

Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, sulla capacità di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi e contribuire alla creazione di coesione sociale nella programmazione Rai trasmessa nell'anno solare 2021

<u>1. IL GRUPPO DI RICERCA.....</u>	<u>7</u>
<u>2. LA FORMAZIONE DEL CAMPIONE E LA METODOLOGIA DI ANALISI</u>	<u>7</u>
<u>3. LA RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE NELLA PROGRAMMAZIONE RAI 2021.....</u>	<u>12</u>
<u>3.1 LA RAPPRESENTAZIONE FEMMINILE: LE EVIDENZE RESTITUITE DALL'ANALISI</u>	<u>13</u>
<u>3.3.1 IL SOTTO-CAMPIONE PERTINENTE COL TEMA DELLA RAPPRESENTAZIONE FEMMINILE: NUMERI ASSOLUTI E PERCENTUALI PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA E PER RETE DI MESSA IN ONDA</u>	<u>14</u>
<u>3.3.1.1 LE DONNE SULLO SCHERMO</u>	<u>16</u>
<u>3.3.2 LA PRESENZA DEL GENERE FEMMINILE PER FASCE ORARIE</u>	<u>17</u>
<u>3.3.3 LA PRESENZA DEL GENERE FEMMINILE PER RETI DI MESSA IN ONDA</u>	<u>18</u>
<u>3.3.4 LA PRESENZA DEL GENERE FEMMINILE PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMI.....</u>	<u>20</u>
<u>3.3.5 LA PRESENZA DEL GENERE FEMMINILE PER RUOLO NARRATIVO</u>	<u>21</u>
<u>3.3.6 LA PRESENZA DEL GENERE FEMMINILE PER RUOLO TELEVISIVO</u>	<u>23</u>
<u>3.3.6.1 LA PRESENZA DEL GENERE FEMMINILE PER RUOLO TELEVISIVO NON FICTION</u>	<u>23</u>
<u>3.3.6.2 LA PRESENZA DEL GENERE FEMMINILE PER RUOLO TELEVISIVO FICTION.....</u>	<u>25</u>
<u>3.3.7 LA COLLOCAZIONE SOCIODEMOGRAFICA DEL GENERE FEMMINILE.....</u>	<u>26</u>
<u>3.3.7.1 LA COLLOCAZIONE SOCIODEMOGRAFICA DEL GENERE FEMMINILE: COMPOSIZIONE GENERAZIONALE.....</u>	<u>27</u>
<u>3.3.7.2 LA COLLOCAZIONE SOCIODEMOGRAFICA DEL GENERE FEMMINILE: ORIENTAMENTO SESSUALE</u>	<u>29</u>
<u>3.3.7.3 LA COLLOCAZIONE SOCIODEMOGRAFICA DEL GENERE FEMMINILE: PROVENIENZA GEOGRAFICA</u>	<u>30</u>
<u>3.3.7.4 LA COLLOCAZIONE SOCIODEMOGRAFICA DEL GENERE FEMMINILE: CLASSE SOCIO-ECONOMICA</u>	<u>31</u>
<u>3.3.7.5 LA COLLOCAZIONE SOCIODEMOGRAFICA DEL GENERE FEMMINILE: POSIZIONE SOCIALE (SOCIAL STANDING)</u>	<u>33</u>

<u>3.3.7.6 LA COLLOCAZIONE SOCIODEMOGRAFICA DEL GENERE FEMMINILE: ABILISMO</u>	<u>36</u>
<u>3.4 LA COLLOCAZIONE DEL GENERE FEMMINILE RISPETTO AI MACROTEMI TRATTATI</u>	<u>37</u>
<u>3.4.1 LA COLLOCAZIONE DEL GENERE FEMMINILE RISPETTO AI SOTTOTEMI TRATTATI</u>	<u>38</u>
<u>3.5 IL CONFRONTO NAZIONALE E INTERNAZIONALE</u>	<u>41</u>
<u>3.6 LA PERCEZIONE DEL LINGUAGGIO DELLA PROGRAMMAZIONE RAI 2021</u>	<u>45</u>
<u>3.7. LA PROMOZIONE DEL RISPETTO DELL'IDENTITÀ DI GENERE</u>	<u>46</u>
<u>3.8 LA SFIDA A SESSISMO, STEREOTIPI E DISCRIMINAZIONI</u>	<u>53</u>
<u>3.8.1 QUALITÀ E AMBITI DELLA SFIDA</u>	<u>59</u>
<u>3.9 QUESTIONI DI GENERE E PARI OPPORTUNITÀ NELLA PROGRAMMAZIONE RAI 2021</u>	<u>63</u>
<u>3.10 LA RAPPRESENTAZIONE DELLA VIOLENZA DI GENERE</u>	<u>65</u>
<u>3.10.1 LE NARRAZIONI DELLA VIOLENZA DI GENERE E DEL FEMMINICIDIO</u>	<u>70</u>
<u>3.11 UNO SGUARDO COMPLESSIVO SULLA RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE</u>	<u>77</u>
<u>4. IL PLURALISMO DI TEMI, SOGGETTI E LINGUAGGI NELLA PROGRAMMAZIONE RAI 2021</u>	<u>80</u>
<u>4.1 IL PLURALISMO DI TEMI, SOGGETTI E LINGUAGGI: LE EVIDENZE RESTITUITE DALL'ANALISI</u>	<u>83</u>
<u>4.1.1 IL SOTTO-CAMPIONE PERTINENTE COL TEMA DEL PLURALISMO DI TEMI, SOGGETTI E LINGUAGGI: NUMERI ASSOLUTI E PERCENTUALI PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA, PER RETE E ORARIO DI MESSA IN ONDA</u>	<u>83</u>
<u>4.1.2 LA RILEVAZIONE DEL PLURALISMO ATTRAVERSO I MACROTEMI</u>	<u>86</u>
<u>4.1.3 LA CAPACITÀ DELLA PROGRAMMAZIONE DI DESCRIVERE EFFICACEMENTE LA REALTÀ DEL PAESE NELLA SUA VARIETÀ E NELLE SUE MOLTEPLICI DIVERSITÀ</u>	<u>90</u>
<u>4.1.3.1 LA DESCRIZIONE DELLA REALTÀ DEL PAESE NELLA SUA VARIETÀ E NELLE SUE MOLTEPLICI DIVERSITÀ</u>	<u>93</u>
<u>4.2 LA PLURALITÀ DELLE VOCI E DELLE OPINIONI</u>	<u>102</u>

<u>4.2.1.1 LA GARANZIA DELLA PLURALITÀ DELLE VOCI E DELLE OPINIONI.....</u>	<u>106</u>
<u>4.3 IL FORMATO, IL TEMA E IL LINGUAGGIO DELLE TRASMISSIONI</u>	<u>110</u>
<u>4.3.1 LA COMPLETEZZA DELL'INFORMAZIONE</u>	<u>112</u>
<u>4.3.2. LA CORRETTEZZA DELLA TRASMISSIONE IN BASE ALLA SEPARAZIONE TRA OPINIONI E FATTI E AL RISPETTO DEI DIRITTI DELLA PRIVACY</u>	<u>113</u>
<u>4.3.3 L'IMPARZIALITÀ DELLE TRASMISSIONI.....</u>	<u>115</u>
<u>4.3.4 LA NEUTRALITÀ DELLE TRASMISSIONI.....</u>	<u>117</u>
<u>4.4 L'ARTICOLATA COMPOSIZIONE DELLA SOCIETÀ IN TERMINI DI GENERE, GENERAZIONI, IDENTITÀ ETNICA, CULTURALE E RELIGIOSA</u>	<u>121</u>
<u>4.5 L'ATTENZIONE ALLE MINORANZE E ALLE PERSONE CON DISABILITÀ.....</u>	<u>123</u>
<u>4.6 LA RAPPRESENTAZIONE DI CONTROVERSIE, VERTENZE E PROCESSI</u>	<u>125</u>
<u>4.7 UNO SGUARDO COMPLESSIVO SUL TEMA DEL PLURALISMO SOCIALE</u>	<u>127</u>
<u>5. LA CAPACITÀ DI CONTRIBUIRE ALLA CREAZIONE DI COESIONE SOCIALE.....</u>	<u>128</u>
<u>5.1 IL CONTRASTO E LA SFIDA A DISCRIMINAZIONI E STEREOTIPI BASATI SULL'APPARTENENZA DI GRUPPO</u>	<u>133</u>
<u>5.2 L'EFFICACE PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA LEGALITÀ</u>	<u>141</u>
<u>5.3 IL RISPETTO DELLA DIGNITÀ DELLA PERSONA.....</u>	<u>144</u>
<u>5.4 L'ATTIVAZIONE DI PROCESSI DI EMPOWERMENT DEL CITTADINO/SPETTATORE .</u>	<u>148</u>
<u>5.5 LA PARTECIPAZIONE ATTIVA ALLA VITA DEL PAESE IN AMBITI RILEVANTI PER LA PROMOZIONE SOCIALE</u>	<u>154</u>
<u>5.6 LA NARRAZIONE DELLE IDENTITÀ, DELLE DIVERSITÀ E DELLE LIBERTÀ DI PERSONE E GRUPPI SOCIALI.....</u>	<u>159</u>
<u>5.7 LA SENSIBILITÀ DEI MINORI E LA CAPACITÀ DI COMUNICARE LORO VALORI POSITIVI.....</u>	<u>163</u>
<u>5.8 UNO SGUARDO COMPLESSIVO SULLA COESIONE SOCIALE.....</u>	<u>166</u>
<u>5.9 IL MONITORAGGIO SULLA CAPACITÀ DI CONTRASTARE EFFICACEMENTE L'HATE SPEECH.....</u>	<u>168</u>

<u>5.10 GLI OBIETTIVI DEL MONITORAGGIO NEL CONTRASTO ALL'HATE SPEECH</u>	<u>169</u>
<u>5.11 INDICATORI E INDICI DEL CONTRASTO ALL'HATE SPEECH</u>	<u>170</u>
<u>5.12 IL CONTRASTO ALL'HATE SPEECH: LE EVIDENZE RESTITUITE DALL'ANALISI</u>	<u>171</u>
<u>5.12.1 IL SOTTO-CAMPIONE PERTINENTE COL TEMA DEL CONTRASTO ALL'HATE SPEECH: NUMERI ASSOLUTI E PERCENTUALI PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA, PER RETE E ORARIO DI MESSA IN ONDA.....</u>	<u>171</u>
<u>5.13 L'ISTIGAZIONE ALLA VIOLENZA E ALL'ODIO</u>	<u>175</u>
<u>5.13.1 LE FORME DEL CONTRASTO ALL'ODIO</u>	<u>179</u>
<u>5.14 I SOGGETTI ATTIVI, LE MODALITÀ DEL CONTRASTO ALL'HATE SPEECH E IL DISVELAMENTO DEI CONTENUTI FALSI, FALSIFICATI E INGANNEVOLI.....</u>	<u>183</u>
<u>5.15 UNO SGUARDO COMPLESSIVO SULLA COESIONE SOCIALE E SULL'HATE SPEECH</u>	<u>188</u>
<u>CONCLUSIONI.....</u>	<u>190</u>
<u>6. METODOLOGIA DELLA RICERCA</u>	<u>192</u>
<u>6.1 UN DUPLICE LIVELLO DI ANALISI</u>	<u>194</u>
<u>6.2 LA SCHEDA DI SECONDO LIVELLO: INDICI E INDICATORI.....</u>	<u>194</u>
<u>6.3 LA PONDERAZIONE</u>	<u>195</u>
<u>6.4 LA COMPOSIZIONE DEGLI INDICI E DEGLI INDICATORI</u>	<u>196</u>
<u>6.5 RAPPRESENTATIVITÀ E LIMITI DEL CAMPIONAMENTO</u>	<u>202</u>
<u>6.6 IL VALORE COMUNICATIVO</u>	<u>203</u>
<u>6.7 BEST PRACTICE, CRITICITÀ, VIOLAZIONI.....</u>	<u>204</u>
<u>APPENDICE STATISTICA.....</u>	<u>206</u>

Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile, sulla capacità di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi e contribuire alla creazione di coesione sociale nella programmazione Rai trasmessa nell'anno solare 2021

1. Il gruppo di ricerca

Il monitoraggio del 2021 è stato affidato, come per l'anno precedente, al raggruppamento temporaneo di impresa composto da ISIMM Ricerche srl (capogruppo), IZI spa, InfoJuice srl.

Il gruppo di lavoro è stato composto, nelle funzioni apicali e di coordinamento, da Enrico Menduni (referente dell'impresa), Francesca Dragotto (direttrice scientifica), e Oriella Esposito (coordinatrice del team di analisti/e monitori/monitrici) per ISIMM Ricerche srl, da Stefano Mosti e Verena Malfertheiner per InfoJuice srl, da Andrea Modica, Luca Savo e Ambra Valentini per IZI spa. A questi si è aggiunto un gruppo di 23 analisti/e monitori/monitrici (ISIMM Ricerche srl) articolato nelle due aree del monitoraggio live, con referente Alice Migliorelli, e del monitoraggio asincrono, necessario per recuperare i programmi andati in onda prima dell'avvio del servizio di rilevazione, con referente Noemi Mangione.

2. La formazione del campione e la metodologia di analisi

L'attività svolta ha avuto come obiettivo l'analisi del **contenuto di un campione di 1.750 trasmissioni** di vario formato e genere, comprensivo della totalità dei **90 programmi dell'accesso** e degli **spot** delle campagne realizzate da: Rai per il Sociale; Presidenza del Consiglio dei Ministri; Pubblicità Progresso; Agenzie Sovranazionali (ONU, FAO, ecc.).

Tavole 1a. Il campione monitorato: valori assoluti per tipologie di programma e per rete

		Tipologia di programmi: valori assoluti								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Rete	RAI 1	72	60	162	55	160	0	134	0	643
	RAI 2	48	90	66	11	84	83	15	0	397
	RAI 3	80	95	292	108	31	0	14	0	620
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	0	0	0	0	0	0	90	90
Totale		200	245	520	174	275	83	163	90	1750

Tavole 1b. Il campione monitorato: percentuali per singola tipologia di programma e per rete

		Tipologia di programmi: percentuali di singole tipologie di programmi per ciascuna rete								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Rete	RAI 1	11,2%	9,3%	25,2%	8,6%	24,9%	0,0%	20,8%	0,0%	100,0%
	RAI 2	12,1%	22,7%	16,6%	2,8%	21,2%	20,9%	3,8%	0,0%	100,0%
	RAI 3	12,9%	15,3%	47,1%	17,4%	5,0%	0,0%	2,3%	0,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		11,4%	14,0%	29,7%	9,9%	15,7%	4,7%	9,3%	5,1%	100,0%

Tavole 1c. Il campione monitorato: percentuali per singola tipologia di programmi e per reti

		Tipologia di programmi: percentuali delle diverse tipologie di programmi per singola rete								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Rete	RAI 1	36,0%	24,5%	31,2%	31,6%	58,2%	0,0%	82,2%	0,0%	36,7%
	RAI 2	24,0%	36,7%	12,7%	6,3%	30,5%	100,0%	9,2%	0,0%	22,7%
	RAI 3	40,0%	38,8%	56,2%	62,1%	11,3%	0,0%	8,6%	0,0%	35,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	5,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elaborato di concerto con la committente Rai, nel campione è confluita, in ragione dell'ampia platea a cui si rivolge, **tutta la programmazione di prima serata** di Rai 1, Rai 2 e Rai 3. Nella selezione dei contenuti diversi dalla prima serata è stata rispettata la proporzionalità tra i macrogeneri televisivi e gli orari di messa in onda, oltre che tra le tre reti.

Tavole 2a. Il campione monitorato: valori assoluti per singola rete e per fascia oraria

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Rete	RAI 1	124	67	90	71	211	80	643
	RAI 2	56	72	32	85	84	68	397
	RAI 3	111	91	60	89	201	68	620
	Spot e campagne socio-istituzionali	18	14	12	19	13	14	90
Totale		309	244	194	264	509	230	1750

Tavole 2b. Il campione monitorato: percentuali per singola rete e per fasce orarie

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Rete	RAI 1	19,3%	10,4%	14,0%	11,0%	32,8%	12,4%	100,0%
	RAI 2	14,1%	18,1%	8,1%	21,4%	21,2%	17,1%	100,0%
	RAI 3	17,9%	14,7%	9,7%	14,4%	32,4%	11,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	20,0%	15,6%	13,3%	21,1%	14,4%	15,6%	100,0%
Totale		17,7%	13,9%	11,1%	15,1%	29,1%	13,1%	100,0%

Tavole 2c. Il campione monitorato: percentuali per reti e per singola fascia oraria

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Rete	RAI 1	40,1%	27,5%	46,4%	26,9%	41,5%	34,8%	36,7%
	RAI 2	18,1%	29,5%	16,5%	32,2%	16,5%	29,6%	22,7%
	RAI 3	35,9%	37,3%	30,9%	33,7%	39,5%	29,6%	35,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	5,8%	5,7%	6,2%	7,2%	2,6%	6,1%	5,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

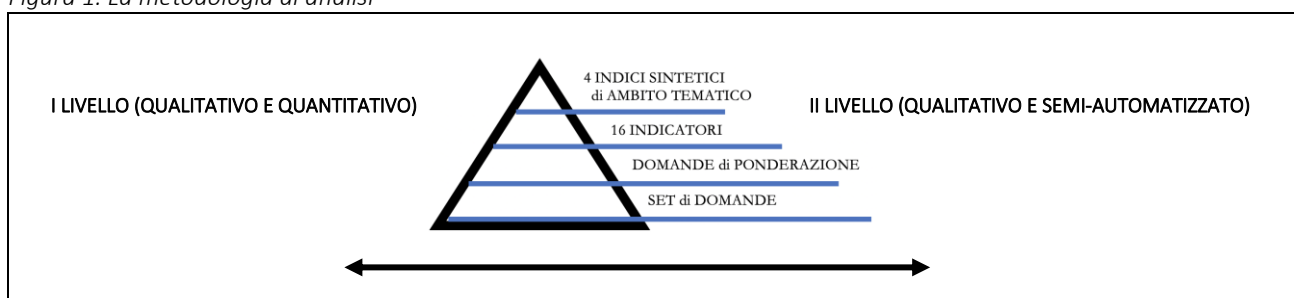
Per quanto concerne i **TG**, questi sono stati sempre analizzati nel numero di cinque, uno per ogni canale Rai, per ogni fascia oraria e in giorni differenti. Per offrire una casistica la più ampia possibile, i TG sono stati monitorati in orari differenti di settimana: non è stato monitorato per due settimane successive lo stesso telegiornale messo in onda alla stessa ora. Le trasmissioni delle edizioni dei due **TG regionali** sono stati selezionati sulla base della regione di riferimento, variata secondo un criterio alfabetico.

In questo modo, rispetto alle 20 regioni italiane, nell'arco di tutto il monitoraggio, ciascun TG regionale è stato monitorato per circa quattro volte, due per edizione (ore 14.00 e 19.30). Dal campione sono stati esclusi i programmi trasmessi nei mesi di giugno, luglio e agosto, caratterizzati da un maggior numero di programmi in replica; ne è risultato un campione che ha previsto **40 contenuti a settimana** per le settimane dal **1 gennaio al 31 maggio** e dal **1 settembre al 31 dicembre**.

L'**architettura del monitoraggio** è stata concepita in vista della **valutazione** della programmazione Rai 2021 in funzione di **3 temi: rappresentazione della figura femminile, pluralismo di temi, soggetti e linguaggi e contributo alla creazione di coesione sociale**, l'ultimo dei quali, a partire dal 2020, ha previsto un'articolazione interna specifica (**un tema nel tema**) volta a rilevare le strategie di contrasto alla diffusione del discorso d'odio (**hate speech**).

Per ciascuna tematica è stato applicato in modo **differenziato** un **set di metodologie** d'indagine quantitative e qualitative ispirato all'analisi critica del discorso. Si tratta di un sistema di analisi basato su **2 livelli distinti** e insieme **collegati**: il **primo livello** di analisi (**quantitativo**) individua e descrive le tecniche fini del trattamento di ogni singola tematica all'interno della singola trasmissione. Si viene in tal modo a realizzare una **mappatura** di tutti gli **elementi strutturali** della trasmissione e della loro congruità rispetto ai temi del monitoraggio, nonché di tutti i personaggi e delle persone in scena. Per queste ultime sono individuate inoltre caratteristiche sociodemografiche (genere, età, orientamento sessuale laddove esplicitato, classe sociale, etc.), ruolo narrativo e ruolo televisivo e collocazione rispetto al tema affrontato. Il **secondo livello (qualitativo e semi-automatizzato)** permette invece di compiere una valutazione sintetica, espressa da un **indice numerico**, della rispondenza della trasmissione ai principi di servizio pubblico nelle quattro missioni oggetto del monitoraggio. Tale indice è stato concepito, per ciascuna area tematica, come **media ponderata** dei risultati di un **numero variabile di indicatori**. Alla definizione di ogni indicatore ha contribuito un **set di domande di ponderazione** selezionate a monte tra quelle della scheda di I livello. Il secondo livello di analisi produce pertanto una **valutazione umana assistita da misurazioni numeriche e algoritmi** in grado di mitigare una eventuale soggettività interpretativa.

Figura 1. La metodologia di analisi



Tra i principali vantaggi dell'approccio quanti-qualitativo proposto si hanno senz'altro

- la possibilità di impiantare analisi contrastive a livello nazionale e internazionale, grazie alle variabili previste per la rilevazione, anche incrociabili;
- la possibilità di evidenziare, per ciascuna area tematica (rappresentazione della donna, pluralismo sociale, coesione, hate speech) la validità complessiva della programmazione e il contributo che offre alla mission di Rai grazie all'impilabilità e incrociabilità dei dati (a titolo di esempio si consideri la differenza tra la rilevazione delle presenze di donne in trasmissione e

- la valutazione del ruolo effettivamente svolto da ciascuna di esse e del tema trattato nella singola trasmissione; o, ancora, il peso dovuto alla fascia oraria in cui intervengono, anche in rapporto all'intera giornata o persino rispetto alla rete o alla programmazione monitorata);
- la possibilità di disporre, per ciascuna sezione della scheda, di un indice di validità della trasmissione rispetto a un determinato task (rappresentazione della donna, pluralismo, coesione, hate-speech);
 - la possibilità di sganciare l'individuazione di criticità, violazioni e best practice dalla esclusiva soggettività di chi ha condotto il monitoraggio per effetto dell'abbinamento di una trasmissione ai punteggi conseguiti in tutte le domande di una determinata sezione;
 - la possibilità per l'azienda di intervenire nel miglioramento dei programmi in corso o di poter approfondire i punti di forza e di debolezza della programmazione.

Per facilitare la lettura di questo rapporto finale, nel corpo principale sono stati riportati i principali dati, statistiche e ponderazioni, con le relative elaborazioni grafiche. Tutto ciò che non è stato inserito onde evitare l'appesantimento della lettura è stato dislocato in un'ampia appendice statistica, a seguire.

Nel report si è cercato di elaborare non solo i dati quantitativi e qualitativi emersi dalla rilevazione, nel confronto con la migliore letteratura internazionale, ma anche di fornire commenti e valutazioni, e segnalare e misurare, entro i limiti consentiti dai differenti criteri di analisi, le convergenze e le specificità rispetto alla situazione internazionale. Tale report può inoltre contribuire ad una più articolata definizione della mission di servizio pubblico, in continua evoluzione; fornendo indicazioni per il **superamento di stereotipi e 'bias cognitivi'**¹ alla base del gender gap; **contribuendo alla definizione di pluralismo sociale, a livello macro- e microsociale, anch'essa in rapida evoluzione sotto la spinta della globalizzazione e delle sue contraddizioni; definendo** manifestazioni, limiti e potenzialità della **coesione sociale** e promuoverla; **individuando le forme** della rappresentazione televisiva più adatte alla comunicazione di questi concetti.

Un'avvertenza di lettura, a chiusura di questa sezione. Parte delle tavole predisposte per illustrare gli incroci tra le diverse variabili considerate sono state omesse e collocate in appendice per facilitare la lettura. Per ogni incrocio considerato sono state realizzate tre tavole di contingenza (denominate *Tavola N a, b, c*). La prima esprime sempre valori numerici e ha il vantaggio di offrire a chi legge un dato assoluto. La seconda e la terza esprimono invece percentuali e sono funzionali a "pesare" il dato

¹ Con questo termine, introdotto nella ricerca sociale negli anni Settanta, è ormai prassi riferirsi a dei costrutti fondati su percezioni errate o distorte, su pregiudizi e ideologie. Si tratta pertanto di assunzioni di comportamento che hanno luogo al di fuori del giudizio critico, alle quali si ricorre per prendere decisioni rapidamente e in modo economico, intendendo con 'economia cognitiva' la quantità di energia e sforzo necessari a prendere una decisione fondata sulla logica. I principali tipi di bias sono quelli 'di conferma' (tendenza a prendere in considerazione i dati e le informazioni che tendono a corroborare le nostre tesi iniziali); 'di coerenza' (ricordi distorti di comportamenti, atteggiamenti o opinioni passate finalizzati a farli assomigliare a quelli presenti); 'etnico' (valutazione più favorevole per le persone che appartengono al nostro gruppo etnico); 'di egocentrismo' (ricordi selettivi di eventi tesi a rinforzare l'autostima); 'di ancoraggio' (incapacità di mettere in discussione i dati di partenza a cui ancoriamo le nostre valutazioni). La lista potrebbe continuare, tanto è lunga e dettagliata la lista di bias che si è venuta definendo dall'epoca della ricerca *Heuristics and Bias Program* di Kahneman & Tversky, il primo Nobel per l'Economia nei primi anni Duemila "per avere integrato risultati della ricerca psicologica nella scienza economica, specialmente in merito al giudizio umano e alla teoria delle decisioni in condizioni d'incertezza" *Treccani.it* alla voce 'Kahneman, Daniel'

https://www.treccani.it/enciclopedia/daniel-kahneman_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/

prima valorizzato in termini assoluti sia rispetto alla totalità del campione, sia rispetto alla propria categoria di riferimento, a sua volta “pesata” rispetto al campione. Procedendo in questo modo è possibile operare, rispetto a una categoria, una focalizzazione a più stadi, in modo analogo a quanto si potrebbe fare restituendo, di un frammento di realtà, una foto panoramica, un primo piano e una macro.

3. *La rappresentazione della figura femminile nella programmazione Rai 2021*

Il monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione Rai è realizzato seguendo le prescrizioni del Contratto di servizio 2018-2022, che impegna l'Azienda ad assicurare *"[...] nell'ambito dell'offerta complessiva, diffusa su qualsiasi piattaforma e con qualunque sistema di trasmissione, la più completa e plurale rappresentazione dei ruoli che le donne svolgono nella società, nonché la realizzazione di contenuti volti alla prevenzione e al contrasto della violenza in qualsiasi forma nei confronti delle donne"* (Art. 9. Parità di genere, comma 1).

Il Contratto di Servizio richiede altresì alla Concessionaria di realizzare un monitoraggio che consenta di verificare sia *"la rappresentazione non stereotipata del ruolo della donna e della figura femminile nei diversi ambiti della società"* (Art. 25 comma 1, lett. p) ii)) e la capacità di *"promuovere, nella programmazione, il valore dei principi di non discriminazione e della parità tra gli uomini e le donne, [...]"* (Art. 25 comma 1, lett. q) i); sia di *"verificare il rispetto della parità di genere nella programmazione complessiva."* (Art. 9. Parità di genere, comma 2, lett. c).

Compito precipuo del monitoraggio relativo a questa area tematica così complessa e sfaccettata è perciò

- la rilevazione e valutazione della presenza, nella programmazione, di rappresentazioni stereotipate, degli ambiti che coinvolgono e, nei casi in cui eventualmente occorrono, degli ambiti che coinvolgono e dei costrutti verbali e non verbali che le sostengono;
- la valutazione del contributo fattivo del Servizio pubblico all'accrescimento di consapevolezza, da parte dell'opinione pubblica, in merito a quanto connesso con le pari opportunità e la parità di genere;
- la valutazione del contributo fattivo del Servizio pubblico al contrasto attivo di ogni fenomeno discriminatorio o violento nei confronti delle donne.

Nell'ambito del lavoro di analisi, per esprimere quantitativamente tale valutazione sono stati predisposti **cinque indicatori**, su scala da 1 a 10, che consentono di generare **un indice sintetico complessivo**.

La misurazione della performance per i diversi indicatori relativi a questa area tematica ha restituito, per la programmazione Rai 2021, i seguenti risultati (messi a confronto con quelli del 2020 tra parentesi tonde):

1. completezza della trattazione della figura femminile in tutti i suoi aspetti: **8,46** (vs 8,33)
2. rispetto della dignità della persona e dell'identità di genere: **8,79** (vs 8,25)
3. prevenzione e contrasto della violenza nei confronti delle donne: **8,34** (vs 8,29)
4. rappresentazione non stereotipata del ruolo della donna: **8,75** (vs 8,45)
5. la promozione dei principi di non discriminazione e parità di genere: **8,44** (vs 8,05).

La capacità complessiva di garantire e promuovere la correttezza rappresentazione della figura femminile, ottenuta dalla media dei 5 indicatori, è pari a **8,54** (vs 8,23), un valore molto elevato in sé e reso ancora più significativo dal confronto con quello relativo all'anno precedente, di per sé già buono.

Figura 2. La capacità di rappresentazione della figura femminile: indice e indicatori di validità

INDICATORI TEMATICI E INDICE SINTETICO COMPLESSIVO DELLA CAPACITÀ DI RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE	2021	2020
INDICE SINTETICO COMPLESSIVO	8,54	8,23
Fornire una informazione esauriente e completa sui temi e le questioni di genere	8,46	8,33
Fornire una rappresentazione delle donne pienamente rispettosa della dignità della persona e dell'identità di genere	8,79	8,25
Fornire una rappresentazione delle donne non stereotipata	8,75	8,45
Promuovere i principi di non discriminazione e di parità di genere	8,44	8,05
Favorire la prevenzione e il contrasto a ogni forma di violenza contro le donne	8,34	8,29

Questo risultato conferma la capacità della programmazione RAI di fornire al proprio pubblico, nel suo complesso e in riferimento al campione monitorato: una **informazione esauriente e completa** sui temi e sulle questioni di genere; una **rappresentazione** delle donne di norma **rispettosa e non stereotipata**; delle rappresentazioni utili a promuovere i principi di **parità di genere** e il **contrasto** a ogni forma di **violenza** contro le donne.

Come detto in premessa, a questa valutazione sintetica si affianca quella analitica, fondata sulle principali evidenze relative ai singoli aspetti della rappresentazione della figura femminile nella programmazione. Tali evidenze, ottenute per decostruzione di quanto rappresentato, consentono di restituire il quadro di quanto, come e per parlare di cosa le donne vanno in scena. Questa decostruzione è indispensabile per individuare eventuali rappresentazioni manchevoli o operazioni di facciata: alludiamo al cosiddetto “pinkwashing”, ovvero ai tentativi di accreditare la propria azione positiva per il superamento del gender gap, ma che invece ben poco hanno di sostanza. Dall’analisi compiuta tuttavia non risulta una pratica di pinkwashing, e questo è indubbiamente un elemento positivo. All’accrescimento delle quote femminile tende a corrispondere una più favorevole ridefinizione degli spazi discorsivi e comunicativi attribuiti a queste donne.

3.1 La rappresentazione femminile: le evidenze restituite dall’analisi

Per ciò che riguarda il tema specifico della rappresentazione della figura femminile, sono stati oggetto di valutazione del monitoraggio:

- la **presenza** di persone e personaggi femminili nelle trasmissioni RAI, attraverso una classificazione di tutte/tutti quelli presenti in video (escludendo i “generici” e coloro che non prendono parola), sulla base del loro ruolo nella trasmissione, delle loro caratteristiche sociodemografiche, della posizione sociale, dell’orientamento sessuale, ove esplicitamente o volontariamente dichiarato, e dei temi e sottotemi che sono chiamati a discutere;
- il **rispetto della dignità** delle persone e dell’**identità di genere**;
- la capacità della programmazione RAI di offrire una **rappresentazione non stereotipata** del ruolo delle donne e di descrivere efficacemente la **condizione femminile** nel Paese e nel

- mondo nella sua varietà e in tutti i suoi aspetti, con particolare riferimento ai problemi connessi con la persistenza di antichi retaggi socioculturali ma anche di nuove contraddizioni;
- la capacità di enucleare i principali temi del dibattito sulle varie **questioni** connesse con il **genere** e di promuovere i principi di **non discriminazione** e di **parità di genere**;
 - il contributo del Servizio pubblico alla **prevenzione** e al **contrasto** della **violenza** sulle donne in tutte le sue forme, compresa quella più grave: il femminicidio;
 - la qualità delle **scelte linguistiche** verbali in riferimento alla rappresentazione del genere femminile, della sua espressione e dei ruoli in cui è declinabile.

Per la messa a tema dei dati è stata prevista una classificazione in **12 macrotemi** (“Politica interna”; “Politica estera”; “Economia”; “Scienza e salute”; “Questioni sociali”; “Ambiente e natura”; “Giustizia”; “Religione”; “Cultura, storia”; “Arte, spettacolo e media”; “Istruzione”; “Difesa e sicurezza”) articolati a loro volta in **153 sottotemi**² (tra i quali: “Violenza di genere”, “Relazioni di genere”, “Uguaglianza di genere”, “Disuguaglianze”, “Natalità e genitorialità”, “Diritti sociali e civili”, “Donne in economia”, “Donne in politica”, ecc.). Per ognuno di essi è indicata e quantificata la presenza e il livello di centralità della figura femminile nel contesto della trasmissione.

3.3.1 Il sotto-campione pertinente col tema della rappresentazione femminile: numeri assoluti e percentuali per tipologia di programma e per rete di messa in onda

La pertinenza del tema della rappresentazione della figura femminile è stata riscontrata in **1.632 trasmissioni** del campione monitorato, pari al **93,3%**.

Assunto a riferimento per l’individuazione dei macrogeneri delle trasmissioni quello ottenuto da una rielaborazione della classificazione in uso per la rilevazione Auditel, il campione pertinente col tema (da qui in poi sotto-campione) risulta così composto: 200 **telegiornali nazionali e regionali** (11,4% del campione); 245 **rubriche dei telegiornali** (14%); 83 **rubriche sportive** (4,7%); 520 trasmissioni di programmi di **approfondimento informativo** (29,7%); 174 di programmi **culturali** (9,9%); 275 di programmi di **intrattenimento** (15,7%); 163 puntate di **fiction di produzione RAI** (9,3%); 90 (5,1%) spot e campagne istituzionali, ovvero la totalità della **programmazione a carattere sociale** (Rai per il Sociale, spot della Presidenza del Consiglio dei Ministri; Pubblicità progresso, Agenzie sovranazionali e simili). A differenza che nei monitoraggi precedenti, dove era inglobata nell’“Approfondimento informativo”, si è ritenuto preferibile trattare come categoria autonoma quella degli spot e delle campagne socio-istituzionali, in special modo per via della loro esplicita vocazione sociale.

² Erano 120 nel 2020 e sono stati integrati da un set di opzioni di risposta incentrati sulla sostenibilità e sul campo semantico a essa relativo (da Agenda 2030 alla sua declinabilità nei vari altri sottotemi relativi). Ai 153 sottotemi vanno poi aggiunte ulteriori 12 voci “Altro” in corrispondenza di ognuno dei sottotemi previsti dalla scheda di monitoraggio.

Tavole 3a. La coerenza del campione monitorato col tema della rappresentazione femminile: valori assoluti per tipologia di programma

		COERENZA DEL CAMPIONE CON IL TEMA MONITORATO CON IL TEMA DELLA RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE		Totale
		SI'	NO	
Tipologia del programma	Telegiornali	192	8	200
	Rubriche dei telegiornali	226	19	245
	Approfondimento informativo	496	24	520
	Cultura	159	15	174
	Intrattenimento	272	3	275
	Rubriche sportive	71	12	83
	Fiction di produzione Rai	163	0	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	53	37	90
Totale		1632	118	1750

Tavole 3b. La coerenza del campione monitorato col tema della rappresentazione femminile: percentuali per singola tipologia di programma

		COERENZA DEL CAMPIONE CON IL TEMA MONITORATO CON IL TEMA DELLA RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE		Totale
		SI'	NO	
Tipologia del programma	Telegiornali	96,0%	4,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	92,2%	7,8%	100,0%
	Approfondimento informativo	95,4%	4,6%	100,0%
	Cultura	91,4%	8,6%	100,0%
	Intrattenimento	98,9%	1,1%	100,0%
	Rubriche sportive	85,5%	14,5%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	100,0%	0,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	58,9%	41,1%	100,0%
Totale		93,3%	6,7%	100,0%

Dalla tavola 3c, complementare alle due precedenti, è invece possibile ricavare, per ognuno dei macrogeneri, la percentuale di programmi in cui è stata rilevata la presenza di soggetti femminili con riferimento, però, alle percentuali di riferimento per ciascun macrogenere nel campione. Si tratta di una lettura utile a individuare potenziali aree sensibili, a cui sarà possibile attribuire un significato sociale grazie all'incrocio con ulteriori variabili. È il caso delle rubriche sportive e, in misura minore, dei programmi di cultura.

Tavola 3c. La coerenza del campione monitorato col tema della rappresentazione femminile: percentuali per tipologie di programma

		COERENZA DEL CAMPIONE CON IL TEMA MONITORATO CON IL TEMA DELLA RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	11,8%	6,8%	11,4%
	Rubriche dei telegiornali	13,8%	16,1%	14,0%
	Approfondimento informativo	30,4%	20,3%	29,7%
	Cultura	9,7%	12,7%	9,9%
	Intrattenimento	16,7%	2,5%	15,7%
	Rubriche sportive	4,4%	10,2%	4,7%
	Fiction di produzione Rai	10,0%	0,0%	9,3%
	Spot e campagne socio-istituzionali	3,2%	31,4%	5,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

3.3.1.1 Le donne sullo schermo

Il numero di persone e personaggi presenti in scena nell'ambito dei 1.750 programmi monitorati è stato pari a **31.020: 11.424** sono le **donne** rilevate, di contro a 19.512 uomini, 27 transgender e 57 soggetti in scena non classificabili, categorizzati come "Altro". Si sono fatte rientrare in quest'ultima categoria in primis le voci fuori campo, ma anche le persone presenti in scena ma con il volto non riconoscibile perché oscurato o perché di spalle (è il caso, per esempio, di testimoni di processi o di pentiti intervistati, per esempio). Oppure, ancora, quei gruppi misti che hanno esaurito il proprio passaggio in scena con l'esibizione, non interagendo con la conduzione né con altri soggetti (per es. la band musicale dei Maneskin).

Ragionando in percentuale, si tratta del **36,8%** di **donne** vs il 62,9% di uomini: il dato è di poco inferiore (-0,1%) a quello registrato nel 2020 (36,9%) ma ancora superiore a quello del 2019 (36,3%). La percentuale fatta registrare dal 'generi non binari' è pari allo 0,1%³, un dato non pienamente confrontabile con quello dell'anno precedente giacché rispetto al 2020 si è ritenuto preferibile scorporare il cosiddetto terzo genere da una non meglio definita voce "Altro", in uso nelle precedenti rilevazioni. Questa decisione si spiega con la volontà di registrare a partire dall'anno in corso un valore specifico per questo genere, anche in forza della maggiore circolazione di opinione intorno ad esso nella società.

Quanto al campione di persone e personaggi nel suo complesso, quello raccolto nel 2020 ammontava a 26.928 personaggi, ricavati, però, da 1.603 trasmissioni.

I numeri relativi ai diversi generi risultano essere perciò di fatto appaiati in prossimità delle stesse percentuali, non facendo segnalare miglioramenti di sostanza almeno sul versante quantitativo.

L'incrocio con le variabili relative ai ruoli – narrativo e televisivo – ricoperti in trasmissione e con i macrotemi e sottotemi per la cui trattazione sono state chiamate in causa aiuterà a comprendere se abbia avuto luogo un riposizionamento delle donne, più o meno blando, rispetto alle coordinate strutturali e funzionali dei programmi.

³ Persone, per esempio, che anatomicamente sono donne ma che si sentono uomini, oppure né donne né uomini, oppure donne in alcuni periodi e uomini in altri. Per costoro che non si riconoscono nel binarismo maschio-femmina, si parla talvolta di 'terzo genere' (concetto espresso nei diversi paesi da varianti differenti).

La stessa performance di una persona sulla scena assume infatti rilevanza diversa a seconda della tipologia del programma, del ruolo che la persona svolge all'interno di essa (es. giornalista, performer, cantante, esperto/a, ospite, concorrente etc.), degli argomenti che è chiamata ad affrontare e delle competenze necessarie per farlo.

