,7% del totale.

Per quanto riguarda, invece, le strategie di neutralizzazione, il confronto tra i risultati ottenuti dall'analisi dei due corpora è stato più difficile a causa di differenze sia linguistiche che di prassi comunicative tra l'italiano e il tedesco. È stato, infatti, possibile effettuare un vero e proprio confronto tra l'italiano e il tedesco solo per le parole neutre selezionate sulla base delle linee guida pubblicate nei due paesi. Le altre strategie di neutralizzazione analizzate sono risultate presenti soltanto in uno dei due corpora analizzati: i sostantivi epiceni e i nomi collettivi, istituzionali e/o che si riferiscono al servizio sono stati individuati solo nel corpus italiano, mentre i participi, gli aggettivi e i verbi sostantivati solo nel corpus tedesco.

GRAFICO 2: Parole neutre



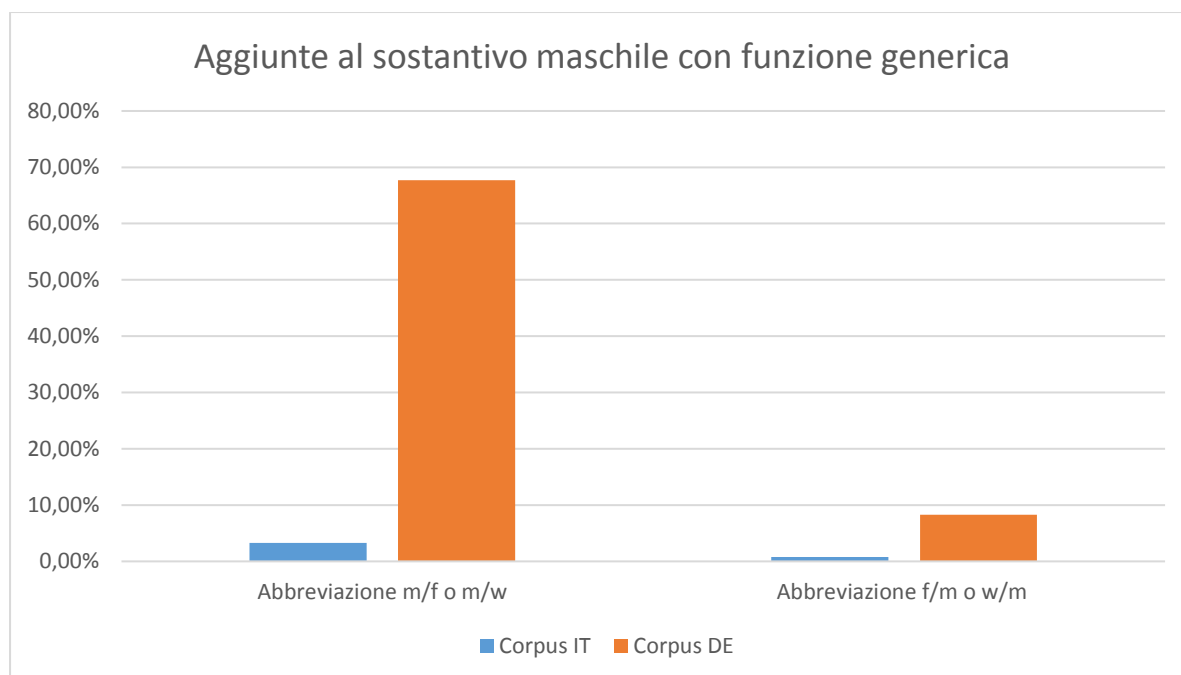
Dal grafico 2 è evidente che le parole neutre analizzate siano molto più frequenti nel corpus italiano piuttosto che nel corpus tedesco; per la precisione il 43,9% degli annunci italiani e il 15,3% degli annunci tedeschi ne contiene almeno una. Se, però, si può affermare che la

frequenza delle strategie di femminilizzazione e l'attenzione nei confronti dell'uso di un linguaggio di genere siano strettamente connesse e si influenzino reciprocamente, la stessa cosa non si può affermare in modo così diretto per le strategie di neutralizzazione. Non è infatti così semplice stabilire se l'uso frequente di parole come, ad esempio, *risorsa* e *profilo* sia legato a una volontà di esprimersi con un linguaggio più neutro, quindi meno androcentrico, o se, invece, quest'uso frequente dipenda dal fatto che queste parole siano tipiche della tipologia testuale degli annunci di lavoro e, più in generale, della comunicazione aziendale.

Attraverso questa constatazione si vuole quindi porre l'accento sull'importanza di distinguere tra le strategie di femminilizzazione, il cui uso è motivato dalla volontà consapevole di rendere un testo più rispetto dell'identità di genere, e le strategie di neutralizzazione, su cui non abbiamo sufficienti elementi per stabilire in quale misura l'uso sia effettivamente legato alla volontà di redigere testi evitando riferimenti espliciti all'uno o all'altro genere e in quale misura dipenda, invece, da prassi tipiche della comunicazione aziendale.

L'ultima strategia analizzata, ossia l'aggiunta al sostantivo maschile con funzione generica di *m/f* o *f/m* per l'italiano e di *m/w* o *w/m* per il tedesco, risulta di gran lunga più frequente nel corpus tedesco piuttosto che in quello italiano.

GRAFICO 3: Aggiunte al sostantivo maschile con funzione generica



Come riportato nel grafico 3, l'aggiunta *m/w* è presente nel 67,7% degli annunci tedeschi e il corrispettivo italiano *m/f* solo nel 3,3% degli annunci. Le due percentuali sono in un rapporto di circa venti a uno. Nel caso, invece, delle aggiunte in cui il primo elemento indica il genere femminile, la differenza d'uso nei due corpora non è così evidente come nel caso precedente, infatti *w/m* è presente nell'8,3% degli annunci in tedesco e *f/m* nello 0,8% degli annunci in italiano.

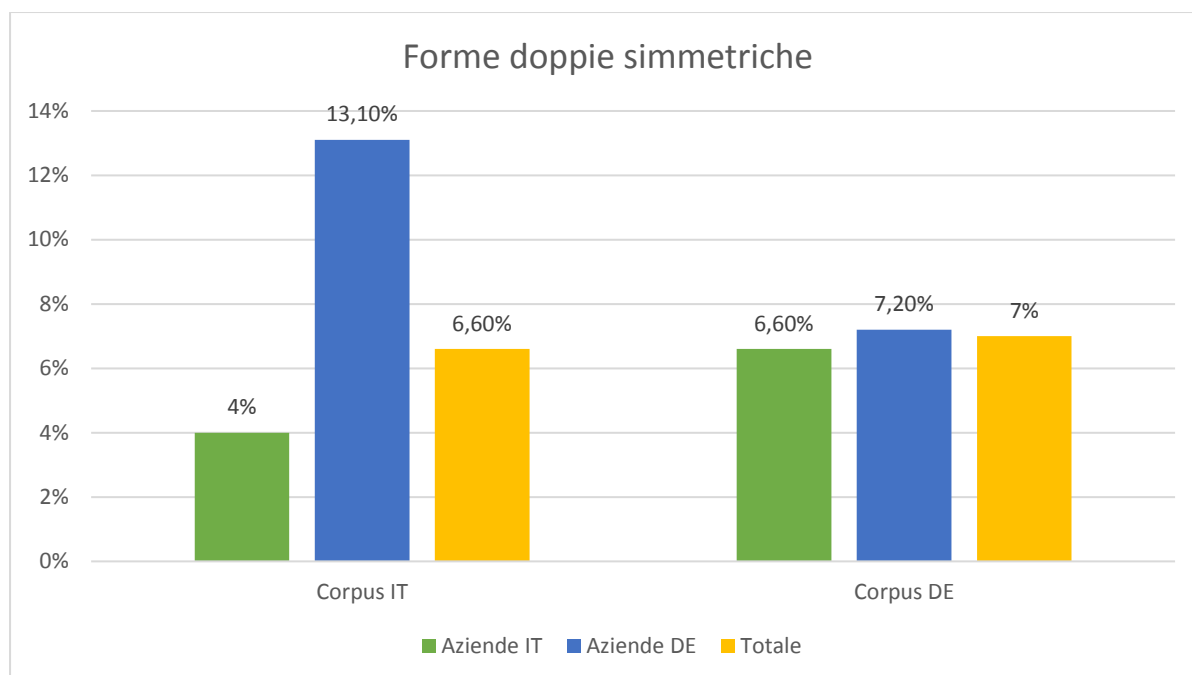
Vale la pena ricordare che, sebbene questa strategia non sia presente all'interno delle linee guida pubblicate in Germania, è di gran lunga la più frequente negli annunci di lavoro tedeschi. Il suo utilizzo è talmente diffuso che sembra essere ormai una prassi consolidata tra le strategie comunicative tipiche degli annunci di lavoro tedeschi. Il fatto che questa strategia si sia diffusa in modo così evidente, nonostante la maggior parte delle linee guida sull'argomento non la menzionino, unito al fatto che, le forme doppie simmetriche, sempre presenti tra le raccomandazioni sul linguaggio di genere, ricorrano solo nel 7% degli annunci tedeschi analizzati, ci porta a riflettere sulla reale efficacia delle linee guida sulle scelte

comunicative adottate dalle aziende. Si ha infatti l'impressione che le raccomandazioni consigliate nelle linee guida e le strategie di genere spesso adottate negli annunci di lavoro analizzati vadano in direzioni diverse, a volte addirittura opposte, probabilmente per rispondere a esigenze comunicative che, in molti casi, non solo non coincidono, ma sono in contrasto tra loro.

Alla luce dei risultati ottenuti, possiamo affermare che la prima ipotesi di ricerca, secondo cui negli annunci di lavoro tedeschi vengano utilizzate più frequentemente strategie di genere rispetto che in quelli italiani, risulta confermata per quanto riguarda le strategie di femminilizzazione e l'aggiunta di *m/f* e *f/m* al sostantivo maschile con funzione generica. Non risulta invece confermata per quanto riguarda le strategie di neutralizzazione. A tal proposito, precisiamo ancora una volta che, per questo gruppo di strategie il confronto tra i risultati ottenuti dall'analisi dei due corpora è stato molto limitato a causa di peculiarità linguistiche e comunicative dell'italiano e del tedesco.

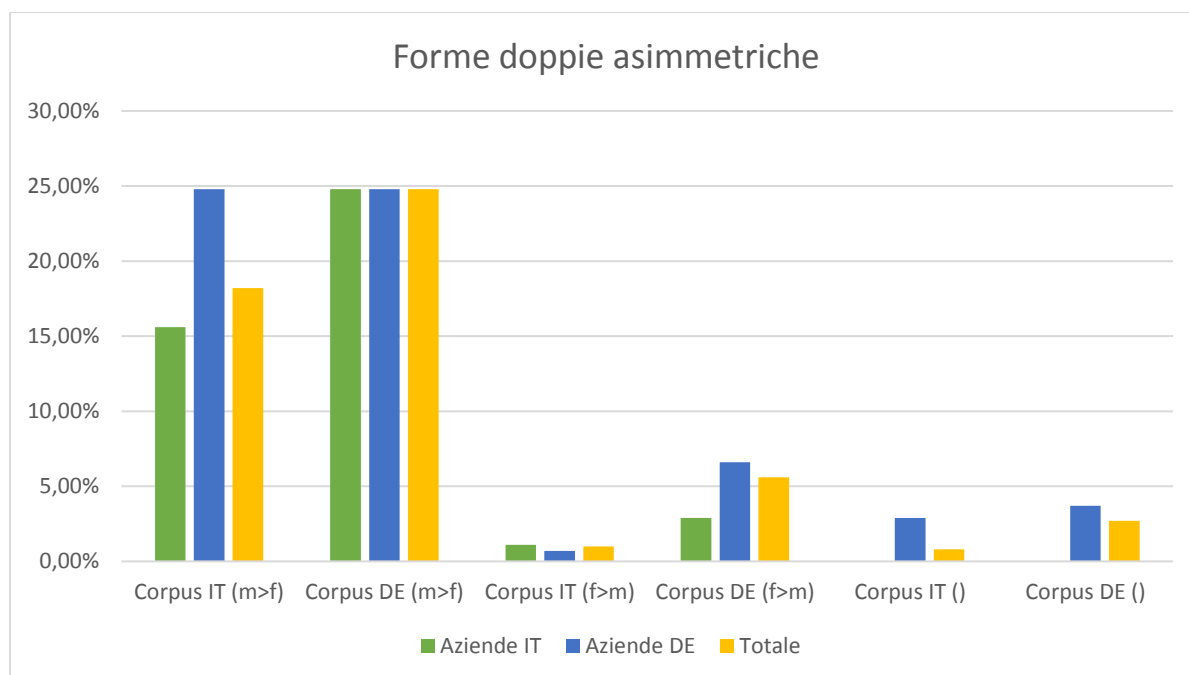
Passiamo ora alla seconda ipotesi di ricerca, secondo cui si presume che le aziende tedesche siano più attente all'utilizzo di un linguaggio di genere non solo in tedesco, ma anche in italiano e, viceversa, che le aziende italiane utilizzino meno frequentemente strategie di genere sia in italiano che in tedesco. Anche in questo caso, per confermare o rigettare l'ipotesi di partenza sono stati riportati alcuni grafici che riassumono i risultati ottenuti dall'analisi. Questa volta, però, oltre a riportare la percentuale degli annunci in cui ogni strategia è presente, sono state anche specificate le percentuali relative agli annunci pubblicati da aziende italiane e da aziende tedesche. Quest'ultimo dato tiene conto della composizione dei due corpora: ricordiamo, infatti, che nel corpus italiano 346 annunci sono pubblicati da aziende italiane e 137 sono pubblicati da aziende tedesche; mentre, in modo speculare, nel corpus tedesco 346 annunci sono pubblicati da aziende tedesche e 137 da aziende italiane.

GRAFICO 4: Forme doppie simmetriche (Aziende IT&DE)



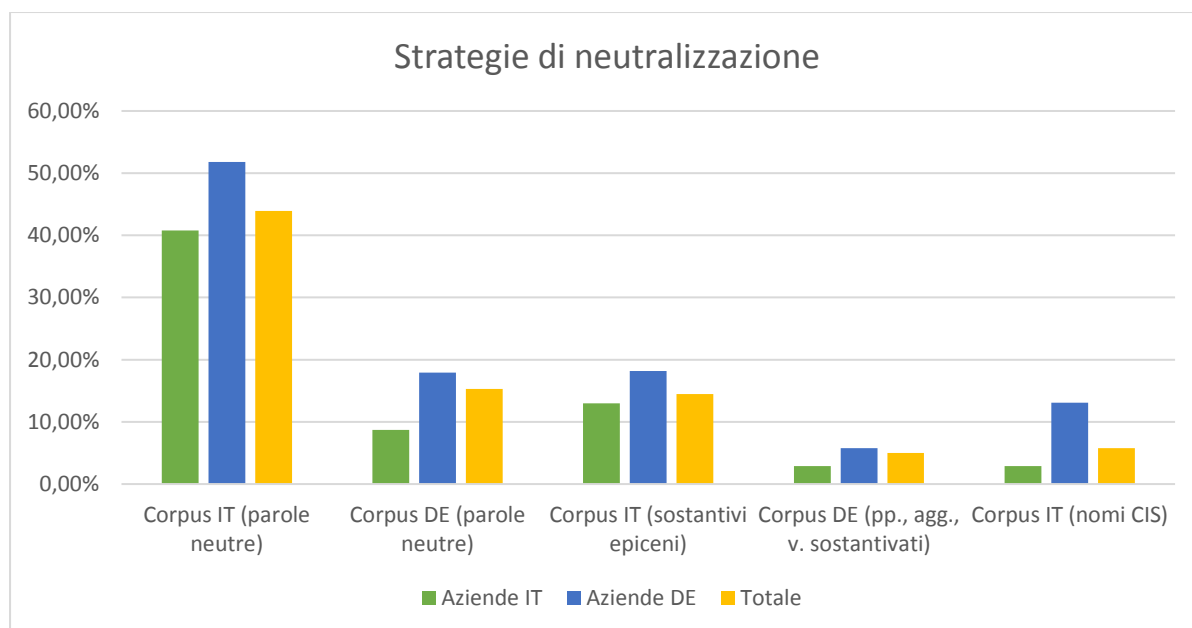
Per quanto riguarda le forme doppie simmetriche, osservando il grafico 4 risultano evidenti alcune differenze tra la composizione dei due corpora. Se nel corpus tedesco vi è una percentuale simile (circa il 7%) di annunci che contengono almeno una forma simmetrica sia tra quelli pubblicati da aziende italiane che tra quelli pubblicati da aziende tedesche, tale equilibrio non si riscontra nella composizione del corpus italiano. In questo caso, infatti, se guardiamo gli annunci pubblicati da aziende italiane, solo il 4% contiene almeno una forma simmetrica, mentre la percentuale sale al 13,1% se consideriamo quelli pubblicati da aziende tedesche.

GRAFICO 5: Forme doppie asimmetriche (Aziende IT&DE)



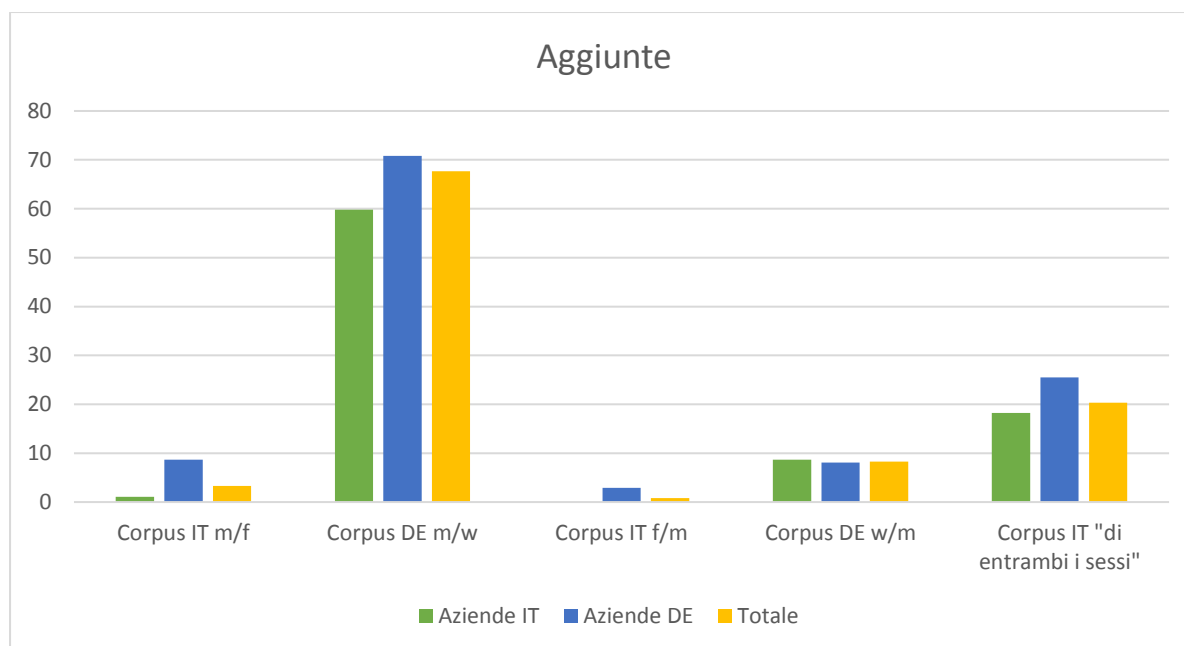
Passiamo ora ai tre tipi di forme doppie asimmetriche analizzate: osservando le prime sei colonne del grafico 5, si può notare una tendenza simile a quella evidenziata per le forme doppie simmetriche. Infatti, nel corpus tedesco, sia tra gli annunci pubblicati da aziende italiane che tra quelli pubblicati da aziende tedesche, vi è una percentuale simile (circa il 25%) di annunci che contengono almeno una forma doppia asimmetrica il cui genere dominante è il maschile. Questo equilibrio non si riscontra, però, nella composizione del corpus italiano, in cui circa il 15% degli annunci pubblicati da aziende italiane contiene almeno una forma doppia asimmetrica m>f (es. *candidato/a*) mentre, se consideriamo gli annunci pubblicati da aziende tedesche, si arriva quasi al 25%. Sempre in riferimento al grafico 4, vale la pena notare che in entrambi i corpora le forme doppie asimmetriche con parentesi appaiono solo in annunci pubblicati da aziende tedesche.

GRAFICO 6: Strategie di neutralizzazione



Passando ora alle strategie di neutralizzazione, sembra interessante notare che, sia nel corpus italiano che nel corpus tedesco, la percentuale di annunci pubblicati da aziende tedesche che contengono almeno una parola neutra è leggermente più alta rispetto alla percentuale di annunci pubblicati da aziende italiane. La stessa differenza, sebbene non molto cospicua, si ripropone anche per quanto riguarda le altre strategie di neutralizzazione, sia quelle presenti solo nel corpus italiano che quelle presenti solo nel corpus tedesco.

GRAFICO 7: Aggiunte *m/f*, *f/m*, di entrambi i sessi (Aziende IT&DE)



Passiamo ora all'ultimo tipo di strategia analizzata: dalle informazioni riportate nel grafico 7, si può constatare che le aggiunte *m/f*, *f/m*, *m/w* e *w/m* sono strategie prettamente tipiche degli annunci di lavoro tedeschi. Ciò non lo si nota solo dal fatto che le aggiunte *m/w* e *w/m* nel corpus tedesco sono estremamente più frequenti rispetto alle corrispettive *m/f* e *f/m* in italiano, ma anche dal fatto che sia nel corpus tedesco che in quello italiano queste aggiunte vengono maggiormente utilizzate all'interno di annunci di lavoro pubblicati da aziende tedesche. L'unica situazione di equilibrio si nota nell'uso della formulazione *w/m* nel corpus tedesco.

Infine, anche le formulazioni simili a *la ricerca è rivolta a candidati di entrambi i sessi* sono presenti in percentuale leggermente superiore negli annunci di lavoro pubblicati da aziende tedesche, piuttosto che in quelli pubblicati da aziende italiane.

Alla luce di quanto riportato nei grafici precedenti si può affermare che effettivamente le strategie di genere vengono utilizzate più frequentemente dalle aziende tedesche, piuttosto che da quelle italiane, sia negli annunci di lavoro tedeschi che in quelli italiani. Dai risultati ottenuti si può inoltre affermare che le aziende italiane utilizzano più spesso le strategie di

genere negli annunci di lavoro pubblicati in tedesco, piuttosto che in quelli pubblicati in italiano. Ciò è particolarmente evidente in riferimento all'aggiunta di *m/f* e del corrispettivo *m/w*; nel corpus italiano quest'aggiunta è presente solo nel 1,1% degli annunci pubblicati da aziende italiane, mentre, nel caso del corpus tedesco, la percentuale sale al 59,8%.

Come ampiamente illustrato nel primo capitolo di questa tesi, Italia e Germania hanno affrontato in modo molto diverso il tema “lingua e genere”, se infatti in Italia le raccomandazioni pubblicate nel 1987 da Alma Sabatini sono rimaste per lunghissimo tempo inascoltate, in Germania le richieste di rinnovamento della lingua in ottica di genere hanno trovato, sin dall'inizio degli anni '90, una risposta soddisfacente da parte di molte istituzioni. Alla luce di questa premessa, passiamo ora a interpretare alcuni dei risultati ottenuti inserendoli all'interno del contesto extralinguistico in cui gli annunci di lavoro in questione sono stati prodotti. Partiamo dall'Italia: non sorprende che ci sia, in linea generale, una scarsa consapevolezza legata all'importanza di utilizzare un linguaggio che dia uguale visibilità a donne e uomini, atteggiamento che, nella pratica, si traduce in una bassa frequenza di strategie di femminilizzazione all'interno del corpus italiano. Ciò che però sorprende è che solo il 20,3% degli annunci di lavoro italiani contiene una delle formulazioni che esplicitano che l'annuncio in questione si rivolge sia a donne che a uomini, nonostante tale esplicitazione sia stata resa obbligatoria dalla legge 125/1991 *Azioni positive per la realizzazione della parità uomo-donna nel lavoro*. Ricordiamo infatti che, a esclusione di questa norma, in Italia non esistono delle direttive vincolanti in materia di “lingua e genere”, se si escludono alcuni enti locali, come il territorio della Provincia di Bolzano in cui nel 2012 sono state pubblicate le *Direttive per il rispetto del genere nei testi dell'Amministrazione provinciale* e il Comune di Torino in cui nel 2017 sono state pubblicate le *Linee Guida per un utilizzo non discriminatorio del linguaggio in base al genere nell'attività amministrativa*. Le linee guida pubblicate negli ultimi anni da

varie istituzioni sia linguistiche che amministrative non hanno valore vincolante, la loro applicazione dipende, infatti, principalmente dalla sensibilità individuale di chi scrive.

Per quanto riguarda la Germania, dai risultati ottenuti sorprende che alcune strategie sempre presenti nelle linee guida pubblicate sin dai primi anni '90 siano in realtà scarsamente utilizzate; ci riferiamo, in particolare alle forme doppie simmetriche, presenti soltanto nel 7% degli annunci del corpus tedesco. Alla luce di ciò, si ha l'impressione che le raccomandazioni contenute nelle linee guida rispondano al principio di maggiore parità linguistica, mentre, le scelte linguistiche che caratterizzano gli annunci di lavoro rispondano al principio dell'economia linguistica. Il contrasto tra questi due principi è stato, ed è tuttora, uno degli argomenti più utilizzati da chi si oppone al rinnovamento della lingua in ottica di genere. Effettivamente sostituire in modo meccanico ogni forma di maschile generico con una forma doppia simmetrica renderebbe un testo artificioso e di difficile leggibilità. Nonostante ciò, non consideriamo questi due principi inconciliabili, anche sulla base di alcuni studi di psicolinguistica (Steiger, 2008; Steiger & Irmen, 2011) che hanno dimostrato che, alternando tutte le strategie di genere disponibili si possono creare testi che, oltre a essere fruibili e scorrevoli, garantiscono anche pari visibilità linguistica a donne e uomini.

Concludiamo questa sezione mettendo in relazione i risultati ottenuti, con alcuni studi di psicolinguistica che hanno analizzato proprio l'uso di strategie di genere e di forme di maschile generico in riferimento a nomi di professioni. Dai risultati di numerosi studi di psicolinguistica, alcuni dei quali descritti nel paragrafo 1.2.4.2.1 di questa tesi, risulta estremamente condiviso il fatto che il maschile con funzione generica venga in realtà percepito come maschile. Gygax et al affermano a tal riguardo che:

We demonstrated that the use of the masculine plural does not lead to a gender-open or gender-spread representation, but to a specifically male representation. [...] This finding has critical social implications, especially in relation to the acknowledgement

of women in society. We believe that our results show that the so-called generic use of the masculine biases gender representations in a way that is discriminatory to women. This is especially true as French and German newspapers still display some job announcements in the masculine form, therefore, we believe, suggesting that women are not suitable candidates (2008, p. 480).

Sempre in riferimento al maschile generico utilizzato per nomi che designano professioni, Sczesny, Formanowicz e Moser hanno affermato che:

The use of gender-unfair language, especially of masculine generics, restricts the visibility of women and the cognitive availability of female exemplars (Stahlberg et al., 2007), which may be disadvantageous for women (e.g., in personnel selection) (2016, p. 7).

When masculine forms are used it is women who are seen as less prototypical category exemplars, it is women who feel less adequate or are less preferred as job candidates (2016, p.8).

Inoltre, in un recente contributo, Horvath e Sczesny (2015) hanno dimostrato che l'aggiunta di *m/w (männlich/weiblich)* al sostantivo maschile con funzione generica non ha un impatto significativo nel ridurre l'associazione che c'è tra le donne e la loro presunta minore capacità rispetto agli uomini di occupare ruoli dirigenziali. Alla luce di ciò, possiamo quindi affermare che, laddove si specifichi con l'aggiunta *m/w* che l'annuncio in questione si riferisce a entrambi i generi, il messaggio trasmesso, in realtà, non garantisce pari visibilità, e quindi pari inclusione, a donne e a uomini, soprattutto se prendiamo in considerazione gli annunci per posizioni apicali. Citiamo infine le affermazioni di Vervecken & Hannover (2015, p. 88) che nella loro ricerca, illustrata nel paragrafo 1.2.4.2.1, inseriscono l'utilizzo della lingua di genere tra gli strumenti disponibili per far sì che aumenti la partecipazione femminile nelle professioni considerate tipicamente maschili:

Given that most languages employ grammatical gender, and have the linguistic devices to explicitly state both genders of jobholders (see Prewitt-Freilino et al., 2012), a language reform in the respective countries could contribute to reducing the skill shortage in traditionally male occupations in the long term, as it empowers young children to believe: “YES I CAN!”(Vervecken & Hannover, 2015, p. 88).

E con questa citazione che esplicita il fatto che una maggiore visibilità del genere femminile nella lingua possa portare a una maggiore partecipazione delle donne nel mercato del lavoro e a una riduzione di stereotipi e barriere che limitano questa partecipazione e, in alcuni casi, la ostacolano del tutto, si conclude l'interpretazione dei risultati ottenuti dall'analisi sugli annunci di lavoro.

5 Professioni al maschile e al femminile: un'analisi sui corpora itWaC e deWac¹⁰⁵

Tra le questioni che maggiormente interessano il dibattito su lingua e genere in Italia troviamo certamente la designazione delle donne con sostantivi maschili, in particolare quando svolgono ruoli e professioni di prestigio. Nonostante la lingua italiana ci offra tutti gli strumenti per declinare al femminile qualsiasi sostantivo, alcune forme femminili fanno fatica a entrare nell'uso comune; uno degli ostacoli più significativi alla diffusione di tali sostantivi è proprio il fatto che sono le stesse donne (o almeno la maggior parte) che svolgono ruoli e professioni di alto livello sociale a preferire di essere designate con forme maschili. Tra i fattori che spingono queste donne a prendere questa decisione potrebbe esserci un'asimmetria semantica tra tali forme femminili e i corrispondenti maschili. Da una prima osservazione sembrerebbe infatti che le forme femminili di molti sostantivi siano ancora associate a un'idea di subalternità da cui le donne, almeno in parte, si stanno a fatica distaccando, mentre le forme maschili degli stessi sostantivi sembrano piuttosto associati a prestigio e autorevolezza.

In Germania, invece, sebbene le forme femminili relative a professioni più e meno prestigiose siano ormai entrate ampiamente nell'uso, è stato messo in evidenza che, in alcuni casi, laddove vengono usate comunemente sia la forma maschile che quella femminile, la prima ha una connotazione più positiva e prestigiosa, mentre la seconda è di solito associata a ruoli più subordinati, come nella coppia *Direktor - Direktorin*, dove il sostantivo maschile indica un ruolo dirigenziale, mentre il sostantivo femminile si riferisce a un'impiegata senior in un negozio di moda (Bußmann & Hellinger, 2003: 154). Alla luce di queste premesse, la presente analisi si propone di analizzare se e in quale misura alcuni dei sostantivi femminili designanti

¹⁰⁵L'analisi sul corpus itWaC è ripresa da Nardone, 2016.

ruoli e professioni siano effettivamente caratterizzati da un'asimmetria semantica peggiorativa rispetto ai corrispettivi maschili.

5.1 Ipotesi di ricerca e metodologia

Secondo il presupposto di partenza si ipotizza che nell'italiano standard ci siano ancora degli stereotipi sociali e culturali secondo cui, ad esempio, se si usa la parola *segretaria*, ci si riferisce a una donna “che in un ufficio, in una azienda, in una società, svolge incarichi di fiducia di vario tipo per conto di un superiore” e, invece, se si usa la parola *segretario*, ci si riferisce a “una persona che ha alte cariche e adempie importanti funzioni della vita pubblica”¹⁰⁶. Si ipotizza, quindi, la presenza di asimmetrie semantiche di genere tra l'utilizzo della forma femminile e maschile di alcuni sostantivi.

Per il tedesco si ipotizza in modo simile che, nonostante le forme femminili riferite a professioni siano state accettate senza problemi e vengano utilizzate trasversalmente, siano caratterizzate da asimmetrie semantiche peggiorative rispetto ai corrispettivi maschili, così come messo in evidenza da Bußmann & Hellinger (2003).

Per confermare o rigettare l'ipotesi sull'italiano è stato deciso di analizzare, attraverso gli strumenti della linguistica dei corpora, alcuni sostantivi femminili che a una prima osservazione risultano incontrare una maggiore resistenza nell'uso. Per ragioni di completezza si è scelto di analizzare anche i corrispondenti maschili, in modo da poter meglio evidenziare, attraverso un'ottica comparativa, differenze e similitudini tra l'uso delle forme femminili e maschili prese in considerazione.

Per il tedesco, dato che l'uso diffuso delle forme femminili non suggerisce che ci siano sostantivi femminili particolarmente problematici, si è optato per analizzare sostantivi tedeschi

¹⁰⁶ Entrambi le definizioni di *segretaria* e *segretario* sono riprese dal vocabolario on-line Treccani.

traducenti dei sostantivi italiani¹⁰⁷, selezionati in modo da poter garantire un miglior confronto tra i risultati ottenuti. Nel caso in cui per questioni che verranno illustrate in seguito non è stato possibile scegliere un traduceute del sostantivo italiano, è stato incluso nell'analisi un sostantivo riferito a un'altra professione appartenente allo stesso ambito lavorativo.

Le analisi sono state condotte all'interno di itWaC e deWaC, due dei corpora di maggiori dimensioni attualmente disponibili per l'italiano e per il tedesco: sono costituiti da testi scaricati con metodi automatici dal web e contengono ognuno più di un miliardo e mezzo di parole. I corpora sono stati consultati e analizzati attraverso il software Sketch Engine. Nello specifico, la ricerca si è focalizzata sulla frequenza d'uso e sui collocati¹⁰⁸ dei sostantivi elencati nelle tabelle 1 e 2 per l'italiano e nella tabella 3 per il tedesco.

TABELLA 1: Frequenze d'uso dei sostantivi femminili e maschili analizzati (itWaC)

	Sostantivo femminile	Frequenza d'uso	Sostantivo maschile	Frequenza d'uso
1	Architetta	232 (0,12 per milione)	Architetto	22.443 (11,75 per milione)
2	Collaboratrice	2.731 (1,40 per milione)	Collaboratore	32.981 (17,27 per milione)
3	Chirurga	50 (0,03 per milione)	Chirurgo	7.524 (3,90 per milione)

¹⁰⁷ Per individuare con accuratezza i traducenti tedeschi per i sostantivi italiani sono state consultate le banche dati IATE e Bistro.

¹⁰⁸ Per collocati si intendono "parole che tendono ad occorrere con la parola cercata in maniera statisticamente significativa." Baroni, "Corpora di italiano."

4	Direttrice	11.049 (5,80 per milione)	Direttore	273.887 (143,43 per milione)
5	Funzionaria	674 (0,35 per milione)	Funzionario	33.466 (17,50 per milione)
6	Ingegnera	43 (0,02 per milione)	Ingegnere	18.875 (9,90 per milione)
7	Magistrata	50 (0,03 per milione)	Magistrato	36.144 (18,90 per milione)
8	Medica	0	Medico	118.142 (61,90 per milione)
9	Notaia	0	Notaio	14.887 (7,80 per milione)
10	Procuratrice	120 (0,06 per milione)	Procuratore	39.399 (20,63 per milione)
11	Rettrice	18 (0,01 per milione)	Rettore	25.866 (13,50 per milione)
12	Revisora	8 (0,00 per milione)	Revisore	4.121 (2,20 per milione)

14	Segretaria	9.530 (4,99 per milione)	Segretario	153.740 (80,51 per milione)
----	------------	--------------------------	------------	-----------------------------

Per quanto riguarda i sostantivi inseriti in tabella 1 è la linguista Cecilia Robustelli che nella guida *Donne, grammatica e media*, redatta per l'associazione Gi.U.Li.A, inserisce questi nomi fra quelli che incontrano maggiore "resistenza alla declinazione al femminile" (2014:28). I sostantivi *segretaria* e *collaboratrice* sono stati invece selezionati perché, dalla lettura di articoli attinenti al tema lingua e genere sono risultati spesso al centro del dibattito.

Osservando i dati riportati in tabella 1, si possono delineare due gruppi di sostantivi femminili: *collaboratrice*, *direttrice* e *segretaria* hanno infatti una frequenza d'uso relativamente più alta, mentre tutti gli altri sono caratterizzati da frequenze estremamente basse e in due casi totalmente nulle (*medica* e *notaia*).

L'analisi sulla possibile asimmetria semantica tra forme maschili e femminili è stata estesa per quanto riguarda l'italiano anche ai sostantivi riportati in tabella 2: si tratta di forme controverse già dai tempi di Alma Sabatini che, infatti, proponeva di "evitare di femminilizzare con il suffisso *-essa* sostantivi riferiti a professioni e cariche il cui femminile può esser formato senza recar disturbo alla lingua." (1987: 116). Ci è sembrato opportuno includere nell'analisi le forme riportate in tabella 2 sia per constatare, per ognuno dei sostantivi analizzati, quale delle due forme femminili fosse la più utilizzata nel corpus itWaC, sia per indagare sulle eventuali differenze di uso e connotazione tra le due forme femminili e il corrispondente maschile, ricalcando quindi l'analisi effettuata per i sostantivi inseriti in tabella 1.

TABELLA 2: Frequenze d’uso dei sostantivi maschili e femminili analizzati (con e senza suffisso in –essa) (itWaC)

	Sostantivo femminile	Frequenza d’uso	Sostantivo femminile con suffisso derivazionale	Frequenza d’uso	Sostantivo maschile	Frequenza d’uso
1	Avvocata	461 (0,24 per milione)	Avvocatessa	815 (0,43 per milione)	Avvocato	59.763 (31,30 per milione)
2	Dottora	21 (0,01 per milione)	Dottoressa	11.345 (5,94 per milione)	Dottore	28.042 (14,69 per milione)
3	Professora	8 (0,00 per milione)	Professoressa	7.382 (3,87 per milione)	Professore	79.732 (41,75 per milione)
4	Sindaca	395 (0,21 per milione)	Sindachessa	92 (0,05 per milione)	Sindaco	183.398 (96,04 per milione)

Dai dati riportati in tabella 2 si può notare una tendenza già messa in evidenza per le forme incluse nella tabella 1; ossia la presenza di due sostantivi femminili con una frequenza d’uso relativamente più alta (*dottoressa* e *professoressa*) e un secondo gruppo caratterizzato da frequenze estremamente basse.

TABELLA 3: Frequenze d’uso dei sostantivi femminili e maschili analizzati (deWaC)

	Sostantivo femminile	Frequenza d’uso	Sostantivo maschile	Frequenza d’uso
1	Architektin	1.405 (0,86 per milione)	Architekt	13.354 (8,20 per milione)

2	Ärztin	10.408 (6,40 per milione)	Arzt	113.874 (70,00 per milione)
3	Assistentin	3.463 (2,13 per milione)	Assistent	6.950 (4,30 per milione)
4	Beamtin	2.904 (1,80 per milione)	Beamter	8.282 (5,10 per milione)
5	Chirurgin	286 (0,18 per milione)	Chirurg	2.770 (1,70 per milione)
6	Direktorin	4.749 (2,90 per milione)	Direktor	39.702 (24,40 per milione)
7	Dozentin	2.223 (1,40 per milione)	Dozent	7.044 (4,30 per milione)
8	Funktionärin	116 (0,07 per milione)	Funktionär	1.735 (1,10 per milione)
9	Ingenieurin	488 (0,30 per milione)	Ingenieur	7.827 (4,80 per milione)
10	Kontrollleurin	68 (0,04 per milione)	Kontrollleur	683 (0,40 per milione)
11	Notarin	387 (0,24 per milione)	Notar	12.577 (7,70 per milione)

12	Polizistin	1.630 (1,00 per milione)	Polizist	10.788 (6,60 per milione)
13	Präsidentin	13.302 (8,20 per milione)	Präsident	128.478 (79,00 per milione)
14	Professorin	5.344 (3,28 per milione)	Professor	94.336 (58,00 per milione)
15	Rechtsanwältin	3.967 (2,40 per milione)	Rechtsanwalt	32.456 (19,90 per milione)
16	Rektorin	2.293 (1,41 per milione)	Rektor	15.345 (9,40 per milione)
17	Staatsanwältin	1.344 (0,80 per milione)	Staatsanwalt	9.915 (6,10 per milione)

Per quanto riguarda i sostantivi analizzati nel corpus deWaC riportati in tabella 3, bisogna innanzitutto precisare che, poiché questa analisi si concentra sulle forme singolari di sostantivi femminili e maschili designanti professioni, è stato necessario escludere dall'analisi alcuni sostantivi tedeschi caratterizzati dalla stessa forma per il singolare e per il plurale, e cioè *Bürgermeister*, *Mitarbeiter*, *Prüfer* e *Richter*, in quanto, in questi casi, Sketch Engine non permette di distinguere tra le occorrenze singolari e plurali di uno stesso sostantivo. I quattro sostantivi sono stati sostituiti con altri sostantivi caratterizzati da forme diverse per il singolare e per il plurale e cioè: *Kontrolleur*, *Polizist*, *Präsident* e *Beamter* che, insieme alle relative forme femminili sono state incluse nell'analisi. In questi casi non è stato quindi possibile scegliere traducanti dei sostantivi italiani corrispondenti, ma sono stati inclusi nell'analisi sostantivi che si riferiscono a professioni appartenenti a ambiti lavorativi il più possibile attinenti ai termini che si sono dovuti escludere. Inoltre, poiché il sostantivo *Sekretär* può riferirsi sia a "jemand, der für jemanden, besonders für eine Führungskraft oder eine [leitende] Persönlichkeit des öffentlichen Lebens, die Korrespondenz abwickelt und technisch-

organisatorische Aufgaben erledigt“, o a „leitender Funktionär einer Organisation o a „Beamter des mittleren Dienstes“, ma anche a “schrank- oder kommodenartiges Möbelstück mit auszieh- oder herausklappbarer Schreibplatte”¹⁰⁹, per evitare di inserire nell’analisi anche occorrenze relative all’ultimo significato, è stato scelto di sostituirlo con i sostantivi *Assistent* e *Funktionär*. Si è deciso di sostituire un termine, ossia *Sekretär*, con due termini, ossia, *Assistent* e *Funktionär* in modo da includere nell’analisi entrambe le prime due accezioni della parola *Sekretär*: *Assistent* fa infatti riferimento a “jemand, der für jemanden, besonders für eine Führungskraft oder eine [leitende] Persönlichkeit des öffentlichen Lebens, die Korrespondenz abwickelt und technisch-organisatorische Aufgaben erledigt“, mentre *Funktionär* si riferisce all’accezione „leitender Funktionär einer Organisation o a „Beamter des mittleren Dienstes“.

Vi è inoltre consapevolezza del fatto che alcuni sostantivi tedeschi sono traducenti parziali dei sostantivi italiani, in quanto, ad esempio, la coppia *Arzt/Ärztin* non include tutti i significati di *dottore/dottoressa*; cosa che si verifica, ad esempio, anche per le coppie *Professor/Professorin* e *professore/professoressa*. Osservando i sostantivi riportati in tabella 3 possiamo notare che, effettivamente, le forme femminili sono ampiamente diffuse nel tedesco; la frequenza di ogni forma femminile dipende, infatti, in primo luogo, dalla relativa frequenza del sostantivo maschile corrispondente.

Tornando ora a descrivere il metodo adottato, si precisa che per ognuno dei sostantivi inclusi nell’analisi sono stati riportati i collocati lessicali più frequenti compresi nell’ intervallo tra +3 e -3, secondo il parametro t-score.¹¹⁰ Inizialmente, si era scelto di analizzare i primi trenta collocati sia dei sostantivi femminili che dei sostantivi maschili, in modo da avere una visione il più possibile ampia sulle principali aree semantiche che potevano essere associate ai

¹⁰⁹ Tutte le definizioni di *Sekretär* sono tratte dalla versione on-line del dizionario Duden.

¹¹⁰ “T-score statistic calculates the co-occurrence frequencies expected from corpus frequencies, and compares this with the actual number of co-occurrences”. Jaworska e Krishnamurthy (2012: 409).

sostantivi in questione. Per quanto riguarda la parte italiana, è stato tuttavia possibile rispettare tale soglia solo per i sostantivi *collaboratrice*, *direttrice*, *segretaria*, *dottoressa* e *professoressa*, oltre che per i corrispettivi maschili. Per i sostantivi femminili a bassa frequenza il numero di collocati da poter prendere in considerazione è stato ridotto a cinque. Infine, per i sostantivi femminili non presenti nel corpus o presenti in numero limitatissimo, non è stata svolta alcuna analisi nemmeno sui corrispondenti maschili, data la natura comparativa di questa ricerca. Per la parte tedesca, nonostante il numero delle frequenze dei sostantivi femminili avrebbe permesso di analizzare i primi trenta collocati lessicali per quasi tutte le forme incluse in tabella 3, per rispettare l'ottica contrastiva della ricerca è stato deciso di limitare l'analisi dei primi trenta collocati solo ai sei sostantivi che maggiormente si avvicinano semanticamente a quelli inclusi nell'analisi italiana, e cioè: *Arzt/Ärztin*, *Direktor/Direktorin*, *Professor/Professorin*, *Assistent/Assistentin* e *Beamter/Beamtin*. Inoltre, sempre per garantire una maggiore comparabilità tra i risultati, sono stati analizzati i primi cinque collocati delle coppie *Architekt/Architektin*, *Chirurg/Chirurgin*, *Rechtsanwalt/Rechtsanwältin*, *Staatsanwalt/Staatsanwältin*, essendo questi i sostantivi tedeschi che maggiormente si avvicinano ai sostantivi italiani per cui tale analisi è stata possibile.

5.2 Risultati

Per quanto riguarda i risultati, verranno analizzati prima quelli ottenuti dal corpus itWaC e, successivamente, quelli relativi alla parte tedesca, ottenuti dal corpus deWaC.

L'analisi dei sostantivi femminili e maschili sul corpus itWaC ha prodotto risultati particolarmente interessanti che, da una parte, hanno confermato l'ipotesi iniziale secondo cui forme maschili e femminili di uno stesso sostantivo possono essere caratterizzate da asimmetrie semantiche e, dall'altra, hanno rivelato tendenze ricorrenti sfuggite alla mera osservazione della lingua. Come infatti ha notato Alan Partington:

Corpus technology helps find other examples of a phenomenon one has already noted.

At the other extreme, it reveals patterns of use previously unthought of. In between, it can reinforce, refute or revise a researcher's intuition and show them why and how much their suspicions were grounded (2003:12).

Partiamo dai risultati relativi ai cinque sostantivi femminili con frequenze d'uso relativamente più alte, ossia *segretaria*, *direttrice*, *collaboratrice*, *dottoressa* e *professoressa*. Per quanto riguarda *segretaria* e *segretario* i due sostantivi appaiono nel corpus in un rapporto di 1 a 16. Osservando i trenta collocati più frequenti di *segretaria* e di *segretario* e il loro contesto d'uso risulta evidente che *segretario* non è mai associato al ruolo subalterno di persona "che in un ufficio, in una azienda, in una società, svolge incarichi di fiducia di vario tipo per conto di un superiore," ma sempre al "titolo di persone che hanno alte cariche e adempiono importanti funzioni della vita pubblica."¹¹¹ Tra i collocati più frequenti appaiono infatti: *generale*, *CGIL*, *Stato*, *nazionale*, *DS*, *comunale*, *provinciale*, *senatore*, *Presidente*, *CISL*, *Consiglio*, *Nazioni*, *UIL*, *Prof.*, *partito*, *confederale*, *ONU*, *americano*, *Commissione*. Appartenendo tutte queste parole ai campi semantici della politica, delle istituzioni e delle organizzazioni internazionali, si può affermare che quando *segretario* appare nelle immediate vicinanze di tali parole ci si sta riferendo a un ruolo di prestigio e autorevolezza. Tra i trenta collocati più frequenti di *segretaria* troviamo, anche in questo caso, parole appartenenti alla politica e alle istituzioni (in particolare in riferimento ai sindacati), come ad esempio: *CGIL*, *generale*, *confederale*, *nazionale*, *provinciale*, *regionale*, *CISL*, *Amnesty*, *Stato*, *Associazione*. In tutti i casi in cui *segretaria* co-occorre con le parole sopra elencate, non vi è asimmetria semantica tra l'uso di *segretario* e *segretaria*. Bisogna però soffermarsi su altre tendenze delineabili, andando ad analizzare gli altri collocati di *segretaria*. Prima di tutto si nota una presenza di nomi e cognomi più cospicua rispetto a quelli che appaiono come collocati di

¹¹¹ Entrambe le definizioni sono prese dal Vocabolario online di Treccani.

segretario, tendenza che, come approfondiremo di seguito, sarà riscontrabile anche nell'uso di altri sostantivi femminili analizzati. Si può inoltre osservare un altro aspetto particolarmente rilevante: molto spesso *segretaria*, al contrario di *segretario*, indica un ruolo subalterno e non un ruolo di prestigio. In particolare quando co-occorre con le seguenti parole: *ufficio, redazione, impiegata, personale, lavoro, scuola, studio, ex, azienda, nuova, scuola e giovane*. Inoltre, in alcuni casi in cui co-occorre con *ufficio, segretaria* assume il senso di un attributo, di qualcosa di posseduto da qualcuno rispetto a una funzione (di solito politica). Infine, tra i collocati più frequenti di *segretaria* troviamo anche *giovane*, un aggettivo che viene utilizzato spesso con i sostantivi femminili analizzati, ma non appare mai tra i collocati più frequenti delle forme maschili.

Passiamo ora ad analizzare più nello specifico il modo in cui *direttrice* e *direttore* vengono utilizzati nel corpus itWaC.¹¹² Prima di tutto bisogna sottolineare il rapporto tra le rispettive frequenze d'uso, che è di circa 1 a 25. Per quanto riguarda i collocati di *direttrice*, quasi tutti fanno riferimento ad aree semantiche professionali, soprattutto culturali, tra cui alcune di particolare prestigio: *biblioteca, centro, museo, didattica, scuola, generale, rivista, istituto, carcere, nazionale, dipartimento*. Da una prima analisi dei collocati di *direttrice*, sembrerebbe che l'uso di questo sostantivo faccia riferimento a ruoli di prestigio ricoperti da donne, in particolare all'interno del mondo culturale. Il corrispettivo *direttore* ha invece per collocati più frequenti le seguenti parole: *generale, dipartimento, istituto, responsabile, artistico, ufficio, lavori, centro, amministrativo, tecnico, ex, regionale, incarico, agenzia, sanitario, nuovo, nominato, orchestra, nomina, rivista, editoriale, vice*. Dal confronto fra i due emergono alcune significative tendenze. Innanzitutto tra i collocati di *direttore* non ci sono riferimenti al mondo scolastico. In secondo luogo, lo spettro di aree semantiche in cui compare

¹¹² Sono state escluse dall'analisi tutte le occorrenze in cui *direttrice* ha il significato di "linea direttiva lungo la quale si muove un'azione militare (detta anche *d. di marcia*) o politica" e di "linea che rappresenta una direzione predominante." Entrambe queste definizioni sono tratte dal Vocabolario on-line di Treccani.

la parola *direttrice* è estremamente più limitato rispetto alle aree in cui appare *direttore*. Se *direttrice* appare soprattutto in riferimento a contesti culturali (*scuola, museo, biblioteca, etc.*), con *direttrice del carcere* a rappresentare l'unica eccezione, per *direttore* si spazia dall'ambito tecnico all'ambito sanitario, dal mondo della cultura a quello politico-istituzionale. Inoltre, poiché anche nel caso di *direttrice*, così come per *segretaria*, appaiono, tra le parole più frequenti, alcuni nomi e cognomi, sembra delineabile una tendenza secondo cui, quando si usano le forme femminili con una connotazione di prestigio, ci si sofferma su storie individuali, su donne che hanno 'sfondato il soffitto di cristallo' piuttosto che utilizzarle per riferirsi al vero e proprio ruolo professionale, ambito in cui sembra evidente che il maschile la faccia ancora da padrone. Tale tendenza sarà osservabile anche per altri sostantivi che verranno analizzati in seguito.

Passiamo ora ad analizzare l'uso della coppia di sostantivi *collaboratrice* e *collaboratore*. Anche in questo caso sembra significativo che appaiano in un rapporto di 1 a 12. Le parole che più frequentemente co-occorrono con *collaboratrice* sono: *domestica, scolastica, familiare, stretta, preziosa, lavoro, rivista, amica, giovane, anni, esterna, giornalista, riviste, nuova, ex, collaboratore, moglie, allieva, valida, didattica, principale, centro, fedele*. Dall'analisi di questi collocati sembrano emergere varie aree semantiche: c'è quella della cura con *domestica* e *familiare* e quella della scuola e del giornalismo, rispettivamente con *scolastica, didattica* e con *rivista, giornalista, riviste*. E inoltre sembra delinearsi una tendenza secondo la quale si va a indicare un rapporto stretto, intimo tra la *collaboratrice* in questione e un'altra persona (*stretta, preziosa, amica, moglie, allieva, fedele*). È importante notare inoltre come l'aggettivo *giovane* appaia di nuovo tra le parole associate con maggiore frequenza al sostantivo femminile. Infine c'è il dato per il quale esistono casi in cui *collaboratrice* appare nelle immediate vicinanze di *collaboratore*: si tratta di annunci di lavoro in cui è stata utilizzata la formulazione doppia per riferirsi simmetricamente a donne e

uomini. Passiamo ora ad analizzare i collocati di *collaboratore: professionale, posto, tecnico, posti, sanitario, amministrativo, scolastico, profilo, stretto, giustizia, categoria, infermiere, progetto, fisso, area, qualifica, operatore, esperto, amico, tempo, saltuario, indeterminato, diventare, amministrazione, tecnico, assistente, rivista, vicario*. Ad esclusione di poche parole (*giustizia, stretto, amico*), tutti gli altri collocati sono chiaramente associati ad ambiti lavorativi e professionali. Come per *direttore*, anche in questo caso si spazia in varie aree professionali (sanitaria, scolastica, amministrativa, tecnica). Ci sono anche molti termini trasversali alle singole aree professionali, come *posto, posti, profilo, categoria, area, qualifica, diventare, tempo*, etc. utilizzati in documenti e testi giuridici e amministrativi oltre che in annunci di lavoro in cui ci si riferisce, in genere, non a una singola persona di sesso maschile, ma a un target indistinto di donne e uomini, in cui il maschile ha una funzione generica. In conclusione, anche *collaboratore* e *collaboratrice* sono utilizzati con un'evidente asimmetria semantica: il femminile riguarda solo pochissimi contesti lavorativi (cura, scuola, giornali), mentre il maschile si riferisce sia a individui di sesso maschile, che, più spesso, alla carica, al ruolo, alla funzione in svariate aree professionali.

Così arriviamo a *dottoressa* e *dottore*¹¹³. Il rapporto di frequenza d'uso, qui, è di 1 a 2,5. Tra i trenta collocati lessicali più frequenti di *dottoressa* ben 17 sono nomi propri di donne, fatto che sembra indicare che il sostantivo femminile venga utilizzato più frequentemente come appellativo a singole donne rispetto che per designare un titolo di studio o una professione. Ancora ecco *giovane* fra i collocati più frequenti e per quello che concerne gli aggettivi più utilizzati con la forma femminile troviamo *cara* e *gentile*. Per la forma maschile troviamo però anche *egregio*, aggettivo che più di *caro* e *gentile*, dona un'aura di prestigio e autorevolezza al sostantivo a cui si riferisce. Andando a guardare molti dei collocati lessicali più frequenti di

¹¹³ La forma femminile *dottora* è stata esclusa dall'analisi dei collocati a causa del bassissimo numero (21) di occorrenze presenti nel corpus.

dottore (titoli, commercialista, agronomo, professione, forestale, diploma, professioni, legge, scienze, medico, medicina), risulta che il sostantivo maschile, a differenza del corrispondente femminile, indica spesso professioni svolte, titoli posseduti e ruoli ricoperti non solo da uomini, ma anche da donne. Tuttavia, la presenza delle donne in questi ambiti lavorativi e sociali viene celata quasi totalmente nella lingua attraverso l'uso del maschile con funzione generica.

Per quanto riguarda invece i sostantivi *professoressa* e *professore*, bisogna innanzitutto precisare che sono presenti nel corpus in un rapporto di 1:11¹¹⁴. Andando a osservare più da vicino i collocati di *professoressa* si può notare una tendenza già messa in evidenza per *dottoressa*, ossia l'alta presenza di nomi propri femminili tra i collocati lessicali più frequenti, in questo caso ben 10 su 30. Un fatto positivo è il riferimento, tra i collocati più frequenti, a due grandi scienziate italiane ossia Rita Levi Montalcini e Margherita Hack. L'aggettivo *giovane* è presente ancora una volta tra i collocati lessicali del sostantivo femminile, ma non tra quelli del sostantivo maschile.

Inoltre per i collocati più frequenti di *professore* e *professoressa* si può notare una sorta di opposizione binaria tra il mondo scolastico associato al sostantivo *professoressa* e il mondo universitario associato al sostantivo *professore*. Tra i collocati di *professoressa* troviamo infatti: *italiano, storia, matematica, lettere, scuola, inglese, scienze, medie* e solo un collocato che rimanda al mondo universitario, ossia *università*. Tra i collocati di *professore* troviamo, tra gli altri, *universitario, posto, ruolo, associato, ordinario, università, contratto, emerito, straordinario, ricercatore, diritto, storia, filosofia, settore, incaricato, reclutamento, facoltà*. Se da un lato quest'asimmetria semantica conferma un'asimmetria sociale ed economica purtroppo presente nella nostra società, dall'altro probabilmente la rafforza, perché se è vero che il numero delle donne che lavorano nel mondo accademico diminuisce man mano che si

¹¹⁴ Si specifica che la forma femminile *professoressa* è presente nel corpus in numero talmente limitato (8) che non è stato possibile includerla nell'analisi dei collocati.

sale verso posizioni apicali, l'uso preponderante del maschile generico fa sì che diventino invisibili.¹¹⁵

Passiamo ora ai sostantivi caratterizzati da frequenze d'uso più basse all'interno nel corpus itWaC, per cui si riscontrano delle tendenze trasversali: per quanto riguarda *architetta*, *procuratrice*, *chirurga*, *avvocata* e *avvocatessa* che appaiono nel corpus in un rapporto di 1 a 97, 1 a 339, 1 a 150, 1 a 130 e 1 a 73 con i corrispettivi maschili, si può notare che la maggior parte dei riferimenti sono a donne straniere che hanno raggiunto fama e successo internazionale. In particolare sono menzionate più volte l'architetta Zaha Hadid, la chirurga Maria Siemionow, la procuratrice Carla del Ponte e le avvocate Shirin Ebadi ed Eren Keskin. Solo tra i collocati più frequenti di *sindaca* troviamo la presenza di due donne italiane, due ex-sindache in questo caso, ossia Rosa Russo Iervolino ed Ersilia Salvato. È interessante notare che cinque tra le sette donne che compaiono frequentemente con i sostantivi femminili analizzati siano straniere, fatto probabilmente dovuto all'utilizzo quasi indiscusso di sostantivi maschili quando a raggiungere potere, prestigio e successo, anche internazionale, ci siano donne italiane. Infine, risulta necessario specificare che per i sostantivi *ingegnera* (43), *magistrata* (50), *medica* (0), *notaia* (10), *rettrice* (18) *revisora* (8) e *sindachessa* (92) non è stato possibile effettuare alcuna analisi comparativa a causa del numero estremamente basso o a volte nullo delle occorrenze presenti nel corpus.

Passiamo ora ai risultati ottenuti dall'analisi sui collocati dei sostantivi all'interno del corpus deWaC. Questa analisi ha prodotto risultati interessanti e variegati che, solo in pochissimi casi hanno confermato parzialmente l'ipotesi iniziale secondo cui le forme maschili e femminili dei sostantivi analizzati sono caratterizzate da asimmetrie semantiche. D'altra

¹¹⁵ “Nel 2014 si osserva che la percentuale di donne nelle diverse fasce accademiche si attesta al: 50,6% per i titolari di assegni di ricerca; 45,9% per i ricercatori universitari; 35,6% per i professori associati; 21,4% per i professori ordinari”. Elaborazioni su banche dati MIUR, DGCASIS – Ufficio VI Statistica e Studi, Focus: le carriere femminili nel settore universitario, 5.

parte, l'analisi ha, però, permesso di far emergere altri tipi di differenze d'uso tra le forme maschili e femminili dei sostantivi analizzati, differenze che hanno messo in evidenza quanto il tedesco sia, in parte, ancora oggi una lingua androcentrica.