Tavola 4. Persone e personaggi in scena per genere: valori assoluti e percentuali

GENERE PERSONE E PERSONAGGI	NUMERO ASSOLUTO	PERCENTUALE
M	19.512	62,9%
F	11.424	36,8%
Transgender	27	0,1%
Altro	57	0,2%
Totale	31.020	100,0%

3.3.2 La presenza del genere femminile per fasce orarie

Numericamente e percentualmente **inferiore a quella maschile in tutte le 6 fasce orarie** in cui è stata suddivisa la programmazione giornaliera, la presenza femminile è risultata **più elevata della media nel day-time**, dove si assiste a un incremento dalle prime ore della mattina fino al primo pomeriggio, con **picco nella fascia 15.00-18.00**: qui la percentuale di persone e personaggi femminili in scena ha infatti toccato il 44,1% (vs il 40,7% nel 2020). Inizia a **decreocere** con i programmi dell'**access prime-time** (18.00-21.00), con scarti rispetto alle presenze maschili che sembrano riprodurre, ancora una volta, i valori della cosiddetta "regola del terzo",⁴ inespressa e di difficile reperibilità anche nella letteratura di settore eppure vigente. Qui le donne sono infatti risultate il 35,9% (vs il 64% di uomini e vs il 37,2% di donne nel 2020), quasi un punto percentuale in più di quante sono state nella fascia di maggior ascolto della prima serata (21.00-23.00), con un 35% di presenze inferiore sia rispetto al 64,7% di uomini che al 36,4% di donne, nella stessa fascia oraria, del 2020.

Il decremento prosegue in **seconda serata**, la **fascia oraria con il tasso di presenze femminili più basso** per il 2021, con il 33,4% vs il 66,3% di uomini. Un valore a cui si può guardare comunque come a indizio di miglioramento se lo si confronta con quello del 2020, quando le presenze femminili furono pari al 31,6%.

In merito a questa distribuzione emergono due questioni complementari, peraltro già segnalate nel Report del monitoraggio 2020. La prima questione riguarda l'idea del femminile che appare utilizzata nella costruzione dei programmi del day-time: essa rischia di essere più convenzionale e tradizionale della linea editoriale dichiarata, ed anche rispetto al pubblico effettivamente in ascolto in questa fascia oraria.

Il secondo tema concerne l'ipotesi che in questa fascia oraria, di elevato pregio e forte competitività, la presenza delle donne nei ruoli di maggior protagonismo sia limitata da un concetto convenzionale: che cioè volti maschili tutelino meglio gli ascolti dell'azienda in quest'area dove lo scontro è più duro. È un'ipotesi che potrà essere approfondita valutando la diversa performance della fiction – anche in

⁴ Si intende per "regola del terzo" una vecchia prassi delle redazioni dei programmi televisivi nei paesi occidentali in cui veniva riservato circa un terzo delle presenze di ospiti al genere femminile, più per questioni di equilibrio e di casting che per considerazioni di genere.

questo caso più inclusiva del factual – nonché il peso di esperte e conduttrici donne negli approfondimenti informativi di prima e seconda serata. La differenza di performance fra fiction e factual potrebbe persino suggerire che il protagonismo femminile fosse più facile in una realtà sceneggiata e recitata piuttosto che nella cronaca, la cui agenda è dettata da eventi reali, spesso intrisi di subalternità e pregiudizi di vecchia data. Ipotesi che meriterebbero di essere verificate da successive apposite ricerche.

Tavola 5b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singoli generi e per fasce orarie

Genere personaggi	Fascia oraria						Totale
	06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
M	14,2%	10,3%	8,8%	15,3%	39,6%	11,9%	100,0%
F	15,4%	11,3%	11,9%	14,6%	36,5%	10,2%	100,0%
Transgender	11,1%	7,4%	0,0%	0,0%	59,3%	22,2%	100,0%
Altro	8,8%	8,8%	8,8%	8,8%	52,6%	12,3%	100,0%
Totale	14,6%	10,6%	10,0%	15,0%	38,5%	11,3%	100,0%

Tavola 5c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singola fascia oraria

Genere personaggi	Fascia oraria						Totale
	06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
M	61,0%	60,8%	55,8%	64,0%	64,7%	66,3%	62,9%
F	38,8%	39,0%	44,1%	35,9%	35,0%	33,4%	36,8%
Transgender	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,1%
Altro	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.3 La presenza del genere femminile per reti di messa in onda

Per quanto riguarda la rete di messa in onda, premesso che la quantità di programmi monitorati di Rai 2 è più bassa di quella delle altre reti per via della presenza, nel palinsesto, di numerose produzioni di film e di fiction non di produzione Rai, la **performance migliore** è fatta registrare da **Rai 1**, l'unica rete che fa peraltro registrare il superamento della "regola del terzo", con il 40,2% di donne vs il 59,4% di uomini e il 44,6% di donne in prospettiva intragenere. Un risultato, questo, a cui contribuisce significativamente proprio la fiction di produzione, molto presente su Rai 1, rete che, peraltro, risulta essere in assoluto la migliore per presenza di generi diversi, non solo del femminile.

Da segnalare, inoltre, l'avvicinamento delle stesse quote percentuali per maschi e femmine nella categoria "Spot e campagne socio-istituzionali", dove però manca ancora ogni rappresentanza dei generi non binari.

Tavola 6a. La presenza di persone e personaggi in scena: valori assoluti per genere e per rete

Genere Personaggi	Rete				Totale
	RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
M	7524	4577	7350	61	19512
F	5096	2206	4064	58	11424
Transgender	14	5	8	0	27
Altro	29	8	14	6	57
Totale	12663	6796	11436	125	31020

Tavola 6b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singolo genere e per rete

Genere Personaggi	Rete				Totale
	RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
M	38,6%	23,5%	37,7%	0,3%	100,0%
F	44,6%	19,3%	35,6%	0,5%	100,0%
Transgender	51,9%	18,5%	29,6%	0,0%	100,0%
Altro	50,9%	14,0%	24,6%	10,5%	100,0%
Totale	40,8%	21,9%	36,9%	0,4%	100,0%

Tavola 6c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singola rete

Genere Personaggi	Rete				Totale
	RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
M	59,4%	67,3%	64,3%	48,8%	62,9%
F	40,2%	32,5%	35,5%	46,4%	36,8%
Transgender	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%
Altro	0,2%	0,1%	0,1%	4,8%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.4 La presenza del genere femminile per tipologia di programmi

L'incrocio della variabile di genere con quella relativa alla tipologia di programmi restituisce uno **spaccato piuttosto articolato**, con da una parte fiction di produzione Rai, programmi di intrattenimento e spot con presenze femminili superiori al 40% e, nel caso degli spot delle campagne socio-istituzionali, perfettamente sovrapponibili a quelle maschili e, dall'altra, le rubriche sportive con un magro 15,8% di presenze femminili e nessuna di altri generi⁵. Nei programmi sportivi l'attenzione al femminile assume due volti, quello delle atlete in competizione e quello delle figure giornalistiche che li commentano. Entrambi i dati sono migliorabili e occorrerebbe prestare attenzione anche alle conduzioni "miste" (giornaliste donne che commentano gare maschili e viceversa), come anche alle Olimpiadi, dove inizia a diffondersi la pratica delle gare miste. Va rilevato, inoltre, che la sospensione del monitoraggio nei mesi estivi coincide con un fitto calendario di eventi sportivi ed in particolare olimpici nell'anno 2021 con discipline come l'atletica leggera molto praticate dalle donne. Monitorando anche questo periodo si otterrebbero probabilmente dati più realistici circa le presenze femminili nelle rubriche sportive.

A metà tra fiction di produzione e rubriche sportive si collocano le altre tipologie di programmi, con valori che ripropongono il rapporto 2:1 (due uomini per ogni presenza femminile): 32,4% "Cultura", 36,5% "Approfondimento informativo", 37,7% "Telegiornali" e 38,5% "Rubriche dei telegiornali".

Allo squilibrio dei numeri fa invece da pendant la **sostanziale omogeneità nella distribuzione intragenere** per tipologia di programma: con l'eccezione prevedibile delle rubriche sportive (2% F vs 6,1% M), sovrapponibile o persino prevalente rispetto alla corrispettiva maschile è la percentuale di donne che, sul numero totale di donne rappresentate, si riscontra in "Telegiornali" (16,9% F vs 16,4% M), "Rubriche dei telegiornali" (9,8% F vs 9,1% M), "Approfondimento informativo" (36% F vs 36,5% M), "Intrattenimento" (18% F vs 15% M), "Fiction di produzione Rai" (10,6% F vs 8,6% M), programmi culturali (6,2% F vs 7,5% M) e "Spot e campagne socio-istituzionali" (0,5% F vs 0,3% M). La domanda da porsi è se la causa di questo quasi **appaiamento "orizzontale"**, seppur nella differenza sostanziale dei numeri, derivi dall'effetto di una prassi di "dosaggio" che si rinnova perché convalidata dall'esperienza e dal pubblico, o se sia motivato dalla necessità di raccontare il presente secondo i personaggi che la società stessa fa emergere.

Una risposta fondata richiede, come detto in premessa, che vengano effettuati, subito a seguire, gli ulteriori incroci della variabile di genere prima con quelle relative al ruolo narrativo e al ruolo televisivo, poi con quella relativa a temi e sottotemi di vocazione femminile, ovvero quelli rispetto ai quali si convocano maggiormente le donne. Il complesso di queste variabili consente infatti di "materializzare" la mera presenza formale, che viene registrata quand'anche accessoria o esornativa. Tale materializzazione costituisce, inoltre, una sorta di cartina di tornasole del posizionamento del genere femminile nella rappresentazione proposta al pubblico e, insieme, una lente di ingrandimento sui potenziali bias cognitivi alla base delle scelte. Come vedremo fra poco, la presenza femminile nei ruoli narrativi centrali e, nella fiction, come protagonista di puntata presenta numeri interessanti; ma permangono – e anche questo lo vedremo in dettaglio – varie proporzioni e "quote" difficili da modificare, probabilmente per il loro profondo radicamento.

⁵ La considerazione che la quasi totalità delle discipline sportive richiede di definirsi maschio o femmina non rappresenta una attenuante sufficiente a giustificare una mancanza di attenzione questo tema, ben presente nel mondo sportivo. L'attualità delle questioni legate ai generi non binari renderebbe per esempio attesa la presenza, nello spazio discorsivo e narrativo, di questo tema – e di persone portatrici del tema – per le notevoli sue implicazioni nell'ambito di gare, regolamenti, performances.

Tavola 7b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singolo genere per tipologie di programma

Genere Personaggi	Tipologia di programma								Totale
	Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
M	16,4%	9,1%	36,5%	7,5%	15,5%	6,1%	8,6%	0,3%	100,0%
F	16,9%	9,8%	36,0%	6,2%	18,0%	2,0%	10,6%	0,5%	100,0%
Transgender	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	22,2%	0,0%	11,1%	0,0%	100,0%
Altro	1,8%	7,0%	19,3%	8,8%	47,4%	0,0%	3,5%	12,3%	100,0%
Totale	16,5%	9,4%	36,3%	7,0%	16,5%	4,6%	9,3%	0,4%	100,0%

Tavola 7c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali dei generi per ogni tipologia di programma

Genere Personaggi	Tipologia di programma								Totale
	Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
M	62,3%	61,3%	63,2%	67,3%	59,2%	84,2%	57,9%	47,3%	62,9%
F	37,7%	38,5%	36,5%	32,4%	40,2%	15,8%	41,9%	47,3%	36,8%
Transgender	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
Altro	0,0%	0,1%	0,1%	0,2%	0,5%	0,0%	0,1%	5,3%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.5 La presenza del genere femminile per ruolo narrativo

Prima di procedere con la presentazione dei dati ottenuti per questa variabile, è utile ricordare che di tutti gli elementi costitutivi della struttura di un testo, e di quello narrativo in particolare, i personaggi costituiscono uno tra quelli fondanti, insieme al tempo, allo spazio, alla storia e al narratore. Il **complesso dei personaggi** agisce nel testo alla maniera di un **sistema** nel quale ognuno acquisisce il proprio significato in relazione a quello degli altri: per riferirsi a questo complesso, nel contesto della narratologia si è soliti parlare di “ruoli narrativi” e distinguere i personaggi, in base al **ruolo specifico che svolgono**, in: protagonista, antagonista, aiutante, oppositore, oggetto. L’organizzazione in sistema implica, a sua volta, una **gerarchia**, alla quale è prassi che i personaggi si conformino. Occupare un certo posto nella scala gerarchica significa avere un **grado di importanza** diverso rispetto a chi occupa i livelli inferiore e/o superiore ed **essere riconosciuti facilmente** dai fruitori del testo grazie all’implicita condivisione delle stesse preconcoscenze. In base alla loro importanza, i personaggi sono classificati in principali, secondari e comparse. I principali hanno i ruoli centrali (protagonista, antagonista): sono sempre al centro del discorso narrativo e su di loro si concentra maggiormente l’azione; i secondari hanno un ruolo di secondo piano (aiutanti), ma condizionano lo sviluppo dell’intreccio, giacché funzionali allo svolgersi dell’azione; le comparse hanno un ruolo marginale e poco significativo, costituiscono una sorta di sfondo, caratterizzano l’ambiente, ma non hanno alcuna influenza sullo sviluppo della storia.

Alla luce di tali considerazioni, è apprezzabile che, ragionando in valori assoluti, sia proprio in corrispondenza del **ruolo narrativo “Centrale”** che si registra lo scarto più incoraggiante tra uomini e donne: su 2.648 attivazioni per questo ruolo, 1.386 sono infatti riconducibili a uomini e 1.246 a donne, con uno scarto percepibile ma non consistente, anche in termini percentuali (**52,3% vs 47,1%**). Lo stesso non si può però dire per tutti gli altri ruoli, dove ci si riavvicina o si ritorna al rapporto di 2:1. Accade in “Rilevante”, una categoria ponte tra il ruolo centrale e quello secondario, dove al 63,2% di

uomini risponde il 36,5% di donne; in “Secondario”, in cui si registra un 63,5% vs 36,4% ma persino in “Marginale”, dove gli uomini doppiano le donne per 66% a 33,7%.

Volendo mantenere, invece, una prospettiva di **distribuzione intragenere** (ovvero di descrizione della distribuzione di ogni singolo genere tra le diverse opzioni previste dalla variabile del ruolo narrativo), il ruolo narrativo in cui si concentrano più donne risulta essere **“Rilevante”** – 42,8% del totale di donne rilevate –, seguito da “Secondario”, con il 28,5%; da “Marginale”, con il 17,8%; e da “Centrale”, solo in coda, con 10,9%. Solo poco più di una donna su 10 riesce perciò a guadagnarsi il “centro del palcoscenico”, un valore contenuto seppur migliore dell’omologo intragenere maschile.

Volendo a questo punto provare a dare una coerenza ai dati raccolti e a spiegare, non ultimo per rispondere al quesito formulato in precedenza, cosa possa determinare un andamento simile interno ai generi seppur nella differenza sostanziale dei numeri (appaiamento “orizzontale”), sembrerebbero sussistere indizi sufficienti a preconizzare l’esistenza di **“quote” difficili da rinnovare**. Probabilmente perché radicate in un **retrotterra comunemente accettato e dato per scontato (common ground)**.

Uno sguardo, infine, alle ‘identità di genere’ (si veda più sotto il paragrafo incentrato sulla rilevazione della sua promozione per una definizione del concetto) che non si riconoscono nel binarismo maschio-femmina: le 27 presenze, pari allo 0,1% di persone e personaggi rilevati, ricadono per il 70,4% (19 casi) nel ruolo narrativo “Rilevante”, seguito da “Secondario”, con il 25,9% (7 attivazioni), e da “Marginale”, con il 3,7% (1 attivazione). Pari a zero sono state invece le attivazioni per il ruolo narrativo “Centrale”, un dato che sarebbe interessante mettere a confronto con quelli relativi ai macrogeneri televisivi e ai temi più ricorrentemente trattati dal genere transgender. Quanto al fatto che, in termini percentuali, il “terzo genere” risulti più contenuto che nell’anno precedente, va tenuto presente che nel 2020 non era stata prevista una variabile ad hoc per i generi non binari, diluiti nella generica e indecifrabile voce “Altro”. Una scelta di autonomizzazione, questa, perfettibile ma a cui guardare come al momento iniziale di una restituzione più composita della rappresentazione dei generi, a beneficio della conoscenza e della coesione sociale.

Tavola 8a. La presenza di persone e personaggi in scena: valori assoluti per genere e per ruolo narrativo

Genere personaggi	Ruolo narrativo				Totale
	Centrale	Rilevante	Secondario	Marginale	
M	1386	8471	5690	3975	19522
F	1246	4889	3257	2032	11424
Transgender	0	19	7	1	27
Altro	16	22	4	15	57
Totale	2648	13401	8958	6023	31030

Tavola 8b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singoli generi e per ruoli narrativi

Genere personaggi	Ruolo narrativo				Totale
	Centrale	Rilevante	Secondario	Marginale	
M	7,1%	43,4%	29,1%	20,4%	100,0%
F	10,9%	42,8%	28,5%	17,8%	100,0%
Transgender	0,0%	70,4%	25,9%	3,7%	100,0%
Altro	28,1%	38,6%	7,0%	26,3%	100,0%
Totale	8,5%	43,2%	28,9%	19,4%	100,0%

Tavola 8c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singolo ruolo narrativo

Genere personaggi	Ruolo narrativo				Totale
	Centrale	Rilevante	Secondario	Marginale	
M	52,3%	63,2%	63,5%	66,0%	62,9%
F	47,1%	36,5%	36,4%	33,7%	36,8%
Transgender	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%
Altro	0,6%	0,2%	0,0%	0,2%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.6 La presenza del genere femminile per ruolo televisivo

Benché si tratti solo di uno degli innumerevoli elementi costitutivi della produzione televisiva, sistema complesso comprendente una varietà e numerosità consistente di professionalità diverse, quello dei **ruoli televisivi on-screen** catalizza su di sé l'attenzione al punto da significare la trasmissione intera. Tale sineddoche espressiva (la parte rappresenta il tutto agli occhi di chi la guarda), che finisce per comprimere e rendere opaca o addirittura invisibile la catena di operazioni necessarie a produrre una notizia o più in generale un testo, non può che conferire a chi dà voce e immagine al testo, interpretandolo, la funzione di **"faccia" del programma** o persino della rete che lo trasmette, in certi particolari casi. Con tutto ciò che tale funzione comporta in termini di attivazione di una **risposta empatica cognitiva**, prima che emotiva, da parte di chi prende parte all'interpretazione del testo proposto.

Le percentuali di attivazioni in corrispondenza dell'una o dell'altra categoria che esprime questa variabile inizieranno, per tutte queste ragioni, ad "animare" l'intelaiatura fin qui fornita da una parte dagli incroci della variabile di genere con quelle relative a fascia oraria e rete di messa in onda e tipologia di programma censito, e, dall'altra, dall'analisi del ruolo narrativo.

3.3.6.1 La presenza del genere femminile per ruolo televisivo non fiction

Delle 10 categorie predisposte per filtrare i ruoli televisivi dei programmi diversi dalle fiction di produzione RAI, quella in cui il **gender gap** è risultato **annullato**, con un vantaggio, anzi, per il genere femminile, è **"Condizione" (53,3% vs 46,7%)**. In tutti gli altri casi, la percentuale di donne è compresa tra il 44,7% di "Inviata e corrispondenti" e il **22,8% di "Ospite/Intervistate/Esperte"** (+0,5 rispetto al 2020). Un dato incoraggiante, che si metterà a confronto con le percentuali rilevabili dal GMMP (Global Media Monitoring Project)⁵ 2021, al quale è dedicato un paragrafo (3.5) nel prosieguo del rapporto.

Adottando una lettura interna al genere femminile, il ruolo televisivo che però ha dato luogo a più attivazioni è quello dell'"Inviata/corrispondente", con il 21,4%, seguito, a quota 20%, da "Ospite/intervistata/persona comune". In entrambi questi ruoli, le percentuali intragenere di donne superano le percentuali intragenere di uomini. Per il genere maschile i ruoli principali si riscontrano invece nel ruolo di "Ospite/Intervistato/Esperto", con quasi un terzo delle attivazioni totali (29,7%),

⁵ Si tratta del progetto di rilevazione più ampio della presenza di genere nei news-media.

e pressoché a pari merito, di “Ospite/Intervistato/Persona comune” (15,5%) e di “Inviato/corrispondente” (15,1%).

Le persone appartenenti al genere non binari si trovano invece per lo più in “Ospite/Intervistat*/Celebrity comune” (58,3%) e in “Ospite/Intervistat*/Persona comune” (20,8%), un dato da mettere alla prova dell'incrocio con le variabili di macrotema e, ancor più, di sottotema.

Vista come insieme, questa risulta essere una delle variabili più sintomatiche del mantenimento di una situazione in divenire, confermata dai ruoli in cui sono impegnate le donne. Diversamente non si spiegherebbe, per esempio, la dicotomia tutta interna ai ruoli coinvolgenti ospiti: 77,1% M vs 22,8% F, ovvero ben più di un rapporto di 2:1, per “Ospite/Intervistat*/Espert*”, ma 67,2% M vs 32,1% F, ovvero il solito terzo, per “Ospite/Intervistat*/Celebrity”, e 57,4% M vs 42,3% F, con una erosione consistente del gap, per “Ospite/Intervistat*/Persona comune”.

Tavola 9a. La presenza di persone e personaggi in scena: valori assoluti per generi e per ruolo televisivo non fiction

Genere personaggi	Ruolo televisivo - Non fiction										Totale
	Condizione	Supporting Cast (ruolo ricorrente tecnico/narrativo, speaking/notspeaking)	Opinionista ricorrente/saltuario	Ospite/Intervistat* Espert*	Ospite/Intervistat* Celebrity	Ospite/Intervistat* Persona comune	Concorrente	Inviat*, corrispondente	Personaggio soggetto della narrazione in assenza (es. soggetti del racconto nei servizi TG senza intervista)	Personaggio finale marginale in trasmissione Non Fiction (es. ricostruzioni storiche, rappresentazioni etc)	
M	772	1435	463	5282	1838	2759	667	2684	1760	119	17779
F	882	1125	199	1565	878	2035	541	2169	684	75	10153
Transgender	0	1	0	3	14	5	1	0	0	0	24
Altro	0	6	0	0	6	9	20	0	2	5	48
Totale	1654	2567	662	6850	2736	4808	1229	4853	2446	199	28004

Tavola 9b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singolo genere e per ruoli televisivi non fiction

Genere personaggi	Ruolo televisivo - Non fiction										Totale
	Condizione	Supporting Cast (ruolo ricorrente tecnico/narrativo, speaking/notspeaking)	Opinionista ricorrente/saltuario	Ospite/Intervistat* Espert*	Ospite/Intervistat* Celebrity	Ospite/Intervistat* Persona comune	Concorrente	Inviat*, corrispondente	Personaggio soggetto della narrazione e in assenza (es. soggetti del racconto nei servizi TG senza intervista)	Personaggio finale marginale e in trasmissione Non Fiction (es. ricostruzioni storiche, rappresentazioni etc)	
M	4,3%	8,1%	2,6%	29,7%	10,3%	15,5%	3,8%	15,1%	9,9%	0,7%	100,0%
F	8,7%	11,1%	2,0%	15,4%	8,6%	20,0%	5,3%	21,4%	6,7%	0,7%	100,0%
Transgender	0,0%	4,2%	0,0%	12,5%	58,3%	20,8%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Altro	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%	18,8%	41,7%	0,0%	4,2%	10,4%	100,0%
Totale	5,9%	9,2%	2,4%	24,5%	9,8%	17,2%	4,4%	17,3%	8,7%	0,7%	100,0%

Tavola 9c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singolo ruolo televisivo non fiction

Genere personaggi	Ruolo televisivo - Non fiction										Totale
	Conduzione	Supporting Cast (ruolo ricorrente tecnico/narrativo, speaking/notspeaking)	Opinionista ricorrente/saltuario	Ospite/inter-vistat* Espert*	Ospite/Inter-vistat* Celebrity	Ospite/Inter-vistat* Persona comune	Concorrenti	Inviat*, corrispondenti	Personaggio o soggetto della narrazione in absentia (es. soggetti del racconto nei servizi TG senza intervista)	Personaggio finale marginale in transmission e Non Fiction (es. ricostruzioni storiche, rappresentazioni etc)	
M	46,7%	55,9%	69,9%	77,1%	67,2%	57,4%	54,3%	55,3%	72,0%	59,8%	63,5%
F	53,3%	43,8%	30,1%	22,8%	32,1%	42,3%	44,0%	44,7%	28,0%	37,7%	36,3%
Transgender	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Altro	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	1,6%	0,0%	0,1%	2,5%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.6.2 La presenza del genere femminile per ruolo televisivo fiction

Anche nella fiction di produzione Rai la maggioranza dei ruoli narrativi è impersonata da soggetti di genere maschile. La **quota femminile è pari al 41,9%** (57,9% M, 0,1% Transgender, 0,1% Altro), quindi superiore alla percentuale delle donne presenti nel complesso delle trasmissioni, seppure leggermente diminuita rispetto all'anno prima (42,2% F) e sostanzialmente stabile rispetto alla quota registrata per il 2020 (42,4% F). La distribuzione dei generi per i diversi ruoli televisivi restituisce però una evidenza interessante in coincidenza del ruolo di **“Protagonista di puntata”**: qui **le donne superano percentualmente gli uomini**, con il 58,5% di attivazioni vs 41,5%.

Nel ruolo di **“Protagonista di stagione”** il rapporto tra femmine e maschi è di 36,2% vs 63,8%; in quello di **“Co-protagonista di stagione”** è di 44,2% vs 55,8%.

Limitando l'osservazione al solo genere femminile, il ruolo televisivo più ricorrente risulta quello di **“Comprimaria di stagione”**, al 44,7%, seguito da un'altra comprimarietà, quella di puntata, al 36,2%. Nel caso degli uomini **“Protagonista di stagione”** è il ruolo più ricorrente, con il 63,8% di attivazioni; a strettissimo giro **“Comprimario di puntata”**, con il 63,7%, e **“Co-protagonista di puntata”**, al 62%.

“Comprimari* di stagione” e **“Comprimari* di puntata”** sono anche le categorie in cui si ripartiscono le 3 attivazioni del genere non binario.

Tavola 10a. La presenza di persone e personaggi in scena: valori assoluti per generi e per ruolo televisivo fiction

Genere personaggi	Ruolo televisivo - fiction						Totale
	Protagonista di stagione	Co-protagonista di stagione	Comprimari* di stagione	Protagonista di puntata	Co-protagonista di puntata	Comprimari* di puntata	
M	136	296	656	27	98	458	1671
F	77	234	541	38	59	260	1209
Transgender	0	0	2	0	0	1	3
Altro	0	0	1	0	1	0	2
Totale	213	530	1200	65	158	719	2885

Tavola 10b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singolo genere e per ruoli televisivi non fiction

Genere personaggi	Ruolo televisivo - fiction						Totale
	Protagonista di stagione	Co-protagonista di stagione	Comprimari* di stagione	Protagonista di puntata	Co-protagonista di puntata	Comprimari* di puntata	
M	8,1%	17,7%	39,3%	1,6%	5,9%	27,4%	100,0%
F	6,4%	19,4%	44,7%	3,1%	4,9%	21,5%	100,0%
Transgender	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
Altro	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Totale	7,4%	18,4%	41,6%	2,3%	5,5%	24,9%	100,0%

Tavola 10c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singolo ruolo televisivo non fiction

Genere personaggi	Ruolo televisivo - fiction						Totale
	Protagonista di stagione	Co-protagonista di stagione	Comprimari* di stagione	Protagonista di puntata	Co-protagonista di puntata	Comprimari* di puntata	
M	63,8%	55,8%	54,7%	41,5%	62,0%	63,7%	57,9%
F	36,2%	44,2%	45,1%	58,5%	37,3%	36,2%	41,9%
Transgender	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Altro	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.7 La collocazione sociodemografica del genere femminile

L'introduzione di variabili sociodemografiche nel monitoraggio della programmazione televisiva è necessaria per **rendere percettibili persone e personaggi** e **arricchire di qualità multisensoriali** i testi che il pubblico si trova a interpretare quando guarda la televisione. Sommandosi ai tratti distintivi nei quali è possibile decostruire le singole trasmissioni e a quelli di cui sono portatori ruoli narrativi e ruoli televisivi, le variabili sociodemografiche vanno infatti a determinare le **forme** che, a seguito della reiterazione dei medesimi intrecci, diventeranno **attese** per la popolazione.

Altrimenti detto, andranno a **determinare i profili**, comprensivi di genere, età, posizione e classe sociale e orientamento sessuale, di persone e personaggi che il pubblico si aspetterà di trovare, per esempio, al centro della scena di un programma di intrattenimento del primo pomeriggio in cui si deve affrontare un certo tema.

Si tratta, per il team che provvede alla rilevazione, di operare non senza incorrere, talvolta, in **difficoltà interpretative**, che occorre risolvere in modo oggettivo per evitare di patire gli effetti di pregiudizi e bias cognitivi: basti pensare all'orientamento sessuale, che, di conseguenza, si è deciso di registrare basandosi su quanto esplicitato dalla persona o personaggio oppure sulle preconoscenze diffuse nella società italiana, laddove si tratti di celebrities e persone/personaggi ricorrenti nello spazio televisivo pubblico. Lo stesso capita, sebbene con impatto inferiore, quando si tratta di "pesare" l'età, per la quale si può, in questo caso specifico, ricorrere al reperimento esterno di informazioni, non senza però qualche rischio per la restituzione dei dati. Il ricorso a miglioramenti estetici di natura chirurgica o anche al solo maquillage (trucco e parrucco) ha infatti lo scopo di alterare l'appartenenza alla propria fascia anagrafica di riferimento, ponendo un problema di natura interpretativa. Se, da una parte, infatti, il ricorso al dato reale serve a esplicitare pattern ricorrenti nella scelta di coloro a cui affidare l'incarnazione, per esempio, dell'esperienza, dall'altra una

rilevazione condotta su base percettiva riuscirebbe a smascherare meglio l'adesione e il rilancio di stereotipi sociali relativi in primis al corpo.

Sarebbe perciò interessante misurare lo iato tra le "due età" e tenerne conto in fase di commento dei dati, vista la sensibilità dell'area coinvolta.

In attesa di poter mettere eventualmente a sistema questo sdoppiamento, ci si atterrà ai dati anagrafici, rimandando alla seconda parte di questo rapporto per un approfondimento di questo tema.

Una precisazione è comunque opportuna. Il confronto compiuto con le fasce di età in uso per le rilevazioni ISTAT è doveroso, ma la rappresentatività sociale delle fasce intermedie (né infantili, né di età avanzata) è superiore al loro peso numerico in quanto questa generazione è presente in gran parte degli eventi politici, economici e sociali.

3.3.7.1 La collocazione sociodemografica del genere femminile: composizione generazionale

I dati riferiti dal monitoraggio restituiscono per questa variabile uno spaccato sostanzialmente sovrapponibile al 2020: gli **uomini** presenti in trasmissione sono non solo **più numerosi in tutte le fasce anagrafiche**, ma si addensano nelle **fasce più anziane**. Il distacco tra i generi si fa infatti massimo nelle categorie "65+", dove il 74,1% del sottocampione è uomo e solo il 25,9% donna, e "50-64", dove il 71,1% è uomo e il 28,7% donna.

La distanza si riduce sensibilmente nelle fasce "0-12" (56,7% M vs 42,8% F), "35-49" (56,4% M vs 43,6% F) e "18-34" (53,2% M vs 46,5% F) e sfiora l'annullamento in quella "13-17" (50,9% M vs 48,7% F). Nel caso di questa variabile è la sezione orizzontale del sottocampione a fornire però il quadro più significativo, quella intragenere: se per gli uomini la distribuzione si concentra nella fascia "50-64" (35,3%) e, a seguire, in quelle "35-49" (23,4%) e "65+" (13,7%), per le donne la **numerosità maggiore** si addensa nella fascia **"35-49"** (30,8%) e, a seguire, in quelle "50-64" (24,3%) e "18-34" (14,2%). Complessivamente, si hanno in percentuale più donne dagli 0 ai 49 anni e più uomini dai 50 anni in su.

Una annotazione, infine, sulla categoria "Non definibile", nella quale sono collocate in primis le voci fuori campo ma anche le persone presenti in scena ma con il volto non riconoscibile perché oscurato o perché di spalle (è il caso di testimoni di processi o di pentiti intervistati, per esempio): qui la prevalenza è comunque del genere maschile, ma con uno scarto di 58,1% a 41%.

La presa d'atto delle fasce di età in cui si concentrano prevalentemente le donne potrebbe far pensare che sia in atto quella forma di pregiudizio e svalorizzazione in ragione della loro età (che per lo più ha luogo nei confronti delle persone anziane) citata in letteratura come 'ageismo'. Qualora corroborata dalle evidenze, questa circostanza renderebbe infatti la discriminazione di genere di tipo **intersezionale**: ad esserne colpite sarebbero infatti per lo più le **donne meno giovani**, considerate televisivamente meno appetibili dei loro coetanei. Per valutare la sussistenza di tale pregiudizio intersezionale si è ritenuto utile procedere a una rivalutazione dei dati in assenza della categoria "Non definibile". I numeri di persone e personaggi scendono in tal modo a 25.548: per il 63,9% maschi, per il 35,9% femmine e per lo 0,1% non binari.

Ferma restando, anche in questo caso, la scontata prevalenza numerica degli uomini in tutte le fasce di età, il cluster di dati al netto di "Non definibile" (cfr. le tavole 11 d, e, f) conferma la fascia "50-64" come quella più popolata, con il 37,8% dei dati (vs il 31,2% che si ottiene includendo le figure "Non definibili"). Segue la fascia "35-49", con il 31,7% (vs 26,1%) e la "65+", con il 14,2% (vs 11,7%). La segmentazione in fasce nell'ambito dello stesso genere produce un ulteriore spostamento dei valori percentuali: tra gli uomini il 42,1% ricade nella fascia "50-64" (vs 35,3%), il 27,9% nella "35-49" (vs

23,4) e il 16,4% nella “65+” (vs 13,7%). Per le **donne** la fascia più rappresentativa, la “**35-49**”, tocca il 38,4% (vs 30,4%) e quella a seguire, la “50-64”, il 30,2% (vs 24,3%). Quella “18-34”, in cui, conteggiando la categoria “Non definibile”, le donne ammontavano al 14,2% del campione, ora ammonta al 17,6%, di contro all’11,3% degli uomini della stessa età.

Tavola 11a. La presenza di persone e personaggi in scena: valori assoluti per generi e per fasce d’età

Genere personaggi	Età							Totale
	Minore 0-12	Minore 13-17	18-34	35-49	50-64	65+	Non definibile	
M	114	250	1850	4561	6879	2679	3179	19512
F	86	239	1618	3524	2776	935	2246	11424
Transgender	0	1	4	4	13	1	4	27
Altro	1	1	8	2	1	1	43	57
Totale	201	491	3480	8091	9669	3616	5472	31020

Tavola 11b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singoli generi e per fasce d’età

Genere personaggi	Età							Totale
	Minore 0-12	Minore 13-17	18-34	35-49	50-64	65+	Non definibile	
M	0,6%	1,3%	9,5%	23,4%	35,3%	13,7%	16,3%	100,0%
F	0,8%	2,1%	14,2%	30,8%	24,3%	8,2%	19,7%	100,0%
Transgender	0,0%	3,7%	14,8%	14,8%	48,1%	3,7%	14,8%	100,0%
Altro	1,8%	1,8%	14,0%	3,5%	1,8%	1,8%	75,4%	100,0%
Totale	0,6%	1,6%	11,2%	26,1%	31,2%	11,7%	17,6%	100,0%

Tavola 11c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singole fasce d’età

Genere personaggi	Età							Totale
	Minore 0-12	Minore 13-17	18-34	35-49	50-64	65+	Non definibile	
M	56,7%	50,9%	53,2%	56,4%	71,1%	74,1%	58,1%	62,9%
F	42,8%	48,7%	46,5%	43,6%	28,7%	25,9%	41,0%	36,8%
Transgender	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%
Altro	0,5%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 11d. La presenza di persone e personaggi in scena: valori assoluti per generi e per fasce d’età al netto della voce “Non definibile”

Genere personaggi	Età						Tot
	Minore 0-12	Minore 13-17	18-34	35-49	50-64	65+	
M	114	250	1850	4561	6879	2679	16333
F	86	239	1618	3524	2776	935	9178
Transgender	0	1	4	4	13	1	23
Altro	1	1	8	2	1	1	14
Totale	201	491	3480	8091	9669	3616	25548

Tavola 11e. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singoli generi e per fasce d'età al netto della voce "Non definibile"

Genere personaggi	Età						Tot
	Minore 0-12	Minore 13-17	18-34	35-49	50-64	65+	
M	0,7%	1,5%	11,3%	27,9%	42,1%	16,4%	100,0%
F	0,9%	2,6%	17,6%	38,4%	30,2%	10,2%	100,0%
Transgender	0,0%	4,3%	17,4%	17,4%	56,5%	4,3%	100,0%
Altro	7,1%	7,1%	57,1%	14,3%	7,1%	7,1%	100,0%
Totale	0,8%	1,9%	13,6%	31,7%	37,8%	14,2%	100,0%

Tavola 11f. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singole fasce d'età al netto della voce "Non definibile"

Genere personaggi	Età						Tot
	Minore 0-12	Minore 13-17	18-34	35-49	50-64	65+	
M	56,7%	50,9%	53,2%	56,4%	71,1%	74,1%	63,9%
F	42,8%	48,7%	46,5%	43,6%	28,7%	25,9%	35,9%
Transgender	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
Altro	0,5%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.7.2 La collocazione sociodemografica del genere femminile: orientamento sessuale

Si tratta, come anticipato, di una delle categorie sociali di più difficile gestione, per via del **rischio** di effetti di **inferenze interpretative** dovute all'azione di bias cognitivi in chi deve rilevarla.

Tale scivolosità dovrà necessariamente comportare nel futuro prossimo, nell'interesse del monitoraggio, un lavoro di approfondimento sul tema dell'orientamento sessuale, peraltro ancora spesso sovrapposto alla questione del non binarismo dei generi. Per una persona non binaria, infatti, proprio come per una persona che si riconosce pienamente in uno dei due generi binari, l'attrazione sessuale costituisce solo una delle componenti dell'identità di genere.

Non ci si stupirà, pertanto, che le percentuali maggiori sono state riferite, sia per uomini sia per donne, all'orientamento "Non definibile". Per i generi non binari al contrario – e stavolta per ragioni che potranno chiarirsi recuperando i sottotemi su cui sono chiamati a intervenire –, la predominanza assoluta è dell'orientamento LGBTQI+.

Nel caso del genere femminile, l'orientamento esplicitamente eterosessuale è stato riconosciuto nel 40,1% del sottocampione di attivazioni relativo a questo genere; quello LGBTQI+ nello 0,5%, mentre nel restante 59,4% è risultato "Non definibile".

Tavola 12a. La presenza di persone e personaggi in scena: valori assoluti per generi e per orientamento sessuale

Genere personaggi	Orientamento Sessuale			Totale
	Etero	Persone LGBTQI+	Non definibile	
M	7255	218	12039	19512
F	4576	59	6789	11424
Transgender	2	23	2	27
Altro	5	5	47	57
Totale	11838	305	18877	31020

Tavola 12b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singoli generi e per orientamenti sessuali

Genere personaggi	Orientamento Sessuale			Totale
	Etero	Persone LGBTQI+	Non definibile	
M	37,2%	1,1%	61,7%	100,0%
F	40,1%	0,5%	59,4%	100,0%
Transgender	7,4%	85,2%	7,4%	100,0%
Altro	8,8%	8,8%	82,5%	100,0%
Totale	38,2%	1,0%	60,9%	100,0%

Tavola 12c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singolo orientamento sessuale

Genere personaggi	Orientamento Sessuale			Totale
	Etero	Persone LGBTQI+	Non definibile	
M	61,3%	71,5%	63,8%	62,9%
F	38,7%	19,3%	36,0%	36,8%
Transgender	0,0%	7,5%	0,0%	0,1%
Altro	0,0%	1,6%	0,2%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.7.3 La collocazione sociodemografica del genere femminile: provenienza geografica

Il dato relativo alla provenienza restituisce un **profilo europeo** (27 Paesi + Regno Unito) in modo massiccio per entrambi i generi principali, appaiati al 94,5%. L'esigua quota restante si distribuisce in modo leggermente diverso, con prevalenza, per le donne, di America settentrionale (1,1%) e paesi europei non UE. Sarebbe interessante, in prossime iniziative, distinguere tra Italia e gli altri 27 paesi UE con il duplice intento di promuovere un ulteriore livello di coesione sociale sovranazionale e aiutare al contempo a comprendere se nelle rappresentazioni coinvolgenti altri paesi possano agire preconcetti e di quale natura. Data la specificità, se non unicità, della condizione culturale e linguistica italiana sarebbe del resto interessante misurare anche che tipo di narrazione con le tante identità locali distribuite nel paese e le loro culture e varietà linguistiche. Il rischio di appiattire la rappresentazione su stereotipi sociali e culturali nel caso dell'Italia è infatti duplice, in conseguenza della comune origine romanza della gran parte delle varietà linguistiche diffuse nel paese.