Partiamo dalle cinque coppie di sostantivi di cui sono stati analizzati i primi trenta collocati lessicali, ossia: *Assistentin/Assistent*, *Direktorin/Direktor*, *Beamtin/Beamter*, *Ärztin/Arzt* e *Professorin/Professor*. I primi due sostantivi analizzati, ossia *Assistentin* e *Assistent*, appaiono nel corpus in un rapporto di 1 a 2. Tra i trenta collocati lessicali più frequenti di *Assistentin*, ne troviamo otto (*Ausbildungsgang*, *Assistent*, *Technische*, *Ausbildung*, *geprüfte*, *technische*, *Assistenten* e *Technischer*) che si riferiscono a qualifiche e requisiti richiesti per candidarsi a un determinato posto di lavoro. In tutti questi casi il sostantivo *Assistentin* fa parte di forme doppie in cui è espressa anche la corrispondente forma maschile *Assistent*. Inoltre, sette collocati rientrano nell'ambito semantico universitario, ossia *wissenschaftliche*, *Wissenschaftliche*, *Institut*, *Lehrstuhl*, *Dr.*, *Wiss.*, *Universität*. Due collocati si riferiscono invece al mondo aziendale, e cioè *Geschäftsleitung* e *Geschäftsführung*. Sembra inoltre interessante che tra i primi trenta collocati troviamo sia *seine*, *seiner* che anche *ihre* e *ihrer*, fatto che suggerisce che le persone per cui queste assistenti lavorano sono, nei casi analizzati, sia donne che uomini. Infine, sottolineiamo che tra i collocati più ricorrenti di *Assistentin* troviamo *Sekretärin*. Nella maggior parte delle occorrenze i due sostantivi sono considerati sinonimi, il cui uso sembra essere praticamente intercambiabile. Per quanto riguarda i collocati di *Assistent*, ben dodici su trenta rientrano nell'ambito universitario, e cioè: *wissenschaftlicher*, *Wissenschaftlicher*, *Institut*, *Lehrstuhl*, *Universität*, *Dr.*, *Wiss.*, *Prof.*, *Tätigkeit*, *Professor*, *später*, *tätig*. Ci sono, inoltre, come nel caso di *Assistentin*, due collocati che si riferiscono al mondo aziendale, e cioè *Geschäftsführung* e *Geschäftsleitung*. Troviamo, però, soltanto due collocati, ossia *Assistentin* e *Technischer* che si riferiscono a qualifiche e a requisiti richiesti per candidarsi a un determinato posto di lavoro, in cui, quindi, il sostantivo

maschile fa parte di forme doppie. Sono emerse anche altre due differenze rispetto ai collocati di *Assistentin*: la prima riguarda il fatto che tra gli aggettivi possessivi troviamo, in questo caso, solo *sein* e *Sein*, dato che suggerisce che le persone per cui questi assistenti lavorano sono principalmente uomini. La seconda differenza riguarda, invece, il fatto che tra i collocati più frequenti di *Assistent* troviamo *Mitarbeiter*, nell'accezione di *wissenschaftlicher Mitarbeiter*. In queste occorrenze i due sostantivi vengono erroneamente considerati sinonimi, il cui uso sarebbe quindi intercambiabile. E proprio su quest'ultimo punto vale la pena soffermarsi: il fatto che *Assistentin* venga considerato sinonimo di *Sekretärin* e, invece, *Assistent* venga considerato sinonimo di *wissenschaftlicher Mitarbeiter*, suggerisce una certa asimmetria semantica nell'uso dei due sostantivi, a discapito della forma femminile. È importante precisare, però, che per quanto riguarda il resto dei collocati non vi sono segni evidenti di asimmetriche semantiche, visto che gli ambiti che ricorrono maggiormente sono comuni a entrambi i sostantivi.

Passiamo alla seconda coppia di sostantivi tedeschi, ossia *Direktorin* e *Direktor*; i due sostantivi appaiono nel corpus deWaC in un rapporto di 1 a 8. Per quanto riguarda *Direktorin*, attraverso i collocati *Instituts*, *stellvertretende*, *Museums*, *Abteilung*, *Zentrums*, *Ärztliche*, *Kaufmännische*, *Klinik*, *Stellvertretende*, *Deutschen* si fa spesso riferimento a donne che lavorano in particolar modo nei settori della sanità, della cultura e del sociale. Trovano quindi spazio all'interno delle occorrenze analizzate direttrici di cliniche, ospedali, istituti e centri sanitari con varie specializzazioni, e direttrici di musei, di istituti e centri di ricerca, di biblioteche, di enti sociali e culturali di varia natura. Tra i collocati di *Direktorin* ne troviamo inoltre otto che si riferiscono a due personalità specifiche: a Elisabeth Pott, per trent'anni direttrice della *Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung*, si riferiscono *Bundeszentrale*, *Elisabeth*, *Pott*, *erklärt* e a Cornelia Füllkrug-Weitzel, direttrice dell'organizzazione di beneficenza *Brot für die Welt*, si riferiscono, invece, *Cornelia*, *Brot*, *Füllkrug-Weitzel*. Per

quanto riguarda le forme doppie, vi sono tre collocati (*Direktor, Direktors* e *Direktor/die*) che indicano esplicitamente che in quei casi la forma femminile si trova nelle immediate vicinanze di quella maschile per riferirsi non a una persona specifica, ma a una carica ricoperta da un uomo o da una donna. Per quanto riguarda invece i collocati *stellvertretende, geschäftsführende* e *Kaufmännische*, in alcuni casi *Direktorin* è riferito a persone specifiche, in altri, invece, il sostantivo femminile costituisce, insieme a quello maschile, forme doppie, riferendosi così alla carica e non a una direttrice specifica.

Passando ora ai collocati di *Direktor*: abbiamo un solo caso in cui il sostantivo in questione fa parte di una forma doppia ed è quindi affiancato dal corrispondente sostantivo femminile *Direktorin*. Per quanto riguarda le aree professionali più ricorrenti, cinque collocati, ossia *Klinik, Ärztlicher, Abteilung, Universitätsklinik, Ärztliche*, appartengono esplicitamente all'area professionale medica. Se, però, nel caso di *Direktorin*, anche per parole più generiche come *Instituts, stellvertretende, Zentrums, Stellvertretende, Deutschen* è stato facile determinare le aree professionali a cui si riferiscono, per i collocati di *Direktor Instituts, Deutschen, Zentrums, Geschäftsführender, stellvertretender, Institut, Akademie, Institutes, geschäftsführender e ehemaliger*, ciò non è stato possibile. Questa indeterminatezza suggerisce che lo spettro di aree professionali in cui appare la parola *Direktor* è di gran lunga più ampio rispetto a quello in cui appare la parole *Direktorin*, che ricordiamo essere limitato principalmente alle aree della cultura, della sanità e del sociale. Infine, per quanto riguarda i collocati di *Direktor*, abbiamo un unico caso in cui ci si riferisce a una personalità specifica, ossia quando *Direktor* colloca con il nome proprio *Udo*: nella maggior parte di queste occorrenze si fa riferimento a Udo Reifner, direttore, fino al 2016, dell'*Institut für Finanzdienstleistungen*. Se pensiamo che nel caso di *Direktorin* sono otto i collocati che si riferiscono a due personalità specifiche, sembra sia delineabile la tendenza secondo cui si dà maggior spazio a singole persone quando si utilizza il sostantivo femminile, piuttosto che

quello maschile, dato che potrebbe suggerire un'asimmetria referenziale tra l'uso dei due sostantivi.

Passiamo ora alla terza coppia di sostantivi di cui sono stati analizzati i primi trenta collocati lessicali, ossia *Beamtin* e *Beamter*¹¹⁶, che appaiono nel corpus in un rapporto di 1 a 3. Nella grande maggioranza dei casi, ossia 22 collocati su 30, il sostantivo femminile *Beamtin* costituisce forme doppie insieme al corrispettivo maschile *Beamten*, *Beamte* o *Beamter*. I restanti otto collocati, si riferiscono, in alcuni casi, a condizioni lavorative e contrattuali (*Probe*, *Einstellung*, *Schwangerschaft*) e, in altri, a determinati ambiti professionali (*Lehrerin*, *Angestellten*). Per quanto riguarda *Beamter*, solo in un caso, ossia quando colloca con *Beamtin*, il sostantivo in oggetto fa parte di forme doppie. Dei 29 collocati restanti, *ehemaliger*, *Richter*, *Angestellter*, *Lagers*, *Außenministeriums*, *politischer* e *Politiker* indicano ambiti professionali specifici, ossia quello della politica, della giustizia e delle carceri. In molti di questi casi il sostantivo *Beamter* ha una funzione generica, riferendosi alla carica e non a una persona specifica. Inoltre, tra i collocati restanti, molti si riferiscono al grado lavorativo o a determinate condizioni lavorative e contrattuali. Il riferimento, questa volta, è a *hoher*, *Dienst*, *leitender*, *Dienstes*, *gehobenen*, *höheren*, *hochrangiger*, *kleiner*, *mittleren*, *höherer*, per quanto riguarda il grado lavorativo, e a *Lebenszeit*, *Zeit*, *Probe*, *Widerruf*, per quanto riguarda, invece, le condizioni contrattuali e lavorative. Ricordiamo che tra i collocati di *Beamtin* questi ultimi riferimenti sono presenti, ma in misura più marginale. Mentre, è totalmente assente l'ambito del grado lavorativo che, invece, nel caso di *Beamter* riguarda ben dieci collocati, la cui maggior parte indica posizioni lavorative di prestigio. Analizzando i collocati di *Beamtin* e *Beamter* si può affermare che vi è un'asimmetria referenziale tra i due sostantivi, nel senso che

¹¹⁶ Essendo *Beamter* un aggettivo sostantivato, per avere un confronto completo tra il sostantivo femminile e quello maschile sarebbe stato necessario includere nell'analisi anche le due forme [der] *Beamte* e [den/dem] *Beamten* ma, poiché queste due forme sono uguali al singolare e al plurale è stato necessario escluderle dall'analisi per lo stesso motivo per cui è stato necessario escludere forme quali *Mitarbeiter* o *Richter*.

nella maggior parte dei casi *Beamtin* fa parte di forme doppie, mentre *Beamter* si riferisce o a persone specifiche o è usato con funzione generica. Inoltre, sembra delinarsi anche un'asimmetria semantica in quanto tra i collocati di *Beamtin* non ci sono riferimenti a posizioni prestigiose e di alto grado, mentre nel caso di *Beamter* questi riferimenti sono centrali e molto ricorrenti. Dato che dovrebbe però essere confrontato con le effettive percentuali di donne e uomini che ricoprono tali posizioni.

Passiamo ora alla quarta coppia di sostantivi, ossia *Ärztin* e *Arzt*, che appaiono nel corpus in un rapporto di 1 a 11. Partendo dai collocati di *Ärztin*, ne troviamo quattro, ossia *Arzt*, *Arztes*, *Ihre* e *Arzt/die*, in cui il sostantivo femminile, insieme al corrispettivo maschile, costituisce forme doppie attraverso cui non ci si riferisce a persone specifiche, ma al ruolo, che può essere ricoperto sia da una donna che da un uomo. Troviamo molte forme doppie anche nella maggior parte delle occorrenze in cui *Ärztin* colloca con *ihrem* e *Ihrer*. Tra i collocati più frequenti ci sono, inoltre, cinque *verba dicendi*, ossia *sagte*, *meinte*, *sagt*, *gesagt*, *meint* e sette aggettivi possessivi, ossia *meine*, *meiner*, *Meine*, *Ihre*, *ihrer*, *Ihrer*, *ihrem* che fanno riferimento, molto spesso, a delle dottoresse specifiche. Inoltre, tra i collocati più frequenti di *Ärztin* troviamo *Mutter*, utilizzato quasi sempre come apposizione, come nel caso: “Sie ist eine international anerkannte Ärztin, Mutter von sieben Kindern und als Sozialministerin in Hannover Vorkämpferin für ein kinderfreundliches Land.” Troviamo inoltre due collocati (*junge* e *jungen*) che indicano la giovane età delle dottoresse a cui si riferiscono. Specificazioni simili a queste, che fanno riferimento alla vita privata e all'età della figura professionale di cui si parla, sono totalmente assenti tra i collocati di *Arzt*. Per quanto riguarda proprio il sostantivo maschile *Arzt*, nella grande maggioranza dei casi, ossia 24 collocati su 30, il sostantivo è usato con funzione generica, in quanto si riferisce al ruolo e non a una persona specifica. Ci riferiamo, ad esempio, ai casi in cui *Arzt* colloca con *Patient*, *behandelnden*, *gehen*, *Patienten*, *Gespräch*, *aufsuchen*, *Besuch*, *aufgesucht*, *Krankenhaus*, *Behandlung*, *Diagnose*, *Untersuchung*,

Apotheker. Per quanto riguarda gli aggettivi possessivi, se nel caso di *Ärztin*, questi fanno riferimento o a forme doppie o a persone specifiche, nel caso di *Arzt*, in alcuni casi fanno riferimento a persone specifiche, in altri casi si riferiscono al sostantivo maschile con funzione generica. Infine, tra i trenta collocati più frequenti abbiamo un solo caso in cui *Arzt* costituisce forme doppie, ossia quando colloca con *Ärztin*. Quindi, alla luce dei risultati ottenuti, possiamo affermare che non vi è asimmetria semantica tra *Arzt* e *Ärztin*, bensì, anche in questo caso, un'asimmetria referenziale. Se, infatti, *Ärztin* viene usato esclusivamente in riferimento a persone specifiche o all'interno di forme doppie, nel caso di *Arzt* queste due funzioni sono marginali, la preponderante continua a essere l'uso generico, in cui ci si riferisce al ruolo, alla funzione e non a una persona in particolare. Non sorprende che *Ärztin* non venga invece mai utilizzato con questa funzione. Quest'asimmetria referenziale tra i due sostantivi rimarca il fatto che il maschile è ancora, anche in tedesco, il genere non marcato, che ricopre una doppia funzione: si riferisce sia a soli uomini, che indistintamente a uomini e donne. Il femminile, invece, rappresenta il genere marcato, nel senso che fa riferimento solo esclusivamente alle donne.

Passiamo ora alla coppia di sostantivi *Professorin* e *Professor*, presenti nel corpus deWaC in un rapporto di 1 a 18. Per quanto riguarda i collocati di *Professorin*, nella maggior dei casi si fa riferimento a persone specifiche, come nei casi in cui il sostantivo in questione colloca con *Universität, Institut, Geschichte, Psychologie, sagt, Soziologie, Ursula, Fachbereich, Hochschule, ordentliche, emeritierte, Maria, deutsche, Renate, Neuere, Berlin, Recht, Fachhochschule*. Nei casi in cui *Professorin* colloca con *Professor* e *Professors* e, in alcune occorrenze, con *Fakultät* costituisce delle forme doppie in cui si fa riferimento a ruoli e cariche ricoperte sia da donne che da uomini. Per quanto riguarda i collocati di *Professor*, anche in questo caso nella grande maggioranza dei casi si fa riferimento a persone specifiche, che, come vedremo, sono quasi sempre uomini. Per la precisione sono 28 i collocati in cui *Professor*

ha questa funzione, e cioè: *Dr., Herr, Universität, Peter, sagt, Klaus, Wolfgang, sagte, Herrn, Leitung, Michael, Hans, Jürgen, Geschichte, erklärt, Philosophie, Thomas, Institut, Ulrich, Werner, Gerhard, med., ordentlicher, Manfred, Karl, Martin, Walter* e *Theologie*. C'è un unico caso in cui *Professor* costituisce una forma doppia, ossia quando colloca con *Professorin*. Infine, tra i collocati più frequenti di *Professor* troviamo *Frau*: in questi casi *Professor* si riferisce a donne e ha la funzione di titolo. Quest'ultimo dato ci suggerisce che la lingua non si è ancora adattata pienamente al presente, ma è in parte ancorata all'epoca in cui ruoli prestigiosi come questo erano principalmente ricoperti da uomini. Dall'analisi dei collocati di *Professorin* e *Professor* non emerge un'asimmetria semantica tra i due sostantivi, ma, anche in questo caso, un'asimmetria referenziale. Questa volta però, a differenza di quanto emerso per *Ärztin* e *Arzt*, l'asimmetria non è dovuta al fatto che il sostantivo in questione viene spesso usato con funzione generica, ma al fatto che il sostantivo maschile viene utilizzato, in alcuni casi, come titolo per le donne.

Proseguiamo questo studio sul corpus deWaC con i sostantivi di cui si sono analizzati solo i primi cinque collocati, ossia: *Architektin-Architekt, Chirurgin-Chirurg, Rechtsanwältin-Rechtsanwalt, Staatsanwältin-Staatsanwalt*. Le prime due coppie appaiono nel corpus in un rapporto di 1 a 10, mentre per le ultime due coppie il rapporto di occorrenza nel corpus è di 1 a 8. Osservando i primi cinque collocati di questi sostantivi si sono riscontrate tendenze trasversali, simili a quelle già evidenziate per le coppie di sostantivi analizzate in precedenza. In particolare, sembra interessante notare che tra i primi cinque collocati di *Architektin*, *Rechtsanwältin* e *Staatsanwältin* troviamo i corrispettivi maschili, ossia *Architekt*, *Rechtsanwalt* e *Staatsanwalt*, fatto che dimostra che se consideriamo la totalità dell'uso di questi sostantivi, le forme doppie ne rappresentano una fetta cospicua. Se andiamo a considerare i primi cinque collocati dei sostantivi maschili, non vi è nessun caso in cui il sostantivo in questione è parte di una forma doppia. Troviamo, invece, vari casi in cui il

sostantivo analizzato ha una funzione generica, in quanto non si riferisce a uomini specifici, ma al ruolo, che può essere svolto sia da donne che da uomini. Ci riferiamo ai casi in cui *Architekt* colloca con *Bauherr* e *Ingenieur*, *Chirurg* colloca con *Operation*, *plastischer* e in alcuni casi anche con *sagt* e *plastische*, *Rechtsanwalt* colloca con *Notar* ed *erhält* e *Staatsanwalt* colloca con *Richter* e *ermittelt*. Nei restanti casi, sia per quanto riguarda i sostantivi femminili che quelli maschili ci si riferisce a persone specifiche, donne nel caso di sostantivi femminili e uomini nel caso di sostantivi maschili. Infine, alcuni collocati si riferiscono a personalità particolarmente note, come nel caso di *Zaha* e *Hadid* che collocano con *Architektin*, che si riferiscono alla celebre architetta Zaha Hadid. Quest'ultima tendenza era emersa anche nell'analisi dei sostantivi italiani.

5.3 Interpretazione dei risultati

Dai risultati riportati possono essere tratte diverse considerazioni: partiamo dall'analisi sul corpus itWaC. Innanzitutto, quei sostantivi che secondo Cecilia Robustelli incontrano ancora maggiore “resistenza alla declinazione al femminile” (2014:28) sono presenti nel corpus itWaC in numero estremamente limitato, oppure sono del tutto assenti. Questo implica che l'uso di forme maschili, sia per riferirsi a donne, che con valenza generica rappresenta a tutt'oggi la norma. Per quanto riguarda i sostantivi *segretaria*, *collaboratrice*, *direttrice*, *dottoressa* e *professoressa* l'uso è sia di gran lunga inferiore rispetto ai corrispettivi maschili, sia ancora interessato da una forte asimmetria semantica. E questo fatto, come suggeriscono Alessandra Cestari e Barbara Tomelleri, potrebbe essere uno dei fattori che influenza la predilezione di molte donne per la forma maschile, anche rispetto a se stesse. Da qui l'istaurarsi di un “circolo vizioso”, per cui le donne che ricoprono ruoli prestigiosi preferiscono essere designate con sostantivi maschili perché i corrispettivi femminili sono ancora intrisi di significati lessicali che rimandano alla subalternità piuttosto che al prestigio e all'autorevolezza e, così facendo aiutano le forme femminili a restare caratterizzate da asimmetrie semantiche.

Se, al contrario, queste donne si dotassero di una maggiore consapevolezza di quanto lingua e identità siano legate da un doppio filo e cominciassero a usare i sostantivi femminili l'asimmetria semantica che li caratterizza si andrebbe pian piano a perdere e, cambiamenti sociali già in atto potrebbero riflettersi a livello linguistico.

Per quanto riguarda l'analisi sul corpus deWaC, il quadro che ne viene fuori non è così uniforme come quello relativo ai risultati ottenuti dal corpus itWaC. Nella maggior parte dei casi, infatti, non si riscontra un'evidente asimmetria semantica tra la forma maschile e quella femminile di uno stesso sostantivo. Gli ambiti semantici a cui si riferiscono i sostantivi sono infatti comuni alle forme di entrambi i generi. Sono tre gli unici casi in cui si possono evidenziare delle asimmetrie semantiche: il primo è che *Assistent* viene in alcuni casi considerato erroneamente sinonimo di *wissenschaftlicher Mitarbeiter*, mentre *Assistentin* viene considerato sinonimo di *Sekretärin*; il secondo è rappresentato dal fatto che tra i collocati di *Beamtin* mancano riferimenti a impieghi di alto livello, riferimenti che sono, invece, centrali se consideriamo i collocati di *Beamter*. E, il terzo caso, riguarda il fatto che *Direktorin* è utilizzato prettamente negli ambiti culturale, sanitario e sociale, mentre l'uso di *Direktor* è trasversale a tutte le aree professionali. In nessun di questi casi abbiamo però sufficienti elementi per capire se queste asimmetrie siano legate a questioni linguistiche o extra linguistiche. In altre parole, queste asimmetrie linguistiche potrebbero rispecchiare asimmetrie lavorative, in base alle quali all'interno del mercato del lavoro tedesco vi è un maggior numero di direttrici negli enti sociali, culturali e sanitari, piuttosto che in aziende o in organismi amministrativi, mentre la presenza di direttori è costante in tutti gli ambiti professionali. O ancora, potrebbe essere che ci siano più funzionari di alto livello tra gli uomini, piuttosto che tra le donne. L'asimmetria che invece risulta evidente è quella relativa alla principale funzione referenziale di questi sostantivi: se, da una parte, i sostantivi femminili o si riferiscono sempre a delle donne che ricoprono determinati ruoli, o fanno parte di forme doppie in cui è espressa

anche la forma maschile, dall'altra parte, la funzione principale dei sostantivi maschili continua a essere quella legata all'uso generico, per cui con un sostantivo maschile ci si riferisce spesso non a una persona specifica, ma al ruolo, alla carica, alla professione, considerati erroneamente neutri.

Concludendo, si precisa che questa ricerca si è concentrata su alcuni dei sostantivi che, nella maggior parte dei casi, designano professioni prestigiose. Sarebbe auspicabile ampliare lo studio anche a sostantivi che designano professioni meno prestigiose e tradizionalmente femminili per osservare se l'asimmetria semantica nel caso italiano e l'asimmetria referenziale nel caso tedesco siano trasversali rispetto all'uso più o meno attestato e al prestigio del ruolo che designano. Infine, un confronto più dettagliato con i dati relativi alla partecipazione delle donne in tutti gli ambiti professionali a cui appartengono i sostantivi analizzati permetterebbe di distinguere tra i casi in cui le asimmetrie linguistiche dipendono da fattori extralinguistici, e i casi in cui, nonostante ci sia una parità nella società, persistono diseguaglianze nella lingua.

6 “Donne e lavoro” in Italia e in Germania: un’analisi del discorso contrastiva basata su corpora

6.1 Introduzione

Questo capitolo sarà interamente dedicato alla terza e ultima parte empirica di questa tesi, ossia l’analisi sul modo in cui all’interno di quattro quotidiani italiani e tedeschi viene costruito e articolato il discorso relativo al tema “donne e lavoro”. Si illustrerà inizialmente la metodologia adottata, facendo particolare attenzione a presentare le caratteristiche dei corpora e le categorie lessicali analizzate. Dopodiché si riporteranno i risultati ottenuti, partendo da quelli quantitativi, per poi proseguire con quelli qualitativi, fulcro di questo capitolo. La presente analisi è infatti, tra le tre, quella più prettamente qualitativa: l’attenzione non si concentra più sulla singola parola, ma si estende fino al punto che il segmento di testo in cui appare l’elemento lessicale da analizzare diviene esso stesso oggetto di analisi. Così come per le due analisi precedenti, il capitolo si concluderà con un’interpretazione dei risultati ottenuti dall’analisi in ottica contrastiva e alla luce dei dati extratestuali, che ricoprono, anche in questo caso, un ruolo di primissimo piano.

6.2 Metodologia

Nella presente sezione ci si soffermerà inizialmente sulle scelte che hanno portato alla costruzione dei quattro corpora su cui è stata effettuata l’analisi sul discorso “donne e lavoro”; si darà inoltre spazio alle dimensioni e alla composizione dei corpora oggetto di analisi. Successivamente verranno spiegati nel dettaglio i criteri che hanno condotto alla scelta dei giornali da analizzare. Nella seconda parte si passerà ad illustrare il metodo adottato per l’analisi del discorso e, in particolare, si darà ampio spazio alle categorie lessicali analizzate all’interno dei corpora ai fini di delineare i temi più significativi e ricorrenti attorno a cui la stampa italiana e tedesca costruiscono il discorso su “donne e lavoro”. L’analisi si basa su un

approccio integrato quantitativo-qualitativo attraverso cui l'analisi del discorso prende avvio da elementi lessicali individuabili con strumenti e tecniche della linguistica dei corpora.

6.2.1 Costruzione dei corpora

Partendo dai criteri che hanno guidato la costruzione dei quattro corpora da analizzare, bisogna innanzitutto precisare che i corpora sono stati costruiti attraverso il software BootCat¹¹⁷ che permette di creare corpora attraverso processi semi-automatici a partire da testi scaricati dal web. Inizialmente si era pensato di costruire i corpora attraverso la piattaforma LexisNexis Academics ma, tra le altre cose, il fatto che solo pochi giornali, soprattutto per quanto riguarda la realtà italiana, fossero disponibili, ha fatto propendere per l'utilizzo di BootCat¹¹⁸.

Per la costruzione dei quattro corpora comparabili, due in italiano e due in tedesco, sono stati inseriti su BootCat i domini relativi alle versioni online dei giornali inclusi nella ricerca (ad es. www.repubblica.it) e alcune combinazioni di tre termini (*tuples*) inerenti al tema “donne e lavoro”, come ad esempio *donne lavoro opportunità* per l'italiano e *Frauen Arbeit Familie* per il tedesco¹¹⁹. Il software ha poi, appoggiandosi a un motore di ricerca, scaricato e raccolto, a partire dai domini indicati, pagine web contenenti almeno una delle combinazioni di tre termini inserite in precedenza, con una limitazione di 50 pagine web per combinazione (*tuple*). Successivamente, per ogni dominio specificato, BootCat ha creato un documento .txt contenente tutte le pagine scaricate. I documenti .txt, corredati delle necessarie informazioni metatestuali, sono stati poi caricati sul software Sketch Engine¹²⁰ per essere analizzati.

Per garantire trasparenza nell'illustrare la metodologia adottata, risulta necessario soffermarsi sulle modalità che hanno portato alla scelta delle combinazioni di termini (*tuples*)

¹¹⁷Il software BootCat può essere scaricato gratuitamente all'indirizzo <http://bootcat.dipintra.it/?section=download>. Per maggiori informazioni si rimanda a Baroni and Bernardini, 2004.

¹¹⁸ BootCat è stato preferito a LexisNexis Academics anche per la maggiore praticità delle tuples, funzionalità di BootCat, rispetto alle combinazioni con gli operatori booleani AND e OR disponibili su Lexis Nexis Academics.
¹¹⁹ Sulla scelta delle tuples inserite su BootCat per la creazione dei corpora ci soffermeremo poco più avanti.

¹²⁰ Il software Sketch Engine può essere consultato, previa registrazione, alla pagina <https://the.sketchengine.co.uk/login/>.

incluse tra i criteri di composizione dei corpora. Innanzitutto, sembra interessante citare Vessey (2013, p. 19): “The use of core query terms to create a primary corpus meant that the primary corpus was designed to focus on the research topic rather than letting this topic emerge from the data”. Effettivamente, visto che la ricerca in questione ha l’obiettivo di analizzare il tema “donne e lavoro” all’interno della stampa italiana e tedesca, ci è sembrato maggiormente opportuno inserire nei corpora solo pagine web, o per meglio dire, articoli di giornale, inerenti al tema in questione. L’aver selezionato a priori delle combinazioni di termini come criterio per l’inclusione o l’esclusione delle pagine web all’interno dei corpora ha permesso così di garantire un’elevata rilevanza tematica alla maggior parte del contenuto dei corpora.

Le combinazioni di termini (*tuples*) sono state selezionate a partire dallo studio pilota “*Women and work*”: *A cross-linguistic corpus-assisted discourse study in German and in Italian* che ho presentato alla conferenza CADAAD 16, in cui sono stati individuati, all’interno dei corpora It1010¹²¹ e De1010 2013¹²² i collocati lessicali più frequenti delle stringhe riportate in tabella 1 per l’italiano e in tabella 2 per il tedesco¹²³.

TABELLA 1: Stringhe di ricerca It1010

"donne" []{0,5} "lavoro" within <s/>	"lavoro" []{0,5} "donne" within <s/>	"uomini" []{0,5} "lavoro" within <s/>	"lavoro" []{0,5} "uomini" within <s/>
--	---	--	---

121 It1010 è un corpus appartenente a The1010 Corpus Family, è stato costruito nel 2010 attraverso il procedimento di web-crawling, contiene 2,6 miliardi di parole e può essere consultato sul software Sketch Engine. Per maggiori informazioni si rimanda a Jakubiček et al., 2013.

122 De1010 2013 è un corpus appartenente a The1010 Corpus Family, è stato costruito nel 2013 attraverso il procedimento di web-crawling, contiene 16,5 miliardi di parole e può essere consultato sul software Sketch Engine. Per maggiori informazioni si rimanda a Jakubiček et al., 2013.

123 Precedentemente era stato fatto anche un tentativo di selezione dei termini di ricerca in base alla terminologia utilizzata in due pagine ufficiali del Parlamento Europeo (“Uguaglianza tra uomini e donne,” 2017 e “Gleichstellung von Männern und Frauen,” 2017) in modo da poter rispettare una coerenza terminologica tra le due lingue ma, anche grazie ai consigli della Prof.ssa Eva Wiesmann, ci si è resi conto che la terminologia usata era distante dalla lingua in uso, fatto osservato, per esempio, attraverso la presenza di un sostantivo come *Entgelt* ma l’assenza di sostantivi come *Gehalt* o *Lohn*, molto più usati nella lingua comune.

TABELLA 2: Stringhe di ricerca De1010 2013

"Frauen" []{0,5} "Arbeit" within </s/>	"Arbeit" []{0,5} "Frauen" within </s/>	"Männer" []{0,5} "Arbeit" within </s/>	"Arbeit" []{0,5} "Männer" within </s/>
--	---	---	--

Le stringhe riportate nelle tabelle 1 e 2 sono espresse attraverso il Corpus Query Language e, inserite nella barra di ricerca di Sketch Engine, hanno riportato tutte le sequenze dei corpora It1010 e De1010 2013 contenenti i termini *donne lavoro, lavoro e donne, uomini e lavoro, lavoro e uomini* per l'italiano e *Frauen Arbeit, Arbeit Frauen, Männer Arbeit, Arbeit Männer* separati da un range che va dalle 0 alle 5 parole all'interno della stessa frase, come negli esempi seguenti: *Noch immer erhalten **Frauen** für die gleiche **Arbeit** niedrigere Löhne als Männer; garantiert pari opportunità tra uomini e **donne** per l'accesso al **lavoro**.*

Ritornando ora alla composizione dei corpora, si precisa che le combinazioni tra i più frequenti collocati lessicali e i termini inclusi nelle stringhe riportate nelle tabelle 1 e 2 sono state inserite su BootCat per la costruzione dei corpora. In tabella 3 si riportano le combinazioni inserite per la costruzione dei corpora in italiano, mentre in tabella 4 quelle inserite per la costruzione dei corpora in tedesco.

TABELLA 3: Combinazioni per la costruzione dei corpora in italiano

"donne" []{0,5} "lavoro" within </s/>	"lavoro" []{0,5} "donne" within </s/>	"uomini" []{0,5} "lavoro" within </s/>	"lavoro" []{0,5} "uomini" within </s/>
donne lavoro uomini	lavoro donne uomini	uomini lavoro donne	lavoro uomini donne
donne lavoro partecipazione	lavoro donne mercato	uomini lavoro parità	lavoro uomini opportunità
donne lavoro opportunità	lavoro donne mondo	uomini lavoro trattamento	lavoro uomini mercato
donne lavoro trattamento	lavoro donne opportunità	uomini lavoro opportunità	lavoro uomini pari

donne lavoro accesso	lavoro donne vita	uomini lavoro discriminazione	lavoro uomini divisione
donne lavoro pari	lavoro donne partecipazione	uomini lavoro pari	lavoro uomini Polizia
donne lavoro ingresso	lavoro donne condizioni	uomini lavoro dignità	lavoro uomini mondo
donne lavoro cura	Lavoro donne posti	uomini lavoro uguaglianza	lavoro uomini vita
donne lavoro famiglia		uomini lavoro sostanziale	lavoro uomini condizioni

TABELLA 4: Combinazioni per la costruzione dei corpora in tedesco

"Frauen" []{0,5} "Arbeit" within <s/>	"Arbeit" []{0,5} "Frauen" within <s/>	"Männer" []{0,5} "Arbeit" within <s/>	"Arbeit" []{0,5} "Männer" within <s/>
Frauen Arbeit Männer	Arbeit Frauen Männer	Männer Arbeit Frauen	Arbeit Männer Frauen
Frauen Arbeit weniger	Arbeit Frauen Lohn	Männer Arbeit weniger	Arbeit Männer gleich
Frauen Arbeit Lohn	Arbeit Frauen gleich	Männer Arbeit jung	Arbeit Männer Lohn
Frauen Arbeit verdienen	Arbeit Frauen unbezahlt	Männer Arbeit mehr	Arbeit Männer gleichwertig
Frauen Arbeit leisten	Arbeit Frauen gleichwertig	Männer Arbeit Lohn	Arbeit Männer verdienen
Frauen Arbeit Familie	Arbeit Frauen Kinder	Männer Arbeit verrichten	Arbeit Männer unbezahlt
Frauen Arbeit verrichten	Arbeit Frauen Mädchen	Männer Arbeit verdienen	Arbeit Männer hart
Frauen Arbeit bezahlt	Arbeit Frauen geleistet	Männer Arbeit bezahlt	Arbeit Männer weniger
Frauen Arbeit bekommen		Männer Arbeit gleich	Arbeit Männer mehr
		Männer Arbeit leisten	

È stato scelto di includere anche combinazioni contenenti *uomini e lavoro* e viceversa per l'italiano e *Männer e Arbeit* e viceversa per il tedesco, nonostante il tema su cui si focalizza l'analisi sia "donne e lavoro" perché, condividendo le parole di Baker (2005, p. 64), "one way of making sense of a discourse of something is to compare it to a discourse that is not".

Possiamo quindi affermare che, anche alla luce dell'ottica contrastiva che caratterizza l'approccio di questa ricerca, per rendere più rilevante e solida l'interpretazione dell'analisi sul discorso "donne e lavoro" è stato scelto di analizzare anche il modo in cui all'interno della stampa italiana e tedesca si rappresenta il discorso su uomini e lavoro.

Concludiamo questa sezione riportando alcuni dati quantitativi sui quattro corpora costruiti.

TABELLA 5: Visione d'insieme su tokens e types

	N° di tokens	N° di types
Corpus <i>donne e lavoro</i>+ <i>lavoro e donne</i>	1.225.136	54.853
Corpus <i>uomini e lavoro</i> + <i>lavoro e uomini</i>	1.485.894	65.544
Corpus <i>Frauen und Arbeit</i> + <i>Arbeit und Frauen</i>	988.153	70.976
Corpus <i>Männer und Arbeit</i> + <i>Arbeit und Männer</i>	1.084.396	73.135

TABELLA 6: Corpus *donne e lavoro*+ *lavoro e donne*

Dominio	N° di pagine	N° di tokens	N° di types
www.corriere.it	487	330.329	27.689
www.repubblica.it	437	346.686	24.848
www.lastampa.it	482	326.775	27.581
www.il restodelcarlino.it	475	221.346	21.177

TABELLA 7: Corpus *uomini e lavoro* + *lavoro e uomini*

Dominio	N° di pagine	N° di tokens	N° di types
www.corriere.it	509	403.920	32.956
www.repubblica.it	479	383.428	28.372
www.lastampa.it	540	357.425	30.584
www.il restodelcarlino.it	579	341.121	29.807

TABELLA 8: Corpus *Frauen und Arbeit* + *Arbeit und Frauen*

Dominio	N° di pagine	N° di tokens	N° di types
http://www.zeit.de	472	317.366	34.081
http://www.faz.net/	372	243.533	28.083
http://www.sueddeutsche.de/	379	213.492	27.162
http://www.rp-online.de/	382	213.762	26.332

TABELLA 9: Corpus *Männer und Arbeit* + *Arbeit und Männer*

Dominio	N° di pagine	N° di tokens	N° di types
http://www.zeit.de	408	295.364	30.947
http://www.faz.net/	419	270.074	29.006
http://www.sueddeutsche.de/	422	253.193	30.603
http://www.rp-online.de/	469	265.765	30.215

Ci soffermiamo ora sui criteri che hanno condotto alla scelta di includere articoli pubblicati sulle versioni on-line de *Il Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *La Stampa* e *Il Resto del Carlino* per i corpora in italiano e *Die Zeit*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Rheinische Post* per i corpora in tedesco. Come si può facilmente notare tre dei quattro giornali italiani (*Il Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *La Stampa*) e tre dei quattro giornali tedeschi (*Die Zeit*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*) sono caratterizzati da una diffusione nazionale, mentre *Il Resto del Carlino* e *Rheinische Post* sono diffusi a livello locale. *Il Resto del Carlino* è infatti diffuso in Emilia-Romagna, nelle Marche e nella provincia di Rovigo, *Rheinische Post* è invece diffuso in Nordrhein-Westfalen. Questa distinzione è rilevante anche perché sono stati diversi i criteri che hanno guidato all'inclusione dei sei giornali a tiratura nazionale e dei due di rango regionale. Per quanto riguarda i giornali nazionali, la scelta è partita dai dati di diffusione pubblicati per l'Italia dalla società di

certificazione *Accertamenti Diffusione Stampa*¹²⁴ e per la Germania dal portale *Statista*¹²⁵. Tutti i giornali nazionali inclusi sono infatti tra i più diffusi rispettivamente alla realtà italiana e tedesca. La diffusione non ha rappresentato però l'unico criterio, si è cercato infatti di scegliere delle testate che avessero un orientamento politico bilanciato in modo da rendere più solida la ricerca in ottica comparativa¹²⁶, nonostante sia forte la consapevolezza che la stampa ricopre un ruolo diverso in Italia e in Germania e diverso sia anche il rapporto tra stampa e politica nei due paesi. Alcuni giornali tra i più diffusi nei due paesi sono stati esclusi perché, a causa della loro peculiarità tematica e/o stilistica, avrebbero reso più difficile, o addirittura avrebbero invalidato, il confronto tra Italia e Germania; ci riferiamo, per esempio al giornale sportivo *La Gazzetta dello Sport* e al giornale economico-finanziario *Il Sole 24 ORE* per l'Italia, al tabloid *Bild* e al settimanale di divulgazione scientifica *Focus* per la Germania. Inoltre bisogna precisare che si è consapevoli che *Die Zeit*, a differenza degli altri giornali, è un settimanale e non un quotidiano, ma si è deciso di inserirlo preferendolo ad altri quotidiani in quanto la versione on-line viene aggiornata più volte al giorno, così come avviene per le versioni on-line degli altri giornali inclusi. Per quanto riguarda invece il confronto tra i due giornali a diffusione locale, oltre che per una rilevanza territoriale, *Rheinische Post* e *Il Resto del Carlino* sono infatti diffusi nelle città delle due università in cui svolgo il dottorato, i due quotidiani sono stati selezionati sulla base del rapporto tra il numero di abitanti del territorio di diffusione del quotidiano e la tiratura cartacea¹²⁷. Dopo aver calcolato il rapporto tra questi due valori per i giornali locali italiani e tedeschi con tiratura superiore alle 100.000 copie, *Rheinische Post* e *Il*

¹²⁴ I dati sulla diffusione dei giornali italiani sono disponibili alla pagina "Accertamenti Diffusione Stampa".

¹²⁵ I dati sulla diffusione dei giornali tedeschi sono disponibili, previa registrazione, alla pagina "Statista – Das Statistik Portal".

¹²⁶ La scelta dei giornali per garantire un orientamento politico il più possibile bilanciato è stata effettuata anche attraverso i consigli del Prof. Elmar Schafroth.

¹²⁷ Il confronto tra questi due valori mi è stato suggerito dal Prof. Elmar Schafroth.

Resto del Carlino sono stati selezionati perché caratterizzati da valori più simili. Si riporta in tabella 10 il calcolo effettuato.

TABELLA 10: Rapporto abitanti/diffusione giornale

Abitanti Nordrhein-Westfalen ¹²⁸	17.865.516	Abitanti Emilia-Romagna, Marche, Provincia di Rovigo ¹²⁹	4.446.220+ 1.539.728+ 239.436=6.225.384	Rapporto Abitanti area di diffusione del giornale	2,86
Tiratura cartacea Rheinische Post ¹³⁰	289.186	Tiratura cartacea Resto del Carlino ¹³¹	108.121	Rapporto Tiratura cartacea	2,67

6.2.2 Dalle parole chiave ai *Topoi*: un approccio integrato tra linguistica dei corpora e analisi del discorso

In questa seconda parte verrà illustrato il metodo adottato per l'analisi del discorso e, in particolare, si darà ampio spazio alle categorie lessicali analizzate all'interno dei corpora ai fini di delineare i temi più significativi e ricorrenti attorno a cui la stampa italiana e tedesca costruiscono il discorso "donne e lavoro". Nonostante le lingue oggetto di questa analisi siano l'italiano e il tedesco e questa tesi di dottorato si vada quindi a collocare all'interno di studi comparativi tra romanistica e germanistica, per ragioni illustrate in seguito, in questa ricerca è stato adottato l'approccio nato e sviluppatosi nell'anglistica secondo cui l'analisi del discorso viene svolta a partire da categorie individuabili attraverso strumenti e tecniche di linguistica dei corpora, approccio che ha dato vita al filone ormai consolidato e florido dei *Corpus-assisted*

¹²⁸ I dati sono tratti da "Wikipedia: Nordrhein-Westfalen," 2017.

¹²⁹ I dati sono tratti da: "Wikipedia: Emilia-Romagna," 2017; "Wikipedia: Marche," 2017; Wikipedia: Provincia di Rovigo," 2017.

¹³⁰ I dati sono tratti da "Wikipedia: Rheinische Post," 2017.

¹³¹ I dati sono tratti da "Wikipedia: Il Resto del Carlino," 2017.

discourse studies (CADS)¹³². Nello specifico, è stato scelto di seguire questo modello innanzitutto perché, come accennato in precedenza, sia in ambito romanistico che in ambito germanistico la linguistica dei corpora raramente interseca l'analisi del discorso. Tra le poche eccezioni si ricordano le recenti ricerche di Formato per l'italianistica; mentre, per la germanistica è da menzionare sicuramente il lavoro di Bubenhofer (ad es. 2008; 2013a; 2013b)¹³³ che, con le sue ricerche, sta contribuendo a estendere l'applicazione della linguistica dei corpora all'analisi del discorso, sebbene i suoi lavori raramente si concentrano su temi politici e sociali. D'altro canto invece, ricerche dallo spiccato spessore sociale e politico, come ad esempio il lavoro di Wengeler e Ziem (2013) sulla costruzione e la raffigurazione delle crisi economiche o i lavori di Wengeler (2008; 2015b) sulla rappresentazione degli stranieri in Germania si basano su metodi diversi dalla linguistica dei corpora, che potremmo definire prettamente qualitativi.

Nell'anglistica, invece, si è sviluppato, ormai da molti anni, un filone sempre crescente di analisi del discorso, anche a sfondo sociale e politico, in cui vengono integrati strumenti e tecniche di linguistica dei corpora (Baker, 2006; Baker et al., 2008; Partington et al., 2013, solo per citarne alcuni). Inoltre, a differenza di quanto accade nella germanistica e nella romanistica, nell'anglistica sono già stati pubblicati alcuni studi definiti *cross-linguistic corpus-assisted discourse studies*, in cui la linguistica dei corpora viene applicata ad analisi del discorso effettuate su più lingue. Ricordiamo ad esempio gli studi di Taylor (in Partington et al., 2013) sulla rappresentazione dei migranti nella stampa italiana e britannica, di Freake (2012) sulle ideologie linguistiche in giornali canadesi e di Jaworska e Krishnamurthy (2012) sulla rappresentazione del femminismo sulla stampa britannica e tedesca. Inoltre, Taylor (2013;

¹³² Per una visione d'insieme sulla vastissima produzione di studi che, a partire dal 1980, integrano la linguistica dei corpora all'analisi del discorso si rimanda a Gabrielatos, 2017.

¹³³ Per una visione d'insieme sulla produzione bibliografica di Bubenhofer in riferimento a linguistica dei corpora e analisi del discorso si rimanda a "Noah Bubenhofer – Publikationen".

2017) e Vessey (2013) hanno pubblicato degli studi in cui vengono problematizzate e affrontate sfide metodologiche che ricerche di questo tipo, in cui l'analisi del discorso non include solo più lingue, ma anche più culture, implicano necessariamente. Poter quindi basarsi su un metodo già ampiamente comprovato nell'anglistica e adottarlo alla ricerca in oggetto ci è sembrata essere una scelta opportuna e rigorosa. Si spera quindi che, applicando questo metodo a una ricerca comparativa sull'italiano e sul tedesco si possa contribuire, da una parte, ad ampliare il panorama delle analisi del discorso comparative che prendono in esame più lingue e più culture e, dall'altra, a consolidare sia nella germanistica che nella romanistica, l'utilizzo della linguistica dei corpora nell'analisi del discorso, così come auspicato da Schafroth:

Da sich die Romanistik schon recht früh der Korpuslinguistik geöffnet hat und ihre Methoden und technischen Standards immer mehr Forschungs- und auch Lehralltag werden, wäre eine korpusbezogene vergleichende Diskursanalyse eine lohnende Herausforderung (2015, p. 75).

Passiamo ora ad illustrare le categorie lessicali su cui si concentra l'analisi del discorso "donne e lavoro" all'interno della stampa italiana e tedesca. A partire dai lavori di Baker 2006 e Baker et al. 2008 si è scelto di analizzare¹³⁴ le parole chiave (*keywords*) e i collocati lessicali¹³⁵ (*lexical collocates*). Questi elementi sono accomunati dal fatto di essere particolarmente ricorrenti all'interno del corpus che viene analizzato. Anche nella germanistica, nonostante, come abbiamo detto, la linguistica dei corpora raramente viene applicata all'analisi del discorso, la ricorrenza di parole e/o di sequenze lessicali viene considerata rilevante ai fini dell'analisi del discorso. Niehr (2014, p. 72) riporta infatti che

¹³⁴ Dato che la letteratura di riferimento è pubblicata in lingua inglese si precisa che i termini in italiano sono delle mie traduzioni a partire dalla terminologia utilizzata in Baker, 2006 e Baker et al., 2008.

¹³⁵ In assenza di una definizione in italiano attestata si è optato per tradurre *collocates* con collocato e non con co-occorrenza, seguendo la scelta adottata in Baroni, 2010.

da diskursanalytische Untersuchungen darauf abzielen, Muster bzw. Typisches im Sprachgebrauch zu erkennen, bieten Frequenzuntersuchungen gute Möglichkeiten, solche Muster zu erkennen.

Wengeler (2008, p. 210) afferma inoltre che “diese Einheiten sagen etwas aus über kollektives Wissen, wenn sie seriell und regelhaft in einer Vielzahl von Texten vorkommen” e ancora: “Denn für einen Diskurs (und Diskursanalyse) sind sie nur interessant, wenn sie seriell und regelhaft erscheinen” (2008, p. 213). Per una maggiore chiarezza nell’esposizione metodologica, vediamo meglio con quale accezione vengono intesi, all’interno di questa ricerca, gli elementi lessicali menzionati in precedenza. Per spiegare cosa si intende per parola chiave bisogna precisare che in programmi utilizzati nella linguistica dei corpora (ad es. Sketch Engine) è possibile mettere a confronto le frequenze di una lista di parole (*wordlist*) con quelle di un’altra in modo da determinare quali parole appaiano statisticamente più spesso all’interno della lista di parole 1 quando messa a confronto con la lista di parole 2. Tutte le parole che appaiono in una lista più spesso di quanto ci si aspetti, quando questa è messa a confronto con un’altra lista di parole, vanno a costituire un terza lista chiamata lista delle parole chiave (*keyword list*). Ed è proprio la lista delle parole chiave che sarà particolarmente utile per individuare sulla base non della pura frequenza (*frequency*), ma della rilevanza (*saliency*) elementi lessicali su cui valga la pena concentrare ulteriormente l’analisi¹³⁶. In sintesi, una parola chiave è quindi una parola che appare significativamente più spesso nel corpus che si sta analizzando piuttosto che in un corpus di riferimento (*reference corpus*)¹³⁷. In questa ricerca la lista delle parole chiave è stata ottenuta dal confronto tra i corpora costruiti *ad hoc* e i corpora di riferimento It1010 per l’italiano e De1010 2013 per il tedesco.

¹³⁶ La spiegazione sulle parole chiave è tratta da Baker, 2006, p. 125 ed è stata tradotta da me.

¹³⁷ La definizione di *keywords* è una mia traduzione tratta dal glossario CASS, 2013, p. 6.

Per quanto riguarda invece i collocati lessicali (*lexical collocates*), molto chiara risulta essere la spiegazione di Baker (2006, p. 95), di cui inserisco una mia traduzione: tutte le parole co-occorrono con altre in una qualche misura. Tuttavia, quando una parola appare regolarmente vicino ad un'altra, il rapporto tra le due parole è statisticamente significativo e queste co-occorrenze vengono definite con il termine collocati e il fenomeno per cui alcune parole appaiono spesso l'una vicino all'altra viene chiamato collocazione¹³⁸. [...] La collocazione è quindi un modo per comprendere significati e associazioni tra parole che sarebbero altrimenti difficili da individuare attraverso un'analisi su piccola scala, all'interno di un unico testo. Le parole assumono il proprio significato in base al contesto in cui appaiono; per capire, quindi, i significati delle parole è necessario confrontarle con altre. In questa ricerca i collocati lessicali sono stati calcolati sulla base del parametro T-score¹³⁹ e del range da -5 a +5 parole rispetto al termine di partenza.

Una volta individuate le parole chiave e i collocati lessicali più frequenti, l'analisi si estende alle rispettive righe di concordanza (*concordance lines*). Una concordanza è semplicemente una lista di tutte le occorrenze di un determinato termine di ricerca all'interno del corpus, presentato nel contesto in cui appare - di solito compaiono alcune parole alla destra e alla sinistra del termine¹⁴⁰. Come precisa Baker (2006, p. 77), è proprio analizzando le righe di concordanza di una determinata parola che si passa da un'analisi quantitativa a un approccio qualitativo: dal semplice conteggio delle frequenze si va infatti ad analizzare in che modo una parola viene usata e in quale contesto. Attraverso questo tipo di analisi si possono quindi

¹³⁸ Per evitare disambiguazioni, che per collocazione si intende, in questo caso, un rapporto di co-occorrenza tra parole. Due parole *collocano* tra loro se è più probabile che una delle due appaia nelle vicinanze dell'altra piuttosto che altrove. (Traduzione mia tratta dal glossario CASS, 2013, p. 4).

¹³⁹ "T-score statistic calculates the co-occurrence frequencies expected from corpus frequencies, and compares this with the actual number of co-occurrences". Jaworska e Krishnamurthy, 2012, p. 409.

¹⁴⁰ Anche in questo caso ho tradotto dall'inglese la definizione che propone Baker, 2006, p. 71.

individuare dei modelli (*patterns*) ricorrenti che potrebbero essere parte costituente di un discorso.

Inoltre, dalla lettura degli studi germanisti di linguistica dei corpora e di analisi del discorso è stato deciso di inserire nell'analisi i gruppi di più parole¹⁴¹ (*Mehrworteinheiten*), ampiamente analizzati in molti studi di Bubenhofer (ad esempio 2008, 2013a, 2013b) e i *Topoi* o modelli di argomentazione (*Argumentationsmuster*) su cui si focalizzano molte pubblicazioni di Wengeler (ad esempio 2008, 2015a, 2015b). Per *Mehrworteinheiten*, dette anche *n-grams*, si intendono gruppi di due o più parole che appaiono nelle immediate vicinanze dell'una con le altre. Questi gruppi possono essere selezionati sulla base della frequenza con cui appaiono in un corpus o, seguendo lo stesso procedimento illustrato in precedenza per le parole chiave, sulla base della rilevanza (*saliency*). Nel secondo caso è necessario confrontare la frequenza con cui questi gruppi di parole appaiono nel corpus oggetto di analisi con la frequenza con cui appaiono in un corpus di riferimento¹⁴². I gruppi di parole più rilevanti sono particolarmente interessanti in riferimento all'analisi del discorso poiché ci permettono di individuare strutture linguistiche tipiche, o per lo meno ricorrenti, di un determinato discorso. A tal proposito Bubenhofer afferma infatti che

Das Auffinden von formal bestimmten Sprachgebrauchsmustern ist die algorithmisch einfacher operationalisierbare Aufgabe als das Auffinden von Konzepten wie Topos oder Metapher [...]. Damit ebnet sich ein Weg, um mit korpuslinguistischer Hilfe und großen Datenmengen diskursanalytisch zu arbeiten (2008, p. 410).

¹⁴¹ Dato che la letteratura di riferimento per le *Mehrworteinheiten* e per gli *Argumentationsmuster* è di lingua tedesca, e data l'assenza di traduzioni attestata in italiano per questi due termini, la mia proposta è di tradurli rispettivamente con gruppi di più parole e con modelli di argomentazione.

¹⁴² Per ottenere i gruppi di più parole (*Mehrworteinheiten*) più rilevanti nei corpora costruiti ad hoc, è stato effettuato su Sketch Engine un confronto tra quelli più frequenti nei corpora oggetto di analisi e nei due corpora di riferimento It1010 e De1010 2013.

Per quanto concerne invece i *Topoi*, Wengeler fa risalire questo concetto ad Aristotele e li definisce come delle garanzie (*warrants*) che cercano di legittimare la transizione tra un'affermazione non-controversa a una conclusione controversa (Wengeler, 2015b, p. 695). I *Topoi* possono rappresentare, da una parte, uno schema molto generale e molto formale di conclusione e, dall'altra, delle garanzie, intese con l'accezione di Toulmin, che dipendono dal contesto. Gli schemi formali di conclusione possono essere utilizzati per qualsiasi argomento e possono essere "riempiti" con il contenuto tematicamente adatto al contesto. Più interessante per l'analisi di un ambito tematico, come per esempio il discorso sulla migrazione per Wengeler (o il discorso "donne e lavoro" in questo caso), sono però i *Topoi* relativi al contesto, chiamati *Topoi* speciali da Aristotele e definiti materiali (in opposizione a quelli definiti formali) dall'analisi argomentativa moderna. Questi *Topoi* speciali sono maggiormente concreti, contengono elementi legati al contenuto dagli ambiti di riferimento per i quali sostengono la validità e, alla luce del fatto che sono categorie determinate di volta in volta dal contenuto a cui si riferiscono, possono essere analizzati per ogni questione politica pubblica (Wengeler, 2015b, p. 696). Considerando questa premessa, è necessario specificare che, data la specificità tematica dei *Topoi* da analizzare non è stato possibile adattare a questo lavoro lo schema di *Topoi* individuato in ricerche precedenti, come per esempio in riferimento al discorso sulle crisi economiche (Wengeler & Ziem, 2013) e sugli stranieri in Germania (Wengeler 2008, 2015b), ma è stato invece necessario individuare autonomamente i *Topoi* ricorrenti all'interno del discorso "donne e lavoro". Come sostenuto da Wengeler, i *Topoi* rappresentano un concetto particolarmente adatto agli studi linguistici sul discorso, il cui scopo è quello di analizzare la conoscenza sociale collettiva (Wengeler, 2015b, p. 695). Wengeler afferma per l'appunto che la conoscenza sociale deve e può essere rivelata attraverso la ricostruzione di atti comunicativi. Ogni atto comunicativo è allo stesso tempo prodotto e produttore di conoscenza sociale. [...] L'analisi di atti comunicativi in un dato periodo ci permette quindi di tracciare conclusioni

legate alla visione della realtà, alla conoscenza e alla mentalità dei soggetti coinvolti (Wengeler, 2015b, p. 693). Passando invece ora all'individuazione dei *Topoi*, Wengeler (2013, p. 270; 2015a, p. 57) afferma che non è possibile riconoscerli attraverso gli strumenti della linguistica dei corpora, ma che risulta invece necessaria la lettura di ogni singolo testo incluso nel corpus da analizzare. Effettivamente bisogna riconoscere che i *Topoi* non rientrano tra gli elementi estraibili attraverso metodi automatici basati sulla linguistica dei corpora. Il fatto che non siano automaticamente estraibili, cosa che avviene, per esempio, per i collocati e per le parole chiave, non implica però che i *Topoi* non possano essere individuati a partire da elementi identificabili attraverso la linguistica dei corpora, in particolare attraverso la lettura delle righe di concordanza di collocati e di parole chiave. Ed è proprio questo il metodo adottato nello svolgimento di questa ricerca: il punto di partenza dell'analisi è rappresentato infatti da elementi individuabili attraverso la linguistica dei corpora, e, più nello specifico, attraverso le funzionalità di Sketch Engine (parole chiave, gruppi di più parole, collocati lessicali), per poi proseguire con la lettura delle righe di concordanza di elementi lessicali ricorrenti o, nel caso sia necessario, di segmenti di testo più lunghi. Attraverso questa fase si passerà all'individuazione di *Topoi* ricorrenti all'interno del discorso "donne e lavoro" nella stampa italiana e tedesca. Ulteriori fasi dell'analisi sono quelle incentrate nell'ordinare i *Topoi* ricorrenti in categorie e nell'evidenziare se siano maggiormente orientati al problema o alla soluzione. Nell'analisi ci si propone, inoltre, di identificare chi parla, chi viene considerato responsabile della situazione corrente o del cambiamento (o miglioramento) di questa attraverso l'applicazione di soluzioni¹⁴³. L'analisi si conclude con un'interpretazione contrastiva dei risultati in cui vengono messi in risalto punti in comune, similitudini e

¹⁴³ Per lo sviluppo di queste ultime fasi più prettamente qualitative dell'analisi si è preso spunto da Schafroth (2015, p. 65) e da Wengeler (2008, p. 219; 2013, p.55; 2015b, p. 698).

differenze tra la rappresentazione del discorso “donne e lavoro” in Italia e in Germania, senza trascurare le informazioni extra-testuali presentate nel secondo capitolo.

6.3 *Risultati*

Questa sezione sarà completamente dedicata ai risultati quantitativi e qualitativi ottenuti dall’analisi sui quattro corpora costruiti ad hoc contenenti gli articoli di quattro giornali italiani e tedeschi incentrati sul tema “donne e lavoro”. L’analisi seguirà un approccio integrato quantitativo-qualitativo e il modello metodologico di riferimento è quello dei *corpus-assisted discourse studies*: l’analisi del discorso verrà infatti effettuata su elementi lessicali significativamente più frequenti e più rilevanti individuati attraverso gli strumenti e le tecniche della linguistica dei corpora. Ed infatti, nella prima parte del capitolo verranno riportati dettagliatamente i risultati quantitativi ottenuti dall’analisi dei quattro corpora, ossia le parole chiave, i gruppi di più parole e i collocati lessicali più frequenti di *donne* nei corpora¹⁴⁴ *donne_lavoro* e *uomini_lavoro* e di *Frauen* nei corpora *Frauen_Arbeit* e *Männer_Arbeit*. Le liste relative ai risultati ottenuti dall’analisi di ogni corpus verranno poi confrontate l’una con l’altra in modo da avere una visione d’insieme interpretabile anche in ottica contrastiva.

Nella seconda parte, invece, verranno analizzati qualitativamente alcuni tra i gruppi di parole considerati particolarmente rilevanti per il discorso su “donne e lavoro”, nello specifico verranno analizzate nel dettaglio le sequenze: *tasso di occupazione, parità di genere, lavoro e famiglia* nel corpus *donne_lavoro*, e le sequenze *uomini e donne, le donne non, meno degli uomini* nel corpus *uomini_lavoro* per la parte italiana. Per la parte tedesca verranno analizzate le sequenze *Beruf und Familie, Frauen in Führungspositionen, Frauen und Männer* nel corpus *Frauen_Arbeit* e le sequenze *weniger als Männer, Männer und Frauen, Frauen in Deutschland* nel corpus *Männer_Arbeit*. La parte dedicata ai risultati qualitativi proseguirà poi con l’analisi

¹⁴⁴Per i criteri e le scelte alla base della costruzione dei quattro corpora qui analizzati si fa riferimento al paragrafo precedente sulla metodologia.

dei collocati *devono* e *giovani* per *donne* e *junge* e *müssen* per *Frauen*. Nello specifico verranno analizzate trenta occorrenze di *giovani donne* raccolte nel corpus *donne_lavoro* e di *donne devono* raccolte nel corpus *uomini_lavoro*. Per la parte tedesca, in modo speculare, si esamineranno trenta occorrenze di *junge Frauen* raccolte nel corpus *Frauen_Arbeit* e di *Frauen müssen* raccolte nel corpus *Männer_Arbeit*.

6.3.1 Risultati quantitativi

Entrando più nello specifico in riferimento ai risultati quantitativi, ricordiamo che rappresentano sia i primi dati attraverso cui poter individuare alcune aree tematiche particolarmente ricorrenti all'interno del discorso su “donne e lavoro”, che il punto di partenza da cui selezionare alcuni elementi su cui focalizzare l'analisi qualitativa.

6.3.1.1 Parole chiave

Partiamo dalle parole chiave ottenute confrontando la lista di parole più frequenti di ognuno dei corpora costruiti ad hoc con quelle dei corpora generali di riferimento (ItTenTen per l'italiano e DeTenTen13 per il tedesco). Le tabelle seguenti riportano le trenta parole chiave più rilevanti, ordinate secondo un punteggio calcolato automaticamente dal software Sketch Engine in base alla frequenza con cui appaiono nel corpus analizzato e alla frequenza con cui appaiono nel corpus di riferimento. Dalle tabelle riportate sono state escluse le parole relative al metatesto e gli elementi grammaticali. Sono state inoltre evidenziate in giallo quelle non inerenti al discorso su “donne e lavoro”, ci riferiamo, nello specifico, a tutte quelle parole chiave che indicano personaggi o fenomeni che appaiono tra i primi risultati non perché abbiano qualcosa a che fare con il tema “donne e lavoro”, ma perché sono entrati nell'agenda mediatica negli ultimissimi anni, come ad esempio *Trump*, *Neet*, *Lagarde*, *Bergoglio*, *ISIS*, *Mattarella*, *Plasberg* e *Tritschler*. Vi è infatti uno scarto temporale tra l'anno di composizione dei corpora di riferimento: 2010 per l'italiano e 2013 per il tedesco e l'anno di composizione dei corpora costruiti ad hoc, ossia 2017 per entrambe le lingue. Sono state inoltre escluse alcune

parole relative a istituzioni ed enti pubblici come *Arbeitsagentur*, *ISTAT*, *OCSE* e *IAB*. Per quanto riguarda i due corpora italiani sono state escluse anche parole che si riferiscono ad altri ambiti, come quello della salute (*endometriosi* e *menopausa*) o della violenza (*antiviolenza*, *femminicidi*, *femminicidio*). Infine, dato che il focus di questa analisi è l'individuazione e la categorizzazione di *Topoi* costituenti il discorso su “donne e lavoro”, non sono stati ulteriormente considerati cognomi di personaggi pubblici, sebbene abbiano a che fare con il tema “donne e lavoro”, come ad esempio *Camusso*, *Fornero*, *Sabbadini*, *Boldrini*, per la parte italiana e *Schwesig* per la parte tedesca. Su questi personaggi, la cui attività pubblica ha avuto e ha tuttora un impatto sul tema oggetto di ricerca, sarebbe interessante svolgere un'ulteriore analisi che però esula dagli obiettivi di questa tesi di dottorato. Infine, come osservabile dalle tabelle, è stato necessario escludere dall'analisi un numero maggiore di elementi dalle liste di parole chiave dei corpora italiani rispetto che da quelle dei corpora tedeschi. La maggior parte di queste ultime sono infatti risultate inerenti al discorso su “donne e lavoro”.

TABELLA 1: Parole chiave - Corpus donne_lavoro

	Parola chiave	Frequenza	Frequenza per milione	Punteggio
1	Fornero	241	169,5	153,6
2	Neet	55	38,7	38,5
3	Trump	67	47,1	36,8
4	Lagarde	48	33,8	31,7
5	laureate	75	52,7	30,9
6	antiviolenza	75	52,7	30,5
7	opportunità	54	38,0	29,6
8	endometriosi	65	45,7	29,3
9	esodati	39	27,4	28,0

10	OCSE	151	106,2	27,4
11	imprenditrici	92	64,7	27,4
12	menopausa	145	102,0	27,2
13	contributivo	148	104,1	27,1
14	donne	8725	6134,8	26,7
15	gender	61	42,9	26,3
16	gap	192	135,0	26,2
17	Sabbadini	43	30,2	25,5
18	lavoratrici	344	241,9	24,7
19	Renzi	139	97,7	24,4
20	ISTAT	365	256,6	24,2
21	età	45	31,6	24,2
22	Camusso	48	33,8	24,1
23	femminicidi	34	23,9	23,7
24	intervistate	75	52,7	23,7
25	pensionabile	124	87,2	23,4
26	Women	98	68,9	22,7
27	CEDAW	32	22,5	22,2
28	occupate	152	106,9	21,6
29	part-time	163	114,6	21,1
30	Donne	423	297,4	21,0

TABELLA 2: Parole chiave - Corpus uomini_lavoro

	Parola chiave	Frequenza	Frequenza per milione	Punteggio
1	Fornero	176	101,9	92,7
2	Renzi	256	148,2	36,9

3	Bergoglio	65	37,6	35,6
4	inattivi	83	48,1	29,7
5	Isis	71	41,1	29,0
6	laureate	80	46,3	27,2
7	Camusso	63	36,5	25,9
8	gender	70	40,5	24,9
9	Mattarella	62	35,9	24,4
10	Gender	63	36,5	23,6
11	pensionabile	149	86,3	23,1
12	Neet	39	22,6	22,9
13	gap	201	116,4	22,6
14	femminicidio	44	25,5	22,2
15	Ballestri	36	20,8	21,8
16	Trump	47	27,2	21,6
17	Ocse	139	80,5	20,8
18	donne	8028	4647,8	228,5
19	Istat	366	211,9	20,0
20	Genocchi	34	19,7	20,0
21	antiviolenza	59	34,2	19,9
22	esodati	33	19,1	19,8
23	guadagnano	150	86,8	19,1
24	parità	721	417,4	19,1
25	sessi	221	127,9	18,3
26	divario	216	125,1	18,0
27	opportunità	37	21,4	17,0
28	Sabbadini	34	19,7	16,9
29	Boldrini	45	26,1	16,4

30	retributivo	87	50,4	16,3
----	-------------	----	------	------

TABELLA 3: Parole chiave - Corpus Frauen_Arbeit

	Parola chiave	Frequenza	Frequenza per milione	Punteggio
1	Schwesig	150	129,7	97,9
2	Frauenarbeit	156	134,8	90,4
3	Teilzeit	371	320,7	86,9
4	Lohnlücke	101	87,3	84,1
5	Gap	138	119,3	69,1
6	unbezahlt	97	83,8	63,8
7	Lohnunterschiede	60	51,9	47,1
8	Pay	133	115,0	46,3
9	Tritschler	55	47,5	45,1
10	Führungspositionen	153	132,3	42,3
11	Überstunden	199	172,0	40,9
12	unbezahlte	77	66,6	40,2
13	Vollzeit	169	146,1	39,4
14	Teilzeitarbeit	77	66,6	38,2
15	Frauenquote	105	90,8	37,6
16	verrichten	186	160,8	37,1
17	Geschlechtern	116	100,3	36,0
18	Lohngerechtigkeit	42	36,3	35,1
19	Berufsforschung	51	44,1	34,9
20	Equal	58	50,1	33,8
21	Elternzeit	153	132,3	33,0
22	Gleichberechtigung	186	160,8	32,3

23	Hausarbeit	140	121,0	32,0
24	Gender	154	133,1	31,7
25	Frauen	7537	6514,9	31,4
26	Lohnungleichheit	37	32,0	31,1
27	IAB	57	49,3	30,8
28	Frauenberufe	39	33,7	30,5
29	erwerbstätig	62	53,6	30,2
30	berufstätigen	56	48,4	30,0

TABELLA 4: Parole chiave - Corpus Männer_Arbeit

	Parola chiave	Frequenza	Frequenza per milione	Punteggio
1	Lohnlücke	128	100,6	96,8
2	Schwesig	162	127,3	96,2
3	Teilzeit	391	307,3	83,3
4	Gap	156	122,6	71,0
5	Pay	163	128,1	51,5
6	Lohnunterschiede	70	55,0	49,9
7	unbezahlt	72	56,6	43,3
8	Tritschler	55	43,2	41,1
9	Equal	75	58,9	39,6
10	Elternzeit	200	157,2	39,1
11	Führungspositionen	149	117,1	37,5
12	Arbeitsagentur	155	121,8	35,7
13	Lohngerechtigkeit	47	36,9	35,7
14	Gender	188	147,7	35,1
15	Geschlechtern	124	97,5	35,0

16	Teilzeitarbeit	77	60,5	34,8
17	Plasberg	53	41,7	34,4
18	Vollzeit	162	127,3	34,4
19	Männer	4128	3244,2	33,5
20	Trump	53	41,7	33,0
21	unbezahlte	68	53,4	32,4
22	verrichten	178	139,9	32,3
23	Berufsforschung	50	39,3	31,2
24	Statistischen	123	96,7	31,1
25	Gehaltsunterschied	39	30,7	30,8
26	Familienministerin	67	52,7	30,7
27	Frauenberufe	41	32,2	29,2
28	Überstunden	156	122,6	29,2
29	Lohnungleichheit	38	29,9	29,1
30	Arbeitslosenquote	114	89,6	28,5

Dalla tabella 5 è possibile osservare le trenta parole chiave più ricorrenti ottenute da tutti e quattro i corpora analizzati. Sono state inoltre evidenziate con colori diversi le parole chiave che ricorrono tra le più rilevanti in più di un corpus; nello specifico troviamo in verde *Gap* e *Gender* che ricorrono in tutti e quattro i corpora e si riferiscono sia in italiano che in tedesco al così detto *gender pay gap* ossia il divario retributivo tra uomini e donne¹⁴⁵. In viola troviamo invece *part-time*, *Teilzeit*, *donne*, *Frauen*, *sessi* e *Geschlechtern* che appaiono nella lista di tre dei quattro corpora analizzati e infine in azzurro troviamo *occupate*, *erwerbstätig*, *berufstätigen*, *parità* e *Gleichberechtigung* che appaiono tra le più rilevanti in due dei quattro corpora analizzati.

¹⁴⁵Per maggiori informazioni sul gender pay gap si faccia riferimento a European Commission (2014).

TABELLA 5: Parole chiave – Visione d’insieme

	PC (donne_lavoro)	PC (uomini_lavoro)	PC (Frauen_Arbeit)	PC (Männer_Arbeit)
1	Fornero	Fornero	Schwesig	Lohnlücke
2	Neet	Renzi	Frauenarbeit	Schwesig
3	Trump	Bergoglio	Teilzeit	Teilzeit
4	Lagarde	inattivi	Lohnlücke	Gap
5	laureate	Isis	Gap	Pay
6	antiviolenza	laureate	unbezahlt	Lohnunterschiede
7	opportunità	Camusso	Lohnunterschiede	unbezahlt
8	endometriosi	gender	Pay	Tritschler
9	esodati	Mattarella	Tritschler	Equal
10	OCSE	Gender	Führungspositionen	Elternzeit
11	imprenditrici	pensionabile	Überstunden	Führungspositionen
12	menopausa	Neet	unbezahlte	Arbeitsagentur
13	contributivo	gap	Vollzeit	Lohngerechtigkeit
14	donne	femminicidio	Teilzeitarbeit	Gender
15	gender	Ballestri	Frauenquote	Geschlechtern
16	gap	Trump	verrichten	Teilzeitarbeit
17	Sabbadini	Ocse	Geschlechtern	Plasberg
18	lavoratrici	donne	Lohngerechtigkeit	Vollzeit
19	Renzi	Istat	Berufsforschung	Männer
20	ISTAT	Genocchi	Equal	Trump
21	età	antiviolenza	Elternzeit	unbezahlte
22	Camusso	esodati	Gleichberechtigung	verrichten
23	femminicidi	guadagnano	Hausarbeit	Berufsforschung

24	intervistate	parità	Gender	Statistischen
25	pensionabile	sessi	Frauen	Gehaltsunterschied
26	Women	divario	Lohnungleichheit	Familienministerin
27	CEDAW	opportunità	IAB	Frauenberufe
28	occupate	Sabbadini	Frauenberufe	Überstunden
29	part-time	Boldrini	erwerbstätig	Lohnungleichheit
30	Donne	retributivo	berufstätigen	Arbeitslosenquote

Il confronto tra i risultati risulta difficile dato che, come specificato in precedenza, è stato necessario escludere dalla lista di parole chiave ottenute dai corpora italiani un numero molto maggiore di elementi rispetto a quelli esclusi dall'analisi dei corpora tedeschi. Nonostante ciò si è osservato che alcune parole chiave sia nei corpora italiani che in quelli tedeschi afferivano alla stessa area semantica, ossia quella del divario retributivo; ci riferiamo per il tedesco a: *Lohnungleichheit*, *Gehaltsunterschied*, *Lohngerechtigkeit*, *Lohnlücke*, *Gap*, *Pay*, *Lohnunterschiede*, *Equal*, e per l'italiano a: *gap*, *guadagnano*, *divario* e *retributivo*. Per poter individuare ulteriori aree semantiche ricorrenti comuni ai quattro corpora risulta invece necessaria un'analisi qualitativa che approfondisca il contesto di occorrenza delle parole chiave.

6.3.1.2 Gruppi di più parole

Passiamo ora ai trenta gruppi di più parole più rilevanti in ognuno dei quattro corpora costruiti ad hoc. Sono riportati nelle tabelle successive in base al punteggio, calcolato automaticamente da Sketch Engine, ottenuto dalla frequenza all'interno del corpus analizzato e dalla frequenza nel corpus di riferimento, che ricordiamo essere ItTenTen per l'italiano e DeTenTen13 per il tedesco¹⁴⁶. Dalle liste di gruppi di parole sono stati esclusi quelli relativi al

¹⁴⁶ Sebbene, in fase di raccolta dei gruppi di parole attraverso il software Sketch Engine sia stato specificato di includere tutti i gruppi costituiti dalle tre alle cinque parole, nella lista di quelli più rilevanti in base al confronto con i corpora di riferimento sono apparsi solo quelli costituiti da tre parole.

metatesto, quelli costituiti solo da elementi grammaticali e quelli in cui solo uno tra i tre elementi aveva una funzione lessicale. Sono stati inoltre evidenziati in giallo quelli non attinenti al discorso su “donne e lavoro” che, di conseguenza, sono stati esclusi da ulteriori analisi. Per la precisione, nei corpora italiani troviamo in gallo quelli relativi ai temi della violenza di genere, delle pensioni e della salute, mentre, nei corpora tedeschi quelli relativi a istituzioni ed enti pubblici.

TABELLA 6: Corpus donne_lavoro – Gruppi di più parole

	N-grams (3 parole)	Frequenza	Frequenza per milione	Punteggio
1	tasso di occupazione	148	104,1	53,4
2	parità di genere	75	52,7	44,9
3	le donne sono	165	116,0	43,5
4	di occupazione femminile	75	52,7	43,0
5	tumore al seno	87	61,2	37,6
6	rispetto agli uomini	75	52,7	36,9
7	andare in pensione	110	77,3	36,8
8	pensione di vecchiaia	80	56,3	35,7
9	violenza di genere	64	45,0	34,2
10	speranza di vita	78	54,8	34,2
11	partecipazione delle donne	67	47,1	33,2
12	contro le donne	108	75,9	32,9
13	donne che lavorano	59	41,5	31,4
14	diritti delle donne	86	60,5	29,8
15	sono le donne	66	46,4	28,8
16	violenza contro le	72	50,6	28,5
17	differenze di genere	56	39,4	28,1
18	lavoro e famiglia	48	33,8	28,0

19	meno degli uomini	41	28,8	27,6
20	le donne hanno	71	49,9	27,4
21	violenza sulle donne	75	52,7	27,1
22	le donne non	80	56,3	26,7
23	lasciare il lavoro	43	30,2	26,7
24	donne che hanno	90	63,3	26,4
25	donne al lavoro	39	27,4	26,4
26	ministro del lavoro	60	42,2	26,3
27	anni di contributi	61	42,9	25,6
28	cura dei figli	46	32,3	25,2
29	dimissioni in bianco	37	26,0	25,1
30	mercato del lavoro	443	311,5	24,9

TABELLA 7: Corpus uomini_lavoro – Gruppi di più parole

	N-grams (3 parole)	Frequenza	Frequenza per milione	Score
1	parità di genere	88	50,9	43,4
2	rispetto agli uomini	106	61,4	42,8
3	forze dell'ordine	70	40,5	41,5
4	le donne sono	190	110,0	41,3
5	tasso di occupazione	132	76,4	39,3
6	uomini e donne	534	309,2	35,9
7	meno degli uomini	62	35,9	34,1
8	speranza di vita	85	49,2	30,7
9	Uomini e donne	77	44,6	29,7
10	andare in pensione	93	53,8	25,8

11	violenza di genere	57	33,0	25,3
12	pensione di vecchiaia	66	38,2	24,5
13	di occupazione femminile	51	29,5	24,4
14	le donne non	88	50,9	24,2
15	tasso di disoccupazione	106	61,4	23,5
16	le donne hanno	72	41,7	23,0
17	donne e uomini	128	74,1	22,4
18	violenza sulle donne	75	43,4	22,4
19	differenze di genere	53	30,7	22,0
20	più degli uomini	41	23,7	20,7
21	donne che lavorano	46	26,6	20,4
22	contro le donne	80	46,3	20,2
23	donne sono più	40	23,2	20,2
24	le donne guadagnano	34	19,7	20,1
25	sono le donne	55	31,8	20,0
26	le quote rosa	36	20,8	19,8
27	aspettativa di vita	59	34,2	19,3
28	luogo del delitto	43	24,9	19,0
29	Le donne sono	48	27,8	18,9
30	ministro del lavoro	49	28,4	17,9

TABELLA 8: Corpus Frauen_Arbeit - Gruppi di più parole

	N-grams (3 parole)	Frequenza	Frequenza per milione	Score
1	Männern und Frauen	270	233.4	184,4
2	Männer und Frauen	207	178.9	112,5
3	Frauen in Deutschland	97	83,8	80,5
4	Frauen und Männer	140	121,0	75,4

5	Familie und Beruf	102	88,2	71,0
6	Prozent der Frauen	85	73,5	68,2
7	Frauen und Männern	101	87,3	67,3
8	Gender Pay Gap	76	65,7	66,2
9	Beruf und Familie	89	76,9	65,3
10	ihre männliche Kollegen	74	64,0	63,1
11	Prozent weniger als	75	64,8	60,4
12	weniger als Männer	66	57,0	56,8
13	Vereinbarkeit von Familie	68	58,8	50,5
14	für gleiche Arbeit	56	48,4	46,8
15	Bundesagentur für Arbeit	75	64,8	45,6
16	Prozent der Männer	54	46,7	44,6
17	das Statistische Bundesamt	56	48,4	43,8
18	Equal Pay Day	50	43,2	42,7
19	Frauen in Führungspositionen	51	44,1	42,2
20	Gender Pension Gap	46	39,8	40,7
21	Arbeitsmarkt- und Berufsforschung	47	40,6	40,1
22	Euro im Monat	63	54,5	40,0
23	des Statistischen Bundesamtes	50	43,2	39,0
24	des Statistischen Bundesamts	44	38,0	38,1
25	Angaben des Statistischen	44	38,0	37,3
26	Frauen und Mädchen	47	40,6	36,1
27	Stunden pro Woche	44	38,0	33,9
28	mehr Frauen in	39	33,7	33,4
29	die gleiche Arbeit	38	32,8	33,1
30	Lohn für gleiche	36	31,1	30,9

TABELLA 9: Corpus Männer_Arbeit- Gruppi di più parole

	N-grams (3 parole)	Frequenza	Frequenza per milione	Score
1	Männern und Frauen	280	220,1	173,9
2	Männer und Frauen	330	259,3	162,7
3	Frauen und Männer	224	176,0	109,4
4	Prozent weniger als	119	93,5	86,7
5	weniger als Männer	95	74,7	74,0
6	Gender Pay Gap	91	71,5	72,0
7	Agentur für Arbeit	125	98,2	69,7
8	Bundesagentur für Arbeit	121	95,1	66,5
9	Frauen und Männern	106	83,3	64,3
10	Prozent der Frauen	87	68,4	63,5
11	Frauen in Deutschland	78	61,3	59,1
12	Prozent der Männer	79	62,1	59,1
13	ihre männlichen Kollegen	75	58,9	58,2
14	Familie und Beruf	86	67,6	54,6
15	Equal Pay Day	64	50,3	49,5
16	Euro im Monat	82	64,4	47,2
17	die gleiche Arbeit	59	46,4	46,3
18	Zahl der Arbeitslosen	59	46,4	44,4
19	das Statistische Bundesamt	61	47,9	43,4
20	Angaben des Statistischen	56	44,0	43,1
21	für gleiche Arbeit	55	43,2	41,9
22	Gender Pension Gap	52	40,9	41,8
23	des Statistischen Bundesamtes	57	44,8	40,4
24	Vereinbarkeit von Familie	59	46,4	40,0

25	des Statistischen Bundesamts	50	39,3	39,3
26	Stunden pro Woche	53	41,7	37,0
27	Arbeitsmarkt- und Berufsforschung	47	36,9	36,6
28	Frauen in Führungspositionen	46	36,2	34,7
29	Prozent der Befragten	61	47,9	33,9
30	weniger verdienen als	37	29,1	29,7

Nella tabella 10 è possibile avere una visione d'insieme di tutti i trenta gruppi di parole più rilevanti raccolti in ognuno dei quattro corpora. Così come fatto per le parole chiave, sono stati evidenziati con diversi colori i gruppi di parole che ricorrono tra i più rilevanti in più di un corpus. In particolare troviamo in verde le sequenze *meno degli uomini* e *weniger als Männer* che appaiono in tutti e quattro i corpora, abbiamo poi in viola le sequenze che appaiono in tre dei quattro corpora esaminati, e cioè: *Männern und Frauen*, *Männer und Frauen*, *uomini e donne*, *Uomini e donne*, *Frauen und Männer*, *Frauen und Männern* e *donne e uomini*. Infine, in azzurro sono state evidenziate le sequenze *lavoro e famiglia* e *Beruf und Familie* che appaiono tra le più rilevanti in due dei quattro corpora.

TABELLA 10: Gruppi di più parole – Visione d'insieme

	Corpus donne_lavoro	Corpus uomini_lavoro	Corpus Frauen_Arbeit	Corpus Männer_Arbeit
1	tasso di occupazione	parità di genere	Männern und Frauen	Männern und Frauen
2	parità di genere	rispetto agli uomini	Männer und Frauen	Männer und Frauen
3	le donne sono	forze dell'ordine	Frauen in Deutschland	Frauen und Männer
4	di occupazione femminile	le donne sono	Frauen und Männer	Prozent weniger als
5	tumore al seno	tasso di occupazione	Familie und Beruf	weniger als Männer

6	rispetto uomini	agli	uomini e donne	Prozent der Frauen	Gender Pay Gap
7	andare pensione	in	meno degli uomini	Frauen und Männern	Agentur für Arbeit
8	pensione vecchiaia	di	speranza di vita	Gender Pay Gap	Bundesagentur für Arbeit
9	violenza di genere		Uomini e donne	Beruf und Familie	Frauen und Männern
10	speranza di vita	andare in pensione		ihre männliche Kollegen	Prozent der Frauen
11	partecipazione delle donne	violenza di genere		Prozent weniger als	Frauen in Deutschland
12	contro le donne	pensione vecchiaia	di	weniger als Männer	Prozent der Männer
13	donne che lavorano	di occupazione femminile		Vereinbarkeit von Familie	ihre männlichen Kollegen
14	diritti delle donne	le donne non		für gleiche Arbeit	Familie und Beruf
15	sono le donne	tasso disoccupazione	di	Bundesagentur für Arbeit	Equal Pay Day
16	violenza contro le	le donne hanno		Prozent der Männer	Euro im Monat
17	differenze genere	di	donne e uomini	das Statistische Bundesamt	die gleiche Arbeit
18	lavoro e famiglia	violenza donne	sulle	Equal Pay Day	Zahl der Arbeitslosen
19	meno uomini	differenze genere	di	Frauen Führungspositionen	in das Statistische Bundesamt
20	le donne hanno	più degli uomini		Gender Pension Gap	Angaben des Statistischen
21	violenza donne	sulle donne lavorano	che	Arbeitsmarkt- Berufsforschung	und für gleiche Arbeit
22	le donne non	contro le donne		Euro im Monat	Gender Pension Gap
23	lasciare il lavoro	donne sono più		des Statistischen Bundesamtes	des Statistischen Bundesamtes
24	donne che hanno	le guadagnano	donne	des Statistischen Bundesamts	Vereinbarkeit von Familie
25	donne al lavoro	sono le donne		Angaben Statistischen	des des Statistischen Bundesamts

26	ministro del lavoro	le quote rosa	Frauen und Mädchen	Stunden pro Woche
27	anni di contributi	aspettativa di vita	Stunden pro Woche	Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
28	cura dei figli	luogo del delitto	mehr Frauen in	Frauen in Führungspositionen
29	dimissioni in bianco	Le donne sono	die gleiche Arbeit	Prozent der Befragten
30	mercato del lavoro	ministro del lavoro	Lohn für gleiche	weniger verdienen als

In questo caso, sebbene si tratti solo di risultati quantitativi, è stato possibile individuare, a differenza che per le parole chiave, più aree semantiche all'interno delle quali poter raggruppare più sequenze di parole. Le aree semantiche più ricorrenti sono risultate essere il divario retributivo, in particolare per i corpora tedeschi, la conciliazione tra famiglia e lavoro, per entrambi i corpora e il tasso di occupazione, in particolare per i corpora italiani, così come osservabile nella tabella riportata in seguito.

TABELLA 11: Gruppi di più parole – Aree semantiche

	Divario retributivo	Occupazione	Conciliazione lavoro-famiglia
Corpora donne_lavoro, uomini_lavoro	le donne guadagnano	tasso di occupazione; tasso di disoccupazione; di occupazione femminile; partecipazione delle donne	dimissioni in bianco; cura dei figli; lasciare il lavoro; lavoro e famiglia
Corpora Frauen_Arbeit, Männer_Arbeit	Lohn für gleiche; weniger verdienen als; die gleiche Arbeit; Gender Pension Gap; Euro im Monat; Equal Pay Day; Gender Pay Gap; für gleiche Arbeit	Zahl der Arbeitslosen	Vereinbarkeit von Familie; Beruf und Familie; Familie und Beruf

Alcuni dei gruppi di parole riportati in questa sezione verranno analizzati nel dettaglio qualitativamente col fine di delineare le tendenze e i temi più ricorrenti attraverso cui i giornali inclusi nei corpora rappresentano e costruiscono il discorso su “donne e lavoro” in Italia e in Germania.

6.3.1.3 Collocati

Nell’ultima sezione dedicata ai risultati quantitativi verranno presentati i collocati lessicali più frequenti di *donne* nei due corpora italiani e di *Frauen* nei due corpora tedeschi. I collocati sono ordinati secondo il parametro *T-score* e nella fase di ricerca sul software Sketch Engine è stato stabilito di includere solo quelli che appaiono in un intervallo di massimo 3 parole di distanza rispetto al termine di ricerca. È stato inoltre indicato 3 come minima frequenza in un dato intervallo e 5 come minima frequenza nell’intero corpus.¹⁴⁷

TABELLA 12: Collocati di *donne*; corpus *donne_lavoro* (sx); corpus *uomini_lavoro* (dx)

	Collocati (<i>donne_lavoro</i>)	N° di collocati	T-score	Collocati (<i>uomini_lavoro</i>)	N° di collocati	T-score
1	sono	719	25,128	uomini	1.117	32,728
2	uomini	602	25,014	sono	724	25,327
3	più	422	18,314	più	422	18,620
4	%	366	17,159	non	370	16,012
5	hanno	323	16,965	hanno	286	15,897
6	non	384	16,594	%	304	15,808
7	lavoro	328	15,936	lavoro	209	12,645
8	violenza	228	14,778	violenza	165	12,616
9	giovani	162	12,184	è	290	11,853
10	contro	154	11,845	solo	148	11,083
11	è	295	11,705	contro	134	10,974

¹⁴⁷ Si è scelto di adottare quest’insieme di parametri perché, dalla consultazione dei numerosi studi che adottano questo metodo, è sembrata essere una prassi ormai consolidata.

12	italiane	133	11,279	Uomini	107	10,263
13	lavorano	124	10,930	italiane	102	9,918
14	tutte	110	10,059	lavorano	97	9,698
15	solo	127	10,026	tutte	87	8,914
16	diritti	101	9,678	meno	86	8,506
17	due	109	9,475	diritti	78	8,433
18	partecipazione	89	9,125	giovani	80	8,396
19	età	96	9,051	molte	73	8,338
20	molte	80	8,704	siano	70	8,058
21	meno	87	8,402	Italia	78	7,707
22	mila	84	8,325	guadagnano	57	7,454
23	ha	135	8,266	devono	57	7,248
24	numero	72	7,960	età	61	7,155
25	Uomini	64	7,934	fanno	56	7,111
26	presenza	68	7,908	rispetto	62	6,998
27	vita	80	7,657	anni	88	6,939
28	Italia	83	7,609	due	65	6,849
29	mondo	72	7,566	presenza	51	6,844
30	occupate	58	7,487	occupate	47	6,762

TABELLA 13: Collocati di *Frauen corpus Frauen_Arbeit (sx)*; corpus *Männer_Arbeit (dx)*

	Collocati (<i>Frauen_Arbeit</i>)	N° di collocati	T-score	Collocati (<i>Männer_Arbeit</i>)	N° di collocati	T-score
1	Männer	614	24,073	Männer	847	28,415
2	Männern	400	19,713	Männern	414	20,117
3	sind	403	18,547	Sind	352	17,438
4	mehr	300	16,099	mehr	276	15,542

5	Prozent	272	15,439	Prozent	264	15,274
6	haben	230	13,725	verdienen	205	14,094
7	nicht	257	13,114	haben	194	12,707
8	viele	178	12,774	nicht	225	12,281
9	werden	196	12,501	weniger	164	12,150
10	arbeiten	162	12,122	werden	175	11,993
11	verdienen	152	12,095	nur	162	11,559
12	Deutschland	163	12,060	arbeiten	145	11,532
13	nur	176	11,844	Deutschland	135	10,901
14	junge	122	10,801	viele	107	9,763
15	Mädchen	100	9,493	junge	100	9,749
16	Arbeit	116	9,343	häufiger	81	8,831
17	weniger	100	9,253	ist	158	10,327
18	ist	185	9,066	Führungspositionen	66	8,035
19	häufiger	75	8,454	wollen	68	7,788
20	Kinder	90	8,432	viel	72	7,774
21	Führungspositionen	71	8,308	Arbeit	83	7,536
22	müssen	78	8,106	seien	59	7,287
23	wollen	74	8,059	müssen	62	7,279
24	jungen	67	7,991	heute	53	6,795
25	Viele	69	7,983	deutlich	51	6,788
26	können	75	7,528	können	59	6,708
27	Karriere	61	7,450	Karriere	47	6,595
28	machen	63	7,194	Euro	55	6,476
29	viel	66	7,163	Schnitt	44	6,461
30	heute	58	6,965	Viele	45	6,396

Così come per i gruppi di parole e per le parole chiave, i risultati ottenuti da tutti e quattro i corpora sono stati riportati in un'unica tabella, in modo da poter avere una visione d'insieme più immediata. Anche in questo caso sono stati evidenziati con colori diversi gli elementi che appaiono tra i più frequenti in più di un corpus. Precisamente, in verde troviamo i collocati più frequenti per tutti e quattro i corpora, in viola quelli presenti in tre corpora e in azzurro quelli che ricorrono solo in due corpora.

TABELLA 14: Collocati lessicali di *donne* e di *Frauen* – Visione d'insieme

	Collocati (donne_lavoro)	Collocati (uomini_lavoro)	Collocati (Frauen_Arbeit)	Collocati (Männer_Arbeit)
1	sono	Uomini	Männer	Männer
2	uomini	Sono	Männern	Männern
3	più	Più	sind	sind
4	%	Non	mehr	mehr
5	hanno	Hanno	Prozent	Prozent
6	non	%	haben	verdienen
7	lavoro	Lavoro	nicht	haben
8	violenza	Violenza	viele	nicht
9	giovani	È	werden	weniger
10	contro	Solo	arbeiten	werden
11	è	Contro	verdienen	nur
12	italiane	Uomini	Deutschland	arbeiten
13	lavorano	Italiane	nur	Deutschland
14	tutte	Lavorano	junge	viele
15	solo	Tutte	Mädchen	junge
16	diritti	Meno	Arbeit	häufiger
17	due	Diritti	weniger	ist
18	partecipazione	Giovani	ist	Führungspositionen

19	età	Molte	häufiger	wollen
20	molte	Siano	Kinder	viel
21	meno	Italia	Führungspositionen	Arbeit
22	mila	guadagnano	müssen	seien
23	ha	Devono	wollen	müssen
24	numero	Età	jungen	heute
25	Uomini	Fanno	Viele	deutlich
26	presenza	Rispetto	können	können
27	vita	Anni	Karriere	Karriere
28	Italia	Due	machen	Euro
29	mondo	Presenza	viel	Schnitt
30	occupate	Occupate	heute	Viele

Rispetto alle tabelle riassuntive precedenti è evidente che la grande maggioranza dei risultati ottenuti ricorre in più di un corpus. In particolare ci sono ben 14 collocati che ricorrono tra i più frequenti in tutti e quattro i corpora. Anche in questo caso è possibile raggruppare alcuni elementi in aree semantiche già individuate in precedenza, ci riferiamo nello specifico al divario retributivo (*Euro, guadagnano, verdienen*) e al tasso di occupazione (*occupate, presenza, partecipazione*).

6.3.2 Risultati qualitativi

Passiamo ora ad analizzare qualitativamente alcuni elementi lessicali particolarmente rilevanti per l'analisi sul discorso su "donne e lavoro". Per la precisione verranno analizzati sei gruppi di parole e due collocati lessicali per ogni lingua. Nell'analisi qualitativa non sono stati inclusi ulteriori elementi perché si ritiene che attraverso l'analisi dei sei gruppi di parole e dei due collocati lessicali si sia ricavato un quadro completo ed elaborato sul modo in cui il discorso

su “donne e lavoro” venga rappresentato, costruito e articolato all’interno dei giornali italiani e tedeschi inclusi nei corpora.

6.3.2.1 Gruppi di parole

Partiamo dai gruppi di parole, categoria su cui si è concentrata maggiormente l’analisi qualitativa: per i due corpora italiani, *donne_lavoro* e *uomini_lavoro* sono stati esaminati i seguenti gruppi di parole: *tasso di occupazione*, *uomini e donne*, *lavoro e famiglia*, *le donne non, meno degli uomini e parità di genere*. Per i due corpora tedeschi *Frauen_Arbeit* e *Männer_Arbeit* sono stati invece scelti i seguenti gruppi di parole: *Männer und Frauen*, *Frauen in Führungspositionen*, *Frauen und Männer*, *weniger als Männer*, *Frauen in Deutschland*, *Beruf und Familie*.

I gruppi di parole sono stati selezionati seguendo diversi criteri: innanzitutto la scelta è ricaduta su gruppi di parole comuni sia ai corpora italiani che ai corpora tedeschi, ci riferiamo a *uomini e donne* e *Männer und Frauen*, a *lavoro e famiglia* e *Beruf und Familie*, a *meno degli uomini* e *weniger als Männer*. Sono stati inoltre scelti gruppi di parole che in base sia ai dati extra-testuali che ai risultati quantitativi sembravano essere particolarmente rilevanti per il discorso su “donne e lavoro”, ci riferiamo a *tasso di occupazione* e *parità di genere* per l’italiano e *Frauen in Führungspositionen* per il tedesco. Si è inoltre cercato di evitare sovrapposizioni a livello tematico in modo da poter includere nell’analisi uno spettro di temi, argomenti e prospettive il più ampio e variegato possibile. Per una questione di correttezza formale e simmetria è stato inoltre scelto di analizzare tre gruppi di parole a partire da ognuno dei quattro corpora costruiti. Per ogni gruppo di parole analizzato sono state esaminate in dettaglio trenta occorrenze. Per ogni occorrenza sono stati specificati il giornale di appartenenza, la data di pubblicazione, l’indirizzo internet dell’articolo e, laddove menzionato, l’autore o l’autrice del pezzo. Inoltre, per evitare di orientare l’analisi verso una determinata direzione, per la selezione delle occorrenze da analizzare è stata utilizzata la funzione *shuffle*,

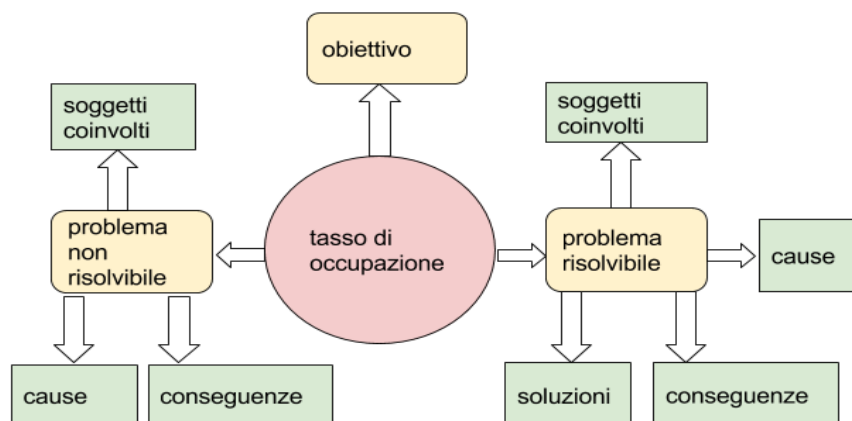
disponibile su Sketch Engine, che permette di ordinare le occorrenze in modo arbitrario. Infine, per facilitare la visione d'insieme ottenuta dall'analisi qualitativa delle occorrenze, sono state create, laddove possibile, delle visualizzazioni grafiche in cui vengono riportati e messi in relazione gli elementi più ricorrenti caratterizzanti il discorso attorno alla data sequenza.

6.3.2.1.1 Corpora donne_lavoro, uomini_lavoro

Partiamo ora dall'analisi della sequenza *tasso di occupazione*, analizzata all'interno del corpus *donne_lavoro*. È stato scelto di concentrarsi sull'analisi di questo gruppo di parole sia perché è in termini di rilevanza al primo posto nel corpus preso in esame e al quarto nel corpus *uomini_lavoro*, e sia per una rilevanza sociale dato che, come dimostrano i dati riportati in precedenza, l'Italia ha un tasso di occupazione femminile molto più basso rispetto alla media dell'Unione Europea. Dalla lettura approfondita del cotesito di queste trenta occorrenze (su 148)¹⁴⁸, è stato possibile delineare il modo, o meglio, i modi più ricorrenti attraverso cui il discorso attorno alla sequenza *tasso di occupazione* viene costruito all'interno dei giornali inclusi nello studio. Nella quasi totalità dei casi presi in esame il tasso di occupazione viene considerato un problema, solo in due casi viene invece trattato come un obiettivo già raggiunto o da raggiungere. Nello schema riportato in seguito è possibile osservare gli elementi più ricorrenti individuati nell'analisi.

¹⁴⁸Dato che il focus di questa analisi è il discorso su “donne e lavoro” sono state escluse dall'analisi le occorrenze in cui non si faceva alcun riferimento al tasso di occupazione femminile.

SCHEMA 1: Tasso di occupazione



Concentrandosi sul modo in cui la questione relativa al tasso di occupazione viene problematizzata, è interessante soffermarsi sul fatto che in molti casi vengono utilizzate parole ed espressioni che riconducono il problema alla sfera dell'ineluttabilità, della lunga durata, quasi si trattasse di un problema il cui superamento non possa essere considerato realizzabile. Per descrivere il basso tasso di occupazione femminile in Italia vengono infatti utilizzate espressioni quali: “Eppure il gentil sesso continua a scontrarsi con i problemi di sempre” (La Stampa 1, 2010); “quello femminile resta sempre drammaticamente indietro” (Corriere 1, 2014); “è uno dei talloni d’Achille storici dell’Italia” (La Stampa 2, 2016); “è sempre inchiodato sotto il 50 per cento” (Corriere 2, 2016) e “le ragazze lo sanno che questo non è un Paese che ama le donne” (Corriere 3, 2010). Parallelamente all’uso di tali espressioni e di altre simili, solo in rari casi, per la precisione sei, vengono fornite soluzioni concrete per il superamento della questione, come nei due passaggi riportati in seguito:

Quindi è necessaria una detassazione selettiva per portare il **tasso di occupazione** femminile dal 46% al 60%» (Corriere 4, 2013).

Diversi studi hanno messo in relazione la bassa occupazione delle donne con l’assenza di adeguati servizi alle famiglie come gli asili nido. Come quello della Banca d’Italia, sulla riforma dell’ex sindaco di Milano Letizia Moratti che abbassò l’età per l’accesso

alla scuola materna che ebbe come effetto l'aumento del **tasso di occupazione** femminile (La Stampa 3, 2016).

Oltre alla proposta di sgravi e incentivi fiscali, una soluzione che viene proposta più volte è quella di un miglioramento dei servizi forniti alla famiglia, con particolare attenzione agli asili nido. E infatti, laddove si menzionano le cause del basso tasso di occupazione femminile in Italia, si fa quasi sempre riferimento al lavoro domestico, alla maternità e alla presenza di figli piccoli in famiglia, la cui cura sembra essere ancora una questione prettamente femminile. È stato infatti notato che, nella maggioranza dei casi, gli unici soggetti coinvolti nella questione sono le donne, che subiscono questa situazione, in particolare al Sud. I partner maschili, d'altro canto, non vengono mai menzionati, così come raramente entrano in gioco soggetti politici e amministrativi che, con scelte e misure adeguate potrebbero porre rimedio a questa situazione problematica, il cui superamento potrebbe portare a vantaggi economici per tutta la società. Chi invece entra a volte in gioco sono economiste e docenti universitarie che, in alcuni casi, vengono interpellate per dare maggiore spazio alla questione, come evidente dai seguenti passaggi:

Serve un cambio «culturale», che vuol dire una trasformazione anche a livello «familiare» e «istituzionale»: i tre fattori alla base del basso **tasso di occupazione** femminile, che «nella classifica europea ci fa essere al penultimo posto, davanti solo a Malta, con una percentuale nazionale del 46,1%, in caduta al 30,5% al Sud». Paola Profeta, docente di Scienza delle Finanze all'Università Bocconi, specializzata in studi sull'economia pubblica e di genere (ha scritto con Alessandra Casarico Donne in attesa), sostiene «da anni l'idea che investire su donne e lavoro femminile è un fattore innanzitutto economico» (Corriere 5, 2011).

"Soltanto il **tasso di occupazione** femminile di Malta in Europa è inferiore a quello italiano", dice Fiorella Kostoris Padoa-Schioppa, aprendo questo pomeriggio a Trento,

al Festival dell'Economia, il dibattito sul 'Costo della discriminazione: le donne nel mercato del lavoro'. E poi aggiunge un'altra cifra, ancora più impietosa: "In Italia un uomo con figli piccoli ha il 10-12 per cento di possibilità in più dei suoi coetanei senza figli di trovare un lavoro; per le donne nella stessa situazione la probabilità è inversa" (La Repubblica 1, 2007).

A segnalare questo particolare dato dell'occupazione femminile è stata Linda Laura Sabbadini, direttore centrale dell'Istat, in una recente audizione in Commissione lavoro al Senato, con all'ordine del giorno il mercato del lavoro delle donne. Il **tasso di occupazione** femminile nel nostro paese si conferma fra i più bassi in Europa: appena il 46,1% di occupazione, inferiore di circa 12 punti percentuali rispetto a quello medio della Ue 27. Dei 1.8 milioni di occupate in più nei 16 anni considerati quindi, la parte più significativa (1.574.000) è andata alle regioni del Centro-Nord (Corriere 6, 2010).

Un'altra tendenza ricorrente osservata è il fatto che per sottolineare la situazione problematica italiana, si fanno confronti sia con altri paesi, in particolare europei, che tra le regioni italiane del Nord e del Sud, in cui la situazione risulta ancora più difficile, come osservabile nei due seguenti casi esemplificativi:

Penultimi in Europa. Negli ultimi mesi ci ha superato anche la Grecia e dopo di noi resta solo Malta. In Italia riesce a lavorare solo il 46,3 per cento delle donne; sette milioni in età lavorativa sono fuori dal mercato del lavoro; al sud il **tasso di occupazione** crolla al 34,7 per cento (La Repubblica 2, 2008).

Prendendo ad esempio due regioni estreme, la Campania e l'Emilia Romagna, (la prima ha un **tasso di occupazione** femminile del 27,3 per cento, la seconda del 62,1 per cento), in 15 anni in Campania si è passati da un numero medio di 1,51 figli per donna a 1,42, mentre in Emilia Romagna nello stesso periodo si è passati da 0,97 a 1,48. Segno che alla lunga le politiche di sostegno all'occupazione femminile, a

cominciare dagli asili nido, producono effetti positivi anche sotto il profilo della natalità (La Repubblica 3, 2010).

Concludiamo questa panoramica sull'analisi qualitativa della sequenza *tasso di occupazione*, affermando che non risultano evidenti cambiamenti diacronici sulla rappresentazione di tale questione nei giornali inclusi nell'analisi. Confrontando infatti due estratti pubblicati a distanza di nove anni, l'atteggiamento nei confronti della questione pare essere poco dissimile; tale immobilità riscontrabile nella stampa potrebbe essere un'ulteriore conferma del fatto che quello del tasso di occupazione femminile rappresenta un problema duraturo e quasi "ineluttabile", come alcune espressioni utilizzate in riferimento alla questione sembrano suggerire.

Aumentano le donne alla ricerca del lavoro, ma il **tasso di occupazione** femminile continua a essere al di sotto del 49%. Tra gli stipendi degli uomini e delle donne c'è sempre un divario insopportabile. Gli asili nido sono al di sotto del fabbisogno e della quota del 33% indicata come target dall'Unione europea (La Stampa 4, 2016).

Per il **tasso di occupazione** delle donne, l'Italia si colloca al penultimo posto, davanti solo all'isola di Malta. I paesi nordici sono invece i più virtuosi. Non è solo un problema di una stessa remunerazione per uno stesso lavoro, i fattori all'origine delle differenze, osserva l'esecutivo Ue, comprendono anche la minore valorizzazione delle professionalità, discriminazioni sul mercato del lavoro e difficoltà di conciliare vita professionale e vita privata che per le donne si traduce in un grande ricorso al part-time (Corriere 7, 2007).

Passiamo ora all'analisi del gruppo di parole *uomini e donne*, esaminato nel corpus *uomini_lavoro*. Tale sequenza è stata scelta perché particolarmente rilevante nel corpus: la variante *uomini e donne* appare infatti 534 volte (309,2 per milione di parole), a cui si aggiunge la variante *Uomini e donne* presente 77 volte (44,6 per milione di parole). Ci è sembrato inoltre opportuno, data la natura comparativa di questo studio, concentrare l'analisi su questa

sequenza, in quanto gli equivalenti tedeschi *Männer und Frauen* e *Männern und Frauen* risultano a loro volta molto rilevanti, collocandosi infatti ai primi posti in entrambi i corpora tedeschi. Dall'analisi delle trenta occorrenze¹⁴⁹ (su 534) di *uomini e donne* è possibile affermare innanzitutto che quando si parla di uomini e donne nella maggior parte dei casi questo confronto si inserisce all'interno di una situazione discriminatoria per le donne (22 su 30). L'analisi dimostra inoltre che tale confronto si colloca talvolta anche in situazioni considerate paritarie, o per meglio dire, svantaggiose, per entrambi i generi (6 su 30), o in situazioni discriminatorie per gli uomini (2 su 30). In questi ultimi casi uno dei temi più ricorrenti è la diversa età pensionabile per uomini e donne, situazione considerata in alcuni casi paritaria e in altri svantaggiosa per gli uomini, tanto che l'Italia ha anche ricevuto dalle istituzioni europee più volte richiami e sanzioni, come riportato dal seguente passaggio:

Nuovo ultimatum della Commissione Ue all'Italia: se non equiparerà immediatamente l'età pensionabile tra **uomini e donne** nel settore pubblico sarà nuovamente deferita alla Corte di giustizia europea. L'avvertimento - secondo quanto apprende l'agenzia Ansa - è contenuto in una nuova lettera che Bruxelles ha inviato alle autorità italiane, chiedendo loro di adeguarsi al più presto alla sentenza della Corte europea di giustizia che già nel 2008 intimava all'Italia di innalzare l'età pensionabile delle dipendenti pubbliche, portandola a 65 anni, lo stesso livello previsto per i colleghi maschi (La Repubblica 4, 2010).

Un altro ambito in cui la situazione delle donne e degli uomini è considerata paritaria è, per esempio, quella relativa allo stress sul lavoro, come esemplificato dal seguente passaggio:

¹⁴⁹Dato che questa ricerca si focalizza sul tema "donne e lavoro", sono state incluse solo le occorrenze in cui si parla di uomini e donne in riferimento al lavoro, questa scelta è motivata anche dalla volontà di seguire una metodologia di lavoro coerente con l'analisi della sequenza *tasso di occupazione*, in cui sono state escluse le occorrenze in cui non si faceva riferimento all'occupazione femminile.

Troppo stress per due persone su dieci. Se il lavoro diventa una malattia. Le patologie correlate allo stress da 'scrivania' colpiscono il 22% dei lavoratori, quasi 40 milioni di **uomini e donne**. Molto dipende dall'introduzione di nuove tecnologie e dalla diffusione di forme contrattuali flessibili. Ma la conseguenza è un utilizzo crescente di psicofarmaci (La Repubblica 5, 2010).

Ora passiamo invece ai casi in cui viene descritta una situazione discriminatoria per le donne, se paragonata a quella degli uomini. Dall'analisi di queste 22 occorrenze e dei relativi cotesti si può osservare che l'ambito più ricorrente risulta essere il divario retributivo tra uomini e donne, fenomeno definito anche Gender Pay Gap, non peculiare alla situazione italiana, bensì presente in tutto il mondo, come dimostra il seguente passaggio:

Il divario salariale tra **uomini e donne** rimane molto ampio in tutto il mondo: a parità di tipologia di lavoro la retribuzione femminile media è inferiore a quella maschile dal 10 al 30%, in tutte le regioni e in tutti i settori. Questo divario, fa notare Oxfam, sta diminuendo, ma all'attuale ritmo di riduzione ci vorranno almeno 75 anni per concretizzare il principio della parità di salario a parità di lavoro (La Repubblica 6, 2014).

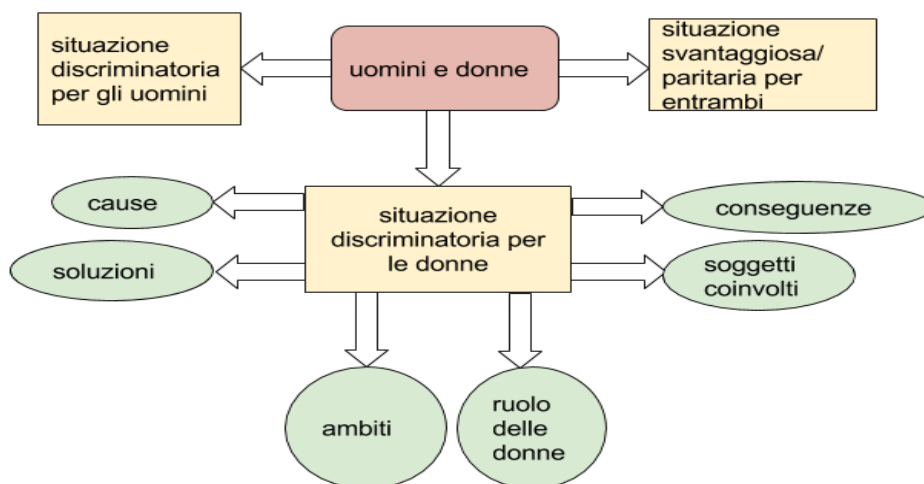
La lunga durata del problema e la relativa lontana risoluzione relative al divario retributivo in questo passaggio, ma anche in riferimento ad altre questioni che discriminano le donne in ambito lavorativo, sono un elemento ricorrente. In riferimento al divario retributivo vengono infatti usate le seguenti espressioni: “è ancora ampio e continua ad allargarsi” (Corriere 8, 2012). Per quanto riguarda invece gli altri ambiti discussi viene affermato che la “parità è ancora lontana” (La Repubblica 7, 2006), e che nel nostro Paese la maternità nell'ambito delle imprese è vista ancora come un problema e ci siamo trascinati per anni il fenomeno delle dimissioni in bianco (La Stampa 5, 2016). Il divario retributivo, come visto in precedenza, non è una peculiarità italiana, quello che potrebbe però considerarsi una prerogativa italiana è

l'interpretazione erronea di un dato che a prima vista sembrerebbe positivo per la condizione delle donne sul mercato del lavoro, ma che è in realtà legato a un altro dato poco roseo. L'Italia ha infatti un divario retributivo, soprattutto in riferimento a professioni apicali, molto più basso rispetto ad altri paesi; tale dato dipende dal bassissimo numero di donne impiegate in tali ruoli dirigenziali, come spiegato chiaramente, tra l'altro, nel seguente passaggio:

La differenza salariale fra i nostri **uomini e donne** dirigenti è solo dell'1%, un dato ben lontano dal 7% della Francia e dal 13% della Spagna, nazioni che la OD&M considera «cugine» dal punto di vista economico e sociale. Se scendiamo di livello e consideriamo i quadri, il dato italiano sale solo di poco e arriva all'1,4% mentre si abbassa al 4% in Francia e al 7% in Spagna. Queste percentuali possono farci ritenere di vivere in una nazione egualitaria? [...] Se ci limitassimo alla semplice lettura dei dati potremmo ritenere che in Italia la parità di genere sul lavoro è ormai cosa fatta ma la situazione è ben diversa e lo si evince dalla disparità numerica fra uomini e donne nelle posizioni analizzate». Ed ecco quindi che i direttori generali di una media azienda (intorno ai 250 milioni di fatturato) percepiscono per esempio una media di 150.848 euro e le loro colleghe 147.000, retribuzioni praticamente allineate. Gli uomini su questo ruolo però sono 802 mentre le donne solo 19. Gap minimo (103.429 contro 100.959) per direttori finanziari, peccato che 554 siano uomini e solo 42 donne (Corriere 9, 2012).

Come osservabile anche dalla rappresentazione grafica riportata in seguito, per le 22 occorrenze in cui viene rappresentata una situazione discriminatoria per le donne, sono state individuate, ove possibile, ambito, cause, conseguenze, soluzioni, soggetti coinvolti e ruolo delle donne.

SCHEMA 2: Uomini e donne



Per prima cosa vale la pena menzionare che oltre all'ambito della disparità retributiva, quando si parla di uomini e donne, queste ultime vivono situazioni di discriminazione in riferimento a peggiori opportunità di carriera, a minore tasso di occupazione e a scarse tutele per la cura dei figli. Le cause di queste situazioni di disegualianza, laddove menzionate, sono da riscontrarsi nella scelta del percorso universitario, nella carenza dei servizi, nella rigida organizzazione del lavoro, nelle leggi, nell'atteggiamento culturale maschile e nella scarsa distribuzione del lavoro domestico, come riportato nel seguente passaggio:

Carriera più difficile per la donna, se il partner lavora più di 50 ore a settimana. Quando non è costretta, come spesso accade, a lasciare l'impiego. Sono gli straordinari dei "mariti" ad accentuare ancora di più le disegualianze professionali tra **uomini e donne** e spingono quest'ultime, di nuovo, verso incombenze "casalinghe" (La Repubblica 8, 2010).

Per quanto riguarda invece le soluzioni proposte per il superamento di tali situazioni si va dall'incentivare le donne a intraprendere studi scientifici, a una maggiore redistribuzione dei permessi per l'assistenza ai figli, dall'istituzione di un osservatorio di genere presso la

Presidenza del Consiglio, a misure legislative che, sia a livello nazionale che a livello europeo sanzionino chi discrimina:

È un ulteriore passo in avanti per la parità di trattamento tra **uomini e donne** nel mercato del lavoro e dell'occupazione". Mara Carfagna, ministro per la Pari opportunità, commenta con soddisfazione a Montecitorio l'approvazione da parte del Consiglio dei ministri dello schema di decreto legislativo di recepimento della direttiva del suo ministero che prevede sanzioni più dure per chi discrimina le donne sul luogo di lavoro. Tra i principali provvedimenti la lotta alla differenza di trattamento retributivo tra uomini e donne, più tutele per le lavoratrici madri e per i genitori adottivi" (La Repubblica 9, 2009).

Il divario salariale tra **uomini e donne** nell'Ue sta raggiungendo livelli preoccupanti. Sanzioni, come l'esclusione da appalti pubblici e da servizi finanziati dall'Ue, per le grandi società quotate in borsa che non rispettano la parità retributiva tra uomo e donna e il divieto di qualsiasi discriminazione basate sull'orientamento sessuale e l'identità di genere (La Repubblica 10, 2015).

Per quanto riguarda i soggetti coinvolti, oltre che chiaramente uomini e donne, rientrano nel discorso istituzioni nazionali ed internazionali, in particolare europee come soggetti in grado di apportare misure necessarie per il superamento, almeno in parte, delle situazioni discriminatorie descritte. Inoltre vengono spesso citate organizzazioni internazionali (ad es. Oxfam), soggetti politici e voci esperte il cui compito è quello di attirare l'attenzione mediatica su tali argomenti e proporre soluzioni. In riferimento all'ultimo elemento preso in considerazione, ossia il ruolo delle donne, c'è da dire che nei pochi casi in cui se ne parla, le donne vengono rappresentate o come colpevoli della loro stessa situazione, come nel caso riportato in seguito, o come soggetti che subiscono la condizione discriminatoria che vivono.

Le donne guadagnano di meno perché al momento della scelta della facoltà, si orientano verso studi umanistico-letterari destinati a condurle verso professioni scarsamente retribuite. E lo fanno di testa loro, nonostante i brillanti risultati scolastici permetterebbero alle ragazze di "volare" anche in indirizzi considerati tipicamente maschili (e legati a professioni più redditizie) come ingegneria, economia o matematica. Una decisione non da poco, visto che l'analisi della Fondazione Debenedetti dimostra che la scelta del percorso universitario spiega per un terzo la differenza di reddito fra **uomini e donne** (La Repubblica 11, 2012).

Infine, anche in questo caso, non sembra che sia cambiato molto nell'arco temporale entro cui sono stati pubblicati gli articoli inclusi nell'analisi; questo infatti era quello che si scriveva nel 2012:

Uomini e donne dovranno avere, a parità di ruolo, lo stesso stipendio; e questo entro il 2016. È l'impegno assunto dal governo in commissione Lavoro del Senato, accogliendo un ordine del giorno dell'Italia dei valori, nell'ambito dell'esame del ddl lavoro. L'ordine del giorno è stato approvato all'unanimità. In dettaglio il provvedimento chiede all'esecutivo di "definire e programmare, d'intesa e in stretta collaborazione con le parti sociali, entro un anno dalla data di approvazione" del ddl lavoro "misure concrete volte a conseguire entro il 31 dicembre 2016 il definitivo superamento per ciascun settore lavoratori del divario retributivo tra uomini e donne" (La Repubblica 12, 2012).

E in questo modo si parla della stessa questione nel 2016:

Nel nostro Paese la maternità nell'ambito delle imprese è vista ancora come un problema e ci siamo trascinati per anni il fenomeno delle dimissioni in bianco. E tutto ciò pesa sulla collocazione delle donne in ambiti aziendale, e anche sul tempo che le donne passano in azienda. Meno straordinari, meno bonus, meno tempo passato in azienda, meno opportunità di carriera. Questo è il meccanismo alla base delle

differenze salariali tra **uomini e donne**: l'asimmetria nella divisione dei ruoli nella coppia con il sovraccarico di lavoro familiare sulle donne, la carenza dei servizi, la rigida organizzazione del lavoro rende il percorso delle donne in azienda un percorso a ostacoli (La Stampa 2016, 5).