Tavola 13a. La presenza di persone e personaggi in scena: valori assoluti per generi e per provenienza geografica

Genere personaggi	Provenienza geografica								Totale
	Unione europea (27 paesi + Regno Unito)	Altri paesi europei non Ue 28	Africa	Asia	America settentrionale	America centro-meridionale	Oceania	Non definibile	
M	18442	172	87	211	185	162	5	248	19512
F	10794	118	45	118	120	64	1	164	11424
Transgender	24	0	0	1	0	0	0	2	27
Altro	35	2	0	2	0	0	0	18	57
Totale	29295	292	132	332	305	226	6	432	31020

Tavola 13b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singolo genere e per provenienze geografiche

Genere personaggi	Provenienza geografica								Totale
	Unione europea (27 paesi + Regno Unito)	Altri paesi europei non Ue 28	Africa	Asia	America settentrionale	America centro-meridionale	Oceania	Non definibile	
M	94,5%	0,9%	0,4%	1,1%	0,9%	0,8%	0,0%	1,3%	100,0%
F	94,5%	1,0%	0,4%	1,0%	1,1%	0,6%	0,0%	1,4%	100,0%
Transgender	88,9%	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	7,4%	100,0%
Altro	61,4%	3,5%	0,0%	3,5%	0,0%	0,0%	0,0%	31,6%	100,0%
Totale	94,4%	0,9%	0,4%	1,1%	1,0%	0,7%	0,0%	1,4%	100,0%

Tavola 13c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singola provenienza geografica

Genere personaggi	Provenienza geografica								Totale
	Unione europea (27 paesi + Regno Unito)	Altri paesi europei non Ue 28	Africa	Asia	America settentrionale	America centro-meridionale	Oceania	Non definibile	
M	63,0%	58,9%	65,9%	63,6%	60,7%	71,7%	83,3%	57,4%	62,9%
F	36,8%	40,4%	34,1%	35,5%	39,3%	28,3%	16,7%	38,0%	36,8%
Transgender	0,1%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,1%
Altro	0,1%	0,7%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.3.7.4 La collocazione sociodemografica del genere femminile: classe socio-economica

La classe sociale delle persone rappresentate è stata rilevata in tutti i casi in cui tale dato era noto o dichiarato o comunque chiaramente ricavabile dal contesto. Questa scelta spiega la numerosità consistente di "Non definibile". Rispetto al sottocampione pertinente con questa variabile i soggetti maschili risultano percentualmente maggiori in tutte le categorie, ma sovrastano quelli femminili in particolare nella fascia più alta, "Alta società e Upper Middle Class", con il 68,8% di attivazioni. Per le donne la **classe sociale più ricorrente** è quella **media**, con il 40,6% di attivazioni. Una soglia simile è stata registrata per le donne provenienti da classi sociali meno abbienti ("Lower Middle Class" 39,4%) e da condizioni di marginalità economica (37,3%); dato, questo, legato a doppio nodo a quello delle categorie del social standing a predominanza femminile.

Scorporata la quantità di attivazioni (3.896) corrispondenti alla categoria “Non definibile” e ricalcolata la distribuzione delle attivazioni “piene” per i diversi generi, la distribuzione del genere femminile per le diverse classi non si discosta minimamente da quella che annovera la categoria “Non definibile”, come si può evincere dalla tavola 14e.

Tavola 14b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singolo genere e per classi socio-economiche

Genere personaggi	Classe socio-economica					Totale
	Alta società e Upper Middle Class	Middle Class	Lower Middle Class	Marginalità economica e sociale	Non definibile	
M	41,9%	38,7%	6,8%	1,1%	11,6%	100,0%
F	32,1%	45,3%	7,5%	1,1%	14,0%	100,0%
Transgender	48,1%	25,9%	3,7%	0,0%	22,2%	100,0%
Altro	33,3%	8,8%	3,5%	0,0%	54,4%	100,0%
Totale	38,3%	41,1%	7,0%	1,1%	12,6%	100,0%

Tavola 14c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singola classe socio-economica

Genere personaggi	Classe socio-economica					Totale
	Alta società e Upper Middle Class	Middle Class	Lower Middle Class	Marginalità economica e sociale	Non definibile	
M	68,8%	59,3%	60,5%	62,7%	58,1%	62,9%
F	30,9%	40,6%	39,4%	37,3%	40,9%	36,8%
Transgender	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
Altro	0,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,8%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 14d. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singolo genere per classi socio-economiche al netto della categoria “Non definibile”

Genere personaggi	Classe socio-economica				Totale
	Alta società e Upper Middle Class	Middle Class	Lower Middle Class	Marginalità economica e sociale	
M	47,4%	43,8%	7,6%	1,2%	100,00%
F	37,3%	52,7%	8,7%	1,3%	100,00%
Transgender	61,9%	33,3%	4,8%	0,0%	100,00%
Altro	73,1%	19,2%	7,7%	0,0%	100,00%
Totale	43,8%	47,0%	8,0%	1,2%	100,00%

Tavola 14e. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi per singola classe socio-economiche al netto della categoria "Non definibile"

Genere personaggi	Classe socio-economica				Totale
	Alta società e Upper Middle Class	Middle Class	Lower Middle Class	Marginalità economica e sociale	
M	68,8%	59,3%	60,5%	62,7%	63,59%
F	30,9%	40,6%	39,4%	37,3%	36,24%
Transgender	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,08%
Altro	0,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,10%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

3.3.7.5 La collocazione sociodemografica del genere femminile: posizione sociale (social standing)

Le risultanze e le considerazioni sopra espresse in merito alla classe sociale di provenienza si completano con quelle relative al posizionamento sociale, termine col quale si indica il **luogo simbolico** che un individuo occupa **all'interno dell'organizzazione in cui agisce** e che riflette le condizioni del soggetto rispetto agli altri membri dell'organizzazione stessa. Non è peraltro escluso che tale complementarietà possa talvolta comportare una sovrapposizione, per ragioni connesse con la maggiore possibilità di occupazione di posizioni di maggior prestigio da parte di chi proviene dall'alta società o dalla Upper Middle Class. All'occupazione di una posizione corrisponde, inoltre, un certo **grado di apprezzamento da parte della società**, cosa che rende questo tratto distintivo tra i più carichi di significato tra quelli che concorrono alla rappresentazione identitaria del genere femminile offerta al pubblico della TV.

In riferimento al campione esaminato, si può affermare che permangono squilibri sensibili quanto alla posizione sociale delle donne presenti in trasmissione o rappresentate. La presenza femminile domina, con percentuali relative esorbitanti rispetto agli uomini, all'interno delle categorie **"Figura legata alla cura della casa e della persona" (85,2%)** e **"Sex worker" (81,3% vs 6,3% M e 12,5 Transgender)**, a cui seguono, con quote significative ma meno eclatanti, i **"Ruoli familiari" (65%, erano il 63% nel 2020)** e le **"Figure di assistenza sociale e/o psicologica" (61,7%)**. Di poco superiore alla perfetta parità è la percentuale di "Re, regina, monarca, nobili" (50,5%, con un contributo importante di attivazioni da addurre alla Regina Elisabetta II); di poco inferiori sono, invece, quelle relative alle categorie "Soggetto fragile, bisognoso, socialmente marginalizzato" (48%), "Impiegata, lavoratrice nei servizi" (48,6%), "Bambina, adolescente" (48,6%), "Studentessa" (47,4%) ed "Altro" (47,5%).

Per quanto riguarda le "Professioniste dei media tradizionali e dello spettacolo (es. conduzione, regia, scrittura autoriale, giornalismo, crew)" la percentuale di attivazioni femminili si attesta al 44,3% (vs 42,7% nel 2020) e al 45,5% quella relativa a "Professionista dei media digitali (es. influencer, youtuber, blogger, etc.)".

Nel ruolo di "Celebrità, artista, maestranza artistica" le donne ammontano al 35,3% (vs 37,6% nel 2020), in "Figura sanitaria e della ricerca scientifica in ambito sanitario" si attestano al 25,5% (vs 27,2% nel 2020) e sfiorano solo il 20%, in continuità con l'anno precedente, in "Figura istituzionale, politica, di pubblica amministrazione" (19,4%) e in "Figura economica, finanziaria, imprenditoriale" (19,5%). Da segnalare l'incremento percentuale in "Figura ingegneristica, tecnica, informatica", al 20,4% vs il 17,9% dell'anno prima, e il 24% di attivazioni di "Figura scientifica e/o tecnologica".

Nella categoria "Forze dell'ordine e forze armate" raggiungono il 17,8% (erano il 17,3% nel 2020) e tra le figure religiose cattoliche il 16,8%.

Nel complesso, il posizionamento sociale della figura femminile restituito dalla rilevazione 2021 conferma e spesso rinforza le considerazioni già espresse in occasione del precedente monitoraggio. Pur tenendo conto delle esigenze di rappresentazione di settori nei quali, nella realtà sociale, la presenza delle donne è limitata, sembrano permanere però retaggi di antichi pregiudizi contro la competenza femminile. Possono esserne ritenute spie i numeri di donne nelle rubriche sportive – il 17,6% vs il 19,9% del 2020, valore ritenuto già critico – e per ragioni legate alla presenza, invece maggioritaria, nella pratica professionale, quelli di donne nella scuola e nella formazione, dove le professioniste rappresentate sono state solo il 35,9% (vs 35,5% nel 2020).

La composizione del posizionamento offerto al genere femminile si allinea, inoltre, rinforzandolo, al pregiudizio ancora molto diffuso nei confronti della parità di genere, presente persino nell'immaginario avente a che fare con malavita e criminalità, a proposito del quale vale la pena menzionare il caso della **distorsione cognitiva** nell'attribuzione di responsabilità di omicidi efferati, dove il combinato di conoscenza del livello inferiore di testosterone (dato biologico) e l'attesa di manifestazioni aggressive più contenute per effetto dei modelli culturali di educazione di genere socialmente diffusi può portare chi indaga, in assenza di formazione specifica, a non profilare una donna come responsabile di un omicidio.⁶

In criminologia, del resto, il basso numero assoluto e percentuale di donne che delinquono ha costituito il criterio dimostrativo dell'inferiorità della donna anche in questo settore e anche dopo decenni dalla morte di Cesare Lombroso, che con il suo *La donna delinquente, la prostituta e la donna normale*, del 1893, aveva posato la pietra angolare del ragionamento. Spiegava infatti Lombroso che *"la causa della minore diffusione della criminalità femminile era da individuarsi nella maggiore debolezza e stupidità delle donne rispetto agli uomini, anche se abbiamo difatti visto quanto numerose siano le cause che conservano onesta la donna (maternità, pietà, debolezza ecc.). Ora, se nonostante tanti ostacoli una donna commette delitti è segno che la sua malvagità è enorme, perché è riuscita a rovesciar tutti quegli impedimenti"*.⁷

Con lo scopo di contribuire fattivamente a far emergere l'azione discriminante di questi **pattern** comunemente sottostimati, nel 2020 il Programma di sviluppo delle Nazioni unite (UNDP) ha pubblicato il primo Gender social norms index all'interno del rapporto *Human development perspectives: Tackling social norms, a game changer for gender inequalities*.⁸ Dal rapporto, che misura il modo in cui le credenze e le norme sociali ostacolano la parità di genere, sono riprese le seguenti informazioni, disponibili anche in italiano sul sito di ASVIS, l'Alleanza italiana per lo sviluppo sostenibile, qui citato: *"Secondo il Gender social norms index, il 91% degli uomini e l'86% delle donne mostrano almeno un chiaro pregiudizio verso l'uguaglianza di genere. Ad esempio, durante gli anni dell'istruzione le società incoraggiano spesso le ragazze a diventare tutto ciò che vogliono e di cui sono capaci, ma le stesse società tendono a bloccare l'accesso delle donne alle posizioni apicali. A livello globale, quasi il 50% delle persone intervistate afferma che gli uomini siano leader politici migliori e più del 40% ritiene che siano dirigenti aziendali più capaci rispetto alle donne. [...] Quando si parla di maggiori responsabilità, leadership politica e profitti, ancora oggi le donne si scontrano con un vero e proprio "soffitto di vetro". In politica uomini e donne votano con gli stessi diritti ma, nonostante ci sia parità alla base della partecipazione politica, nel momento in cui si parla di potere politico, le donne appaiono gravemente sottorappresentate. Maggiore è il potere e la responsabilità, maggiore è il*

⁶ Sul tema delle errate valutazioni delle cause di omicidio per effetto di bias cognitivi si può leggere il seguente saggio, incentrato sulle morti di bambini/e ma nelle premesse e nella metodologia applicabile a tutte le categorie sociali svantaggiate: Dror, I., Melinek, J., Arden, J.L., Kukucka, J., Hawkins, S., Carter, J. and Atherton, D.S. (2021), "Cognitive bias in forensic pathology decisions", *J Forensic Sciences*, Feb. 2021 (<https://doi.org/10.1111/1556-4029.14697>)

⁷ <https://www.altalex.com/documents/news/2021/09/21/reati-commessi-donne-italia>

⁸ https://hdr.undp.org/sites/default/files/hd_perspectives_gsni.pdf

divario di genere. Le donne, sottolinea il Rapporto, affrontano aspettative sociali che le vedono casalinghe e badanti, mentre ci si aspetta che gli uomini siano i capifamiglia. Queste norme sociali, così radicate, escludono le donne dal processo decisionale familiare e comunitario, limitandone le opportunità, con il risultato che in molti Paesi donne e ragazze non possono esprimere il loro pieno potenziale. Ancora più preoccupante, nonostante decenni di progressi nella promozione dei diritti delle donne, è che in alcuni Paesi la tendenza ai pregiudizi verso l'uguaglianza di genere sia in aumento, con i giovani meno recettivi rispetto agli adulti. [...] Secondo il Rapporto le norme possono cambiare man mano che le economie si sviluppano, con le nuove tecnologie legate alla comunicazione, con nuove leggi o con l'attivismo sociale e politico. [...] Le politiche possono fornire una solida base ma potrebbero non essere sufficienti per eliminare le disuguaglianze più radicate. Cambiare le relazioni di potere tra gli individui all'interno di una comunità, conclude il Rapporto, o sfidare ruoli di genere può fare la differenza, così come può farlo includere gli uomini nelle politiche di uguaglianza".⁹

Perché questa sfida possa avere delle chance, la comunicazione, che non a caso figura tra i "goals" dell'Agenda 2030, deve contribuire a un riposizionamento di genere rifuggendo scelte di rappresentazione comode perché consolidate e facilmente riconoscibili.

E poiché il posizionamento sociale costituisce il carico informativo che va a completare quanto comunicato dall'immagine del corpo e dai linguaggi da esso prodotti, si comprende quanto ancora ci sia da fare in generale per poter almeno mitigare questa discriminazione rappresentazionale e insieme di sostanza.

⁹ <https://asvis.it/goal5/home/390-5348/parita-di-genere-il-90-della-popolazione-ha-pregiudizi-verso-le-donne>

Tavola 15b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per posizione sociale (risultati in ordine decrescente di presenza del genere femminile nelle diverse posizioni)

Posizione sociale	Genere				Totale
	M	F	Transgender	Altro	
Figura legata alla cura della casa e della persona	14,8%	85,2%	0,0%	0,0%	100,0%
Sex worker	6,3%	81,3%	12,5%	0,0%	100,0%
Ruolo familiare	34,9%	65,0%	0,1%	0,0%	100,0%
Figura di assistenza sociale e/o psicologica	38,3%	61,7%	0,0%	0,0%	100,0%
Re, regina, monarca, nobile	49,5%	50,5%	0,0%	0,0%	100,0%
Soggetto fragile, bisognoso, socialmente marginalizzato	51,2%	48,8%	0,0%	0,0%	100,0%
Bambin*, adolescente	51,0%	48,6%	0,0%	0,4%	100,0%
Impiegat*, lavorat* nei servizi	51,4%	48,6%	0,0%	0,0%	100,0%
Altro	51,8%	47,5%	0,2%	0,5%	100,0%
Student*	52,4%	47,4%	0,0%	0,2%	100,0%
Professionista dei media digitali (es. Influencer, Youtuber, Blogger etc)	53,6%	45,5%	0,0%	0,9%	100,0%
Professionista dei media tradizionali e dello spettacolo (es. Conduzione, regia, scrittura autoriale, giornalismo, crew..)	55,5%	44,3%	0,0%	0,1%	100,0%
Pensionat*	59,3%	40,7%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura sindacale o legata al mondo dell'attivismo e del volontariato	59,1%	40,6%	0,2%	0,2%	100,0%
Disoccupat* e Inoccupat*	58,2%	40,3%	0,0%	1,5%	100,0%
Figura del mondo della scuola, della formazione, della cultura (es. docente, operatore culturale etc)	64,1%	35,9%	0,0%	0,0%	100,0%
Celebrità, artista, maestranza artistica	63,6%	35,3%	0,2%	0,8%	100,0%
Artigian*, commerciante, operai*	68,4%	31,6%	0,0%	0,0%	100,0%
Figure religiose (altre confessioni)	71,4%	28,6%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura legale o operante nella sfera del diritto	72,6%	27,4%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura legata al settore enogastronomico	73,2%	26,3%	0,5%	0,0%	100,0%
Figura sanitaria e della ricerca scientifica in ambito sanitario	74,8%	25,2%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura scientifica e/o tecnologica	76,0%	24,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura ingegneristica, tecnica, informatica	79,6%	20,4%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura economica, finanziaria, imprenditoriale	80,5%	19,5%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura istituzionale, politica, di pubblica amministrazione	80,6%	19,4%	0,1%	0,0%	100,0%
Agricolt*, forestale, pescat*	80,8%	19,2%	0,0%	0,0%	100,0%
Forze dell'ordine e forze armate	82,2%	17,8%	0,0%	0,0%	100,0%
Arrestat*, indagat*, sospettat* di reato	82,4%	17,6%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura dello sport	82,4%	17,6%	0,0%	0,0%	100,0%
Figure religiose (cattoliche)	83,2%	16,8%	0,0%	0,0%	100,0%
Figura legata alla malavita e al criminale	89,9%	10,1%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale	62,9%	36,8%	0,1%	0,2%	100,0%

3.3.7.6 La collocazione sociodemografica del genere femminile: abilismo

Premesso che di **abilismo** si tratterà nel contesto del pluralismo sociale, laddove si commenteranno i dati censiti riferibili a disabilità e minoranze, in questa sede ci si limiterà a due considerazioni. La prima, numerica e dovuta al fatto che la rilevazione della disabilità ha avuto luogo a partire da persone e personaggi, verterà sul fatto che anche in questo contesto il rapporto tra soggetti di genere femminile e maschile non si discosta dalle percentuali già viste per la misurazione della

numerosità dei generi in generale: persone e personaggi femminili rilevati ammontano infatti al 36,7%, di contro al 63,0% di quelli maschili.

La seconda, invece sulla natura della disabilità rilevata, per la quale sono state previste tre sottocategorizzazioni: momentanea, cronica e legata alla vecchiaia.

Il fatto che, sia in rapporto alla totalità del campione di persone e personaggi, sia guardando al solo genere femminile, la prima e la terza risultino appaiate percentualmente con lo 0,2% e la seconda, quella cronica, raddoppi la somma delle prime due ammontando ad un comunque poco consistente 0,8%, alimenta il dubbio che la minore rappresentazione in assoluto, quella della **disabilità legata alla vecchiaia**, possa costituire un indizio dell'azione intersezionale dei due pregiudizi televisivi.

E che possa costituirlo in primis per le donne, laddove, se il rapporto 2:1 si fosse mantenuto, si avrebbe dovuto avere uno scarto di attestazioni che invece non si riscontra nel 43,4% di F vs 56,6% di M.

Tavola 16b. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per singolo genere e per categorie di dis/abilità

Genere personaggi	Abilità				Totale
	Abilità	Disabilità momentanea	Disabilità cronica	Disabilità legata alla vecchiaia	
M	99,0%	0,2%	0,6%	0,2%	100,0%
F	98,6%	0,2%	1,0%	0,2%	100,0%
Transgender	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Altro	93,0%	0,0%	7,0%	0,0%	100,0%
Totale	98,9%	0,2%	0,8%	0,2%	100,0%

Tavola 16c. La presenza di persone e personaggi in scena: percentuali per generi e per singola categoria di dis/abilità

Genere personaggi	Abilità				Totale
	Abilità	Disabilità momentanea	Disabilità cronica	Disabilità legata alla vecchiaia	
M	63,0%	60,7%	51,2%	56,6%	62,9%
F	36,7%	39,3%	47,1%	43,4%	36,8%
Transgender	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Altro	0,2%	0,0%	1,7%	0,0%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.4 La collocazione del genere femminile rispetto ai macrotemi trattati

Trasversale e complementare sia al posizionamento per ruolo narrativo e televisivo, sia a quello per classe sociale e social standing, è il dato relativo ai (macro)temi per cui le donne sono chiamate a intervenire in trasmissione, posta la prevalenza dei soggetti maschili in tutte le categorie di argomenti.

Le donne parlano di "Politica interna" nel 32,8% (30,9% nel 2020) e di "Politica estera" nel 35,4% dei casi, di "Economia" nel 35,3% (32% nel 2020), di "Scienza e salute" nel 35,9% (34,9% nel 2020). Gli ambiti nei quali le donne hanno invece maggiormente la parola sono le **questioni sociali 47,2%** (41,9% nel 2020) e l'**istruzione 44,4%** (43,1% nel 2020).

Adottando una prospettiva intragenere, riferita al genere femminile, i macrotemi più ricorrenti risultano essere, nell'ordine: "Questioni sociali" (18,2%), "Scienza e salute" (16,9%), "Arte, spettacolo e media" (13%). Nel complesso, va comunque segnalato un miglioramento della voce femminile in tutte le categorie di argomenti rispetto all'anno precedente.

Tavola 17b. Macrotemi trattati: percentuali per singolo genere per macrotemi

Genere personaggi	Macrotemi												Totale
	Politica interna	Politica estera	Economia	Scienza e salute	Questioni sociali	Ambiente e natura	Giustizia	Religione	Cultura e storia	Arte, spettacolo e media	Istruzione	Difesa e sicurezza	
M	9,2%	5,5%	8,4%	18,9%	12,7%	6,0%	5,1%	2,2%	8,2%	12,4%	2,9%	8,4%	100,0%
F	7,2%	4,8%	7,3%	16,9%	18,2%	5,6%	5,2%	2,1%	7,9%	13,0%	3,7%	8,0%	100,0%
Transgender	7,7%	0,0%	4,6%	16,9%	33,8%	1,5%	6,2%	0,0%	7,7%	12,3%	1,5%	7,7%	100,0%
Altro	0,0%	0,0%	3,2%	7,9%	25,4%	6,3%	1,6%	1,6%	3,2%	49,2%	1,6%	0,0%	100,0%
Totale	8,4%	5,2%	8,0%	18,2%	14,9%	5,8%	5,1%	2,1%	8,1%	12,7%	3,2%	8,2%	100,0%

Tavola 17c. Macrotemi trattati: percentuali per generi per singolo macrotema

Genere personaggi	Macrotemi												Totale
	Politica interna	Politica estera	Economia	Scienza e salute	Questioni sociali	Ambiente e natura	Giustizia	Religione	Cultura e storia	Arte, spettacolo e media	Istruzione	Difesa e sicurezza	
M	67,1%	64,6%	64,6%	63,9%	52,3%	63,1%	60,7%	62,6%	62,2%	60,1%	55,5%	62,4%	61,3%
F	32,8%	35,4%	35,3%	35,9%	47,2%	36,8%	39,2%	37,3%	37,6%	39,4%	44,4%	37,5%	38,5%
Transgender	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,3%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Altro	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,5%	0,1%	0,0%	0,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.4.1 La collocazione del genere femminile rispetto ai sottotemi trattati

Questo incrocio costituisce il punto di arrivo di questa sorta di profilazione condotta, ex-post, a partire dallo spoglio del campione monitorato. Benché emanazione dei macrotemi, i sottotemi hanno infatti la capacità di delimitare gli spazi discorsivi di competenza per ciascun genere. Rimandando all'appendice a questo lavoro la pubblicazione integrale delle tavole in cui si distribuiscono le attivazioni per ciascun sottotema, si cercherà di fare emergere le linee tematiche più ricorrenti per il genere femminile e, specularmente, quelle per le quali le attivazioni sono minoritarie.

Per dare più immediatezza ai dati, ognuna delle letture proposte è stata organizzata in forma di Tavola.¹⁰

Nella prima (fig. 4) si è proceduto con il rintracciare, per ogni macrotema, il sottotema che ha ricevuto il maggior numero di attivazioni. Rispetto a questo sottotema si forniscono le percentuali di attivazioni riferibili al genere femminile (ultima colonna) e quelle relative al peso rispetto che il sottotema ha rispetto all'intero macrotema (penultima colonna). Vale la pena ricordare che la domanda deputata all'identificazione dei sottotemi consentiva più risposte, per ovvie ragioni connesse con l'intreccio di argomenti contigui. Per la medesima ragione è possibile che uno stesso sottotema sia stato compreso presso diversi macrotemi.

¹⁰ Nella didascalia si è però preferito indicare queste tabelle come figure per non interrompere la serialità degli incroci tra variabili, a cui è stato riservato il termine tavola.

Figura 4. I sottotemi del monitoraggio: sottotemi quantitativamente più rilevanti in relazione alle donne

Macrotema / Sottotema	N. attivazioni del sottotema	Peso del sottotema rispetto al macrotema	% di F coinvolte nel sottotema
“Politica interna”/ “Governano”	2713	21,6%	31,6%
“Politica estera”/ “Scenario internazionale geopolitico e geoeconomico”	1080	14,9%	34,2%
“Economia”/“Lavoro, scioperi”	2011	19,8%	37,3%
“Scienza e salute”/“Covid e pandemie”	4806	25,4%	37,0%
“Questioni sociali”/“Famiglia”	3913	23,2%	48,9%
“Ambiente e natura”/“Regioni specifiche”	1311	16,2%	35,8%
“Giustizia”/“Processi”	1825	39,3%	33,6%
“Religione”/“Cristianesimo”	611	31,3%	33,2%
“Cultura, storia”/ “Storia, costumi, tradizioni”	3122	37,6%	37,6%
“Arte, spettacolo e media”/“Performance dello spettacolo”	3113	25,5%	39,8%
“Istruzione”/ “Educazione”	823	22,8%	43,9%
“Difesa e sicurezza”/ “Cronaca e narrazione della sicurezza”	1889	21,7%	42,6%
Media	2268	24,9%	37,9%

La media delle percentuali di avocazione femminile per la trattazione dei sottotemi più ricorrenti risulta pari al 37,9%, un valore maggiore (+1,1) di quello relativo alla presenza complessiva delle donne nella programmazione. A questo esito i diversi sottotemi contribuiscono però in modo ben diverso: ai valori massimi di attestazioni di presenze femminili fatti registrare da “Questioni sociali”/“Famiglia”, “Istruzione”/ “Educazione” e “Difesa e sicurezza”/ “Cronaca e narrazione della sicurezza”, fanno infatti da contraltare “Politica interna”/ “Governano”, “Religione”/“Cristianesimo” e “Giustizia”/“Processi”.

La seconda lettura (Fig. 5) è invece focalizzata su un tema tra quelli ricorrenti nella galassia della cosiddetta “questione femminile”: il filo rosso adottato per la collazione è infatti costituito dalle donne stesse e dalla loro ricerca di spazio pubblico, spesso percepita come in contrasto con i ruoli tradizionali di genere, almeno da una parte della società (trasversalmente ai generi).

Figura 5. I sottotemi del monitoraggio: i sottotemi connessi con la “questione femminile” in relazione alle donne

Macrotema / Sottotema	N. attivazioni del sottotema	% rispetto a N. attivazioni totali per i sottotemi del macrotema	% attivazioni F del sottotema
“Politica interna”/ “Donne in politica”	82	0,7%	54,9%
“Politica estera”/ “Donne in politica”	112	1,5%	50,0%
“Economia”/“Donne in economia”	133	1,3%	60,9%
“Scienza e salute”/“Natalità”	155	0,8%	45,2%
“Questioni sociali”/“Famiglia”	3913	23,2%	48,9%
“Questioni sociali”/“Natalità e genitorialità”	1475	8,7%	53,6%
Media	978	6,0%	52,2%

A dispetto della consistenza del campo concettuale attivato dai sottotemi, il peso della questione femminile, intesa come contrapposizione tra modi diversi di interpretare ed esprimere identità e ruoli di genere, risulta contenuto al confronto dei rispettivi macrotemi. Nonostante, inoltre, le riguardi, le donne chiamate in causa in relazione ad esso superano mediamente di poco il 50%. Si tratta in ogni

caso del dato migliore tra quelli individuati, benché inferiore alle attese in considerazione della specificità di genere del campo concettuale indagato.

Spostando il focus sul genere e sulle questioni ad esso connesso (Fig. 6), la media delle attivazioni di pertinenza femminile scende al di sotto del 50%, a parità di rappresentatività rispetto ai rispettivi macrotemi. Tra i vari fenomeni riuniti in questo filone è stata prevista, accanto alle più attese pari opportunità, discriminazione e violenza di genere, anche la violenza di stato o istituzionale: insieme di azioni e comportamenti comprendente, tra le varie manifestazioni con ricadute sul genere femminile, la violenza ostetrica, l'ascientifica PAS (acronimo per Sindrome di alienazione parentale), lo scoraggiamento della presentazione della denuncia da parte della vittima, in particolar modo di violenza da parte del partner o ex partner, da parte di istituzioni deputate a raccogliere la denuncia.

Figura 6. I sottotemi del monitoraggio: i sottotemi connessi con le questioni di genere in relazione alle donne

Macrotema / Sottotema	N. attivazioni del sottotema	% rispetto a N. attivazioni totali per i sottotemi del macrotema	% attivazioni F del sottotema
"Questioni sociali"/"Omotransfobia"	166	1,0%	36,7%
"Questioni sociali"/"Diritti sociali e civili"	1558	9,2%	44,5%
"Questioni sociali"/"Uguaglianza di genere"	605	3,6%	57,4%
"Questioni sociali"/"Relazioni di genere"	2204	13,1%	51,0%
"Questioni sociali"/"Violenza di genere"	1022	6,1%	58,2%
"Giustizia"/"Violenza di genere"	422	7,8%	55,0%
"Difesa e sicurezza"/ "Violenza di stato o istituzionale"	175	2,0%	28,6%
Media	879	6,11	47,37%

Un'ultima linea di lettura è stata invece suggerita dall'emergenza sanitaria COVID-19, intesa anche come prototipo recente di pandemia/epidemia, nelle sue varie declinazioni tematiche. Qui, dove la richiesta di competenze aumenta, la media delle attivazioni riguardanti le donne si avvicina ai valori riscontrati per i sottotemi più ricorrenti e l'una e l'altra superano di poco il 36,8% di presenze femminili riscontrate nell'interezza del monitoraggio.

Figura 7. I sottotemi del monitoraggio: i sottotemi connessi con pandemie, scienza e salute in relazione alle donne

Macrotema / Sottotema	N. attivazioni del sottotema	% rispetto a N. attivazioni totali per i sottotemi del macrotema	% attivazioni F del sottotema
"Politica interna"/ "COVID e Recovery fund"	896	7,1%	36,8%
"Politica estera"/ "COVID e relazioni tra stati"	913	12,6%	35,0%
"Economia"/" COVID e Recovery fund"	746	7,3%	38,1%
"Scienza e salute"/"COVID e pandemie"	4806	25,4%	37,0%
"Scienza e salute"/"HIV/AIDS"	25	0,1%	44,0%
"Scienza e salute"/"Vaccini"	3267	17,3%	36,4%
"Scienza e salute"/"Epidemie"	1095	5,8%	33,8%
"Scienza e salute"/"Medicina"	2966	15,7%	39,5%
"Ambiente e natura"/" COVID e ambiente"	164	2,0%	37,8%
"Istruzione"/ "COVID e scuola"	425	11,8%	47,5%
Media	1530	10,5%	38,5%

Da segnalare come le percentuali di attivazioni femminili siano più elevate – seppure sotto la soglia psicologica del 50% – anche per il sottotema che chiama in causa più spesso il genere femminile: “COVID e scuola”. Stando a una ricerca commissionata dall’ONU in 38 paesi del mondo, è infatti pari a 6,1 ore settimanali il divario di genere stimato nel tempo dedicato alla cura dei figli durante la pandemia.

3.5 Il confronto nazionale e internazionale

Dalla disaggregazione della programmazione monitorata, fin qui condotta con l’intento di fare emergere i tratti di maggior salienza, se ne assumeranno alcuni tra quelli che meglio si prestano al confronto con altri sistemi di rilevazione e analisi della rappresentazione e presenza della figura femminile sullo schermo e nei media che sono adottati in Italia e/o a livello internazionale.

Per quanto riguarda il **macrogenere dell’informazione telegiornalistica**, una decostruzione dei telegiornali è stata prodotta dal 1995 nell’ambito di “Who makes the news”, il progetto di monitoraggio delle notizie prodotto nell’ambito del *Global Media Monitoring Project* (GMMP in acronimo), la ricerca di più lungo corso e più ampia che sia stata finora concepita sulla rilevazione della presenza di genere nei news-media.¹¹ Basato sull’analisi sistematica delle notizie prodotte in un giorno “ordinario” dell’anno, e per questo poco confrontabile per metodologia e campione con il presente monitoraggio, il GMMP misura (con l’ausilio di appositi indicatori), con cadenza quinquennale, la presenza delle donne tra le notizie e tra chi dà voce e volto alle notizie, fornendo a ricerche affini, anche quando non sovrapponibili, un benchmark di confronto di certo utile ma, almeno nel caso del presente rapporto, non sovrapponibile. Il fatto che venga censita la programmazione di un unico operatore televisivo per paese e in un unico giorno dell’anno e che alla raccolta dei dati prendano parte soggetti dalla vocazione diversa genera infatti un repertorio dall’estensione imponente ma in riferimento all’Italia assai più contratto. Sarebbe d’altra parte auspicabile che edizioni future del presente rapporto si potessero arricchire di un censimento proveniente dalle radio, che in più occasioni hanno fatto da apripista per iniziative poi intelaiate dalle reti tv (si pensi per l’Italia alla recente iniziativa Rai *No women no panel*).

Dall’edizione del 2021 del GMMP, riferita alla rilevazione svolta nel 2020, sono state estrapolate alcune serie di dati con l’intento di impiantare un confronto con i dati ottenuti dal monitoraggio.

In sé, il dato relativo alla presenza femminile non trova un corrispondente esatto in questo monitoraggio, in cui il numero di donne monitorate comprende le rappresentazioni femminili in tutte le tipologie di programma, fiction comprese, e ammonta al 36,8%. Restringendo alle sole tipologie dei “Telegiornali”, “Rubriche dei telegiornali”, “Approfondimento informativo”, la percentuale media si assesta al 37,5%.

Se si guarda al genere di conduttori¹², giornalisti e soggetti di notizie e fonti sui giornali, notiziari televisivi e radiofonici, la percentuale di donne rilevata per l’Italia nel GMMP ammonta al 43% per le conduttrici, il 49% per le giornaliste, il 24% per le donne soggetti di notizie e fonti.

Se in GMMP si restringe al solo combinato di soggetti di notizie e fonti sui giornali, notiziari televisivi e radiofonici, la percentuale cambia in 24% per presentatrici/conduttrici, 32% per le giornaliste e 21% per le donne soggetto di notizie e fonti.

¹¹ Le informazioni sul GMMP sono state riprese dall’introduzione al report 2020 per la regione europea; quelle specifiche per l’Italia dalla relativa edizione. Quelle relative agli anni precedenti sono state invece recuperate dai GMMP 1995, 2000, 2010.

¹² In GMMP si parla di ‘presenters’ e di ‘reporters’. Nel caso di ‘presenter’, si ritiene preferibile la resa con conduttore/conduttrice. Nel linguaggio televisivo anglofono, peraltro, oggi si preferisce ‘host’.

Se si restringe l'osservazione alla sola tv, le presentatrici/conduttrici ammontano al 60%, le giornaliste al 50%.

La categoria di questo monitoraggio più assimilabile risulta essere, per il ruolo televisivo, "Professionista dei media tradizionali e dello spettacolo (es. Conduzione, regia, scrittura autoriale, giornalismo, crew)", con il 44,3%; se si guarda, invece, al ruolo narrativo, la conduzione tocca il 53,3%, unico caso, peraltro, in cui ha luogo il superamento del genere maschile. Nella stessa variabile ammonta, invece, al 44,7% la categoria di "Inviata e corrispondenti". Se, ancora, si considera il rapporto tra il sesso del/della reporter e il sesso dei soggetti e fonti delle storie per radio, tv e carta stampata,¹³ per le reporter si rileva il 22% di storie con donne come argomento o fonti e, per i reporter, il 24%: dato di grande interesse in quanto segno di una assenza di scostamento tra approcci/modelli maschili e femminili.

In questo monitoraggio, la categoria "Ospite/Intervistate/Esperte" è stata pari al 22,8% ma, lo si è visto, la percentuale sale al 31,1% se l'ospite è declinata "Ospite/Intervistat*/Celebrity" e addirittura al 42,3% per "Ospite/Intervistat*/Persona comune".

La sfida agli stereotipi di genere a giudizio di chi ha monitorato nel GMMP ha riscontrato solo un 1% di casi positivi, mentre al 5% ammontano i riscontri di storie connesse con i temi della gender equality. Dati più bassi rispetto a quelli rilevati dal monitoraggio oggetto di questo report, che saranno esposti in uno dei prossimi paragrafi.

Da raffrontare, sebbene non sovrapponibili, sono anche gli spaccati forniti dall'incrocio della variabile di genere con i temi trattati: in GMMP tre sono i temi che, nel combinato dei media tradizionali, mostrano una percentuale di presenza di donne superiore al 24%: "Social and legal" (Figura legale o operante nella sfera del diritto) col 40%, "Crimine e violenza", col 31%, "Politica e governo" col 25%. I macrotemi Rai confrontabili risultano essere "Questioni sociali" col 47,2%; "Giustizia" col 39,2%, "Difesa e sicurezza" col 37,5%.

Tre sono invece i temi con una percentuale di donne presenza al di sotto della media: "Celebrità, arte, media e sport" con il 21%, "Economia" con il 14% e "Scienza e salute" con il 11%, a cui, in questo monitoraggio, corrispondono "Scienza e salute" con il 35,9% e "Arte, spettacolo e media" con il 39,4% ed "Economia" con il 35,3%.¹⁴

Se però il confronto viene stabilito con la posizione sociale delle donne rappresentate, la categoria "Celebrità, artista, maestranza artistica" ammonta al 35,3%, "Figura sanitaria e della ricerca scientifica in ambito sanitario" al 25,2%, "Figura economica, finanziaria, imprenditoriale" 19,5%.

Da segnalare, inoltre che su trans e minoranze di genere nei telegiornali, GMMP 2021 riporta 1/1000 per quelli televisivi e per i siti di informazione, un dato ancora meno consistente di quello, già basso, rilevato in questa sede, e che, ancora per ragioni collegate a quanto offerto dalla singola giornata oggetto di analisi, per la categoria delle "Sex worker", qui con più dell'80%, risulta invece lo 0%.

È qui evidente il particolare limite di GMMP: quando si monitora una sola giornata per tutti i paesi partecipanti la casualità della cronaca e degli eventi incide significativamente sulla validità di alcune percentuali.

La differente metodologia, unitamente all'occasionalità del giorno di rilevazione, oltre che sull'associazione sui singoli temi può inoltre avere impatto sulla distribuzione di persone e personaggi

¹³ In GMMP "Subject and source selection by sex, by sex of reporter in print, television and radio stories".

¹⁴ Se si confrontano questi dati con quelli del GMMP 2015, si osserva in positivo l'incremento di donne in "Politica e governo" (dal 15 al 25%, riferite però più al contesto internazionale che a quello nazionale), ma una vera e propria *débâcle* in "Scienza e salute", che aveva fatto registrare il 65%.

per fasce d'età, col rischio di falsare la restituzione di una variabile sensibile perché potenzialmente rivelatrice di una tendenza ageista nei confronti del genere femminile¹⁵.

Al fine di poter disporre di un dato più omogeneo rispetto a quello di GMMP, si potrebbe allora ipotizzare di introdurre una giornata campione di rilevazione censuaria che, nella sua casuale ordinarietà, si presterebbe a un raffronto più sistematico, in particolare se le categorie di rilevazione venissero limitate alle sole categorie comuni. Non si può escludere infatti che motivi contingenti (come la particolare attenzione rivolta a certi temi, o la rilevanza di altri) abbiano avuto effetto sulle oscillazioni nei dati qui riportati.