Passiamo ora all'analisi della terza sequenza per i corpora italiani, ossia *lavoro e famiglia*. È stato scelto di analizzare questa sequenza soprattutto in quanto risulta essere particolarmente rilevante in ottica contrastiva, dato che il corrispettivo tedesco *Beruf und Familie* appare tra le sequenze più rilevanti nel corpus *Frauen_Arbeit*. Esaminando i trenta passaggi di articoli di giornale in cui appare la sequenza *lavoro e famiglia*, risulta evidente che nella quasi totalità dei casi si discute della conciliazione tra questi due ambiti, si parte quindi dal presupposto che lavoro e famiglia siano in contrasto tra loro e si debba quindi trovare un modo per accordarli, per farli coesistere. La conciliazione tra lavoro e famiglia viene quindi quasi sempre considerata una situazione problematica o un problema risolvibile. Solo in pochissimi casi viene affrontata come una situazione non problematica o come una soluzione per altri problemi, come nel passaggio riportato in seguito:

Ed è proprio sul mercato del lavoro che si sofferma la seconda parte del Libro bianco, raccomandando di «aumentare la partecipazione delle donne e dei lavoratori più anziani». Più occupazione, soprattutto se di qualità, significa infatti più entrate contributive per pagare le pensioni, oltre ad avere riflessi positivi sulla crescita e quindi sul rapporto tra spesa previdenziale e Pil. Si raccomandano quindi politiche di formazione permanente e di conciliazione tra **lavoro e famiglia**. (Corriere 10, 2012).

Si può inoltre notare che nella quasi totalità dei casi la conciliazione tra lavoro e famiglia viene trattata come un tema che tocca esclusivamente le donne, in quanto la famiglia viene ancora, molto spesso, considerata una sfera di pertinenza femminile. E anche nella maggioranza dei casi in cui si propongono soluzioni per migliorare o risolvere la situazione attuale o in cui si

evidenzia la problematicità dello status quo, quest'ultimo non viene messo in discussione. Gli uomini infatti vengono menzionati raramente e, laddove vengano inclusi nel discorso, rientrano tra gli innumerevoli impegni a cui devono dedicarsi le donne che lavorano: raramente vengono infatti presentati come soggetti partecipi attivamente al cambiamento. I due passaggi riportati in seguito sono esemplificativi del ruolo marginale, o in alcuni casi del tutto assente, che ricoprono gli uomini nella rappresentazione dominante della stampa sul tema oggetto di analisi:

Asti, le corse delle donne tra **lavoro e famiglia**. Un convegno alla Camera di Commercio sulla conciliazione. L'alba è il momento preferito dalle donne. Dalle 6 del mattino si fanno tutte quelle cose che non si potrebbero fare dopo le 8. È questo il momento in cui il telefono tace, i bambini e gli anziani dormono e nessuno disturba. La conciliazione dei tempi tra vita privata e lavoro per le donne inizia all'alba di ogni giorno (La Stampa 6, 2015).

Non è semplice riuscire a conciliare **lavoro e famiglia**, specie per una donna che, in genere, si deve occupare di più faccende che non l'uomo. Giostrarsi tra impegni lavorativi, mariti, figli – magari anche genitori – economia domestica e compagnia bella spesso richiede dei superpoteri che, due terzi delle donne oggetto di uno studio, dimostrano di poter tirar fuori all'occorrenza (La Stampa 7, 2013).

Viene riportato di seguito l'unico caso in cui si fa riferimento esplicito al ruolo che gli uomini potrebbero avere per far sì che la situazione attuale migliori, permettendo così alle donne condizioni lavorative meno svantaggiose e una maggiore partecipazione all'interno del mercato del lavoro.

Per questo fino a che saremo le sole a occuparci di bambini e malati, le imprese si aspetteranno sempre da noi un minor attaccamento aziendale. La soluzione non è la conciliazione tra **lavoro e famiglia** ma la conciliazione tra donne e uomini all'interno della famiglia. Bisogna, quindi, reimpostare i ruoli dentro le case (La Stampa 8, 2011).

Come detto in precedenza nella maggior parte dei casi la conciliazione tra lavoro e famiglia viene considerata o una situazione problematica o, in alternativa, un problema risolvibile; per tutti i passaggi che rientrano in queste due categorie sono stati individuati, laddove presenti, soggetti coinvolti, cause, conseguenze o, in alternativa manifestazioni, e soluzioni, come osservabile anche dallo schema riportato in seguito.

SCHEMA 3: Lavoro e famiglia



Per quanto riguarda i soggetti coinvolti, si tratta quasi sempre di donne, principalmente madri e lavoratrici; vengono in alcuni casi coinvolti istituti ed enti, in particolare l'ISTAT, il cui compito è quello di pubblicare studi e rapporti che mettano in evidenza le criticità della situazione attuale. Inoltre, in alcuni casi, vengono coinvolte istituzioni locali, nazionali ed europee e soggetti politici e governativi il cui ruolo è quello di proporre e attuare soluzioni atte al miglioramento della situazione attuale, come risulta, ad esempio dai passaggi riportati in seguito:

A dimostrazione dell'attualità del tema work life balance, la Provincia di Milano ha lanciato un'iniziativa volta a promuovere la conciliazione tra **lavoro e famiglia** nelle imprese: dallo scorso febbraio, infatti, è attivo un nuovo sportello online che offre

consulenza gratuita in materia tramite un servizio e-mail. In aiuto delle Pmi del territorio lombardo interessate a introdurre modelli e strumenti organizzativi flessibili a supporto del work life balance si è schierato anche un bando della Direzione generale istruzione, formazione e lavoro della Regione Lombardia, in collaborazione con Finlombarda. Le imprese (con meno di 250 dipendenti) interessate al progetto hanno tempo fino alle ore 12 del prossimo 31 luglio per candidarsi a partecipare (La Repubblica 13, 2013).

Una strategia Ue sull'uguaglianza tra le pensioni uomo-donna e nuove misure per bilanciare **lavoro e famiglia**. Lo ha annunciato la commissaria Ue all'occupazione, la belga Marianne Thyssen, al Parlamento europeo di Strasburgo presentando le "misure preventive per affrontare il divario pensionistico di genere nell'Ue" e premettendo che "il 40 per cento di differenza tra le pensioni delle donne e quelle degli uomini non è accettabile" (La Stampa 9, 2011).

Ricollegandosi al ruolo delle istituzioni, in alcuni casi, laddove la conciliazione tra lavoro e famiglia viene considerata un problema risolvibile, vengono menzionate soluzioni che talvolta sono proposte proprio dalle istituzioni, altre volte sono adottate da donne di successo, altre ancora sono invece frutto di sondaggi; ecco due passaggi esemplificativi:

La soluzione sarebbe un maggiore ricorso all'uso di nuove tecnologie che permettono di lavorare a distanza (da casa o da remoto) come smartphone e laptop: parola di donna." L'evoluzione delle telecomunicazioni permette infatti di svolgere la propria professione anche fuori dall'ufficio mantenendo comunque costante contatto con i propri colleghi. Un valore aggiunto fondamentale per tutte le donne che si vedono costrette, ogni giorno, a dividersi tra **lavoro e famiglia**: secondo oltre un terzo del campione infatti la conciliazione dei tempi risulta ancora un traguardo lontano nonostante il 98% del campione femminile (il sondaggio è stato condotto su un campione misto formato da 6mila italiani) dichiarò come esigenza prioritaria quella di

poter svolgere una mansione che consenta il raggiungimento di un corretto equilibrio tra vita lavorativa e privata (La Stampa 10, 2011).

La settimana corta della dirigente Facebook: così si conciliano **lavoro e famiglia**. Il caso di Nicola Mendelsohn, capo operazioni del social network in Europa, che lavora quattro giorni alla settimana per dedicare più tempo ai suoi quattro figli. Così la manager quarantenne risolve l'annosa questione dell'occupazione femminile ad alti livelli (La Repubblica 14, 2013).

Dalla lettura di questi trenta passaggi, lo spazio dato alle soluzioni proposte o attuate per risolvere o migliorare la situazione attuale sembra essere però poco incisivo e scarsamente orientato alla risoluzione dello status quo. La narrazione dominante sembra infatti maggiormente orientata a mettere in evidenza quanto problematica e difficoltosa sia la situazione attuale, con conseguenze negative sia sul piano personale per le donne coinvolte, che a livello macroeconomico. Il numero di passaggi in cui vengono menzionate delle soluzioni sono infatti otto, e, come osservabile nel caso riportato in seguito, nella maggior parte dei casi si tratta di vaghe intenzioni politiche o proposte individuali, e non di strumenti e/o progetti concreti e attuabili:

Non perdo, però, l'occasione e al ministro Elsa Fornero chiedo di promuovere azioni concrete perché, per le donne che devono conciliare **lavoro e famiglia**, ci siano telelavoro e contratti part-time (Corriere 11, 2012).

Passando ora alle cause, quella che più frequentemente determina la situazione di difficile conciliazione tra lavoro e famiglia è il sovraccarico di lavoro domestico e di cura delle donne con famiglia che lavorano. La distribuzione di tali incombenze tra membri della coppia risulta infatti essere estremamente squilibrata anche a causa di una convinzione fortemente radicata secondo cui tali ambiti sono di pertinenza femminile, come ben espresso nel passaggio seguente:

La cura dei figli, soprattutto in tenerissima età, in Italia continua a essere un compito da donne e la vita lavorativa deve necessariamente adattarsi alla condizione di madre anche in relazione all'indisponibilità di servizi di supporto adeguati alle proprie esigenze in termini di costi, orari, vicinanza alla zona di residenza e presenza di personale specializzato. La conferma arriva dallo studio Istat focalizzato su "La conciliazione tra **lavoro e famiglia**" (La Repubblica 15, 2011).

Tra le cause ha inoltre un ruolo rilevante il welfare italiano che non fornisce servizi adeguati alla cura e alla famiglia; tale carenza viene messa in relazione con il fatto che la spesa pubblica italiana per questo settore è di gran lunga più bassa rispetto alla media europea, come nel passaggio che segue:

Il welfare italiano non aiuta le donne che lavorano a far nascere e crescere i figli. E nemmeno le aiuta a trovare e a mantenere un lavoro. Ma non basta. Se un lavoro le donne ce l'hanno, rischiano di scoppiare sotto la pressione eccessiva che **lavoro e famiglia** sommati sulle loro spalle determinano. Ce ne eravamo accorte da parecchio, e ora lo evidenziano due nuovi studi. Uno lo cura l'Osservatorio sull'imprenditoria femminile dell'Ufficio studi di Confartigianato. Rileva che la spesa pubblica per la famiglia, pari a 16,5 miliardi, è appena l'1% del Pil. Il basso livello di spesa per la famiglia colloca l'Italia al 22° posto tra i Paesi Ue: la media dei Paesi europei si attesta all'1,7% del Pil. Rimane molto basso l'utilizzo degli asili nido: a livello nazionale soltanto l'11,9% dei bambini fino a 2 anni ha usufruito di questo servizio (La Stampa 11, 2015).

Per quanto riguarda i modi in cui la difficile conciliazione tra lavoro e famiglia si manifesta e le relative conseguenze, si menzionano: scarsa partecipazione delle donne nel mercato del lavoro, difficoltà di trovare lavoro per le mamme, maggiore povertà femminile, scarsa presenza di donne in posizioni apicali, peggiore retribuzione ed infine, sovraccarico di impegni che investe le donne con famiglia che lavorano, con conseguenze che portano, tra le altre cose,

oltre che a un aumento di stress, anche a un maggiore rischio di tumori e a una minore longevità. Nonostante tutti gli innumerevoli ostacoli e problemi, ricorre il messaggio secondo cui la conciliazione tra lavoro e famiglia sia comunque realizzabile. Solo nel caso riportato in seguito si afferma esplicitamente che la conciliazione non è possibile, con “l’inevitabile” conseguenza di abbandono del lavoro da parte delle donne.

Lavoro e figli ancora incompatibili Il 37% delle donne lascia l’impiego. Il rapporto su "La conciliazione tra **lavoro e famiglia**" ribadisce come in Italia le attenzioni per la prole in tenerissima età resti un compito femminile, con conseguenti aggiustamenti nella vita lavorativa. (La Repubblica 15, 2011).

Concludiamo questa analisi menzionando che anche in questo caso non sembrano esserci stati cambiamenti diacronici degni di nota nel rappresentare la questione, come dimostrano i due passaggi citati, pubblicati rispettivamente nel 2008 e nel 2015:

LAVORARE è donna. Come le donne, del resto, sanno benissimo. Gli uomini lo sanno un po' meno. Ma i dati non lasciano dubbi. L'Istat li ha raccolti in un volumetto nello scorso settembre, dal titolo beneaugurante "Conciliare **lavoro e famiglia**" e non ammettono replica: trattandosi di indagini campionarie, quei dati sono stati forniti dai diretti interessati, cioè noi. E, dunque: fra lavoro a casa e in ufficio, le donne iniziano prima, finiscono dopo, dormono meno degli uomini e delle altre europee, hanno meno tempo libero. Si sudano la giornata sette giorni su sette, senza staccare mai, neanche al weekend. Nessuna di loro, quanto torna dall'ufficio, si sbatte in poltrona, senza più muovere un dito. Mentre così fa un italiano (maschio) ogni tre (La Repubblica 16, 2008).

Lavorano di più, hanno ancora difficoltà a conciliare il lavoro con la famiglia e quando si tratta di stipendio si ritrovano in busta paga sempre meno degli uomini. Sono questi alcuni risultati del secondo rapporto annuale della Commissione europea sulle pari

opportunità. Conciliare **lavoro e famiglia** rimane un problema per molte donne tanto che, in tutta Europa, quelle donne che hanno dei figli trovano meno facilmente lavoro di quelle senza prole (La Repubblica 17, 2015).

La quarta sequenza ad essere analizzata è *le donne non* all'interno del corpus *uomini_lavoro*. Anche in questo caso sono frequenti temi ricorrenti nell'analisi di altri gruppi di parole: si fa infatti spesso riferimento al fatto che tante donne in Italia non lavorano a causa della difficoltà di conciliare famiglia e lavoro, come nel caso riportato in seguito:

La metà delle donne lascia il lavoro dopo un figlio. E il tasso di inattività è un altro parametro che la dice lunga, su quanto **le donne non** lavorino perché disincentivate dalle condizioni del mercato, schiacciate spesso in una condizione familiare che impedisce loro di trovare convenienza in un lavoro diverso da quello domestico. Se infatti il tasso di inattività tra i 15 e i 64 anni è del 26,7% tra i maschi, quasi raddoppia, arrivando al 46,1%, tra le donne. Significa brutalmente che a fronte di 5 milioni di inattivi maschi, in Italia ci sono quasi 10 milioni di femmine che non sono impegnate in alcuna attività, e che hanno smesso pure di cercarla. Qualcosa cambia, ma molto lentamente: l'inattività nell'ultimo anno è cresciuta tra gli uomini (+1,2%) e diminuita tra le donne (-0,7%). Ma si tratta di piccoli passi. Le cause sono, come sempre, molteplici: ma ci sono problemi oggettivi di infrastrutture che mancano. In Italia solo il 18% dei bambini trova posto negli asili nido pubblici, rendendo difficile coniugare impiego e famiglia. La statistica Eurostat non lascia spazio a dubbi: dopo il primo figlio, in Italia la metà delle donne non lavora più (Corriere 1, 2014).

Un altro tema che ricorre spesso tra le trenta occorrenze analizzate (su 88) è il divario retributivo tra donne e uomini, come in questo caso:

Un ultimo dato interessante emerso dal sondaggio è relativo al fatto che le donne, quando approdano a una nuova posizione lavorativa, guadagnano in media solo il 10% in più rispetto al compenso percepito precedentemente, a differenza di quanto fatto

invece dagli uomini nella stessa situazione, i quali arrivano a ottenere nella maggior parte dei casi un aumento di stipendio pari al 30%. Un valore questo che indica come, da una parte, **le donne non** siano abituate a trattare il proprio compenso in sede di colloquio e, dall'altra, però, anche come probabilmente le aziende le sottovalutino sotto il profilo economico rispetto ai professionisti della sfera maschile (La Repubblica 18, 2016).

È interessante notare che in questo caso, ma non solo, la causa del divario retributivo tra donne e uomini venga attribuito non solo ai datori di lavoro, ma anche alle donne stesse e alla loro scarsa esperienza in ambito aziendale. Un terzo tema ricorrente sia nell'analisi del gruppo di parole *le donne non*, sia nei casi visti in precedenza, è la difficoltà da parte delle donne di raggiungere posizioni apicali o di inserirsi in ambiti lavorativi tradizionalmente maschili, come nell'esempio che segue:

Quote rosa in azienda Le professioni dove **le donne non** arrivano mai

Le imprese continuano a preferire gli uomini in molte posizioni: dal dirigente finanziario all'esperto informatico. Dalla magistratura alla tv, cresce il numero di donne in attività ma poche nei posti che contano. Il divario retributivo aumenta con l'età. Il 2007 anno europeo delle pari opportunità (La Repubblica 19, 2006).

Oltre all'individuazione di temi che si sono rivelati centrali nel discorso su “donne e lavoro” nei due corpora in italiano, durante l'analisi delle trenta occorrenze della sequenza *le donne non* mi sono concentrata anche sull'individuazione delle donne coinvolte nelle affermazioni. In altre parole, mi sono chiesta a quali donne si fa riferimento in questi articoli, quali sono le donne incluse nel discorso. Dall'analisi risulta che si fa riferimento in particolare a tre gruppi di donne: quelle che non lavorano, quelle che lavorano ma vivono condizioni discriminanti e/o svantaggiose legate alla retribuzione, alle possibilità di carriera e alla conciliazione tra famiglia e lavoro e quelle che raggiungono posizioni apicali. Nel primo caso ci si sofferma sul motivo

principale per cui, per lo meno in Italia, tante donne non lavorano, ossia sulla difficile conciliazione tra famiglia e lavoro:

Pochi servizi. Stando a quanto sostiene il Cnel, "il sistema italiano non fornisce servizi alla famiglia e di conciliazione, di conseguenza **le donne non** entrano nel mercato del lavoro o ne escono dopo il primo figlio o per assistere parenti anziani". Basti pensare che, alla luce delle ricerche presentate nel corso degli Stati generali sul Lavoro, "tra le donne in età compresa tra i 25 e i 45 anni, dopo la nascita di un bambino il tasso di occupazione femminile passa bruscamente dal 63% al 50%, per crollare ulteriormente dopo la nascita del secondo, evidenziando come il ruolo femminile nel mondo del lavoro sia sacrificabile alla cura dei figli e all'attività domestica" (La Repubblica 20, 12).

Inoltre, sempre in riferimento alle donne che non lavorano, è interessante riportare questo passaggio in cui si mettono in evidenza alcune conseguenze che il basso tasso di occupazione femminile può avere sulla società, in particolare, sui bambini:

Lo stesso andamento si osserva per i tassi di occupazione: quello maschile, pari al 64,7% rimane stabile, mentre quello femminile, pari al 46,8%, già ampiamente insufficiente e tra i più bassi in Europa, diminuisce di altri 0,2 punti percentuali. Il tasso di disoccupazione rimane stabile all' 11,7% per gli uomini, per le donne sale al 14,1%. Se la tendenza dovesse essere confermata nei prossimi mesi, quasi tutte le stime sulla vulnerabilità economica di una larga fascia di popolazione saranno riviste al ribasso. A partire dai bambini: i dati dicono che dove **le donne non** lavorano i bambini sono più poveri. E che quando lavorano investono nell'istruzione dei figli. E alimentano un indotto nei servizi che crea occupazione per altre donne (Corriere 12, 2015).

Anche quando si parla di donne che nonostante tutte le difficoltà riescono a lavorare, ci si sofferma, in alcuni passaggi, proprio sulla conciliazione tra famiglia e lavoro e sulle varie conseguenze che tale condizione può avere sulle donne, come nel passaggio di seguito:

Il problema è che sotto pressione sul lavoro, con orari che si dilatano sempre di più, e sotto pressione a casa, con una pazzesca maratona continua per mantenere la casa in ordine, accudire i figli e accompagnarli nei loro impegni quotidiani, e assicurarsi che anche ai genitori anziani non manchi nulla... ecco, il problema è che a un certo punto **le donne non** ce la fanno più, ed esplodono, o rischiano di scoppiare. La psichiatra Judith Mohring del Priory Wellbeing Centre di Londra ha recentemente parlato dei rischi delle donne «tuttofare»: 30-40enni davvero troppo affannate. Le statistiche rilevano un picco di stress sul posto di lavoro tra le donne di questa fascia d'età, legato all'eccesso di responsabilità che gravano sulle loro spalle non solo nella vita professionale, ma anche nella sfera personale (La Stampa 11, 2015).

Si parla, inoltre, di altre difficoltà che le donne che lavorano hanno, come, per esempio, in riferimento alle opportunità di essere promosse e di raggiungere posizioni apicali in vari ambiti; nel passaggio che segue si fa riferimento a quello universitario:

Che **le donne non** facciano ancora carriera all'università, non in Italia almeno, è infatti cosa fin troppo nota. Su 81 rettori italiani solo 6 sono donne. Ma questa volta a dire basta è Vincenzo Barone, il neo direttore della Scuola Normale di Pisa: «Nella nostra sede - ha detto ieri inaugurando il nuovo centro di studi intitolato a Carlo Azeglio Ciampi - abbiamo 35 professori e solo 4 donne: una situazione imbarazzante, completamente sbilanciata in favore degli uomini, non si può andare avanti così» (Corriere 13, 2016).

Nel terzo caso, ossia quando si parla di donne che hanno raggiunto posizioni apicali, si pone l'accento sulle difficoltà che tali donne incontrano nello svolgimento del loro lavoro da

manager o da leader, in questo caso, ad esempio, si parla della difficoltà che hanno le imprenditrici a ottenere finanziamenti per le loro aziende:

Uno scenario positivo, dunque, anche se le aziende rosa restano ancora una minoranza (il 21,4 del totale) e devono fronteggiare diversi ostacoli, in primis l'accesso al credito. «Spesso infatti **le donne non** hanno un passato d'azienda ed è difficilissimo ottenere dei finanziamenti», specifica Parzani. Come rilevano anche i dati dell'Osservatorio nazionale sul credito per le Pmi, secondo cui le porte dell'accesso al credito faticano ancora a spalancarsi per le donne imprenditrici: nel secondo trimestre dello scorso anno le richieste sono state accettate solo nel 20,2% dei casi (in aumento rispetto al 19,2% del primo trimestre) (La Repubblica 21, 2015).

Per quanto riguarda le donne con posizioni apicali è interessante riportare anche questa prospettiva in cui ci si sofferma sulle ripercussioni che il successo economico e lavorativo delle donne può avere sulla vita coniugale, in particolare sul disagio che alcuni uomini vivono quando si ritrovano ad avere un ruolo nella famiglia che non è più quello tradizionale.

Insomma **le donne non** temono confronti, mentre i mariti affrontano con facilità una crisi d'identità. A confermare i risultati della ricerca anche psicologi e terapisti della coppia, autori di libri e ricerche sul tema. "Il risultato di questo studio è convincente. In una visione maschile è l'uomo che deve avere successo e molti pensano che dovrebbero essere più bravi e competitivi delle donne - James O'Neil dell'Università del Connecticut, specializzato nello studio del rapporto fra generi, intervistato dal Washington Post - . La società prevede che l'uomo abbia un ruolo 'da vincitore". Ma oggi le cose stanno cambiando e succede nelle famiglie non siano più i padri a gestire il bilancio". A volte è la donna a guadagnare di più. E questo porta a un senso di frustrazione per il partner (La Repubblica 22, 2013).

Ci sono infine alcuni casi in cui ci si riferisce non a un gruppo specifico, ma in generale a tutte le donne: si tratta, in particolare, di affermazioni veicolanti stereotipi di genere che, in un modo o nell'altro, vanno a ostacolare le opportunità lavorative delle donne, come nel caso che segue:

Ogni qualvolta si parla di sessismo e tech la replica è che **le donne non** sono portate per questo settore. Spiega Kate Losse: «Uno dei modi in cui i colossi del tech negano le loro responsabilità sulle discriminazioni di genere è affermando che le donne semplicemente non sono interessate alla tecnologia». Niente di più falso. Ma resta il fatto che negli Usa solo il 2 per cento delle donne si diploma in informatica, nonostante le studentesse di corsi scientifici siano il 57,1 per cento. In Europa, poi, la percentuale di donne assunte nel settore informatico è una su cento mentre il tasso di diplomate è al 20 per cento. E in Italia? La percentuale di studentesse di materie scientifiche è tra le più alte al mondo: ben il 50,3 per cento rispetto a una media Ue del 37,5. C'è poco da gioire, tuttavia. A fronte di grandi eccellenze, molte laureate finiscono per fare altro (Corriere 14, 2014).

Quello che sembra emergere dall'analisi delle trenta occorrenze di *le donne non* e dei rispettivi contesti è che a prescindere dalla posizione che ricoprono all'interno del mercato del lavoro (inoccupate, occupate o all'apice), le donne continuano a scontrarsi con numerose difficoltà e disuguaglianze in svariati ambiti lavorativi. Ci sono chiaramente delle eccezioni, come il caso riportato prima in cui viene messo in evidenza il senso di frustrazione provato da alcuni uomini le cui partner guadagnano di più, o il caso riportato in seguito in cui si parla di come alle donne non è ormai precluso il successo in nessun ambito; passaggio, quest'ultimo, dai toni forse sin troppo ottimisti, se si considerano i dati e le statistiche ufficiali.

La donna ha sempre avuto qualcosa in più; ora però ne è consapevole. Un tempo i posti migliori erano riservati agli uomini, anche nelle attività considerate da donna. C'erano molte sarte e molte cuoche; ma i grandi stilisti e i grandi chef erano soprattutto

maschi. Oggi non c'è categoria, mestiere, contesto sociale in cui **le donne non** emergano. Le mogli si realizzavano attraverso il successo dei mariti, e si diceva che dietro ogni grande uomo ci fosse sempre una grande donna. Una frase che oggi si può ribaltare: dietro una grande donna a volte c'è un grande uomo; più spesso ci sono talento, sacrifici, lavoro (Corriere 15, 2016).

Passiamo ora al quinto gruppo di parole analizzato nei due corpora italiani ossia: *meno degli uomini* nel corpus *uomini_lavoro*. Dalle trenta occorrenze analizzate su 62 risulta che in tutti i casi il primo termine di paragone nella sequenza *meno degli uomini* è donne e quasi sempre si parla di divario retributivo tra donne e uomini, come nell'esempio che segue:

Pagate un quarto **meno degli uomini**. Anche quando arrivano, ce la fanno e sfondano quel benedetto "tetto di cristallo", alle donne è comunque destinato uno stipendio inferiore di un quarto di quello del collega maschio. I dati della Presidenza del Consiglio dicono che una dirigente guadagna il 26,3 per cento in meno di un collega maschio. Lo chiamano "differenziale retributivo di genere", è pari al 23,3 per cento: una donna percepisce, a parità di posizione professionale, tre quarti di uno stipendio di un uomo. E questo nel pubblico. Nel privato la situazione peggiora (La Repubblica 2, 2008).

In alcuni casi la questione del divario retributivo viene inserito in un contesto più ampio in cui vengono presentate e affrontate anche altre questioni, come, ad esempio, il basso tasso di occupazione femminile e la difficile conciliazione tra famiglia e lavoro, come negli esempi qui riportati:

Ma il prezzo pagato è altissimo, a non farcela sono in tante. «Meno di metà delle donne lavora – continua Linda Sabbatini – Al sud neanche un terzo Siamo uno dei fanalini di coda dell'Europa per tasso di occupazione femminile». Non solo: «La disoccupazione femminile è più alta di quella maschile, il 9,7% contro il 7,6% e a

questa si aggiunge lo scoraggiamento di chi non trova lavoro e smette di cercarlo, soprattutto al sud». Anche se hanno lo stesso titolo di studio «le donne guadagnano **meno degli uomini**» (La Stampa 12, 2011).

"Come mostrano i nuovi dati pubblicati dalla Commissione europea per la parità retributiva nell'Ue le donne continuano a guadagnare in media il 16,4% in **meno degli uomini**", si legge nella premessa. "Rispetto alle lavoratrici degli altri Paesi dell'Unione europea, per le italiane le condizioni di lavoro sono meno favorevoli sia per la qualità dell'attività, sia per il salario medio (inferiore del 20%, in media, rispetto agli uomini), sia per la possibilità di coniugare i tempi di vita con quelli di lavoro" (La Repubblica 12, 2012).

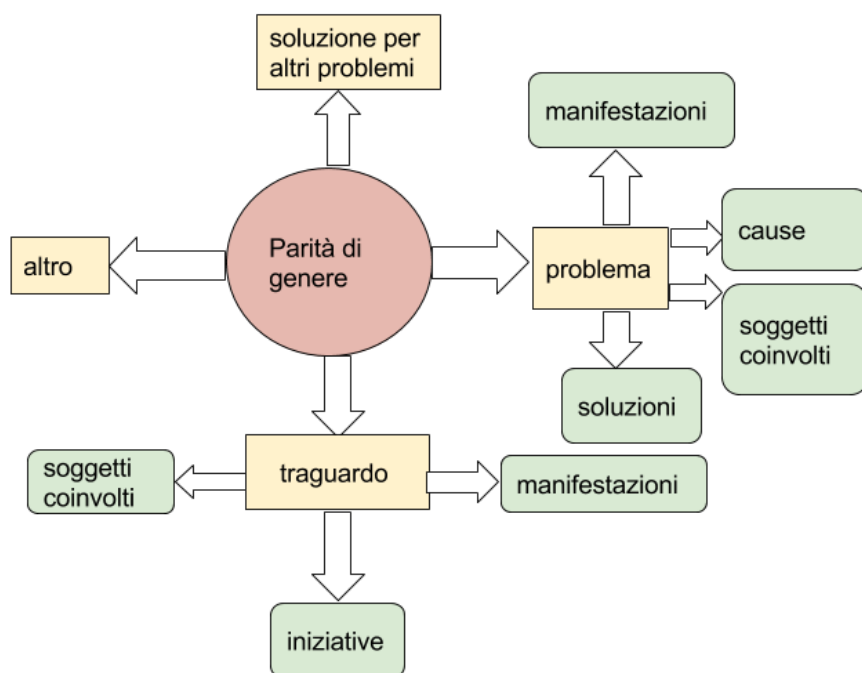
A volte poi ci si sofferma sulla realtà italiana, a volte invece si fa un confronto sia europeo che su scala mondiale, essendo infatti il divario retributivo fra donne e uomini una questione che supera i confini nazionali:

Molto lontana dall'Islanda dove si registra l'80% (il valore più alto) o comunque superiore al 70% dei paesi nordici. Le donne guadagnano meno, in tutto il mondo, circa un quinto in **meno degli uomini**. Nelle imprese le cose, per le donne occupate, non vanno meglio. L'Italia - secondo i dati del World economic forum diffusi oggi - si colloca al 72/o posto su 134 paesi, in peggioramento l'anno scorso rispetto al 67/o posto del 2008. Peggio di noi in Europa si classificano solo Grecia (86/a) e Malta (89/a) (La Stampa 13, 2010).

Ed infatti, come vedremo più approfonditamente in seguito, la questione del divario retributivo risulta essere assolutamente centrale anche nell'analisi della sequenza *weniger als Männer*.

Concludiamo questa sezione analizzando l'ultimo gruppo di parole per i corpora in italiano, ossia *parità di genere*: dall'analisi delle trenta occorrenze su 88 risulta che la parità di genere viene considerata un problema, un traguardo o una soluzione per altri problemi.

SCHEMA 4: Parità di genere



Per il primo caso viene innanzitutto specificato in quale ambito tale mancanza di parità si manifesta. Vengono inoltre, in alcuni casi, menzionate cause e soggetti coinvolti e vengono proposte delle soluzioni per risolvere, o limitare tale problema. Nell'esempio seguente la mancanza di parità di genere si manifesta attraverso le scarse opportunità di lavoro e di carriera per le donne, causata sia da scarsi servizi di supporto (soprattutto asili nido) che da questioni culturali, come, ad esempio, un clima definito maschilista.

L'ultimo rapporto del World Economic Forum sulla **parità di genere** nel mondo del lavoro e delle imprese ci pone al 74° posto, dopo Malawi, Ghana e Tanzania, per fare alcuni esempi. A far scendere il nostro Paese nella classifica è soprattutto la scarsa performance sul fronte delle opportunità di lavoro e di carriera. Una difficoltà legata, secondo i risultati dell'indagine, ad una carenza di servizi di supporto (come gli asili), ma anche alla mancanza di modelli femminili di riferimento e ad un clima generale molto maschilista (La Stampa 14, 2011).

In questo altro caso, invece, la mancanza di parità di genere si manifesta attraverso la maggiore difficoltà che hanno le donne nell'avanzare di posizione durante la loro carriera e nel raggiungere posizioni di comando:

“I risultati della ricerca - commenta invece Marco Ceresa, ad di Randstad Italia - evidenziano per l'Italia una sorta di asimmetria tra la sostanziale 'solidarietà' nei rapporti di lavoro orizzontali tra gregari, in cui appaiono ormai evidenti quasi a tutti i vantaggi della diversità di genere in azienda, e la visione più tradizionalista nelle relazioni gerarchiche, in cui il personale femminile sembra discriminato a vantaggio di quello maschile per l'avanzamento di carriera e per le posizioni di comando. Una situazione che deve vederci tutti impegnati per colmare le resistenze culturali che escludono ancora oggi il patrimonio di idee, esperienze e competenze della componente femminile, per favorire la **parità di genere** a tutti i livelli” (Corriere 16, 2016).

Per la risoluzione del problema si propone, in questo passaggio, di superare le resistenze culturali che ostacolano la piena realizzazione del potenziale femminile. In altri casi si propongono invece soluzioni e/o iniziative più tangibili, soprattutto laddove la parità di genere viene rappresentata come un traguardo da raggiungere, come nel passaggio qui riportato:

Sarà il 2095. È questo l'anno in cui, secondo uno studio di Ernst & Young, potrebbe essere raggiunta a livello globale la **parità di genere** in ambito lavorativo. La survey “Women. Fast forward: the time for gender parity is now” è stata realizzata attraverso interviste al top management, di entrambi i sessi, di oltre 400 società mondiali con un fatturato uguale o superiore ai 500 milioni di dollari e nasce con l'obiettivo di sensibilizzare le aziende all'adozione di politiche di promozione della gender equality (La Stampa 15, 2015).

Le iniziative concrete per sostenere la parità di genere trovano molto spazio nei passaggi analizzati, vengono infatti menzionati training vocazionali per le donne, misure legislative per migliorare la conciliazione tra famiglia e lavoro, iniziative aziendali, attività di promozione per incentivare lo studio delle materie scientifiche da parte delle ragazze e, infine, le quote rosa, sia in contesti aziendali, che per favorire la parità di genere nella partecipazione politica, come ben evidente nei passaggi riportati in seguito:

Per quanto riguarda i ruoli di responsabilità nelle imprese, nel pubblico e nel privato, si è visto come le quote rosa possano aiutare nella marcia verso la parità. Nel 2011 le donne presenti negli organi di amministrazione di società italiane quotate in borsa erano meno di 200 unità (circa il 7,4 per cento). Dopo che in quell'anno il Governo Monti approvò la legge della **parità di genere** nei Cda di aziende quotate i numeri sono aumentati velocemente. Nel 2014 erano 520 le donne in Cda di aziende quotate (ossia il 22 per cento del totale dei componenti). E questo assicura all'Italia un ottavo posto nella classifica dei paesi che hanno raggiunto una maggior parità nei ruoli di responsabilità nelle aziende (La Stampa 16, 2015).

Tocca alla ministra delle Riforme Maria Elena Boschi descrivere quello che il governo ha fatto e chiudere la mattinata. A cominciare dalle misure presenti nel Jobs act “che prevedono un equilibrio tra vita lavorativa e familiare”, gli incentivi al telelavoro, misure per il congedo parentale, il rifinanziamento del Piano anti violenza e 100 milioni per nuovi asili nido. Ma non sembra bastare alla platea che risponde con un sonoro mugugno quando rispondendo a Carfagna dice: “Non abbiamo un ministro delle pari opportunità ma abbiamo un governo delle pari opportunità”. Comunque, conclude, “non ci riteniamo soddisfatte, democrazia è anche rispetto e riconoscimento delle donne”. Rivolgendosi a Mara Carfagna chiede che il suo partito continui a sostenere le misure sulla **parità di genere** inserite nella nuova legge elettorale

l'Italicum, al Senato, anche alla Camera: “Sappiamo la fatica che abbiamo fatto” (La Stampa 17, 2015).

Nelle trenta occorrenze analizzate trova infatti spazio non solo la parità di genere in termini di partecipazione, condizioni e opportunità lavorative, di possibilità di carriera e accesso alle posizioni apicali, ma anche di partecipazione politica attiva. Per quanto riguarda i casi in cui la parità di genere viene considerata una soluzione per altri problemi, si fa spesso riferimento al fatto che il PIL aumenterebbe se si superassero, almeno in parte, le disuguaglianze di genere presenti attualmente nelle società:

Il nostro Paese è terz'ultimo nella Ue e solo «grazie» all'ulteriore discesa della Grecia.

Nel 2013 anche l'occupazione femminile — che negli anni precedenti aveva tenuto — è tornata a scendere, 130 mila donne occupate in meno. Goldman Sachs aveva calcolato che la **parità di genere** porterebbe un aumento del Pil in Italia del 22%. Il punto è uscire dalla crisi (Corriere 17, 2014).

Concludiamo questa analisi soffermandoci sul fatto che anche dai risultati della sequenza *parità di genere* emerge che gli ambiti più ricorrenti in cui le donne vivono ancora oggi, e non solo in Italia, situazioni discriminatorie e diseguali risultano essere il tasso di occupazione, le condizioni lavorative, le opportunità di carriera e l'accesso alle posizioni apicali.

6.3.2.1.2 Corpora *Frauen_Arbeit, Männer_Arbeit*

Per quanto riguarda la parte tedesca, partiamo dall'analisi della sequenza *Männer und Frauen*, analizzata nel corpus *Männer_Arbeit* che, oltre a essere tra le più rilevanti sia nel corpus analizzato, che nel corpus *Frauen_Arbeit*, risulta essere particolarmente interessante in ottica contrastiva, dato che appare anche tra le più ricorrenti nel corpus italiano *uomini_lavoro*. Dall'analisi delle trenta occorrenze emerge che quando si parla di uomini e donne sono tre le tendenze più ricorrenti: una situazione discriminatoria per le donne, una situazione svantaggiosa per le donne o una situazione paritaria per uomini e donne. Per quanto riguarda il

primo caso, nella maggior parte degli esempi analizzati, si parla del divario retributivo tra uomini e donne, come nel caso riportato in seguito:

Um diesen zu untersuchen, schaut man sich die bereinigte Lücke an. Hier werden **Männer und Frauen** im gleichen Alter, vergleichbarer Ausbildung und Erfahrung, gleicher Tätigkeit und gleicher Arbeitszeit sowie – in der Regel – beim gleichen Arbeitgeber miteinander verglichen: Und trotzdem beträgt der Gehaltsunterschied nach Angaben des Statistischen Bundesamts in Deutschland fast acht Prozent. Es ist davon auszugehen, dass dieser Unterschied aufgrund bewusster oder unbewusster Diskriminierung zustande kommt (Die Zeit 1, 2016).

In alcuni casi, oltre alla retribuzione, si parla anche di altri ambiti in cui le donne vivono situazioni di discriminazione, come nell'esempio seguente, in cui si mette in evidenza sia che le donne in posizioni apicali continuano a essere una minoranza e sia che tante donne non possano accettare offerte di lavoro a causa della mancanza di asili nido:

Unterdessen haben Politikerinnen im Bundestag gleichen Lohn für **Männer und Frauen** gefordert. Sie verwiesen am Donnerstag in Berlin darauf, dass viele Frauen keine Arbeitsstelle annehmen könnten, weil nicht ausreichend Betreuungsplätze für Kleinkinder zur Verfügung stünden. Frauenministerin Ursula von der Leyen (CDU) beklagte, Frauen in Führungspositionen gebe es viel zu selten. Sie verwies aber auch auf Erfolge der Gleichstellungspolitik: „Frauen haben die Bildung erobert.“ Seit 1989 sei die Zahl der Frauen in deutschen Parlamenten „sprunghaft gestiegen“. Die Ministerin verlangte gleiche Teilhabe von Frauen und Männern am Erwerbsleben. „Männer sind nicht nur Menschen, die im Beruf stehen“, sagte von der Leyen. „Sie haben ein Recht auf aktive Familienpolitik“ (FAZ 1, 2007).

Per quanto riguarda invece le situazioni svantaggiose per le donne, anche in questo caso si fa riferimento quasi sempre al divario retributivo, come nell'esempio riportato in seguito:

Eine Kluft gibt es auch bei der Bezahlung der jungen **Männer und Frauen**. Dass männliche Lehrlinge im Schnitt mehr verdienen als weibliche, hängt aber offenkundig mit der Berufswahl zusammen. Die BIBB-Autorin Beicht schreibt dazu: "In Berufen, in denen weit überwiegend junge Männer ausgebildet werden, waren die Ausbildungsvergütungen teilweise sehr hoch. Umgekehrt wurden in Berufen, in denen junge Frauen sehr stark vertreten sind, häufiger relativ niedrige Vergütungen gezahlt" (Süddeutsche Zeitung 1, 2015).

È interessante soffermarsi proprio sul modo in cui si affronta la questione del divario retributivo tra uomini e donne: se da una parte, come nel penultimo caso citato, si parla dell'esistenza di un divario retributivo tra uomini e donne a parità di qualifica e di attività svolta, senza quindi l'esistenza di alcun fattore oggettivo che possa giustificare tale divario, dall'altra, come nell'ultimo caso riportato, si fa riferimento al fatto che il divario retributivo dipenda dal tipo di lavoro svolto da uomini e donne: gli uomini scelgono più frequentemente professioni meglio retribuite, le donne, invece si orientano maggiormente verso lavori con stipendi più bassi; alla scelta lavorativa, quindi, e non ad atteggiamenti discriminanti si fa risalire il fatto che gli uomini guadagnino più delle donne. Come però ben espresso dal passaggio citato di seguito, tale divario è sì in parte giustificato da scelte professionali, ma vi è, in ogni caso, una percentuale di divario che nulla ha a che fare con differenze tangibili, che siano relative alla qualifica, all'attività svolta o al numero di ore svolte:

Eine neue Auswertung des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden von Daten aus dem Jahr 2006 zum Einkommen von Männern und Frauen stellt fest, dass die bereinigte Lohnlücke acht Prozent beträgt. Bereinigt bedeutet, dass ausschließlich Männer und Frauen mit gleicher Qualifikation und gleicher Tätigkeit miteinander verglichen wurden. Der durchschnittliche Unterschied zwischen den Geschlechtern beim Brutto-Stundenverdienst beträgt unverändert weiterhin 23 Prozent. Strukturelle Faktoren, die nichts mit der individuellen Bezahlung zu tun haben, spielen dabei eine

wesentliche Rolle. **Männer und Frauen** haben oftmals unterschiedliche Berufe, Frauen sind seltener in Führungspositionen vertreten, tendenziell schlechter ausgebildet sowie öfter teilzeitbeschäftigt. Allerdings können nur zwei Drittel der Lohnlücke zwischen den Geschlechtern mit solchen strukturellen Faktoren erklärt werden. Ein weiteres Drittel ist das Ergebnis einer tatsächlich schlechteren Bezahlung pro Stunde bei gleicher Arbeit und Qualifikation. So erklären die Statistiker den Gehaltsunterschied von acht Prozent. (Die Zeit 2, 2010).

Ricapitolando, per quanto riguarda la questione parecchio dibattuta del divario retributivo tra uomini e donne, le cause menzionate che determinano tale situazione sono le seguenti: la scelta del lavoro, la bassa presenza di donne nelle posizioni apicali, la scarsa distribuzione del lavoro domestico e di cura e atteggiamenti discriminatori nei confronti delle donne. Non sembrano trovare molto spazio, invece, le soluzioni proposte per migliorare tale situazione; si parla infatti in un caso di politiche di pari opportunità, senza però entrare particolarmente nel dettaglio, oppure, nel caso riportato in seguito, si parla dell'inefficacia delle soluzioni finora intraprese:

Männer und Frauen sind noch nicht gleichberechtigt. Auch wenn eine Frauenquote für die Kontrollgremien der börsennotierten Unternehmen beschlossen ist. Auch wenn die Politik über transparente Löhne diskutiert, damit Frauen nicht schlechter bezahlt werden als Männer (Die Zeit 3, 2015).

Tornando ora alle situazioni svantaggiose per le donne, si fa riferimento, in alcuni casi, alla squilibrata distribuzione del lavoro domestico e di cura tra uomini e donne, come nel passaggio che segue:

In Frankreich sind es 12,6 Stunden in der Woche für unbezahlte Familienarbeit. In Deutschland sind es im Schnitt nur 6,6 Stunden. In Schweden, einem der Länder, in dem die Gleichberechtigung zwischen **Männern und Frauen** am weitesten ist,

verrichten Frauen im Schnitt nur 4,2 Stunden unbezahlte Arbeit in der Woche (Die Zeit 4, 2014).

È interessante notare che si parla anche di situazioni svantaggiose che le donne vivono sul posto di lavoro in termini di valutazione del proprio lavoro, di prestazioni durante il colloquio di lavoro, o di efficacia nel modo di comunicare. Dall'analisi dei passaggi esaminati, risulta che le donne si trovano in posizioni svantaggiate poiché agiscono in ambienti tipicamente maschili, in cui lo standard è tarato sul lavoratore uomo, come nel caso seguente:

„**Männer und Frauen** leben in verschiedenen Sprachwelten“, behaupten Katrin Oppermann und Erika Weber in ihrem Buch über „Frauensprache - Männersprache“ und blicken auf die unterschiedlichen Kommunikationsstile. Frauen sprechen anders, Männer auch. Und interpretieren Gespräche unterschiedlich. Das nährt Missverständnisse, schließlich wird im Berufsleben ständig kommuniziert, mündlich wie schriftlich. Und da ziehen Frauen manchmal den Kürzeren, eben weil sie Dinge anders ausdrücken und in einer von Männern dominierten Welt nicht oder falsch verstanden werden (FAZ 2, 2013).

Per quanto riguarda invece i casi in cui vengono descritte situazioni di parità tra uomini e donne si parla innanzitutto di tasso di disoccupazione. Il tono, in questi casi, è generalmente positivo perché si mette quasi sempre l'accento sul fatto che il numero di persone disoccupate sia diminuito negli ultimi anni, come nel passaggio qui riportato:

In Deutschland waren im November so wenige Menschen arbeitslos wie zuletzt vor 25 Jahren. Lediglich im Frühjahr 1991 hatte die Zahl der Erwerbslosen noch etwas niedriger gelegen. Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit (BA) waren im November 2,532 Millionen **Männer und Frauen** ohne Arbeit. Das sind 8000 weniger als im Oktober und 101 000 weniger als vor einem Jahr, wie die Behörde in Nürnberg

mitteilte. Die Arbeitslosenquote ging um 0,1 Punkte auf 5,7 Prozent zurück (Die Zeit 5, 2016).

Sebbene sussistano differenze tra il tasso di disoccupazione maschile e femminile in Germania, in tutti i casi esaminati in cui si riportano i dati relativi alle persone disoccupate, non si fa mai accenno a tali differenze. Inoltre, nei casi che descrivono una situazione paritaria tra uomini e donne, si fa riferimento ad alcuni comportamenti in ambito lavorativo che accomunano i due generi, come nel caso seguente, in cui si parla della tendenza in aumento tra le lavoratrici e i lavoratori tedeschi di andare a lavoro anche se malati.

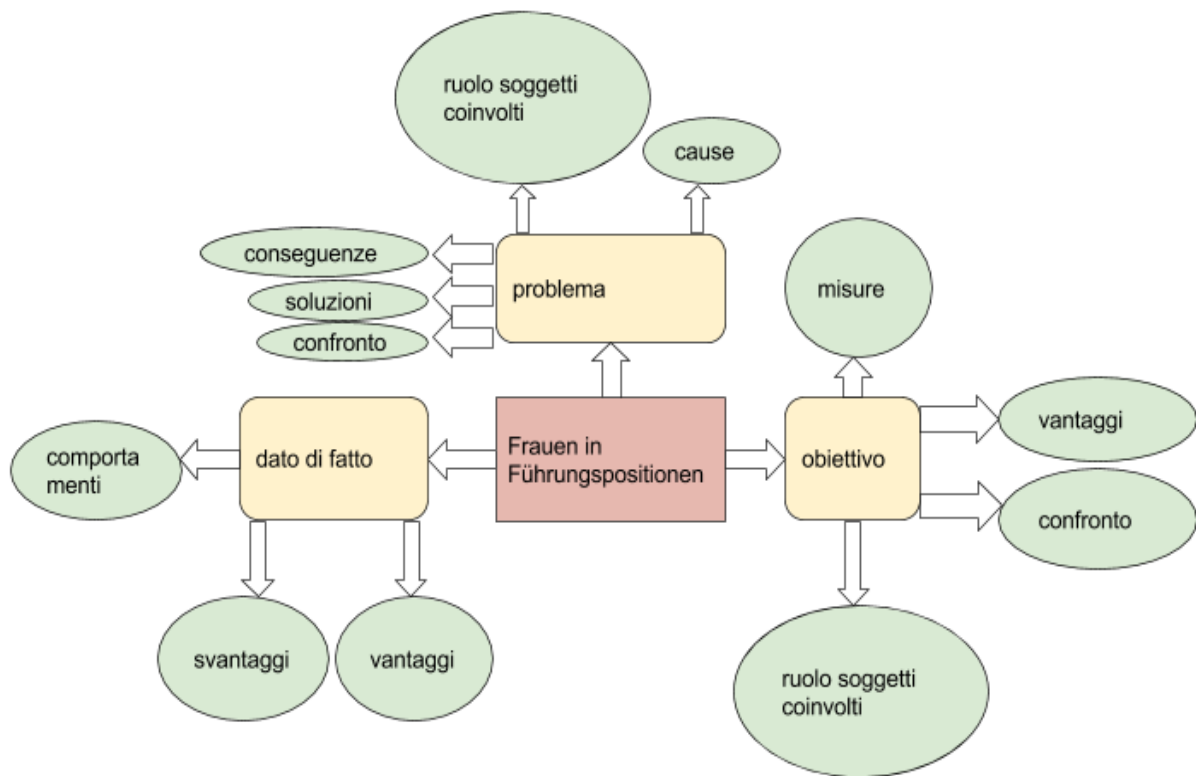
Die Deutschen werden immer härter im Nehmen. Das jedenfalls lassen die Ergebnisse einer Umfrage vermuten, die der deutsche Ableger der Internet-Stellenmarkts Stepstone veranstaltet hat. Die Plattformbetreiber befragten mehr als 10.000 **Männer und Frauen** und stießen auf Zeugnisse wahrhaft preußischer Tugend, die sie gestern veröffentlicht haben: Mehr als 90 Prozent der Befragten gaben an, auch krank zur Arbeit zu gehen, vierzig Prozent der Gefragten sogar, unabhängig von der Schwere der Erkrankung zum Dienst zu erscheinen. Lediglich 14 Prozent von ihnen räumten ein, dies aus Sorge um den Arbeitsplatz zu tun. Der Rest handelt offenbar allein aus Pflichtgefühl und Freude an der Arbeit so (FAZ 3, 2007).

Si conclude questa analisi sottolineando che, come osservabile dai tre passaggi citati, riguardanti il divario retributivo tra uomini e donne, pubblicati rispettivamente nel 2016, nel 2015 e nel 2010, non sembrano esserci cambiamenti sostanziali nella presentazione della questione. Tale impressione verrà, in ogni caso, confermata o confutata dalle seguenti analisi che forniranno un quadro più completo sulla questione.

La seconda sequenza analizzata per i due corpora in tedesco è *Frauen in Führungspositionen* analizzata nel corpus *Frauen_Arbeit*: dall'analisi di trenta occorrenze (su 51) risulta che la questione delle donne in posizioni apicali in Germania viene considerata o

come un dato di fatto (7 volte), o come un obiettivo da raggiungere (8 volte) o come un problema (15 volte), così come evidenziabile anche dallo schema riportato in seguito.

SCHEMA 5: Frauen in Führungspositionen



Partendo dai casi in cui la questione in oggetto viene considerata un dato di fatto, si parla in particolare dei comportamenti diffusi tra le donne che ricoprono ruoli apicali, mettendo in evidenza sia i punti che accomunano uomini e donne in posizioni di leadership, che i vantaggi di avere delle donne ai piani dirigenziali, come nel caso riportato in seguito:

Die Führungsforschung zeigt, dass Frauen in allen Dimensionen, die erfolgreiche Führung ausmachen, etwas besser abschneiden als Männer. Sie sind besser darin, Visionen zu vermitteln, sie geben klarere Aufgabenbeschreibungen und können Mitarbeiter besser motivieren. Andererseits gibt es Hinweise, dass **Frauen in Führungspositionen** ähnlich häufig zu Mobbing-Tätern werden wie Männer. Inwieweit das daran liegt, dass sie sich an den Verhaltensweisen ihrer mehrheitlich

männlichen Kollegen orientieren, ist bisher unklar. Insgesamt äußern Frauen weniger Interesse an Machtpositionen als Männer. Das mag auch daran liegen, dass immer noch weibliche Rollenvorbilder fehlen (Süddeutsche Zeitung 2, 2013).

In altri passaggi, invece, ci si sofferma sulle scelte delle donne che ricoprono posizioni apicali in riferimento alla (non) conciliazione tra lavoro e famiglia, come nel caso che segue:

Auf dem Arbeitsmarkt gibt es nicht nur sichtbare Ost-West-Unterschiede. Auch Frauen mit Hochschulabschluss unterscheiden sich deutlich von ihren Geschlechtsgenossinnen mit niedrigerem Bildungsabschluss. "Bei hochqualifizierten Frauen, die sehr viel in ihre Ausbildung investiert haben, sind die Muster und Präferenzen anders", erläutert Achatz. Sie arbeiten etwa seltener Teilzeit und machen kürzere Familienpausen – wenn sie nicht gleich ganz auf Kinder verzichten. Drei Viertel aller **Frauen in Führungspositionen** haben keinen minderjährigen Nachwuchs, bei ihren männlichen Kollegen sind es nur 58 Prozent (Die Zeit 6, 2009).

Nel seguente passaggio si propone una prospettiva senz'altro peculiare, ossia la posizione di svantaggio che sembrano vivere gli uomini giovani a causa delle misure per le pari opportunità tra donne e uomini, in questo caso il riferimento è al sostegno per aumentare la presenza di donne nelle posizioni apicali e la trasparenza aziendale sulle retribuzioni:

Wer gleiche Chancen für Frauen und Männer will, fordert vor allem bessere Chancen für Frauen: Die kürzlich beschlossene Frauenquote soll mehr **Frauen in Führungspositionen** bringen. Ein geplantes Gesetz will Unternehmen zwingen, die Gehälter von weiblichen und männlichen Angestellten offenzulegen. Das soll die Bezahlung künftig gerechter machen. Klar, dass von mehr Gleichberechtigung vor allem die Frauen profitieren, schließlich haben sie einiges aufzuholen. Doch je mehr sie aufsteigt, umso mehr fühlt er sich abgehängt. Junge Männer sehen sich schon als Teil einer verlorenen Generation, die bei der nächsten Beförderungsrunde leer ausgeht (Die Zeit 7, 2015).

Per quanto riguarda invece i casi in cui la questione delle donne in posizioni apicali viene considerata un obiettivo da raggiungere, viene dato spazio alle misure per facilitare il raggiungimento di questo obiettivo: si tratta nella maggior parte dei casi delle quote, su cui si fronteggiano posizioni pro e contro:

In Deutschland hat sich Bundesarbeitsministerin Ursula von der Leyen bisher offen für eine feste Quote für Großunternehmen gezeigt, Kanzlerin Angela Merkel und Familienministerin Kristina Schröder (alle CDU) lehnen dies ebenso wie der Koalitionspartner FDP jedoch ab. Von der Leyen begrüßte Redings Vorstoß. Mehr **Frauen in Führungspositionen** fänden sich vor allem in den Ländern mit gesetzlichen Schritten, sagte sie dem Tagesspiegel vom Mittwoch (Die Zeit 8, 2012).

Vengono poi menzionati i vantaggi che tale obiettivo potrebbe portare, in particolare in riferimento al fatto che, laddove ci sono donne in posizioni dirigenziali, vari studi hanno registrato migliori risultati aziendali, come nel caso riportato in seguito:

sueddeutsche.de: Aber wenn solche Eigenschaften einen erfolgreichen Chef ausmachen, ist es nur konsequent, Männer zu befördern. Gratton: Es ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen zwingend, dies zu ändern. Allein aus diesem Jahr liegen uns drei Studien vor, die zeigen, dass es sich für Firmen auszahlt, auch **Frauen in Führungspositionen** zu bringen. sueddeutsche.de: Lässt sich der Effekt beziffern? Gratton: Eine Studie der Universität von Helsinki zeigt, dass Firmen mit Frauen in der Chefetage eine um zehn Prozent höhere Kapitalrendite schaffen als die allein von Männern geführten. Die Unternehmensberatung McKinsey hat herausgefunden, dass die Firmen mit vielen Frauen auf der Führungsebene finanziell überdurchschnittlich abschneiden (Süddeutsche Zeitung 3, 2010).

Molto interessante risulta essere anche il ruolo che i soggetti coinvolti (donne, uomini, aziende e politica) dovrebbero avere nel far sì che si possa contare, in breve tempo, su una presenza

maggiore di donne nei posti decisionali dell'economia tedesca, come nel caso riportato in seguito, in cui alle donne si chiede di cambiare svariati atteggiamenti in ambito lavorativo:

ZEIT ONLINE: Was braucht es Ihrer Meinung nach, um mehr **Frauen in Führungspositionen** zu bringen? Kroll: Weibliche Führungskräfte müssen den Mut haben, sichtbar zu werden. Und sie müssen sich frühzeitig vernetzen. Denn ein gutes Netzwerk aus Frauen und Männern ist unerlässlich. Auch sollten sie flexibel sein und gegebenenfalls umdenken, wenn eine angepeilte Position nicht zu erreichen ist. Frauen neigen leider dazu, sich statt auf einen Plan B zu konzentrieren, mit noch mehr Engagement und Fleiß auf Plan A festzubeißen. Und es braucht Fürsprecher auf höheren Ebenen, die Verständnis für weibliche Teilzeitführungskräfte mit Kindern haben (Die Zeit 9, 2015).

Passiamo ora ai passaggi in cui la questione delle donne in posizioni apicali viene considerata un problema: per prima cosa è chiaramente evidenziabile che la problematicità della questione si riscontra in due aree: la scarsa presenza di donne in posizioni dirigenziali e il divario retributivo tra uomini e donne in posizioni apicali – a scapito di queste ultime. Riportiamo un passaggio esemplificativo in cui si parla di entrambe le questioni:

Kein Wunder, dass sich auch unter Hochqualifizierten noch immer weniger **Frauen in Führungspositionen** wiederfinden. Frauen mit Hochschulabschluss haben den Daten zufolge mit 21 Prozent seltener eine Führungsposition als Männer (32 Prozent). Sie erhalten auch bei gleicher Hierarchiestufe ein deutlich geringeres Gehalt. Frauen mit Hochschulabschluss erhalten als (Haupt-) Abteilungsleiterinnen im Durchschnitt 3.700 Euro monatlich, Männer in derselben Position (FAZ 4, 2014).

Le cause che determinano il problematico status quo vengono raramente menzionate, un'eccezione è il passaggio citato di seguito, in cui chiaramente si afferma che gran parte del

divario retributivo tra donne e uomini in posizioni apicali non è spiegabile attraverso indicatori misurabili:

Selbst die Frauen, die es geschafft haben, die Karriereleiter in den Unternehmen nach oben zu klettern, die Vollzeit im Beruf stehen und eine individuelle Lösung für die Vereinbarkeit von Kind und Karriere gefunden haben, verdienen weniger als ihre männlichen Kollegen. Und nicht nur das: Laut Statistischem Bundesamt nehmen die Unterschiede dann sogar noch zu. **Frauen in Führungspositionen** verdienen im Durchschnitt sogar 30 Prozent weniger als ihre männlichen Kollegen. Die Ursachen dafür sind schwieriger nachzuvollziehen. „Ein großer Teil der Verdienstunterschiede ist durch messbare Indikatoren nicht erklärbar“, erläutert Elke Holst, die sich für das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung in Berlin mit Gender-Fragen beschäftigt (FAZ 5, 2012).

Un altro passaggio in cui si menzionano le cause della scarsa presenza di donne in posizioni apicali è il seguente:

Zum einen spielt hier die mangelnde Erfahrung eine Rolle, so das Ifak-Institut: Da es so wenig **Frauen in Führungspositionen** gibt, waren die Befragten in der Mehrheit nur mit der Arbeit unter einem Chef vertraut. Aus Gewohnheit möchten sie auch weiterhin unter einem Mann arbeiten. Doch das erklärt die Abneigung von Frauen gegen Frauen nur zum Teil. Gisela Mohr, Professorin für Arbeits- und Organisationspsychologie an der Universität Leipzig, sieht noch einen weiteren Grund: Führung werde auch von Frauen als etwas Männliches betrachtet. "Um eine gute Führungskraft zu sein, muss man bestimmte Qualitäten haben, wie etwa Durchsetzungskraft oder Entscheidungsfreudigkeit", sagt Mohr. "Diese Eigenschaften gelten nun mal als maskulin." Frauen selbst assoziierten mit ihrem eigenen Geschlecht eher Weichheit und Zurückhaltung. (Süddeutsche Zeitung 4, 2010).