Figura 8. La distribuzione delle donne per fascia di età nei monitoraggi Rai e GMMP

	Donne per Fasce di Età						
	Minore 0-12	Minore 13-17 /13-18 GMMP	18-34 / 19-34 GMMP	35-49	50-64	65+/65-79 GMMP	80+ GMMP ¹⁶
RAI 2021	0,8%	2,1%	14,2%	30,8%	24,3%	8,2%	---
RAI 2020	1,1%	2,4%	15,6%	36,2%	28,8%	8,0%	---
GMMP 2020 Age of news subjects/sources on television	0%	4,7%	28,5%	33,3%	23,8%	4,7%	4,7%
GMMP 2015 Age of news subjects on television, within sex.	2%	7%	23%	36%	26%	6%	---
GMMP 2015 Age of news subjects on television, within sex.	1%	2%	31%	37%	25%	4%	---

In ultimo, uno sguardo alla situazione europea. In continuità con quanto detto circa la non sovrapposibilità dei dati e, ancor prima, delle funzioni di persone e personaggi, si è proceduto con un carotaggio esemplificativo dall'edizione complessiva di GMMP 2020. Nello specifico, si è scelto di estrapolare i numeri di presenter e reporter rilevati per i diversi paesi dell'Unione europea monitorati e per il Regno Unito. Dalla relativa tabella, che conteneva anche le percentuali di presenter e reporter in stampa e radio ("11. Presenters and reporters in newspaper, television and radio news", p. 105), sono state recuperate le sole informazioni relative alla televisione.

Nel caso dell'Italia, lo spaccato restituito dalla singola giornata oggetto di monitoraggio corrisponde, per il genere femminile, a una presenza di presenter pari al 60% e di reporter pari al 50% (Figura 9). Si tratta di valori superiori a quelli del monitoraggio Rai dell'anno 2021 che evidenziano un miglioramento nel ruolo della conduzione Rai rispetto al 2020. (Figura 10).

¹⁵ Al di là degli scarti percentuali, vale anche per questo monitoraggio quanto affermato in GMMP 2020 a proposito dell'età delle donne nelle news: "Data by age show that there is an inverse relationship between sex and age of the people reported in the news; hence as women subjects' age increases, their incidence in the news decreases: only 20% of subjects in print news and 18% in TV news coded above the age of 50 are women" (GMMP Italy, p.7).

¹⁶ "2020 is the first time that the GMMP investigated the representation of people 80 years and above in the news. 2020 was also the first year of the global Covid-19 pandemic, where old age was considered a common denominator for being at risk. However, people in the oldest age group rarely got attention in the news: only 3% were above 80 years in newspapers, and in television news less than 1% were above 80 years of age. Women 80+ were even more invisible than the men in that age group" (GMMP, p.6).

Figura 9. Presenters e reporters in GMMP 2020

	PRESENTER				REPORTER			
	FEMALE		MALE		FEMALE		MALE	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Austria	71%	15	29%	6	68%	13	32%	6
Belgium	34%	32	66%	62	38%	24	63%	40
Bulgaria	7%	1	93%	14	70%	14	30%	6
Cyprus	46%	59	54%	68	53%	63	47%	55
Denmark	43%	9	57%	12	67%	2	33%	1
Estonia	91%	10	9%	1	30%	7	70%	16
Finland	22%	8	78%	28	39%	7	61%	11
France	54%	56	46%	48	43%	18	57%	24
Iceland	68%	15	32%	7	67%	12	33%	6
Ireland	68%	27	33%	13	45%	13	55%	16
Italy	60%	33	40%	22	50%	25	50%	25
Luxembourg	0%	0	100%	11	36%	4	64%	7
Malta	50%	7	50%	7	36%	15	64%	27
Netherlands	0%	0	100%	4	30%	3	70%	7
Norway	73%	38	27%	14	48%	20	52%	22
Poland	39%	54	61%	84	43%	52	57%	68
Portugal	30%	30	70%	69	57%	43	43%	32
Romania	57%	68	43%	52	54%	51	46%	44
Spain	71%	167	29%	69	68%	96	32%	46
Switzerland	56%	34	44%	27	32%	13	68%	28
United Kingdom	46%	55	54%	65	50%	51	50%	50

Figura 10. Presenters e reporters: monitoraggi a confronto

	Conduzione / Presenter	Inviata, corrispondente / Reporter
Rai 2021	53,3%	44,7%
Rai 2020	45,1%	44,8%
GMMP 2020	60,0%	50,0%

3.6 La percezione del linguaggio della programmazione Rai 2021

Al fine di rendere sempre più completa la restituzione della rappresentazione della figura femminile ad opera del Servizio pubblico, si è ritenuto utile introdurre, dal 2021, un ulteriore criterio di valutazione dei programmi, concernente l'impiego di un **“linguaggio equo e inclusivo in termini di genere”**. Questa è la formulazione con cui è prassi comune ai Paesi dell'Unione europea riferirsi all'uso di **“un linguaggio non sessista, inclusivo e rispettoso del genere”**, funzionale ad **“evitare formulazioni che possano essere interpretate come di parte, discriminatorie o degradanti, perché basate sul presupposto implicito che maschi e femmine siano destinati a ruoli sociali diversi”** (*La neutralità di genere nel linguaggio usato al Parlamento europeo*, Parlamento europeo 2018, p.3).

Significativa in sé, la conoscenza di questo dato in riferimento ai generi e agli attori protagonisti della comunicazione del Servizio pubblico contribuisce a incrementare l'incidenza e l'efficacia, in termini di **rappresentazione simbolica individuale e sociale**, di iniziative per il raggiungimento della parità di genere quali *No women no panel – Senza donne non se ne parla*, oggetto di un recente (18 gennaio 2022) memorandum d'intesa sottoscritto dalla Presidenza RAI alla presenza di rappresentanti di istituzioni politiche e culturali tra le più rilevanti del Paese.

“Il linguaggio infatti è, di per sé, un potente strumento che contemporaneamente riflette e influenza gli atteggiamenti, i comportamenti e le percezioni” (*Ibidem*, p.3), segnando la vita degli individui fin dalla nascita in forza del suo essere incarnato nella mente e nel cervello oltre che nel corpo dell'essere umano. Condizione, questa, per cui la maggior consapevolezza e accortezza negli impieghi che se ne fanno non devono in alcun modo essere confusi con il ricorso al cosiddetto **“politicamente corretto”** che, anzi, costituisce l'antitesi di un approccio critico e complesso.

Nominare consente infatti di far esistere in modo autonomo ciò che per mezzo della lingua viene richiamato e simbolizzato. Alla nomina di qualcosa che prima era assorbito in altro o non fatto emergere dall'indefinitezza sarebbe più proficuo guardare come a una forma di restituzione di dignità e non come a una presa di posizione asservita a una ideologia.

Si è provveduto ad innovare la scheda del presente monitoraggio introducendo una nuova domanda volta a rilevare, per mezzo di un giudizio sintetico, collocato lungo una scala, l'adeguatezza complessiva del linguaggio verbale usato in trasmissione. È auspicabile che nel prossimo futuro sia indicata come oggetto di valutazione anche la specificità dei fatti di lingua, che non potranno non coincidere con quelli più significativi per questo ambito di riflessione connessa con il genere e con l'inclusione sociale, che di recente è riuscito a posizionarsi nel dibattito mediatico come mai prima¹⁷. È dunque opportuno segnalare un valore di provvisorietà del dato che abbiamo sperimentalmente rilevato in questa prima annata e ci limiteremo a riportare un giudizio di generico e ampio apprezzamento delle scelte linguistiche espresse dalla programmazione monitorata.

¹⁷ Convenzionalmente, il dibattito sull'opportunità dell'impiego di una lingua non sessista ha avvio in Italia con *Il sessismo nella lingua italiana* di Alma Sabatini, pubblicato nel 1987 “[...] in un periodo in cui la questione della parità fra donna e uomo era centrale nella discussione politica. Al tempo, tuttavia, l'idea di parità sembrava implicare un adeguamento della donna al modello maschile, o, più tecnicamente, una sua “omologazione” al paradigma socioculturale maschile. La lingua rifletteva questo atteggiamento. Per esempio, per le donne che raggiungevano posizioni professionali o occupavano ruoli sociali di prestigio essere incluse nel “mondo linguistico” maschile e sentirsi chiamate direttore, architetto, consigliere o chirurgo rappresentava una prova della tanto sospirata parità” (Cecilia Robustelli (a cura di), *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo del MIUR*, p. 10). In ambito istituzionale le proposte di Sabatini, già presenti nel poliennale dibattito scientifico, diventarono un pilastro prima del *Codice di stile delle comunicazioni scritte ad uso delle amministrazioni pubbliche*, pubblicato dal Dipartimento per la Funzione pubblica della Presidenza del Consiglio dei ministri, su spinta di Sabino Cassese, poi di numerose altre direttive e guide destinate anche ad ambiti diversi da quello istituzionale.

Tavola 18a. L'adeguatezza delle scelte linguistiche: valori assoluti

		Nella trasmissione monitorata, le scelte linguistiche sono risultate adeguate alla corretta rappresentazione della figura femminile?				Totale
		Si, sono complessivamente adeguate	Si, ma solo parzialmente	Sono da considerarsi complessivamente insufficienti	Non sono risultate adeguate	
Tipologia del programma	Telegiornali	181	9	2	0	192
	Rubriche dei telegiornali	201	20	5	0	226
	Approfondimento informativo	417	58	20	1	496
	Cultura	143	12	4	0	159
	Intrattenimento	207	51	12	2	272
	Rubriche sportive	53	16	2	0	71
	Fiction di produzione Rai	122	34	6	1	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	29	24	0	0	53
Totale		1353	224	51	4	1632

Tavola 18b. L'adeguatezza delle scelte linguistiche: percentuali per singola tipologia di programma per giudizi di adeguatezza

		Nella trasmissione monitorata, le scelte linguistiche sono risultate adeguate alla corretta rappresentazione della figura femminile?				Totale
		Si, sono complessivamente adeguate	Si, ma solo parzialmente	Sono da considerarsi complessivamente insufficienti	Non sono risultate adeguate	
Tipologia del programma	Telegiornali	94,3%	4,7%	1,0%	0,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	88,9%	8,8%	2,2%	0,0%	100,0%
	Approfondimento informativo	84,1%	11,7%	4,0%	0,2%	100,0%
	Cultura	89,9%	7,5%	2,5%	0,0%	100,0%
	Intrattenimento	76,1%	18,8%	4,4%	0,7%	100,0%
	Rubriche sportive	74,6%	22,5%	2,8%	0,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	74,8%	20,9%	3,7%	0,6%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	54,7%	45,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		82,9%	13,7%	3,1%	0,2%	100,0%

3.7. La promozione del rispetto dell'identità di genere

Per poter comprendere quanto possa essere importante e al contempo delicata la rilevazione dei comportamenti e degli atteggiamenti manifestati dalla programmazione nei confronti della promozione e del rispetto dell'identità di genere, occorre premettere al commento dei dati una digressione sul concetto stesso di 'identità di genere', qualcosa che non coincide sempre con il sesso e che non è l'orientamento sessuale, benché si tratti di concetti interrelati.

La differenziazione tra maschio e femmina, elemento portante della conoscenza di ciascun individuo appartenente alla nostra società, rappresenta – in modi che si distribuiscono lungo uno spettro (*continuum*) la cui ampiezza è correlata al numero di società con cui ci si confronta –, il risultato di un processo di progressiva culturalizzazione di un sostrato di natura biologica dato in partenza.

La permeazione di tale sostrato va di pari passo con l'agire che caratterizza il processo di socializzazione primaria nella prima età evolutiva, e, poi, con la vita sociale nel suo complesso, per tutta la durata della vita. Tale processo è "fatto" di comportamenti, che gli individui possono attuare fattivamente o per il tramite della comunicazione, la cui unità minima di scambio è data dal testo (da intendersi come unità minima di conoscenza, e non solo come la componente di lingua che spesso è presente in esso). Tra i vari tipi di **testo**, quello che ha **maggiore impatto sulla costruzione della**

conoscenza individuale e quindi anche sociale è quello **narrativo**, per ragioni connesse alle specie-specificità di *Sapiens Sapiens*, la specie umana.

Grazie al processo di socializzazione nei primi semestri di vita prende forma *“la trasformazione del corredo biologico femminile e maschile in donne e uomini capaci di rispondere alle aspettative di ruolo (culturale e sessuale)”* (Elisabetta Ruspini, *Le identità di genere*, Roma, 2009, p.17).

Tale distinzione di ruolo investe tutti i domini individuali e sociali: il carattere, le forme e i modi in cui è preferibile apparire, i comportamenti da ritenersi adeguati e, nel caso della propria lingua di primaria acquisizione (detta materna al di fuori delle scienze del linguaggio) persino l'intonazione e le altre qualità della voce.

Attraverso questi processi bambini e bambine prima e adulti e adulte più tardi formano e conformano le proprie **identità di genere** e, con esse, **“ruoli”** ed **“espressioni”**.

Se, dunque, con ‘identità di genere’ ci si riferisce a *“la percezione sessuata di sé e del proprio comportamento [...] In altre parole, è il riconoscimento delle implicazioni della propria appartenenza a un sesso in termini di sviluppo di comportamenti, desideri più o meno conformi alle aspettative culturali e sociali”*, con ‘ruoli di genere’, invece, si intendono *“i modelli che includono comportamenti, doveri, responsabilità e aspettative connessi alla condizione femminile e maschile e oggetto di aspettative sociali”* (pp.17-22). Con ‘espressione di genere’ ci si riferisce, invece, al complesso di caratteristiche esteriori con cui una persona si mostra alla società: qualità fisiche, ma anche estetiche e comportamentali, che fungono da facilitatori per la collocazione subitanea di un individuo in corrispondenza del polo maschile o femminile dello spettro di genere o, più raramente, in uno degli spazi compresi tra i due poli.

Alla luce di questa premessa, e aggiunto che non è scontato che gli individui facciano coincidere la propria espressione di genere con la propria identità di genere – si pensi a una donna che si sente a proprio agio con abbigliamento tipicamente maschile, per una questione estetica o di gusto personale, oppure, per citare un caso di attualità, all'uomo che sta “sotto” Drusilla Foer, cui piace truccarsi pur sentendosi completamente uomo –, occorre riflettere su quanta parte del **processo di socializzazione al genere** sia **svolto dai testi** e da quelli **narrativi in particolare**.

Occorrerà dunque riflettere sulla progressiva e inesorabile **crescita di consapevolezza**, nell'individuo, di ciò che **la società si aspetta** da lui o da lei a seconda del suo essere riconosciuto come maschio o come femmina. Solo assumendo coscienza di quanta parte della conoscenza umana dipenda dai testi – e gli audiovisivi lo sono e per di più di grande complessità, per via della **multimodalità** e **multimedialità**¹⁸ che li caratterizza – l'obiettivo della crescita sociale potrà infatti essere perseguito e, con essa, il benessere individuale.

Prendere atto dello status quo e della persistenza nella programmazione di fissità potenzialmente critiche in sincronia e, al contempo, in una diacronia che si fa via via più consistente con il passare degli anni in cui la programmazione è fatta oggetto di monitoraggio, è perciò da ritenersi come condizione necessaria ma non sufficiente perché il Servizio pubblico possa (ri)guadagnarsi il ruolo di **“maestro”** nella promozione della rappresentazione delle identità di genere.

Per quanto concerne il 2021, le **trasmissioni** considerate **pertinenti** con il tema della **rappresentazione della figura femminile**, sono **1.632**. L'ammontare costituisce il **93,3%** dei 1.750 elementi del campione totale: una soglia molto alta e distribuita con valori sempre superiori al 90% in tutte le reti (spicca su tutte Rai1, al 97%) che però, escludendo gli spot delle campagne sociali/istituzionali, avrebbe guadagnato due ulteriori punti di media. Al di sotto del 90% si sono collocate le sole **“Rubriche sportive”**, che fanno da contraltare al 100% delle fiction di produzione.

¹⁸ Con ‘multimodalità’ ci si riferisce a quelle interazioni che coinvolgono più di un canale percettivo o input sensoriali, come nel caso della comunicazione umana, in cui di norma si attivano più sensi o tutti i sensi.

Tavola 19a. La pertinenza del campione col tema della rappresentazione della figura femminile: valori assoluti per tipologia di programma

		L'area "RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	192	8	200
	Rubriche dei telegiornali	226	19	245
	Approfondimento informativo	496	24	520
	Cultura	159	15	174
	Intrattenimento	272	3	275
	Rubriche sportive	71	12	83
	Fiction di produzione Rai	163	0	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	53	37	90
Totale		1632	118	1750

Tavola 19b. La pertinenza del campione col tema della rappresentazione della figura femminile: valori percentuali per tipologia di programma

		L'area "RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	96,0%	4,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	92,2%	7,8%	100,0%
	Approfondimento informativo	95,4%	4,6%	100,0%
	Cultura	91,4%	8,6%	100,0%
	Intrattenimento	98,9%	1,1%	100,0%
	Rubriche sportive	85,5%	14,5%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	100,0%	---	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	58,9%	41,1%	100,0%
Totale		93,3%	6,7%	100,0%

Stringendo il focus sulla **promozione del rispetto dell'identità di genere**, sono state invece **1.130** le trasmissioni che hanno fornito un riscontro positivo, pari al **69,2%** del sottocampione (erano state il 69,5% nel 2020). Tutte le tipologie di programma hanno raggiunto valori superiori al 63%, con un picco del 76% per i telegiornali, seguiti dall'intrattenimento, al 74,3%, e dall'approfondimento informativo, al 72,8%. 455 (27,9%) sono state le trasmissioni in cui la variabile non è stata ritenuta pertinente e 47 (2,9%) quelle che hanno ottenuto una valorizzazione negativa.

I casi sono percentualmente più concentrati nei programmi di intrattenimento (il 31,9% dei casi, 15 in valori assoluti), nell'approfondimento informativo (29,8%, 14 in valori assoluti), nelle fiction di produzione Rai (17%, 8 casi in valori assoluti) e nelle rubriche sportive (8,5%, 4 casi in valori assoluti). Questi frammenti non sono sovrapponibili a segnalazioni di criticità o violazione, dal momento che nella maggior parte dei casi ha avuto luogo un bilanciamento. Tra tutti i casi rilevati, infatti, sono 25 quelli confluiti in una segnalazione di criticità e, in un solo caso, di violazione. Questi stessi frammenti, si ritrovano, inoltre, distribuiti a cascata tra le diverse variabili che fungono da iponimi concettuali di questa che può essere a buon diritto considerata la loro arcivariabile (la variabile sovraordinata, da cui le altre dipendono).

La sostanza narrativa di questi frammenti restituisce delle evidenze coerenti con quelle per social standing, classe sociale e (sotto)temi trattati più di frequente dalle donne rappresentate. Il fatto che l'intrattenimento compaia sia tra i programmi virtuosi che tra quelli che hanno mostrato delle mancanze trova una facile spiegazione nella caratterizzazione narrativa e dialogica tipica del

macrogenere di programma, dove è facile che possano trovare spazio e amplificazione stereotipi, bias o pregiudizi diffusi nel retroterra socioculturale italiano e pertanto difficili da individuare. Quanto più, infatti, ci si muove all'interno di una cultura che si conosce in prima persona, tanto più risulta difficile individuare i meccanismi che agiscono nel profondo di essa determinando forme e contenuti che la esprimono "in superficie". A questo stato di cose, che coinvolge gli individui in generale, possono essere soggetti anche coloro che, nella elaborazione dei programmi, si occupano di definire ruoli e copioni narrativi.

Tavola 20a. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: valori assoluti per giudizi e per tipologia di programma

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	146	1	45	192
	Rubriche dei telegiornali	153	3	70	226
	Approfondimento informativo	361	14	121	496
	Cultura	109	2	48	159
	Intrattenimento	202	15	55	272
	Rubriche sportive	45	4	22	71
	Fiction di produzione Rai	114	8	41	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	0	53	53
Totale		1130	47	455	1632

Tavola 20b. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: percentuali per singola tipologia di programma e per giudizi

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	76,0%	0,5%	23,4%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	67,7%	1,3%	31,0%	100,0%
	Approfondimento informativo	72,8%	2,8%	24,4%	100,0%
	Cultura	68,6%	1,3%	30,2%	100,0%
	Intrattenimento	74,3%	5,5%	20,2%	100,0%
	Rubriche sportive	63,4%	5,6%	31,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	69,9%	4,9%	25,2%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	---	---	100,0%	100,0%
Totale		69,2%	2,9%	27,9%	100,0%

Tavola 20c. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: percentuali per singolo giudizio e per tipologie di programma

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	12,9%	2,1%	9,9%	11,8%
	Rubriche dei telegiornali	13,5%	6,4%	15,4%	13,8%
	Approfondimento informativo	31,9%	29,8%	26,6%	30,4%
	Cultura	9,6%	4,3%	10,5%	9,7%
	Intrattenimento	17,9%	31,9%	12,1%	16,7%
	Rubriche sportive	4,0%	8,5%	4,8%	4,4%
	Fiction di produzione Rai	10,1%	17,0%	9,0%	10,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	11,6%	3,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Per ciò che concerne la rete di messa in onda, Rai 1 precede Rai 3 e Rai 2 per numero di episodi promotori del rispetto dell'identità di genere. Rai 3 muove però da valori assoluti più bassi e spicca per il numero ridotto di frammenti giudicati inadeguati in senso sia proporzionale sia assoluto.

Tavola 21a. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: valori assoluti per rete di messa in onda

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	470	20	134	624
	RAI 2	257	22	99	378
	RAI 3	403	5	169	577
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	0	53	53
Totale		1130	47	455	1632

Tavola 21b. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: percentuali per singola rete e per giudizi

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	75,3%	3,2%	21,5%	100,0%
	RAI 2	68,0%	5,8%	26,2%	100,0%
	RAI 3	69,8%	0,9%	29,3%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		69,2%	2,9%	27,9%	100,0%

Tavola 21c. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: percentuali per singolo giudizio e per reti

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	41,6%	42,6%	29,5%	38,2%
	RAI 2	22,7%	46,8%	21,8%	23,2%
	RAI 3	35,7%	10,6%	37,1%	35,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	11,6%	3,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Per quanto riguarda le fasce orarie, tutte sono degne di menzione positiva, con la fascia serale a spiccare su tutte se si guarda all'intero sotto-sottocampione (30,1%) e quella 15.00-18.00 se si considera invece il contributo delle singole fasce orarie (74,2%).

Tavola 22a. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: valori assoluti per fascia oraria

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	181	9	86	276
	12:00-15:00	157	4	60	221
	15:00-18:00	135	1	46	182
	18:00-21:00	163	2	77	242
	21:00-23:00	340	24	129	493
	23:00-02:00	154	7	57	218
Totale		1130	47	455	1632

Tavola 22b. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: percentuali per giudizi e per singola fascia oraria

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	65,6%	3,3%	31,2%	100,0%
	12:00-15:00	71,0%	1,8%	27,1%	100,0%
	15:00-18:00	74,2%	0,5%	25,3%	100,0%
	18:00-21:00	67,4%	0,8%	31,8%	100,0%
	21:00-23:00	69,0%	4,9%	26,2%	100,0%
	23:00-02:00	70,6%	3,2%	26,1%	100,0%
Totale		69,2%	2,9%	27,9%	100,0%

Tavola 22c. La pertinenza del campione con la promozione del rispetto dell'identità di genere: percentuali per singolo giudizio e per fasce orarie

		Nel programma vi sono forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?			Totale
		Sì	No, sono presenti forme di mancanza di rispetto dell'identità di genere	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	16,0%	19,1%	18,9%	16,9%
	12:00-15:00	13,9%	8,5%	13,2%	13,5%
	15:00-18:00	11,9%	2,1%	10,1%	11,2%
	18:00-21:00	14,4%	4,3%	16,9%	14,8%
	21:00-23:00	30,1%	51,1%	28,4%	30,2%
	23:00-02:00	13,6%	14,9%	12,5%	13,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Venendo invece alle pratiche a cui fanno riferimento le 1.130 attivazioni pertinenti con la promozione del rispetto dell'identità di genere, il **66%** ha riguardato l'**inclusione reale**, ovvero l'insieme delle azioni volte a rimuovere gli ostacoli per il superamento delle disuguaglianze, e il **34%** l'**appartenenza di genere** (per i valori assoluti cfr. la *Tavola 23a*, in appendice). Tali valori sono stati riscontrati in tutte le tipologie di programmi, con scarti compresi in una forbice di 10 punti percentuali.

Tavola 23b. La promozione del rispetto dell'identità di genere: percentuali per singola tipologia di programma

		La promozione del rispetto dell'identità di genere riguarda		Totale
		Appartenenza di genere	Inclusione reale	
Tipologia del programma	Telegiornali	40,4%	59,6%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	32,7%	67,3%	100,0%
	Approfondimento informativo	30,7%	69,3%	100,0%
	Cultura	30,3%	69,7%	100,0%
	Intrattenimento	34,7%	65,3%	100,0%
	Rubriche sportive	33,3%	66,7%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	40,4%	59,6%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		34,0%	66,0%	100,0%

Tavola 23c. La promozione del rispetto dell'identità di genere: percentuali per tipologie di programma

		La promozione del rispetto dell'identità di genere riguarda:		Totale
		Appartenenza di genere	Inclusione reale	
Tipologia del programma	Telegiornali	15,4%	11,7%	12,9%
	Rubriche dei telegiornali	13,0%	13,8%	13,5%
	Approfondimento informativo	28,9%	33,5%	31,9%
	Cultura	8,6%	10,2%	9,6%
	Intrattenimento	18,2%	17,7%	17,9%
	Rubriche sportive	3,9%	4,0%	4,0%
	Fiction di produzione Rai	12,0%	9,1%	10,1%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	0,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

I 47 casi di mancato rispetto dell'identità di genere (cfr. *Tavola 22a*) sono stati successivamente esaminati con lo scopo di capire la natura della mancanza (cfr. *Tavola 24a*, in appendice, per i valori assoluti): il **38,3%** è stato valutato come connesso con l'**appartenenza di genere** e il **61,7%** con l'**inclusione differenziale**. L'intrattenimento è stato il macrogenere in cui è stato registrato il numero più alto di mancanze, con il 31% per il primo tipo e il 33,3% per il secondo; percentuale, questa, condivisa dall'approfondimento informativo. Da segnalare, anche in questo caso, le rubriche sportive, per le quali lo scivolamento su temi connessi con l'appartenenza di genere sembra costituire un elemento ricorrente.

Guardando ai soli episodi che hanno avuto un seguito nelle segnalazioni (26, di cui una violazione), sono 6 i casi in cui il mancato rispetto è stato ricondotto all'appartenenza di genere e 7 quelli in cui è stata riconosciuta l'inclusione differenziale.

Tavola 24b. Ambiti della mancanza di rispetto dell'identità di genere: percentuali per singola tipologia di programma

		La mancanza del rispetto dell'identità di genere riguarda		Totale
		Appartenenza di genere	Inclusione differenziale	
Tipologia del programma	Telegiornali	100,0%	0,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	0,0%	100,0%	100,0%
	Approfondimento informativo	57,1%	42,9%	100,0%
	Cultura	50,0%	50,0%	100,0%
	Intrattenimento	60,0%	40,0%	100,0%
	Rubriche sportive	75,0%	25,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	87,5%	12,5%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	100%
Totale		61,7%	38,3%	100,0%

Tavola 24c. Ambiti della mancanza di rispetto dell'identità di genere: percentuali per tipologie di programma

		La mancanza del rispetto dell'identità di genere riguarda		Totale
		Appartenenza di genere	Inclusione differenziale	
Tipologia del programma	Telegiornali	3,4%	0,0%	2,1%
	Rubriche dei telegiornali	0,0%	16,7%	6,4%
	Approfondimento informativo	27,6%	33,3%	29,8%
	Cultura	3,4%	5,6%	4,3%
	Intrattenimento	31,0%	33,3%	31,9%
	Rubriche sportive	10,3%	5,6%	8,5%
	Fiction di produzione Rai	24,1%	5,6%	17,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	0,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

3.8 La sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni

Si è quindi passati a misurare la **sfida** messa in atto dalla programmazione nei confronti di **sessismo, stereotipi e discriminazioni** della figura femminile.

Ciò si è verificato in **1.016 casi** sui 1.632 pertinenti col tema della rappresentazione femminile, ovvero nel 62,3% dei casi (nel 2020 questo valore era pari al 52,60%). **100 (6,1%)** sono stati invece i programmi in cui si è registrato un comportamento di tenore opposto: di questi, solo **26** non hanno però trovato un riequilibrio nella narrazione e sono confluiti in segnalazioni di criticità (26) o di violazione (1). Sono stati, infine, 516 (31,6%) quelli ritenuti non pertinenti con questa variabile.

La tipologia di programma più sfidante in termini assoluti è stato l'approfondimento informativo (32,1%), quella meno le rubriche sportive (15,6%). Ragionando, invece, per tipologie, ad attivare maggiormente la sfida sono stati i telegiornali, pertinenti con il quesito posto nel 68,2% delle trasmissioni monitorate e con solo lo 0,5% (1 in valori assoluti) di rappresentazioni sessiste o stereotipate.

Meno buona è la performance dell'intrattenimento – sia in termini assoluti (37% delle rappresentazioni sessiste), sia per tipologia di programma (13,6% di attivazioni negative vs 58,1% positive) – e, seppure con uno scarto tra buone e cattive pratiche più consistente, della fiction di produzione, con il 18% guardando al sottocampione delle mancanze e l'11,7% guardando alla sua sola performance rispetto alla variabile.

Per ciò che concerne le 26 criticità (di cui una violazione), 11 segnalazioni hanno coinvolto programmi di intrattenimento, 9 di approfondimento informativo, 3 la fiction di produzione, 1 una rubrica del tg, 1 una rubrica sportiva, 1 un programma culturale.

Tavola 25a. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: valori assoluti

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	131	1	60	192
	Rubriche dei telegiornali	146	6	74	226
	Approfondimento informativo	326	28	142	496
	Cultura	107	2	50	159
	Intrattenimento	158	37	77	272
	Rubriche sportive	38	5	28	71
	Fiction di produzione Rai	108	19	36	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	2	2	49	53
Totale		1016	100	516	1632

Tavola 25b. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per singola tipologia di programma

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	68,2%	0,5%	31,3%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	64,6%	2,7%	32,7%	100,0%
	Approfondimento informativo	65,7%	5,6%	28,6%	100,0%
	Cultura	67,3%	1,3%	31,4%	100,0%
	Intrattenimento	58,1%	13,6%	28,3%	100,0%
	Rubriche sportive	53,5%	7,0%	39,4%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	66,3%	11,7%	22,1%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	3,8%	3,8%	92,5%	100,0%
Totale		62,3%	6,1%	31,6%	100,0%

Tavola 25c. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per tipologie di programma

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	12,9%	1,0%	11,6%	11,8%
	Rubriche dei telegiornali	14,4%	6,0%	14,3%	13,8%
	Approfondimento informativo	32,1%	28,0%	27,5%	30,4%
	Cultura	10,5%	2,0%	9,7%	9,7%
	Intrattenimento	15,6%	37,0%	14,9%	16,7%
	Rubriche sportive	3,7%	5,0%	5,4%	4,4%
	Fiction di produzione Rai	10,6%	19,0%	7,0%	10,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,2%	2,0%	9,5%	3,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nel complesso la rete maggiormente attiva nella sfida in valori percentuali è Rai3 (65,7%). Segue Rai 1 (65,4%) che, da un lato, è anche quella con i numeri assoluti più alti (409 casi, pari al 65,4% delle trasmissioni della rete pertinenti con il tema), ma, dall'altra, fa registrare rispetto a Rai 3 un numero decisamente più consistente di rappresentazioni problematiche. 15 di quelle confluite in segnalazioni hanno riguardato la programmazione di Rai 1, 10 quella di Rai 2, e 1 sola quella di Rai 3.

Tavola 26a. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: valori assoluti per rete

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	409	52	164	625
	RAI 2	225	38	115	378
	RAI 3	380	8	190	578
	Spot e campagne socio-istituzionali	2	2	47	51
Totale		1016	100	516	1632

Tavola 26b. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per singola rete

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	65,4%	8,3%	26,2%	100,0%
	RAI 2	59,5%	10,1%	30,4%	100,0%
	RAI 3	65,7%	1,4%	32,9%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	3,9%	3,9%	92,2%	100,0%
Totale		62,3%	6,1%	31,6%	100,0%

Tavola 26c. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per reti

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	40,3%	52,0%	31,8%	38,3%
	RAI 2	22,1%	38,0%	22,3%	23,2%
	RAI 3	37,4%	8,0%	36,8%	35,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,2%	2,0%	9,1%	3,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Guardando alla scansione della giornata, tutte le fasce orarie hanno fatto registrare valori superiori al 60% per ciò che concerne le rappresentazioni sfidanti: a dare il contributo maggiore in termini assoluti è stata la prima serata, cui va però anche il primato negativo, con quasi la metà delle attivazioni (46, pari 46% delle mancanze e al 9,3% delle trasmissioni della fascia oraria pertinenti col tema).

Per ciò che concerne la mancata sfida, invece, gli episodi che non hanno trovato compensazione e che hanno dato luogo a segnalazioni di criticità (25) o violazioni (1), 5 hanno riguardato la prima fascia della programmazione (6.00-12.00), 1 la fascia 12.00-15.00, 3 il day-time pomeridiano (15.00-18.00), 13 il prime-time (21.00-23.00) e 4 la seconda serata (23.00-02.00).

Tavola 27a. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: valori assoluti per fascia oraria

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	171	13	92	276
	12:00-15:00	140	8	73	221
	15:00-18:00	112	12	58	182
	18:00-21:00	149	5	88	242
	21:00-23:00	312	46	135	493
	23:00-02:00	132	16	70	218
Totale		1016	100	516	1632

Tavola 27b. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per singola fascia oraria

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	62,0%	4,7%	33,3%	100,0%
	12:00-15:00	63,3%	3,6%	33,0%	100,0%
	15:00-18:00	61,5%	6,6%	31,9%	100,0%
	18:00-21:00	61,6%	2,1%	36,4%	100,0%
	21:00-23:00	63,3%	9,3%	27,4%	100,0%
	23:00-02:00	60,6%	7,3%	32,1%	100,0%
Totale		62,3%	6,1%	31,6%	100,0%

Tavola 27c. Le rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per fasce orarie

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?			Totale
		Sì	No, sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	16,8%	13,0%	17,8%	16,9%
	12:00-15:00	13,8%	8,0%	14,1%	13,5%
	15:00-18:00	11,0%	12,0%	11,2%	11,2%
	18:00-21:00	14,7%	5,0%	17,1%	14,8%
	21:00-23:00	30,7%	46,0%	26,2%	30,2%
	23:00-02:00	13,0%	16,0%	13,6%	13,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Una focalizzazione sulle rappresentazioni sessiste, stereotipate o discriminanti il genere femminile non può prescindere dalla **forma** che le esprime. Come primo spartiacque per la loro classificazione si impiegherà una semplificazione di quella, consolidata nella letteratura di settore, che vede il **sessismo** manifestarsi, lungo una sorta di **scala di riconoscibilità rovesciata**, rispettivamente in modo: **urlato, silenzioso o benevolo**. Per ragioni connesse al radicamento culturale di certi comportamenti, verbali e non, quello benevolo risulta il più difficile da intercettare e, conseguentemente, da contrastare. Il sessismo benevolo si mimetizza infatti come atteggiamento protettivo o a un comportamento “galante” nei confronti delle donne. Costituisce invece “*un insieme di atteggiamenti interrelati rivolti alle donne, che sono sessisti in quanto stereotipizzano le donne in ruoli ristretti, ma sono soggettivamente positivi in quanto a tono (per il ricevente) e tendenti a sollecitare comportamenti tipicamente categorizzati come prosociali (ad esempio l’aiutare gli altri) o una maggiore intimità (ad esempio l’aprirsi agli altri)*” (“Hostile and benevolent sexism measuring ambivalent sexist attitudes toward women”, *Psychology of Women Quarterly*, 21, 1997, 119-135). Di

qui le difficoltà a riconoscerne la matrice, comune al sessismo ostile e consistente in una sorta di giustificazione dello stato subalterno del genere femminile.

Nel contesto del monitoraggio la scala di valorizzazione dei comportamenti sessisti e discriminanti il genere femminile è stata semplificata nella dicotomia ostile vs benevolo. Applicata ai 100 episodi pertinenti con questa variabile, tale dicotomia ha messo in evidenza la **netta** e prevedibile **prevalenza** delle **manifestazioni benevole** su quelle ostili. In termini numerici si tratta di 87 vs 13 attivazioni (87% vs 13%; 18 confluite in segnalazioni di criticità vs 4), annidate per lo più in programmi di intrattenimento (33, pari al 37,9% del totale di categoria e all'89,2% delle attivazioni riconducibili alla tipologia di programma), di approfondimento informativo (24, pari al 27,6% del totale di categoria e all'85,7% delle attivazioni riconducibili alla tipologia di programma) e in fiction di produzione Rai (15, pari al 17,2% del totale di categoria e alla totalità delle attivazioni riconducibili alla tipologia di programma).

Nelle stesse tipologie di programma si è peraltro ravvisata la presenza delle forme ostili (3 su 4 in programmi di intrattenimento, la restante nella fiction), fatta salva una attivazione nell'ambito di un telegiornale andato in onda su Rai 1.

Tavola 28a. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: valori assoluti

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Tipologia del programma	Telegiornali	1	0	1
	Rubriche dei telegiornali	0	6	6
	Approfondimento informativo	4	24	28
	Cultura	0	2	2
	Intrattenimento	4	33	37
	Rubriche sportive	0	5	5
	Fiction di produzione Rai	4	15	19
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	2	2
Totale		13	87	100

Tavola 28b. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: percentuali per singola tipologia di programma

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Tipologia del programma	Telegiornali	100,0%	0,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	0,0%	100,0%	100,0%
	Approfondimento informativo	14,3%	85,7%	100,0%
	Cultura	0,0%	100,0%	100,0%
	Intrattenimento	10,8%	89,2%	100,0%
	Rubriche sportive	0,0%	100,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	21,1%	78,9%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		13,0%	87,0%	100,0%

Tavola 28c. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: percentuali per tipologie di programma

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Tipologia del programma	Telegiornali	7,7%	0,0%	1,0%
	Rubriche dei telegiornali	0,0%	6,9%	6,0%
	Approfondimento informativo	30,8%	27,6%	28,0%
	Cultura	0,0%	2,3%	2,0%
	Intrattenimento	30,8%	37,9%	37,0%
	Rubriche sportive	0,0%	5,7%	5,0%
	Fiction di produzione Rai	30,8%	17,2%	19,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	2,3%	2,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

La rete di messa in onda ricorsa più volte è stata Rai 1 (52 attivazioni complessive, pari al 52% ma in soli 3 casi oggetto di segnalazione di criticità), che ha anche prodotto il numero più alto di espressioni di sessismo ostile (10, pari al 76,9%). Rai 3 è la rete che ha fatto registrare meno casi, quasi tutti di tipo benevolo, Rai 2 si è collocata tra le altre due con dati abbastanza sorprendenti – 38 casi totali, di cui 1 ostile oggetto di segnalazione – tenuto conto di un palinsesto che si distacca dagli altri per la presenza di un numero maggiore di film e fiction non di produzione, non previste nel monitoraggio.

Tavola 29a. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: valori assoluti per rete

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Rete	RAI 1	10	42	52
	RAI 2	1	37	38
	RAI 3	2	6	8
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	2	2
Totale		13	87	100

Tavola 29b. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: percentuali per singola rete

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Rete	RAI 1	19,2%	80,8%	100,0%
	RAI 2	2,6%	97,4%	100,0%
	RAI 3	25,0%	75,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		13,0%	87,0%	100,0%

Tavola 29c. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: percentuali per reti

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Rete	RAI 1	76,9%	48,3%	52,0%
	RAI 2	7,7%	42,5%	38,0%
	RAI 3	15,4%	6,9%	8,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	2,3%	2,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Per quanto riguarda la fascia oraria della messa in onda, quella della prima serata è risultata più coinvolta nel fenomeno, con quasi la metà delle occorrenze totali e il 69,2% di quelle di sessismo ostile; l'access prime-time è quella più immune, col 5% di attivazioni.

Tavola 30a. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: valori assoluti per fascia oraria

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Fascia Oraria	06:00-12:00	2	11	13
	12:00-15:00	1	7	8
	15:00-18:00	0	12	12
	18:00-21:00	0	5	5
	21:00-23:00	9	37	46
	23:00-02:00	1	15	16
Totale		13	87	100

Tavola 30b. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: percentuali per singola fascia oraria

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Fascia Oraria	06:00-12:00	15,4%	84,6%	100,0%
	12:00-15:00	12,5%	87,5%	100,0%
	15:00-18:00	0,0%	100,0%	100,0%
	18:00-21:00	0,0%	100,0%	100,0%
	21:00-23:00	19,6%	80,4%	100,0%
	23:00-02:00	6,3%	93,8%	100,0%
Totale		13,0%	87,0%	100,0%

Tavola 30c. Le forme della mancanza di rispetto, dello stereotipo o della discriminazione: valori assoluti per fasce orarie

		La forma della mancanza del rispetto, dello stereotipo o della discriminazione è classificabile come:		Totale
		Sessismo ostile	Sessismo benevolo	
Fascia Oraria	06:00-12:00	15,4%	12,6%	13,0%
	12:00-15:00	7,7%	8,0%	8,0%
	15:00-18:00	0,0%	13,8%	12,0%
	18:00-21:00	0,0%	5,7%	5,0%
	21:00-23:00	69,2%	42,5%	46,0%
	23:00-02:00	7,7%	17,2%	16,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

3.8.1 Qualità e ambiti della sfida

L'aggiunta di una ulteriore lente di ingrandimento conduce ai contenuti della rappresentazione sfidante. Fatta la premessa che la domanda proposta consentiva più risposte, i temi in cui si è riscontrata maggiormente la sfida hanno a che fare con i ruoli professionali (757 attivazioni, 32,9%), con la voce e l'autorevolezza femminile (329 attivazioni, 14,3%) e con il ruolo sociale (293 attivazioni, 12,7%). Per contro, i temi meno ricorrenti sono quelli riferiti al corpo e all'estetica (122 attivazioni, 5,3%), alla sessualità (80 attivazioni, 3,5%) e alle relazioni infra-generi (35 attivazioni, 1,5%).

La **sfida al sessismo** appare insomma indirizzarsi decisamente più sugli **aspetti sociali** che sulla persona e sulle relazioni fra i generi.

Tavola 31a. Ambiti della sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni: valori assoluti

		Tipologia del programma								Total e
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni riguarda i riguardi (possibili più risposte)	Corpo ed estetica	3	8	42	6	42	2	19	0	122
	Sessualità	5	6	29	7	16	1	16	0	80
	Psiche/intelligenza	10	14	43	16	23	5	19	0	130
	Capacità/inclinazioni	17	22	69	28	56	15	39	1	247
	Ruolo sociale	31	47	107	26	37	2	43	0	293
	Ruoli familiari	6	11	57	8	12	1	31	0	126
	Ruoli professionali	102	116	250	82	100	34	71	2	757
	Relazioni con altri generi	19	16	65	8	36	5	36	0	185
	Relazioni infra-generi	0	6	12	3	5	0	9	0	35
	Voice/autorevolezza a femminile	38	59	120	35	40	5	32	0	329
Totale		231	305	794	219	367	70	315	3	2304

L'incrocio del tema oggetto di sfida con il tipo di programma che l'ha messa in campo permette di ottenere una macro ancora più efficace e probabilmente più utile anche alla valutazione del contributo alla coesione sociale che il Servizio pubblico televisivo è in grado di apportare attraverso la sua programmazione, intesa come ensemble e come insieme di programmi.

Per la complessità di questo intreccio, a un elenco di valori e percentuali può risultare preferibile, per leggibilità, parlare di addensamenti di buone pratiche da parte di tipi di programmi: da parte dell'approfondimento informativo, in primis, di intrattenimento, fiction e rubriche di telegiornali a seguire, seppure con un distacco considerevole. Tra i tipi di programmi meno operosi nel contrasto spiccano invece le rubriche sportive, coerentemente con quanto già visto. Appare perciò lecito, tutto considerato, parlare di un recepimento non completamente adeguato, da parte delle trasmissioni sportive – e al netto dell'assenza dal monitoraggio di tutte le trasmissioni sportive dei palinsesti estivi¹⁹ –, dei progressi che il mondo sportivo ha compiuto su questo terreno, nella promozione delle discipline al femminile e miste, olimpiche e paralimpiche, e nel superamento di tradizionali subalternità rispetto alla pratica agonistica maschile.

Sorprende, infine, che i programmi di matrice culturale riescano a fare in generale non molto e addirittura quasi nulla in un ambito quale "Corpo ed estetica", che invece necessiterebbe dell'apporto di conoscenza delle discipline storico-artistiche per far emergere l'imprinting culturale dei canoni di bellezza e di desiderabilità. In questo stesso ambito spicca invece l'apporto dell'"Approfondimento informativo" e dell'"Intrattenimento", che insieme esprimono quasi il 70% delle attivazioni.

Lo scarso apporto della fiction di produzione appare come un'occasione mancata, vista la potenza che le narrazioni, in particolare se strutturate e seriali, possono avere sulla costruzione della conoscenza individuale e insieme sociale anche grazie all'attivazione di processi mimetici ed empatici.

¹⁹ Tale assenza priva il monitoraggio di dati significativi. Vi è da riflettere se non sia il caso di includere questa programmazione in future iniziative di monitoraggio.

Tavola 31b. Ambiti della sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per singolo tema

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni riguarda (possibili più risposte)	Corpo ed estetica	2,5%	6,6%	34,4%	4,9%	34,4%	1,6%	15,6%	0,0%	100,0%
	Sessualità	6,3%	7,5%	36,3%	8,8%	20,0%	1,3%	20,0%	0,0%	100,0%
	Psiche/intelligenza	7,7%	10,8%	33,1%	12,3%	17,7%	3,8%	14,6%	0,0%	100,0%
	Capacità/inclinazioni	6,9%	8,9%	27,9%	11,3%	22,7%	6,1%	15,8%	0,4%	100,0%
	Ruolo sociale	10,6%	16,0%	36,5%	8,9%	12,6%	0,7%	14,7%	0,0%	100,0%
	Ruoli familiari	4,8%	8,7%	45,2%	6,3%	9,5%	0,8%	24,6%	0,0%	100,0%
	Ruoli professionali	13,5%	15,3%	33,0%	10,8%	13,2%	4,5%	9,4%	0,3%	100,0%
	Relazioni con altri generi	10,3%	8,6%	35,1%	4,3%	19,5%	2,7%	19,5%	0,0%	100,0%
	Relazioni infra-genere	0,0%	17,1%	34,3%	8,6%	14,3%	0,0%	25,7%	0,0%	100,0%
	Voice/autorevolezza femminile	11,6%	17,9%	36,5%	10,6%	12,2%	1,5%	9,7%	0,0%	100,0%
Totale		10,0%	13,2%	34,5%	9,5%	15,9%	3,0%	13,7%	0,1%	100,0%

Tavola 31c. Ambiti della sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni riguarda (possibili più risposte)	Corpo ed estetica	1,3%	2,6%	5,3%	2,7%	11,4%	2,9%	6,0%	0,0%	5,3%
	Sessualità	2,2%	2,0%	3,7%	3,2%	4,4%	1,4%	5,1%	0,0%	3,5%
	Psiche/intelligenza	4,3%	4,6%	5,4%	7,3%	6,3%	7,1%	6,0%	0,0%	5,6%
	Capacità/inclinazioni	7,4%	7,2%	8,7%	12,8%	15,3%	21,4%	12,4%	33,3%	10,7%
	Ruolo sociale	13,4%	15,4%	13,5%	11,9%	10,1%	2,9%	13,7%	0,0%	12,7%
	Ruoli familiari	2,6%	3,6%	7,2%	3,7%	3,3%	1,4%	9,8%	0,0%	5,5%
	Ruoli professionali	44,2%	38,0%	31,5%	37,4%	27,2%	48,6%	22,5%	66,7%	32,9%
	Relazioni con altri generi	8,2%	5,2%	8,2%	3,7%	9,8%	7,1%	11,4%	0,0%	8,0%
	Relazioni infra-genere	0,0%	2,0%	1,5%	1,4%	1,4%	0,0%	2,9%	0,0%	1,5%
	Voice/autorevolezza femminile	16,5%	19,3%	15,1%	16,0%	10,9%	7,1%	10,2%	0,0%	14,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Sono stati rilevati tuttavia casi di **mancata sfida al sessismo**. Si tratta di frammenti della programmazione (singoli passaggi e non trasmissioni), nei quali sono state ravvisate rappresentazioni sessiste, stereotipate o discriminanti. I casi individuati sono stati 264 – di cui 22 non bilanciati nel contesto narrativo o discorsivo. L’ambito di riferimento prevalente ha riguardato “Corpo ed estetica”, per un sesto del totale. La metà di queste occorrenze è stata individuata nel macrogenere dell’“Intrattenimento”, un altro quarto in “Approfondimento”. A seguire le fiction, con un numero più basso di attivazioni ma dal maggiore impatto per via di quanto detto sul loro impatto cognitivo). Le medesime tipologie di programma costituiscono pertanto il contesto d’elezione, anche discorsivo, sul quale lavorare per riposizionare temi e rappresentazioni del femminile e contribuire al contempo al miglioramento della coesione sociale.

Più in osmosi col retroterra culturale del paese, questi generi, in assenza del già citato e motivato lavoro di decostruzione consentito solo dall'interiorizzazione dei contenuti di una formazione ad hoc continua nel tempo presso tutte le componenti coinvolte nella realizzazione di un programma (da chi scrive i testi a chi li interpreta, a chi inquadra a chi fa il montaggio), si possono prestare a **riprodurre quella conoscenza "premasticata"** che già nei primissimi anni di vita diventa di dominio degli individui insieme all'acquisizione dei codici (di comunicazione e di comportamento) propri della società in cui si cresce.

Codici e comportamenti diventano in tal modo parte di quegli **automatismi interpretativi** dei quali non si ha consapevolezza e in ragione dei quali non si comprendono le rimostranze per aver violato la dignità delle persone in cui può capitare di incorrere. Di questo cortocircuito si tornerà a parlare nella prossima sezione, incentrata sulla trattazione della violenza di genere, in cui gli effetti dell'acquisizione precoce dei ruoli e di cosa ci si deve attendere in fatto di espressione dell'identità di genere dispiegano il massimo del proprio potenziale.

In tema di sostanza delle rappresentazioni rinforzanti stereotipi e discriminazioni occorre infatti procedere a un'ulteriore considerazione. Laddove, infatti, le pratiche sfidanti si distribuivano all'interno di un segmento dai valori estremi assai diversi, qui le attivazioni si ripartiscono in modo più uniforme e concentrato sugli aspetti più comuni della riflessione intorno al genere femminile.

Tavola 32a. Ambiti della mancata sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni: valori assoluti

		Tipologia del programma							Totale	
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Rubriche sportive	Telegiornali		Rubriche dei telegiornali
Le rappresentazioni sessiste o le forme di stereotipi e discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	Corpo ed estetica	0	Le rappresentazioni sessiste o le forme di stereotipi e discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	Corpo ed estetica	0	Le rappresentazioni sessiste o le forme di stereotipi e discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	Corpo ed estetica	0	Le rappresentazioni sessiste o le forme di stereotipi e discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	Corpo ed estetica
	Sessualità	1	1	Sessualità	1	7	Sessualità	1	0	Sessualità
	Psiche/intelligenza	0	1	Psiche/intelligenza	0	6	Psiche/intelligenza	0	0	Psiche/intelligenza
	Capacità/inclinazioni	0	1	Capacità/inclinazioni	0	15	Capacità/inclinazioni	0	1	Capacità/inclinazioni
	Ruolo sociale	0	2	Ruolo sociale	0	9	Ruolo sociale	0	0	Ruolo sociale
	Ruoli familiari	0	3	Ruoli familiari	0	11	Ruoli familiari	0	1	Ruoli familiari
	Ruoli professionali	0	3	Ruoli professionali	0	4	Ruoli professionali	0	1	Ruoli professionali
	Relazioni con altri generi	1	2	Relazioni con altri generi	1	13	Relazioni con altri generi	1	0	Relazioni con altri generi
	Relazioni infragenere	0	0	Relazioni infragenere	0	4	Relazioni infragenere	0	0	Relazioni infragenere
Voice/autorevolezza femminile	1	1	Voice/autorevolezza femminile	1	4	Voice/autorevolezza femminile	1	0	Voice/autorevolezza femminile	
Totale	3	15	Totale	3	15	Totale	3	15	Totale	

Tavola 32b. Ambiti della mancata sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per singolo tema

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni sessiste o le forme di stereotipi e discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	Corpo ed estetica	0,0%	2,3%	27,9%	4,7%	48,8%	2,3%	14,0%	0,0%	100,0%
	Sessualità	4,8%	4,8%	23,8%	4,8%	33,3%	4,8%	23,8%	0,0%	100,0%
	Psiche/intelligenza	0,0%	7,7%	7,7%	0,0%	46,2%	7,7%	30,8%	0,0%	100,0%
	Capacità/inclinazioni	0,0%	2,9%	28,6%	0,0%	42,9%	5,7%	17,1%	2,9%	100,0%
	Ruolo sociale	0,0%	5,9%	35,3%	0,0%	26,5%	0,0%	32,4%	0,0%	100,0%
	Ruoli familiari	0,0%	9,4%	31,3%	0,0%	34,4%	0,0%	21,9%	3,1%	100,0%
	Ruoli professionali	0,0%	12,0%	56,0%	0,0%	16,0%	4,0%	8,0%	4,0%	100,0%
	Relazioni con altri generi	2,9%	5,7%	31,4%	0,0%	37,1%	0,0%	22,9%	0,0%	100,0%
	Relazioni infra-genere	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	80,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Voice/autorevolezza femminile	4,8%	4,8%	42,9%	4,8%	19,0%	9,5%	14,3%	0,0%	100,0%	
Totale		1,1%	5,7%	31,8%	1,5%	35,6%	3,0%	20,1%	1,1%	100,0%

Tavola 32c. Ambiti della sfida a sessismo, stereotipi e discriminazioni: percentuali per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni sessiste o le forme di stereotipi e discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	Corpo ed estetica	0,0%	6,7%	14,3%	50,0%	22,3%	12,5%	11,3%	0,0%	16,3%
	Sessualità	33,3%	6,7%	6,0%	25,0%	7,4%	12,5%	9,4%	0,0%	8,0%
	Psiche/intelligenza	0,0%	6,7%	1,2%	0,0%	6,4%	12,5%	7,5%	0,0%	4,9%
	Capacità/inclinazioni	0,0%	6,7%	11,9%	0,0%	16,0%	25,0%	11,3%	33,3%	13,3%
	Ruolo sociale	0,0%	13,3%	14,3%	0,0%	9,6%	0,0%	20,8%	0,0%	12,9%
	Ruoli familiari	0,0%	20,0%	11,9%	0,0%	11,7%	0,0%	13,2%	33,3%	12,1%
	Ruoli professionali	0,0%	20,0%	16,7%	0,0%	4,3%	12,5%	3,8%	33,3%	9,5%
	Relazioni con altri generi	33,3%	13,3%	13,1%	0,0%	13,8%	0,0%	15,1%	0,0%	13,3%
	Relazioni infra-genere	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%	1,9%	0,0%	1,9%
Voice/autorevolezza femminile	33,3%	6,7%	10,7%	25,0%	4,3%	25,0%	5,7%	0,0%	8,0%	
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

L'adozione di una lettura intratipo, consente invece di far risaltare le correlazioni tra tipi di programma e tipi di mancanze. È il caso dell'intrattenimento, in cui si consuma l'80% di casi aventi a che fare con le "Relazioni infra-genere" e quasi la metà di quelli riguardanti "Corpo ed estetica" e "Psiche e intelligenza", o dell'approfondimento informativo, in cui invece si concentra il 56,6% dei casi riguardanti "Ruoli professionali" e il 42,9% di quelli relativi a "Voice e autorevolezza". Dati che, presi complessivamente, consentono di ipotizzare che nel primo caso si scivola più facilmente raccontando la donna nei suoi aspetti più tradizionali, nel secondo in quelli che la vedono alla ricerca di spazi pubblici e competenti.

3.9 Questioni di genere e pari opportunità nella programmazione Rai 2021

Se si guarda alla programmazione come a uno spazio di promozione delle pari opportunità e di riflessione e disseminazione intorno alle questioni di genere, il sotto-sottocampione che si viene a

determinare ammonta a **348 elementi (21,3%)**, concentrati per più di un terzo nell'**approfondimento informativo** (41,7% in assoluto,), per il 14,9% in **"Intrattenimento"** e per il 12,1% nella **fiction di produzione**.

Le rubriche sportive, col 2,6%, e, meno comprensibilmente, i programmi culturali, col 6,0%, si collocano al polo opposto della numerosità. Da segnalare la presenza di questi temi negli spot, che sfiorano il 10% di attivazioni della variabile.

Tavola 33a. La pertinenza della programmazione con le questioni di genere e le pari opportunità: valori assoluti

		Il programma fa riferimenti espliciti a questioni di genere/pari opportunità?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	36	156	192
	Rubriche dei telegiornali	38	188	226
	Approfondimento informativo	145	351	496
	Cultura	21	138	159
	Intrattenimento	52	220	272
	Rubriche sportive	9	62	71
	Fiction di produzione Rai	42	121	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	5	48	53
Totale		348	1284	1632

Tavola 33b. La pertinenza della programmazione con le questioni di genere e le pari opportunità: percentuali per singola tipologia di programma

		Il programma fa riferimenti espliciti a questioni di genere/pari opportunità?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	18,8%	81,3%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	16,8%	83,2%	100,0%
	Approfondimento informativo	29,2%	70,8%	100,0%
	Cultura	13,2%	86,8%	100,0%
	Intrattenimento	19,1%	80,9%	100,0%
	Rubriche sportive	12,7%	87,3%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	25,8%	74,2%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	9,4%	90,6%	100,0%
Totale		21,3%	78,7%	100,0%

Tavola 33c. La pertinenza della programmazione con le questioni di genere e le pari opportunità: percentuali per tipologie di programmi

		Il programma fa riferimenti espliciti a questioni di genere/pari opportunità?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	10,3%	12,1%	11,8%
	Rubriche dei telegiornali	10,9%	14,6%	13,8%
	Approfondimento informativo	41,7%	27,3%	30,4%
	Cultura	6,0%	10,7%	9,7%
	Intrattenimento	14,9%	17,1%	16,7%
	Rubriche sportive	2,6%	4,8%	4,4%
	Fiction di produzione Rai	12,1%	9,4%	10,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	1,4%	3,7%	3,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

3.10 La rappresentazione della violenza di genere

Al complesso mosaico della rappresentazione della figura femminile resta da introdurre il tassello più difficile da maneggiare, quello relativo alla violenza di genere.

Punta dell'iceberg delle espressioni di matrice sessista, la violenza di genere è stata rilevata nella programmazione monitorata in **265 casi (16,2%** del sottocampione pertinente col tema della rappresentazione femminile).

L'ambito nettamente prevalente per numero di attivazioni è quello dell'**approfondimento informativo** (43,4%), seguito, con meno della metà di casi, dai **telegiornali** (18,9%) e dalle **fiction di produzione Rai** (17,4%). Se si ragiona invece per percentuali nell'ambito di ogni singolo tipo di programma (percentuali intratipo), sono le fiction, con il 28,2% di casi, a confrontarsi più spesso il tema, seguite dai telegiornali (26,0%), per ragioni però connesse con la cronaca dei femminicidi.

Quanto alle narrazioni offerte dai telegiornali se, da una parte non molto ci si può aspettare sul piano di un contrasto a monte del fenomeno, che passi attraverso un nuovo "contratto sociale" tra i generi improntato a minore fissità dei ruoli e maggiori possibilità di autorealizzazione del genere femminile, dall'altra va segnalato l'aumento della generale propensione delle donne vittime di violenza a cercare un aiuto in occasione della copertura mediatica sui femminicidi.

"Parlarne non è quindi solo funzionale al processo di sensibilizzazione sull'esistenza e sulla gravità del fenomeno, ma è anche estremamente rilevante nell'innescare il percorso di ricerca di aiuto, e quindi di uscita dalla violenza, da parte delle vittime stesse. I risultati sono coerenti con l'ipotesi che le notizie sul femminicidio rendano più saliente nelle vittime la possibilità di un'escalation di violenza, e che la conseguente reazione sia una richiesta di aiuto. Tuttavia, la reazione svanisce rapidamente: dopo una settimana il numero delle chiamate ritorna ai valori precedenti alla notizia. Ciò suggerisce che la copertura mediatica delle notizie di femminicidio sia complementare ad altri tipi di intervento, quali, ad esempio, campagne di informazione continuative e ricorrenti, che permettano di mantenere un alto livello di attenzione nel dibattito pubblico sul tema della violenza domestica".²⁰

Campagne che a loro volta, però, risulterebbero funzionali al contrasto di una fase del processo precedente ma comunque già un atto. Ma non alla sua **prevenzione**, per la quale è necessario il supporto della **riflessione prodotta in ambito culturale** (3,4% le attivazioni rilevate nel campione di programmi che trattano il tema della violenza di genere e 5,7% guardando a tutti i programmi culturali monitorati), alla quale si dovrebbe lavorare per accrescere le conoscenze del cittadino e ancor più della cittadina spettatrice e avere la possibilità di confrontarsi con letture del fenomeno guidate dai professionisti/e dei settori coinvolti e possibilmente al riparo dell'emotività a breve termine sollecitata dalle narrazioni di violenza e femminicidio riferite dai servizi del telegiornale.

Questo lavoro completerebbe quello svolto dall'approfondimento informativo, **spazio strutturato** di elezione per una disamina delle cause alla base del fenomeno e delle ragioni del suo difficile riconoscimento nella ordinarietà. Se guardando all'intero sottorepertorio coerente con la rappresentazione della figura femminile questa tipologia risulta protagonista con il 43,4% delle attivazioni, l'analisi intragenere rivela che il 23,2% (115 attivazioni) dei programmi monitorati ha avuto a che fare con l'argomento.

²⁰ <https://www.lavoce.info/archives/93891/quando-il-femminicidio-fa-notizia-aumentano-le-richieste-di-aiuto/>

Tavola 34a. La rappresentazione della violenza di genere: valori assoluti

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	50	142	192
	Rubriche dei telegiornali	24	202	226
	Approfondimento informativo	115	381	496
	Cultura	9	150	159
	Intrattenimento	16	256	272
	Rubriche sportive	0	71	71
	Fiction di produzione Rai	46	117	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	5	48	53
Totale		265	1367	1632

Tavola 34b. La rappresentazione della violenza di genere: percentuali per singola tipologia di programma

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	26,0%	74,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	10,6%	89,4%	100,0%
	Approfondimento informativo	23,2%	76,8%	100,0%
	Cultura	5,7%	94,3%	100,0%
	Intrattenimento	5,9%	94,1%	100,0%
	Rubriche sportive		100,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	28,2%	71,8%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	9,4%	90,6%	100,0%
Totale		16,2%	83,8%	100,0%

Tavola 34c. La rappresentazione della violenza di genere: percentuali per tipologie di programma

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	18,9%	10,4%	11,8%
	Rubriche dei telegiornali	9,1%	14,8%	13,8%
	Approfondimento informativo	43,4%	27,9%	30,4%
	Cultura	3,4%	11,0%	9,7%
	Intrattenimento	6,0%	18,7%	16,7%
	Rubriche sportive	--	5,2%	4,4%
	Fiction di produzione Rai	17,4%	8,6%	10,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	1,9%	3,5%	3,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

La rete più ricorrente è stata Rai 3 (41,9%), seguita da Rai 1 (40,4%); l'ordine si mantiene anche guardando allo scarto, nella programmazione della singola rete, tra programmi in cui la variabile è presente e programmi in cui non lo è (Rai 3 19,2%; Rai 1 17,3%).

Tavola 35a. La rappresentazione della violenza di genere: valori assoluti per rete

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	108	517	625
	RAI 2	42	336	378
	RAI 3	111	467	578
	Spot e campagne socio-istituzionali	4	47	51
Totale		265	1367	1632

Tavola 35b. La rappresentazione della violenza di genere: percentuali per singola rete

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	17,3%	82,7%	100,0%
	RAI 2	11,1%	88,9%	100,0%
	RAI 3	19,2%	80,8%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	7,8%	92,2%	100,0%
Totale		16,2%	83,8%	100,0%

Tavola 35c. La rappresentazione della violenza di genere: percentuali per reti

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	40,4%	37,8%	38,2%
	RAI 2	15,8%	24,6%	23,2%
	RAI 3	41,9%	34,1%	35,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	1,9%	3,5%	3,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Per quanto concerne la fascia oraria di messa in onda, quella in cui la violenza di genere è stata riscontrata più spesso è stata, in valori assoluti, quella del prime-time (44,2%), seguita, anche se con molti punti percentuali, dalla programmazione mattutina (16,6%). Ragionando in modalità intratipo, su 100 trasmissioni del prime-time monitorate il tema è stato però riscontrato il 23,7% di volte, in fascia mattutina il 15,9%. La fascia meno attiva in assoluto è quella 15:00-18:00 (7,2%), che nell'analisi intratipo risulta però superata, in peggio, da quella 12:00-15:00 (10,0%).

Tavola 36a. La rappresentazione della violenza di genere: valori assoluti per fascia oraria

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	44	232	276
	12:00-15:00	22	199	221
	15:00-18:00	19	163	182
	18:00-21:00	35	207	242
	21:00-23:00	117	376	493
	23:00-02:00	28	190	218
Totale		265	1367	1632

Tavola 36b. La rappresentazione della violenza di genere: percentuali per singola fascia oraria

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	15,9%	84,1%	100,0%
	12:00-15:00	10,0%	90,0%	100,0%
	15:00-18:00	10,4%	89,6%	100,0%
	18:00-21:00	14,5%	85,5%	100,0%
	21:00-23:00	23,7%	76,3%	100,0%
	23:00-02:00	12,8%	87,2%	100,0%
Totale		16,2%	83,8%	100,0%

Tavola 36c. La rappresentazione della violenza di genere: percentuali per fasce orarie

		Nel programma viene in qualche modo rappresentata la violenza di genere?		Totale
		Sì	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	16,6%	17,0%	16,9%
	12:00-15:00	8,3%	14,6%	13,5%
	15:00-18:00	7,2%	11,9%	11,2%
	18:00-21:00	13,2%	15,1%	14,8%
	21:00-23:00	44,2%	27,5%	30,2%
	23:00-02:00	10,6%	13,9%	13,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Andando a scremare tra rappresentazioni corrette e non, si può affermare che l'attitudine della programmazione Rai nella rappresentazione della violenza di genere fa segnare valori che costituiscono senz'altro una buona base da cui partire per migliorare ulteriormente.

Guardando al campione di 265 attivazioni coerenti con questa categoria, nel 73,6% di casi si è avuta una rappresentazione corretta della violenza e/o delle forme attivamente in grado di contrastarla. Di contro, nel 6,8% di casi (18 in valori assoluti) non solo questo non è successo, ma della violenza è stata proposta una rappresentazione inadeguata. Si tratta di 4 casi che, non avendo trovato un bilanciamento in seno al contesto, sono confluiti in segnalazione di criticità e di un caso di violazione. Per questi casi occorrerebbe attivare processi valutativi specifici, vista l'importanza di questo specifico tema, trasversale alla società, anche per la coesione sociale.

Guardando alla tipologia di programma più proattiva, quella delle "Rubriche dei telegiornali" sventa su tutte con il 91,7% di atteggiamenti comunicativi corretti e nessuno scorretto (la categoria rispetto al totale fa registrare invece l'11,3% di attivazioni).

Per ciò che concerne i comportamenti o atteggiamenti che possono contribuire, se non a promuovere la violenza di genere, almeno a normalizzarla, la loro individuazione ha avuto luogo nell'ambito di programmi di "Approfondimento informativo" (10 casi in numeri assoluti, di cui uno oggetto di segnalazione; 55,6% di tutti i riscontri di rappresentazioni inadeguate; 8,7% se si guarda alla sola tipologia di programma), dell'intrattenimento (5 casi in numeri assoluti, di cui 2 oggetto di segnalazione; 31,3% di tutti i riscontri di rappresentazioni inadeguate; 55,6% se si guarda alla sola tipologia di programma) e della fiction di produzione (3 casi in numeri assoluti, di cui 2 oggetto di segnalazione; 16,7% di tutti i riscontri di rappresentazioni inadeguate; 6,5% se si guarda alla sola tipologia di programma).

In considerazione della sensibilità del tema e tenuto conto della funzione anche educativa che collettivamente si attribuisce al Servizio pubblico, vale perciò la pena sottolineare come queste tipologie, le più vicine al discorso spontaneo, autentico o restituito, e agli archetipi concettuali che lo

sorreggono, possano scontare la **contiguità** con quel retroterra comune alla società già più volte evocato.

Tavola 37a. La corretta/scorretta rappresentazione della violenza di genere: valori assoluti

		Rispetto alla rappresentazione della violenza di genere, la trasmissione (una sola opzione possibile):			Totale
		Promuove una corretta rappresentazione della violenza di genere e/o forme attive di contrasto alla violenza di genere)	Presenta comportamenti/atteggiamenti che potrebbero istigare alla violenza di genere o comunque contribuire a normalizzarla/legittimarla	È neutrale poiché non presenta elementi significativi né positivi né negativi	
Tipologia del programma	Telegiornali	38	0	12	50
	Rubriche dei telegiornali	22	0	2	24
	Approfondimento informativo	87	10	18	115
	Cultura	5	0	4	9
	Intrattenimento	9	5	2	16
	Fiction di produzione Rai	30	3	13	46
	Spot e campagne socio-istituzionali	4	0	1	5
Totale		195	18	52	265

Tavola 37b. La corretta/scorretta rappresentazione della violenza di genere: percentuali per singola tipologia di programma

		Rispetto alla rappresentazione della violenza di genere, la trasmissione (una sola opzione possibile):			Totale
		Promuove una corretta rappresentazione della violenza di genere e/o forme attive di contrasto alla violenza di genere	Presenta comportamenti/atteggiamenti che potrebbero istigare alla violenza di genere o comunque contribuire a normalizzarla/legittimarla	È neutrale poiché non presenta elementi significativi né positivi né negativi	
Tipologia del programma	Telegiornali	76,0%	0,0%	24,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	91,7%	0,0%	8,3%	100,0%
	Approfondimento informativo	75,7%	8,7%	15,7%	100,0%
	Cultura	55,6%	0,0%	44,4%	100,0%
	Intrattenimento	56,3%	31,3%	12,5%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	65,2%	6,5%	28,3%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	80,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Totale		73,6%	6,8%	19,6%	100,0%

Tavola 37c. La corretta/scorretta rappresentazione della violenza di genere: percentuali per tipologie di programma

		Rispetto alla rappresentazione della violenza di genere, la trasmissione (una sola opzione possibile):			Totale
		Promuove una corretta rappresentazione della violenza di genere e/o forme attive di contrasto alla violenza di genere)	Presenta comportamenti/atteggiamenti che potrebbero istigare alla violenza di genere o comunque contribuire a normalizzarla/legittimarla	È neutrale poiché non presenta elementi significativi né positivi né negativi	
Tipologia del programma	Telegiornali	19,5%	0,0%	23,1%	18,9%
	Rubriche dei telegiornali	11,3%	0,0%	3,8%	9,1%
	Approfondimento informativo	44,6%	55,6%	34,6%	43,4%
	Cultura	2,6%	0,0%	7,7%	3,4%
	Intrattenimento	4,6%	27,8%	3,8%	6,0%
	Fiction di produzione Rai	15,4%	16,7%	25,0%	17,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	2,1%	0,0%	1,9%	1,9%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.10.1 Le narrazioni della violenza di genere e del femminicidio

È ancora una volta la narrazione degli episodi di violenza di genere e dei femminicidi a mostrare limiti e criticità che andrebbero prese in carico per evitare che possano reiterarsi.

È accaduto, per esempio, nel caso dell'**unica violazione** e di alcuni *frame* delle criticità evidenziate dal monitoraggio, di trovare riproposte le medesime peculiarità critiche in materia di rappresentazioni di genere stereotipate e di trattazione della violenza, confusa ancora troppo facilmente con forme estreme di amore romantico.

Assimilazione, quella tra l'ossessione violenta e femminicida e la passione romantica, che, peraltro, rientra pienamente tra le narrazioni giudicate scorrette dal Manifesto di Venezia,²¹ varato dalla Commissione pari opportunità della Fnsi insieme, tra l'altro, alla CPO di Usigrai. Un impegno formale che, però, appare non ancora completamente tradotto in nuove pratiche narrative. Concepito per contribuire alla diffusione di una corretta informazione per contrastare la violenza sulle donne, come richiesto dalla Convenzione di Istanbul, il Manifesto di Venezia richiede, tra vari impegni, *“Rispetto della deontologia, no al sensazionalismo, a cronache morbose, a divulgare i dettagli della violenza, no all'uso di termini fuorvianti come “amore”, “raptus”, “gelosia” per crimini dettati dalla volontà di possesso e annientamento”*.

Dal 1 gennaio 2021, inoltre, tra le importanti modifiche apportate al *Testo unico dei doveri del giornalista* è stata prevista l'aggiunta dell'articolo 5bis (*“Rispetto delle differenze di genere”*), in forza del quale:

Nei casi di femminicidio, violenza, molestie, discriminazioni e fatti di cronaca, che coinvolgono aspetti legati all'orientamento e all'identità sessuale, il giornalista:

- a) presta attenzione a evitare stereotipi di genere, espressioni e immagini lesive della dignità della persona;*
- b) si attiene a un linguaggio rispettoso, corretto e consapevole. Si attiene all'essenzialità della notizia e alla contenenza. Presta attenzione a non alimentare la spettacolarizzazione della violenza. Non usa espressioni, termini e immagini che sminuiscano la gravità del fatto commesso;*
- c) assicura, valutato l'interesse pubblico alla notizia, una narrazione rispettosa anche dei familiari delle persone coinvolte.*

Il fatto, allora, che in spazi dedicati all'approfondimento informativo sia ancora capitato di sentir parlare di predatori sessuali in preda a un *“raptus”*, o di *“baby squillo [...] che si prostituivano con uomini adulti, non per bisogno, ma per assecondare i loro capricci”*, lascia intendere quanta strada vada ancora fatta per far sì che chi rappresenta il Servizio pubblico abbia contezza della differenza tra ciò che è per *vox populi* e le analisi dei fenomeni sorrette da decenni di produzione scientifica sul tema.

La vischiosità del *“si è sempre detto o pensato”* che, se non contrastata attraverso conoscenza o consapevolezza, finisce per diventare un pregiudizio che a sua volta alimenta un bias di premessa e insieme di conferma, si ritrova per esempio anche in alcune delle narrazioni finzionali di stupri monitorate, dove è capitato che nulla si facesse per bilanciare il *“perché hai aspettato così tanto per denunciare la violenza?”*.

Famigerato quesito che ancora oggi marca deposizioni e denunce di stupri anche da parte delle forze dell'ordine che le prendono in carico, si tratta di un costituente della cosiddetta *“cultura dello stupro”*, che trova nella *‘rivittimizzazione’ (victim blaming)* il proprio asse portante. La letteratura di ambito psicologico insiste, peraltro già da tempo, sull'opportunità di non porre neppure questa domanda in considerazione della sofferenza richiesta dall'elaborazione di uno stupro. Basti ricordare,

²¹ <https://www.fnsi.it/upload/70/70e9df2ec9b086079795c442636b55fb/0d8d3795eb7d18fd322e84ff5070484d.pdf>

tra tutti, lo studio sulla tanatosi dal titolo “Many rape victims experience involuntary paralysis that prevents them from resisting”, pubblicato nell’ambito dell’American association for the advancement of science (Aaas), Jun. 2017,²² in cui si mostra come la maggior parte delle vittime di stupro viva una paralisi involontaria nel corso dell’atto. Tale effetto può contribuire anche all’insorgere di depressione o sindrome da stress post-traumatico (PTSD), responsabile di difficoltà nel controllo delle emozioni, irritabilità, rabbia improvvisa, confusione emotiva, depressione e ansia, insonnia, nonché la determinazione a evitare qualunque atto in grado di attivare il ricordo dell’evento traumatico.

Quanto alla rilevazione effettuata, fatta la premessa che la variabile investigata consentiva la possibilità di più risposte, gli episodi di rappresentazione della violenza di genere rilevati evidenziano al primo posto di questa esecrabile classifica il femminicidio, seguito dalla violenza fisica e, con la metà di attivazioni, da quella psicologica. Da segnalare la scarsa rilevanza riservata alla trattazione della violenza economica e delle diverse forme di violenza ascrivibili al web, fenomeni sempre più incisivi nella vita sociale, che talvolta potrebbero essere affrontati in modo più esteso e approfondito dalla programmazione Rai. È il caso del revenge porn, attivato solo in 8 circostanze nonostante la sola vicenda di Tiziana Cantone ne abbia fatto più volte oggetto almeno di citazione da parte dei telegiornali.

Nel complesso, questa categoria di dati mostra da parte del Servizio pubblico una trattazione adeguata della violenza di genere ma parziale, alla quale sfuggono tutti quei casi – riconducibili alle stratificazioni meno note del citato “iceberg della violenza”,²³ neanche a dirlo incistate in una matrice culturale propensa a credere, per educazione, a ciò che è tangibile (cfr. gli effetti delle mani, non delle parole) e preferibilmente immune da interpretazioni (cfr. la citata scarsa credibilità attribuita alle donne vittime di stupro).

²² <https://www.eurekalert.org/news-releases/610927>

²³ Si tratta di una immagine realizzata da Amnesty International con lo scopo di aiutare a riconoscere nell’assassinio di donne soltanto la punta di un iceberg in cui coesistono numerose forme di violenza di genere. Nella parte visibile si trovano quelle più facili da riconoscere, quali: aggressioni fisiche, stupri, abusi sessuali, minacce, grida e insulti. Coesistono con queste, sia in forma autonoma che simbiotica, altre forme meno visibili di violenza: umiliazioni, disprezzo, colpevolizzazione, indifferenza, svalutazione, ricatto emotivo. Ancora più in basso, e perciò ancora più difficili da percepire, sono alla base dell’intero iceberg, fatta di battute sessiste, controllo, comunicazione sessista (si pensi alla pubblicità) e di tutti quei comportamenti verbali, non verbali e paraverbali il cui intento è di rendere invisibile e annullare la donna. Una rappresentazione iconica della violenza di genere alternativa è quella nota come “the power and control wheel”, una ruota che a sua volta cerca di riunire olisticamente le diverse sfaccettature assunte dalla violenza.

Tavola 38a. Le forme della violenza di genere: valori assoluti

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Se si, di quale tipologia di violenza si tratta? (possibili più risposte)	Femminicidio	35	13	72	3	4	14	1	0	142
	Violenza fisica	17	7	50	3	6	31	4	0	118
	Stupro	12	6	26	2	1	12	1	0	60
	Violenza sessuale diversa dallo stupro	3	2	7	0	1	5	0	0	18
	Molestie sessuali	4	5	18	1	3	7	1	0	39
	Violenza sul posto di lavoro	0	5	7	0	0	3	0	0	15
	Violenza economica	0	0	5	1	1	2	1	0	10
	Violenza psicologica	4	5	32	3	3	11	4	0	62
	Violenza medica/ostetrica	1	0	2	0	0	0	0	0	3
	Revenge Porn	3	0	4	0	0	1	0	0	8
	SexualCoercion	1	0	2	0	0	0	0	0	3
	Altro tipo di violenza sessuale on line	0	0	3	0	0	0	0	0	3
	Violenza istituzionale nelle sue varie forme	6	2	4	0	0	0	0	0	12
Totale		86	45	232	13	19	86	12	0	493

Tavola 38b. Le forme della violenza di genere: percentuali per singola forma di violenza

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Se si, di quale tipologia di violenza si tratta? (possibili più risposte)	Femminicidio	24,6%	9,2%	50,7%	2,1%	2,8%	9,9%	0,7%	0,0%	100,0%
	Violenza fisica	14,4%	5,9%	42,4%	2,5%	5,1%	26,3%	3,4%	0,0%	100,0%
	Stupro	20,0%	10,0%	43,3%	3,3%	1,7%	20,0%	1,7%	0,0%	100,0%
	Violenza sessuale diversa dallo stupro	16,7%	11,1%	38,9%	0,0%	5,6%	27,8%	0,0%	0,0%	100,0%
	Molestie sessuali	10,3%	12,8%	46,2%	2,6%	7,7%	17,9%	2,6%	0,0%	100,0%
	Violenza sul posto di lavoro	0,0%	33,3%	46,7%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Violenza economica	0,0%	0,0%	50,0%	10,0%	10,0%	20,0%	10,0%	0,0%	100,0%
	Violenza psicologica	6,5%	8,1%	51,6%	4,8%	4,8%	17,7%	6,5%	0,0%	100,0%
	Violenza medica/ostetrica	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Revenge Porn	37,5%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	100,0%
	SexualCoercion	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Altro tipo di violenza sessuale on line	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Violenza istituzionale nelle sue varie forme	50,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		17,4%	9,1%	47,1%	2,6%	3,9%	17,4%	2,4%	0,0%	100,0%

Tavola 38c. Le forme della violenza di genere: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Se si, di quale tipologia di violenza si tratta? (possibili più risposte)	Femminicidio	40,7%	28,9%	31,0%	23,1%	21,1%	16,3%	8,3%	0,0%	28,8%
	Violenza fisica	19,8%	15,6%	21,6%	23,1%	31,6%	36,0%	33,3%	0,0%	23,9%
	Stupro	14,0%	13,3%	11,2%	15,4%	5,3%	14,0%	8,3%	0,0%	12,2%
	Violenza sessuale diversa dallo stupro	3,5%	4,4%	3,0%	0,0%	5,3%	5,8%	0,0%	0,0%	3,7%
	Molestie sessuali	4,7%	11,1%	7,8%	7,7%	15,8%	8,1%	8,3%	0,0%	7,9%
	Violenza sul posto di lavoro	0,0%	11,1%	3,0%	0,0%	0,0%	3,5%	0,0%	0,0%	3,0%
	Violenza economica	0,0%	0,0%	2,2%	7,7%	5,3%	2,3%	8,3%	0,0%	2,0%
	Violenza psicologica	4,7%	11,1%	13,8%	23,1%	15,8%	12,8%	33,3%	0,0%	12,6%
	Violenza medica/ostetrica	1,2%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
	Revenge Porn	3,5%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	1,6%
	SexualCoercion	1,2%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
	Altro tipo di violenza sessuale on line	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Violenza istituzionale nelle sue varie forme	7,0%	4,4%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%	100%

L'aggiunta dei filtri relativi alla rete di messa in onda e alla fascia oraria consente di identificare con facilità Rai 3 come la più attiva in numeri assoluti, a pari merito con Rai 1 in termini percentuali e il prime time come il segmento della giornata in cui ci si può imbattere più facilmente in questi temi. Un merito, questo, da riconoscere senza esitazione, ma al contempo una indicazione per "ingrandimenti" sui contenuti e i linguaggi narrativi adottati, visto il rischio di andare a rinforzare circuiti interpretativi già cristallizzati.