E da qui ci si collega a un'altra questione rilevante, ossia il ruolo dei soggetti coinvolti nel perpetuare tale situazione problematica. Nel passaggio visto in precedenza sono le stesse donne a contribuire alla loro scarsa presenza in posizioni apicali per motivi legati all'abitudine, alla poca esperienza, al fatto che si tende ancora a percepire come maschili caratteristiche adatte a ruoli decisionali e come femminili caratteristiche subalterne. Rilevante risulta essere spesso anche il ruolo e l'atteggiamento di datori di lavoro o di personaggi di spicco dell'economia che contribuiscono a mantenere bassa la presenza di donne in posizioni alte, come nel passaggio che segue:

Was wir in Deutschland erleben, ist prähistorischer Irrsinn: Anderswo sind Frauen deutlich weiter, in skandinavischen Ländern finden sich über 40 Prozent **Frauen in Führungspositionen**, Frankreich zieht jetzt nach. Wenn bei uns aber ein Deutsche-Bank-Chef Ackermann ungeniert sagt, er habe eine Sehnsucht nach Schönheit und Buntheit im Vorstand und er sei nur bereit, Frauen in Vorstandssitzungen hospitieren zu lassen, zeigt das, wie viel Altemännerdenke wir noch abräumen müssen und wie weit entfernt wir von der Gleichberechtigung sind. Wirtschaftsvertreter wie Ackermann behaupten, es gäbe einfach nicht genügend geeignete Frauen (Rheinische Post 1, 2011).

Così come in questo passaggio, viene spesso sottolineato quanto la Germania sia in una posizione peggiore rispetto a tanti altri paesi, in riferimento sia alla presenza di donne in posizioni apicali, che al divario retributivo di queste ultime. Tale confronto ricorre spesso sia quando la questione si presenta come un obiettivo che quando invece si presenta come un problema, come nell'esempio qui riportato.

"Auch was die Anzahl der **Frauen in Führungspositionen** angeht, ist Deutschland im internationalen Vergleich weit abgeschlagen", beklagt die OECD. "Auf kaum vier von hundert Vorstandsposten findet sich hierzulande eine Frau." Im OECD-Schnitt

liegt die Frauenquote in Aufsichtsräten bei zehn Prozent. Den höchsten Anteil an Führungspositionen gibt es in Norwegen, das 2006 eine Frauenquote von 40 Prozent eingeführt hat. Auch in Schweden, Frankreich, Finnland und der Slowakei ist der Anteil von Frauen im Top-Management mit 15 bis 20 Prozent vergleichsweise hoch (Süddeutsche Zeitung 5, 2012).

Un'altra tendenza trasversale è quella di sottolineare quanto il problema sia di lunga durata o quanto l'obiettivo da raggiungere sia lontano nel tempo. Per descrivere la questione vengono infatti usate le seguenti espressioni e frasi: „noch immer“ (FAZ 4, 2014; FAZ 6, 2007;), „bleibt groß“ (FAZ 5, 2012), „das Tempo, mit dem sich das ändert, ist rekordverdächtig gering“ (FAZ 7, 2014), „man habe Fortschritte gemacht [...] die aber bei weitem nicht ausreichen“ (Süddeutsche Zeitung 6, 2015), „noch lange nicht erreicht ist“ (FAZ 8, 2003), „diese Forderung ist schon 100 Jahre alt und bis heute nicht eingelöst“ (Die Zeit 10, 2010), „Der Weg bis zur Gleichberechtigung ist weit, liegen die Fortschritte [...] zum Teil nur in der Nachkommastelle“ (Süddeutsche Zeitung 7, 2010).

L'unico passaggio in cui si mette esplicitamente l'accento su quanto le cose siano cambiate e stiano cambiando è il seguente, in cui, tra l'altro, è essenziale il ruolo attivo degli uomini per far sì che cambino le condizioni lavorative delle donne:

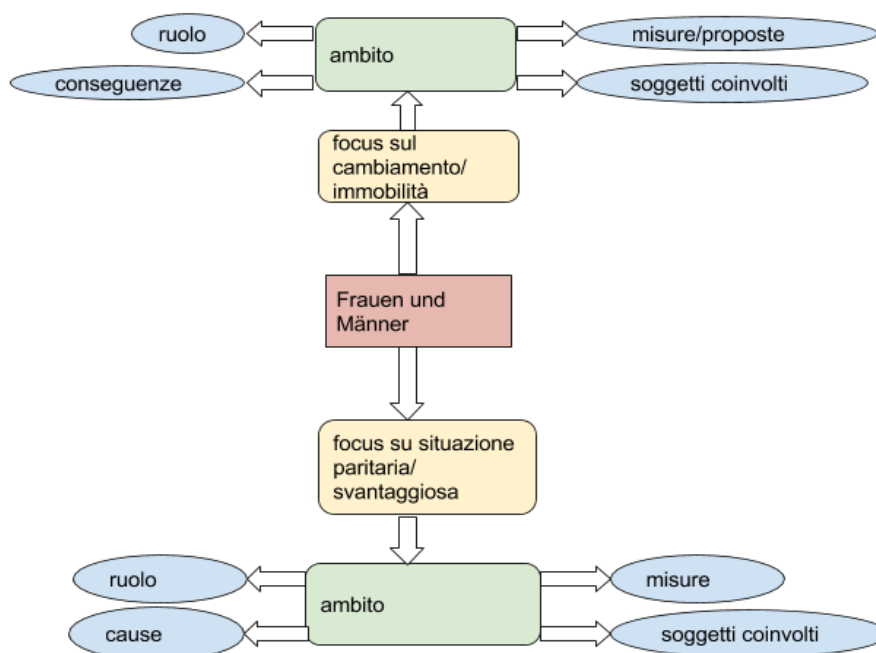
Der Führungskräftemonitor des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung 2010 zeigt, dass rund die Hälfte der **Frauen in Führungspositionen** sich die Hausarbeit mit ihrem Partner teilen. Von Männern in Führungspositionen tut das nur jeder fünfte. Übereinkünfte verändern die Arbeitswelt, wenn zwischen Partnern immer normaler wird, sich beide Sphären zu teilen. Die Diversity Managerin bei Daimler, Ursula Schwarzenbart, beobachtet, dass junge Männer beim Autokonzern einsteigen, die "eine andere Idee der Rollenverteilung" mitbringen. Mittlerweile nehmen 39 Prozent

der Väter bei Daimler Elternzeit. Die Zahl hat sich in den vergangenen drei Jahren verdreifacht (Die Zeit 11, 2010).

In conclusione sembra interessante aggiungere che sia il confronto con altri paesi stranieri, in particolare europei, che l'accento sulla lunga durata del problema sono state due tendenze particolarmente frequenti sia nell'analisi di questa sequenza che nella rappresentazione della questione sul tasso di occupazione femminile analizzata nel corpus *donne_lavoro*.

Il terzo gruppo di parole analizzato per i due corpora tedeschi è *Frauen und Männer* nel corpus *Frauen_Arbeit*. Come riportato anche nello schema di seguito, dall'analisi delle trenta occorrenze (su 140) si può innanzitutto osservare che in alcuni passaggi si parla di una situazione paritaria per entrambi i generi, in altri di una situazione svantaggiosa per le donne o per gli uomini, fino ad arrivare a casi di vere e proprie discriminazioni. In altri passaggi, invece, ci si concentra su quanto la situazione descritta sia cambiata o sia rimasta immobile nel corso degli anni.

SCHEMA 6: Frauen und Männer



Come già osservato nell'analisi della sequenza *Männer und Frauen* nel corpus *Männer_Arbeit*, nei casi in cui si descrivono situazioni di parità tra donne e uomini, si parla soprattutto del tasso di disoccupazione in Germania o in alcune regioni o aree tedesche, come per esempio, nel passaggio che segue:

Die Arbeitslosenquote liegt bei 5,8 Prozent nach 5,7 Prozent vor einem Jahr. Dabei meldeten sich 415 **Frauen und Männer** neu oder erneut arbeitslos, 58 mehr als vor einem Jahr. Gleichzeitig beendeten 361 Personen ihre Arbeitslosigkeit - ein Plus von 19. Den Hauptanteil machen noch immer die Langzeitarbeitslosen mit 39,9 Prozent aus, ihre Zahl stieg erneut - von 743 auf 764 nach 757 im September. Dicht dahinter liegen die Arbeitslosen, die 50 Jahre und älter sind mit einem Anteil von 36,1 Prozent (Zahl stieg von 669 auf 692) - davon sind 23,7 Prozent 55 Jahre und älter) - von 440 auf 455 (Rheinische Post 2, 2016).

Sempre in riferimento ai casi di situazioni paritarie tra donne e uomini, ricorre, più raramente, il tema delle opportunità lavorative:

Beim Zeitarbeitsunternehmen Randstad brummt derzeit das Geschäft, die Nachfrage nach Arbeitskräften steigt, wie Sprecherin Petra Timm sagt. Unter den vakanten Stellen seien durchaus auch einfachere Tätigkeiten, beispielsweise solche als Lagerarbeiter. Alle drei Unternehmen suchen mehr oder weniger ständig Personal. Es gibt sie also nach wie vor, die Jobs für weniger gut qualifizierte **Frauen und Männer** - also gerade für jene Leute, von denen in den vergangenen Tagen in der neuen „Unterschicht-Debatte“ soviel die Rede ist (FAZ 9, 2006).

Per quanto riguarda invece le situazioni in cui viene messa in evidenza la condizione di svantaggio, o, in alcuni casi, di vera e propria discriminazione delle donne nei confronti degli uomini, il tema più ricorrente è quello del divario retributivo. Anche in questo caso si riscontrano delle similitudini sul modo in cui è stato costruito lo stesso discorso attorno alla

sequenza *Männer und Frauen*. Si distinguono infatti dei casi in cui si evidenzia che il divario retributivo fra donne e uomini dipende da fattori esterni, come ad esempio, dal fatto che le donne lavorano più spesso part-time, fanno meno straordinari, ricoprono meno frequentemente posizioni apicali, e casi in cui invece si sottolinea che è vero che parte del divario dipende da fattori esterni, ma è pur vero che, anche a parità di qualifica, mansione, esperienza e numero di ore lavorative, viene registrato tra donne e uomini quello che viene definito *bereinigtes Lohndifferential*, non spiegabile attraverso alcun fattore tangibile. Nel caso riportato in seguito è chiara la distinzione tra i due tipi di divario:

"Bei Netlight", beteuert Jennifer Råsten, "haben wir keine unerklärbaren Gehaltsunterschiede." Wichtig ist dabei das Wort "unerklärbar". Denn auch bei Netlight verdienen weibliche Angestellte im Durchschnitt weniger als männliche. Viele Frauen sind noch nicht so lange bei der Firma, sie arbeiten öfter im Bereich Personal und im Verkauf, Männer dagegen im Kerngeschäft der IT-Beratung. Sie stellen dort noch immer 80 Prozent der Beschäftigten. Aber überall dort, wo jemand die gleiche Arbeit mache, sagt Råsten, würden **Frauen und Männer** völlig gleich bezahlt. "Das ist in Schweden leider noch immer nicht selbstverständlich." Die Feministin zitiert eine Untersuchung des World Economic Forum (WEF). Danach liegt Schweden, betrachtet man den Gehaltsunterschied von Männern und Frauen bei gleicher Arbeit, international bloß im Mittelfeld. Von 142 Staaten weist die Hälfte eine kleinere Gehaltslücke auf als Schweden, das auf Platz 71 rangiert. "Das ist sehr, sehr enttäuschend", sagt Råsten. Deutschland liegt in diesem Ranking nur neun Plätze hinter Schweden (Die Zeit 12, 2015).

Inoltre, in molti casi, quando si parla di divario retributivo, si fa riferimento alla proposta (diventata poi legge) della ministra Manuela Schwesig, su cui si è discusso molto: si tratta della possibilità data a lavoratrici e lavoratori di aziende con oltre 500 dipendenti di richiedere informazioni sulle retribuzioni medie di colleghi o colleghe con pari livello, in modo da rendere

trasparenti i criteri che determinano la retribuzione; tale trasparenza dovrebbe quindi contrastare eventuali divari retributivi tra donne e uomini con stesso grado di qualifica e pari mansione.

Was plant das Frauenministerium? Schwesig will mit einem Gesetz zur Entgeltgleichheit die Vereinbarungen im Koalitionsvertrag von Union und SPD umsetzen. Im Kern sollen **Frauen und Männer**, die in Betrieben mit mehr als 500 Mitarbeitern beschäftigt sind, künftig einen Auskunftsanspruch über das Durchschnittsgehalt von mindestens fünf gleichwertig Beschäftigten des anderen Geschlechts im Unternehmen erhalten. Der Arbeitgeber muss darlegen, nach welchen Kriterien die Mitarbeiter eingestuft sind. Wird Ungleichbehandlung aufgedeckt, gibt es einen Anspruch auf Gehaltserhöhung. Betroffene müssten die aber im Zweifel einklagen. Außerdem soll der Passus in vielen Arbeitsverträgen für nichtig erklärt werden, nicht über das eigene Gehalt sprechen zu dürfen (Rheinische Post 3, 2015).

Se nella maggior parte dei casi quando si parla di situazioni non equilibrate, ad avere la peggio sono le donne, risulta interessante riportare anche unico caso in cui viene affermata una prospettiva sicuramente meno frequente, ossia il fatto che a essere discriminati, nel lavoro, così come, più in generale, nella società siano gli uomini:

Die Mehrheit der Arbeitslosen sind Männer, sie leiden häufiger an Depressionen und haben größere Berufsrisiken. Vor diesen Fakten darf man nicht einfach die Augen verschließen. Daraus ergibt sich auch ein gesellschaftlicher Schaden. sueddeutsche.de: Mit diesem Ansatz sind Sie in Goslar nicht immer auf Verständnis gestoßen. Ebeling: Widerstand gegen meine Arbeit gab es von einigen Frauen vor Ort schon lange, ich habe damit gerechnet, dass es irgendwann eskaliert. Als ich meine Stelle antrat, habe ich Kekse in Piktogrammform von Frauen und Männern gebacken und sie in Tüten verteilt: **Frauen und Männer** in einer Tüte. Ich habe mich neben meiner Arbeit für Frauen immer schon auch für die Männer eingesetzt, habe ein Väter-

Café in einer Hebammenpraxis ins Leben gerufen und Papa-Picknicks veranstaltet (Süddeutsche Zeitung 8, 2011).

Interessante risulta essere la proposta per superare tale situazione discriminatoria, ossia quella di coinvolgere anche gli uomini in iniziative tendenzialmente e tradizionalmente pensate per le donne. Passiamo ora ai casi in cui nel parlare di donne e uomini, si evidenzia quanto le situazioni affrontate siano cambiate nel tempo o, nel caso opposto, siano rimaste immobili nel corso degli anni. Partiamo dalla questione della conciliazione tra lavoro e famiglia: in tutti i casi in cui viene affrontato questo tema, emerge che sia le donne che gli uomini vorrebbero cambiare la tradizionale suddivisione dei ruoli in cui a lavorare è l'uomo e a stare in casa con i figli è la donna, come nei casi che seguono:

Frauen wollen Karriere machen und Kinder bekommen. Männer wollen nicht mehr Alleinernährer sein, sondern Partnerinnen haben, die sich selbst finanzieren können. Und Männer wollen zwar wie ihre Partnerinnen Kinder haben, empfinden die Gesellschaft aber als so kinderfeindlich, dass die Familiengründung immer länger hinausgezögert wird. Das sind die zentralen Ergebnisse der Studie mit dem Titel „Frauen auf dem Sprung - das Update 2013“. Hierfür hat das Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) zusammen mit der Frauenzeitschrift „Brigitte“ und dem Institut „infas“ für Sozial- und Marktforschung sechs Jahre lang immer wieder dieselben **Frauen und Männer** nach ihren Lebensentwürfen gefragt. 2007 wurden 2000 Männer und Frauen interviewt. Im vergangenen Jahr wurden davon 211 Männer und 290 Frauen, die heute zwischen 21 und 34 Jahren alt sind, zum dritten Mal befragt (FAZ 10, 2013).

Wir behandeln **Frauen und Männer** gleich! Vater, Mutter und Kind spielen im Wohnzimmer – das ist ein Standardmotiv auf den Websites von Unternehmen. Es suggeriert die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und die Gleichberechtigung von Männern und Frauen. Mit der Realität hat das indes wenig zu tun. Viele junge Paare

klagen über mangelnde Gleichberechtigung in Job und Familie, besagt eine neue Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach. Nach der Elternzeit setzt bei den meisten wieder die alte Rollenverteilung ein: Nur in 15 Prozent der Familien arbeiten beide Partner in Vollzeit. In allen anderen Fällen arbeitet der Vater Vollzeit, die Mutter Teilzeit oder überhaupt nicht, obwohl sie sich Arbeit und Kinderbetreuung gern teilen würden (Die Zeit 13, 2015).

Da questi due passaggi emerge che sia le donne che gli uomini vivono con insoddisfazione la tradizionale suddivisione dei ruoli; ma se nel primo caso la conseguenza è che si posticipa sempre più la creazione di una famiglia, nel secondo si mette l'accento sul fatto che, in caso di figli, sono ancora poche le donne che lavorano a tempo pieno, nonostante molte di loro desidererebbero una migliore conciliazione tra i due ambiti. Inoltre gli ostacoli che rallentano o addirittura impediscono una nuova e migliore conciliazione tra lavoro e famiglia, desiderata, in molti casi, da entrambi i partner, derivano nel primo caso dalla società in generale, e nel secondo dalle politiche aziendali. Per quanto riguarda altri casi in cui si rappresenta una situazione di cambiamento, sia in riferimento alla conciliazione tra famiglia e lavoro che, più in generale, alle opportunità lavorative, sembra esemplificativo riportare questo passaggio:

Erst als beide Kinder in der Schule waren, fiel es Ursula Olinde manchmal schwer, den Tag zu füllen. Zweimal in der Woche spielte sie Basketball in einem Team der Oberliga. Sie lief einen Marathon, für den sie einen Winter lang trainierte. Wenn sie nach dem Laufen nach Hause kam, befand sie sich in einem angenehmen Zustand der Erschöpfung, wie andere sie vielleicht nach einem Arbeitstag empfinden. Aber es ließ sich nicht mehr ignorieren, dass es ihr jetzt unangenehm war, wenn sie gefragt wurde, was sie beruflich tue. »Ich bin zu Hause«, stammelte sie oder: »Ich bin Mutter.« Ihr älterer Sohn fragte sie einmal, warum sie als Einzige in der Familie weder arbeiten noch in die Schule gehe. In einem Café am Hamburger Dammtor treffen sich Frauen und Männer zum Mittagessen. Sie kommen aus den umliegenden Büros, tragen

Kostüm und Anzug und essen Salate und Bagels. Ursula Olinde guckt ihnen zu. Wie bei vielen großen Frauen sind ihre Schultern etwas nach vorne gesunken, als sollte niemand sehen, dass sie über 1,80 Meter groß ist. Beim Sprechen macht sie Pausen, in denen sie überlegt, wie in ihrer Geschichte eigentlich eins zum anderen kam. Olinde sagt, dass es ihr so erscheine, als gelinge den jungen Frauen heute der berufliche Erfolg mühelos. Sie führen Gehaltsverhandlungen, sprechen auf Konferenzen, leiten Projekte, als hätten Frauen nie etwas anderes gemacht. In ihrer Vorstellung gehört zu einem solchen Leben eine bestimmte Art von Selbstvertrauen, das ihr immer gefehlt hat. Es ist für sie nicht denkbar, dass sie zu diesen Frauen hätte gehören können (Die Zeit 14, 2012).

Quello che emerge con forza è proprio il contrasto tra la donna protagonista della descrizione, che ha vissuto con profonda frustrazione il fatto di non lavorare, scelta legata anche a una forte mancanza di autostima e l'immagine invece delle donne in pausa pranzo che sembra si barcamenino senza troppe difficoltà tra conferenze, progetti e incontri di lavoro. Se nei casi riportati sinora si sottolineano i forti cambiamenti inerenti sia alla conciliazione tra famiglia e lavoro, che alle opportunità lavorative per le donne, in altri, invece, si mette l'accento sull'immobilità, persino decennale, che caratterizza alcune questioni, in particolare il divario retributivo e la suddivisione ancora molto forte tra ambiti lavorativi maschili e femminili, come nei casi riportati in seguito:

Im europäischen Vergleich steht Deutschland schlecht da. Verglichen mit den Industrienationen Westeuropas ist der Verdienstabstand hierzulande besonders groß - in Frankreich etwa beträgt er nur zehn Prozent. Und er hat sich in den letzten 25 Jahren kaum verringert. Um knapp drei Prozent ist der Unterschied geschrumpft. Bei dieser Geschwindigkeit wird es schätzungsweise noch 200 Jahre dauern, bis **Frauen und Männer** tatsächlich gleich bezahlt werden. Über Strategien, wie man das Ziel "gleicher Lohn für gleiche Arbeit" schneller erreichen kann, streiten Experten heftig.

Eine Möglichkeit besteht darin, dass - wie in den USA praktiziert - Unternehmen größere öffentliche Aufträge nur dann erhalten, wenn sie Frauen gezielt fördern (Süddeutsche Zeitung 9, 2010).

Frauen und Männer arbeiten in Deutschland größtenteils getrennt nebeneinander her. Daran haben auch die in den letzten Jahren deutlich gestiegene Erwerbstätigkeit von Frauen, die Umstrukturierung in der Berufswelt und Werbekampagnen für Männer in Pflegeberufen oder Frauen in naturwissenschaftlich-mathematischen Bereichen nichts geändert. Rund 60 Prozent der Frauen verdienen hierzulande ihr Geld in „Frauenberufen“, das sind Berufe mit einem Frauenanteil von mindestens 70 Prozent. Männer sind sogar zu rund zwei Dritteln in Männerberufen tätig. Diese Geschlechtertrennung in der Arbeitswelt hat seit dreieinhalb Jahrzehnten nahezu unverändert Bestand, wie eine aktuelle Studie zeigt. Im Gegenteil: In einigen Berufen hat die Spaltung sogar noch zugenommen (FAZ 11, 2014).

Concludiamo quest'analisi precisando che ci sono dei casi in cui i due focus messi sinora in evidenza si intersecano, come nel caso seguente in cui, da una parte, si evidenzia la situazione discriminante vissuta dalle donne e, dall'altra, si mette l'accento sulla necessità di cambiare tale situazione, proponendo, tra l'altro, un'iniziativa concreta:

Führungspositionen - "In 200 größten deutschen Unternehmen nur fünf Prozent Frauen unter den Vorständen, da stimmt was nicht "Bundeskanzlerin Angela Merkel hat in Bezug auf Karrierechancen für **Frauen und Männer** ein Umdenken gefordert. Das sagte sie zum Auftakt der Initiative „Chefsache“, die mehr Frauen in deutsche Führungsetagen bringen soll. Daran beteiligen sich elf Unternehmen, darunter auch die ZEIT (Die Zeit 15, 2015).

Non è da tralasciare infine che la necessità di cambiare lo status quo in riferimento alla partecipazione delle donne in posizioni apicali sia stata evidenziata proprio dalla Cancelliera Angela Merkel.

La quarta sequenza analizzata per il corpus tedesco è *weniger als Männer* nel corpus *Männer_Arbeit*. Delle trenta occorrenze su 95 risulta che, come già emerso dall'analisi della sequenza *meno degli uomini* nel corpus italiano, in tutti i casi le donne sono il primo termine di paragone e l'ambito di gran lunga più frequente (29 su 30) è quello del divario retributivo, come nel caso che segue:

Frauen verdienen statistisch gesehen 22 Prozent **weniger als Männer**. Im Jahr 2013 betrug der Bruttolohn für Frauen im Schnitt 15,56 Euro pro Stunde, für Männer dagegen 19,84 Euro. Nach Angaben des Statistischen Bundesamts sind die Gründe für die Differenz in dieser Art der Berechnung zum großen Teil struktureller Natur: So haben Männer und Frauen oft unterschiedliche Berufe. Arbeitsbereiche, in denen Frauen dominieren, werden häufig schlechter bezahlt. Frauen besetzen bislang auch seltener Führungspositionen und arbeiten häufiger als Männer in Teilzeit oder sind geringfügig beschäftigt.

Viene spesso dato spazio alle cause che determinano il divario retributivo e, come emerso nell'analisi di sequenze precedenti, vengono menzionati sia fattori tangibili, come ad esempio il fatto che le donne lavorino spesso in ambiti meno redditizi, abbiano più frequentemente lavori part-time e interrompano più spesso l'attività lavorativa a causa della maternità, che fattori intangibili, non misurabili, come nei casi che seguono:

Nach aktuellen Zahlen des Statistischen Bundesamtes verdienen Frauen 2014 durchschnittlich 21,6 Prozent weniger als Männer. Dies hängt unter anderem damit zusammen, dass Frauen viel öfter in Teilzeit arbeiten als Männer und häufiger Jobs in schlechter bezahlten Branchen haben, etwa in der Pflege oder der Kinderbetreuung. Werden diese Faktoren heraus gerechnet, verdienen Frauen im Schnitt aber immer noch **weniger als Männer** (Süddeutsche Zeitung 10, 2015).

Allerdings könne ein Drittel des Verdienstunterschiedes nicht mit solchen arbeitsplatzrelevanten Merkmalen erklärt werden. "Das heißt, dass Frauen bei vergleichbarer Qualifikation und Tätigkeit pro Stunde durchschnittlich sieben Prozent **weniger als Männer** verdienen", so die Statistiker unter Hinweis auf eine Untersuchung von 2010 (Die Zeit 16, 2013).

In alcuni passaggi, inoltre, si parla dell'Equal Pay Day, ossia la data fino alla quale le donne devono lavorare per guadagnare tanto quanto gli uomini guadagnano in un anno di lavoro; in Germania si tratta di circa tre mesi in più, essendo la ricorrenza il 21 marzo:

Heute ist Equal Pay Day. Der 21. März, das ist rechnerisch auch der Tag, bis zu dem Frauen arbeiten müssen, um genauso viel Geld zu verdienen wie Männer zum Ende des Vorjahres. Mehr als zwei Monate mehr also. Frauen in Deutschland erhalten im Schnitt 22 Prozent **weniger als Männer**. Dadurch können sie weniger Vermögen aufbauen und leben am Ende von einer Rente, die durchschnittlich 60 Prozent niedriger ist als die von Männern (Die Zeit 17, 2013).

Infine, viene spesso menzionato nelle trenta occorrenze analizzate che la questione del divario retributivo dura da molto tempo e sembra essere quasi immutabile ed immutata nel tempo.

Wenn man heute, nach knapp vierzig Jahren Feminismus, den vom Familienministerium herausgegebenen Gender-Report durchliest, ist das eine desillusionierende Lektüre: Noch immer, heißt es in dem 800 Seiten starken Werk, finden sich kaum Frauen in den Führungspositionen der Wirtschaft; noch immer verdienen sie rund zwanzig Prozent **weniger als Männer**, obwohl der Grundsatz „Gleicher Lohn für gleiche Arbeit“ rechtlich verankert ist (Die Zeit 18, 2007).

Weiterhin gibt es bei der Erwerbstätigkeit deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen. So verdienten Frauen 2011 durchschnittlich 23 Prozent **weniger als Männer**. Seit 2002 ist der Verdienstunterschied zwischen Frauen und Männern fast

konstant. Der Frauenanteil bei den Führungskräften ist in den vergangenen zwei Jahrzehnten von 26 Prozent im Jahr 1992 auf 30 Prozent gestiegen (Rheinische Post 4, 2012).

Frauen verdienen ein Fünftel **weniger als Männer** Das Lohngefälle zwischen Männern und Frauen ist nach wie vor groß, wie Daten des Statistischen Bundesamtes zeigen. Das hat mehrere Gründe (FAZ 12, 2015).

Passiamo ora al quinto gruppo di parole analizzato per i corpora tedeschi, ossia *Frauen in Deutschland*. Dall'analisi delle trenta occorrenze su 78 risulta che il tema più ricorrente è ancora una volta il divario retributivo tra donne e uomini (15 su 30), sui cui però non ci soffermeremo, in quanto dall'analisi di *Frauen in Deutschland* sono emerse le stesse tendenze già ampiamente illustrate in precedenza. La ricorrenza di tale tema va a confermare ancora una volta la sua estrema centralità e attualità nella stampa tedesca: all'interno del discorso su "donne e lavoro" il tema del divario retributivo fra donne e uomini sembra essere infatti di gran lunga il più dibattuto in Germania. Dall'analisi della sequenza *Frauen in Deutschland* risultano ricorrenti anche altri temi già emersi dall'analisi delle sequenze precedenti: il lavoro domestico e di cura, la conciliazione tra famiglia e lavoro, il lavoro part-time, l'occupazione femminile e il divario pensionistico. Per quanto riguarda il lavoro domestico e di cura nei passaggi analizzati si sottolinea il fatto che sono ancora le donne a farsene carico, con tutte le relative implicazioni, come nel caso seguente:

Frauen in Deutschland arbeiten etwas mehr als Männer, allerdings viel häufiger unbezahlt. Etwa 45,5 Stunden ist eine Frau im Durchschnitt mit Familienbetreuung, Haushalt, Job und Ehrenamt in der Woche beschäftigt, eine Stunde mehr als ein durchschnittlicher Mann. "Dabei leisten Frauen zwei Drittel ihrer Arbeit unbezahlt, Männer weniger als die Hälfte", teilte das Statistische Bundesamt aus einer Studie von

2012/13 mit. Die Studie untersuchte, für welche Tätigkeiten die Menschen ihre Zeit nutzen (Süddeutsche Zeitung 11, 2015).

Anche nell'analisi della sequenza *Frauen in Deutschland* il tema del lavoro domestico e di cura non retribuito si collega a un altro ambito particolarmente centrale, ossia la conciliazione tra famiglia e lavoro, particolarmente difficoltosa per le donne, che le porta spesso a decidere di lavorare part-time:

Erst Elternzeit, dann Teilzeit: So läuft es für die meisten **Frauen in Deutschland** - immer noch. Die Familienarbeit ist in Deutschland zwischen Müttern und Vätern noch immer höchst ungleich aufgeteilt - selbst in den Familien, in denen die Frauen grundsätzlich berufstätig sind. Das zeigen neue Zahlen des Statistischen Bundesamtes zur Teilzeitarbeit. Im Jahr 2012 arbeiteten in Deutschland mehr als zwei Drittel (69 Prozent) der erwerbstätigen Mütter auf Teilzeitbasis, bei den erwerbstätigen Vätern waren es dagegen nur 5 Prozent. Die Werte stammen aus Daten des Mikrozensus, der größten jährlichen Haushaltsbefragung in Deutschland und Europa (FAZ 13, 2014).

Un ulteriore tema che ricorre è quello dell'occupazione femminile in Germania, spesso messa in confronto con quella di altri paesi, come nell'esempio che segue:

Die **Frauen in Deutschland** sind im EU-Vergleich weiterhin weniger am Erwerbsleben beteiligt als in den meisten anderen Mitgliedstaaten. Dies berichtet die Süddeutsche Zeitung unter Berufung auf den neuen Fachkräftefortschrittsbericht des Bundesarbeitsministeriums. Festzumachen sei dies vor allem an der Wochenarbeitszeit von Frauen mit einem Teilzeitjob, der hierzulande im Durchschnitt 18,6 Stunden betrage – nur in Portugal ist dieser Wert noch niedriger (Die Zeit 19, 2014).

In altri casi viene invece messa a confronto con quella maschile:

Der Arbeitsmarkt für Frauen ist in Deutschland ein anderer als der für Männer - immer noch. Das ist die schlechte Nachricht. Die gute: Die Erwerbstätigkeit der **Frauen in Deutschland** steigt stetig. Zunächst zur guten Nachricht: Bereits im Jahr 2000 hatte die Erwerbstätigkeit der Frauen in Deutschland die auf dem Gipfel von Stockholm festgelegte Quote von 57 Prozent überschritten. Derzeit liegt sie bei mehr als 60 Prozent. Somit nähern sich die Erwerbstätigenquoten von Männern und Frauen einander an. Dabei geht die Zahl der erwerbstätigen Männer zurück, die der Frauen stagniert (FAZ 14, 2005).

Un altro tema che finora non era risultato particolarmente dibattuto è quello del divario pensionistico dovuto al fatto che tante donne scelgono nel corso della propria vita di lavorare part-time o di lasciare il lavoro per dedicarsi maggiormente alla famiglia e alla cura della casa, rinunciando quindi a un'indipendenza economica. Tali scelte causano questo divario pensionistico tra donne e uomini, cosa che può diventare un serio problema nei casi, sempre più frequenti, di divorzi, come ben esemplificato in seguito:

"Dein Mann ist nicht deine Rente." – Diesen Satz muss Finanzberaterin Barbara Rojahn immer wieder predigen. Seit über 20 Jahren berät die ehemalige Bankerin in ihrem Büro in Stuttgart Frauen in Geldangelegenheiten. Gerade dann, wenn ihr Frauen mit Studium und Berufserfahrung glaubhaft machen wollen, dass sie nicht auf die eigene Altersvorsorge angewiesen seien und es sich leisten könnten, wenig oder gar nicht zu arbeiten. Denn wenn das Modell Ehe scheitert – in Deutschland wird gut jede zweite Ehe geschieden – sind Frauen finanziell deutlich schlechter gestellt als Männer. Eben weil sie sich um Haushalt und Kinder gekümmert und den Beruf aufgegeben oder die Arbeitszeit so stark reduziert haben, dass sie kaum Rentenansprüche erworben haben. Im Schnitt bekommen **Frauen in Deutschland** für 20 Jahre Teilzeitarbeit nur 220 bis 270 Euro Rente im Alter (Die Zeit 20, 2016).

Sembra interessante inserire i temi emersi dall'analisi della sequenza *Frauen in Deutschland* in un'ottica d'insieme più ampia, in cui ogni tema è in qualche modo collegato agli altri. Partiamo dal divario retributivo tra donne e uomini: gran parte del divario retributivo tra donne e uomini dipende dal fatto che le donne lavorano spesso part-time, scelgono professioni meno remunerative e prendono congedi per maternità e per assistere la famiglia. A causa di tali scelte lavorative le donne si ritrovano ad avere pensioni più basse, ad essere quindi più soggette alla povertà in età avanzata, soprattutto nel caso in cui il matrimonio fallisca. Tali scelte lavorative sono spesso motivate dal fatto che il lavoro domestico e di cura non retribuito è ancora in gran parte a carico delle donne e ciò rende la conciliazione tra lavoro e famiglia particolarmente difficoltosa, in alcuni casi le due cose diventano addirittura inconciliabili, tant'è che molte donne non ritornano più a lavorare dopo aver avuto dei figli, cosa che porta ad avere un tasso di occupazione femminile più basso, rispetto a quello maschile.

Analizziamo ora l'ultima sequenza per i due corpora tedeschi, ossia *Beruf und Familie* nel corpus *Frauen_Arbeit*. Dall'analisi di trenta occorrenze su 89 si possono individuare alcune tendenze ricorrenti: innanzitutto, nella totalità dei casi si parla di conciliazione tra lavoro e famiglia che, quasi sempre, viene rappresentata o come una situazione problematica, o come una situazione in cambiamento, in evoluzione. In alcuni casi sono solo le donne a essere interessate dalla questione, in altri sono sia le donne che gli uomini. Ed è soprattutto in quest'ultimo caso che la visione tradizionale dei ruoli di genere per cui l'uomo va a lavorare e la donna si prende cura della casa e dei figli viene messa in discussione. Inoltre vengono spesso menzionate le cause e le conseguenze legate alla difficile conciliazione tra famiglia e lavoro. Vediamo alcuni passaggi esemplificativi:

Wer als Mutter berufstätig ist, hat doch auch in Deutschland noch ein anderes Leben neben der Familie. Joeres: Aber die meisten Frauen reiben sich zwischen **Beruf und Familie** auf. Nur die wenigsten kommen noch dazu, ihre Hobbys und Freundschaften

zu pflegen. Das Betreuungssystem ist nicht flächendeckend ausgebaut, die Kitaöffnungszeiten entsprechen häufig nicht den Arbeitszeiten, die Eltern abdecken müssen. Meist müssen Mütter eine Odyssee hinter sich bringen, um einen Betreuungsplatz zu finden. Sie erfahren erst im letzten Moment, ob es klappt – damit sind sie für den Arbeitgeber nicht verlässlich planbar (Die Zeit 21, 2015).

In questo primo caso la conciliazione tra lavoro e famiglia è difficoltosa per le donne, considerate le principali responsabili della cura dei figli, gli uomini non vengono infatti praticamente menzionati. Principale causa di questa difficile conciliazione è il fatto che gli asili nido non coprono sufficientemente gli orari lavorativi e inoltre i posti disponibili non sono sufficienti per tutti. A pagare le conseguenze di questa situazione sono le donne che, a causa del sovraccarico tra lavoro e famiglia devono spesso rinunciare a hobby e amicizie.

Neben dem offenen Dialog und einer familienfreundlichen Kultur erleichtert die steigende Anzahl der Betreuungsangebote für Kleinkinder Müttern heute den Einstieg. „Die Unternehmen haben ein wachsendes Interesse, ihre Mitarbeiter zu halten, und fahren ganz viele Programme“, beobachtet Stefan Becker, Geschäftsführer der Hertie-Stiftung für die Initiative **Beruf und Familie**. Von Angeboten wie Weiterbildung in der Elternzeit mit Kinderbetreuung habe er vor zehn Jahren noch nichts gehört. „Wir erkennen einen klaren Wunsch zum schnelleren Wiedereinstieg der Frauen“ (FAZ 15, 2012).

Anche in questo secondo passaggio le uniche a essere menzionate nella conciliazione tra famiglia e lavoro sono le donne, ma i toni, in questo caso, sono molto diversi: si mette infatti più l'accento su quanto la situazione sia in cambiamento, in evoluzione; le aziende offrono sempre più servizi e propongono sempre più iniziative e programmi per facilitare e accelerare il processo di reinserimento al lavoro delle neo-mamme. La conciliazione tra famiglia e lavoro viene in questo caso supportata dalle aziende che, mosse soprattutto da un proprio tornaconto

economico, danno quindi un loro contributo per superare la suddivisione tradizionale dei ruoli di genere. A tal proposito approfondiamo il ruolo che le aziende hanno all'interno del discorso sulla conciliazione tra famiglia e lavoro:

In diesen Frauen stecke ein „beträchtliches Fachkräftepotential“, das derzeit noch ungenutzt sei. Es kann nach Ansicht Martins nur durch „quantitativ wie qualitativ ausreichendes Betreuungsangebot und familienunterstützende Maßnahmen“ gehoben werden. Mit Blick auf die Unternehmen meint Martin, dass Angebote zur Vereinbarkeit von **Beruf und Familie** künftig ein „wichtiger Wettbewerbsfaktor“ sein werden (FAZ 16, 2012).

Qui sembra che le aziende agiscano in modo simile a quanto emerso nel passaggio precedente: attraverso un'offerta di servizi di cura e di supporto alla famiglia hanno e, soprattutto, avranno il compito di facilitare la conciliazione tra famiglia e lavoro per le donne; queste ultime, allo stato attuale, rappresentano spesso un potenziale professionale non sfruttato. Nei passaggi successivi, invece, viene fuori una situazione opposta rispetto al quadro descritto precedentemente:

Für ver.di liegt es auf der Hand, warum die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Deutschland immer noch ein Lippenbekenntnis ist: "In Deutschland herrscht in den meisten Unternehmen immer noch das Motto: 'Wer am längsten anwesend ist, hat am meisten geleistet!'" Diese Präsenzkultur, die nicht wirklich etwas über die Leistung und Qualität der Arbeit aussage, mache es Müttern besonders schwer, **Beruf und Familie** miteinander zu vereinbaren (Die Zeit 22, 2016).

In questo passaggio emerge quanto la cultura aziendale predominante vada ancora oggi a premiare chi rimane più a lungo fisicamente in ufficio, discriminando così le mamme, rendendo molto difficile la conciliazione tra famiglia e lavoro e ostacolando, quindi, un possibile

superamento dei ruoli tradizionali di genere. Nel passaggio successivo, invece, trova spazio proprio una storia personale:

Eine 36 Jahre alte frühere Gruppenleiterin der Deutschen Bank, die im Investmentbanking („Global Markets“) tätig ist, klagt gegen ihr eigenes Unternehmen. Unstrittig scheint zu sein, dass sie in ihrem Team früher Personalverantwortung hatte, zeitweise über fünf, zeitweise über drei Mitarbeiter. Dann bekam sie ein Baby. Kam nach sieben Monaten zurück. Und hatte auf einmal keine Personalverantwortung mehr. Und das, obwohl die Deutsche Bank gerade vor einer Woche, unter großer Beachtung der Öffentlichkeit, von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung für ihre familienfreundliche Unternehmenspolitik zertifiziert worden ist, die es Frauen ermögliche, **Beruf und Familie** zu vereinbaren, wie der Anwalt der Klägerin darlegt (FAZ 17, 2007).

Il fatto che le aziende spesso ostacolano concretamente la conciliazione tra lavoro e famiglia, o in questo caso, tra carriera e famiglia diventa ancora più tangibile vista la storia di una donna che questa discriminazione l'ha subita in prima persona. E fatto interessante è che tale discriminazione sia avvenuta da parte di un'azienda che invece aveva ottenuto una certificazione apposita per le sue politiche di supporto alla famiglia. Nei casi finora riportati gli uomini non vengono praticamente mai menzionati, sono le donne, infatti, a essere considerate le principali o, in alcuni casi, le uniche responsabili della cura dei figli e le sole a pagare le conseguenze della difficile conciliazione tra famiglia e lavoro. C'è da dire però, che in molti casi entrano in gioco anche gli uomini, sia come soggetti che subiscono le conseguenze della difficile conciliazione tra lavoro e famiglia, sia come soggetti che richiedono e desiderano il cambiamento dello status quo tradizionale.

Der Mann bringt das Geld nach Hause, die Frau kümmert sich um Haushalt und Kinder: Diese klare Rollenverteilung ist in vielen Familien überholt. Auch Mütter

machen mittlerweile Karriere, und Väter kümmern sich um ihre Kinder. Allerdings stoßen Männer dabei mittlerweile an dieselben Grenzen wie Frauen. So ergab eine Umfrage der Unternehmensberatung A.T. Kearney, dass 92 Prozent der befragten Väter es als wichtig für ihr Wohlbefinden erachten, **Beruf und Familie** vereinbaren zu können. Doch jeder fünfte ist der Meinung, dass diese Vereinbarkeit in seiner persönlichen Lebenssituation nicht zufriedenstellend klappt. Wegen dieser Diskrepanz würden auch nur 64 Prozent ihren Arbeitgeber uneingeschränkt weiterempfehlen (FAZ 18, 2016).

Mit dem Wandel der Rollenbilder aber, angestoßen durch die Frauenbewegung, fangen auch die Männer an, sich über Fragen der Geschlechtergleichstellung auszutauschen. Die (Nicht-)Vereinbarkeit von **Beruf und Familie** zum Beispiel ist eines der großen Themen. Benachteiligt fühlen sich dabei nicht nur die Frauen, auch Männer erleben Ungerechtigkeiten: Vorurteile gegenüber Vätern, die ihre Töchter küssen. Fehlende Umkleidekabinen für Männer im Babyschwimmen. Naserümpfende Chefs bei der Frage nach Elternzeit. Sexuelle Gewalt gegen Männer (Süddeutsche Zeitung 12: 2016).

In questi due casi è evidente che a desiderare un superamento della suddivisione tradizionale dei compiti siano non solo le donne, ma anche gli uomini che, a loro volta, trovano ostacoli simili a quelli che incontrano le donne: molti di loro sono infatti insoddisfatti del rapporto tra famiglia e lavoro nella propria vita. Emerge inoltre che sia le madri che i padri che desiderano superare i limiti sanciti dal ruolo tradizionale assegnatogli dalla società si ritrovano spesso a scontrarsi con pregiudizi e stereotipi. In alcuni passaggi viene messo in evidenza un aspetto finora rimasto ai margini del discorso, ossia quanto la problematicità della conciliazione tra famiglia e lavoro e il sovraccarico di impegni e responsabilità ad essa legati vadano a influenzare l'insorgenza di problemi psichici sia negli uomini che nelle donne:

Diese Probleme haben Männer nicht allein, aber: „Männer neigen dazu, sie mit sich allein auszumachen“, beobachtet der Psychosomatiker Gündel, „und am Ende frisst sich die Belastung in den Körper.“ Man muss etwas einschränken: Auf 20 bis 30 Prozent schätzt Gündel die frühzeitig wegen psychischer Beschwerden am Arbeitsplatz ratsuchenden Menschen, die vor allem aufgrund beruflicher Belastungen krank werden. Dazu passt, dass die Techniker Krankenkasse darauf hinweist, dass nicht die Arbeit krank mache, sondern das Zusammenspiel mehrerer Faktoren, zum Beispiel die mangelnde Vereinbarkeit von **Beruf und Familie**. Gündel sagt, in den meisten Fällen hätten seine männlichen Patienten neben der Arbeit persönliche Belastungen oder Probleme: pflegebedürftige Angehörige, familiäre Schwierigkeiten, starke Beanspruchung in der Erziehung oder gar Einsamkeit (FAZ 19, 2014).

Erschöpfung, Depressionen, Schlafstörungen - immer mehr Mütter in Deutschland sind psychisch krank. Die Zahl sei in den vergangenen acht Jahren um rund ein Drittel gestiegen, sagte die Kuratoriumsvorsitzende des Müttergenesungswerks, Marlene Rupprecht. Vor allem wachsender Zeitdruck, die Doppelbelastung in **Beruf und Familie** und mangelnde Anerkennung ihrer Arbeit mache den Frauen zu schaffen. "Sie müssen die Managerinnen für alles sein und sollen dabei auch noch guter Laune sein, das ist kaum machbar." Zugleich bewilligen die Krankenkassen aber immer weniger Mutter-Kind-Kuren (Süddeutsche Zeitung 13, 2012).

Concludiamo l'analisi della sequenza *Beruf und Familie* soffermandoci su un altro aspetto rimasto sinora marginale, ossia le ripercussioni negative che vivono i genitori che riescono, tra mille difficoltà, a conciliare lavoro e famiglia:

Wie steht es mittlerweile um die Vereinbarkeit von **Beruf und Familie**? Kommt nicht immer irgendwer oder irgendetwas ins Hintertreffen: Kinder, Beruf, Partner, Freunde, Hobbies? Eine neue Studie hat die Frage einmal anders gestellt: Sind diejenigen, die tatsächlich alles unter einen Hut bringen zufrieden? Oder sind sie geplagt von

Gewissensbissen, weil sie für alles Zeit haben, aber eben nur wenig Zeit? Die Mehrheit der Eltern empfindet solche Gewissensbisse. 56 Prozent der berufstätigen Mütter und Väter kämpfen damit, zeigt die repräsentative Forsa-Umfrage im Auftrag des Online-Lernspezialisten Scoyo unter berufstätigen Eltern von Kindern zwischen sechs und 14 Jahren. Vor allem wegen der Kinder machen sich die Befragten Gedanken: 52 Prozent haben immer wieder das Gefühl, zu wenig Zeit mit ihren Söhnen und Töchtern zu verbringen (FAZ 20, 2015).

Questo passaggio mette in luce il fatto che il raggiungimento di quello che per molte e molti appare come un traguardo molto difficile, a volte quasi utopistico, non sempre è poi sinonimo di soddisfazione; implica infatti una serie di ripercussioni negative, come ad esempio, il senso di colpa nei confronti dei propri figli per il poco tempo trascorso insieme. Ciò a riprova del fatto che la soluzione per far sì che madri e padri possano raggiungere un equilibrio soddisfacente tra lavoro e famiglia non è certo a portata di mano.

6.3.2.2 Collocati

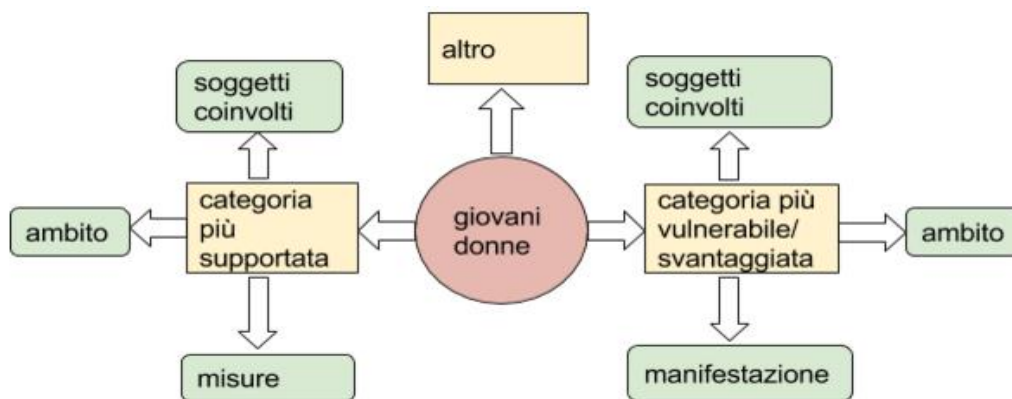
Passiamo ora all'analisi delle righe di concordanza di alcuni collocati di *donne* per i corpora in italiano e *Frauen* per i corpora in tedesco. La lista completa dei collocati più frequenti nei quattro corpora è stata riportata nella sezione relativa ai risultati quantitativi. Per l'analisi qualitativa si è preferito scegliere dei collocati che appaiono tra i più frequenti sia per *donne* che per *Frauen*, in modo da garantire un confronto maggiore tra i risultati ottenuti sui quattro corpora esaminati. Per evitare sovrapposizioni con le analisi già effettuate sui gruppi di parole è stato scelto di analizzare le righe di concordanza di *donne giovani/giovani donne* nel corpus *donne_lavoro* e *junge Frauen* nel corpus *Frauen_Arbeit* e di *donne devono* nel corpus *uomini_lavoro* e *Frauen müssen* nel corpus *Männer_Arbeit*. Anche in questo caso sono state analizzate trenta occorrenze, ordinate in modo casuale secondo la funzione *shuffle*, disponibile

su Sketch Engine. Inoltre sono state escluse occorrenze non pertinenti con l'ambito oggetto di questa ricerca.

6.3.2.2.1 *Corpora donne_lavoro, uomini_lavoro*

Passiamo ai risultati dell'analisi delle trenta righe di concordanza in cui nel corpus *donne_lavoro* l'aggettivo *giovani* – con valore sia attributivo che predicativo, appare nelle immediate vicinanze della parola *donne*.

SCHEMA 7: Giovani donne/Donne giovani



La categoria *giovani donne* o *donne giovani* viene nella maggior parte dei casi rappresentata o come la categoria più svantaggiata, più vulnerabile o, in alternativa, come la categoria più supportata, più sostenuta. Nel primo caso si pone l'accento sugli ambiti in cui avvengono tali discriminazioni e come queste si manifestano. Nel secondo lo spazio è invece dedicato maggiormente alle misure e alle iniziative atte a migliorare le condizioni e le opportunità lavorative delle giovani donne. Ecco qualche passaggio particolarmente significativo:

Ventinovemila giovani under 35 sono spariti dal mercato del lavoro nelle Marche: è questo il conto amaro pagato dai giovani in tre anni di crisi. Infatti, secondo i dati forniti dall'Istat ed elaborati dalla CGIL Marche, nel 2008 risultano occupati 202mila giovani tra i 15 e i 34 anni che però nel 2011 sono scesi a 173 mila con un calo del

14,3%. Il calo più elevato si registra tra le **giovani donne** (-16,2%), che comunque non si discosta eccessivamente da quello dei maschi (- 12,8%) (Il Resto del Carlino 1, 2012).

In questo passaggio le giovani donne vengono rappresentate come la categoria più colpita, quindi più vulnerabile per quanto riguarda il calo del tasso di occupazione tra i giovani nelle Marche.

Il motivo di queste differenze straordinarie è che in Italia la divisione dei compiti tra lavoro domestico e lavoro retribuito sul mercato è più sperequata fra uomo e donna. La donna lavora in casa, il marito o il compagno in fabbrica, o in ufficio, sebbene, come abbiamo visto, il capitale umano delle **donne giovani** sia in media più alto di quello degli uomini. Insomma, troppe donne con grandi potenzialità non le sfruttano. I dati lo dimostrano chiaramente. All'interno delle mura domestiche le donne italiane fanno molto di più dei loro compagni: 6,7 ore di lavoro casalingo al giorno contro meno di 3 ore (Corriere 19, 2013).

Qui invece l'ambito in cui le giovani donne appaiono più svantaggiate rispetto agli uomini è quello della distribuzione tra lavoro domestico e lavoro retribuito. A causa del sovraccarico di incombenze domestiche, infatti, il potenziale professionale di molte giovani donne continua a essere non sfruttato.

Più si è in avanti con gli anni, meno si è esposte a rischi. Le interruzioni imposte dal datore di lavoro, infatti, «riguardano più spesso le **donne più giovani**: si passa infatti dal 6,8% delle donne nate tra il 1944 e il 1953 al 13,1% di quelle nate dopo il 1973». Per queste ultime generazioni, le dimissioni in bianco quasi si sovrappongono al totale delle interruzioni a seguito della nascita di un figlio» (La Stampa 18, 2011).

In questo ultimo passaggio invece, l'ambito in cui le giovani donne risultano essere più vulnerabili è quello della difficile conciliazione tra famiglia e lavoro. Le giovani donne, infatti,

rispetto alle loro colleghe più anziane, si ritrovano più spesso a essere licenziate o a dover firmare le dimissioni in bianco a seguito della nascita di un figlio. Quest'ultimo ambito risulta particolarmente ricorrente e dibattuto; nel passaggio successivo si riporta che sia stato persino il Papa a denunciare che molte donne vengono licenziate perché incinte. A questa e altre pratiche simili si ricollega il fatto che tante giovani donne, soprattutto al sud, arrivano persino ad abbandonare la ricerca di un lavoro:

"Se anche il Papa ha sentito il bisogno di parlare dello scandalo delle lavoratrici licenziate perché incinte", dice ancora Valeria Fedeli, "è evidente quanto il problema del ricatto sull'occupazione femminile sia grave". A cominciare dalla piaga delle dimissioni in bianco, oggi vietate ma in realtà assai praticate, al numero crescente di "scoraggiate", ossia quelle **donne**, anche **giovani**, e soprattutto del Sud, che il lavoro non lo cercano neanche più (La Repubblica 23, 2015).

Gli ambiti più ricorrenti all'interno del discorso su "donne e lavoro", anche nel caso in cui si parli più specificatamente di giovani donne, sembrano sinora quelli già individuati nelle analisi precedenti, ossia il tasso di occupazione, il lavoro domestico e, più in generale, la conciliazione tra famiglia e lavoro. Nei passaggi successivi invece, l'attenzione si sposta sulle iniziative di varia natura destinate proprio alle giovani donne con l'obiettivo di migliorarne la posizione all'interno del mercato del lavoro:

730 ragazze, 12 università, partner di rilievo globale, da Telecom Italia ad Asus: insieme per abbattere il gap di genere che – tuttora – allontana le **giovani donne** italiane dall'interessarsi al digitale ed, in generale, alle materie scientifiche ed alla tecnologia. È questo l'obiettivo della "Nuvola Rosa", iniziativa promossa da Microsoft Italia in collaborazione con il Dipartimento per le Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri e l'Università 'La Sapienza' di Roma, con il sostegno di organizzazioni internazionali quali ITU, Unesco, UN Women e UNric e

che si avvale della partnership dell'associazione Valore D, da sempre impegnata nella valorizzazione del talento femminile (La Repubblica 24, 2014).

In questo caso le giovani donne sono al centro di un progetto internazionale il cui obiettivo è quello di avvicinarle sia alle materie scientifiche che alla tecnologia; le giovani donne vengono quindi rappresentate come una categoria dalle tante potenzialità spesso non sfruttate a sufficienza, con conseguenti ripercussioni per l'intera società. Per limitare quindi quello che si potrebbe definire uno spreco di risorse entrano in gioco associazioni, organizzazioni, aziende multinazionali, enti pubblici, soggetti politici e centri di formazione che propongono corsi, progetti e iniziative per migliorare le condizioni e le opportunità lavorative delle giovani donne. Nel primo passaggio che segue si parla concretamente di un corso di formazione che già ha portato a dei risultati positivi, mentre nel secondo si parla di iniziative di microcredito per sostenere iniziative imprenditoriali femminili.

È già stato testato con successo su un gruppo di ragazze di Modena e Bologna che frequentano un corso di formazione. "Con questo progetto comunitario – spiega Giovanni Corsini, amministratore dello Ial Emilia Romagna – siamo chiamati, insieme ad altri enti di formazione, a sviluppare soluzioni pedagogiche che aiutino **giovani donne** con bassi livelli di scolarizzazione ad acquisire competenze informatiche e di altro tipo utili alla loro affermazione sul mercato del lavoro anche come imprenditrici" (Il Resto del Carlino 2, 2011).

Per quest'ultimo provvedimento, penso, in particolare, a forme di microcredito che sostengano idee imprenditoriali di comunità di **giovani donne** come quella di cui parlava Lily Lapenna proprio sul Corriere (5 agosto), presentando «MyBnk» con i suoi 160 progetti d'impresa che hanno già coinvolto 30 mila giovani «clienti» in tutto mondo. L'ideatrice di questa «impresa sociale» mi suggerisce che anche in Italia si potrebbero coinvolgere molte giovani ragazze delle università, per esempio quelle

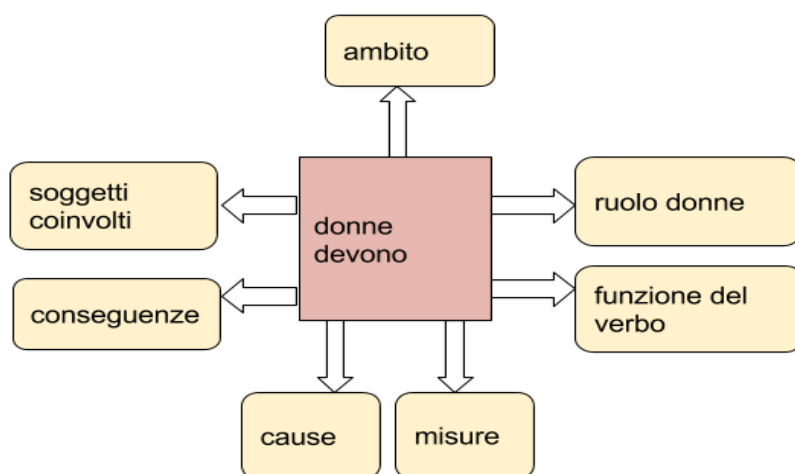
dello Iulm, dove opera Patrizia Galeazzo con la rete donnepermilano.it, per facilitare il loro ingresso nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria (Corriere 20, 2011).

Concludiamo questa panoramica accennando anche al fatto che oltre a essere rappresentate come particolarmente vulnerabili o come categoria da supportare, si parla di giovani donne anche come gruppo che ha cominciato a rivendicare nuove esigenze o a denunciare pratiche discriminatorie silenziosamente tollerate fino a poco tempo fa. Un esempio lampante sono gli episodi di sessismo sul posto di lavoro riportati nel passaggio che segue:

Sulla stampa americana, poi, sono centinaia gli articoli in cui le **giovani donne** di Mountain View (sede di Google), Menlo Park (Facebook) o Sunnyvale (Yahoo!) alzano il velo sull'apparenza e raccontano episodi di sessismo, di capi brogrammer (programmatori nerd usciti dalle confraternite americane) e di impiegate trattate come groupie. Kate Losse, ex dipendente di Facebook, nel suo libro *The boy Kings*, spiega come agli albori del social network, il giorno del compleanno di Zuckerberg venisse chiesto alle dipendenti di indossare una T-Shirt con la faccia del Ceo. O, ancora, Julie Ann Horvath, giovane ingegnere informatico, su Twitter ha raccontato perché se ne è andata dalla società in cui lavorava, GitHub, dopo essere stata discriminata e mobbizzata. Una delusione, dunque, per chi pensa alle startup come motori di innovazione sociali e di apertura. E una questione che sempre di più riguarda anche Italia e Europa (Corriere 14, 2014).

Passiamo ora all'analisi di trenta occorrenze (su 57) facenti parte del corpus *uomini_lavoro* in cui la voce verbale *devono* co-occorre con *donne*. Dall'analisi qualitativa sono emerse alcuni interessanti tendenze e sono stati individuati i seguenti elementi riportati nello schema di cui sotto.