Si è inoltre cercato di fissare le diverse forme di scorrettezza ravvisate nel trattamento della violenza: le 29 attivazioni (con possibilità di più risposte) si sono tripartite tra "Approfondimento informativo" (17), "Intrattenimento" e "Fiction di produzione Rai".

Tavola 39a. Le forme della scorretta rappresentazione della violenza di genere: valori assoluti

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La rappresentazione della violenza di genere è scorretta perché (possibili più risposte)	L'autore viene del tutto o in parte deresponsabilizzato/giustificato	0	0	3	0	1	0	0	0	4
	La vittima viene del tutto o in parte corresponsabilizzata/rivittimizzata	0	0	3	0	1	0	1	0	5
	La privacy di vittima o autore viene violata	0	0	2	0	0	0	0	0	2
	La violenza viene minimizzata o normalizzata (liquidata come non grave/trattata con humor/presentata come inevitabile nelle relazioni tra generi)	0	0	3	0	3	0	3	0	9
	La violenza viene rappresentata come "simmetrica" tra i due generi	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	La violenza viene alterizzata (presentata come frutto di "mostri"/ tipica di alcuni gruppi sociali – classe, razza, religione, ecc.)	0	0	2	0	0	0	1	0	3
	La violenza viene eroticizzata (ricodificata come sexy) o spettacolarizzata (sensazionalismo – dettagli morbosi ecc.)	0	0	4	0	0	0	0	0	4
	Si riproducono i "rape myths" (false credenze su violenza sessuale)	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	Il trattamento efficace della violazione è garantito dalla narrazione e dalla conduzione	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale		0	0	17	0	6	0	6	0	29

Tavola 39b. Le forme della scorretta rappresentazione della violenza di genere: percentuale per singola forma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La rappresentazione della violenza di genere è scorretta perché (possibili più risposte)	L'autore viene del tutto o in parte deresponsabilizzato/giustificato	0,0%	0,0%	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	La vittima viene del tutto o in parte corresponsabilizzata/rivittimizzata	0,0%	0,0%	60,0%	0,0%	20,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	La privacy di vittima o autore viene violata	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	La violenza viene minimizzata o normalizzata (liquidata come non grave/trattata con humor/presentata come inevitabile nelle relazioni tra generi)	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0%
	La violenza viene rappresentata come "simmetrica" tra i due generi	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	La violenza viene alterizzata (presentata come frutto di "mostri"/ tipica di alcuni gruppi sociali - classe, razza, religione, ecc.)	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0%
	La violenza viene eroticizzata (ricodificata come sexy) o spettacolarizzata (sensazionalismo - dettagli morbosi ecc.)	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Si riproducono i "rape myths" (false credenze su violenza sessuale)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Il trattamento efficace della violazione è garantito dalla narrazione e dalla conduzione	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Totale		0,0%	0,0%	58,6%	0,0%	20,7%	0,0%	20,7%	0,0%	100%

Tavola 39c. Le forme della scorretta rappresentazione della violenza di genere: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La rappresentazione della violenza di genere è scorretta perché (possibili più risposte)	L'autore viene del tutto o in parte deresponsabilizzato/giustificato	0,0%	0,0%	17,6%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	13,8%
	La vittima viene del tutto o in parte corresponsabilizzata/rivittimizzata	0,0%	0,0%	17,6%	0,0%	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	17,2%
	La privacy di vittima o autore viene violata	0,0%	0,0%	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,9%
	La violenza viene minimizzata o normalizzata (liquidata come non grave/trattata con humor/presentata come inevitabile nelle relazioni tra generi)	0,0%	0,0%	17,6%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	31,0%
	La violenza viene rappresentata come "simmetrica" tra i due generi	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%
	La violenza viene alterizzata (presentata come frutto di "mostri"/ tipica di alcuni gruppi sociali - classe, razza, religione, ecc.)	0,0%	0,0%	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	10,3%
	La violenza viene eroticizzata (ricodificata come sexy) o spettacolarizzata (sensazionalismo - dettagli morbosi ecc.)	0,0%	0,0%	23,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	13,8%
	Si riproducono i "rape myths" (false credenze su violenza sessuale)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	3,4%
	Il trattamento efficace della violazione è garantito dalla narrazione e dalla conduzione	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Totale		0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100%

Come ultimo elemento valutativo, si è provveduto a filtrare il campione pertinente con la rappresentazione della figura femminile in modo da fare emergere e circostanziare le forme di **violazione della dignità femminile**. I programmi in cui è stata riscontrata la presenza di un passaggio giudicato come scorretto sono stati 49 (3% del campione pertinente col tema della rappresentazione femminile), per un totale di 61 episodi, in 2 soli casi oggetto di segnalazione²⁴. Lo iato tra queste cifre lascia intravedere la tendenza all'assommarsi, nello stesso frammento narrativo e/o discorsivo, di più frange concettuali dello stesso campo. "Offese (inclusa ridicolizzazione e derisione)" (19 attivazioni) e "Volgarità" (18 attivazioni) costituiscono le forme più ricorrenti di lesione, seguite da "Mercificazione" e "Strumentalizzazione", con 13 e 11 rilevazioni rispettivamente. Significativa, tra le tante informazioni di corredo a questa variabile, quella sulla fascia oraria di programmazione più interessata, il prime-time, con 41 attivazioni, pari al 47,4% del totale.

Tavola 40a. La violazione della dignità femminile: valori assoluti

		Nel programma vi sono forme di violazione della dignità femminile?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	1	191	192
	Rubriche dei telegiornali	1	225	226
	Approfondimento informativo	16	480	496
	Cultura	2	157	159
	Intrattenimento	16	256	272
	Rubriche sportive	1	70	71
	Fiction di produzione Rai	12	151	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	53	53
Totale		49	1583	1632

Tavola 40b. La violazione della dignità femminile: percentuali per singola tipologia di programma

		Nel programma vi sono forme di violazione della dignità femminile?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	0,5%	99,5%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	0,4%	99,6%	100,0%
	Approfondimento informativo	3,2%	96,8%	100,0%
	Cultura	1,3%	98,7%	100,0%
	Intrattenimento	5,9%	94,1%	100,0%
	Rubriche sportive	1,4%	98,6%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	7,4%	92,6%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		3,0%	97,0%	100,0%

²⁴ Come in precedenti occasioni, anche in questo caso il numero delle lesioni non deve essere inteso come sovrapponibile a quello delle segnalazioni di criticità o violazioni.

Tavola 40c. La violazione della dignità femminile: percentuali per tipologie di programmi

		Nel programma vi sono forme di violazione della dignità femminile?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	2,0%	12,1%	11,8%
	Rubriche dei telegiornali	2,0%	14,2%	13,8%
	Approfondimento informativo	32,7%	30,3%	30,4%
	Cultura	4,1%	9,9%	9,7%
	Intrattenimento	32,7%	16,2%	16,7%
	Rubriche sportive	2,0%	4,4%	4,4%
	Fiction di produzione Rai	24,5%	9,5%	10,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	3,3%	3,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

La violazione si produce per lo più attraverso il linguaggio verbale (32 attivazioni, pari al 65,3%); in 11 casi per assommarsi di linguaggio verbale e non verbale/paraverbale (qualità della voce); in soli 6 casi prevalentemente attraverso il non verbale o iconico.

Per quanto riguarda, invece, il soggetto attivo nella produzione della violazione, la trasmissione e i vari soggetti rappresentativi del servizio pubblico ne sono stati autori in circa la metà dei casi (34); negli altri 28 (a questa domanda erano consentite più risposte: di qui il numero di 62 attivazioni e non di 61) la violazione va invece imputata a ospiti e persone intervistate, al pubblico in studio o a un personaggio esterno alla trasmissione con un'azione riparatrice della condizione, che è risultata assente o insufficiente.

Oggetto di misurazione e valutazione qualitativa è stata anche la reazione alla violazione da parte di uno o più soggetti coinvolti nel programma monitorato, da non confondersi, come detto già in precedenza, con la segnalazione di violazione, che nel corso del monitoraggio ha avuto luogo un'unica volta. 23 sono stati complessivamente i casi in cui ha avuto luogo una presa di distanza o di condanna: in 9 da parte di personaggi, elementi narrativi o di formato del programma; in 5 da parte di soggetti direttamente rappresentativi del servizio pubblico; in 1 caso da parte di un soggetto ospite in studio; in 8, infine, il trattamento corretto della violazione è stato garantito dalla narrazione. In 18 casi, tra i quali è ricompresa una delle segnalazioni di criticità, ha invece, avuto luogo una legittimizzazione o addirittura l'incoraggiamento della lesione; in 21 circostanze non c'è stata una reazione immediata alla mancanza di rispetto e, infine, in 1 caso, è stata registrata, in presenza di 2 o più responsabili di conduzione, una reazione discordante.

3.11 Uno sguardo complessivo sulla rappresentazione della figura femminile

A conclusione di quanto detto finora si forniscono di seguito i dati numerici relativi alle segnalazioni concernenti il tema della rappresentazione della figura femminile nella programmazione, che già in occasione del precedente monitoraggio si era rivelato quale catalizzatore della maggior parte delle criticità, a differenza delle segnalazioni di best practice, spalmate tra i diversi temi monitorati.

È però opportuno che l'enunciazione dei dati sia preceduta dall'avvertenza di lettura, peraltro già anticipata più volte nelle pagine precedenti, che non tutto quello che suscita la reazione dell'analista monitore/monitrice, perché extra-ordinario rispetto alla medietà narrativa e discorsiva, comporta l'attivazione meccanica di segnalazione di criticità o, peggio, di violazione.

Solo qualora non ci siano stati interventi riequilibratori, messi in atto nel contesto o da parte di un soggetto coinvolto nella narrazione, o, ancora, quando vi sia un avallo persistente di un segmento giudicato lesivo in riferimento alla specifica variabile investigata per mezzo del relativo set di domande, solo allora il passaggio giudicato negativamente sfocia in una segnalazione, cosa che, in questo come nei precedenti monitoraggi, ha luogo in un numero di circostanze ben più ridotto dei passaggi narrativi e/o discorsivi critici che le tavole, frutto dell'incrocio delle variabili di analisi, hanno consentito di mettere in risalto.

In valori assoluti, le segnalazioni complessivamente prodotte nell'ambito del monitoraggio 2021 – tra buone pratiche, criticità e violazioni - sono state 60, comprendendo anche 7 casi che, nel corso delle diverse fasi di controllo su cui si fonda il monitoraggio, sono state derubricate perché frutto di un eccesso interpretativo (si noti che tutte quelle derubricate hanno riguardato, esclusivamente o congiuntamente ad altri temi, quello della rappresentazione della figura femminile).

Le rilevazioni di buone pratiche che il monitoraggio ha consentito di fare emergere sono state 20: di queste, 7 hanno riguardato il tema della rappresentazione femminile sempre unitamente ad almeno un altro tema tra quelli complessivamente monitorati relativi al pluralismo sociale, alla promozione della coesione sociale ed al contrasto all'hate speech; nessuna la rappresentazione femminile in via esclusiva. I generi coinvolti sono stati quelli dell'informazione (in 6 casi l'approfondimento informativo, in 1 caso i telegiornali). Le reti di messa in onda sono state Rai 1 in 3 casi e Rai 3 in 4.

Per ciò che riguarda le fasce orarie di messa in onda, 2 programmi hanno riguardato la fascia della programmazione del mattino (6.00-12.00), 1 il day-time pomeridiano (15.00-18.00), 1 la fascia pre-serale (18.00-21.00), 1 il prime-time (21.00-23.00) e 2 la seconda serata (23.00-02.00).

I temi che hanno attivato le segnalazioni hanno riguardato la corretta rappresentazione della violenza di genere e il contrasto all'hate speech, l'autorevolezza femminile nell'ambito del pluralismo sociale, la proposta di rappresentazioni della figura femminile equilibrate e sfidanti, la corretta rappresentazione della figura femminile anche in riferimento alla disabilità, la corretta rappresentazione della complessità sociale con riferimenti anche al genere femminile.

Le criticità che hanno interessato il tema della rappresentazione della figura femminile sono state 25, di cui 13 in modo esclusivo e 12 intersezionali (la criticità è trasversale a più temi). 1 sola è stata, invece, come più volte anticipato, la violazione riscontrata che ha riguardato un programma di intrattenimento.

15 di queste segnalazioni hanno riguardato programmi andati in onda su Rai 1, 10 Rai 2, 1 sola Rai 3. Per quanto riguarda le tipologie di programmi, 11 segnalazioni hanno coinvolto programmi di intrattenimento, 9 di approfondimento informativo, 3 la fiction di produzione, 1 una rubrica del tg, 1 una rubrica sportiva, 1 un programma culturale.

Per ciò che riguarda le fasce orarie di messa in onda, 5 programmi hanno riguardato la fascia del mattino (6.00-12.00), 1 la fascia 12.00-15.00, 3 il day-time pomeridiano (15.00-18.00), 13 il prime-time (21.00-23.00) e 4 la seconda serata (23.00-02.00).

I temi infine: i contenuti e le forme loro significanti che hanno fatto scattare le segnalazioni si distribuiscono in gran parte tra le pieghe degli stereotipi di genere e del discorso sessista. 16 sono i casi in cui i nuclei narrativi o discorsivi rilevati in quanto critici hanno coinvolto questi aspetti. Vanno a completare il mosaico: l'intreccio di rappresentazioni non corrette, l'uso di forme di linguaggio scorrette e/o sessiste, la mancanza di coesione e integrazione tra i generi, l'oggettivizzazione della figura femminile e l'assenza totale della figura femminile.

Un passaggio a parte richiede la trattazione non corretta o adeguata della violenza di genere, ambito di riferimento di 5 segnalazioni tra cui anche l'unica giudicata come violazione. In almeno 2 di questi 5 casi il trattamento non corretto della violenza di genere è stato affiancato, nel discorso, dalla presenza di stereotipi di genere.

Il complesso di questi dati consente di formulare, in riferimento al tema della rappresentazione della figura femminile, un giudizio ampiamente positivo nel suo complesso. Nel particolare, sussistono alcune zone d'ombra rispetto alla quale potrebbe essere opportuno un dialogo con chi lavora sulle trame narrative e i dispositivi discorsivi in esse adottate. Si tratta di luoghi in cui si ha a che fare specialmente con l'espressione e i ruoli di genere e, tema collegato ai precedenti ma, se possibile, ancora più urgente, con la violenza di genere.

4. Il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi nella programmazione Rai 2021

Anche il monitoraggio **sulla capacità di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi** deriva dalle prescrizioni del Contratto di servizio 2018-2022.

Il Contratto richiede che la Concessionaria renda disponibili "su differenti piattaforme, una pluralità di contenuti, di diversi formati e generi, che rispettino i principi dell'imparzialità, dell'indipendenza e del pluralismo, riferito a tutte le diverse condizioni e opzioni sociali, culturali e politiche affinché ciascuno possa autonomamente formarsi opinioni e idee e partecipare in modo attivo e consapevole alla vita del Paese, così da garantire l'apprendimento e lo Sviluppo del senso critico, civile ed etico della collettività nazionale anche all'estero, nel rispetto del diritto e del dovere di cronaca, della verità dei fatti e del diritto ad essere informati" (Art. 2, Comma 1, lett. a). Prescrive anche di "avere cura di raggiungere le diverse componenti della società, prestando attenzione alla sua articolata composizione in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa, nonché alle minoranze e alle persone con disabilità, al fine di favorire lo sviluppo di una società inclusiva, equa, solidale e rispettosa delle diversità e di promuovere, mediante appositi programmi ed iniziative, la partecipazione alla vita democratica" (Art. 2, Comma 1, lett. b).

Rispetto a queste prescrizioni e congiuntamente ad altri strumenti di analisi messi in atto da Rai, il monitoraggio, le cui categorie di analisi sono ancorate agli standard internazionali di settore, opera con l'obiettivo di valutare:

- la capacità della programmazione Rai di **descrivere efficacemente le realtà del Paese** nella sua varietà e nella sua molteplice diversità;
- la capacità da parte della Rai di **rappresentare la molteplicità e varietà sociale** attraverso la visibile presenza nelle trasmissioni di persone e personaggi di caratteristiche sociodemografiche, e attraverso i ruoli loro affidati nei programmi e i temi che sono chiamati a discutere;
- le modalità con cui è assicurata la necessaria **pluralità delle voci e delle opzioni culturali ed etiche**, restituendo con equilibrio la natura controversa di temi e problemi, con una modalità di presentazione, una imparzialità, un linguaggio ed un uso delle immagini capaci di raggiungere i vari gruppi sociali a cui appartengono i telespettatori;
- le modalità con cui la programmazione favorisce la **formazione autonoma di opinioni e idee** e la **partecipazione attiva e consapevole** alla vita del Paese e lo sviluppo del **senso critico, civile ed etico**

Anche nel caso di questo tema, per esprimere tale valutazione quantitativamente sono stati predisposti **cinque indicatori**, su scala da 1 a 10, che consentono di generare **un indice sintetico complessivo**.

La misurazione della performance per i diversi indicatori relativi a questa area tematica svolta attraverso il monitoraggio sul campione della programmazione precedentemente descritto al paragrafo 2 ha restituito, per la programmazione Rai 2021, i seguenti risultati confrontati con l'anno 2020: l'interpretazione dei dati e le motivazioni che spiegano la lieve flessione dell'indice complessivo e di due indicatori (correttezza e inclusione) sono argomentati a seguire.

1. la **completezza** nell'esposizione dei fatti, nell'informazione fornita, nelle opinioni rappresentate **8,32** (8,21);

2. la **correttezza** dei contenuti proposti (rispetto della deontologia professionale, della dignità della persona e del diritto a una corretta informazione) **8,26** (8,75);
3. l'**imparzialità** (equilibrio, necessità di assicurare un contraddittorio adeguato, obiettività e fondatezza dei dati forniti) **8,32** (8,07);
4. la **neutralità** dell'informazione (contesto in cui viene presentata, compreso l'uso di elementi iconografici e patemici) **8,37** (8,34);
5. l'**inclusione**, intesa non soltanto come equilibrata e ampia rappresentanza di soggetti, tematiche, tendenze, culture, etnie, minoranze e aree del mondo ma anche come capacità di legittimare e promuovere culture solidali dell'accoglienza e del reciproco rispetto **8,17** (8,44).

La capacità complessiva di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi, ottenuta da una media dei 5 indicatori, è pari a **8,27** (vs 8,35), un valore molto elevato e significativo. La flessione rispetto all'anno prima trova una plausibile spiegazione nel profondo divario nello spirito pubblico del Paese nelle due annate considerate. Nel 2020 prevaleva una forte compattezza sociale nei confronti di un nemico temibile e ancora sconosciuto, il COVID, che richiedeva restrizioni durissime: il risultato è stato una narrazione coesa, corale e condivisa nel Paese e a maggior ragione nella programmazione della RAI. Al contrario, nel 2021 questi fattori coesivi e partecipativi, pur presenti e maggioritari, hanno convissuto con la stanchezza nei confronti delle restrizioni (in parte dell'opinione pubblica e delle categorie economiche), con la differenza di opinioni rispetto alle misure da prendere, con il desiderio di una maggiore libertà individuale, e, soprattutto, con le perplessità di frange e fasce della popolazione nei confronti dei vaccini e delle modalità tracciamento e contenimento dell'epidemia (come il "Green pass"). Perplessità che hanno trovato la forma di aperte dissociazioni e di pubbliche manifestazioni, che il Servizio pubblico ha dovuto resocontare. Di qui una narrazione in cui la coesione sociale e il concerto equilibrato delle opinioni sono il risultato, a volte faticoso e persino controverso, di un'attenta programmazione.

Queste considerazioni consentono di dare una interpretazione allo sforzo dell'azienda di far fronte ad una situazione nuova, rispetto all'anno precedente: posizioni dubbiose sull'importanza del vaccino, o perplessità sulla democraticità di misure di emergenza come il green pass richiedevano comunque, in quanto parte del dibattito pubblico, di essere resocontate, anche per essere efficacemente controbattute e, inoltre, per non incorrere in possibili accuse di censura che facilmente sarebbero state ascritte ai dubbi sulla democraticità delle misure sanitarie. Di qui l'aumento di valore di indici come la completezza, l'imparzialità, la neutralità, che premiano questo sforzo. Contemporaneamente, tali posizioni critiche, prevalentemente espresse da ospiti (chiamati in trasmissione per articolare la varietà e pluralità delle opinioni), possono non aver contribuito a processi di inclusione o aver sempre fornito una informazione corretta. Se il servizio pubblico radiotelevisivo non avesse dato prova di capacità di contraddittorio, o fosse stato accusato di oscurare o censurare posizioni comunque presenti in gruppi significativi della società, sfiorando talvolta le stesse forze politiche rappresentate in Parlamento, assai maggiore sarebbe stata la contrazione della sua capacità in termini di pluralismo sociale; e ciò avrebbe anche comportato, per il servizio pubblico, un rilevante danno reputazionale.

Figura 12. La capacità di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: indice e indicatori di validità

INDICATORI TEMATICI E INDICE SINTETICO COMPLESSIVO DELLA CAPACITA' DI REPPRESENTAZIONE DEL PLURALISMO SOCIALE, DEI TEMI E DEI LINGUAGGI	2021	2020
INDICE SINTETICO COMPLESSIVO	8,27	8,35
Completezza	8,32	8,21
Correttezza	8,26	8,75
Imparzialità	8,32	8,07
Neutralità	8,37	8,34
Inclusione	8,17	8,44

Tutti gli indicatori analizzati sul campione di programmazione preso a riferimento per la tv generalista mostrano per gli analisti risultati particolarmente elevati che confermano l'affidabilità di Rai nel fornire al pubblico gli elementi di conoscenza e di valutazione, ma anche valori e sentimenti condivisi, che contribuiscono fattivamente a un progetto di società aperta, inclusiva, rispettosa delle sue molteplici caratteristiche, provenienze, culture e capace di raccontarle.

Per quanto riguarda la tipologia dei programmi, tutti si attestano su un risultato superiore a 8, con i punteggi massimi dei singoli indicatori distribuiti in tipologie diverse: vale la pena ricordare, per questa come per le precedenti edizioni del monitoraggio, il ruolo giocato, nella performance ottenuta, dalla natura stessa del campione monitorato, rappresentativo ma non censuario.

Figura 13. La capacità di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: indicatori di validità per tipologia di programma

Tipologia del programma	COMPLETEZZA	CORRETTEZZA	IMPARZIALITÀ	NEUTRALITÀ	INCLUSIONE
Telegiornali	8,36	8,28	8,39	8,40	8,14
Rubriche dei telegiornali	8,40	8,27	8,31	8,43	8,19
Approfondimenti o informativi	8,33	8,26	8,29	8,31	8,22
Cultura	8,50	8,34	8,42	8,44	8,23
Intrattenimento	8,16	8,21	8,30	8,40	8,07
Rubriche sportive	8,32	8,28	8,40	8,49	8,07
Fiction di produzione Rai	8,18	8,20	8,17	8,18	8,14
Spot e campagne socio-istituzionali	8,26	8,17	8,75	8,48	8,26
Totale	8,32	8,26	8,32	8,37	8,17

4.1 Il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: le evidenze restituite dall'analisi

4.1.1 Il sotto-campione pertinente col tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: numeri assoluti e percentuali per tipologia di programma, per rete e orario di messa in onda

Il pluralismo dei temi, nell'ambito della programmazione campionata, è risultato pertinente in **1.710** casi, pari al **97,7% del campione di trasmissioni** (era il 74,4% nel 2020).

Il quadro restituito mostra una programmazione decisamente attenta e curiosa nei confronti degli aspetti più vari della vita sociale. I programmi analizzati hanno messo in luce una **consolidata capacità di trasmettere** al pubblico **informazioni e competenze** su una **vasta gamma di argomenti, tematiche, problemi**, da quelli più immediati, dettati dalla cronaca, a quelli il cui contenuto valoriale coinvolge temi etici e prospettive di lungo periodo.

L'**approfondimento informativo** risulta essere l'ambito in cui il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi è stato in assoluto **più riscontrato**, con 515 programmi, pari al 30,1% delle trasmissioni pertinenti e al 99% delle attivazioni intratipo²⁵ ovvero nell'ambito del sottocampione di trasmissioni di un dato macrogenere televisivo. Ciò probabilmente per ragioni connesse con il perdurare della pandemia e con le resistenze riscontrate dalla campagna vaccinale, discorsi che hanno avuto un impatto costante e profondo sulle esigenze di informazione, di confronto sociale e di rassicurazione, rispetto alle quali il Servizio pubblico ha prima assunto e poi mantenuto il compito di principale agenzia del Paese.

Secondo macrogenere televisivo per attinenza riscontrata col tema del pluralismo è stato l'**"Intrattenimento"**, con 270 attivazioni, pari al 15,8% del sottocampione totale e al 98,2% delle attivazioni intratipo. A seguire, con 240 attivazioni, pari al 14,0% – ma al 98% dell'intratipo – **"Rubriche dei telegiornali"**: una posizione sulla quale potrebbe aver influito – come per altri generi – il metodo di campionamento che porta necessariamente a privilegiare i programmi di maggior ascolto in prima serata, fascia oraria in cui questo genere tv è scarsamente presente. Sul versante opposto **"Rubriche sportive"**, con 80 attivazioni, pari al 4,7% del sottocampione ma comunque al 96,4% dell'intratipo.

In posizione intermedia si collocano invece fiction di produzione e programmi culturali, rispettivamente con 9,4% e 9,8% del sottocampione totale ma con il 98,8% e 96,6% dell'intratipo.

Tavola 41a. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: numeri assoluti

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	198	2	200
	Rubriche dei telegiornali	240	5	245
	Approfondimento informativo	515	5	520
	Cultura	168	6	174
	Intrattenimento	270	5	275
	Rubriche sportive	80	3	83
	Fiction di produzione Rai	161	2	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	78	12	90
Totale		1710	40	1750

²⁵ Le trasmissioni di approfondimento informativo sono quelle che, più delle altre, hanno trattato il tema del pluralismo sociale nella sua totalità: il 99% delle attivazioni riguarda infatti tutti i cinque temi indagati (Completezza, Correttezza, Imparzialità, Neutralità, Inclusione).

Tavola 41b. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: percentuali per singole tipologie di programma

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	99,0%	1,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	98,0%	2,0%	100,0%
	Approfondimento informativo	99,0%	1,0%	100,0%
	Cultura	96,6%	3,4%	100,0%
	Intrattenimento	98,2%	1,8%	100,0%
	Rubriche sportive	96,4%	3,6%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	98,8%	1,2%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	86,7%	13,3%	100,0%
Totale		97,7%	2,3%	100,0%

Tavola 41c. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: percentuali per tipologie di programmi

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	11,6%	5,0%	11,4%
	Rubriche dei telegiornali	14,0%	12,5%	14,0%
	Approfondimento informativo	30,1%	12,5%	29,7%
	Cultura	9,8%	15,0%	9,9%
	Intrattenimento	15,8%	12,5%	15,7%
	Rubriche sportive	4,7%	7,5%	4,7%
	Fiction di produzione Rai	9,4%	5,0%	9,3%
	Spot e campagne socio-istituzionali	4,6%	30,0%	5,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Se si guarda al contributo delle singole reti, prevale Rai 1, con il 36,8% di attivazioni, seguita da Rai 3, con un punto percentuale in meno. Al terzo posto Rai 2, per le già citate ragioni connesse al suo palinsesto. Lo comprovano i riscontri intratipo, che vedono Rai 2 al 98,5%, un valore inferiore solo di 0,2% a quello fatto registrare da Rai 3 ma superiore di 0,7% a quello di Rai 1.

Tavola 42a. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: valori assoluti per reti

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Rete	RAI 1	629	14	3
	RAI 2	391	6	397
	RAI 3	612	8	620
	Spot e campagne socio-istituzionali	78	12	90
Totale		1710	40	1750

Tavola 42b. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: percentuali per singole reti

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Rete	RAI 1	97,8%	2,2%	100,0%
	RAI 2	98,5%	1,5%	100,0%
	RAI 3	98,7%	1,3%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	86,7%	13,3%	100,0%
Totale		97,7%	2,3%	100,0%

Tavola 42c. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: percentuali per reti

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Rete	RAI 1	36,8%	35,0%	36,8%
	RAI 2	22,9%	15,0%	22,7%
	RAI 3	35,8%	20,0%	35,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	4,6%	30,0%	5,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

La fascia oraria in cui si registra il valore più alto in termini assoluti è quella serale, 21.00-23.00, con il 29,2%; se invece si ragiona in modalità intratipo il picco di attivazioni per singola fascia oraria presa in considerazione è quella del day-time (15.00-18.00) che raggiunge il 99% del sottocampione di programmi pertinenti analizzati nella fascia.

All'opposto, in termini assoluti si trova la fascia 12.00-15.00, che al campione contribuisce con solo l'11,2%; per la programmazione pertinente analizzata nella fascia prandiale, la quota relativa raggiunge comunque il 96,3%.

Tavola 43a. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: valori assoluti per fascia orarie

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	300	9	309
	12:00-15:00	235	9	244
	15:00-18:00	192	2	194
	18:00-21:00	257	7	264
	21:00-23:00	500	9	509
	23:00-02:00	226	4	230
Totale		1710	40	1750

Tavola 43b. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: percentuali per singole fasce orarie

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	97,1%	2,9%	100,0%
	12:00-15:00	96,3%	3,7%	100,0%
	15:00-18:00	99,0%	1,0%	100,0%
	18:00-21:00	97,3%	2,7%	100,0%
	21:00-23:00	98,2%	1,8%	100,0%
	23:00-02:00	98,3%	1,7%	100,0%
Totale		97,7%	2,3%	100,0%

Tavola 43c. La pertinenza del campione con il tema del pluralismo di temi, soggetti e linguaggi: percentuali per fasce orarie

		L'area "Pluralismo sociale (temi, soggetti, linguaggi)" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	17,5%	22,5%	17,7%
	12:00-15:00	13,7%	22,5%	13,9%
	15:00-18:00	11,2%	5,0%	11,1%
	18:00-21:00	15,0%	17,5%	15,1%
	21:00-23:00	29,2%	22,5%	29,1%
	23:00-02:00	13,2%	10,0%	13,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

4.1.2 La rilevazione del pluralismo attraverso i macrotemi

L'attinenza delle trasmissioni con il pluralismo è stata invece analizzata attraverso la quantificazione dello spazio riservato alla trattazione dei temi medesimi da parte di persone e di personaggi.

La sintesi, raggruppata per macrotemi, è riportata di seguito, prima facendo riferimento all'intero campione di programmi monitorati, poi scorporando dal campione i programmi non-fiction, poi quelli fiction e, successivamente, i soli "Spot e campagne istituzionali" a cui, dal momento che per vocazione attraversano temi del pluralismo sociale e della coesione, si guarda per capire quali tra le istanze sociali attraversino più frequentemente.

Figura 14. Macrotemi complessivi affrontati nella programmazione in ordine decrescente (possibili più attivazioni)

MACROTEMI	VALORI ASSOLUTI (PERCENTUALI)
Scienza e salute	9.575 (18,2%)
Questioni sociali	7.838 (14,9%)
Arte, spettacolo e media	6.692 (12,7%)
Politica interna	4.439 (8,4%)
Difesa e sicurezza	4.341 (8,2%)
Cultura e storia	4.270 (8,1%)
Economia	4.198 (8,0%)
Ambiente e natura	3.080 (5,8%)
Politica estera	2.768 (5,2%)
Giustizia	2.710 (5,1%)
Istruzione	1.709 (3,2%)
Religione	1.126 (2,1%)
TOTALE	52.746

Figura 15. Macrotemi complessivi affrontati nella programmazione non fiction in ordine decrescente (possibili più attivazioni)

MACROTEMI	VALORI ASSOLUTI (PERCENTUALI)
Scienza e salute	9.106 (18,8%)
Arte, spettacolo e media	6.426 (13,3%)
Questioni sociali	6.357 (13,1%)
Politica interna	4.405 (9,1%)
Cultura e storia	4.141 (8,6%)
Economia	3.895 (8,0%)
Difesa e sicurezza	3.562 (7,4%)
Ambiente e natura	2.987 (6,2%)
Politica estera	2.731 (5,6%)
Giustizia	2.212 (4,6%)
Istruzione	1.520 (3,1%)
Religione	1.046 (2,2%)
TOTALE	48.388

Figura 16. Macrotemi complessivi affrontati nella programmazione fiction in ordine decrescente (possibili più attivazioni)

MACROTEMI	VALORI ASSOLUTI (PERCENTUALI)
Questioni sociali	1.396 (33,8%)
Difesa e sicurezza	768 (18,6%)
Giustizia	498 (12,0%)
Scienza e salute	427 (10,3%)
Economia	272 (6,6%)
Arte, spettacolo e media	257 (6,2%)
Istruzione	176 (4,3%)
Cultura e storia	124 (3,0%)
Religione	79 (1,9%)
Ambiente e natura	77 (1,9%)
Politica interna	33 (0,8%)
Politica estera	26 (0,6%)
TOTALE	4.133

Figura 17. Macrotemi complessivi affrontati negli spot e nelle campagne istituzionali in ordine decrescente (possibili più attivazioni)

MACROTEMI	VALORI ASSOLUTI (PERCENTUALI)
Questioni sociali	85 (37,8%)
Scienza e salute	42 (18,7%)
Economia	31 (13,8%)
Ambiente e natura	16 (7,1%)
Istruzione	13 (5,8%)
Difesa e sicurezza	11 (4,9%)
Politica estera	11 (4,9%)
Arte, spettacolo e media	9 (4,0%)
Cultura e storia	5 (2,2%)
Politica interna	1 (0,4%)
Religione	1 (0,4%)
Giustizia	0 (0%)
TOTALE	225

La trasversalità e ricchezza della trattazione – ma anche la ricostruzione ex post dell’agenda setting congiuntamente a quella delle attese del pubblico/società – si può apprezzare ancor più attraversando i sottotemi previsti nell’ambito di ognuno di questi macrotemi.

Tenuto conto della possibilità di far ricadere in più temi e sottotemi ogni argomento affrontato in trasmissione da ognuna delle diverse persone (o personaggi) intervenute, le attivazioni totali che hanno avuto luogo sono state 113.858, ovvero 65 di media per ognuno dei programmi monitorati.

Un numero decisamente rilevante e indicativo anche della pluralità di voci e/o delle personalità mediamente ospitate all’interno dei singoli programmi.

Figura 18. Sottotemi complessivi affrontati nella programmazione, nell’ambito dei vari macrotemi, in ordine decrescente di attivazione (possibili più attivazioni)

MACROTEMI	N. SOTTOTEMI	N. ATTIVAZIONI
Scienza e salute	12	18.936
Questioni sociali	16	16.683
Politica interna	20	12.536
Arte, spettacolo e media	9	12.195
Economia	17	10.164
Difesa e sicurezza	14	8.699
Cultura e storia	9	8.300
Ambiente e natura	16	8.105
Politica estera	13	7.253
Giustizia	8	5.429
Istruzione	18	3.609
Religione	10	1.949
TOTALE	162	113.858

A titolo di esempio si consideri l'articolazione del macrotema "Questioni sociali", potenzialmente utile per comprendere i nuclei discorsivi inerenti alla vita sociale che sono stati più ricorrenti nel corso dell'anno. Nuclei tematici che, alla stregua di uno "specchio a due vie", riflettono chi vi si specchia consentendo al contempo di vedere, oltre, la realtà che c'è dietro, benché leggermente oscurata.

Tale commistione tra riflesso e realtà oltre il riflesso, commistione che è sia di contenuti che di forme per mezzo delle quali i contenuti vengono veicolati, non può non ricordare quanto detto, alcuni decenni fa, a proposito della pubblicità, per riferirsi all'essenza della quale è diventata prassi l'immagine di uno specchio che riflette i gusti dei suoi utenti e che insieme restituisce loro nuovi gusti da far propri: "...specchio spudorato, rivelatore di tutto ciò che si è sedimentato nella coscienza e nell'inconscio collettivo. Una gigantesca rete che, raccogliendo e spettacolarizzando frammenti e detriti della cultura, del costume, degli usi, delle buone e cattive abitudini del nostro tempo può realizzare combinazioni spesso sorprendenti, e sintetizzare materiali nuovi e pronti per essere adoperati dal pubblico, che si appropria di segnali e di modi di dire pubblicitari e nuovamente li trasforma" (Annamaria Testa, *La parola immaginata. Teoria, tecnica e pratica del lavoro di copywriter*, Milano, 2009, p. 31).

Formula fortemente evocatrice e immaginifica che, ancora prima, era stata evocata indirettamente per presentare, in occasione del suo lancio, *La Domenica del Corriere*, periodico illustrato che ha attraversato il Novecento addivenendo, in alcune fasi, al ruolo di strumento tra i principali per l'informazione della società italiana: "Un giornale non può prosperare se pensato e composto tutto quanto nell'intimità di una redazione, da taluni pochi individui. Anch'esso, come le piante non fatte nei languori delle serre chiuse, ha bisogno d'aria e di sole, di correnti vive di simpatia, della larga e spontanea collaborazione di molti. Un giornale, specialmente se illustrato, deve risultare specchio, riflesso della multiforme complessa vita pubblica. Domandiamo quindi la collaborazione dei nostri lettori: desideriamo che il Signor Tutti sia il nostro principale redattore, che una continua corrente spirituale unisca il giornale al pubblico, il pubblico al giornale" (Benedetto Mosca, Maurizio Pagliano, *Le copertine della DOMENICA DEL CORRIERE 1899-1904*, Milano, 1975, p. 5).

Calate tra le pieghe del rapporto tra la programmazione televisiva (con le sue esigenze), da una parte, i suoi pubblici, dall'altra, e i temi trattati, nel mezzo, queste considerazioni lasciano intuire la ragione per cui la medesima proposta di contenuti possa apparire a una parte della società come eccessiva e a un'altra come carente: troppo conservatrice dai progressisti, insomma, e troppo progressista dai conservatori.

Se malamente interpretata, questa contraddizione potrebbe così portare a ritenere accettabile o persino vantaggiosa una interpretazione del pluralismo basata sull'affiancamento, alla pari, di voci e argomentazioni opposte. Soprattutto nel caso di temi controversi e per questo ancor più importanti per la coesione sociale, effettiva e percepita.

Di questo si tornerà a parlare più avanti. Per quanto riguarda l'analisi di questa variabile, alla luce di quanto detto, si comprenderà il motivo per cui si è ritenuto necessario "spacchettare" i macrotemi in sottotemi e consentire, per gli uni e gli altri, la possibilità di selezione multipla.