SCHEMA 8: Donne devono



Non sorprende che anche in questo caso gli ambiti più ricorrenti siano quelli già emersi nelle analisi precedenti, ossia: conciliazione tra lavoro e famiglia, tasso di occupazione, bassa presenza di donne in posizioni apicali, lavoro domestico, divario retributivo e pari opportunità. Il verbo *devono* assume una funzione che, quasi sempre, esprime esortazione, obiettivo, constatazione e denuncia. Il verbo *devono*, in alcuni casi, veicola anche il ruolo che le donne hanno all'interno del discorso. Nella maggior parte delle occorrenze le donne vengono rappresentate o come soggetti attivi in grado di cambiare e di migliorare la propria condizione, o come soggetti coinvolti in un cambiamento più generale, o come soggetti che subiscono una situazione discriminatoria e svantaggiosa. Vediamo qualche passaggio particolarmente significativo:

Qual è la vostra ricetta per aumentare l'occupazione femminile? In concreto, in Europa chiederemo un commissario ad hoc sull'uguaglianza di genere e uno sulla discriminazione. Viviane Reding (commissaria alla giustizia e vicepresidente della commissione) ha questi temi in agenda ma non basta. Le **donne devono** avere gli stessi salari degli uomini per lo stesso tipo di lavoro, servono stesse opportunità, di

lavoro e di prendersi cura dei bambini, di questo abbiamo un buon esempio in Svezia (La Stampa 19, 2014).

In questo caso il verbo *devono* esprime un'esortazione che possiamo considerare un vero e proprio obiettivo dato che la persona che esprime questa visione ha dei poteri decisionali che hanno un impatto sul cambiamento concreto dello status quo. Le donne, in questo passaggio, assumono il ruolo di soggetti coinvolti in un cambiamento più generale, dato che il superamento della situazione attuale non dipende solo dalle loro azioni, ma anche da decisioni e misure di ordine politico.

«Se le tutele alla maternità diventano una gabbia, meglio abbandonare le politiche del "risarcimento"», dice Alessia Mosca commentando gli ultimi dati Istat sull'abbandono del lavoro per le cure familiari (una su 5). «La sola esclusiva delle donne è il momento del parto. Nulla dice che è nel loro dna portare il figlio all'asilo e occuparsi dei genitori anziani. E allora più che elaborare strumenti di sostegno solo per le donne si tratta di portare gli uomini al centro delle dinamiche familiari. È una battaglia che le **donne devono** capire per prime» (Corriere 18, 2011).

In questo caso il verbo *dovere* esprime un'esortazione: le donne sono chiamate, esortate a cambiare le proprie convinzioni riguardanti la conciliazione tra famiglia e lavoro e la distribuzione del lavoro domestico tra loro e i propri partner. Le donne assumono il ruolo di soggetti attivi che possono migliorare la propria condizione modificando i propri comportamenti perché, se è vero che sono necessarie decisioni politiche per limitare l'abbandono del lavoro da parte delle donne per questioni domestiche e familiari, nel passaggio si afferma che il primo passo verso il cambiamento è rappresentato proprio da una presa di consapevolezza da parte delle donne sull'importanza di un maggiore coinvolgimento degli uomini nella vita familiare e domestica.

La risoluzione, però, arriva dall'Ocse stessa: aumentando la presenza delle donne nel lavoro, si legge, si accrescerebbe il Pil procapite italiano di 1 punto percentuale all'anno. Per rilanciare la crescita, infatti, i governi dovrebbero concentrarsi maggiormente nella riduzione del divario di genere che continua a penalizzare quello femminile in formazione, occupazione e imprenditorialità. «Le **donne devono** essere la soluzione piuttosto che il problema»: come nella maggior parte dei paesi Ocse, in Italia nelle ultime generazioni le donne hanno ottenuto risultati migliori degli uomini negli studi (La Stampa 20, 2012).

Anche in quest'ultimo caso si pone l'accento sulla necessità di cambiare la situazione attuale, cosa che porterebbe benefici a tutta l'economia grazie all'aumento del Pil. Il verbo *devono* esprime un'esortazione in riferimento al ruolo che le donne avrebbero in una società in cui la presenza femminile nel mercato del lavoro non viene penalizzata, bensì valorizzata.

"L'accesso ai mercati del lavoro e ad un'occupazione dignitosa è cruciale per realizzare pari opportunità," ha spiegato Evy Messell, direttrice dell'Ufficio dell'ILO per le pari opportunità, "tuttavia le **donne devono** superare ancora molti ostacoli discriminatori quando cercano un lavoro. Le società non possono permettersi di ignorare il potenziale del lavoro femminile per la riduzione della povertà e devono cercare metodi innovativi per abbattere le barriere economiche, sociali e politiche. Fornire alle donne una base di uguaglianza nel mondo del lavoro non solo è eticamente giusto, è anche un investimento intelligente nel lungo termine" (La Repubblica 25, 2008).

In questo caso invece il verbo *devono* esprime una constatazione relativa a una situazione difficile e discriminatoria che le donne devono affrontare nella ricerca di un lavoro; nel passaggio si mette molto l'accento anche sulla necessità che le società cambino: valorizzando il potenziale del lavoro femminile si ridurrebbero la povertà e le barriere economiche sociali e politiche. Le donne assumono quindi il ruolo di soggetti coinvolti in un cambiamento più generale che interessa l'intera società.

Nei luoghi decisionali, poi, c'è ancora molta strada da fare. Più donne nel mondo del lavoro non significa infatti parità. Perché, sottolinea Anna Maria Parente, responsabile nazionale del coordinamento donne della Cisl, «il nodo cruciale è quello dei luoghi della rappresentanza. Nelle professioni le donne aumentano, ma ai vertici degli ordini professionali? Parliamo del sindacato — continua Parente —, delle banche, delle aziende, dei partiti. Perché nessuna donna è ancora diventata segretario di partito? Le modalità organizzative e i tempi di lavoro sono maschili, non sono congeniali alle **donne**, che **devono** conciliare lavoro e maternità, oppure lavoro e cura delle persone in famiglia. Se continuiamo ad adeguarci a questo modello i tempi per arrivare ad una parità vera fra uomini e donne saranno lunghissimi» (Corriere 21, 2006).

Anche in questo caso, da una parte, il verbo *devono* palesa una situazione svantaggiosa per le donne, ossia la difficile conciliazione tra famiglia e lavoro, dall'altra si mette però l'accento sulla necessità di cambiare lo status quo: un primo passo fondamentale per il cambiamento che porterebbe più donne in posizioni apicali spetterebbe alle donne stesse che dovrebbero quindi smettere di adeguarsi al modello lavorativo attuale concepito e sviluppato sull'uomo. Le donne vengono quindi rappresentate come soggetti attivi in grado di cambiare la propria condizione. Passiamo all'analisi di alcuni passaggi in cui si parla non del cambiamento, bensì della situazione attuale e le relative disegualianze:

«Perché si dà per scontato che le **donne devono** guadagnare meno degli uomini? No! Hanno gli stessi diritti. La disparità è un puro scandalo!». Le parole pronunciate da papa Francesco all'udienza generale dello scorso 29 aprile hanno fatto il giro del mondo provocando più di un sobbalzo in qualche assuefatta e sonnacchiosa coscienza democratica. Perché lo «scandalo» è davvero sotto gli occhi di tutti: lo dice l'esperienza e lo confermano i dati ufficiali. Secondo Eurostat, la differenza salariale tra uomo e donna in Italia si attesta sul 6,7%. In Europa, in media, le cose vanno addirittura peggio visto che il dato sale al 16% (La Stampa 21, 2015).

In questo passaggio, invece, il verbo *devono*, esaminato nel proprio contesto, esprime una denuncia, un rifiuto dello status quo. Ed infatti si mette in evidenza, con parole chiare e disambigue, pronunciate dal Papa, che le donne subiscono una situazione discriminatoria e ingiusta che, tra l'altro, nell'immaginario più comune viene considerata normale, scontata, tanto da essere trasversale a nazioni e continenti diversi.

Accade così: lo stipendio base è lo stesso, ma spesso la presenza in azienda no. Nel senso che i maschi, non occupandosi della vita familiare, "possono fare montagne di straordinari, passano molto più tempo oltre l'orario canonico sul posto di lavoro, mentre le **donne devono** spezzettare la loro giornata tra figli, incombenze domestiche, genitori anziani". Tutte attività rigorosamente " non retribuite". Succede dunque che in questa organizzazione del lavoro ancora rigida, le donne si fermano nei ruoli intermedi o bassi e i maschi facciano carriera, conquistando denaro e punteggi (La Repubblica 23, 2015).

Anche in questo caso con il verbo *devono* si evidenzia quanto la situazione attuale vada a discriminare le donne che, per il sovraccarico di lavoro domestico e di cura fanno molta più fatica a fare carriera. Non vi è, inoltre, un accenno al cambiamento di cui le donne possono essere parte attiva, ma lo spazio è dedicato esclusivamente allo status quo che, ancorato a una visione tradizionale dei ruoli di genere, limita la crescita lavorativa delle donne. Concludiamo questa panoramica sulla sequenza *donne devono* con due passaggi che propongono un'immagine delle donne in contrapposizione con quelle evidenziate sinora:

Le donne di successo vogliono tutto e subito e hanno aspirazioni elevate, che portano poi nelle loro relazioni. Ma a queste donne mi sento di dover dire che non possono avere tutto e di aspettarsi che tanto più in alto saliranno nella scala della gratificazione professionale, tanto più difficile sarà per loro trovare un rapporto che funzioni davvero». Un quadro a dir poco sconsolante per le moderne wonderwoman del nuovo

Millennio. «Purtroppo, le **donne devono** accettare che la fine di una relazione è il prezzo da pagare se vogliono avere successo – continua la Cairncross – tanto è vero che il 20% delle donne che viene da me per una consulenza, poi finisce per lasciare il proprio partner» (Corriere 22, 2007).

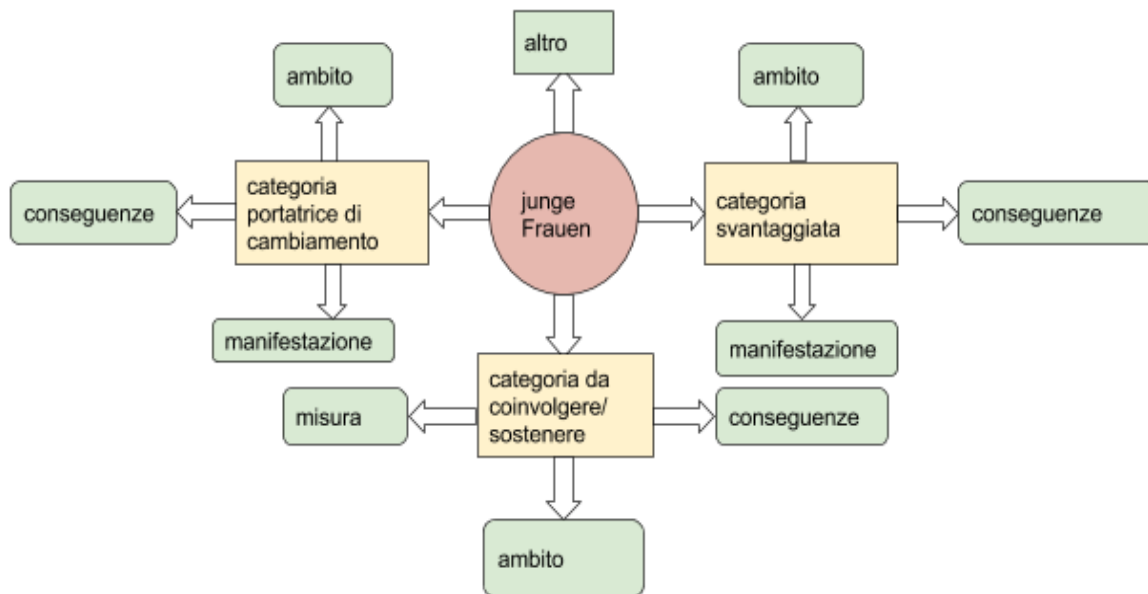
Donne: devono lavorare meno per “salvare” la famiglia La donna è più predisposta alla gestione ottimale della famiglia. Cosa che l’uomo non è in grado di fare. Più tempo, quindi, per potersi prendere cura di ciò dovrebbe essere a disposizione di lei (La Stampa 22, 2010).

In entrambi i passaggi il verbo *devono* esprime un’esortazione riferita alle donne che però, al contrario di quanto emerso nei passaggi precedenti, non si riferisce a un cambiamento sintomo di un miglioramento della propria condizione. Nel primo si fa infatti riferimento all’accettazione del fatto che carriera e vita di coppia non possono essere compatibili: nel caso in cui le donne rifiutino il ruolo tradizionale a loro assegnato, desiderando una vita lavorativa soddisfacente e di successo, devono rinunciare a un rapporto di coppia che funzioni. Nel secondo, invece, ci si riferisce a ruoli di genere tradizionali in base ai quali la donna si deve occupare della famiglia e l’uomo del lavoro, assecondando una presunta predisposizione naturale.

6.3.2.2.2 *Corpora Frauen_Arbeit, Männer_Arbeit*

Per quanto riguarda i corpora tedeschi sono state invece analizzate trenta occorrenze (su 122) relative a *junge Frauen* nel corpus *Frauen_Arbeit* e a *Frauen müssen* (su 62) nel corpus *Männer_Arbeit*. Tale scelta rende possibile un’analisi contrastiva tra queste sequenze e quelle selezionate nei due corpora italiani. Dall’analisi della sequenza *junge Frauen* sono emerse tre tendenze, evidenziate anche nello schema riportato in seguito.

SCHEMA 9: Junge Frauen



Le giovani donne vengono rappresentate nella maggior parte dei casi o come una categoria da coinvolgere e da supportare attraverso iniziative di vario tipo, o come una categoria svantaggiata soprattutto per il divario retributivo e pensionistico o per la conciliazione tra famiglia e lavoro. Queste due rappresentazioni erano state individuate in modo simile anche durante l'analisi della sequenza *giovani donne/donne giovani* nel corpus *donne_lavoro*. Una terza tendenza particolarmente ricorrente è quella di considerare le giovani donne (*junge Frauen*) come una categoria portatrice di cambiamento, a volte di vera e propria rottura con il passato, soprattutto in relazione alla conciliazione tra famiglia e lavoro e alla partecipazione lavorativa in ambiti tradizionalmente maschili.

Selbst eine Ausbildung ist für Mütter möglich. "Besonders **junge Frauen** mit Kindern, die am Anfang ihres Berufslebens stehen, streben eine qualifizierte Ausbildung an. Sie verfügen häufig über hervorragende Schulabschlüsse und haben ihren Altersgenossen gegenüber oft den Vorteil, dass sie durch die Familienverantwortung zuverlässiger und lebenserfahrener sind. Dies sind auch

Vorteile für Arbeitgeber", sagt Claudia Brüker, Beauftragte für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt vom Jobcenter Krefeld (Rheinische Post 5, 2015).

In questo passaggio le giovani donne, o meglio le giovani mamme vengono coinvolte in corsi di formazione; viene inoltre sottolineato come, rispetto agli uomini, posseggano delle capacità sviluppate nella gestione familiare che rappresentano un plus anche per i datori di lavoro.

Heute arbeitet sie mehrere Stunden täglich für den Verein. Die Arbeit macht ihr Spaß, vor allem, weil sie ihre langjährige Berufserfahrung weitergeben und besonders **junge Frauen** ermutigen kann, sich mit einer eigenen Geschäftsidee selbständig zu machen. Beuch ist es wichtig, Vorbild für die junge Generation zu sein und über die Anforderungen der modernen Arbeitswelt zu diskutieren (Die Zeit 23, 2010).

In questo secondo caso le giovani donne vengono rappresentate come una categoria da supportare fornendo loro esempi positivi, incoraggiando la realizzazione e lo sviluppo delle loro idee imprenditoriali e discutendo con loro delle richieste del mondo lavorativo moderno.

Stolz organisiert die Initiative MINTrelation in Nordrhein-Westfalen, die von der Bundesinitiative Gleichstellung von Frauen in der Wirtschaft gefördert wurde. MINT – das steht für Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. Das Ziel: Mädchen für Berufe in diesen Bereichen zu begeistern und Unternehmen dabei zu unterstützen, **junge** technisch-interessierten **Frauen** zu finden. Zwei Jahre lang lief das Projekt. Jetzt soll Bilanz gezogen werden (Die Zeit 24, 2013).

Qui, invece, le giovani donne vengono coinvolte in un progetto di lunga durata per accrescere la loro presenza in settori tecnico-scientifici, in cui rappresentano ancora una piccola minoranza. In tutti e tre i casi finora citati si parla quindi di iniziative di vario genere per supportare la presenza delle giovani donne nel mercato lavorativo e per far sì che il loro potenziale professionale non venga disperso, ma valorizzato, con conseguenti benefici non solo per le donne coinvolte, ma per tutta l'economia. Nei passaggi successivi si sottolinea che le

giovani donne ricoprono ancora oggi, in molti ambiti della vita lavorativa, una posizione svantaggiata, soprattutto in relazione agli uomini:

Zum einen wählen **junge Frauen** häufig schlechter bezahlte soziale Berufe. Viele arbeiten über Jahre in Teilzeit, der Kinder wegen. Andere steigen trotz gleicher Qualifikation nicht in Leitungsjobs auf. Zieht man solche objektiven Unterschiede ab, die eine Ungleichbezahlung erklären, bleiben etwa acht Prozent Gehaltsunterschied, die sich nicht erklären lassen. Hier liegt schlicht Diskriminierung vor (Süddeutsche Zeitung 14, 2015).

In questo caso le donne giovani vengono rappresentate come una categoria svantaggiata in termini di divario retributivo.

Zurück im alten Rollenmuster Obwohl **junge Frauen** oft bessere Qualifikationen haben als ihre Altersgenossen, entscheiden sie sich gerne aus Bequemlichkeit und wegen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Teilzeitarbeit. Im Alter könnte sich das rächen. Altersarmut ist überwiegend weiblich. Neu ist das nicht. Das liegt daran, dass viele Frauen über die Jahre weniger in die Rentenkasse einzahlen als Männer - auch weil viele von ihnen, die sich der Herausforderung stellen, Familie Kinder und Beruf zu vereinbaren, in Teilzeit arbeiten (Süddeutsche Zeitung 15, 2015).

In questo caso invece la posizione svantaggiata riguarda il divario pensionistico, conseguenza di scelte che le giovani donne spesso prendono per conciliare meglio lavoro e famiglia, ma che, a distanza di anni, soprattutto nel caso di separazione dal proprio partner, possono rivelarsi poco lungimiranti. Nei passaggi seguenti si sottolinea, invece, quanto le giovani donne abbiano un ruolo di innovazione, di cambiamento rispetto alle dinamiche e alle consuetudini molto radicate fino a poco tempo fa e spesso difficilmente messe in discussione.

Sie fordert neue familienpolitische Konzepte. Denn für **junge Frauen** heute stellen Kinder und Karriere keinen Widerspruch mehr dar. Sie wollen beides. Auch das

belegen neue Studien. Familienpolitiker sind daher bestrebt, die Kinderbetreuungsquote zu steigern und Männer stärker in die Erziehung einzubinden, um mehr Gleichberechtigung der Geschlechtern herzustellen (Rheinische Post 6, 2008).

In questo caso a essere interessato da una rottura rispetto al passato è il rapporto tra lavoro e famiglia: le giovani donne non li considerano più infatti come due ambiti in contrapposizione l'uno con l'altro, ma ne richiedono e ne desiderano una conciliazione, con la conseguente necessità di adeguare le politiche familiari verso, tra le altre cose, un maggiore coinvolgimento degli uomini nella cura dei figli.

Auch in der Freisinger Arbeitsagentur stellt man fest, dass Teilzeitarbeit überwiegend weiblich ist. "Die Nachfrage von Frauen nach Teilzeitstellen ist höher als das Angebot", berichtet Pressesprecherin Christin Schöps. Festzustellen sei jedoch, dass **junge Frauen** mittlerweile nach der Familienpause schneller wieder in den Beruf zurückkehrten, als dies früher der Fall gewesen sei. "Familienpausen, die zehn Jahre dauern, werden seltener", erklärt Christine Schöps (Süddeutsche Zeitung 15, 2015).

Anche in questo passaggio si parla del fatto che le donne non vivono più il rapporto tra famiglia e lavoro come facevano in passato; in questo caso si focalizza l'attenzione però sul fatto che le donne tornano più velocemente e più spesso a lavorare dopo la maternità, con il conseguente aumento di richieste di lavoro part-time.

Nach Einschätzung von Informatik-Professorin Schreiber setzt bei vielen Konzernen ein Umdenken ein: "Der Bedarf nach Fachleuten ist groß und viele Firmen merken inzwischen, dass gemischte Teams besser funktionieren." Zudem würden immer mehr IT-Produkte für weibliche Nutzer produziert. "Tausende Apps wenden sich an **junge Frauen**, warum sollen sie dann nicht von ihnen entwickelt werden." Und welches

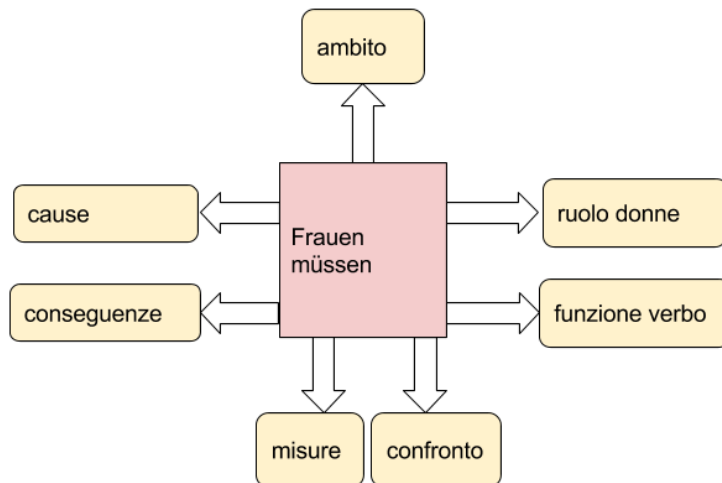
Detail man nicht vergessen sollte: Bereits die Anfänge der Branche waren weiblich geprägt (Die Zeit 25, 2015).

In questo ultimo passaggio, invece, il cambiamento rispetto alla tradizione di cui le giovani donne si fanno portatrici riguarda la loro presenza in ambiti tradizionalmente considerati maschili. Cambiamento sostenuto, in alcuni casi, anche dalle aziende stesse le quali sono ormai consapevoli dei relativi vantaggi in termini di resa e produttività. Concludiamo sottolineando che sia per *donne giovani/giovani donne* nel corpus *donne_lavoro* che per *junge Frauen* nel corpus *Frauen_Arbeit* sono emersi nuovamente gli ambiti già particolarmente ricorrenti e dibattuti nelle analisi precedenti. Si può inoltre affermare che la conciliazione tra famiglia e lavoro e la presenza femminile in ambiti lavorativi maschili sono frequenti e dibattuti in modo simile nel discorso su “donne e lavoro” sia nei corpora tedeschi che in quelli italiani; mentre, per quanto riguarda il divario retributivo, la questione sembra essere più sentita nella stampa tedesca, e invece, il tasso di occupazione è senza dubbio più frequente negli articoli italiani. Tale risultato è certamente da leggere anche alla base dei dati extra testuali presentati in precedenza.

Passiamo ora all’analisi di trenta occorrenze (su 62) in cui il verbo *müssen* co-occorre con il sostantivo *Frauen*. Considerando gli ambiti che ricorrono più frequentemente all’interno di queste trenta occorrenze, non troviamo grandi novità rispetto a quelli emersi sinora: il più frequente e dibattuto in assoluto si riconferma essere il divario retributivo, seguito poi dalla conciliazione tra lavoro e famiglia, dalla bassa presenza di donne in posizioni apicali, dal lavoro domestico e dalla presenza di donne in professioni tradizionalmente maschili. L’unico ambito che finora non è risultato particolarmente frequente è quello che potremmo definire del successo lavorativo; alcune occorrenze, infatti, possono essere inglobate in questo discorso il cui fulcro è costituito da consigli su comportamenti da migliorare sul posto di lavoro. Sono

stati poi individuati altri elementi costituenti il discorso, di cui è possibile avere una visione d'insieme dallo schema riportato di seguito:

SCHEMA 10: Frauen müssen



Come avvenuto per l'analisi di *donne devono* nel corpus italiano *uomini_lavoro*, anche in questo caso ci concentreremo sulla funzione del verbo *müssen* e sul ruolo delle donne spesso veicolata dal verbo stesso. Nella maggioranza dei casi il verbo *müssen* esprime una constatazione di una situazione che discrimina le donne. In alcuni casi esprime invece un'esortazione rivolta o al cambiamento dello status quo generale, o al cambiamento dei comportamenti e delle convinzioni delle donne. In entrambi i casi l'obiettivo di tale esortazione è quello di migliorare la situazione attuale ritenuta limitante e svantaggiosa per le donne. Per quanto riguarda invece il ruolo delle donne, nella maggior parte dei passaggi vengono rappresentate come soggetti che vivono una situazione ingiusta e diseguale. In alcuni di questi casi si mette in evidenza che, nonostante gli ostacoli e le discriminazioni, le donne riescono a gestire o, addirittura, a combattere queste situazioni. Inoltre, similmente a quanto emerso dall'analisi della sequenza *donne devono*, le donne hanno anche un ruolo di soggetti coinvolti in un cambiamento più generale scaturito da misure politiche e decisioni di rinnovamento aziendale. O, in alternativa, vengono rappresentate come principali responsabili del

miglioramento della propria condizione attuale attraverso il superamento di consuetudini e comportamenti autodiscriminanti.

An diesem Freitag lohnt sich ein Blick auf die Handtaschen der Frauen in den deutschen Städten. Sind sie rot, will die Trägerin vielleicht ein Zeichen setzen. Denn die rote Handtasche ist das Symbol des „Equal Pay Day“, der in diesem Jahr auf den 20. März fällt und den Tag markiert, bis zu dem **Frauen** länger arbeiten **müssen**, um auf das Vorjahresgehalt eines Mannes zu kommen (FAZ 21, 2009).

Die Zahl erschreckt - jedenfalls auf den ersten Blick: Frauen hinken mit ihren Stundenlöhnen den männlichen Kollegen immer noch um 22 Prozent hinterher. Seit Jahren hat sich der Entgeltabstand auf diesem Niveau praktisch verfestigt. Der alljährlich Ende März begangene "Equal-Pay-Day" soll an den Missstand erinnern. 2014 ist es der 21. März. Rein rechnerisch **müssen Frauen** über den Jahreswechsel hinaus genau bis zu diesem Freitag arbeiten, um wenigstens auf das durchschnittliche Jahresgehalt männlicher Beschäftigter zu kommen (Süddeutsche Zeitung 15, 2014).

In entrambi questi primi due passaggi si parla di come le donne vivano una situazione di discriminazione in termini di divario retributivo, il verbo *müssen* esprime una constatazione di uno status quo non equo e le donne vengono inserite nel discorso come soggetti che subiscono tale situazione, sebbene, in entrambi i casi si faccia riferimento all'Equal Pay Day. Già l'ideazione di tale iniziativa può essere considerata un'azione per mettere in luce maggiormente tale divario e stimolarne quindi il superamento. È stato scelto di riportare due passaggi, sebbene abbiano una struttura molto simile, proprio per sottolineare la ricorrenza di tale discorso (8 su 30 occorrenze).

"Die **Frauen müssen** immer noch überlegen: Kind oder Karriere? Teilzeit ja oder nein? Männer können alles haben, aber uns bremst man auf allen Ebenen aus."
"Teilzeit", sagt die Kasseler Soziologieprofessorin Kerstin Jürgens, "ist im Bereich

hoch qualifizierter Beschäftigung schlechter angesehen. Den Frauen bleibt hier häufig nur: raus aus dem Job oder Vollzeit arbeiten und organisatorischen Stress und Kosten auf sich nehmen“ (Die Zeit 26, 2010).

In questo passaggio cambia l'ambito, si parla infatti di conciliazione tra famiglia e lavoro, ma la funzione del verbo *müssen* rimane invariata: esprime infatti una constatazione su una situazione discriminatoria che le donne subiscono. Essendo infatti il sistema lavorativo ancora fortemente ancorato sul modello maschile, le donne si ritrovano costrette a rinunciare alla carriera o alla famiglia perché una conciliazione attraverso il part-time per chi ricopre posizioni apicali non è affatto ben vista.

Vereinbarkeit bedeutet dabei keineswegs, Angestellte in dem Irrsinn zu unterstützen, alles in gleichem Umfang irgendwie parallel zu meistern. Ernsthafte Vereinbarkeit würde heißen, Mitarbeiter zu anderen Lebensweisen zu ermuntern. Männer, die ein Jahr in Elternzeit gehen, sollten keinen Karriereknick fürchten. **Frauen müssen** anspruchsvolle Aufgaben bekommen, egal, ob sie nach drei Monaten oder zwei Jahren in den Job zurückkehren. Personalchefs dürfen sich nicht gleich für den Bewerber mit dem schönsten roten Faden im Lebenslauf entscheiden. Führungsverantwortung in Teilzeit, Homeoffice (in Deutschland selten praktiziert, obwohl es laut Studien bei 40 Prozent der Arbeitsplätze denkbar wäre), Anerkennung außerberuflicher Qualifikationen (wieso zählt ein Erasmus-Jahr, in dem eh nur gefeiert wurde, mehr als die Erziehung eines Kindes?), Würdigung von ehrenamtlichem Engagement (Die Zeit 27, 2016).

In questo caso invece l'ambito rimane invariato, ossia la conciliazione tra famiglia e lavoro, ma il punto di vista cambia radicalmente. Il verbo *müssen* esprime infatti un'esortazione a un cambiamento generale che non coinvolge solo le donne, ma anche gli uomini e chi lavora nell'ambito delle risorse umane. Obiettivo di questo cambiamento è garantire delle reali opportunità di conciliare famiglia e lavoro alle donne e agli uomini che lo desiderino. Vengono

menzionate anche delle misure concrete per far sì che questo cambiamento si realizzi, ossia il lavoro da casa, il riconoscimento di qualificazioni di attività extra-lavorative e di volontariato.

Immerhin beteiligten sich laut DIW heute deutlich mehr Männer als noch vor zehn Jahren an Hausarbeit und Kinderbetreuung. Waren es damals 59 Prozent, sind es heute 65 Prozent. Leben kleine Kinder unter sechs Jahren im Haushalt, **müssen** fast alle **Frauen** und Männer bei der Betreuung ran – Frauen allerdings fast dreimal so lang wie Männer. „Soll die Chancenungleichheit auf dem Arbeitsmarkt weiter abgebaut werden, führt kein Weg daran vorbei, dass sich Männer und Frauen die Arbeit im Haushalt und bei der Kinderbetreuung gleichmäßiger aufteilen“, sagt Holst (FAZ 22, 2016).

In questo passaggio vengono inclusi nel cambiamento necessario per il superamento dello status quo non solo le donne ma anche gli uomini. L’ambito è affine a quello della conciliazione tra famiglia e lavoro, si parla infatti di lavoro domestico e alla relativa suddivisione dei compiti. Il verbo *müssen*, in questo caso, si riferisce sia agli uomini che alle donne e fa riferimento a una situazione che, sebbene non ancora totalmente equilibrata, è migliorata notevolmente nel tempo. Le donne infatti, così come gli uomini, sono soggetti inclusi in un cambiamento più generale che è già in corso da tempo il cui obiettivo è quello di raggiungere le pari opportunità in ambito lavorativo che porterebbero a una suddivisione paritaria dei lavori domestici e di cura tra donne e uomini.

Frauen in Männerberufen **müssen** noch immer kämpfen. Das belegt eine Umfrage von Handwerkskammern in Nordrhein-Westfalen. Jede vierte Gesellin und Auszubildende beklagt, dass sie sich als Frau in ihrem Beruf nicht akzeptiert fühlt. Die Regionalstelle Frau und Beruf im westfälischen Ahlen befragte Handwerksbetriebe des technischen Gewerbes nach ihrem Einstellungsverhalten. Das Ergebnis: Nur ein Zehntel der Betriebe, die 1998 Ausbildungsverträge abgeschlossen

hatten, bildeten auch Frauen aus. Mehr als 90 Prozent der Meister, die Frauen die schwere körperliche Arbeit nicht zutrauten, hatten noch nie mit einer Frau zusammengearbeitet (Süddeutsche Zeitung 16, 2010).

In questo passaggio si parla invece delle difficoltà che devono superare le donne per aumentare la propria partecipazione in ambiti lavorativi considerati tradizionalmente maschili. La funzione di *müssen* è quella di mettere in evidenza la situazione svantaggiosa che vivono le donne, dall'altra però, viene utilizzato un verbo, *kämpfen*, che riconosce alle donne un ruolo fortemente attivo nel contrastare e nel superare tali difficoltà. Concludiamo questa analisi con due passaggi sul tema del successo lavorativo a cui abbiamo accennato brevemente in precedenza:

Im Ergebnis gebe er bei Beförderungen dann einem männlichen Kollegen den Vorzug, der zwar nur durchschnittliches leistet, aber gut darüber spricht. "**Frauen** mit Karriere-Ambitionen **müssen** deshalb lernen, sich selbst besser darzustellen." Der erste Schritt auf dem Weg zu mehr Anerkennung im Beruf sei die Erkenntnis: "Die eigene Kommunikationsart als einzig mögliche zu begreifen, ist wenig hilfreich", erläutert Modler. "Beobachten Sie das sprachliche Verhalten von erfolgreichen Kollegen und fragen Sie sich, was der Unterschied zu Ihrem eigenen ist" (Süddeutsche Zeitung 17, 2014).

Ich betone immer, dass Frauen für sich selbst Verantwortung übernehmen müssen: Wenn wir im Beruf vorankommen wollen, sollten wir nicht damit rechnen, etwas geschenkt zu bekommen. Am Arbeitsplatz müssen wir uns geschlechtsneutral verhalten. **Frauen müssen** sich im Job genauso einsetzen wie Männer, genauso hart und lang arbeiten, genauso viel reisen (FAZ 23, 2009).

In questi due passaggi il verbo *müssen* si riferisce a dei consigli rivolti alle donne con ambizioni di carriera, che vengono infatti esortate a cambiare alcuni atteggiamenti e comportamenti in

modo da uniformarsi meglio al modello dominante maschile. In questo modo le donne avrebbero maggiori opportunità di sfondare il così detto “soffitto di cristallo” e accedere a posizioni manageriali. Se da una parte questi passaggi possono essere considerati uno strumento utile per facilitare la strada alle donne con queste ambizioni, dall'altra si può notare come il modello lavorativo dominante descritto, soprattutto quello relativo alle posizioni apicali sia ancora fatto da e per gli uomini e intriso di stereotipi di genere: la strada più facile che le donne hanno a disposizione per avere successo sembra essere quello di uniformarsi al modello maschile, considerato ancora la norma e il paradigma di riferimento.

6.4 Interpretazione dei risultati in ottica contrastiva e alla luce dei dati extra-testuali

L'interpretazione dei dati ottenuti dall'analisi sulla rappresentazione del tema “donne e lavoro” all'interno della stampa italiana e tedesca partirà dai dati quantitativi, per poi passare ai dati qualitativi, su cui la fase interpretativa si concentrerà maggiormente. In primo luogo, andando a osservare in ottica contrastiva i dati quantitativi, verranno messe in evidenza le strutture più ricorrenti all'interno dei giornali italiani e tedeschi, soffermandosi sia sui punti in comune che sulle differenze caratterizzanti i due corpora. I risultati verranno poi messi in correlazione con le statistiche e i dati riportati in precedenza. In una fase successiva ci si concentrerà sulle sequenze e sugli elementi lessicali analizzati qualitativamente e verranno sottolineati punti in comune e differenze su come, a partire da strutture lessicali che potremmo definire equivalenti, come ad esempio *lavoro e famiglia* e *Beruf und Familie*, il discorso su “donne e lavoro” viene in alcuni casi costruito in modo diverso, in altri casi in modo più simile. Le strategie discorsive ricorrenti verranno infine messe in relazione con le statistiche e i dati presentati in precedenza.

Partendo dai dati quantitativi, per quanto riguarda i trenta gruppi di parole più frequenti, si può notare, innanzitutto, che nei due corpora italiani, *donne_lavoro* e *uomini_lavoro*, l'area semantica più ricorrente è l'occupazione femminile, a cui appartengono quattro tra le trenta sequenze più frequenti, ossia: *tasso di occupazione*; *tasso di disoccupazione*; *di occupazione femminile*; *partecipazione delle donne*. Mentre, per i corpora tedeschi *Frauen_Arbeit* e *Männer_Arbeit* solo una tra le trenta sequenze più ricorrenti rientra in quest'area semantica e cioè *Zahl der Arbeitslosen*. Questo dato linguistico va letto anche alla luce del fatto che in Italia il tasso di occupazione femminile è pari al 51,6%, mentre in Germania è pari al 74,5% (fonte Eurostat). Già da questi primi dati quantitativi si può desumere che all'interno del discorso "donne e lavoro" la questione relativa al tasso di occupazione femminile è più ricorrente nella stampa italiana rispetto che in quella tedesca perché è in Italia, piuttosto che in Germania, che rappresenta una questione più urgente, più problematica e più difficile da risolvere.

Per quanto riguarda i due corpora tedeschi, l'ambito più ricorrente tra i trenta gruppi di parole analizzati è sicuramente il divario retributivo, con ben otto sequenze su trenta che possono essere ricondotte a quest'area semantica e cioè: *Lohn für gleiche, weniger verdienen als, die gleiche Arbeit, Gender Pension Gap, Euro im Monat, Equal Pay Day, Gender Pay Gap, für gleiche Arbeit*. Mentre, per quanto riguarda i due corpora italiani, solo la sequenza *le donne guadagnano* rientra in quest'ambito. Anche in questo caso, la maggiore ricorrenza linguistica all'interno della stampa tedesca rispetto che in quella italiana sembra trovare una spiegazione nei dati e nelle statistiche extratestuali. Come riportato nel rapporto di Eurofound (figura 17 del paragrafo 2.4), la Germania ha un divario retributivo tra i più alti d'Europa, dato che appare particolarmente negativo se confrontato con altri dati e statistiche in cui la Germania si colloca sempre in posizioni migliori rispetto alla media europea, pensiamo, per esempio, al tasso di occupazione femminile. Considerando sempre i dati del rapporto Eurofound (figura 17 del paragrafo 2.4) l'Italia, invece, anche a causa di un basso tasso di occupazione ha un divario

retributivo tra donne e uomini più contenuto; tale dato si rispecchia nella minore attenzione e nel minore spazio che la stampa riserva a tale questione, ritenuta probabilmente secondaria rispetto ad altri temi su cui il discorso su “donne e lavoro” si articola maggiormente.

L’ambito della conciliazione tra famiglia e lavoro sembra invece ricorrere in misura simile nei corpora italiani e nei corpora tedeschi, rispettivamente con quattro e tre sequenze riconducibili a quest’area semantica, e cioè: *dimissioni in bianco, cura dei figli, lasciare il lavoro e lavoro e famiglia* per l’italiano e *Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Familie e Familie und Beruf* per il tedesco. Tale simile ricorrenza linguistica potrebbe collegarsi al fatto che in entrambi i paesi la conciliazione tra famiglia e lavoro è considerata una delle questioni prioritarie all’interno del discorso “donne e lavoro”, dato confermato anche dal fatto che in documenti con una valenza europea e sovranazionale viene dedicato ampio spazio al tema, come ad esempio nella *Relazione del 2 agosto 2016*, sintetizzata in precedenza. Anche confrontando i collocati di *donne* per i corpora italiani e *Frauen* per i corpora tedeschi, emergono tendenze simili, l’area semantica più frequente per la parte italiana sembra essere quella relativa all’occupazione femminile, con i collocati *occupate, presenza, partecipazione*, mentre quella più frequente per la parte tedesca risulta essere quella relativa al divario retributivo con *Euro, guadagnano, verdienen*. Tale dato, che si basa solo su quei collocati immediatamente riconducibili alle suddette aree semantiche, per cui non è necessaria un’ulteriore analisi qualitativa, non fa altro che confermare l’interpretazione proposta in precedenza.

Inoltre, osservando i collocati in ottica contrastiva è interessante notare che ben 14 collocati su 30 sono comuni sia a *donne* che a *Frauen*. Se però non sorprende che i verbi avere, essere, lavorare e dovere e i sostantivi lavoro e uomini appaiano tra i collocati più frequenti sia di *donne* che di *Frauen* (nella variante tedesca), desta più curiosità il fatto che *giovani* appaia tra i collocati più frequenti di *donne* e *junge* appaia tra quelli più frequenti di *Frauen*. Dato

questo da cui si potrebbe supporre che sia nella stampa tedesca che in quella italiana le giovani donne vivano una situazione peculiare all'interno del mercato del lavoro per cui risulta necessario differenziare tra i casi in cui si parla di donne e quelli in cui si parla di giovani donne.

Passando ora ai dati qualitativi, l'interpretazione in ottica contrastiva si soffermerà sui gruppi di parole equivalenti analizzati sia per l'italiano che per il tedesco, ossia *uomini e donne* e *Männer und Frauen*, *meno degli uomini* e *weniger als Männer* e *lavoro e famiglia* e *Beruf und Familie* e sulle coppie di sequenze *giovani donne/donne giovani* e *junge Frauen* da una parte, e *donne devono* e *Frauen müssen* dall'altra. Per quanto riguarda le sequenze *uomini e donne* e *Männer und Frauen* è interessante notare che sia per l'italiano che per il tedesco, nella maggior parte delle occorrenze si riportano situazioni che, nel confronto con gli uomini, risultano discriminatorie o svantaggiose per le donne. L'ambito più ricorrente è, in entrambi i casi, quello del divario retributivo, a cui fa seguito la questione relativa alle peggiori opportunità di carriera, anche questa comune a entrambi i corpora. Inoltre, solo per la parte italiana, troviamo il minore tasso di occupazione e le scarse tutele per la cura dei figli, mentre, per la parte tedesca, troviamo la scarsa distribuzione del lavoro domestico.

Vediamo innanzitutto come la questione del divario retributivo viene riportata nella stampa tedesca e italiana analizzata. Dall'analisi sul corpus tedesco emerge la tendenza frequente a differenziare tra l'esistenza di un divario retributivo tra uomini e donne a parità di qualifica e di attività svolta, senza quindi l'esistenza di alcun fattore oggettivo che possa giustificare tale divario, e un divario retributivo che invece dipende da fattori tangibili, come ad esempio, il fatto che gli uomini scelgono più frequentemente professioni meglio retribuite e che le donne, invece, si orientano maggiormente verso lavori con stipendi più bassi. Nel primo caso abbiamo quindi una situazione discriminatoria per le donne, nel secondo caso, invece, la situazione è più che altro svantaggiosa. Dall'analisi del corpus italiano, invece, emerge una

rappresentazione della questione che si sofferma in particolare sulla lunga durata del problema, sulla relativa lontana risoluzione e sul fatto che trascende i confini nazionali. Alla luce di ciò, si può quindi affermare che la stampa tedesca analizzata rappresenta la questione del divario retributivo in modo estremamente più dettagliato e articolato rispetto a quanto faccia, invece, la stampa italiana. Inoltre, se nell'analisi della parte italiana ci sono anche dei casi in cui si rappresentano situazioni svantaggiose per gli uomini, in particolare in riferimento alle pensioni, nelle occorrenze analizzate per la parte tedesca questo discorso è del tutto assente.

Un altro aspetto interessante da interpretare alla luce dei dati extratestuali è il fatto che nel corpus tedesco la questione del tasso di disoccupazione viene rappresentata come una situazione paritaria per donne e uomini per cui si utilizzano toni positivi; viene messo infatti l'accento sulla diminuzione del tasso di persone disoccupate rispetto ai dati precedenti. Ben diverso è invece il tono che emerge dall'analisi sul corpus italiano: la questione dell'occupazione è forse quella in cui più forte è la discriminazione per le donne. Questa differenza sostanziale nel modo in cui è articolato tale discorso nella stampa tedesca e italiana trova la sua spiegazione nei ben 22,9 punti percentuali che separano il tasso di occupazione femminile italiano da quello tedesco. Infine, per quanto riguarda l'analisi qualitativa delle sequenze *uomini e donne* e *Männer und Frauen* emerge nella parte italiana che le donne vengono, in alcuni casi, considerate loro stesse responsabili della situazione svantaggiosa o discriminatoria che vivono, in particolare relativamente alle scelte legate al percorso universitario. Tale narrazione è invece assente nel corpus tedesco dove le donne vengono principalmente raffigurate come soggetti che vivono situazioni svantaggiose o discriminatorie a causa del fatto che l'ambiente lavorativo in cui agiscono è ancora tarato su un modello dominante maschile.

Per quanto riguarda invece le sequenze *lavoro e famiglia* e *Beruf und Familie*, tra le occorrenze del corpus italiano analizzato emerge che la questione relativa alla conciliazione tra

lavoro e famiglia viene quasi sempre considerata o una situazione problematica o un problema risolvibile. Solo in pochissimi casi viene affrontata come una situazione non problematica o come una soluzione per altri problemi. Nel corpus tedesco, invece, la conciliazione tra lavoro e famiglia viene rappresentata o come una situazione problematica o, in alternativa, come una situazione in cambiamento, in evoluzione, dimensione, quest'ultima, assente dal corpus italiano. Inoltre, se nel corpus italiano la conciliazione tra lavoro e famiglia viene trattata come un tema che tocca esclusivamente le donne, in quanto la famiglia viene ancora, molto spesso, considerata una sfera di pertinenza femminile, nel corpus tedesco, invece, in alcuni casi sono solo le donne a essere menzionate, in altri però sono sia le donne che gli uomini a essere coinvolti nella questione. Quando nella stampa tedesca gli uomini vengono rappresentati sia come soggetti che subiscono le conseguenze della difficile conciliazione tra lavoro e famiglia, che come soggetti che richiedono e desiderano il cambiamento dello status quo tradizionale, la visione tradizionale dei ruoli di genere viene messa in discussione, cosa che invece non accade nelle occorrenze analizzate nel corpus italiano. Per quanto riguarda i modi in cui la difficile conciliazione tra lavoro e famiglia si manifesta e le relative conseguenze, nel corpus italiano si menzionano: scarsa partecipazione delle donne nel mercato del lavoro, difficoltà di trovare lavoro per le mamme, maggiore povertà femminile, scarsa presenza di donne in posizioni apicali, peggiore retribuzione ed infine, sovraccarico di impegni che investe le donne con famiglia che lavorano, con conseguenze che portano, tra le altre cose, oltre che a un aumento di stress, anche a un maggiore rischio di tumori e a una minore longevità. Tutte le conseguenze quindi riguardano esclusivamente le donne. Nel corpus tedesco, invece, le conseguenze della difficile conciliazione tra famiglia e lavoro riguardano in particolare le donne, ma in alcuni casi vengono coinvolti anche gli uomini, come, per esempio, quando insorgono problemi psichici o ci si sente in colpa nei confronti dei figli per il poco tempo passato insieme.

Dalle tendenze emerse dall'analisi sembra che nella stampa tedesca vi sia un approccio più progressivo, meno tradizionalista, meno conservatore e che coinvolge maggiormente gli uomini. Mentre, nella stampa italiana, anche quando si propongono soluzioni per migliorare la conciliazione tra famiglia e lavoro, lo status quo che considera le donne le principali responsabili della sfera domestica e familiare rimane inalterato e indiscusso. Gli uomini, piuttosto che essere soggetti attivi partecipi al cambiamento, rientrano invece nell'insieme di impegni a cui le donne devono far fronte. Tale resistenza culturale nei confronti del superamento dei ruoli tradizionali di genere, di gran lunga più forte e radicata nella stampa italiana analizzata piuttosto che in quella tedesca, va a collegarsi con i dati relativi al tasso di occupazione femminile in Italia che, ricordiamo, essere tra i più bassi d'Europa. In particolare, tra le cause che tengono lontane le donne dal mercato del lavoro italiano troviamo in primo luogo proprio le incombenze familiari e domestiche. Questo dato emerge sia dall'analisi effettuata sulla sequenza "tasso di occupazione" nel corpus italiano che dai dati contenuti nei documenti e nei rapporti dell'UE citati in precedenza. Alleggerire il peso delle responsabilità familiari e domestiche delle donne attraverso una disponibilità maggiore di servizi di cura, in particolare degli asili nido, ma anche attraverso una ripartizione dei compiti più equilibrata tra donne e uomini, attraverso, ad esempio, un'estensione del congedo di paternità, andrebbe sicuramente a ridimensionare uno dei principali ostacoli all'aumento del tasso di occupazione femminile.

Per quanto riguarda le sequenze *meno degli uomini* e *weniger als Männer*, sia nel corpus italiano che nel corpus tedesco, ci si riferisce principalmente al divario retributivo tra donne e uomini su cui non ci soffermeremo ulteriormente, visto che dal confronto tra queste due sequenze sono emerse le stesse tendenze evidenziate dall'analisi delle sequenze *uomini e donne* e *Männer und Frauen*.

Per quanto riguarda i collocati, dall'analisi delle occorrenze di *donne giovani/giovani donne* e di *junge Frauen*, considerando le tendenze comuni sia ai corpora italiani che ai corpora tedeschi, emerge che le giovani donne vengono rappresentate principalmente o come la categoria più svantaggiata, più vulnerabile o, in alternativa, come la categoria più supportata, più sostenuta. Nel primo caso si pone l'accento sugli ambiti in cui avvengono tali discriminazioni e come queste si manifestano. Dall'analisi emerge che sia nel corpus italiano che in quello tedesco uno degli ambiti più problematici per le giovani donne è quello della conciliazione tra famiglia e lavoro. Se però, nel corpus italiano si parla di discriminazioni a causa soprattutto della maternità, che possono arrivare a veri e propri licenziamenti, nel corpus tedesco si parla più che altro di situazioni svantaggiose, piuttosto che discriminatorie, che riguardano non solo la conciliazione tra lavoro e famiglia, ma anche il divario retributivo e pensionistico. Nel secondo caso, sia nel corpus italiano che in quello tedesco lo spazio è invece dedicato maggiormente alle misure e alle iniziative atte a migliorare le condizioni e le opportunità lavorative delle giovani donne, viste spesso in termini di risorse preziose il cui potenziale non viene sfruttato a sufficienza. Emerge, inoltre, una terza tendenza, particolarmente ricorrente nel corpus tedesco e molto più rara in quello italiano, secondo cui le giovani donne (*junge Frauen*) vengono rappresentate come una categoria portatrice di cambiamento, a volte di vera e propria rottura con il passato, soprattutto in relazione alla conciliazione tra famiglia e lavoro e alla partecipazione lavorativa in ambiti tradizionalmente maschili. Il fatto che questa terza tendenza sia molto ricorrente nel corpus tedesco e quasi assente nel corpus italiano si può ricollegare al fatto che anche per l'analisi sulla conciliazione tra famiglia e lavoro la tendenza a rappresentare la questione come una situazione in cambiamento e in evoluzione è emersa solo nel corpus tedesco. Alla luce di ciò si può supporre che forse, e solo per quanto riguarda alcuni ambiti, il discorso su "donne e lavoro" nella stampa tedesca sia maggiormente improntato al cambiamento e al superamento dello status quo, nel

caso si riscontrino situazioni problematiche. Nella stampa italiana, invece, il discorso dominante sembra essere maggiormente orientato a evidenziare le criticità e le problematicità della situazione attuale, senza però proporre e sostenere, in un'ottica dinamica, un superamento della stessa.

Dall'analisi contrastiva dell'ultima coppia di sequenze esaminata, ossia *donne devono* e *Frauen müssen*, emerge che nel corpus italiano il verbo *devono* esprime quasi sempre le funzioni di esortazione, obiettivo, constatazione e denuncia. In modo simile, nel corpus tedesco il verbo *müssen* esprime molto spesso una constatazione di una situazione che discrimina le donne. In alcuni casi esprime invece un'esortazione rivolta o al cambiamento generale dello status quo o al cambiamento dei comportamenti e delle convinzioni individuali delle donne; esortazioni accomunate dall'obiettivo di migliorare la situazione attuale, ritenuta limitante e svantaggiosa per le donne. Inoltre, i verbi *devono* e *müssen* veicolano, in alcuni casi, anche il ruolo che le donne hanno all'interno del discorso. Sia nel corpus italiano che nel corpus tedesco le donne vengono rappresentate o come soggetti attivi in grado di cambiare e di migliorare la propria condizione attraverso il superamento di consuetudini e comportamenti autodiscriminanti, o come soggetti che subiscono una situazione discriminatoria, svantaggiosa e ingiusta, tendenza, questa, più frequente nel corpus tedesco piuttosto che in quello italiano. O ancora, vengono rappresentate come soggetti coinvolti in un cambiamento più generale, scaturito da misure politiche e decisioni di rinnovamento aziendale. In quest'ultimo caso, nel corpus tedesco sono coinvolti più volte anche gli uomini, come soggetti che, insieme alle donne, prendono parte a un cambiamento più generale; quest'inclusione degli uomini è invece praticamente assente dal corpus italiano. Per quanto riguarda l'analisi di quest'ultima coppia di sequenze, nonostante, per molti versi la situazione lavorativa vissuta dalle donne in Italia e in Germania differisca per molti ambiti, il ruolo delle donne veicolato dal verbo dovere nei corpora italiani e tedeschi non è poi così dissimile. La differenza più sostanziale riguarda,

ancora una volta, il fatto che nella stampa tedesca analizzata vi è un maggiore coinvolgimento degli uomini, coinvolgimento quasi assente, invece, nella controparte italiana.

Dalla lettura dei documenti che riportano statistiche e dati extratestuali relativi al tema “donne e lavoro”, sembra che la situazione delle donne nel mercato del lavoro migliori spesso grazie a iniziative e misure che coinvolgono anche gli uomini¹⁵⁰ e, più in generale, l'intera società. Di conseguenza, si potrebbe desumere che i passaggi della stampa più efficaci per il miglioramento della situazione attuale possano essere quelli in cui gli uomini e la società in generale vengono coinvolti nel superamento delle situazioni svantaggiose e discriminatorie che le donne vivono nel mercato del lavoro sia in Italia che in Germania. Considerare, invece, il discorso “donne e lavoro” come una questione di interesse e rilevanza esclusivamente femminile, come spesso succede soprattutto nella stampa italiana, significa, non solo veicolare un messaggio che rallenta il miglioramento dello status quo, ma anche non riconoscere che la situazione attuale delle donne nel mercato del lavoro rappresenta un problema per tutta la società, in termini di perdite sia economiche che di capitale umano.

Per concludere, si sottolinea che aver incluso dati e statistiche extratestuali ufficiali riguardanti la situazione delle donne nel mercato del lavoro ha fatto sì che l'interpretazione contrastiva dei dati linguistici non fosse autoreferenziale, ma fosse, al contrario, fortemente calata nel contesto di analisi. Grazie a questa integrazione di dati testuali ed extratestuali, oltre che di dati quantitativi e qualitativi, la metodologia dei corpus assisted discourse studies (CADS) è risultata particolarmente appropriata sia per l'analisi e che per l'interpretazione contrastiva dei risultati ottenuti.

¹⁵⁰ Ci si riferisce, ad esempio, alla *Perspektive Wiedereinstieg* che coinvolge non solo le donne in cerca di lavoro, ma anche i datori di lavoro e all'*Elterngeld*, sussidio su base genitoriale che non fa distinzione tra uomini e donne.

Conclusioni

Dopo aver terminato le ricerche empiriche e aver interpretato i risultati ottenuti in ottica contrastiva e alla luce dei dati extratestuali, possiamo riassumere le conclusioni tratte da ciascuna analisi: innanzitutto, per l'analisi sugli annunci di lavoro possiamo affermare che i risultati ottenuti hanno confermato entrambe le due ipotesi di partenza. Inizialmente si presumeva infatti che confrontando gli annunci tedeschi e italiani, in quelli tedeschi vi fosse un utilizzo più frequente di strategie di femminilizzazione e di neutralizzazione e che le aziende tedesche fossero più attente all'utilizzo di un linguaggio di genere non solo in tedesco, ma anche in italiano. È stato tuttavia evidenziato che, anche in tedesco, le strategie di femminilizzazione, soprattutto quelle che garantiscono visibilità pari al genere femminile e a quello maschile, sono usate ancora raramente. I risultati ottenuti vanno a legarsi al fatto che sin dagli anni '80 la Germania, rispetto all'Italia, ha riservato al tema "lingua e genere" un'attenzione e una sensibilità di gran lunga maggiore, da parte sia del mondo accademico che del mondo istituzionale.

In riferimento, invece, alla seconda analisi, effettuata sui corpora itWaC e deWaC, in base ai risultati ottenuti, l'ipotesi di partenza è confermata solo per la parte italiana; per la parte tedesca è stata invece osservata un'asimmetria referenziale tra il maschile, che viene usato anche con funzione generica, e il femminile, che si riferisce solo ed esclusivamente alle donne. Anche in questo caso i risultati ottenuti sono legati alla maggiore attenzione dedicata al tema "lingua e genere" in Germania e alla conseguente diffusione a problematica in tedesco di sostantivi femminili che indicano professioni prestigiose.

Per quanto riguarda invece la terza e ultima analisi, dai risultati ottenuti emerge con forza che per la stampa tedesca analizzata il tema dominante all'interno del discorso "donne e lavoro" è il divario retributivo, per quella italiana, invece, si tratta dell'occupazione femminile;

mentre la conciliazione tra il lavoro e la famiglia ricorre nel discorso in entrambi i paesi. In questo caso i risultati ottenuti sono reciprocamente legati al relativo contesto culturale, sociale ed economico di appartenenza: l'Italia ha infatti un tasso di occupazione femminile di circa venti punti più basso rispetto a quello della Germania, mentre il divario retributivo tra uomini e donne in Germania è tra i più alti d'Europa.

Sebbene le tre ricerche si concentrano su forme e su materiale di diversa natura e delineare quindi tendenze trasversali risulta essere un compito piuttosto arduo, dalla rappresentazione linguistica del genere femminile in vari ambiti lavorativi - il fil rouge che lega le tre analisi - sembra emergere che la lingua, soprattutto quella italiana, non è pienamente al passo con la società. Da una parte il genere femminile¹⁵¹, è ancora poco visibile rispetto al corrispettivo maschile e, dall'altra, lo spettro di rappresentazioni è spesso limitato da stereotipi e visioni della realtà in molti casi ormai superate.

Il fatto che la visibilità del genere femminile sia limitata e assolutamente asimmetrica rispetto al maschile si nota attraverso l'uso ancora molto diffuso e spesso indiscusso del maschile generico in riferimento a professioni, dato riscontrato sia negli annunci di lavoro che nei corpora di riferimento itWaC e deWaC. Facendo i giusti distinguo tra l'italiano e il tedesco, possiamo affermare che, sebbene in entrambe le lingue ci sia uno squilibrio tra la visibilità riservata ai due generi, in tedesco tale squilibrio è molto più ridotto rispetto all'italiano, data la

¹⁵¹ Per genere si intendono entrambe le accezioni riprese dal Vocabolario Treccani qui riportate: Categoria grammaticale esistente nelle lingue indoeuropee, semitiche e in molte altre famiglie linguistiche, alcune delle quali distinguono tre generi, maschile, femminile e neutro (per es., il latino, il greco, il tedesco), altre, come l'italiano e il francese tra le lingue moderne, soltanto due, maschile e femminile; la distinzione del genere, che solo in un ristretto gruppo di sostantivi è connesso con il genere naturale, si manifesta nella declinazione dei sostantivi, dei pronomi e degli aggettivi, e nell'accordo tra essi.

Per estens., con riferimento alla specie umana, carattere maschile o femminile dell'individuo, anche in senso biografico, sociale, professionale, come nell'espressione identità di genere, con cui s'intende la costellazione di caratteri anatomico-funzionali, psichici, comportamentali che definiscono il genere in sé stesso e in quanto posseduto, accettato e vissuto dall'individuo nella storia familiare da cui proviene e nella società in cui vive.

maggior frequenza di strategie di genere negli annunci di lavoro e dato l'uso diffuso di sostantivi femminili designanti professioni.

Il fatto, invece, che la rappresentazione del genere femminile sia ancora limitata da stereotipi che nella società, più che nella lingua, si stanno pian piano superando, emerge sia dall'asimmetria semantica osservata nell'uso di molti sostantivi maschili e femminili designanti professioni nel corpus itWaC, che da alcune narrazioni dominanti all'interno del discorso "donne e lavoro".