Figura 19. Sottotemi del macrotema “Questioni sociali” in ordine decrescente di attivazioni (possibili più attivazioni)

SOTTOTEMA QUESTIONI SOCIALI	Totale
Famiglia	3913
Relazioni di genere	2204
Infanzia e adolescenza	1960
Diritti sociali e civili	1558
Natalità e genitorialità	1475
Violenza di genere	1022
Gossip	869
Disabilità	722
Vecchiaia	660
Uguaglianza di genere	605
Immigrazione	601
Questioni sociali e sostenibilità (Agenda 2030)	341
Razzismo e xenofobia	335
Periferie	300
Omotransfobia	166
Inclusione digitale	132
Totale	16.863

4.1.3 La capacità della programmazione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità

Prese a campione le 1.710 trasmissioni riconosciute come pertinenti rispetto al pluralismo sociale, in **1.356 (79,3%)** di esse la conoscenza delle **realtà del Paese** nella sua **varietà** e nelle sue molteplici **diversità** è stata rappresentata con una **efficace narrazione**. Dei restanti casi, nel 18,6% la variabile non è stata reputata pertinente; nel **2,1%**, invece, sono state ravvisate delle **carenze** nella descrizione, nessuna delle quali ha comportato l’attivazione di segnalazioni. **L’approfondimento informativo** è il genere che più si è rivelato in grado di **restituire i molteplici aspetti/la natura controversa di un tema/problema** (33,8% del sotto-sottocampione e 89,1% dell’intratipo); all’opposto “Spot e campagne socio-istituzionali” (0,8% del sotto-sottocampione e 14,1% dell’intratipo) e “Fiction di produzione Rai” (10,3% del sotto-sottocampione e 86,3% dell’intratipo).

Per ciò che riguarda le carenze, pari in totale a 36 in valori assoluti, i generi in cui si trovano più spesso sono “Intrattenimento” (36,1% del sotto-sottocampione) e “Approfondimento informativo” (30,6% del sotto-sottocampione), assai verosimilmente per ragioni analoghe a quelle citate per il trattamento non adeguato della violenza femminile.

Nell’uno e nell’altro caso si tratta, infatti, di macrogeneri televisivi in cui è più facile, per via della natura discorsiva, che abbia luogo il travaso anche inconsapevole di nuclei discorsivi e giudizi presenti nel comune retroterra (individuale e insieme sociale, per via delle modalità alla base della formazione del *common ground*, di cui si è avuto modo di dire).

Una conferma assoluta o parziale di questa supposizione si potrà avere dal circostanziamento delle carenze, nel seguito del presente paragrafo.

Tavola 44a. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	194	4	0	198
	Rubriche dei telegiornali	179	1	60	240
	Approfondimento informativo	459	11	45	515
	Cultura	136	1	31	168
	Intrattenimento	193	13	64	270
	Rubriche sportive	45	2	33	80
	Fiction di produzione Rai	139	4	18	161
	Spot e campagne socio-istituzionali	11	0	67	78
Totale		1356	36	318	1710

Tavola 44b. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori percentuali per le diverse tipologie di programma

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	98,0%	2,0%		100,0%
	Rubriche dei telegiornali	74,6%	0,4%	25,0%	100,0%
	Approfondimento informativo	89,1%	2,1%	8,7%	100,0%
	Cultura	81,0%	0,6%	18,5%	100,0%
	Intrattenimento	71,5%	4,8%	23,7%	100,0%
	Rubriche sportive	56,3%	2,5%	41,3%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	86,3%	2,5%	11,2%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	14,1%	---	85,9%	100,0%
Totale		79,3%	2,1%	18,6%	100,0%

Tavola 44c. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori percentuali per ogni singola tipologia di programma

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	14,3%	11,1%		11,6%
	Rubriche dei telegiornali	13,2%	2,8%	18,9%	14,0%
	Approfondimento informativo	33,8%	30,6%	14,2%	30,1%
	Cultura	10,0%	2,8%	9,7%	9,8%
	Intrattenimento	14,2%	36,1%	20,1%	15,8%
	Rubriche sportive	3,3%	5,6%	10,4%	4,7%
	Fiction di produzione Rai	10,3%	11,1%	5,7%	9,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,8%	---	21,1%	4,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Per ciò che riguarda le reti, in rapporto a questa variabile è Rai 1 la più attiva, con il 39,0%, seguita con uno scarto di mezzo punto da Rai 3 (38,5%). Piuttosto staccata, con il 21,7%, Rai 2.

Tavola 45a. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti per rete

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	529	15	86	630
	RAI 2	294	13	84	391
	RAI 3	522	8	83	613
	Spot e campagne socio-istituzionali	11	0	65	76
Totale		1356	36	318	1710

Tavola 45b. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori percentuali per singola rete

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	84,0%	2,4%	13,7%	100,0%
	RAI 2	75,2%	3,3%	21,5%	100,0%
	RAI 3	85,2%	1,3%	13,5%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	14,5%	---	85,5%	100,0%
Totale		79,3%	2,1%	18,6%	100,0%

Tavola 45c. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori percentuali per reti

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	39,0%	41,7%	27,0%	36,8%
	RAI 2	21,7%	36,1%	26,4%	22,9%
	RAI 3	38,5%	22,2%	26,1%	35,8%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,8%	---	20,4%	4,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Complementare all'analisi dell'andamento delle reti è quello relativo alle fasce orarie più coinvolte soprattutto nel caso di rappresentazioni carenti. Questo anche per via dei pubblici che le possono caratterizzare, non tutti uguali.

Il dato che più salta agli occhi guardando a questo incrocio ha a che fare con la distribuzione dei casi: se per la descrizione efficace tutti i valori delle diverse fasce, seppur con scarti che arrivano quasi a 20 punti, si collocano tra 11,7% (15.00-18.00) e 29,1% (21.00-23.00), per quella carente balza agli occhi, ancora per il prime-time, un 44,4% che pesa assai più del suo equivalente positivo. Questo anche in forza di quel 28,0% di attivazioni in corrispondenza della non pertinenza con la variabile considerata e del fatto che il prime-time ammonta a quasi un terzo di questo sotto-sottocampione (29,2%).

Questo dato va opportunamente correlato con la natura speciale del prime-time. Esso presenta notoriamente un tasso relativamente elevato di intrattenimento: ciò non significa, tuttavia, che la qualità della rappresentazione nel prime-time non possa essere migliorata ulteriormente, anche per

far fronte ad accresciute esigenze da parte del pubblico, specialmente nelle fasce generazionali dei giovani e giovani adulti.

Tavola 46a. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti per fascia oraria

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	248	4	48	300
	12:00-15:00	177	4	54	235
	15:00-18:00	159	3	30	192
	18:00-21:00	215	4	38	257
	21:00-23:00	395	16	89	500
	23:00-02:00	162	5	59	226
Totale		1356	36	318	1710

Tavola 46b. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori percentuali per singola fascia oraria

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	82,7%	1,3%	16,0%	100,0%
	12:00-15:00	75,3%	1,7%	23,0%	100,0%
	15:00-18:00	82,8%	1,6%	15,6%	100,0%
	18:00-21:00	83,7%	1,6%	14,8%	100,0%
	21:00-23:00	79,0%	3,2%	17,8%	100,0%
	23:00-02:00	71,7%	2,2%	26,1%	100,0%
Totale		79,3%	2,1%	18,6%	100,0%

Tavola 46c. La capacità della trasmissione di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori percentuali per fasce orarie

		La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?			Totale
		Sì	No, sono presenti carenze nella descrizione della realtà del Paese	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	18,3%	11,1%	15,1%	17,5%
	12:00-15:00	13,1%	11,1%	17,0%	13,7%
	15:00-18:00	11,7%	8,3%	9,4%	11,2%
	18:00-21:00	15,9%	11,1%	11,9%	15,0%
	21:00-23:00	29,1%	44,4%	28,0%	29,2%
	23:00-02:00	11,9%	13,9%	18,6%	13,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.1.3.1 La descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità

Un contributo alla circoscrizione dei punti di forza e delle aree di miglioramento nella descrizione della realtà sociale del Paese può provenire da un censimento della sostanza discorsiva, sia nel caso dell'efficacia sia in quello della carenza.

Allo scopo è stata predisposta una griglia basata su 5 possibilità di risposta, con possibilità di risposta multipla, che ha restituito un totale di 2.734 attivazioni. Ovvero mediamente due riscontri per ognuno dei 1.356 programmi giudicati positivamente per capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità.

“La rilevanza dei temi trattati” è stata la ragione addotta più volte a sostegno di questo giudizio, con 861 attivazioni, pari al 31,5% del totale complessivo.

“L’equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono” è la seconda ragione per ordine di citazione, con 622 riscontri, pari al 22,8%.

I restanti temi/ambiti facevano riferimento all’appropriatezza del linguaggio impiegato (“Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera”: 492 attivazioni, pari al 18,0% del totale), alla centralità nell’ambito del programma (“La loro collocazione/trattazione centrale all’interno del programma”: 404 attivazioni, pari al 14,8%) e alla qualità dell’esposizione dei fatti (“Per una esposizione di fatti esauriente e corretta”: 355 attivazioni, pari al 13%).

La possibilità di scorporare questi valori per le tipologie di programma in cui sono stati ravvisati può fornire ulteriori indizi sulla natura di una trama discorsiva percepita come efficace: nel caso della “La rilevanza dei temi trattati”, per esempio, l’approfondimento informativo svetta su tutte le tipologie con un 40,8% di riscontri. A chiudere la lista le rubriche sportive, con solo l’1,5%.

Una lettura complementare, usando come filo conduttore proprio la tipologia di programma, consente inoltre di vedere quanto spesso i diversi temi si intreccino nella descrizione. Nel caso di “Approfondimento informativo”, per esempio, la descrizione efficace costituisce la risultante in primis della rilevanza dei temi (più di un terzo di attivazioni) con l’equilibrio nella composizione del cast/delle presenze (un quinto), con a seguire tutti gli altri temi/ambiti per non meno del 13,2% di attivazioni.

Per i telegiornali, invece, la seconda tipologia a ricevere attivazioni per la descrizione efficace della realtà del Paese, la rilevanza dei temi detiene il 36,6% di riscontri seguita, in entrambi i casi con il 18,4%, dalla collocazione centrale degli stessi nell’ambito del programma e dal ricorso a un linguaggio corretto e appropriato.

“L’equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono” è invece la categoria che, nel caso delle fiction di produzione, spicca sulle altre, con un 46,1% che stacca di quasi venti punti percentuali la seconda categoria più ricorrente, “La rilevanza dei temi trattati”, al 28,1%.

Tavola 47a. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma							Totale	
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		Spot e campagne socio-istituzionali
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	171	137	351	85	40	13	61	3	861
	La loro collocazione/trattazione centrale all’interno del programma	86	58	164	44	23	7	21	1	404
	L’equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	49	60	210	49	137	11	100	6	622
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	75	68	134	53	5	14	6	0	355
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	86	78	157	61	60	20	29	1	492
Totale		467	401	1016	292	265	65	217	11	2734

Tavola 47b. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per singolo tema per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	19,90%	15,90%	40,80%	9,90%	4,60%	1,50%	7,10%	0,30%	100,00%
	La loro collocazione/trattazione centrale all'interno del programma	21,30%	14,40%	40,60%	10,90%	5,70%	1,70%	5,20%	0,20%	100,00%
	L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	7,90%	9,60%	33,80%	7,90%	22,00%	1,80%	16,10%	1,00%	100,0 %
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	21,10%	19,20%	37,70%	14,90%	1,40%	3,90%	1,70%	0,00%	100,00%
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	17,50%	15,90%	31,90%	12,40%	12,20%	4,10%	5,90%	0,20%	100,00%
Totale		17,08%	14,67%	37,16%	10,68%	9,69%	2,38%	7,94%	0,40%	100,00%

Tavola 47c. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per tutti i temi per tipologie di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	36,6%	34,2%	34,5%	29,1%	15,1%	20,0%	28,1%	27,3%	31,5%
	La loro collocazione/trattazione centrale all'interno del programma	18,4%	14,5%	16,1%	15,1%	8,7%	10,8%	9,7%	9,1%	14,8%
	L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	10,5%	15,0%	20,7%	16,8%	51,7%	16,9%	46,1%	54,5%	22,8%
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	16,1%	17,0%	13,2%	18,2%	1,9%	21,5%	2,8%	0,0%	13,0%
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	18,4%	19,5%	15,5%	20,9%	22,6%	30,8%	13,4%	9,1%	18,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,00 %

Per ciò che riguarda le reti di messa in onda, quella in cui le descrizioni efficaci sono state individuate più di frequente è Rai 3, con 1.161 attivazioni, pari al 42,5%, e con 4 categorie di ambiti/temi su 5 sempre sopra al 40% e ai valori fatti registrare dalle altre reti. Fa eccezione "L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono", categoria nella quale prevale Rai 1, in particolare per l'ampio spazio del genere fiction di produzione nel suo palinsesto.

Tavola 48a. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti per rete

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	298	155	405	3	861
	La loro collocazione/trattazione centrale all'interno del programma	148	73	182	1	404
	L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	285	131	200	6	622
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	117	71	167	0	355
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	176	108	207	1	492
Totale		1024	538	1161	11	2734

Tavola 48b. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per singolo tema per rete

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	34,6%	18,0%	47,0%	0,3%	100,0%
	La loro collocazione/trattazione centrale all'interno del programma	36,6%	18,1%	45,0%	0,2%	100,0%
	L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	45,8%	21,1%	32,2%	1,0%	100,0%
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	33,0%	20,0%	47,0%	0,0%	100,0%
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	35,8%	22,0%	42,1%	0,2%	100,0%
Totale		37,5%	19,7%	42,5%	0,4%	100,0%

Tavola 48c. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per tutti i temi per rete

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	29,1%	28,8%	34,9%	27,3%	31,5%
	La loro collocazione/trattazione centrale all'interno del programma	14,5%	13,6%	15,7%	9,1%	14,8%
	L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	27,8%	24,3%	17,2%	54,5%	22,8%
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	11,4%	13,2%	14,4%	0,0%	13,0%
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	17,2%	20,1%	17,8%	9,1%	18,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

In fatto, invece, di fasce orarie, quella del prime-time risulta essere la più coinvolta, con il 26,4% delle attivazioni. Quella meno coinvolta è quella pomeridiana, 15.00-18.00, con il 12,3%. Ragionando ancora per fascia oraria, va inoltre rilevato, per tutte le fasce della giornata ad eccezione, seppur di poco, del prime-time, che la performance migliore è stata registrata per "La rilevanza dei temi trattati" (per il prime-time prevale invece l'equilibrio del cast, ancora una volta per la elevata presenza di fiction di produzione e di programmi di intrattenimento in questa fascia oraria); anche i risultati meno rilevanti risultano distribuiti in modo omogeneo. L'esposizione esauriente dei fatti risulta infatti la categoria che fa segnare i valori più bassi in tutte le fasce orarie appaiata, al 13,6%, con la collocazione centrale dei temi nel programma monitorato per la fascia 06.00-12.00.

Tavola 49a. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti per fascia oraria

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	162	112	103	137	230	117	861
	La loro collocazione/trattazione centrale all'interno del programma	66	59	48	76	85	70	404
	L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	95	72	75	88	233	59	622
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	66	55	46	61	78	49	355
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	97	79	63	87	96	70	492
Totale		486	377	335	449	722	365	2734

Tavola 49b. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per singolo tema per fasce orarie

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	18,8%	13,0%	12,0%	15,9%	26,7%	13,6%	100,0%
	La loro collocazione/trattazione centrale all'interno del programma	16,3%	14,6%	11,9%	18,8%	21,0%	17,3%	100,0%
	L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	15,3%	11,6%	12,1%	14,1%	37,5%	9,5%	100,0%
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	18,6%	15,5%	13,0%	17,2%	22,0%	13,8%	100,0%
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	19,7%	16,1%	12,8%	17,7%	19,5%	14,2%	100,0%
Totale		17,8%	13,8%	12,3%	16,4%	26,4%	13,4%	100,0%

Tavola 49c. Ambiti e temi della capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per tutti i temi per fascia oraria

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
La capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità è riconducibile a (possibili più risposte)	La rilevanza dei temi trattati	33,3%	29,7%	30,7%	30,5%	31,9%	32,1%	31,49%
	La loro collocazione/trattazione centrale all'interno del programma	13,6%	15,6%	14,3%	16,9%	11,8%	19,2%	14,78%
	L'equilibrio nella composizione del cast di persone/personaggi che intervengono	19,5%	19,1%	22,4%	19,6%	32,3%	16,2%	22,75%
	Per una esposizione di fatti esauriente e corretta	13,6%	14,6%	13,7%	13,6%	10,8%	13,4%	12,98%
	Per il linguaggio corretto e appropriato che adopera	20,0%	21,0%	18,8%	19,4%	13,3%	19,2%	18,00%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

Complementare all'analisi della descrizione efficace è quella relativa alle aree di miglioramento, i cui esiti si intersecano con la coesione sociale.

Va però ricordato che il numero assoluto di attivazioni per questa variabile, 36, pari al 2,1% del relativo sottocampione attivato dal quesito "La trasmissione ha la capacità di descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità", ha sviluppato numeri di attivazioni decisamente contenuti anche in fatto di categorie individuate per spiegare la

natura della carenza. Si tratta di 40 riscontri, in valori assoluti, concentrati per due terzi in “Approfondimento informativo” (32,5%) e “Intrattenimento” (35,0%), con una media di poco superiore a un riscontro per programma giudicato carente (dato, questo, da leggersi come indizio di scarsa intersezionalità). In fondo a questo elenco si trovano “Rubriche dei telegiornali” e “Cultura” con il 2,5% di attivazioni. Una lettura orizzontale, intratipo per la categoria a cui va imputata la carenza, mostra come per “L’irrelevanza, la casualità o l’incongruenza dei temi trattati” l’intrattenimento risulti coinvolto nel 50% dei casi; lo è anche nel 100% delle attivazioni di “La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all’interno del programma” e nel 60% di “L’uso di un linguaggio inappropriato e sommario”.

Tavola 50a. Ambiti e temi della descrizione inefficace della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzioni e Rai		
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L’irrelevanza, la casualità o l’incongruenza dei temi trattati	1	0	1	0	4	0	2	0,0%	8
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all’interno del programma	0	0	0	0	1	0	0	0,0%	1
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	2	1	7	1	6	2	2	0,0%	21
	L’esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	2	0	3	0	0	0	0	0,0%	5
	L’uso di un linguaggio inappropriato e sommario	0	0	2	0	3	0	0	0,0%	5
Totale		5	1	13	1	14	2	4	0,0%	40

Tavola 50b. Ambiti e temi della descrizione inefficace della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per singolo tema per tipologie di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzioni e Rai		
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L’irrelevanza, la casualità o l’incongruenza dei temi trattati	12,5%	0,0%	12,5%	0,0%	50,0%	0,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all’interno del programma	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	9,5%	4,8%	33,3%	4,8%	28,6%	9,5%	9,5%	0,0%	100,0%
	L’esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	40,0%	0,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	L’uso di un linguaggio inappropriato e sommario	0,0%	0,0%	40,0%	0,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		12,5%	2,5%	32,5%	2,5%	35,0%	5,0%	10,0%	0,0%	100,0%

Tavola 50c. Ambiti e temi della descrizione inefficace della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per tutti i temi per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimenti o informativi	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne e socio-istituzionali	
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L'irrelevanza, la casualità o l'incongruenza dei temi trattati	20,0%	0,0%	7,7%	0,0%	28,6%	0,0%	50,0%	0,0%	20,0%
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all'interno del programma	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	40,0%	100,0%	53,8%	100,0%	42,9%	100,0%	50,0%	0,0%	52,5%
	L'esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	40,0%	0,0%	23,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
	L'uso di un linguaggio inappropriato e sommario	0,0%	0,0%	15,4%	0,0%	21,4%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%

Per quanto riguarda le reti coinvolte, Rai 1 risulta nel 42,5% dei casi, seguita da Rai 2. Come in precedenti occasioni, questo dato, alla luce della diversa strutturazione del palinsesto, appare ancora più significativo. Segue Rai 3 con il 22,5%. Per quanto riguarda la natura delle carenze, si tratta di frammenti narrativi e/o discorsivi bilanciati dal contesto o nel seguito, nessuno dei quali è sfociato in segnalazione. "Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi" risulta essere nel complesso la categoria più ricorrente, con il 52,5%.

Tavola 51a. Ambiti e temi della descrizione inefficace della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti per rete

		Rete				Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3			
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L'irrelevanza, la casualità o l'incongruenza dei temi trattati	4	3	1	0	8	
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all'interno del programma	0	1	0	0	1	
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	6	9	6	0	21	
	L'esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	3	0	2	0	5	
	L'uso di un linguaggio inappropriato e sommario	4	1	0	0	5	
Totale		17	14	9	0	40	

Tavola 51b. Ambiti e temi della descrizione inefficace della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per singolo tema per reti

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L'irrelevanza, la casualità o l'incongruenza dei temi trattati	50,0%	37,5%	12,5%	0,0%	100,0%
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all'interno del programma	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	28,6%	42,9%	28,6%	0,0%	100,0%
	L'esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	60,0%	0,0%	40,0%	0,0%	100,0%
	L'uso di un linguaggio inappropriato e sommario	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		42,5%	35,0%	22,5%	0,0%	100,0%

Tavola 51c. Ambiti e temi della descrizione inefficace della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per tutti i temi per singola rete

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L'irrelevanza, la casualità o l'incongruenza dei temi trattati	23,5%	21,4%	11,1%	0,0%	20,0%
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all'interno del programma	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%	2,5%
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	35,3%	64,3%	66,7%	0,0%	52,5%
	L'esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	17,6%	0,0%	22,2%	0,0%	12,5%
	L'uso di un linguaggio inappropriato e sommario	23,5%	7,1%	0,0%	0,0%	12,5%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	0,0%	100%

Le fasce orarie: al prime-time va il primato delle attivazioni, con il 45%. La fascia meno coinvolta è la 15.00-18.00, con il 7,5%.

Adottando una lettura intratipo, questa fascia fa però registrare più di un terzo dei casi nella categoria "L'irrelevanza, la casualità o l'incongruenza dei temi trattati" (37,5%). Alla seconda serata va invece il primato per "L'esposizione lacunosa e scorretta dei fatti" (40%), mentre alla prima serata quello per "Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi" (52,4%), per "L'uso di un linguaggio inappropriato e sommario" (80%) e per "La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all'interno del programma" (100%).

In conclusione, dall'insieme di questi dati è possibile rilevare che, nell'ambito di una rappresentazione complessivamente valida e coerente del pluralismo sociale, permangono alcune aree che potrebbero acquistare maggiore efficacia ed incisività, considerando le ricorrenze nei casi qui esposti. In primo luogo, guardando alle fasce orarie: il prime time risulta la fascia più esposta, sia per l'ampia presenza di intrattenimento e di approfondimento informativo (spesso con intrecci reciproci), sia per la necessità, dettata dalla cronaca e dall'agenda, di intervenire rapidamente sui temi più caldi, convocando gli esperti e gli ospiti che si rendono disponibili. Un compito non facile, che tuttavia, quando è svolto efficacemente, permette una esposizione dei fatti completa e corretta, un equilibrio delle presenze e delle opinioni, una presenza all'interno del programma pienamente congrua con il profilo e la "cifra" propria della trasmissione. La presenza di ospiti esterni, specie su temi sui quali il dibattito e il contrasto sono vivaci, può portare a inadeguatezze nel linguaggio. È comprensibile che la conduzione del programma privilegi il libero flusso delle opinioni e la vivacità delle polemiche; tuttavia, la bussola che la orienta sarà sempre la chiarezza e correttezza delle tesi sostenute, sulla base di una esposizione dei fatti il più possibile condivisa. Ciò anche per differenziare sempre più la

tv di servizio pubblico da altre emittenti – e da profili social – che hanno fatto della rissa una opinabile scorciatoia rispetto al complesso e difficile esame dei fatti.

Tavola 52a. Ambiti e temi della descrizione carente della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: valori assoluti per fascia oraria

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L'irrelevanza, la casualità o l'incongruenza dei temi trattati	1	2	3	0	2	0	8
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all'interno del programma	0	0	0	0	1	0	1
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	2	1	0	4	11	3	21
	L'esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	1	2	0	0	0	2	5
	L'uso di un linguaggio inappropriato e sommario	0	0	0	0	4	1	5
Totale		4	5	3	4	18	6	40

Tavola 52b. Ambiti e temi della descrizione carente della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per singolo tema per fasce orarie

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L'irrelevanza, la casualità o l'incongruenza dei temi trattati	12,5%	25,0%	37,5%	0,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all'interno del programma	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	9,5%	4,8%	0,0%	19,0%	52,4%	14,3%	100,0%
	L'esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	100,0%
	L'uso di un linguaggio inappropriato e sommario	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%
Totale		10,0%	12,5%	7,5%	10,0%	45,0%	15,0%	100%

Tavola 52c. Ambiti e temi della descrizione carente della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità: percentuali per tutti i temi per singola fascia oraria

		Fascia Oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Le carenze della trasmissione, nella descrizione della realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità, sono ascrivibili a (possibili più risposte)	L'irrelevanza, la casualità o l'incongruenza dei temi trattati	25,0%	40,0%	100,0%	0,0%	11,1%	0,0%	20,00%
	La loro collocazione/trattazione, marginale o subalterna, all'interno del programma	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%	0,0%	2,50%
	Gli squilibri nella composizione del cast e/o degli interventi	50,0%	20,0%	0,0%	100,0%	61,1%	50,0%	52,50%
	L'esposizione lacunosa e scorretta dei fatti	25,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	12,50%
	L'uso di un linguaggio inappropriato e sommario	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	22,2%	16,7%	12,50%
Totale		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

4.2 La pluralità delle voci e delle opinioni

Tra tutte le variabili prese in esame per il monitoraggio del pluralismo dei temi, dei soggetti e dei linguaggi della programmazione, la pluralità delle voci e delle opinioni costituisce probabilmente quella da maneggiare con più cautela.

Ciò per una errata interpretazione di ‘pluralità delle voci’ nel senso della collocazione sullo stesso piano di voci discordi – di solito del tutto in opposizione – sullo stesso tema. Nota in letteratura come ‘balance treatment’ e parafrasata in italiano come “dare spazio alle due campane”, questa concessione di spazio mediatico simile in nome del pluralismo rischia invece di (s)travolgere il dibattito e con esso il pubblico, nella gran parte dei casi privo di conoscenze e competenze sui temi trattati.

I casi che hanno animato il dibattito pubblico negli ultimi decenni, a partire da quello sul riscaldamento globale (global warming, in acronimo GW), hanno mostrato con chiarezza che *“La proposta da parte dei media di due voci contrapposte ha mantenuto vivo negli anni il dibattito ma ha ingenerato spesso confusione nell’opinione pubblica, non di rado palleggiata senza avere la competenza per sottrarsi al gioco delle parti. [...]”* (Renato Sartini, “Il Global warming”, in Francesca Dragotto, Marco Ferrazzoli, *Parola di scienziato. La conoscenza ridotta a opinione*, Roma 2015, pp. 215). L’autore propone una domanda che nello specifico ha a che fare con la comunicazione della scienza, ma il cui portato andrebbe invece esteso a coprire tutti quegli ambiti in relazione ai quali si renderebbe necessaria, per interpretare quanto proposto nel dibattito, una competenza specialistica tanto da parte del pubblico, tanto da parte di chi ad esso propone i contenuti, ovvero il/la giornalista o il conduttore/la conduttrice di una trasmissione. Si chiede: *“Serve, nell’ambito della comunicazione della scienza, e in questo caso specifico del GW, dare spazio a due campane? E ha senso che a occuparsi di argomenti scientifici oltremodo delicati sia un giornalista generalista o non abbastanza preparato nello specifico? È certamente utile e corretto poter dare al lettore la possibilità di ascoltare varie versioni dei fatti, si tratta anzi di un principio deontologico fondamentale per chi fa informazione. Ma mentre questa pratica risulta più facilmente praticabile, per esempio, nella cronaca giudiziaria, in politica o nello sport, nell’ambito della corretta divulgazione di argomenti scientifici essa potrebbe invece distorcere significativamente i contenuti comunicati, al punto di creare, paradossalmente, disinformazione”* (pp. 216-217).

Per cercare di far emergere la contraddizione insita nel balance treatment, nel corso di un esperimento sociale mandato in onda su un canale statunitense sono stati invitati a confrontarsi su un palco 100 scienziati ed esperti di clima in un numero che riflettesse, in percentuali, le posizioni sul tema. Lo scopo era di restituire a ciascuna posizione il proprio peso in seno al dibattito scientifico, che annoverava parecchie decine da una parte e poche unità dall’altra.

Evidentemente non praticabile di prassi, oltre che tacciabile di conformismo e allineamento ideologico da parte di coloro che in ogni posizione di maggioranza tendono a intercettare una manifestazione di complotto ai danni della popolazione, questa provocazione dovrebbe per lo meno essere rielaborata in una ricontrattazione di ciò che si intende con ‘voce’.

Il contrasto delle opinioni, cuore pulsante del giornalismo, non appare praticabile e non dovrebbe esserlo laddove non si può liquidare con un’opinione, la propria o al più quella del gruppo che si rappresenta, non suffragata dai risultati della ricerca scientifica. Ricerca che però spesso patisce una capacità di adattarsi a linguaggi e varietà idonei per la comprensione da parte di una utenza generalista, che è poi quella che si rivolge a Internet o alla TV – con dei distinguo a cui si rinuncerà – per formarsi una idea su un argomento che alle loro menti appare rilevante proprio perché tanto presente nei media.

Connesso, anche se su un altro piano, con il balance treatment è il tema delle ‘false equivalenze’, assurto agli onori della cronaca a partire dalla diffusione della pratica della cosiddetta “post-verità”.

Ritenuto erroneamente un concetto nuovo, *post-truth*, in italiano *postverità* o *post-verità*, indica una pratica disvelata solo negli ultimi anni di una esistenza invece trentennale: è in particolare tra 2015 e 2016 che il suo incremento di uso si impenna, quando ci si inizia a interrogare su un modo di fare comunicazione fondato su notizie sulla cui veridicità non si procede a verifiche o si omette di riferirne gli esiti. Questo modo di fare comunicazione punta a suscitare una reazione emotiva e soggettiva nel destinatario, che auspicabilmente prescinda da qualsiasi considerazione critica, e la metabolizzazione di questa possibilità costituisce il terreno ideale per la diffusione di fake news. Nel mondo della post-verità, uno dei dispositivi discorsivi e retorici a cui si ricorre consiste nella creazione di false equivalenze, spesso morali, per evitare di criticare la parte su cui, stanti i dati, ricadrebbe il carico maggiore di responsabilità rispetto a un fatto considerato.

“La fallacia dell’equivalenza morale è anche conosciuta con i termini inglesi whataboutism o whataboutery. Questo stratagemma è impiegato da un interlocutore di dibattito per accusare i suoi avversari di ipocrisia – “voi ci accusate di una cattiva azione, ma che dire delle vostre cattive azioni?” Questo stratagemma è simile alla fallacia della falsa equivalenza, ma aggiunge un’accusa di incoerenza contro l’avversario. Attraverso questo mezzo, si suppone che l’equilibrio del dibattito venga spostato e che l’argomento originale apparentemente non debba essere confutato” (Factsandreasons.com del 16 marzo 2022²⁶).

Insomma, sulla base di una somiglianza tra due fatti si va a costruire un’equivalenza che, se funziona, neutralizza le distanze tra i due fatti e, con essi, le responsabilità.

In un sistema mediatico alle prese con una quantità di informazioni senza precedenti nella storia a cui non è corrisposta la crescita delle competenze necessarie per il loro trattamento e valutazione, ecco allora che l’impostazione corretta della pluralità da parte del Servizio pubblico televisivo risulta imprescindibile e strategica. Sebbene faticosa da attuare anche per timore della ricezione da parte di un pubblico nel quale – e in special modo in corrispondenza di certi profili – è attecchito quello che in letteratura scientifica si richiama col nome di ‘analfabetismo funzionale’.

Il termine, traduzione di ‘functional illiteracy’, compare nell’ambito della produzione documentale Unesco nel 1978: in esso l’apposizione del prefisso privativo alla base ‘functional literacy’ (l’equivalente italiano suona come ‘essere funzionalmente alfabetizzati/e’), in uso da circa vent’anni, conferisce ad analfabeta una accezione diversa da tutte le altre nelle quali il termine compare.

«Una persona è funzionalmente alfabetizzata se può essere coinvolta in tutte quelle attività nelle quali l’alfabetizzazione è richiesta per il buon funzionamento del suo gruppo e della sua comunità e per permetterle di continuare a usare la lettura, la scrittura e la computazione per lo sviluppo proprio e della sua comunità» (OECD Skills Outlook 2019. *Thriving in a Digital World*, in italiano *Prospettive dell’OCSE sulle competenze*, 2019).

Per converso, una persona è ‘analfabeta funzionale’ quando, pur possedendo abilità di ‘literacy’ (alfabetizzazione linguistica) e ‘numeracy’ (alfabetizzazione matematica) adeguate per un grado di scolarizzazione superiore, mostra di non possedere competenze connesse con quelle abilità da impiegare per orientarsi nella vita quotidiana, specie se si tratta di quella, complessa, delle società contemporanee e della varietà di testi che ne caratterizzano l’esistenza.²⁷

Conseguenza pratica della condizione di analfabetismo funzionale è dunque la mancata comprensione di un testo (di qualsivoglia natura) a dispetto delle abilità di lettura e di calcolo e, a cascata, la difficoltà a servirsi di quanto ricavato dal testo. Innumerevoli le implicazioni sulla partecipazione alla vita di cittadinanza, l’orientamento nella società della conoscenza e sulla gestione

²⁶ <https://www.factsandreasons.com/it/il-repertorio-dello-scettico-la-fallacia-della-falsa-equivalenza-%EF%BF%BC/>

²⁷ La profondità del fenomeno nel nostro paese può essere colta dalle indagini statistiche svolte negli anni da Tullio De Mauro. Cfr. *La competenza alfabetica in Italia. Una ricerca sulla cultura della popolazione*, Milano, 2000 e *Letteratismo e abilità per la vita. Indagine nazionale sulla popolazione italiana 16-65 anni*, Roma, 2006.

dell'informazione che la caratterizza. Con tutto ciò che ne consegue in termini di capacità di azione e reazione nell'infosfera, nell'attitudine nei confronti delle fake-news, nel posizionamento rispetto al dibattito tra scienza e pseudo-scienza.

Un intreccio di temi fondamentali per la vita democratica del Paese, rispetto al quale il Servizio pubblico potrebbe reinterpretare il ruolo da protagonista assoluto in passato incarnato nella lotta all'analfabetismo di base. Oggi prevalentemente di ritorno e digitale, a queste forme di analfabetismo si vanno a intrecciare gli effetti della disfunzione delle competenze di base, amplificate dalla pervasività del digitale in tutti gli ambiti della vita contemporanea.

In funzione della capacità di garantire la pluralità delle voci e delle opinioni, la programmazione monitorata è stata giudicata non favorevolmente solo nell'1,6% dei casi (pari a 28 attivazioni), nessuno dei quali ha però dato seguito a segnalazioni di criticità. Al restante 98,4% concorrono il pieno riconoscimento dell'attività garante – 67,9% – o la non pertinenza con il quesito (30,5%).

Tavola 53a. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: valori assoluti per tipologia di programma

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	181	2	15	198
	Rubriche dei telegiornali	172	1	67	240
	Approfondimento informativo	444	19	52	515
	Cultura	102	1	65	168
	Intrattenimento	163	3	104	270
	Rubriche sportive	54	2	24	80
	Fiction di produzione Rai	45	0	116	161
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	0	78	78
Totale		1161	28	521	1710

Tavola 53b. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per singola tipologia di programma

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	91,4%	1,0%	7,6%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	71,7%	0,4%	27,9%	100,0%
	Approfondimento informativo	86,2%	3,7%	10,1%	100,0%
	Cultura	60,7%	0,6%	38,7%	100,0%
	Intrattenimento	60,4%	1,1%	38,5%	100,0%
	Rubriche sportive	67,5%	2,5%	30,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	28,0%	0,0%	72,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		67,9%	1,6%	30,5%	100,0%

Tavola 53c. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per tipologie di programma

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	15,6%	7,1%	2,9%	11,6%
	Rubriche dei telegiornali	14,8%	3,6%	12,9%	14,0%
	Approfondimento informativo	38,2%	67,9%	10,0%	30,1%
	Cultura	8,8%	3,6%	12,5%	9,8%
	Intrattenimento	14,0%	10,7%	20,0%	15,8%
	Rubriche sportive	4,7%	7,1%	4,6%	4,7%
	Fiction di produzione Rai	3,9%	0,0%	22,3%	9,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	15,0%	4,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

In riferimento a questo sottocampione, è Rai 3 la rete più attiva, con il 42,2% di attivazioni; a seguire Rai 1. Guardando invece alle percentuali di riscontro positivo della variabile per singola rete, la percentuale di Rai 3 corrisponde all'80,1%, un valore decisamente notevole e superiore rispetto a quelli delle altre reti.

Tavola 54a. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: valori assoluti per rete

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	402	6	221	629
	RAI 2	269	10	112	391
	RAI 3	490	12	110	612
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	0	78	78
Totale		1161	28	521	1710

Tavola 54b. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per singola rete

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	63,9%	1,0%	35,1%	100,0%
	RAI 2	68,8%	2,6%	28,6%	100,0%
	RAI 3	80,1%	2,0%	18,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		67,9%	1,6%	30,5%	100,0%

Tavola 54c. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per reti

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale	
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione		
Rete	RAI 1	34,6%	21,4%	42,4%	36,8%	
	RAI 2	23,2%	35,7%	21,5%	22,9%	
	RAI 3	42,2%	42,9%	21,1%	35,8%	
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,0%	15,0%	4,6%	
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Le percentuali di casi migliorabili si collocano tra 0,4% (12.00-15.00%) e 3,2% (21.00-23.00). Un elemento, questo, che si arricchirà di informazioni nel momento in cui si andranno a considerare le ragioni alla base delle attribuzioni. Tutti i restanti programmi sono considerati non pertinenti con la variabile considerata.

Tavola 55a. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: valori assoluti per fascia oraria

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia Oraria	06:00-12:00	223	3	74	300
	12:00-15:00	159	1	75	235
	15:00-18:00	124	1	67	192
	18:00-21:00	193	2	62	257
	21:00-23:00	298	16	186	500
	23:00-02:00	164	5	57	226
Totale		1161	28	521	1710

Tavola 55b. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per singola fascia oraria

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia Oraria	06:00-12:00	74,3%	1,0%	24,7%	100,0%
	12:00-15:00	67,7%	0,4%	31,9%	100,0%
	15:00-18:00	64,6%	0,5%	34,9%	100,0%
	18:00-21:00	75,1%	0,8%	24,1%	100,0%
	21:00-23:00	59,6%	3,2%	37,2%	100,0%
	23:00-02:00	72,6%	2,2%	25,2%	100,0%
Totale		67,9%	1,6%	30,5%	100,0%

Tavola 55c. La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per fasce orarie

		La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita nella trasmissione?			Totale
		Sì	No, la necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia Oraria	06:00-12:00	19,2%	10,7%	14,2%	17,5%
	12:00-15:00	13,7%	3,6%	14,4%	13,7%
	15:00-18:00	10,7%	3,6%	12,9%	11,2%
	18:00-21:00	16,6%	7,1%	11,9%	15,0%
	21:00-23:00	25,7%	57,1%	35,7%	29,2%
	23:00-02:00	14,1%	17,9%	10,9%	13,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.2.1.1 La garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni

La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è stata promossa in 1.161 programmi su 1.189, ovvero nel 97,6% di programmi monitorati, se si scorpora dal campione pertinente col pluralismo sociale i casi non pertinenti con questa variabile. Si tratta di un risultato importante, ciò nonostante migliorabile in termini assoluti incrementando il livello di pertinenza. La focalizzazione sui fattori che hanno stimolato il giudizio può contribuire alla consapevolezza delle aree di forza e di quelle potenzialmente sollecitabili.

In valori assoluti, 1.638 sono stati i casi in cui è stato ravvisato un comportamento virtuoso: questo numero, frutto della possibilità di fornire più risposte al quesito posto, non può perciò essere parametrato direttamente col sotto-sottocampione pertinente con la variabile, ma manifesta comunque il raggiungimento di un ottimo risultato. Nel 55,9% dei casi, la ragione del giudizio è stata attribuita a servizi o forme narrative in grado di restituire i molteplici aspetti o la natura controversa di un tema. Seguono, staccate e con valori simili, le altre tre categorie di risposta, particolarmente applicabili ai generi factual, che attribuiscono il merito rispettivamente a: “Una conduzione che rispetta, senza schierarsi, tutte le idee esposte, purché correttamente espresse” (17,1%), “Una conduzione nel complesso in grado di garantire un contraddittorio o un bilanciamento adeguato, effettivo, leale ed equilibrato” (14,7%), “La presenza di ospiti con opinioni diverse o contrastanti” (12,2%).