Per quanto riguarda le asimmetrie semantiche, che ricordiamo riguardano solo l'italiano, possiamo affermare che la lingua non rappresenta i cambiamenti della società perché, ad esempio, nonostante il 52% del corpo di magistratura in Italia sia composto da donne (Consiglio Superiore della Magistratura, 2017), la frequenza del sostantivo *magistrata* nel corpus itWaC risulta essere bassissima. Stando a quanto ci comunica la lingua ci dovrebbe essere una maggioranza schiacciante di magistrati rispetto alle magistrate; la realtà dei fatti, invece, risulta essere molto diversa. Si ha quindi l'impressione che la lingua più che essere lo specchio aggiornato della società, in grado di recepire e accogliere anche i cambiamenti più recenti, rappresenti, invece, una versione della realtà ormai superata da decenni.

Passando invece al discorso su "donne e lavoro", questa limitazione della rappresentazione del genere femminile si osserva, ad esempio, nei tanti articoli, principalmente sulla stampa italiana, in cui la sfera familiare e di cura rimangono in modo indiscusso ambiti di pertinenza esclusivamente femminile. Questo discorso dominante denota una forte resistenza culturale nei confronti del superamento dei ruoli tradizionali di genere, nonostante dai dati e dalle statistiche riportate nel capitolo 2 emerge che la conciliazione tra lavoro e famiglia, così come è concepita ora, rende insoddisfatte le donne, ma ancora di più gli uomini.

Questa tendenza della lingua a rimanere indietro rispetto alla società non è trasversale a tutte le narrazioni dominanti emerse dall'analisi, anzi, in alcuni casi la stampa, soprattutto tedesca, ha il merito di andare a fondo alle questioni e di recepire e rappresentare i cambiamenti relativi a vari temi inclusi nel discorso "donne e lavoro". Ad esempio, per quanto riguarda la questione del divario retributivo, in Germania la stampa evidenzia i casi in cui il divario dipende da questioni fattuali e i casi in cui, invece, si tratta di una vera e propria discriminazione nei confronti delle donne. O ancora, nella stampa tedesca si fa maggiore e più frequente il coinvolgimento degli uomini nella conciliazione tra lavoro e famiglia, presenti nel discorso sia perché coinvolti nel superamento dei ruoli di genere stereotipati, che perché insoddisfatti dello status quo. Dalle tendenze emerse sia dall'analisi sul discorso "donne e lavoro", che dall'analisi sui sostantivi femminili e maschili designanti professioni sembra emergere che in Germania, piuttosto che in Italia, vi sia un approccio più progressivo, meno tradizionalista, meno conservatore nella relativa rappresentazione del genere femminile. Soffermandoci sull'analisi del discorso, nella stampa tedesca emergono in vari casi narrazioni che mettono in discussione i vecchi stereotipi di genere, mentre nella stampa italiana sono pochissimi e soprattutto isolati i casi in cui una nuova narrazione si sostituisce a quella tradizionale e stereotipata.

Concludiamo, affermando che mettendo in relazione i risultati linguistici ottenuti con il contesto sociale, culturale ed economico in cui tale lingua è stata prodotta e si è diffusa, i risultati di questa tesi dimostrano che, da una parte, la lingua rappresenta la situazione che vivono le donne nel mondo del lavoro che, in Italia, più che in Germania, è ancora piena di ostacoli, stereotipi e discriminazioni. Dall'altra, la lingua, anche in questo caso più in Italia che in Germania, non si è ancora pienamente evoluta nel rappresentare quei cambiamenti che nella società sono iniziati ormai da qualche decennio e che hanno visto un miglioramento innegabile della situazione delle donne nella società.

A livello contenutistico questa ricerca mira a contribuire a una maggiore integrazione della prospettiva lavorativa all'interno degli studi che analizzano la lingua dalla prospettiva di genere. E più in generale mira ad ampliare lo spettro di ricerche che analizzano la lingua in uso da una prospettiva di genere, adottando un approccio più descrittivo che prescrittivo.

A livello metodologico il lavoro svolto in questa tesi vuole essere una dimostrazione di quanto il metodo integrato della linguistica dei corpora, applicata all'analisi del discorso possa essere valido e rigoroso per esaminare la lingua dalla prospettiva di genere, anche nei casi in cui a essere incluse nell'analisi sono più lingue e, quindi, più culture e più società.

I limiti di questa tesi sono legati principalmente agli aspetti comparativi e contrastivi che contraddistinguono tutte e tre le analisi svolte. Quando si mettono a confronto sistemi linguistici, culturali, sociali ed economici diversi, come lo sono quelli dell'Italia e della Germania, lo spettro della comparabilità viene limitato inevitabilmente dalle innumerevoli differenze dei due sistemi analizzati. E di conseguenza l'ampiezza stessa di un'analisi comparativa è più ristretta rispetto a una stessa analisi che prende però in considerazione un solo sistema. Ad esempio, per quanto riguarda l'analisi sugli annunci di lavoro, l'ampiezza del corpus tedesco è stata limitata dall'ampiezza del corpus italiano: se infatti, vista l'immensa disponibilità di annunci di lavoro in tedesco, sarebbe stato possibile costruire facilmente un corpus tedesco più ampio, nel caso del corpus italiano, si sono riscontrate numerose difficoltà a reperire annunci italiani sui siti internet delle aziende. Difficoltà dovute sia a un minore numero di posti di lavoro disponibili in Italia, piuttosto che in Germania, che a prassi comunicative aziendali diverse. Sempre in riferimento all'analisi sugli annunci di lavoro non è stato possibile fare un confronto tra italiano e tedesco su tutte le strategie di neutralizzazione perché alcune di queste esistono solo in una o nell'altra lingua, come gli aggettivi sostantivati in tedesco (es. *Studierende*) o i sostantivi epiceni per l'italiano (es. *tirocinante*). O ancora, in riferimento all'analisi sul modo in cui il discorso "donne e lavoro" viene costruito sulla stampa

italiana e tedesca, è stato possibile svolgere un confronto solo su alcuni gruppi di parole che risultavano tra i più frequenti all'interno del discorso di entrambi i paesi, ossia *uomini e donne* e *Männer und Frauen*, *meno degli uomini* e *weniger als Männer* e *lavoro e famiglia* e *Beruf und Familie*. Questa limitazione dipende dal fatto che lo stesso discorso “donne e lavoro” è in parte articolato su temi diversi poiché rappresenta situazioni economiche ben diverse.

Per quanto riguarda gli ulteriori sviluppi, in riferimento alle prime due analisi, sembrerebbe molto interessante confrontare i risultati ottenuti con le relative percentuali di donne e uomini che lavorano in determinati settori e che occupano determinate posizioni. In questo modo, nel caso degli annunci di lavoro, si potrebbe analizzare l'eventuale esistenza di una correlazione tra il maggiore utilizzo di strategie di genere e la maggiore presenza femminile all'interno di determinati settori aziendali. Nel caso, invece, dell'analisi sui corpora itWaC e deWaC si potrebbero avere maggiori elementi per distinguere tra i casi in cui l'asimmetria semantica tra la forma femminile e la forma maschile di un determinato sostantivo designante una professione prestigiosa dipende da un uso discriminatorio della lingua e i casi in cui l'asimmetria linguistica dipende dalla composizione lavorativa che vede gli uomini occupare più spesso posizioni di alto livello e le donne più spesso posizioni subordinate. Inoltre, sarebbe interessante, per quanto riguarda gli annunci di lavoro, analizzare anche annunci pubblicati da aziende multinazionali né tedesche né italiane, così da evidenziare se e in che modo le strategie di genere utilizzate da queste aziende differiscono da quelle in uso dalle aziende italiane e tedesche. In riferimento all'analisi sui corpora itWaC e deWaC, sarebbe interessante svolgere l'analisi anche su sostantivi che designano professioni meno prestigiose e “tradizionalmente” femminili, come ad esempio *infermiere/infermiera* e *Lehrer/Lehrerin*, per osservare se le asimmetrie semantiche e le asimmetrie referenziali emerse dai risultati riportati nel quinto capitolo siano o meno trasversali al prestigio e al numero di donne che svolgono quella determinata professione.

Passiamo infine all'analisi sulla stampa, che forse ancora più delle altre offre possibilità di sviluppi futuri: innanzitutto sarebbe molto interessante svolgere un'analisi qualitativa simile a quella illustrata nel sesto capitolo su altre combinazioni di parole. Ad esempio, dall'analisi sul corpus italiano sono emerse varie parole chiave inerenti alla violenza sulle donne, come *femminicidio* e *antiviolenza*, sarebbe quindi interessante svolgere un'analisi qualitativa sul discorso “donne, violenza e lavoro”, sia in italiano che in tedesco, mettendolo magari in relazione con importanti studi (Swanberg, 2007) e report istituzionali (FRA, 2014) pubblicati sull'argomento. Inoltre, dato che tra le parole chiave di entrambi i corpora sono emersi i nomi e cognomi di varie personalità pubbliche italiane e tedesche, come ad esempio Laura Boldrini per l'Italia e Manuela Schwesig per la Germania, sarebbe interessante approfondire, con un'analisi del discorso qualitativa, lo spazio che queste persone ricoprono all'interno del discorso su “donne e lavoro” nei rispettivi paesi di appartenenza. Sempre partendo dagli elementi lessicali più frequenti emersi dall'analisi quantitativa, si potrebbero approfondire i casi in cui *età*, *diritti*, *violenza* e *fanno* collocano con *donne* e i casi in cui *Kinder*, *Mädchen*, *Karriere* e *machen* collocano con *Frauen*. Sarebbe inoltre interessante includere nell'analisi giornali con un orientamento politico meno moderato proprio per evidenziare eventuali differenze e affinità tra il modo in cui i giornali inclusi in questa analisi e giornali più fortemente schierati articolano il discorso su “donne e lavoro”.

Concludiamo affermando che la lista degli sviluppi possibili sarebbe ancora lunga, sia perché la metodologia adottata permette all'analisi di prendere innumerevoli direzioni, sia perché il discorso analizzato è di pressante attualità sia in Italia che in Germania e lavori che mettono al centro il rigore accademico possono senza dubbio contribuire a fare luce su tanti di questi temi, alcuni dei quali ancora in parte trascurati e sottovalutati dall'agenda pubblica.

Abstract in italiano

La presente tesi di dottorato si articola in sei capitoli, i primi due sono incentrati su argomenti teorici e rappresentano la cornice entro cui collocare le tre analisi che rappresentano, invece, la parte empirica di questo lavoro. Anello di congiunzione tra i primi due capitoli e gli ultimi tre è la premessa metodologica illustrata nel quarto capitolo. Entrando più nel dettaglio, il primo capitolo è dedicato al tema “lingua e genere” in Italia e in Germania: vengono descritte le forme che limitano e oscurano la visibilità del genere femminile in italiano e in tedesco e le varie strategie di genere proposte. Successivamente vengono illustrate le origini, gli sviluppi e le tendenze attuali del dibattito su “lingua e genere”. L’attenzione riservata al tema “lingua e genere” in Italia e in Germania e le conseguenti iniziative intraprese soprattutto dal mondo istituzionale rappresentano il contesto extra-testuale entro cui interpretare le due analisi sulle strategie di genere negli annunci di lavoro e sulle forme maschili e femminili di nomi designanti professioni. Nel secondo capitolo vengono presentati dati e statistiche sulla situazione lavorativa delle donne in Italia e in Germania e rappresentano la cornice entro cui interpretare i risultati ottenuti dall’analisi sul modo in cui la stampa italiana e tedesca articolano il discorso “donne e lavoro”. Nel terzo capitolo vengono presentati alcuni concetti chiave alla base delle tre analisi: da una parte, il corpus e la linguistica dei corpora e, dall’altra, il discorso e l’analisi del discorso, per poi proseguire con una sintesi delle due parti che rappresenta proprio il metodo adottato per le analisi di questa tesi di dottorato. Il quarto capitolo è dedicato all’analisi sulle strategie di genere all’interno di annunci di lavoro in italiano e in tedesco. L’analisi si è concentrata sulla frequenza di forme di femminilizzazione e di neutralizzazione di cui si ipotizzava una presenza maggiore negli annunci tedeschi, piuttosto che in quegli italiani, a causa della maggiore attenzione riservata al tema “lingua e genere” in Germania, piuttosto che in Italia. I risultati ottenuti hanno confermato l’ipotesi di partenza iniziale, sebbene, anche in

tedesco, le strategie di femminilizzazione sono usate ancora raramente. Il quinto capitolo è dedicato all'analisi sull'uso di forme femminili e maschili di sostantivi designanti professioni all'interno di due corpora di riferimento: itWaC per l'italiano e deWaC per il tedesco. Secondo il presupposto iniziale si ipotizza che, nell'ambito delle professioni, alcuni sostantivi femminili siano caratterizzati da asimmetrie semantiche rispetto ai corrispettivi maschili, secondo cui questi ultimi indicano ruoli lavorativi prestigiosi, mentre le forme femminili indicano posizioni più subordinate. I risultati confermano l'ipotesi di partenza solo per la parte italiana; per la parte tedesca è stata invece osservata un'asimmetria referenziale tra il maschile, usato anche con funzione generica e il femminile, che si riferisce solo ed esclusivamente a donne. Il sesto e ultimo capitolo è dedicato all'analisi sul discorso "donne e lavoro" all'interno della stampa italiana e tedesca. L'analisi si è svolta su quattro corpora, due per l'italiano e due per il tedesco, costituiti da articoli di giornale inerenti al tema "donne e lavoro". Dai risultati ottenuti emerge che per la stampa tedesca analizzata il tema dominante all'interno del discorso "donne e lavoro" è il divario retributivo, per quella italiana, invece, si tratta dell'occupazione femminile. I risultati ottenuti sono reciprocamente legati al relativo contesto socio-economico culturale di appartenenza: l'Italia ha infatti un tasso di occupazione femminile di circa venti punti più basso rispetto a quello della Germania, mentre il divario retributivo tra uomini e donne in Germania è tra i più alti d'Europa.

Abstract in inglese (Extended synopsis)

This thesis explores gender, language and work in Italian and in German from several points of view and it includes six chapters. Chapter 1 and Chapter 2 provide the theoretical framework to the empirical part of this work, which appears in Chapter 4, 5 and 6. Chapter 3 contains a methodological premise, which presents some key concepts at the basis of the three analyses.

In chapter 1, I review the notion of “gender and language” in Italy and Germany, with a brief overview of the debate in France, Spain, Switzerland and within European institutions. As far as Italy and Germany are concerned, a specular approach has been adopted: all forms that limit and obscure female visibility in both languages under investigation are described in detail. Furthermore, gender strategies, proposed in order to make Italian and German more respectful and more inclusive of gender identities are presented. Such strategies, often common to both languages, were introduced in Italy since 1987 and in Germany since 1978 and they range from feminization to neutralisation and yet to the new forms proposed in Germany only, whose goal is to overcome the binary opposition between masculine and feminine.

Following the abovementioned overview of language forms, I describe the origins of the debate on the intersection between gender and language, as well as its reception within the institutional and academic milieu. The last part of the chapter is devoted to the up-to-date trends: both scholarly work and widespread initiatives, with a particular focus on the Italian and German media. Indeed, the attention that the theme “gender and language” has drawn in Germany and Italy, and the consequent initiatives promoted by some institutions, represent the extra-textual context for the reading and interpretation of the two analyses on gender forms in job advertisements (chapter 4), and on masculine and feminine forms of role names (chapter 5).

Chapter 2 illustrates how women operate within the labour market in Italy and Germany with reference to the broader international context. The data and statistics reported in this chapter are mostly provided by European institutions (Eurofound, 2016a, 2016; Eurostat, 2016) and constitute the background to the results of the analysis on how Italian and German press construct and shape the discourse “women and work” (chapter 6).

Chapter 3 introduces some key notions, which are crucial to the three analyses, namely the concepts and applications of corpus and corpus linguistics (as theorized by Baroni, 2010 and Baker & McEnery, 2015) and those of discourse and discourse analysis (as theorized by Busse & Teubert, 1994 and Spitzmüller & Warnke, 2011). The empirical works in this thesis use a synthesis of the two approaches (Baker et al, 2008; Partington et al, 2013). This methodological premise constitutes the link between the theoretical and the empirical chapters, as it explains one of the pillars of corpus assisted discourse studies (CADS), namely the interpretation of linguistic data (chapters 4, 5, 6) through their socio-cultural-economic context (chapters 1, 2).

Chapter 4 marks the beginning of the empirical part of my work, namely the analysis of gender strategies in job advertisements in Italian and German. In order to carry out this analysis I built two corpora from job advertisements published by Italian and German company websites. The corpora have been analysed through corpus linguistics tools and methods. The analysis focuses on the frequency of forms of feminisation or neutralisation. According to the initial hypothesis, these forms are supposed to be found in higher numbers in German advertisements since the theme “gender and language” has drawn more attention in Germany rather than Italy. The results confirm the initial hypothesis, although strategies of feminisation are still rare in Italian as in German, especially those, which guarantee an equal visibility to both men and women.

Chapter 5 features the analysis of the usage of feminine and masculine job-titles in two reference corpora, i.e. itWaC for Italian and deWaC for German, available on Sketch Engine. Reference corpora “attempt to represent the general nature of a language by using a sampling frame emphasizing representativeness” (CASS, 2013, p.7). According to the initial hypothesis, feminine role names are still characterised by semantical asymmetries compared to the masculine equivalents: the latter indicate prestigious positions, while the former indicate more subordinate positions as, for instance, in the couple *segretario/segretaria* (Eng. *secretary*, masculine and feminine). On the basis of the results obtained by the corpus investigation, the initial hypothesis is confirmed only for Italian. More specifically, a referential asymmetry has been observed: masculine forms are used also in their generic sense in German, while feminine forms only refer to women. This seems to be related to the higher impact that the gender and language initiatives had in Germany and to the consequent smooth diffusion of feminine nouns for prestigious positions.

Chapter 6 analyses the discourse “women and work” in the Italian and German press. The object of the analysis consists in investigating four corpora of newspaper articles about the discourse “women and work”, two for Italian and two for German. The analysis starts from specific frequent lexical elements in the corpora, as for instance collocates and key words, it then widens to some concordance lines. The results clearly show that the prominent topic within the discourse “women and work” in German press is the gender pay gap, whereas the topic of women’s (un)employment prevails in the Italian press; the theme of work-life balance can be found in the discourses of both countries. Besides, the results are related to the socio-economic and cultural context of the countries: the women’s employment rate in Italy is about twenty points lower than in Germany, while the gender pay gap in Germany is one of the highest in Europe.

Bibliografia

- AA.VV. (2011). *Atti della X Giornata della Rete per l'Eccellenza dell'italiano istituzionale*. Commissione Europea, Rappresentanza Italiana.
- AA.VV. (2008). *Geschlechtergerechter Sprachgebrauch beim Europäischen Parlament*. Brüssel: Europäischen Parlament.
- AA.VV. (2011). *Guida alla redazione degli atti amministrativi. Regole e suggerimenti*. Firenze: Ittig-Cnr.
- AA.VV. (2012). *Guida al pari trattamento linguistico di donna e uomo nei testi ufficiali della Confederazione*. Berna: Cancelleria Federale.
- AA.VV. (2008). *La neutralità di genere nel linguaggio usato al Parlamento Europeo*. Bruxelles: Parlamento Europeo.
- AA.VV. (2009). *Leitfaden zum geschlechtergerechten Formulieren im Deutschen*. Bern: Schweizerische Bundeskanzlei.
- ADS - Accertamenti Diffusione Stampa. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.adsnotizie.it/>
- AG Feministisch Sprachhandeln der Humboldt-Universität zu Berlin. (2014). *Sprachhandeln – aber wie? W _Ortungen statt Tatenlosigkeit!* Berlino: AG Feministisch Sprachhandeln der Humboldt-Universität zu Berlin.
- Agena, G. (2015, December 14). Gender-Star: Wortgewaltig. *Die Zeit*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.zeit.de/2015/48/sprache-gender-geschlechtsgerechtigkeit>
- Agenzia ICE. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.ice.gov.it/>
- AHK Italien. Retrieved November 18, 2017, from <https://www.ahk-italien.it/it/>
- Alma Gender: nasce una nuova sezione sul Portale di Ateneo dedicata agli studi di genere. (2008, March 01). Retrieved November 16, 2017, from http://www.magazine.unibo.it/archivio/2008/03/01/pari_opportunita
- Askehave, I., & Zethsen, K. K. (2014). Gendered Constructions of Leadership in Danish Job Advertisements. *Gender, Work & Organization*, 21(6), 531-545.

Atto di Sindacato Ispettivo del Senato n° 1-00107. Available from <https://www.senato.it/japp/bgt/showdoc/showTextipodoc=Sindisp&leg=15&id=268278>

Baeskow, H. (2002). *Abgeleitete Personenbezeichnungen im Deutschen und Englischen: kontrastive Wortbildungsanalysen im Rahmen des minimalistischen Programms und unter Berücksichtigung sprachhistorischer Aspekte.* Berlino: Walter de Gruyter.

Baker, P., Gabrielatos, C., Khosravini, M., Krzyżanowski, M., Mcenery, T., & Wodak, R. (2008). A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press. *Discourse & Society*, 19(3), 273-306.

Baker, P. (2005). *Public discourses of gay men.* London: Routledge.

Baker, P. (2006). *Using corpora in discourse analysis.* London: A&C Black.

Baker, P. (2014). *Using corpora to analyze gender.* London: A&C Black.

Baker, P., & Mcenery, T. (2015). *Corpora and discourse studies: Integrating discourse and corpora.* Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Baum, A. (2014, November 17). Gendergerechte Sprache: Sagen Sie bitte Profx. zu mir. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/profx-als-geschlechtergerechte-sprache-fuer-professoren-13268220.html>

Baroni, M. (2010). Corpora di italiano in "Enciclopedia dell'Italiano". Retrieved November 16, 2017, from http://www.treccani.it/enciclopedia/corpora-di-italiano_%28Enciclopedia-dell%27Italiano%29/

Baroni, M., & Bernardini, S. (2004, May). BootCaT: Bootstrapping Corpora and Terms from the Web. In *LREC* (p. 1313).

Bazzanella, C. (2010). Genere e Lingua in "Enciclopedia dell'Italiano". Retrieved November 16, 2017, from [http://www.treccani.it/enciclopedia/genere-e-lingua_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)](http://www.treccani.it/enciclopedia/genere-e-lingua_(Enciclopedia-dell'Italiano))

Bem, S. L., & D. J. Bem. (1973). Does Sex-biased Job Advertising “Aid and Abet” Sex Discrimination? *Journal of Applied Social Psychology* 3.1, 6-18.

- Bengoechea, M. (2011a). How effective is “femininity”? Media portrayals of the effectiveness of the first Spanish Woman Defence Minister. *Gender & Language* 5.2, 405-429.
- Bengoechea, M. (2011b). Non-sexist Spanish policies: an attempt bound to fail? *Current Issues in Language Planning* 12.1, 35-53.
- Bengoechea, M., & Simón, J. (2011). La reforma feminista del español en los anuncios de prensa: un estudio basado en corpus. In M. L. Carrió Pastor & M. Á. Candel Mora (Eds.) *Actas del III Congreso Internacional de Lingüística de corpus* (pp. 507–516). València: Editorial Universitat Politècnica de València.
- Bianciardi, G. & Parisi, M. (2017). *Linee Guida per un utilizzo non discriminatorio del linguaggio in base al genere nell'attività amministrativa*. Torino: Città di Torino Direzione Decentramento, Giovani e Pari Opportunità Area Giovani e Pari Opportunità
- Binnen-I be gone. Retrieved November 16, 2017, from <http://binnenibegone.awardspace.com/>
- Il Bo - Il Giornale dell'Università degli Studi di Padova. (2017, November 20). Generi e linguaggi. Retrieved November 20, 2017, from <http://www.unipd.it/ilbo/generi-linguaggi>
- Bonkevitz von, T. (1995). Lingua, genere e sesso: sessismo nella grammaticografia e in libri scolastici della lingua italiana. In G. Marcato (Ed.), *Donna & linguaggio. Atti del Convegno internazionale di studi: Sappada-Plodn* (pp- 99-110). Padova: CLEUP.
- Boldrini, L. (2017, November 22). Il rispetto per le #donne passa anche attraverso #linguaggio. [Tweet]. Retrieved from <https://twitter.com/lauraboldrini/status/933351242167980032>
- Braun, F. (2000) *Leitfaden zur geschlechtergerechten Formulierung. Mehr Frauen in die Sprache*. Kiel: Ministerium für Justiz, Frauen, Jugend und Familie des Landes Schleswig-Holstein.
- Brockhoff, E. (1987, January 02). Wie fragt Mann nach Frauen? *Die Zeit*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.zeit.de/1987/02/wie-fragt-mann-nach-frauen>
- Bubenhofer, N. (2008). Diskurse berechnen? Wege zu einer korpuslinguistischen Diskursanalyse. In J. Spitzmüller & I. Warnke (Eds.), *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene* (pp. 407-434). Berlin: de Gruyter,

- Bubenhofer, N. (2013a). Quantitativ informierte qualitative Diskursanalyse. Korpuslinguistische Zugänge zu Einzeltexen und Serien. In K. S. Roth & C. Spiegel (Eds.), *Angewandte Diskurslinguistik. Felder, Probleme, Perspektiven* (pp. 109-134). Berlin: Akademie Verlag.
- Bubenhofer, N. (2013b). Skandalisierung korpuslinguistisch. Ein empirisch-linguistischer Blick auf die Berichterstattung zur Wulff-Affäre. *Linguistik online* 61.4.
- Bundesministerium der Justiz. (1991). *Handbuch der Rechtsförmlichkeit*. Köln: Bundesanzeiger Verlag.
- Bundesverwaltungsamt – Bundesstelle für Büroorganisation und Bürotechnik (BBB). (2002). *BBB-Merkblatt M 19. Sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern*. Köln: Bundesverwaltungsamt.
- Burr, E. (1995). Agentivi e sessi in un corpus di giornali italiani. In G. Marcato (Ed.), *Donna & linguaggio. Atti del Convegno internazionale di studi: Sappada-Plodn* (pp. 141-157). Padova: CLEUP.
- Busse, D., & Teubert, W. (1994). Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der historischen Semantik. In D. Busse, F. Hermanns & W. Teubert (Eds.), *Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte, Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik* (pp. 10-28). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bußmann, H., & Hellinger, M. (2003). Engendering female visibility in German. In H. Bußmann & M. Hellinger (Eds.), *Gender across languages: The linguistic representation of women and men 3* (pp. 141-174). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Carlini, R. (2017, March 07). Perché le donne continuano a guadagnare meno degli uomini. Internazionale. Retrieved November 16, 2017, from <https://www.internazionale.it/opinione/roberta-carlini/2017/03/07/donne-guadagnano-meno-uomini>
- CASS. (2013). *Corpus Linguistics: some key terms*. Lancaster: CASS.

- Cassese, S. (1993). *Codice di stile delle comunicazioni scritte ad uso delle amministrazioni pubbliche*. Roma: Dipartimento per la Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio dei Ministri.
- Cavagnoli, S. & E. Ioratti Ferrari (2009, November). *Linguaggio giuridico, genere e precarietà*. Paper presented at Convegno Nazionale Genere e Precarietà, Trento. Retrieved from https://air.unimi.it/retrieve/handle/2434/72645/98384/Genere_Precarieta_libro%2Bdegli%2Babstracts.pdf
- Cavagnoli, S. (2013). *Linguaggio giuridico e lingua di genere: una simbiosi possibile*. Alessandria: Edizioni dell'Orso.
- Cestari A. & Tomelleri B. (2011). L'identità di genere nei testi amministrativi e normativi della Provincia autonoma di Bolzano. In AA.VV., *Atti della X Giornata della Rete per l'Eccellenza dell'italiano istituzionale*, (pp. 1-7). Commissione Europea, Rappresentanza Italiana.
- Consiglio Nazionale, Ordine dei Giornalisti. (2015). *Tutt'altro genere d'informazione*. Roma: Società cooperativa editoriale cultura e lavoro.
- Consiglio Superiore della Magistratura – Ufficio Statistico. (2017). *Distribuzione per genere del personale di magistratura*. Roma: Consiglio Superiore della Magistratura – Ufficio Statistico.
- Corbisiero, F., Maturi, P., & Ruspini, E. (2016). *Genere e linguaggio: i segni dell'uguaglianza e della diversità*. Milano: FrancoAngeli.
- CQL – Corpus Query Language. Retrieved November 18, 2017, from <https://www.sketchengine.co.uk/documentation/corpus-querying/>
- Crosato, M. (2013, March 21). "Sindaca" e "assessora", in Veneto il femminile è imposto per decreto. *Il Fatto Quotidiano*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.ilfattoquotidiano.it/2012/03/08/sindaca-assessora-veneto-femminile-imposto-decreto/196142/>
- Daum, U. (1998). *Fingerzeige für Gesetzes- und Amtssprache*. Wiebelsheim: Quelle & Meyer Verlag.

- De Gregorio, C. (2016, July 08). Ada Colau: "Bisogna tornare a fare politica in strada". Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/esteri/2016/07/08/news/barcellona_ada_colau-143652923/
- Demarmels, S. & Schaffner D. (2011). Gendersensitive Sprache in Unternehmenstexten. In S. Demarmels & W. Kesselheim (Eds), *Textsorten in der Wirtschaft: Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln* (pp. 98-120). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Deutsche Sprachwelt: Die Sprachwahrer des Jahres. Retrieved November 16, 2017, from <http://deutschesprachwelt.de/sprachwahrer/>
- Deutscher Bundestag — 12. Wahlperiode. (1990). *Maskuline und feminine Personenbezeichnungen in der Rechtssprache. Bericht der Arbeitsgruppe Rechtssprache vom 17. Januar 1990*. Bonn: Bundestagsdrucksache, 12/1041.
- Di Stefano, P. (2016, June 20). E adesso chiamiamola sindaca. *Corriere della Sera*. Retrieved November 16, 2017, from http://www.corriere.it/politica/16_giugno_20/adesso-chiamiamola-sindaca-8dcf1762-36bf-11e6-88d7-7a12a568ff47.shtml
- Diskriminierung. (2015, August 25). *Die Zeit*. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.zeit.de/thema/diskriminierung>
- Direttiva sulle misure per attuare parità e pari opportunità tra uomini e donne nelle amministrazioni pubbliche 2007*. Available from <http://www.funzionepubblica.gov.it/normativa-e-documentazione/dossier/pari-opportunita-nella-pa>
- Direttive per il rispetto del genere nei testi dell'Amministrazione provinciale 2012*. Available from <http://www.provincia.bz.it/avvocatura/temi/direttive-rispetto-genere.asp>
- DGPs. (2015, June 9). Mitteilungsdetail: Automechanikerinnen und Automechaniker - Geschlechtergerechte Sprache beeinflusst kindliche Wahrnehmung von Berufen. Retrieved November 18, 2017, from https://www.dgps.de/index.php?id=143&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1610&cHash=1308c97486a0f55bc30d6a7cf12bf49f

- Duden-Newsletterarchiv: Newsletter. (2001, January 26). Retrieved November 16, 2017, from http://web.archive.org/web/20071012100103/http://www.duden.de/deutsche_sprache/newsletter/archiv.php?id=36
- Duden-Newsletter. (2011, January 07). Retrieved November 16, 2017, from <http://www.duden.de/sprachwissen/newsletter/duden-newsletter-vom-07-01-11>
- Egger, J. L. (2011). Il pari trattamento linguistico nell'italiano dell'Amministrazione federale svizzera. In AA.VV. *Atti della X Giornata della Rete per l'Eccellenza dell'italiano istituzionale*, (pp. 1-23). Commissione Europea, Rappresentanza Italiana.
- Eichhoff-Cyrus, K. M. (2008). Rechtssprache im Wandel. Die sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern in Rechtstexten von Bund und Ländern. In K. M. Eichhoff-Cyrus & G. Antos (Eds.), *Verständlichkeit als Bürgerrecht. Die Rechts- und Verwaltungssprache in der öffentlichen Diskussion*, (pp. 344-360). Mannheim: Dudenverlag.
- Elmiger, D. (2009). Sprachliche Gleichbehandlung von Frau und Mann: eine korpusgestützte Untersuchung über den Sprachwandel in der Schweiz. *Linguistik online* 39.3/09.
- Emilia-Romagna. (2017, November 16). Retrieved November 18, 2017, from <https://it.wikipedia.org/wiki/Emilia-Romagna>
- European Commission (2014). *Tackling the gender pay gap in the European Union*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Eurofound. (2016a). *The gender employment gap: Challenges and solutions*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Eurofound. (2016b). *Sixth European Working Conditions Survey – Overview report*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Eurostat. (2016). Eurostat - Tables, Graphs and Maps Interface (TGM) table. Retrieved November 16, 2017, from http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=t2020_10&language=en
- European Institute for Gender Equality. (2017). *Work in the EU: women and men at opposite ends*. Vilnius: European Institute for Gender Equality.

- Frauen-Biographie Forschung. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.fembio.org>
- Fischer, B. (2013). Die Macht der TranslatorInnen. *MDÜ - Fachzeitschrift für Dolmetscher und Übersetzer* 6, 18-22.
- Frauen sind keine Sonderfälle. (2013, June 6). *Der Tagesspiegel*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.tagesspiegel.de/wissen/generisches-femininum-an-der-unileipzig-frauen-sind-keine-sonderfaelle/8310626.html>
- Freake, R. (2012). A cross-linguistic corpus-assisted discourse study of language ideologies in Canadian newspapers. *Proceedings of the 2011 Corpus Linguistics Conference*, 1-11.
- Formato, F. (2014). *Language use and gender in the Italian Parliament*. (PhD dissertation). Lancaster University.
- Formato, F. (2017a). ‘Ci sono troie in giro in Parlamento che farebbero di tutto’: Italian female politicians seen through a sexual lens. *Gender and Language*, 11(3), 389-414.
- Formato, F. (2017b). Linguistic markers of sexism in the Italian media: a case study of ministra and ministro. *Corpora*, 11(3), 371-399.
- Foucault, M. (1990). *Archäologie des Wissens*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- FRA – European Union Agency for Fundamental Rights. (2014). *Violence against women: an EU-wide survey*. Vienna: FRA – European Union Agency for Fundamental Rights.
- Fusco, F. (2012). *La lingua e il femminile nella lessicografia italiana: tra stereotipi e (in)visibilità*. Alessandria: Edizioni dell’Orso.
- Gabriel, U., Gygax, P., Sarrasin, O., Garnham, A., & Oakhill, J. (2008). Au pairs are rarely male: Norms on the gender perception of role names across English, French, and German. *Behavior Research Methods*, 40(1), 206-212.
- Gabrielatos, C., Bibliography: Corpus Approaches to Discourse Studies. (2016, November 15). Retrieved November 18, 2017, from <https://www.edgehill.ac.uk/english/dr-costas-gabrielatos/?tab=bibliography-corpus-approaches-to-discourse-studies>
- Gardt, A. (2007). Diskursanalyse – Aktueller theoretischer Ort und methodische Möglichkeiten. In I. Warnke (Ed.), *Diskursanalyse nach Foucault. Theorie und Gegenstände*, (pp. 27–52) Berlin: De Gruyter.

- Garzanti Linguistica - Benaltrismo. Retrieved November 20, 2017, from <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=benaltrismo>
- Genere in Vocabolario - Treccani. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.treccani.it/vocabolario/genere/>
- Genderforschung. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/thema/Genderforschung>
- Geschlechtergerächt. (2010, September 3). Retrieved November 16, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/kultur/sprache-ohne-sexismus-geschlechtergeraecht-1.995244>
- Gesetz für die Gleichstellung von Frauen und Männern in der Bundesverwaltung und in den Unternehmen und Gerichten des Bundes (Bundesgleichstellungsgesetz - BGleiG). (2015 April 24). Retrieved November 16, 2017, from https://www.gesetze-im-internet.de/bgleig_2015/BJNR064300015.html
- Gigante, C. (2015, March 5). Si avvicina l'8 marzo e la Boldrini torna alla carica: "Parlate al femminile". *Il Giornale*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.ilgiornale.it/news/politica/arriva-l8-marzo-e-boldrini-torna-carica-parlate-femminile-1101912.html>
- Giusti, G. (2009). Linguaggio e questioni di genere: alcune riflessioni introduttive. In G. Giusti & S. Regazzoni (Eds.), *Mi fai male...*, (pp. 3-14). Venezia: Cafoscarina editrice.
- Giusti, G. (2016a). Unità 2: Simmetrie di forma, asimmetrie di uso. MOOC Linguaggio, identità di genere e lingua italiana, Università Ca' Foscari Venezia.
- Giusti, G. (2016b). Unità 4: Comprendere le resistenze. MOOC Linguaggio, identità di genere e lingua italiana, Università Ca' Foscari Venezia.
- Giusti, G. & Regazzoni S. (Eds.). (2009). *Mi fai male...* Venezia: Cafoscarina editrice.
- Die Gleichstellungsbeauftragte der Universität zu Köln. (2014). *ÜberzeuGENDERe Sprache Leitfaden für eine geschlechtersensible und inklusive Sprache*. Köln: Die Gleichstellungsbeauftragte der Universität zu Köln.
- Gleichstellungsbüro der Universität Göttingen. Sichtbarmachung. Retrieved November 16, 2017, from <https://www.uni-goettingen.de/de/123062.html>

- Grabrucker, M. (1988). Die Rechtssprache ist männlich. *Anwaltsblatt*, 12, 613-617.
- Grabrucker, M. (1993). *Vater Staat hat keine Muttersprache*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Grammatica e Sessismo. Retrieved November 20, 2017, from <https://grammaticaesessismo.com/>
- Gygax, P., Gabriel, U., Sarrasin, O., Oakhill, J., & Garnham, A. (2008). Generically intended, but specifically interpreted: When beauticians, musicians, and mechanics are all men. *Language and Cognitive Processes*, 23(3), 464-485.
- Haerdle, B. (2013, June 03). Sprachreform an der Uni Leipzig: Guten Tag, Herr Professorin *Spiegel Online*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/gleichberechtigung-uni-leipzig-nutzt-weibliche-bezeichnungen-a-903530-2.html>
- Harth-Peter, W. (2010). Sexismus in der Sprache: Ein Literaturbericht. 325-335.
- Haß-Zumkehr, U. (2003). Hat die Frauenbewegung Wortschatzgeschichte geschrieben? *Germanistische Linguistik*. 169: 161-179.
- Heine, M. (2015, October 15). Sprachlenkung : Professx statt Professor? So irre ist das nicht! *Die Welt*. Retrieved November 16, 2017, from <https://www.welt.de/kultur/article127502626/Professx-statt-Professor-So-irre-ist-das-nicht.html>
- Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. (2014). *Geschlechtergerechte Sprache*. Düsseldorf: Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.
- Hellinger, M. & Bierbach C. (1993). *Eine Sprache für beide Geschlechter*. Bonn: Deutsche UNESCO-Kommission.
- Hornscheidt, L. (2012). *feministische w_orte: ein lern-, denk-und handlungsbuch zu sprache und diskriminierung, gender studies und feministischer linguistik*. Frankfurt am Main: Brandes & Apsel.
- Horvath, L. K., & Sczesny, S. (2016). Reducing women's lack of fit with leadership positions? Effects of the wording of job advertisements. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(2), 316-328.

- Humboldt-Universität zu Berlin - Zentrum für Transdisziplinäre Geschlechterstudien. Retrieved November 16, 2017, from <https://www.gender.hu-berlin.de/de/zentrum/personen/ma/1682130>
- Intesa Udine-Trieste per promuovere l'uso non discriminatorio della lingua italiana. (2014, September 10). Retrieved November 16, 2017, from <http://qui.uniud.it/notizieEventi/ateneo/intesa-udine-trieste-per-promuovere-luso-non-discriminatorio-della-lingua-italiana>
- Il ministro Lorenzin: "Sono incinta di due gemelli". (2015, January 07). Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/politica/2015/01/07/foto/il_ministro_lorenzin_sono_incinta_di_due_gemelli_-104463020/1/#1
- Jakubiček, M., Kilgarriff, A., Kovář, V., Rychlý, P., & Suchomel, V. (2013, July). The tenten corpus family. In *7th International Corpus Linguistics Conference CL* (pp. 125-127).
- Die Jobbörse. Retrieved November 18, 2017, from <https://www.monster.de/>
- Kohlmaier, M. (2015, November 22). Ein Sternchen für alle. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/leben/gendern-in-der-sprache-ein-sternchen-fuer-alle-1.2748572>
- Klaus, M. (2016, September 7). Geschlechtergerechte Sprache: Gender Star und Binnen-I. *Deutsche Welle*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.dw.com/de/geschlechtergerechte-sprache-gender-star-und-binnen-i/a-19516371>
- Konerding, K. P. (2009). Diskurslinguistik—eine neue linguistische Teildisziplin. *Sprache*, 155-177.
- Kunze, C. (2013). *Geschlechtergerecht in Sprache und Bild* Kassel: Fachbereich 5 - Gesellschaftswissenschaften und Frauen- und Gleichstellungsbüro der Universität Kassel.
- Jaworska, S., & Krishnamurthy, R. (2012). On the F word: A corpus-based analysis of the media representation of feminism in British and German press discourse, 1990–2009. *Discourse & Society*, 23(4), 401-431.

Jobsuche - Indeed. Retrieved November 18, 2017, from <https://de.indeed.com/>

Landeskoordinierungsstelle Frauen und Sucht NRW, BELLA DONNA. (2015). *Leitfaden zur Umsetzung einer geschlechtergerechten Sprache in der Sucht- und Drogenhilfe NRW*. Essen: Landeskoordinierungsstelle Frauen und Sucht NRW, BELLA DONNA.

Lebert, A., & Zeug, K. (2016, July 20). Lann Hornscheidt: "Es ist eine Frage der Zeit, bis wir bei der Geburt kein Geschlecht mehr zugewiesen bekommen". *Die Zeit*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2016/04/lann-hornscheidt-geschlecht-identitaet-sprache-diskriminierung>

Legge 125/1991, art. 4, c.3. Azioni positive per la realizzazione della parità uomo-donna nel lavoro. Available from <http://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:1991-04-10;125>

Legge n. 903/1977, art.1. Parità di trattamento tra uomini e donne in materia di lavoro. Available from <http://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:1977-12-09;903>

Lepschy, G. (1989). *Lingua e sessismo*. In G. Lepschy (Ed.), *Nuovi saggi di linguistica italiana*, (pp. 61-84). Bologna: Il Mulino.

Lipovsky, C. (2014). Gender-specification and occupational nouns: has linguistic change occurred in job advertisements since the French feminisation reforms? *Gender and Language*,8(3), 361-392.

Lipovsky, C. (2015). Gender specification and occupational titles: An investigation of French women's CVs. *Sociolinguistic Studies*,9(1), 93-113.

Marcato, G. (Ed.). (2006). *Donna & linguaggio. Atti del Convegno internazionale di studi: Sappada-Plodn*, Padova: CLEUP.

Marcato, G. & Thüne E.M. (2003). Gender and female visibility in Italian. In H. Bußmann & M. Hellinger (Eds.), *Gender across languages: The linguistic representation of women and men 3* (pp. 187-217). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

- Marche. (2017, November 16). Retrieved November 18, 2017, from <https://it.wikipedia.org/wiki/Marche>
- Merkel, E. (2013). *The two faces of gender-fair language*. (PhD dissertation). Università degli Studi di Padova.
- Meiritz, A. (2015, November 18). Sprache mit Sternchen: Grüne wollen den Gender-* ganz groß rausbringen. *Spiegel Online*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/die-gruenen-machen-geschlechtsneutrale-sprache-zur-pflicht-a-1063228.html>
- Metz-Göckel, S. & Kamphans M. (2002). Zum geschlechterbewussten Sprachgebrauch. *Info-Papier 3*, 1-9.
- Mucchi Faina, A. (2016, June 29). Il sindaco o la sindaca? Le parole cambiano la percezione della realtà. Retrieved November 16, 2017, from <http://27esimaora.corriere.it/articolo/il-sindaco-o-la-sindaca-le-parole-cambiano-la-percezione-della-realta/>
- Müller S. & Fuchs C (1993). *Handbuch zur nichtsexistischen Sprachverwendung in öffentlichen Texten*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Nardone, C. (2014). *Analisi di espressioni e costruzioni sessiste all'interno della lingua amministrativa italiana tedesca: uno studio comparato tra bandi di concorso e Stellenausschreibungen*. (Tesi di Laurea Magistrale). Università di Bologna.
- Nardone, C. (2016). Asimmetrie semantiche di genere: un'analisi sull'italiano del corpus ItWaC. *gender/sexuality/italy 3*.
- Nardone, C. (2016, September). *Women and work: A cross-linguistic corpus-assisted discourse study in German and in Italian*. Paper presented at the conference CADAAD 2016, Università degli studi di Catania.
- Niehr, T. (2014). *Einführung in die linguistische Diskursanalyse*. Darmstadt: WBG - Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Nissen, U. K. (2003). Gender in Spanish: Tradition and innovation. In H. Bußmann & M. Hellinger (Eds.), *Gender across languages: The linguistic representation of women and men 3* (pp. 251-279). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

- Nossem, E. (2013). Vom Binnen-I über _zu*. *MDÜ - Fachzeitschrift für Dolmetscher und Übersetzer* 6, 10-16.
- Orletti, F. (Ed.). (2001). *Identità di genere nella lingua, nella cultura, nella società*, Roma: Armando Editore.
- Parlamento Europeo. (2016, August 2). Parlamento Europeo. Relazione sulla creazione di condizioni del mercato del lavoro favorevoli all'equilibrio tra vita privata e vita professionale - A8-0253/2016. Retrieved November 18, 2017, from <https://goo.gl/ed2TtW>
- Partington, A., Taylor, C., & Duguid, A. (2013). *Patterns and meanings in discourse: theory and practice in corpus-assisted discourse studies (CADS)*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- “Pressemitteilung 178/2013: Richtigstellung: Kein "Herr Professorin" an der Universität Leipzig. (2013, February 6). Retrieved November 18, 2017, from http://www.zv.uni-leipzig.de/service/kommunikation/medienredaktion/nachrichten.html?ifab_modus=detail&ifab_id=4994
- Prestigiacomio, S. & B. Pollastrini (2007). Ne parliamo con: Barbara Pollastrini e Stefania Prestigiacomio. *Lid'O – Lingua italiana d'oggi*, 4, 1-8.
- Provincia di Rovigo. (2017, November 17). Retrieved November 18, 2017, from https://it.wikipedia.org/wiki/Provincia_di_Rovigo
- Priulla, G. (2013). *C'è differenza. Identità di genere e linguaggi: storie, corpi, immagini e parole*. Milano: Franco Angeli.
- Publikationen - Noah Bubenhofer. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.bubenhofer.com/publikation.php?id=4>
- Pusch, L. F. (1984). *Das Deutsche als Männersprache*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Quiz zur Genderforschung - Wissen. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 18, 2017, from <http://quiz.sueddeutsche.de/quiz/fd3dd78e85fdbbe84944e95047333fce>

- RAMON – Reference and Management Of Nomenclatures. Classificazione statistica delle attività economiche nella Comunità europea, Rev. 2 (NACE Rev. 2). Retrieved November 18, 2017, from <https://goo.gl/hWf6mF>
- Rat für deutsche Rechtschreibung. Fragen und Antworten: Frage 1: Ist das Binnen-I ein Rechtschreibfehler? Retrieved November 18, 2017, from <http://rechtschreibrat.ids-mannheim.de/rechtschreibung/frage1.html>
- Relazione su una strategia d'informazione e comunicazione per l'Unione europea (2002/2205(INI)).* Available from <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A5-2003-0053&language=IT>
- Il Resto del Carlino. (2017, November 16). Retrieved November 18, 2017, from https://it.wikipedia.org/wiki/Il_Resto_del_Carlino
- Rheinische Post. (2017, November 11). Retrieved November 18, 2017, from https://de.wikipedia.org/wiki/Rheinische_Post
- Robustelli, C. (2011). L'uso del genere femminile nell'italiano contemporaneo: teoria, prassi, proposte. In AA.VV. *Atti della X Giornata della Rete per l'Eccellenza dell'italiano istituzionale*. Commissione Europea, Rappresentanza Italiana.
- Robustelli, C. (2012). *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo*. Firenze: Comune di Firenze.
- Robustelli, C. (2013, March 3). Come evitare il sessismo nella lingua italiana. *Corriere della Sera*. Retrieved January 18, 2016, from http://27esimaora.corriere.it/articolo/come-evitare-il-sessismo-della-lingua-italiana/?refresh_ce_cp
- Robustelli, C. (2013, March). Infermiera sì, ingegnera no? Retrieved November 18, 2017, from <http://www.accademiadellacrusca.it/it/tema-del-mese/infermiera-s-ingegnera>
- Robustelli, C. (2014). *Donne, Grammatica e Media*. Gi.U.Li.A Giornaliste.
- Robustelli, C., & Marazzini, C. (2015, December). Forestierismi e professioni femminili: due settori degni di attenzione. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.accademiadellacrusca.it/it/tema-del-mese/forestierismi-mestieri-femminili-due-settori-degni-attenzione>

- Rodotà, M. L. (2011, February 8). Se il Segretario Cgil Donna. Retrieved November 18, 2017, from http://www.corriere.it/cronache/11-febbraio-08/rodota-segretario-cgil_a029c16c-339d-11e0-ae6d-00144f486ba6.shtml
- Sabbadini, L. L. (2017, March 02). Più lavoro a condizioni peggiori. Così la parità resta un miraggio. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.lastampa.it/2017/03/01/societa/e-sempre-l-8-marzo/pi-lavoro-a-condizioni-peggiori-cos-la-parit-resta-un-miraggio-yAGiD3gCUsSuRaxZOrREpL/pagina.html>
- Sabatini, A (1987). *Il sessismo nella lingua italiana*. Roma: Ist. Poligrafico e Zecca dello Stato, Libreria dello Stato.
- Sabatini, F (1993). Più che una prefazione. In A. Sabatini, *Il sessismo nella lingua italiana, di Alma Sabatini* (pp. 9-15). Roma: Ist. Poligrafico e Zecca dello Stato, Libreria dello Stato.
- Sapegno, M. S. (Ed.). (2010). *Che genere di lingua?: Sessismo e potere discriminatorio delle parole*. Roma: Carocci.
- Schafroth, E. (1993). Berufsbezeichnungen für Frauen in Frankreich: sprachpolitische Maßnahmen und sprachliche Wirklichkeit. *Lebende Sprachen*, 2, 64–67.
- Schafroth, E. (2003). Gender in French: Structural properties, incongruences and asymmetries. In H. Bußmann & M. Hellinger (Eds.), *Gender across languages: The linguistic representation of women and men* (pp. 87-117). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Schafroth, E. (2013). La féminisation des noms de métier et des titres dans trois langues romanes (français, italien, espagnol): convergences et divergences. In M. Karyolemou & P. Pavlou (Eds.), *Language Policy and Planning in the Mediterranean World* (pp. 103-120). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Schafroth, E. (2015). Vergleichende Diskursanalyse als romanistische Forschungspraxis. Zur Rezeption des Sarrazin-Diskurses in französischen, italienischen und spanischen

- Printmedien. In A. Heinemann & C. Schlaak (Eds.), *Politische und mediale Diskurse. Fallstudien aus der Romania* (pp. 57-82). Berlin: Frank & Timme.
- Scheub, U. (2003, January). *Der lange Marsch des großen I durch die Institutionen*. Paper presented at the Friedrich-Ebert-Stiftung. Retrieved from <http://www.utescheub.de/docs/Spraechinnen.pdf>
- Scholz, A. (2015, July 8). Feuerwehrfrauen und Geburtshelfer helfen bei der Berufswahl. *Der Tagesspiegel*. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.tagesspiegel.de/wissen/gender-in-der-sprache-feuerwehrfrauen-und-geburtshelfer-helfen-bei-der-berufswahl/12023192.html>
- Scholz, A., & Kerstan, T. (2016, June 16). Sprache: Es heißt Studenten! Studierende! *Die Zeit*. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.zeit.de/2016/24/sprache-gender-studenten-streit-studierende>
- Sketch Engine - Learn how language works. Retrieved November 18, 2017, from <https://www.sketchengine.co.uk/>
- Szczesny, S., Formanowicz, M., & Moser, F. (2016). Can Gender-Fair Language Reduce Gender Stereotyping and Discrimination? *Frontiers in Psychology*, 7.
- Segretària in Vocabolario - Treccani. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.treccani.it/vocabolario/segretaria/>
- Segretario in Vocabolario - Treccani. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.treccani.it/vocabolario/segretario/>
- Il sessismo nella lingua italiana - Il convegno (Modena, 2017). (2017, April 01). Retrieved November 20, 2017, from <https://sessismonellalinguaitaliana.wordpress.com/il-convegno-modena-2017/>
- Sexismus-Debatte. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/thema/Sexismus-Debatte>
- Spitzmüller, J., & Warnke, I. (2011). *Diskurslinguistik: eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse*. Berlin: Walter De Gruyter.
- Statista - das Statistik-Portal: Statistiken, Marktdaten & Studien. Retrieved November 18, 2017, from <https://de.statista.com/>

- Steiger, V. (2008). Generisch maskuline Personenbezeichnungen und deren Alternativen in juristischen Texten. In K. M. Eichhoff-Cyrus & G. Antos (Eds.), *Verständlichkeit als Bürgerrecht. Die Rechts- und Verwaltungssprache in der öffentlichen Diskussion*, (pp. 361-370). Mannheim: Dudenverlag.
- Steiger, V. & Irmen L. (2011). Recht verständlich und gender-fair: Wie sollen Personen in amtlichen Texten bezeichnet werden? Ein Vergleich verschiedener Rezipientengruppen zur Akzeptanz geschlechtergerechter Rechtssprache. *Linguistische Berichte* 227, 297-322.
- Stoldt, T. (2017, August 24). Gender-Neusprech: Die Grenzen der geschlechtergerechten Sprache. *Die Welt*. Retrieved November 18, 2017, from <https://www.welt.de/regionales/nrw/article144149558/Die-Grenzen-der-geschlechtergerechten-Sprache.html>
- Swanberg, J., Macke, C., & Logan, T. (2007). Working Women Making It Work. *Journal of Interpersonal Violence*, 22(3), 292-311.
- Taylor, C. (2013). Searching for similarity using corpus-assisted discourse studies. *Corpora* 8.1, 81-113.
- Taylor, C. (2017, March). *Oranges and apples? Comparing across multilingual corpora*. Paper presented at the conference Corpus Linguistics in the South 14, Birkbeck, University of London.
- Thüne, E. M. L'Acqua in movimento. Questioni di genere grammaticale e lessico femminile. In *Donna & linguaggio*. In G. Marcato (Ed.), *Donna & linguaggio. Atti del Convegno internazionale di studi: Sappada-Plodn* (pp- 111-128). Padova: CLEUP.
- Trenkamp, O. (2014, April 24). Gerechte Sprache an der Uni: Professix im Geschlechterkampf. *Spiegel Online*. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/gendertheorie-studierx-lann-hornscheidt-ueber-gerechte-sprache-a-965843.html>
- Trömel-Plötz, S. (1978). Linguistik und Frauensprache. *Linguistische Berichte*, 57, 49-68.

- Uni Potsdam führt weibliche Sammelbegriffe ein. (2013, July 5). *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/bildung/debatte-um-geschlechtergerechte-sprache-uni-potsdam-fuehrt-weibliche-sammelbegriffe-ein-1.1713158>
- Van Compernelle, R. (2009). What do women want? Linguistic equality and the feminization of job titles in contemporary France. *Gender and Language*, 3, 33-52.
- Ventura, I. (2016, June 29). Università di Bologna, la rivoluzione rosa parte dal linguaggio. Retrieved November 18, 2017, from http://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/06/29/news/universita_di_bologna_la_rivoluzione_rosa_parte_dal_linguaggio-143021546/?ref=fbpr
- Vervecken, D. & Hannover, B. (2015). "Yes I Can!" *Social Psychology*, 46, 2, 76-92.
- Vervecken, D., Gygax, P. M., Gabriel, U., Guillod, M., & Hannover, B. (2015). Warm-hearted businessmen, competitive housewives? Effects of gender-fair language on adolescents' perceptions of occupations. *Frontiers in Psychology*, 6.
- Vessey, R. (2013). Challenges in cross-linguistic corpus-assisted discourse studies. *Corpora* 8.1, 1-26.
- Wengeler, M. (2008). Ausländer dürfen nicht Sündenböcke sein – Diskurslinguistische Methodik, präsentiert am Beispiel zweier Zeitungstexte. *Methoden der Diskurslinguistik*, 207-236.
- Wengeler, M. (2015a). Die Analyse von Argumentationsmustern als Beitrag zur "transtextuell orientierten Linguistik". In H. Kämper & I. Warnke (Eds.), *Diskurs – interdisziplinär. Zugänge, Gegenstände, Perspektiven* (pp. 47-62). Berlin/Boston: De Gruyter.
- Wengeler, M. (2015b). Patterns of Argumentation and the Heterogeneity of Social Knowledge. *Journal of Language and Politics*, 14.5, 689-711.
- Wengeler, M. & Römer, D. (2013). „Wirtschaftskrisen“ begründen / mit „Wirtschaftskrisen“ legitimieren. Ein diskurshistorischer Vergleich. In M. Wengeler & A. Ziem (Eds.),

Sprachliche Konstruktionen von Krisen: interdisziplinäre Perspektiven auf ein fortwährend aktuelles Phänomen (pp. 269–288). Bremen: Hempen Verlag.

Wengeler, M. & Ziem A. (Eds) (2013). *Sprachliche Konstruktionen von Krisen: interdisziplinäre Perspektiven auf ein fortwährend aktuelles Phänomen*. Bremen: Hempen.

World Economic Forum. The Global Gender Gap Report 2016. Retrieved November 18, 2017, from <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/>

“Work-life balance - Ultime notizie su Work-life balance”. *Il Sole 24 Ore*. (2016, February 28). Retrieved November 18, 2017, from <http://argomenti.ilsole24ore.com/parolechiave/work-life-balance.html>

Zentrale Frauenbeauftragte der Freien Universität Berlin. Geschlechtersensible Sprache. Retrieved November 18, 2017, from <http://www.fu-berlin.de/sites/frauenbeauftragte/media/FU-Frauenbeauftragte-Flyer-2014-x30-web-geschlechtergerechtigkeit.pdf>

Zentrale Gleichstellungsbeauftragte der Universität Potsdam (2012). *Leitfaden zur Anwendung einer gendergerechten Sprache*. Potsdam: Universität Potsdam.

Appendice 1: Composizione dei corpora sugli annunci di lavoro (Capitolo 4)

Tabella 1: Elenco aziende composizione dei corpora

	Corpus DE			Corpus IT		
	Azienda	Sito internet	N° annunci	Azienda	Sito internet	N° annunci
1	Adac DE	https://www.adac.de/	3	Abacoingegneria IT	http://www.abacoingegneria.com/	1
2	Adidas DE	https://www.adidas-group.com/de/	4	Abc Tools IT	http://www.abctools.it/	1
3	AHC DE	https://www.ahc-surface.com/de/home.html	2	Adidas DE	http://www.adidas.it/	4
4	Air Berlin DE	https://www.airberlin.com/	4	Aeffe IT	http://www.aeffe.com/home.php	2
5	Allianz DE	https://www.allianz.de/	5	Aetna IT	http://www.aetnagroup.com/IT/	2
6	Alphabet DE	https://www.alphabet.com/de-de	3	Agrati IT	http://www.agrati.com/it/	2
7	Arburg DE	https://www.arburg.com/de/de/	4	Allianz DE	http://www.allianz.it/	5
8	Arkadia IT	https://www.arkadiatranslations.com/index.php/de/	5	Alphabet DE	https://www.alphabet.com/it-it	2
9	Auma DE	https://www.auma.com/de/	3	Arkadia IT	https://www.arkadiatranslations.com/index.php/it/	5
10	Autoblok IT	https://www.smw-autoblok.de/index.php?lang=de	3	Artsana IT	http://www.artsana.com/	1
11	Bahlsen DE	http://www.bahlsen.de/de	5	Assolombarda IT	http://www.assolombarda.it/	4
12	Balluff DE	http://www.balluff.com/local/de/home/	3	Attas IT	http://www.attas.it/	1
13	Barba DE	http://www.barba-legal.com/index.php	2	Autoblok IT	http://www.smwautoblok.it/	2
14	Barilla IT	https://www.barilla.com/de-at	5	Banca Mediolanum IT	https://www.bancamediolanum.it/	5
15	BASF DE	https://www.basf.com/de/de.html	5	Barba DE	http://www.barba-legal.com/it/index.php	2
16	Bauer DE	http://www.bauer.de/bauer_group/index.html	3	BASF DE	https://www.basf.com/it/it.html	5
17	Bauerfeind DE	https://www.bauerfeind.de/de/start.html	4	Bayer DE	http://www.bayer.it/	5
18	Bayer DE	https://www.bayer.de/	5	Beiersdorf DE	http://www.beiersdorf.it/	5
19	BBraun DE	https://www.bbraun.de/de.html	3	Benetton IT	http://www.benettongroup.com/it/	5
20	Beiersdorf DE	https://www.beiersdorf.de/	5	Berendsohn DE	http://www.berendsohn.it/	3
21	Beiten Burkhardt DE	https://www.beiten-burkhardt.com/de/	4	BMW DE	https://www.bmw.it/it/index.html	5
22	Benetton IT	https://de.benetton.com/	5	Boehringer DE	https://www.boehringer-ingelheim.it/	4
23	Berendsohn DE	http://www.berendsohn.de/	4	Bosch DE	http://www.bosch.it/it/starpage_6/country-landingpage.php	5

24	Berolina DE	http://www.berolina.de/	1	Bpress IT	http://www.bpress.it/	3
25	BHW DE	https://www.bhw.de/	2	Bravo Solution IT	http://bravosolution.it/	1
26	Bizerba DE	https://www.bizerba.com/de/home/	1	Brevini IT	http://www.brevini.com/	4
27	BMW DE	http://www.bmw.de/de/home.html	5	Bulgari IT	https://www.bulgari.com/it-it/	1
28	Boehringer DE	https://www.boehringer-ingelheim.de/	5	Bureau Plattner IT	http://www.bureauplattner.com/it/	2
29	Bosch DE	http://m.bosch.de/de/de/startpage_1/country-landingpage.php	5	Caleffi IT	https://www.caleffi.com/italy/it	5
30	Bracco IT	http://imaging.bracco.com/de-de	2	Calzedonia IT	https://it.calzedonia.com/	5
31	Bravosolution IT	http://bravosolution.de/	1	Camozzi IT	http://www.camozzi.it/it/camozzigroup/automation/home	2
32	Brevini IT	http://www.brevini.de/	2	Candy IT	http://www.candy.it/it_IT/	4
33	Brose DE	https://www.brose.com/de-de/	2	Carel IT	http://www.carel.it/	5
34	BSH DE	https://www.bsh-group.com/de/	4	Cba IT	http://www.cbalex.com/it/	5
35	Bulgari IT	https://www.bulgari.com/de-de/	3	Cefla IT	https://www.cefla.com/it/	5
36	Calzedonia IT	https://de.calzedonia.com/	5	Cerved IT	https://www.cerved.com/	5
37	Candy IT	http://www.candy.de/de_DE/	1	Chiesi IT	http://www.chiesigroup.com/	5
38	Carl Zeiss DE	https://www.zeiss.de/carl-zeiss-jena/carl-zeiss-jena-gmbh.html	5	Climaveneta IT	https://www.climaveneta.com/IT/	5
39	Cba IT	http://www.cbalex.com/de/	2	Codognotto IT	http://www.codognotto.eu/it	1
40	CHG DE	https://www.chg-meridian.com/de/	2	Coesia IT	http://www.coesia.com/it	5
41	Chiesi IT	https://www.chiesi.de/	5	Cogne Acciai IT	http://www.cogne.com/	2
42	CMS DE	https://cms.law/de/DE_U/	4	Continental DE	https://www.continental-pneumatici.it/auto	5
43	Codognotto IT	http://www.codognotto.eu/de	1	Creden IT	http://www.creden.it/	3
44	Coesia IT	http://www.coesia.com/	1	CSB System DE	http://www.csb.com/it-it/home.html	5
45	Commerzbank DE	https://www.commerzbank.de/portal/de/privatkunden/startseite.html	3	Datev DE	https://www.datevkoinos.it/	4
46	Continental DE	https://www.continental-corporation.com/de	5	Deichmann DE	https://www.deichmann.com/IT/it/shop/welcome.html	5
47	CSB System DE	http://www.csb.com/de-de/home.html		Dekra DE	http://www.dekra.it/	5
48	Cushman & Wakefield DE	http://www.cushmanwakefield.com/en/properties/germany/	3	DeLonghi IT	http://www.delonghi.com/it-it	5
49	Datamodul DE	https://www.datamodul.com/de/home.html	2	Deutsche Bank DE	https://www.db.com/italia/	5
50	Datev DE	https://www.datev.de/web/de/startseite/startseite-n/	5	Diesel IT	https://it.diesel.com/it/	5
51	Daw Maler DE	http://www.daw.de/home.html	1	Douglas DE	https://www.douglas.it/	2

52	DB Bahn DE	https://www.bahn.de/p/view/index.shtml	5	Ducati IT	http://www.ducati.it/index_d_o	5
53	Deichmann DE	https://www.deichmann.com/DE/de/shop/welcome.html	5	Elettronica IT	http://www.eb.elettronica.it/default.htm	5
54	Dekabank DE	https://www.deka.de/deka-gruppe	2	Emak IT	http://www.emak.it/	2
55	Dekra DE	http://www.dekra.de/de/home	5	Enel IT	https://www.enel.it/mercato/libero/it-IT	5
56	Demag Cranes DE	http://www.demagcranes.com/Demag.jsessionid=CAD016D90A62E609B8D5F684C588E1A4.nodeb	1	Eni IT	https://www.eni.com/it_IT/home.page	5
57	Derra Mayer DE	https://www.derra.eu/de/standorte.html	1	Enit IT	http://www.enit.it/it/	3
58	Dettendorfer DE	http://www.dettendorfer.de/	2	Faac IT	https://faac.it/	5
59	Deutsche Bank DE	https://www.db.com/company/index_de.htm	3	Fabbri IT	http://www.fabbri1905.com/	5
60	Deutsche Leasing DE	https://www.deutsche-leasing.com/de	1	Far Networks IT	http://www.farnetworks.com/en/home/	2
61	Deutsche Messe DE	http://www.messe.de/	2	Fedrigoni IT	http://www.fedrigonicartiere.com/	3
62	Deutz Fahr Land IT	http://www.deutz-fahr.com/de-de/	5	Feralpi IT	http://www.feralpi.de/de/unternehmen.html	3
63	DHL DE	https://www.dhl.de/de/privatkunden.html	4	Ferrero IT	https://www.ferrero.it/	5
64	Diesel IT	https://de.diesel.com/de/		Fiamm IT	https://www.fiamm.com/it/	5
65	DKV DE	http://www.dkv.com/	5	Fischer DE	http://www.fischeritalia.it/	5
66	Drees Sommer DE	https://www.dreeso.com/	3	Fisia IT	http://www.fisiat.com/	1
67	Ducati IT	http://www.ducati.de/index.do	5	Fratelli Beretta IT	http://www.fratelliberetta.com/	5
68	Durable DE	https://www.durable.de/startseite.html	1	Gea IT	http://www.hunext.com/	4
69	Eisenmann DE	http://www.eisenmann.com/de.html	3	Generali IT	https://www.generali.it/generaliit/home.do	2
70	Emons DE	http://www.emons.de/	3	Geri Hdp IT	http://www.gerihdp.com/	3
71	Eni IT	https://www.eni.com/en_DE/home.html	5	Gewiss IT	http://www.gewiss.com/prv/it_IT/index.html	5
72	Eon DE	https://www.eon.de/de/pk.html	5	Gfk DE	http://www.gfk.com/it/	1
73	Eric Jaeger DE	http://www.erich-jaeger.de/	1	Gi Group IT	http://www.gigroup.it/	1
74	ESW Jenoptik DE	https://www.jenoptik.de/	3	Giacomini IT	https://it.giacomini.com/	2
75	Evonik DE	http://corporate.evonik.com/de	5	Goldenlady IT	http://www.goldenlady.com/it/	5
76	Faber Castell DE	https://www.faber-castell.at/	5	Grenke DE	https://www.grenke.it/it.html	4
77	FCA IT	http://www.fca-karriere.de/	5	Gruppo CLN IT	http://www.gruppocln.com/	3
78	Fedrigoni IT	http://www.fedrigoni.de/	4	Gruppo Maccaferri IT	https://www.maccaferri.com/it/	5
79	Fercam IT	http://www.fercam.com/de/home-1.html	5	Hager DE	http://www.hager.it/	1
80	Ferrari IT	https://www.ferrari.com/de-AT	1	Hermle DE	https://www.hermle.de/it/home	1
81	Ferrero IT	https://www.ferrero.it/	5	Hugo Boss DE	http://www.hugoboss.com/it/home	2

82	Fischer DE	https://www.fischer.de/de-de	5	Humanitas IT	http://www.humanitas.it/	5
83	Fresenius DE	https://www.fresenius.de/	5	Icafoods IT	http://www.icafoods.it/	2
84	Freudenberg DE	https://www.freudenberg.com/de.html	5	Ista DE	https://www.ista.com/it/	4
85	Funkgruppe DE	https://www.funkgruppe.de/de/	4	Itgate IT	http://www.itgate.it/	1
86	Generali IT	https://www.generali.de/ueber-general/ueber-uns	5	Jungheinrich DE	http://www.jungheinrich.it/	5
87	Gerb DE	https://www.gerb.com/	4	Krannich DE	http://eu.krannich-solar.com/	1
88	GfK DE	http://www.gfk.com/de/	5	Lombardini IT	http://www.lombardinigrupp.it/homepage	5
89	GiGroup IT	http://www.gigroup.de/	5	Luxottica IT	http://www.luxottica.com/it	5
90	Goldbeck DE	https://www.goldbeck.de/startseite/	3	Marposs IT	http://www.marposs.com/	5
91	Grenke DE	https://www.grenke.de/de.html	5	Marzotto IT	http://www.marzottogroup.it/	5
92	Hager DE	https://www.hager.de/	1	Max Mara IT	https://it.maxmara.com/	5
93	Hapag Lloyd DE	https://www.hapag-lloyd.com/en/home.html	5	Menarini IT	http://www.menarini.it/	5
94	Haribo DE	https://www.haribo.com/deDE/startseite.html	5	Miroglio IT	http://www.mirogliogroup.com/it/	5
95	Haru DE	http://www.harueinbruchschutz.de/	3	Mondadori IT	http://www.mondadori.it/	5
96	Hatz DE	http://www.hatzdiesel.com/startseite/	2	Mondial IT	http://www.mondial.it/italia/no/	4
97	HDI DE	https://www.hdi.de/privatkunden	5	MPS IT	https://www.mps.it/Pagine/index.aspx	1
98	Hermle DE	https://www.hermle.de/de/home	4	Novamont IT	http://www.novamont.com/	5
99	Homag DE	https://www.homag.com/	5	Osram DE	https://www.osram.it/cb/	5
100	Hoppecke DE	https://www.hoppecke.com/de/	4	Parmalat IT	http://www.parmalat.com/it/	5
101	Hrs DE	https://www.hrs.de/hotel/deutschland/	5	Penny Markt DE	http://www.pennymarket.it/Homepage/Homepage/penny_home.aspx	5
102	Hugo Boss DE	http://www.hugoboss.com/de/home	5	Piovan IT	http://www.piovan.com/it	5
103	Hummel DE	https://www.hummel.com/de/	4	Pirelli IT	http://www.pirelli.com/global/it-it/homepage	5
104	HypoVereinsbank IT	https://www.hypovereinsbank.de/portal?view=/de/privatkunden.jsp	5	Pittini IT	http://www.pittini.it/	5
105	iGuzzini IT	http://www.iguzzini.com/de/	1	Radici Group IT	http://www.radicigroup.com/it	1
106	Ihi DE	https://www.ihicsi.de/	5	Riva Acciaio IT	http://www.rivagroup.com/it/	1
107	Ipsen DE	http://www.ipsen.de/	3	Roedel DE	http://www.roedel.com/it/it/	5
108	Ista DE	https://www.ista.com/de/	5	Roland DE	https://www.roland-italia.it/index.html	1
109	Jungheinrich DE	http://www.jungheinrich.de/	5	Rubelli IT	http://www.rubelli.com/it/	5

110	Kaercher DE	https://www.kaercher.com/de/	1	Sacmi IT	http://www.sacmi.it/	5
111	Kieback Peter DE	https://www.kieback-peter.de/	4	Safilo IT	http://www.safilogroup.com/it/	1
112	KIKO IT	http://www.kikocosmetics.com/de-de/	5	Same Deutz IT	http://www.sdfgroup.com/it/	5
113	Clueber DE	https://www.clueber.com/de/	5	San Paolo IT	https://www.intesasanpaolo.com/it/persone-e-famiglie.html	5
114	Kpwt DE	http://www.kpwt.de/de/	3	Schmieranlagen IT	http://www.mql.it/	3
115	Krannich DE	http://it.krannich-solar.com/	4	Sick DE	https://www.sick.com/it/it/profilo-aziendale-sick-ag/w/about/	2
116	Kuebler DE	https://www.kuebler.com/german2/index.html	5	Siemens DE	https://www.siemens.com/it/it/home.html	5
117	Lanxess DE	https://lanxess.de/de/corporate/home/	5	Synlab IT	http://www.synlab.it/	5
118	Lavazza IT	http://www.lavazza.de/de/	4	Telecom Italia IT	https://www.tim.it/	5
119	Lufthansa DE	http://www.lufthansa.com/de/de/Homepage	5	Tenaris IT	http://www.tenaris.com/italy/it/default.aspx	5
120	Luxottica IT	http://www.luxottica.com/en	1	Trenitalia IT	http://www.trenitalia.com/	5
121	Marposs IT	http://www.marposs.com/index.php/ger	5	Trevi IT	http://www.trevispa.com/it/	5
122	Menarini IT	http://www.menarinidiagnostics.de/	5	Tüv DE	https://www.tuv.it/it-it	5
123	Netinera IT	http://www.netinera.de/	5	Umbra Group IT	https://www.umbragroup.com/it/home	3
124	Pirelli IT	https://www.pirelli.com/tyres/de-de/pkw/homepage	5	Unicredit IT	https://www.unicredit.it/it/pprivati.html	5
125	Riello IT	https://www.riello-ups.de/	1	Versace IT	http://www.versace.com/it/it-home/	3
126	Rulmeca IT	http://www.rulmeca.com/de/	5	Villa Vigoni IT	http://www.villavigoni.it/	1
127	Rwe DE	http://www.rwe.com/web/cms/de/8/rwe/	5	Volkswagen DE	https://www.volkswagen.it/it.html	5
128	Sicomat IT	http://www.sicomat.com/DE/index.html	1	Würth DE	https://eshop.wuerth.it/it/IT/EUR	5
129	Siemens DE	https://www.siemens.com/de/de/home.html	5	Yellow Hub IT	http://www.yellowhub.it/	5
130	Stihl DE	http://www.stihl.de/	5	Zegna IT	https://www.zegna.it/it-it/home.html	2
131	Texa IT	https://www.texadeutschland.com/	2			
132	Villa Vigoni IT	http://www.villavigoni.it/index.php?sez_id=9&pag_id=1&lang_id=4	1			
133	Volkswagen DE	https://www.volkswagen.de/de.html	1			
134	Yellowhub IT	http://www.yellowhub.de/	4			

TABELLA 2: Composizione per settori (corpus IT)

Settore aziendale	Aziende	N° annunci
ATTIVITÀ PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE	Abacoingegneria IT, Arkadia IT, Barba DE, Berendsohn DE, Bpress IT, Bureau Plattner IT, Cba IT, Dekra DE, Gfk DE, Roedl DE, Roland DE, Tüv DE, Yellow Hub IT	43
ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	Abc Tools IT, Adidas DE, Aeffe IT, Aetna IT, Agrati IT, Artsana IT, Attas IT, Autoblok IT, BASF DE, Bayer DE, Beiersdorf DE, Benetton IT, BMW DE, Boehringer DE, Bosch DE, Brevini IT, Bulgari IT, Caleffi IT, Calzedonia IT, Camozzi IT, Candy IT, Carel IT, Cefla IT, Chiesi IT, Climaveneta IT, Coesia IT, Cogne Acciai IT, Continental DE, Deichmann DE, DeLonghi IT, Diesel IT, Ducati IT, Elettronica IT, Emak IT, Faac IT, Fabbri IT, Fedrigoni IT, Feralpi IT, Ferrero IT, Fiamm IT, Fischer DE, Fratelli Beretta IT, Gea IT, Gewiss IT, Giacomini IT, Goldenlady IT, Gruppo CLN IT, Hermle DE, Hugo Boss DE, Icafoods IT, Jungheinrich DE, Lombardini IT, Luxottica IT, Marposs IT, Marzotto IT, Max Mara IT, Menarini IT, Miroglio IT, Mondial IT, Novamont IT, Osram DE, Parmalat IT, Piovan IT, Pirelli IT, Pittini IT, Radici Group IT, Riva Acciaio IT, Rubelli IT, Sacmi IT, Safilo IT, Same Deutz IT, Schmieranlagen IT, Sick DE, Siemens DE, Tenaris IT, Trevi IT, Umbra Group IT, Versace IT, Volkswagen DE, Würth DE, Zegna IT	318
ATTIVITÀ FINANZIARIE E ASSICURATIVE	Allianz DE, Banca Mediolanum IT, Cerved IT, Creden IT, Deutsche Bank DE, Generali IT, Geri Hdp IT, MPS IT, San Paolo IT, Unicredit IT	39
ATTIVITÀ AMMINISTRATIVE E DI SERVIZI DI SUPPORTO	Alphabet DE, Bravo Solution IT, CSB System DE, Far Networks IT, Gi Group IT, Grenke DE, Itgate IT, Assolombarda IT	20
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO	Codognotto IT, Trenitalia IT	6
COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO	Douglas DE, Penny Markt DE	7
FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA	Enel IT, Eni IT, Hager DE, Ista DE	15

CONDIZIONATA ESTRAZIONE PETROLIO GREGGIO E DI GAS NATURALE	- DI		
SERVIZI INFORMAZIONE COMUNICAZIONE	DI E	Enit IT, Mondadori IT, Telecom Italia IT, Datev DE	17
COSTRUZIONI		Fisia IT, Gruppo Maccaferri IT, Krannich DE	7
SANITÀ E ASSISTENZA SOCIALE		Humanitas IT, Synlab IT	10
ISTRUZIONE		Villa Vigoni IT	1

TABELLA 3: Composizione per settori (corpus DE)

Settore aziendale	Aziende	N° annunci
ATTIVITÀ PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE TECNICHE	Arkadia IT, Barba DE, Beiten Burkhardt DE, Berendsohn DE, Berolina DE, Cba IT, Dekra DE, Derra Mayer DE, Gfk DE, Kpwt DE, Yellowhub IT	36
ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	Adidas DE, AHC DE, Arburg DE, Auma DE, Autoblok IT, Bahlsen DE, Balluff DE, Barilla IT, BASF DE, Bauer DE, Bauerfeind DE, Bayer DE, BBraun DE, Beiersdorf DE, Benetton IT, Bizerba DE, BMW DE, Boehringer DE, Bosch DE, Brevini IT, Brose DE, BSH DE, Bulgari IT, Calzedonia IT, Candy IT, Carl Zeiss DE, Chiesi IT, Coesia IT, Continental DE, Datamodul DE, Daw Maler DE, Deichmann DE, Demag Cranes DE, Deutz Fahr Land IT, Diesel IT, Ducati IT, Durable DE, Eisenmann DE, Eric Jaeger DE, ESW Jenoptik DE, Evonik DE, Faber Castell DE, FCA IT, Fedrigoni IT, Ferrari IT, Ferrero IT, Fischer DE, Fresenius DE, Freudenberg DE, Hager DE, Haribo DE, Haru DE, Hatz DE, Hermle DE, Homag DE, Hoppecke DE, Hugo Boss DE, Hummel DE, iGuzzini IT, Ihi DE, Jungheinrich DE, Kaercher DE, Kieback Peter DE, KIKO IT, Klueber DE, Lanxess DE, Lavazza IT, Luxottica IT, Marposs IT, Menarini IT, Pirelli IT, Riello IT, Rulmeca IT, Sicomat IT, Siemens DE, Stihl DE, Texa IT, Volkswagen DE	285
ATTIVITÀ FINANZIARIE E ASSICURATIVE	Allianz DE, BHW DE, Commerzbank DE, Dekabank De, Deutsche Bank DE, Deutsche Leasing DE,	35

	Funkgruppe DE, Generali IT, HDI DE, HypoVereinsbank IT	
ATTIVITÀ AMMINISTRATIVE E DI SERVIZI DI SUPPORTO	Alphabet DE, Bravosolution IT, CHG DE, CMS DE, CSB System DE, Deutsche Messe DE, GiGroup IT, Grenke DE, Hrs DE	32
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO	Air Berlin DE, Codognotto IT, DB Bahn DE, Dettendorfer DE, DHL DE, Emons DE, Fercam IT, Hapag Lloyd DE, Lufthansa DE, Netinera IT	39
FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA CONDIZIONATA - ESTRAZIONE DI PETROLIO GREGGIO E DI GAS NATURALE	Eni IT, Eon DE, Ista DE, Rwe DE	20
SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	Datev DE	5
COSTRUZIONI	Drees Sommer DE, Gerb DE, Goldbeck DE, Ipsen DE, Krannich DE	17
SANITÀ E ASSISTENZA SOCIALE	Bracco IT	2
ISTRUZIONE	Villa Vigoni IT	1
ALTRE ATTIVITÀ DI SERVIZI	Adac DE	3
ATTIVITÀ IMMOBILIARI	Cushman & Wakefield DE	3
AMMINISTRAZIONE PUBBLICA E DIFESA	DKV DE	5

TABELLA 4: Lista delle aziende in comune

	Nome azienda	Paese	N° annunci DE	N° annunci IT
1	Adidas	Germania	4	4
2	Allianz	Germania	5	5
3	Alphabet	Germania	3	2
4	Arkadia	Italia	5	5
5	Autoblok	Italia	3	2
6	Barba	Germania	2	2
7	BASF	Germania	5	5
8	Bayer	Germania	5	5
9	Beiersdorf	Germania	5	5
10	Benetton	Italia	5	5
11	Berendsohn	Germania	4	3
12	BMW	Germania	5	5
13	Boehringer	Germania	5	4
14	Bosch	Germania	5	5
15	Bravosolution	Italia	1	1
16	Brevini	Italia	2	4
17	Bulgari	Italia	3	1
18	Calzedonia	Italia	5	5

19	Candy	Italia	1	4
20	Cba	Italia	2	5
21	Chiesi	Italia	5	5
22	Codognotto	Italia	1	1
23	Coesia	Italia	1	5
24	Continental	Italia	5	5
25	CSB System	Germania	5	5
26	Datev	Germania	5	4
27	Deichmann	Germania	5	5
28	Dekra	Germania	5	5
29	Deutsche Bank	Germania	3	5
30	Diesel	Italia	1	5
31	Ducati	Italia	5	5
32	Eni	Italia	5	5
33	Fedrigoni	Italia	4	3
34	Ferrero	Italia	5	5
35	Fischer	Germania	5	5
36	Generali	Italia	5	2
37	Gfk	Germania	5	1
38	Gi Group	Italia	5	1
39	Grenke	Germania	5	4
40	Hager	Germania	1	1
41	Hermle	Germania	4	1
42	Hugo Boss	Germania	5	2
43	Ista	Germania	5	4
44	Jungheinrich	Germania	5	5
45	Krannich	Germania	4	1
46	Luxottica	Italia	1	5
47	Marposs	Italia	5	5
48	Menarini	Italia	5	5
49	Pirelli	Italia	5	5
50	Same Deutz/ Deutz Fahr Land	Italia	5	5
51	Siemens	Germania	5	5
52	Trenitalia/Netinera	Italia	5	5
53	Unicredit/ HypoVereinsbank	Italia	5	5
54	Villa Vigoni	Italia	1	1
55	Volkswagen	Germania	1	5
56	Yellowhub	Italia	4	5

Appendice 2: Articoli di giornale analizzati (Capitolo 6)

Corriere 1: Santarpia, V. (2014, April 04). Il (poco) lavoro delle donne in Italia: il 46,6% contro il 64% degli uomini. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/economia/14_aprile_04/poco-lavoro-donne-italia-466percento-contro-64percento-uomini-167809ce-bbfd-11e3-a4c0-ded3705759de.shtml

Corriere 2: Sacchi, M. S. (2016, October 26). Global gender gap, l'Italia arretra Perse 9 posizioni a causa del lavoro. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/economia/16_ottobre_26/global-gender-gap-l-italia-arretra-perse-9-posizioni-causa-lavoro-45a6454a-9b7e-11e6-92af-45665cb81731.shtml

Corriere 3: Chieli, A. (2010, March 17). Tecnologia mobile, il riscatto dell'universo in rosa. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/scienze/10_marzo_17/donne-tecnologia-chieli_8bf7f6c2-31b5-11df-b03c-00144f02aabe.shtml

Corriere 4: Redazione Online (2013, February 02). «Le tasse? Hanno evitato il fallimento Ora pronti a una riduzione graduale». *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/politica/13_febbraio_02/monti-lavoro-pensioni_082c03a2-6d4d-11e2-8cda-116f437864e3.shtml?refresh_ce-cp

Corriere 5: Basso, F. (2011, October 19). «Paghiamo un grosso limite sia sociale che culturale Ecco quello che si può fare». *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/cronache/11_ottobre_19/paghiamo-un-grosso-limite-sia-sociale-che-culturale-ecco-quello-che-si-puo-fare-francesca-basso_3f427ade-fa1b-11e0-81c3-3aee3ebb3883.shtml

- Corriere 6: Istat: occupazione femminile in crescita negli ultimi 16 anni, ma non al Sud. (2010, February 14). *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/economia/10_febbraio_14/donne-occupazione-sud-istat_e3e66fe4-1978-11df-b019-00144f02aabe.shtml
- Corriere 7: “Italiane, meno occupate ma meglio pagate”. (2007, 19 July). *Corriere della Sera*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.corriere.it/Primo_Piano/Economia/2007/07_Luglio/18/ue_rapporto_donne_lavoro.html
- Corriere 8: «Cresce il divario salariale tra uomini e donne». (2012, February 2). *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/economia/12_febbraio_02/gap-salario-donne-uomini_9c6f913e-4db7-11e1-bd39-8bec83f04289.shtml
- Corriere 9: Adani, L. (2012, April 20). Parità tra uomini e donne per gli stipendi ai dirigenti. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/economia/trovolavoro/12_aprile_20/adani-parita-uomini-donne-stipendi-dirigenti_c84fcd3c-8ac5-11e1-9df7-98e3d52d16a5.shtml
- Corriere 10: Marro, E. (2012, March 5). Età della pensione, record all'Italia. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/economia/12_marzo_05/eta-pensione-record-italia-marro_5e7cda5a-6692-11e1-a7b0-749eb32f5577.shtml
- Corriere 11: Morrone, C. (2012, March 8). Donne disabili e la festa dell'8 marzo «Sono preparate sul lavoro, basta discriminazioni». *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/salute/disabilita/12_marzo_08/festa-donna-disabili-morrone_98cfa1a0-6841-11e1-864f-609f02e90fa8.shtml

Corriere 12: Pica, P. (2015, March 31). Donne e disoccupazione perché siamo tutti più poveri.

Corriere della Sera. Retrieved November 13, 2017, from <http://27esimaora.corriere.it/articolo/donne-e-disoccupazioneperche-siamo-tutti-piu-poveri>

Corriere 13: Riva, O. (2016, November 28). «Troppi uomini, assumiamo donne» La sfida della

Normale di Pisa. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/scuola/universita/16_novembre_28/troppi-uomini-assumiamo-donne-normale-pisa-dab0b0e8-b58d-11e6-a2c1-e1ab33bf33ae.shtml

Corriere 14: Serafini, M. (2014, August 12). Una donna informatica ogni 7 uomini Obiettivo

parità in Italia entro il 2015. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/14_agosto_12/donna-informatica-ogni-7-uomini-microsoft-parita-entro-2015-4095fe3c-21e2-11e4-81f2-200d3848d166.shtml?refresh_ce-cp

Corriere 15: Cazzullo, A. (2016, September 19). La terra salvata dalle donne. *Corriere della*

Sera. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/cultura/16_settembre_19/aldo-cazzullo-le-donne-erediteranno-la-terra-726abec2-7e81-11e6-b738-f3f4294a9e26.shtml

Corriere 16: Consigliere, I. (2016, November 04). Il capo? Per il 64% dei lavoratori italiani è

meglio che sia uomo. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/economia/16_novembre_04/capoper-64percento-lavoratori-italiani-meglio-che-sia-uomo-546d1c5a-a274-11e6-9bbc-76e0a0d7325e.shtml

Corriere 17: Sacchi, M. S. (2014, March 8). Quote, che cosa è cambiato nelle aziende. *Corriere*

della Sera. Retrieved November 13, 2017, from <http://27esimaora.corriere.it/articolo/quote-che-cosa-e-cambiato-nelle-aziende/>

- Corriere 18: Moratti, L. (2011, August 17). Lo sviluppo riparta al femminile: Quattro proposte sulla manovra. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/economia/11_agosto_17/20110817NAZ44_29_64219694-c8fe-11e0-a392-b95dcb34082b.shtml
- Corriere 19: Alesina, A., & Giavazzi, F. (2013, January 15). La questione femminile: servono riforme e un cambio di mentalità. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from <http://27esimaora.corriere.it/articolo/la-questione-femminile-servono-riformee-un-cambio-di-mentalita/>
- Corriere 20: Pronzato, L. (2011, May 30). «Maternità e lavoro, la parità serve a tutti». *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/cronache/11_maggio_30/porciani-maternita-lavoro_7deffbf0-8a8e-11e0-93d0-5db6d859c804.shtml
- Corriere 21: Iossa, M. (2006, January 7). Donne lontane dal potere «La parità? Fra 200 anni». *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/Primo_Piano/Cronache/2006/01_Gennaio/07/donne.html
- Corriere 22: Marchetti, S. (2007, October 22). Le donne di successo? Fanno paura. *Corriere della Sera*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.corriere.it/cronache/07_ottobre_22/donne_carriera.shtml
- La Repubblica 1: Amato, R. (2007, June 2). Donne e lavoro, la denuncia della Kostoris "In Europa peggio di noi solo Malta". *La Repubblica*. Retrieved November 13, 2017, from <http://www.repubblica.it/2007/06/sezioni/economia/precari-proposta/economia-donne/economia-donne.html>
- La Repubblica 2: Fusani, C. (2008, February 11). Poco pagate e carriere difficili. Donne e lavoro: penultimi in Europa. *La Repubblica*. Retrieved November 13, 2017, from

<http://www.repubblica.it/2008/02/sezioni/cronaca/donne-lavoro/donne-lavoro/donne-lavoro.html>

La Repubblica 3: Amato, R. (2010, February 22). In Italia oltre un quarto delle donne lascia il lavoro dopo la maternità. *La Repubblica*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/2010/02/22/news/due_terzi_delle_donne_lascia_il_lavoro_dopo_la_maternit-2391807/

La Repubblica 4: Pensioni, nuovo ultimatum della Ue "Equiparare dal 2012 età donne nella P.A.". (2012, June 3). *La Repubblica*. Retrieved November 13, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/2010/06/03/news/pensioni_ultimatum_ue equiparare_subito_et_donne_nella_p_a_-4537179/

La Repubblica 5: Sarno, A. (2010, March 29). Troppo stress per due persone su dieci. Se il lavoro diventa una malattia. *La Repubblica*. Retrieved November 14, 2017, from http://www.repubblica.it/salute/medicina/2010/03/29/news/troppo_stress_per_due_personone_su_dieci_se_il_lavoro_diventa_una_malattia-5584461/

La Repubblica 6: Benna, C. (2014, November 24). Ricchi e poveri: la crisi aumenta le diseguaglianze. *La Repubblica*. Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/rapporti/osserva-italia/stili-di-vita/2014/11/24/news/ricchi_e_poveri_la_crisi_aumenta_le_diseguaglianze-101292410/

La Repubblica 7: Festa della donna, parla Ciampi "La parità ancora lontana". (2006, March 8). Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/2006/c/sezioni/politica/verso_elezioni34/ciampidonne/ciampi_donne.html

- La Repubblica 8: Pace, F. (2010, April 07). Donne, la carriera è più difficile con un marito che lavora troppo. *La Repubblica*. Retrieved November 14, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/miojob/lavoro/2010/04/07/news/donne_la_carriera_e_piu_difficile_con_un_marito_che_lavora_troppo-140914415/
- La Repubblica 9: Lavoro: Carfagna, passo avanti per parità trattamento. (2009, July 31). *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from <http://www.repubblica.it/ultimora/24ore/nazionale/news-dettaglio/3700928>
- La Repubblica 10: Caratelli, G. (2015, October 8). Divario salariale uomo-donna, Strasburgo chiede sanzioni per chi discrimina. *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.repubblica.it/europa/2015/10/08/news/divario_salariale_uomo-donna_strasburgo_chiede_sanzioni_per_chi_discrimina-43022/
- La Repubblica 11: Grion, L. (2012, June 4). Donne, leggerezza in busta paga più brave ma sempre meno pagate. *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/2012/06/04/news/stipendi_donne-36503746/
- La Repubblica 12: Lavoro, l'impegno del governo "Stipendi uomo-donna uguali nel 2016". (2012, May 23). *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.repubblica.it/cronaca/2012/05/23/news/lavoro_s_governo_stipendi_uomo-donna_uguali_nel_20126-35753303/
- La Repubblica 13: Di Palma, S. (2013, May 6). Conciliare carriera e vita privata i manager a caccia di una ricetta. *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/affari-e-finanza/2013/05/06/news/conciliare_carriera_e_vita_privata_i_manager_a_caccia_di_una_ricetta-58144682
-

La Repubblica 14: Franceschini, E. (2013, March 08). La settimana corta della dirigente Facebook: così si conciliano lavoro e famiglia. *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/2013/05/08/news/facebook_amministratore_delegato_part_time-58317724/

La Repubblica 15: Lavoro e figli ancora incompatibili Il 37% delle donne lascia l'impiego. (2011, December 28). *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/2011/12/28/news/istat_37_madri_interrompe_lavoro-27306395/

La Repubblica 16: Ricci, M. (2008, December 17). Lavorare stanca soprattutto le donne. *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from <http://www.repubblica.it/2008/11/sezioni/economia/pensioni-avv-stato/lavorare-stanca/lavorare-stanca.html>

La Repubblica 17: Pace, F. (2015, February 21). Più preparate e meno pagate. Le donne il lavoro non lo cercano più. *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/miojob/lavoro/2005/02/21/news/piu_preparate_e_meno_pagate_le_donne_il_lavoro_non_lo_cercano_piu_-140906320

La Repubblica 18: Sempre poche ma più attive, le donne stem non contrattano il salario. (2016, July 28). *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from http://www.repubblica.it/tecnologia/2016/07/28/news/sempre_poco_ma_piu_attive_le_donne_stem_non_contrattano_il_salario-144974513/

La Repubblica 19: Pace, F. (2006, May 30). Quote rosa in azienda? Le professioni dove le donne non arrivano mai. *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from

http://www.repubblica.it/economia/miojob/lavoro/2006/05/30/news/quote_rosa_in_azienza_le_professioni_dove_le_donne_non_arrivano_mai-140909078/

La Repubblica 20: Donne, famiglia è motivo di abbandono per 40% Nei primi 9 mesi del 2011 -45mila occupate. (2012, February 2). *La Repubblica*. Retrieved November 15, 2017, from

http://www.repubblica.it/economia/2012/02/02/news/donne_famiglia_motivo_di_abbandono_per_40_-29197466

La Repubblica 21: Di Palma, S. (2015, February 25). Le donne imprenditrici giovani, coraggiose e più tenaci degli uomini Prime mosse delle banche. *La Repubblica*. Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/affari-e-finanza/2015/02/23/news/le_donne_imprenditrici_giovani_coraggiose_e_pi_tenaci_degli_uomini_prime_mosse_delle_banche-108139931

La Repubblica 22: Pini, V. (2013, November 08). "L'uomo soffre la donna in carriera". *La Repubblica*. Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/scienze/2013/11/05/news/donne_in_carriera-70274007/

La Repubblica 23: De Luca, M. N. (2015, November 03). Da oggi le donne lavorano gratis. *La Repubblica*. Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/2015/11/03/news/titolo_non_esportato_da_hermes_-_id_articolo_1679819-126510718/

La Repubblica 24: Cucciniello, C. (2014, April 22). Nuvola rosa: Microsoft e Pari opportunità per avvicinare donne e tecnologia. *La Repubblica*. Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/tecnologia/2014/04/22/news/nuvola_rosa_microsoft_e_pari_opportunit_per_avvicinare_donne_e_tecnologia-84206903

La Repubblica 25: Pace, F. (2008, March 7). Oltre un miliardo di donne al lavoro ma i diritti sono ancora un miraggio. *La Repubblica*. Retrieved November 16, 2017, from http://www.repubblica.it/economia/miojob/lavoro/2008/03/07/news/oltre_un_miliardo_di_donne_al_lavoro_ma_i_diritti_sono_ancora_un_miraggio-140912177/

Il Resto del Carlino 1: Cgil, nelle Marche 17mila giovani hanno perso il lavoro. (2012, April 26). *Il Resto del Carlino*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.ilrestodelcarlino.it/ancona/cronaca/2012/04/26/703435-disoccupazione-giovani-marche.shtml>

Il Resto del Carlino 2: Donne e lavoro, una modenese rappresenta l'Italia a Barcellona. (2011, January 17). *Il Resto del Carlino*. Retrieved November 16, 2017, from http://www.ilrestodelcarlino.it/modena/cronaca/2011/01/17/443758-donne_impreditrici.shtml

La Stampa 1: Donne e affari, la crisi non c'è. (2010, January 24). *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2010/01/24/economia/donne-e-affari-la-crisi-non-c-JJmL1qA7CI2sWH6u8XZKDO/pagina.html>

La Stampa 2: Mancino, D. (2016, April 07). Quanti posti di lavoro ha perso la tua provincia? Ecco le mappe della crisi. *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2016/04/07/italia/quant-posti-di-lavoro-ha-perso-la-tua-provincia-rispetto-alle-altre-ecco-le-mappe-della-crisi-rRsPHHijxd8V7UTAcSKiQJ/pagina.html>

La Stampa 3: Preite, L. (2016, March 07). Mamme al lavoro, tra cultura patriarcale e crisi degli asili nido. *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2016/03/07/italia/cronache/speciali/festa-della-donna/mamme->

[al-lavoro-tra-cultura-patriarcale-e-crisi-degli-asili-nido-o4eIzQ2RIjIYA2zwcVD4I/pagina.html](http://www.lastampa.it/2016/11/10/economia/lavoro/in-tutta-italia-le-agenzie-del-lavoro-aprono-le-porte-e-si-tingono-di-rosa-8ap31rs1nJAzhpvd8OxH8N/pagina.html)

La Stampa 4: In tutta Italia le agenzie del lavoro aprono le porte e si tingono di rosa. (2016, November 10). *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2016/11/10/economia/lavoro/in-tutta-italia-le-agenzie-del-lavoro-aprono-le-porte-e-si-tingono-di-rosa-8ap31rs1nJAzhpvd8OxH8N/pagina.html>

La Stampa 5: Sabbadini, L. L. (2016, August 08). Scommettere sulla diversità rende le aziende più competitive. *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2016/08/08/economia/scommettere-sulla-diversit-rende-le-aziende-pi-competitive-90gPVBBtVs5dChF7sglLHL/pagina.html>

La Stampa 6: Chiosso, S. (2015, October 30). Asti, le corse delle donne tra lavoro e famiglia. *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2015/10/30/edizioni/asti/asti-le-corse-delle-donne-tra-lavoro-e-famiglia-HP1PImJe8RtVvSxRKBnWxI/pagina.html>

La Stampa 7: Conciliare lavoro e famiglia: per 2 donne su 3 si può. (2013, March 05). *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2013/03/05/scienza/benessere/lifestyle/conciliare-lavoro-e-famiglia-per-donne-su-si-puo-lUMSNbwoHddvCYwz30LYLO/pagina.html>

La Stampa 8: Preite, L. (2011, September 01). "Incentivare la domanda e cambiare la cultura, le ricette per l'occupazione". *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2011/09/02/economia/incentivare-la-domanda-e-cambiarela-cultura-le-ricette-per-l-occupazione-B4g2A5JOVuOpnQ3iuhj75J/pagina.html>

La Stampa 9: Pensioni, l'Ue vuole abbattere il divario uomo-donna. (2011, November 27). *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from

<http://www.lastampa.it/2015/11/27/economia/lavoro/pensioni-lue-vuole-abbattere-il-divario-uomodonna-67Gekrrd1fRHqdCAjPsJ8N/pagina.html>

La Stampa 10: Donne e lavoro, pari opportunità meta ancora lontana. (2011, March 07). *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2011/03/07/societa/donne-e-lavoro-pari-opportunita-meta-ancora-lontana-bfTJ4JAbLiEoZY7zLyNAnO/pagina.html>

La Stampa 11: Favro, G. (2015, November 11). Donne e lavoro: e se a un certo punto scoppi? *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2015/11/11/blogs/mammamia/donne-e-lavoro-la-conciliazione-una-chimera-EvFB4B3MfOHuA0kcxcpvQJ/pagina.html>

La Stampa 12: Amabile F. (2011, July 10). Le donne in politica non si salvano dai fischi delle donne. *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2011/07/10/italia/cronache/le-donne-in-politica-non-si-salvano-dai-fischi-delle-donne-ZAkPzfYOEaDdbSyJ9BKRHO/pagina.html>

La Stampa 13: Donne e lavoro, Italia fanalino di coda Napolitano: "Siete motivo di speranza". (2010, March 08). *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2010/03/08/italia/cronache/donne-e-lavoro-italia-fanalino-di-coda-napolitano-siete-motivo-di-speranza-5rZWTaXERvgU2pSDVFUIPN/pagina.html>

La Stampa 14: Tinagli, I. (2011, January 25). Ma noi siamo donne o bambole? *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2011/01/25/cultura/opinioni/editoriali/ma-noi-siamo-donne-o-bambole-pfjWmVvYApwayEJXoyJOdM/pagina.html>

La Stampa 15: Per due manager su tre le donne al vertice delle imprese permettono di realizzare migliori risultati. (2015, March 06). *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2015/03/06/economia/lavoro/per-due-manager-su-tre-le-donne-al-vertice-delle-imprese-permettono-di-realizzare-migliori-risultati-wZeg4wgYuHmr4X4NAXnloO/pagina.html>

La Stampa 16: Corbi, M. (2015, March 07). Sempre più donne al potere, ma le quote rosa non bastano. *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2015/03/07/italia/cronache/sempre-pi-donne-al-potere-ma-le-quote-rosa-non-bastano-eQQhkoX54t0qWaWQZ730DO/pagina.html>

La Stampa 17: Preite, L. (2015, March 05). Diritti delle donne: vent'anni senza risultati. *La Stampa*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.lastampa.it/2015/03/05/societa/diritti-delle-donne-ventanni-senza-risultati-4li88VtwzSaG6lwFzY5UkI/pagina.html>

La Stampa 18: Sei mamma? Allora ti licenzio. (2011, May 24). *La Stampa*. Retrieved November 15, 2017, from <http://www.lastampa.it/2011/05/24/societa/sei-mamma-allora-ti-licenzio-7z118AswdjZ15vDSwSJQkO/pagina.html>

La Stampa 19: Preite, L. (2014, May 29). “La parità di genere e i diritti umani non sono negoziabili”. *La Stampa*. Retrieved November 15, 2017, from <http://www.lastampa.it/2014/05/29/esteri/la-parit-di-genere-e-i-diritti-umani-non-sono-negoziabili-dOhN1u6DFTgBo0on3afMhP/pagina.html>

La Stampa 20: Nardi, C. (2012, December 17). Rapporto Ocse, donne e lavoro Italia fanalino di coda. *La Stampa*. Retrieved November 15, 2017, from <http://www.lastampa.it/2012/12/17/economia/rapporto-ocse-donne-e-lavoro-italia-fanalino-di-coda-nBMuNsm1YgQdkETCgUByjI/pagina.html>

La Stampa 21: Pianta, M. (2015, May 09). «Le dipendenti del Papa? Guadagnano come gli uomini». *La Stampa*. Retrieved November 15, 2017, from

<http://www.lastampa.it/2015/05/09/esteri/vatican-insider/it/le-dipendenti-del-papa-guadagnano-come-gli-uomini-csdKVaMtf8rYPyRAHYXwyN/pagina.html>

La Stampa 22: Donne: devono lavorare meno per “salvare” la famiglia. (2010, December 24).

La Stampa. Retrieved November 16, 2017, from

<http://www.lastampa.it/2010/12/24/scienza/benessere/donne-devono-lavorare-meno-per-salvare-la-famiglia-lSujAJonhH75RqAbb0JCYM/pagina.html>

FAZ 1: Frauen in der Arbeitswelt: Schlechte Jobs, schlechte Bezahlung. (2007, March 08).

Frankfurter Allgemeine Zeitung. Retrieved November 14, 2017, from

<http://www.faz.net/aktuell/politik/vereinte-nationen/frauen-in-der-arbeitswelt-schlechte-jobs-schlechte-bezahlung-1412094.html>

FAZ 2: Kals, U. (2013, July 18). Kommunikation: Männer wollen Lösungen, Frauen wollen

reden. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from

<http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/kommunikation-maenner-wollen-loesungen-frauen-wollen-reden-12279347.html>

FAZ 3: Remmert, J. (2007, April 11). Arbeitswelt: Hart im Nehmen. *Frankfurter Allgemeine*

Zeitung. Retrieved November 14, 2017, from [http://www.faz.net/aktuell/rhein-](http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/wirtschaft/arbeitswelt-hart-im-nehmen-1436918.html)

[main/wirtschaft/arbeitswelt-hart-im-nehmen-1436918.html](http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/wirtschaft/arbeitswelt-hart-im-nehmen-1436918.html)

FAZ 4: Warum Frauen weniger verdienen: Zu lange raus, zu viel Teilzeit, der falsche Beruf.

(2014, March 18). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017,

from [http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/recht-und-gehalt/gender-pay-gap-](http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/recht-und-gehalt/gender-pay-gap-warum-frauen-weniger-verdienen-als-maenner-12852118.html)

[warum-frauen-weniger-verdienen-als-maenner-12852118.html](http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/recht-und-gehalt/gender-pay-gap-warum-frauen-weniger-verdienen-als-maenner-12852118.html)

- FAZ 5: Lenz, N. (2012, October 04). Armut und Reichtum: Warum Frauen weniger verdienen als Männer. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/armut-und-reichtum-warum-frauen-weniger-verdienen-als-maenner-11913313.html>
- FAZ 6: Roßbach, H. (2007, March 04). Frauen und Karriere: Mütter, kommt zurück! *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/frauen-und-karriere-muetter-kommt-zurueck-1408933.html>
- FAZ 7: Roßbach, H. (2014, December 01). Geschlechterdebatte: Oh Mann! *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/fuehrt-frauenfoerderung-und-frauenquote-zu-maennerdiskriminierung-13292063.html>
- FAZ 8: Weltfrauentag: Mehr Frauen in Lohn und Brot. (2003, March 07). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/weltfrauentag-mehr-frauen-in-lohn-und-brot-189948.html>
- FAZ 9: Remmert, J. (2006, October 25). Arbeitsmarkt: Mangelware: Einfache Jobs. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/wirtschaft/arbeitsmarkt-mangelware-einfache-jobs-1381807.html>
- FAZ 10: Götze, G. (2013, September 10). Sozial-Studie: Männer wollen Frauen, die ihr Geld selbst verdienen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/sozial-studie-maenner-wollen-frauen-die-ihr-geld-selbst-verdienen-12567924.html>

- FAZ 11: Astheimer, S. (2014, May 06). Berufswahl: Frauen werden keine Maurer. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/berufswahl-frauen-werden-keine-maurer-12925670.html>
- FAZ 12: Lohnunterschiede: Frauen verdienen ein Fünftel weniger als Männer. (2015, March 16). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 16, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/lohnunterschied-zwischen-frauen-und-maennern-weiterhin-gross-13485700.html>
- FAZ 13: Familienarbeit: Väter arbeiten kaum in Teilzeit. (2014, March 25). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/familienarbeit-vaeter-arbeiten-kaum-in-teilzeit-12862854.html>
- FAZ 14: Frauen im Beruf (8): Karriere und Kinder - das paßt noch immer nicht. (2005, September 16). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/frauen-im-beruf-8-karriere-und-kinder-das-passt-noch-immer-nicht-1253659.html>
- FAZ 15: Wittenhagen, J. (2012, March 06). Babypause: „Wer Karriere will, muss Präsenz zeigen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/babypause-wer-karriere-will-muss-praesenz-zeigen-11669173.html>
- FAZ 16: Harting, M. (2012, November 15). Frauenbeschäftigung: Mehr Frauen berufstätig - aber vor allem in Teilzeit. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/frauenbeschaeftigung-mehr-frauen-berufstaetig-aber-vor-allem-in-teilzeit-11962102.html>

- FAZ 17: Siedenbiedel, C. (2007, June 29). Ein Baby – und dann keine Gruppenleiterin mehr. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/wirtschaft/deutsche-bank-ein-baby-8211-und-dann-keine-gruppenleiterin-mehr-1437704.html>
- FAZ 18: Beruf und Familie: Väter frustrierter als Mütter. (2016, October 13). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/beruf-und-familie-vaeter-sind-frustrierter-als-muetter-14469624.html>
- FAZ 19: Gleichberechtigung: Der gestresste Mann. (2014, November 12). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/gleichberechtigung-von-mann-und-frau-in-der-arbeitswelt-13251893-p2.html>
- FAZ 20: Aktuelle Umfrage: Arbeitende Eltern sind von Gewissensbissen geplagt. (2015, May 30). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/aktuelle-umfrage-arbeitende-eltern-sind-von-gewissensbissen-geplagt-13612530.html>
- FAZ 21: Löhr, J., & Roßbach, H. (2009, March 20). Männer und Frauen: Der kleine Unterschied in der Bezahlung. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/maenner-und-frauen-der-kleine-unterschied-in-der-bezahlung-1923649.html>
- FAZ 22: Astheimer, S. (2016, March 02). DIW-Studie: Frauen tun mehr im Haushalt. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/diw-studie-frauen-tun-mehr-im-haushalt-als-maenner-14101649.html>

- FAZ 23: ICICI-Chefin Chanda Kochhar: „Indiens Frauen machen leichter Karriere. (2009, October 01). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/icici-chefin-chanda-kochhar-indiens-frauen-machen-leichter-karriere-1597114.html>
- Rheinische Post 1: 'Frauen sind auch selbst schuld'. (2011, March 5). *Rheinische Post*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.rp-online.de/nrw/staedte/artikel/frauen-sind-auch-selbst-schuld-aid-1.442946>
- Rheinische Post 2: Radevormwald: Ende November 40 Arbeitslose mehr in Rade. (2016, December 1). *Rheinische Post*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.rp-online.de/nrw/staedte/radevormwald/ende-november-40-arbeitslose-mehr-in-rade-aid-1.6432834>
- Rheinische Post 3: Drebes, J. (2015, December 15). Gehaltsunterschiede: Was der Kollege verdient. *Rheinische Post*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.rp-online.de/leben/beruf/gehalt-was-der-kollege-verdient-aid-1.5632181>
- Rheinische Post 4: Wiesbaden: Jeder vierte Beschäftigte arbeitet samstags. (2012, August 21). *Rheinische Post*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.rp-online.de/wirtschaft/jeder-vierte-beschaefigte-arbeitet-samstags-aid-1.2960312>
- Rheinische Post 5: Kleinelsen, B. (2015, May 13). Krefeld: Arbeitsmarkt: Gute Chancen für Mütter. *Rheinische Post*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.rp-online.de/nrw/staedte/krefeld/arbeitsmarkt-gute-chancen-fuer-muetter-aid-1.5086159>
- Rheinische Post 6: Winkelkemper, S. (2008, September 05). Rückkehr der Familie: Mütter wollen mehr arbeiten. *Rheinische Post*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.rp-online.de/leben/beruf/muetter-wollen-mehr-arbeiten-aid-1.2414448>
-

Süddeutsche Zeitung 1: Öchsner, T. (2015, January 16). Auszubildende haben 2014 deutlich mehr verdient. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/karriere/ausbildung-auszubildende-haben-deutlich-mehr-verdient-1.2291956>

Süddeutsche Zeitung 2: "Chef sein muss man aushalten können". (2013, July 24). *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/karriere/macht-im-job-chef-sein-muss-man-aushalten-koennen-1.1728575-2>

Süddeutsche Zeitung 3: Borchart, A. (2010, May 17). "Frauen sind keine Männer". *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/karriere/interview-mit-lynda-gratton-frauen-sind-keine-maenner-1.340249>

Süddeutsche Zeitung 4: Bönisch, J. (2010, May 21). Männer bevorzugt. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/karriere/fuehrung-maenner-bevorzugt-1.889811>

Süddeutsche Zeitung 5: Deutschland, Europameister bei der Frauendiskriminierung. (2012, March 5). *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/karriere/diskriminierung-von-frauen-in-europa-gleiche-arbeit-weniger-lohn-1.1300646>

Süddeutsche Zeitung 6: Goormann-Prugger, B. (2015, January 28). Zurück im alten Rollenmuster. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/freising/freising-zurueck-im-alten-rollemuster-1.2316105>

Süddeutsche Zeitung 7: Deckstein, D. (2010, May 17). Frauen, härter als Beton. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from

<http://www.sueddeutsche.de/karriere/weibliche-fuehrungskraefte-frauen-haerter-als-beton-1.71816>

Süddeutsche Zeitung 8: Holzmüller, M. (2011, May 19). "Männer werden benachteiligt". *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from

<http://www.sueddeutsche.de/karriere/entlassene-gleichstellungsbeauftragte-im-gespraech-maenner-werden-benachteiligt-1.1099088>

Süddeutsche Zeitung 9: Rubner, J. (2010, May 11). Gleichheit nur auf dem Papier. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from

<http://www.sueddeutsche.de/karriere/einkommen-gleichheit-nur-auf-dem-papier-1.515812>

Süddeutsche Zeitung 10: Schwesig: Arbeitgeber sollen in Stellenanzeigen Gehaltsangebot nennen. (2015, December 12). *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017,

from <http://www.sueddeutsche.de/politik/gehaltsverhandlungen-schwesig-arbeitgeber-sollen-in-stellenanzeigen-gehhaltsangebot-nennen-1.2780115>

Süddeutsche Zeitung 11: Frauen arbeiten mehr als Männer. (2015, May 18). Retrieved November 14, 2017, from

<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/statistisches-bundesamt-frauen-arbeiten-mehr-als-maenner-1.2483898>

Süddeutsche Zeitung 12: Lutz, C. (2016, April 9). Der Männerversteher. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from

<http://www.sueddeutsche.de/leben/sinn-und-unsinn-der-maennerversteher-1.2937874>

Süddeutsche Zeitung 13: Karriere. (2012, July 10). *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/karriere/doppelbelastung-muetter-sind-immer-haeufiger-psychisch-krank-1.140816>

Süddeutsche Zeitung 14: von Bullion, C. (2015, December 9). Für einen gerechten Lohn. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/gesetzesentwurf-fuer-einen-gerechten-lohn-1.2775355>

Süddeutsche Zeitung 15: Der kleine Unterschied und die großen Lohn-Folgen. (2014, March 18). *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/news/karriere/arbeit-der-kleine-unterschied-und-die-grossen-lohn-folgen-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140318-99-06736>

Süddeutsche Zeitung 16: Melzer, F. (2010, May 17). Übung macht die Meisterin. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/karriere/handwerk-uebung-macht-die-meisterin-1.545713>

Süddeutsche Zeitung 17: Sprachbarrieren überwinden: Wie sich Frauen im Job durchsetzen. (2014, April 24). *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.sueddeutsche.de/news/karriere/arbeit-sprachbarrieren-ueberwindenwie-sich-frauen-im-job-durchsetzen-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140424-99-04410>

Die Zeit 1: Groll, T. (2016, March 23). Gender Pay Gap: Gehaltslücke zwischen Frauen und Männern wird kleiner. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2016-03/gender-pay-gap-frauen-maenner-gehalt-unterschiede-studie>

Die Zeit 2: Gehaltsunterschied: Frauen in Ostdeutschland bekommen weniger Lohn. (2010, October 25). *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2010-10/gender-pay-gap>

Die Zeit 3: Groll, T. (2015, March 17). Gleichberechtigung: Kluge Anleitung für eine geschlechtergerechte Welt. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2015-03/ein-bisschen-gleich-ist-nicht-genug-domscheit-berg-rezension>

Die Zeit 4: Groll, T. (2014, August 04). Arbeitsstunden: Das bisschen Haushalt ... *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2014-08/bezahlte-unbezahlte-arbeit-frauen>

Die Zeit 5: Arbeitsmarkt: Arbeitslosigkeit auf Rekordtief: 2,53 Millionen ohne Job. (2016, November 30). *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/news/2016-11/30/arbeitsmarkt-experten-253-millionen-ohne-job-30070805>

Die Zeit 6: Frauen in Führungspositionen: Traditionelle Rollenbilder behindern die Karriere von Frauen. *Die Zeit*. (2009, December 23). Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2009-12/rollenbilder-frauen-karriere>

Die Zeit 7: Bund, K. (2015, May 03). Gleichberechtigung: Was gut ist für Frauen ... *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/2015/14/gleichberechtigung-frauenquote-chancengleichheit>

Die Zeit 8: Gleichberechtigung: Gemischte Teams erzielen 50 Prozent mehr Betriebsgewinn. (2012, March 05). *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2012-03/leding-frauenquote-unternehmen/seite-2>

- Die Zeit 9: Hockling, S. (2015, June 23). Diskriminierung: "Frauen wird der gut verdienende Partner vorgehalten". *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2015-06/diskriminierung-frauen-fuehrungsposition>
- Die Zeit 10: Gehaltsunterschied: Frauen in der Stadt bekommen mehr. (2010, January 27). *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2010-01/gehaltsunterschiede-frauen-maenner>
- Die Zeit 11: Scholter, J. (2014, March 12). Arbeitswelt: Generation Y erobert die Arbeitswelt. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/2010/36/C-Arbeitswelt/seite-2>
- Die Zeit 12: Rudzio, K. (2015, April 15). Schweden: Traum im Norden. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/2015/12/schweden-gleichberechtigung-mann-frau-gehalt>
- Die Zeit 13: Seifert, L. (2015, October 07). Arbeitsbedingungen: Gleichberechtigung von Männern und Frauen. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/2015/37/unternehmen-arbeitsbedingungen-berufseinsteiger/seite-2>
- Die Zeit 14: Raether, E. (2012, October 31). Hausfrauen: Die will doch nur spülen. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/2012/45/Hausfrauen-Lebensmodell>
- Die Zeit 15: Hockling, S. (2015, July 20). Frauenquote: "Sanktionen für Chefs, die keine Frauen fördern". *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2015-07/frauenquote-erfuellen-domscheit-berg>
-

Die Zeit 16: Studie: Geschlecht senkt Gehalt um sieben Prozent. (2016, April 04). *Die Zeit*.

Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2013-03/gehalt-studie-frauen-maenner>

Die Zeit 17: Platen, H. V. (2013, March 21). Gender Pay Gap: Noch 100 Jahre bis zur Lohngerechtigkeit. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from

<http://www.zeit.de/karriere/2013-03/gastbeitrag-business-professional-women-equal-pay>

Die Zeit 18: Blasberg, M. (2007, May 31). Arbeit: Eine Formel für die Gleichberechtigung.

Die Zeit. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/2007/23/Gleichberechtigung>

Die Zeit 19: Arbeitsmarkt: Viele Frauen wollen mehr arbeiten. (2014, March 12). *Die Zeit*.

Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/wirtschaft/2014-03/frauen-arbeit-teilzeit-kinderbetreuung>

Die Zeit 20: Hoock, S. (2016, June 26). Altersvorsorge: "Sie haben halt zu wenig gearbeitet".

Die Zeit. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2016-06/altersvorsorge-frauen-finanzberatung-geldanlage-teilzeit-rente>

Die Zeit 21: Groll, T. (2015, April 20). Familie und Beruf: "Es wird ein Mutterkult betrieben".

Die Zeit. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2015-04/familie-beruf-frankreich-muetter>

Die Zeit 22: Hoock, S. (2016, March 23). Vereinbarkeit: Zur Geburt einen Aufhebungsvertrag.

Die Zeit. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/2016-03/vereinbarkeit-familie-beruf-mobbing-muetter>

Die Zeit 23: Redmann, K. (2010, January 02). Arbeiten nach der Rente: Rastlos im Ruhestand.

Die Zeit. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2009-12/arbeiten-senioren-karriere/seite-2>.

Die Zeit 24: Fiedler, J. (2013, March 08). Frauenförderung: Männerjobs sollen Mädchensache

werden. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2013-02/mint-foerderung>

Die Zeit 25: Computer: Frauen gesucht: IT-Branche ist noch immer Männerdomäne. (2015,

November 05). *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/news/2015-11/05/computer-frauen-gesucht-it-branche-ist-noch-immer-maennerdomaene-05105002>

Die Zeit 26: Dietrich, A. (2010, January 28). Karriereende: Kind da, Job weg. *Die Zeit*.

Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/2010/05/C-Muetter-Mobbing>

Die Zeit 27: Schoener, J. (2016, July 28). Gleichberechtigung: Eine neue Arbeitskultur

schaffen. *Die Zeit*. Retrieved November 14, 2017, from <http://www.zeit.de/zeit-spezial/2016/02/gleichberechtigung-arbeitszeit-strukturen-vielfalt/seite-3>