Come è evidente dai dati, la capacità di garantire la pluralità delle voci e delle opinioni si conforma in maniera diversa tra i prodotti di fiction e le varie categorie del factual, con particolare rilievo per l’approfondimento informativo e il talk, anche quando questo è compreso nel macrogenere intrattenimento. Scendendo più in dettaglio, la capacità di garantire la pluralità delle opinioni è, nella fiction, totalmente affidata alla sceneggiatura (inserimento di personaggi) e alla regia (descrizione dei rapporti fra i personaggi stessi). La prima è quella che modula una struttura narrativa in grado di restituire i molteplici aspetti, o la natura controversa, di un tema o problema (36,1%). La regia invece gestisce il confronto delle idee dei vari personaggi in una forma più contrastata o più dialogica (24,0%): quasi un pendant della conduzione che nel factual garantisce un contraddittorio o un bilanciamento adeguato, effettivo, leale ed equilibrato. È comunque l’approfondimento informativo, insieme ai telegiornali, il principale banco di prova della capacità dialogica e democratica del servizio pubblico che si esprime essenzialmente attraverso i suoi rappresentanti, in primo luogo la conduzione nella sua capacità di gestire in forma equilibrata il contraddittorio (49,9%) e di rispettare le opinioni espresse e i loro portatori (37,1%).

Tavola 56a. Ambiti e temi della garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: valori assoluti

		Tipologia del programma							Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita da (possibili più risposte)	Una conduzione nel complesso in grado di garantire un contraddittorio o un bilanciamento adeguato, effettivo, leale ed equilibrato	36	58	198	26	73	19	12	422
	Servizi in grado di restituire i molteplici aspetti/la natura controversa di un tema/problema	137	108	228	59	23	18	19	592
	La presenza di ospiti con opinioni diverse o contrastanti	30	26	116	6	46	15	16	255
	Una conduzione che rispetta, senza schierarsi, tutte le idee esposte, purché correttamente espresse	42	57	136	44	62	23	3	367
Totale		245	249	678	135	204	75	50	1636

Tavola 56b. Ambiti e temi della garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma							Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita da (possibili più risposte)	Una conduzione nel complesso in grado di garantire un contraddittorio o un bilanciamento adeguato, effettivo, leale ed equilibrato	8,5%	13,7%	46,9%	6,2%	17,3%	4,5%	2,8%	100,0%
	Servizi in grado di restituire i molteplici aspetti/la natura controversa di un tema/problema	23,1%	18,2%	38,5%	10,0%	3,9%	3,0%	3,2%	100,0%
	La presenza di ospiti con opinioni diverse o contrastanti	11,8%	10,2%	45,5%	2,4%	18,0%	5,9%	6,3%	100,0%
	Una conduzione che rispetta, senza schierarsi, tutte le idee esposte, purché correttamente espresse	11,4%	15,5%	37,1%	12,0%	16,9%	6,3%	0,8%	100,0%
Totale		14,98%	15,22%	41,44%	8,25%	12,47%	4,58%	3,06%	100,0%

Tavola 56c. Ambiti e temi della garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma							Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è garantita da (possibili più risposte)	Una conduzione nel complesso in grado di garantire un contraddittorio o un bilanciamento adeguato, effettivo, leale ed equilibrato	14,7%	23,3%	29,2%	19,3%	35,8%	25,3%	24,0%	25,79 %
	Servizi in grado di restituire i molteplici aspetti/la natura controversa di un tema/problema	55,9%	43,4%	33,6%	43,7%	11,3%	24,0%	38,0%	36,19 %
	La presenza di ospiti con opinioni diverse o contrastanti	12,2%	10,4%	17,1%	4,4%	22,5%	20,0%	32,0%	15,59 %
	Una conduzione che rispetta, senza schierarsi, tutte le idee esposte, purché correttamente espresse	17,1%	22,9%	20,1%	32,6%	30,4%	30,7%	6,0%	22,43 %
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %

Una non completa adeguatezza circa il rispetto della pluralità delle voci e delle opinioni è stata invece registrata in soli 38 casi (1,6% delle trasmissioni interessate al tema del pluralismo, con più risposte possibili), che non toccano fiction di produzione e che, nell'esiguità dei numeri, sono prevalentemente da ascrivere all'approfondimento informativo (28) e all'intrattenimento (4). La mancata convocazione di ospiti con opinioni contrastanti appare, in entrambi questi generi, come motivazione prevalente. Per l'approfondimento si segnalano casi di "Una conduzione nel complesso incapace di garantire un contraddittorio o un bilanciamento adeguato, effettivo, leale ed equilibrato" (88,9%). Le altre voci, riguardanti la conduzione e la capacità dei servizi di rendere la natura controversa di un tema, hanno consistenza solo per l'approfondimento informativo (a cui

necessariamente si lega il presidio dei temi controversi) e sono sporadiche negli altri generi, che possono più facilmente eluderli.

Tavola 57a. Ambiti e temi della mancata garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: valori assoluti

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa da (possibili più risposte)	Una conduzione nel complesso incapace di garantire un contraddittorio adeguato, effettivo, leale ed equilibrato	0	0	8	0	0	1			9
	Servizi incapaci di restituire i molteplici aspetti/la natura controversa di un tema/problema	2	0	5	0	1	1			9
	La mancata convocazione di ospiti con opinioni diverse o contrastanti	0	1	10	1	2	0			14
	Una conduzione che si schiera per una delle opinioni esposte, criticando o marginalizzando le altre	0	0	5	0	1	0			6
Totale		2	1	28	1	4	2			38

Tavola 57b. Ambiti e temi della mancata garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa da (possibili più risposte)	Una conduzione nel complesso incapace di garantire un contraddittorio adeguato, effettivo, leale ed equilibrato	0,0%	0,0%	88,9%	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	100,0%
	Servizi incapaci di restituire i molteplici aspetti/la natura controversa di un tema/problema	22,2%	0,0%	55,6%	0,0%	11,1%	11,1%	0,0%	0,0%	100,0%
	La mancata convocazione di ospiti con opinioni diverse o contrastanti	0,0%	7,1%	71,4%	7,1%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Una conduzione che si schiera per una delle opinioni esposte, criticando o marginalizzando le altre	0,0%	0,0%	83,3%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		5,3%	2,6%	73,7%	2,6%	10,5%	5,3%	0,0%	0,0%	100%

Tavola 57c. Ambiti e temi della mancata garanzia della pluralità delle voci e delle opinioni: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimenti o informativi	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La necessaria pluralità delle voci e delle opinioni è compromessa da (possibili più risposte)	Una conduzione nel complesso incapace di garantire un contraddittorio adeguato, effettivo, leale ed equilibrato	0,0%	0,0%	28,6%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	23,68 %
	Servizi incapaci di restituire i molteplici aspetti/la natura controversa di un tema/problema	100,0%	0,0%	17,9%	0,0%	25,0%	50,0%	0,0%	0,0%	23,68 %
	La mancata convocazione di ospiti con opinioni diverse o contrastanti	0,0%	100,0%	35,7%	100,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	36,84 %
	Una conduzione che si schiera per una delle opinioni esposte, criticando o marginalizzando le altre	0,0%	0,0%	17,9%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	15,79 %
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0 %

4.3 Il formato, il tema e il linguaggio delle trasmissioni

La variabile relativa a formato, tema e linguaggio della trasmissione valuta le modalità di interazione tra ospiti della trasmissione e i linguaggi televisivi utilizzati. Nel caso del campione pertinente col tema monitorato, tali elementi sono stati giudicati idonei a garantire e a promuovere il pluralismo nell'83,3%, a fronte di un 2,0% di trasmissioni monitorate il cui svolgimento avrebbe potuto, con qualche accorgimento, essere di gran lunga più efficace (il restante 14,7% del campione non risulta invece pertinente con questa specifica dimensione di analisi).

“Approfondimento informativo” è la tipologia di programma che fornisce il contributo maggiore all'insieme di quelle con formato, tema e linguaggio adeguati a garantire il pluralismo, con il 32,8%; “Rubriche sportive” è il genere che fornisce il contributo minore.

La lettura intratipo, in quanto applicabile, aiuta a misurare e apprezzare lo scarto tra comportamenti virtuosi e quelli meno: per tutti i macrogeneri televisivi l'adeguatezza di formato, tema e linguaggio adoperati è compresa tra il 75% delle rubriche sportive e il 97% dei telegiornali.

La presenza di aree di miglioramento invece, si distribuisce in una forbice compresa tra l'assenza di attivazioni per “Cultura” e il 3,3% per “Approfondimento informativo”. Tra questi valori si trova quello relativo ai programmi di intrattenimento, che in 7 casi (20,0% del campione di riferimento e 2,6% del totale dei programmi di intrattenimento) non hanno dato un apporto sufficiente alla garanzia di pluralismo: in uno di questi, peraltro, non essendovi stata compensazione, ha avuto luogo l'unica criticità segnalata dal monitoraggio di questo tema.

Lo scarto fra i vari generi è in questo caso connesso agli obblighi di programmazione di ciascuno. Per una rubrica informativa “bucare” una notizia controversa significa fare un danno all’azienda ed allontanare quel pubblico che dalla Rai si aspetta un orientamento e una valutazione equilibrata. Si affronta la complessità del tema correndo qualche rischio, sapendo che il rischio dell’inazione porterebbe a conseguenze più gravi. Il bilancio è dunque nettamente positivo. Altri generi sono a rischio di errori prevalentemente quando affrontano temi controversi senza rendersi pienamente conto delle loro implicazioni. Si tratta di fenomeni limitati, come affermano i dati numerici. Sarebbe opportuno forse un trasferimento più ampio di saperi e competenze dall’informazione giornalistica tout court verso generi, compresi nell’intrattenimento, che di fatto svolgono per buona parte del pubblico una funzione di fatto informativa e che quindi dovrebbe essere ancor più improntata a completezza, correttezza, imparzialità e neutralità.

Tavola 58a. Apporto del formato, del tema e del linguaggio alla garanzia di pluralismo: valori assoluti per tipologia di programma

		Il formato, il tema, il linguaggio sono adeguati a garantire il pluralismo?			Totale
		Sì	No	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	192	3	3	198
	Rubriche dei telegiornali	187	3	50	240
	Approfondimento informativo	467	17	31	515
	Cultura	135	0	33	168
	Intrattenimento	206	7	57	270
	Rubriche sportive	60	1	19	80
	Fiction di produzione Rai	126	3	32	161
	Spot e campagne socio-istituzionali	52	1	25	78
Totale		1425	35	250	1710

Tavola 58b. Apporto del formato, del tema e del linguaggio alla garanzia di pluralismo: percentuali per singola tipologia di programma

		Il formato, il tema, il linguaggio sono adeguati a garantire il pluralismo?			Totale
		Sì	No	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	97,0%	1,5%	1,5%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	77,9%	1,3%	20,8%	100,0%
	Approfondimento informativo	90,7%	3,3%	6,0%	100,0%
	Cultura	80,4%	0,0%	19,6%	100,0%
	Intrattenimento	76,3%	2,6%	21,1%	100,0%
	Rubriche sportive	75,0%	1,3%	23,8%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	78,3%	1,9%	19,9%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	66,7%	1,3%	32,1%	100,0%
Totale		83,3%	2,0%	14,6%	100,0%

Tavola 58c. Apporto del formato, del tema e del linguaggio alla garanzia di pluralismo: percentuali per tipologie di programma

		Il formato, il tema, il linguaggio sono adeguati a garantire il pluralismo?			Totale
		Sì	No	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	13,5%	8,6%	1,2%	11,6%
	Rubriche dei telegiornali	13,1%	8,6%	20,0%	14,0%
	Approfondimento informativo	32,8%	48,6%	12,4%	30,1%
	Cultura	9,5%	0,0%	13,2%	9,8%
	Intrattenimento	14,5%	20,0%	22,8%	15,8%
	Rubriche sportive	4,2%	2,9%	7,6%	4,7%
	Fiction di produzione Rai	8,8%	8,6%	12,8%	9,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	3,6%	2,9%	10,0%	4,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.3.1 La completezza dell'informazione

Alla completezza dell'informazione possono concorrere fattori diversi, meglio se compresenti, quali: ricchezza dei contenuti, ricorso alle fonti e presentazione veritiera dei fatti.

1.796 sono stati i riscontri ottenuti, 89 dei quali di non pertinenza con la domanda.

A prevalere nella scelta è il riconoscimento al programma di offrire una panoramica dei vari punti di vista coinvolti (40,7%). Poi il ricorso a evidenze e fonti: "Le opinioni espresse sono sorrette da evidenze e dati presentati in trasmissione" (29,4%) e "I dati sono forniti citando la fonte, accertando che la fonte sia autorevole e veridica e riportandoli accuratamente" (22,7%).

Una lettura per tipologia di programma mette invece in risalto la performance dell'approfondimento informativo (39,4%) e, a seguire, dei telegiornali (17,2%) e delle loro rubriche (16,8%), principali destinatari – tra i vari generi della programmazione televisiva – della domanda di informazione completa e attendibile.

Tavola 59a. Ambiti e temi della completezza dell'informazione: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Riguardo alla completezza dell'informazione fornita, la trasmissione (possibili più risposte)	Offre una panoramica dei vari punti di vista coinvolti	125	98	303	58	69	50	26	2	731
	Le opinioni espresse sono sorrette da evidenze e dati presentati in trasmissione	92	94	235	65	16	21	5	0	528
	I dati sono forniti citando la fonte, accertando che la fonte sia autorevole e veridica e riportandoli accuratamente	89	95	129	69	18	9	0	0	409
	In presenza di posizioni contrarie a quelle comunemente accettate dalla comunità scientifica (es. "terrapiattismo") la conduzione prende le necessarie distanze	2	3	26	2	6	0	0	0	39
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	2	13	15	12	24	4	13	6	89
Totale		310	303	708	206	133	84	44	8	1796

Tavola 59b. Ambiti e temi della completezza dell'informazione: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
Riguardo alla completezza dell'informazione fornita, la trasmissione (possibili più risposte)	Offre una panoramica dei vari punti di vista coinvolti	17,1%	13,4%	41,5%	7,9%	9,4%	6,8%	3,6%	0,3%	100,0%
	Le opinioni espresse sono sorrette da evidenze e dati presentati in trasmissione	17,4%	17,8%	44,5%	12,3%	3,0%	4,0%	0,9%	0,0%	100,0%
	I dati sono forniti citando la fonte, accertando che la fonte sia autorevole e veridica e riportandoli accuratamente	21,8%	23,2%	31,5%	16,9%	4,4%	2,2%	0,0%	0,0%	100,0%
	In presenza di posizioni contrarie a quelle comunemente accettate dalla comunità scientifica (es. "terraplattismo") la conduzione prende le necessarie distanze	5,1%	7,7%	66,7%	5,1%	15,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	2,2%	14,6%	16,9%	13,5%	27,0%	4,5%	14,6%	6,7%	100,0%
Totale		17,26%	16,87%	39,42%	11,47%	7,41%	4,68%	2,45%	0,45%	100,00%

Tavola 59c. Apporto del formato, del tema e del linguaggio alla garanzia di pluralismo: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totali
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
Riguardo alla completezza dell'informazione fornita, la trasmissione (possibili più risposte)	Offre una panoramica dei vari punti di vista coinvolti	40,3%	32,3%	42,8%	28,2%	51,9%	59,5%	59,1%	25,0%	40,70%
	Le opinioni espresse sono sorrette da evidenze e dati presentati in trasmissione	29,7%	31,0%	33,2%	31,6%	12,0%	25,0%	11,4%	0,0%	29,40%
	I dati sono forniti citando la fonte, accertando che la fonte sia autorevole e veridica e riportandoli accuratamente	28,7%	31,4%	18,2%	33,5%	13,5%	10,7%	0,0%	0,0%	22,77%
	In presenza di posizioni contrarie a quelle comunemente accettate dalla comunità scientifica (es. "terraplattismo") la conduzione prende le necessarie distanze	0,6%	1,0%	3,7%	1,0%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,17%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	0,6%	4,3%	2,1%	5,8%	18,0%	4,8%	29,5%	75,0%	4,96%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.3.2. La correttezza della trasmissione in base alla separazione tra opinioni e fatti e al rispetto dei diritti della privacy

Il parametro della correttezza dei contenuti informativi che si offrono al pubblico prende in considerazione il rispetto della deontologia professionale, la separazione tra opinioni e fatti e il rispetto della dignità della persona e dei diritti della privacy.

Anche in questo caso il quesito prevedeva la possibilità di risposte multiple. Ne è scaturito un numero di riscontri piuttosto consistente, pari a 2.132.

Per ciò che concerne la loro distribuzione nelle diverse tipologie di programma, è risultata essere la più ricorrente nell'ambito delle trasmissioni di approfondimento informativo, con il 31,6%. Analogamente a quanto visto per la completezza dell'informazione fornita, a seguire si collocano

“Rubriche dei telegiornali” (15,0%) e “Telegiornali” (13,1%). Da segnalare positivamente la prestazione dell’Intrattenimento con il 14,5%.

Non si segnalano casi di trasmissioni con aree di miglioramento.

“Le immagini utilizzate sono rispettose dei diritti della persona” costituisce la categoria di merito più ricorrente tra quelle previste, con il 39,5%. La separazione tra fatti e opinioni è stata apprezzata nel 17,3% dei casi, mentre nel 14,8% è stato riconosciuto alla programmazione monitorata il merito di garantire la riservatezza e la privacy delle persone coinvolte. Un terzo delle risposte a questo quesito corrisponde invece alla non rintracciabilità della variabile nel programma esaminato.

Tavola 60a. Ambiti e temi della correttezza dell’informazione: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
Riguardo alla correttezza della informazione e fornita, nella trasmissione (possibili più risposte)	Opinioni e fatti sono stati esposti separatamente	69	67	191	46	33	20	16	0	442
	Le immagini utilizzate sono rispettose dei diritti della persona	131	127	276	73	93	35	29	57	821
	La privacy e la riservatezza delle persone coinvolte sono adeguatamente rispettate	67	70	149	28	47	9	5	8	383
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	14	56	59	56	137	28	117	19	486
Totale		281	320	675	203	310	92	167	84	2132

Tavola 60b. Ambiti e temi della correttezza dell’informazione: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
Riguardo alla correttezza della informazione fornita, nella trasmissione (possibili più risposte)	Opinioni e fatti sono stati esposti separatamente	15,6%	15,2%	43,2%	10,4%	7,5%	4,5%	3,6%	0,0%	100,0%
	Le immagini utilizzate sono rispettose dei diritti della persona	16,0%	15,5%	33,6%	8,9%	11,3%	4,3%	3,5%	6,9%	100,0%
	La privacy e la riservatezza delle persone coinvolte sono adeguatamente rispettate	17,5%	18,3%	38,9%	7,3%	12,3%	2,3%	1,3%	2,1%	100,0%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	2,9%	11,5%	12,1%	11,5%	28,2%	5,8%	24,1%	3,9%	100,0%
		13,18%	15,01%	31,66%	9,52%	14,54%	4,32%	7,83%	3,94%	100,00%

Tavola 60c. La correttezza dell'informazione: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne e socio-istituzionali	
Riguardo alla correttezza della informazione e fornita, nella trasmissione e (possibili più risposte)	Opinioni e fatti sono stati esposti separatamente	24,6%	20,9%	28,3%	22,7%	10,6%	21,7%	9,6%	0,0%	17,30%
	Le immagini utilizzate sono rispettose dei diritti della persona	46,6%	39,7%	40,9%	36,0%	30,0%	38,0%	17,4%	67,9%	39,56%
	La privacy e la riservatezza delle persone coinvolte sono adeguatamente rispettate	23,8%	21,9%	22,1%	13,8%	15,2%	9,8%	3,0%	9,5%	14,89%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	5,0%	17,5%	8,7%	27,6%	44,2%	30,4%	70,1%	22,6%	28,26%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.3.3 L'imparzialità delle trasmissioni

Completano la restituzione del formato e dei linguaggi della trasmissione la valutazione dell'imparzialità e della neutralità. Si tratta di due concetti strettamente interrelati tra di loro ma ciascuno dotato di un proprio raggio di azione. Laddove l'imparzialità corrisponde alla presa in considerazione di tutti gli interessi coinvolti nel dibattito al fine del raggiungimento del miglior interesse pubblico ed implica perciò l'impegno, da parte della Rai, ad assicurare un contraddittorio adeguato in particolare in presenza di situazioni controverse, la neutralità ha invece a che fare principalmente con il contesto in cui vengono proposti i contenuti: riguarda perciò l'uso appropriato degli elementi iconografici e patemici²⁸ (per es. il registro musicale) propri del linguaggio televisivo. Come per le precedenti variabili, anche nel caso dell'imparzialità era possibile selezionare più risposte: il risultato è stato di 1.244 attivazioni, concentrate per il 49,2% nella categoria "I vari punti di vista hanno ricevuto tempo e attenzione bilanciati"; nel 26,6% "La conduzione ha tenuto un comportamento "super partes" rispetto ai vari punti di vista enunciati" mentre nel 7,2% "La conduzione è riuscita a evidenziare i vari argomenti enunciati a sostegno dei vari pareri nel dibattito e nel contraddittorio". Solo nel 16,8%, infine, il quesito non è stato ritenuto pertinente con la trasmissione.

Non si segnalano casi di trasmissioni con aree di miglioramento.

Una lettura per tipologia di programma mostra come più attivo l'approfondimento informativo, con il 41,1% di riscontri, seguito dai telegiornali, con il 16,4%. Da segnalare positivamente il 10,3% di "Intrattenimento", dato che dovrebbe far riflettere in considerazione della fluidità contenutistica di questo macrogenere, abitato frequentemente da dibattiti su temi informativi ma praticato con

²⁸ Si tratta di un neologismo, dalla radice greca *pathos*, coniato nell'ambito della semiotica delle passioni. Indica lo studio di quegli aspetti del discorso, complementari alle dimensioni pragmatica e cognitiva (di cui si occupa la narratologia), connessi con la variazione degli "stati d'animo" del soggetto (sentimenti, passioni, emozioni). Cfr. Algirdas J. Greimas, Jacques Fontanille, *Semiotica delle passioni. Dagli stati di cose agli stati d'animo*, Milano, 1996.

linguaggi per lo più narrativi, con tutto quello che consegue in termini di facilità di presa (cognitiva) sul pubblico.

Tavola 61a. Ambiti e temi dell'imparzialità della trasmissione: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
Riguardo all'imparzialità della trasmissione (possibili più risposte)	I vari punti di vista hanno ricevuto tempo e attenzione bilanciati	108	92	248	49	64	37	16	1	615
	La conduzione ha tenuto un comportamento "super partes" rispetto ai vari punti di vista enunciati	84	68	158	36	40	31	0	0	417
	La conduzione è riuscita a evidenziare i vari argomenti enunciati a sostegno dei vari pareri nel dibattito e nel contraddittorio	8	15	87	10	11	5	1	0	137
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	5	15	19	8	14	5	7	2	75
Totale		205	190	512	103	129	78	24	3	1244

Tavola 61b. Ambiti e temi dell'imparzialità della trasmissione: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
Riguardo all'imparzialità della trasmissione (possibili più risposte)	I vari punti di vista hanno ricevuto tempo e attenzione bilanciati	17,6%	15,0%	40,3%	8,0%	10,4%	6,0%	2,6%	0,2%	100,0%
	La conduzione ha tenuto un comportamento "super partes" rispetto ai vari punti di vista enunciati	20,1%	16,3%	37,9%	8,6%	9,6%	7,4%	0,0%	0,0%	100,0%
	La conduzione è riuscita a evidenziare i vari argomenti enunciati a sostegno dei vari pareri nel dibattito e nel contraddittorio	5,8%	10,9%	63,5%	7,3%	8,0%	3,6%	0,7%	0,0%	100,0%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	6,7%	20,0%	25,3%	10,7%	18,7%	6,7%	9,3%	2,7%	100,0%
		16,4%	15,2%	41,1%	8,2%	10,3%	6,2%	1,9%	0,2%	100,00%

Tavola 61c. Ambiti e temi dell'imparzialità della trasmissione: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Riguardo all'imparzialità della trasmissione (possibili più risposte)	I vari punti di vista hanno ricevuto tempo e attenzione bilanciati	52,7%	48,4%	48,4%	47,6%	49,6%	47,4%	66,7%	33,3%	49,2%
	La conduzione ha tenuto un comportamento "super partes" rispetto ai vari punti di vista enunciati	41,0%	35,8%	30,9%	35,0%	31,0%	39,7%	0,0%	0,0%	26,6%
	La conduzione è riuscita a evidenziare i vari argomenti enunciati a sostegno dei vari pareri nel dibattito e nel contraddittorio	3,9%	7,9%	17,0%	9,7%	8,5%	6,4%	4,2%	0,0%	7,2%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	2,4%	7,9%	3,7%	7,8%	10,9%	6,4%	29,2%	66,7%	16,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.3.4 La neutralità delle trasmissioni

La neutralità, infine. Nel 59,8% dei casi in cui viene riconosciuta, ne viene attribuita la capacità di garantirla alla narrazione e alla conduzione; nel 18,3%, invece, a "Le immagini, il registro sonoro e i dettagli della ripresa hanno evitato elementi morbosi e sensazionalistici" e, nel 13,6%, a "I soggetti coinvolti nel dibattito e nel contraddittorio hanno mantenuto un atteggiamento corretto e misurato (che non ha mai assunto le movenze di un alterco)".

Non si segnalano casi di trasmissioni con aree di miglioramento.

Le rubriche dei telegiornali trainano le diverse tipologie di programma, con il 46,7% dei riscontri; segue "Cultura" col 18,2%. Al terzo posto "Telegiornali", con l'11,4%.

Tavola 62a. Ambiti e temi della neutralità della trasmissione: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
Riguardo alla neutralità della trasmissione (possibili più risposte)	I soggetti coinvolti nel dibattito e nel contraddittorio hanno mantenuto un atteggiamento corretto e misurato (che non ha mai assunto le movenze di un alterco)	20	37	135	15	40	17	2	0	266
	Le inquadrature del pubblico hanno mostrato una civile e composta attenzione, senza tifo da stadio	2	2	20	1	23	1	0	0	49
	Messaggi e interventi del pubblico a casa, mostrati in sovrimpressione o con altri mezzi, erano improntati a una partecipazione civile e composta	7	6	24	9	10	3	0	0	59
	Le immagini, il registro sonoro e i dettagli della ripresa hanno evitato elementi morbosi e sensazionalistici	66	46	119	20	29	9	10	0	299
	La conduzione ha saputo fermare sul nascere eventuali eccessi	0	5	46	3	6	1	1	0	62
	La neutralità della trasmissione è garantita dalla narrazione e dalla conduzione	140	127	261	73	85	48	15	9	758
Totale		235	223	605	121	193	79	28	9	1493

Tavola 62b. Ambiti e temi della neutralità della trasmissione: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
Riguardo alla neutralità della trasmissione (possibili più risposte)	I soggetti coinvolti nel dibattito e nel contraddittorio hanno mantenuto un atteggiamento corretto e misurato (che non ha mai assunto le movenze di un alterco)	7,5%	13,9%	50,8%	5,6%	15,0%	6,4%	0,8%	0,0%	100,0%
	Le inquadrature del pubblico hanno mostrato una civile e composta attenzione, senza tifo da stadio	4,1%	4,1%	40,8%	2,0%	46,9%	2,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Messaggi e interventi del pubblico a casa, mostrati in sovrapposizione o con altri mezzi, erano improntati a una partecipazione civile e composta	11,9%	10,2%	40,7%	15,3%	16,9%	5,1%	0,0%	0,0%	100,0%
	Le immagini, il registro sonoro e i dettagli della ripresa hanno evitato elementi morbosi e sensazionalistici	22,1%	15,4%	39,8%	6,7%	9,7%	3,0%	3,3%	0,0%	100,0%
	La conduzione ha saputo fermare sul nascere eventuali eccessi	0,0%	8,1%	74,2%	4,8%	9,7%	1,6%	1,6%	0,0%	100,0%
	La neutralità della trasmissione è garantita dalla narrazione e dalla conduzione	18,5%	16,8%	34,4%	9,6%	11,2%	6,3%	2,0%	1,2%	100,0%
		11,4%	46,7%	7,3%	18,2%	4,0%	1,2%	1,2%	0,2%	100,0%

Tavola 62c. Ambiti e temi della neutralità della trasmissione: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Riguardo alla neutralità della trasmissione e (possibili più risposte)	I soggetti coinvolti nel dibattito e nel contraddittorio hanno mantenuto un atteggiamento corretto e misurato (che non ha mai assunto le movenze di un alterco)	8,5%	16,6%	22,3%	12,4%	20,7%	21,5%	7,1%	0,0%	13,6%
	Le inquadrature del pubblico hanno mostrato una civile e composta attenzione, senza tifo da stadio	0,9%	0,9%	3,3%	0,8%	11,9%	1,3%	0,0%	0,0%	2,3%
	Messaggi e interventi del pubblico a casa, mostrati in sovrimpressioni e o con altri mezzi, erano improntati a una partecipazione civile e composta	3,0%	2,7%	4,0%	7,4%	5,2%	3,8%	0,0%	0,0%	3,2%
	Le immagini, il registro sonoro e i dettagli della ripresa hanno evitato elementi morbosi e sensazionalistici	28,1%	20,6%	19,7%	16,5%	15,0%	11,4%	35,7%	0,0%	18,3%
	La conduzione ha saputo fermare sul nascere eventuali eccessi	0,0%	2,2%	7,6%	2,5%	3,1%	1,3%	3,6%	0,0%	2,5%
	La neutralità della trasmissione è garantita dalla narrazione e dalla conduzione	59,6%	57,0%	43,1%	60,3%	44,0%	60,8%	53,6%	100,0%	59,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.4 L'articolata composizione della società in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa

Il campione pertinente con la capacità della programmazione di esprimere efficacemente il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi (1.710 casi in valori assoluti, 97,7% del campione pertinente col pluralismo sociale: cfr. *Tavola 41a, 41b, 41c*) è stato valutato successivamente con lo scopo di far emergere gli ambiti e i temi sottostanti alla rappresentazione efficace dell'articolata composizione della società in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa.

Le risposte a questo quesito, che ne consentiva più di una, sono state pari a 2.024 (cfr. *Tavola 63a*), un numero decisamente significativo.

“Approfondimento informativo” è stata la tipologia di programma in cui più frequentemente la variabile è stata individuata (31,1%); a seguire “Intrattenimento” (14,4%) e “Rubriche dei telegiornali” (13,7%).

Quando riscontrata, questa variabile è stata ricondotta a 5 diverse categorie. Quella che ha raggiunto il numero più alto di attivazioni è stata “Attraverso la presenza in trasmissione di persone rappresentative di tale articolazione”, nel 37,5% dei casi; poi “Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono proposti modelli positivi di inclusione”, nel 21,3%; poi ancora “Attraverso i personaggi e le vicende rappresentate (nei programmi di finzione)”, nel 14,6%.

Non sono stati registrati casi di compromissione della capacità di descrizione dell'articolata composizione della società in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa, che abbiano dato luogo a segnalazioni di criticità.

Tavola 63a. Ambiti e temi della rappresentazione dell'articolata composizione della società: valori assoluti

		Tipologia del programma							Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		
L'articolata composizione della società in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa, è mostrata nella trasmissione (possibili più risposte)	Attraverso i personaggi e le vicende rappresentate (nei programmi di finzione)	18	21	53	25	24	5	141	4	291
	Attraverso la presenza in trasmissione di persone rappresentative di tale articolazione	78	93	254	83	152	30	10	46	746
	Attraverso la presenza nel pubblico in studio, convenientemente inquadrato, di persone rappresentative di tale articolazione	1	5	6	1	10	0	0	0	23
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono proposti modelli positivi di inclusione	76	66	149	57	63	11	42	7	471
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono sottoposti a critica eventi, atteggiamenti, posizioni negative riguardanti l'inclusione sociale	22	31	81	17	12	2	30	1	196
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	31	63	88	30	31	27	4	23	297
Totale		226	279	631	213	292	75	227	81	2024

Tavola 63b. Ambiti e temi della rappresentazione dell'articolata composizione della società: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma							Totale	
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		Spot e campagne socio-istituzionali
L'articolata composizione della società in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa, è mostrata nella trasmissione (possibili più risposte)	Attraverso i personaggi e le vicende rappresentate (nei programmi di finzione)	6,2%	7,2%	18,2%	8,6%	8,2%	1,7%	48,5%	1,4%	100,0%
	Attraverso la presenza in trasmissione di persone rappresentative di tale articolazione	10,5%	12,5%	34,0%	11,1%	20,4%	4,0%	1,3%	6,2%	100,0%
	Attraverso la presenza nel pubblico in studio, convenientemente inquadrato, di persone rappresentative di tale articolazione	4,3%	21,7%	26,1%	4,3%	43,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono proposti modelli positivi di inclusione	16,1%	14,0%	31,6%	12,1%	13,4%	2,3%	8,9%	1,5%	100,0%
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono sottoposti a critica eventi, atteggiamenti, posizioni negative riguardanti l'inclusione sociale	11,2%	15,8%	41,3%	8,7%	6,1%	1,0%	15,3%	0,5%	100,0%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	10,4%	21,2%	29,6%	10,1%	10,4%	9,1%	1,3%	7,7%	100,0%
Totale		11,1%	13,7%	31,1%	10,5%	14,4%	3,7%	11,2%	4,0%	100,0%

Tavola 63c. Ambiti e temi della rappresentazione dell'articolata composizione della società: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma							Totale	
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		Spot e campagne socio-istituzionali
L'articolata composizione della società in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa, è mostrata nella trasmissione (possibili più risposte)	Attraverso i personaggi e le vicende rappresentate (nei programmi di finzione)	8,0%	7,5%	8,4%	11,7%	8,2%	6,7%	62,1%	4,9%	14,6%
	Attraverso la presenza in trasmissione di persone rappresentative di tale articolazione	34,5%	33,3%	40,3%	39,0%	52,1%	40,0%	4,4%	56,8%	37,5%
	Attraverso la presenza nel pubblico in studio, convenientemente inquadrato, di persone rappresentative di tale articolazione	0,4%	1,8%	1,0%	0,5%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono proposti modelli positivi di inclusione	33,6%	23,7%	23,6%	26,8%	21,6%	14,7%	18,5%	8,6%	21,3%
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono sottoposti a critica eventi, atteggiamenti, posizioni negative riguardanti l'inclusione sociale	9,7%	11,1%	12,8%	8,0%	4,1%	2,7%	13,2%	1,2%	7,8%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	13,7%	22,6%	13,9%	14,1%	10,6%	36,0%	1,8%	28,4%	17,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.5 L'attenzione alle minoranze e alle persone con disabilità

Nella sezione dedicata alle innovazioni lessicali del sito dell'Accademia della Crusca il termine 'abilismo' si guadagna il proprio spazio nel 2021. A giudizio di chi ha curato l'approfondimento, si tratta di una parola attestata per la prima volta nel 2006 che solo nel 2020 ha trovato una sua consacrazione nell'uso non specialistico, nello specifico dei Disability Studies. L'-ismo con cui la parola è stata derivata da *disabile* ne identifica il riferimento in "Discriminazione, pregiudizio o marginalizzazione nei confronti delle persone disabili". Tale premessa definitoria sembra trovare perfetta corrispondenza nei numeri delle attivazioni pertinenti con questo tema restituiti dal monitoraggio. Il **98,8% di soggetti abili** rilevati complessivamente (98,6 F ma 99,9% M) lascia pochi dubbi all'ipotesi di sussistenza di una marginalizzazione di tutte le forme di non abilismo che nella società italiana corrispondono a tutt'altri numeri (senza pretesa di esaustività, si consideri che ISTAT per il 2021 parla del 3,5% della popolazione studentesca scolastica, del 10% della popolazione anziana e addirittura del 37,5% di quella molto anziana²⁹). Questa marginalizzazione, che fa pendant con quella relativa all'età di persone e personaggi rappresentati, costituisce una vera e propria prova di abilismo, peraltro perpetrato nei confronti delle donne più che degli uomini. La **disabilità legata alla vecchiaia risulta del resto essere la meno rappresentata**, sia in prospettiva intragenere sia intergeneri: indizio probabile dell'azione intersezionale dei due pregiudizi televisivi. Da un punto di vista percentuale, questa categoria corrisponde allo 0,2% del campione, corrispondente a 53 casi. Analoga percentuale, con minime differenze decimali, anche se per 61 casi, è invece quella in cui è stata ravvisata la presenza di persone o personaggi portatori di "Disabilità temporanea"; terza e ultima in ordine crescente la "Disabilità cronica", riscontrata nello 0,8% del campione e in 242 persone o personaggi (si vedano le tavole 16b e 16c, inserite nella sezione relativa al tema della rappresentazione della figura femminile che qui si ripropongono con il medesimo numero ma adeguate alla veste cromatica del pluralismo).

Sommate, queste occorrenze fanno 356, un numero decisamente troppo esiguo perché si possa puntare a una interiorizzazione, da parte del pubblico, di una rappresentazione della disabilità in grado di sfidare quegli stereotipi e approcci ancora molto diffusi che spesso si esauriscono nella compassione o, peggio, nel pietismo.

Tavola 16b. Abilismo e generi: la distribuzione del singolo genere nelle categorie di dis/abilità

Genere personaggi	Abilità				Totale
	Abilità	Disabilità momentanea	Disabilità cronica	Disabilità legata alla vecchiaia	
M	99,0%	0,2%	0,6%	0,2%	100,0%
F	98,6%	0,2%	1,0%	0,2%	100,0%
Transgender	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Altro	93,0%	0,0%	7,0%	0,0%	100,0%
Totale	98,9%	0,2%	0,8%	0,2%	100,0%

²⁹ <https://www.istat.it/it/archivio/disabili>

Tavola 16c. Abilismo e generi: la distribuzione dei generi per categoria di dis/abilità

Genere personaggi	Abilità				Totale
	Abilità	Disabilità momentanea	Disabilità cronica	Disabilità legata alla vecchiaia	
M	63,0%	60,7%	51,2%	56,6%	62,9%
F	36,7%	39,3%	47,1%	43,4%	36,8%
Transgender	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Altro	0,2%	0,0%	1,7%	0,0%	0,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Operativamente, al fine della restituzione di un quadro composito del pluralismo sociale, la categoria delle persone con disabilità è stata rilevata e censita insieme a quella riferita alle minoranze. L'una e l'altra, sommate, sono state individuate in 977 casi (621 sono quelli che, per sottrazione, si riferiscono a minoranze), un numero sensibilmente più basso rispetto ad altri gruppi sociali.

L'attenzione verso questi gruppi si è manifestata: "Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono proposti modelli positivi di integrazione di diversità, disabilità, minoranze" (37,2%), "Attraverso la presenza in trasmissione di persone testimoni di tali categorie" (28,3%), "Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono sottoposti a critica eventi, atteggiamenti, posizioni negative riguardanti l'integrazione di diversità, disabilità, minoranze" (15,7%). Da segnalare, inoltre, che solo nello 0,6% di casi pertinenti con il quesito l'attenzione è stata espressa "Attraverso la presenza nel pubblico in studio, convenientemente inquadrato, di persone rappresentative testimoni di tali categorie".

Ai programmi di approfondimento informativo, con il 37,8%, va invece il primato della rappresentazione. Seconda, piuttosto staccata, con il 14%, la fiction di produzione. La fiction di produzione, quindi, sa percorrere anche temi scottanti, che potrebbero apparire poco spettacolari (la disabilità) o divisivi (le minoranze), portandoli all'attenzione di un pubblico vasto. Più in generale, è significativo un atteggiamento trasversale della programmazione, al di là delle differenze tra i vari generi televisivi, di attenzione verso tematiche di rilevante impatto sociale, spesso ignorate o nascoste nelle narrazioni pubbliche.

Tavola 64a. Ambiti e temi dell'attenzione alle minoranze e alle persone con disabilità: valori assoluti

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
L'attenzione alle minoranze, e alle persone con disabilità è mostrata nella trasmissione (possibili più risposte)	Attraverso i personaggi e le vicende rappresentate (nei programmi di finzione)	16	5	20	8	7	0	84	5	145
	Attraverso la presenza in trasmissione di persone testimoni di tali categorie	36	29	123	18	48	7	6	10	277
	Attraverso la presenza nel pubblico in studio, convenientemente inquadrato, di persone rappresentative testimoni di tali categorie	0	0	2	0	3	0	0	1	6
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono proposti modelli positivi di integrazione di diversità, disabilità, minoranze	51	42	140	33	54	9	28	7	364
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono sottoposti a critica eventi, atteggiamenti, posizioni negative riguardanti l'integrazione di diversità, disabilità, minoranze	17	21	75	9	16	0	15	1	154
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	2	7	10	1	5	2	4	0	31
Totale		122	104	370	69	133	18	137	24	977

Tavola 64b. Ambiti e temi dell'attenzione alle minoranze e alle persone con disabilità: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma							Totale	
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		Spot e campagne socio-istituzionali
L'attenzione alle minoranze, e alle persone con disabilità è mostrata nella trasmissione (possibili più risposte)	Attraverso i personaggi e le vicende rappresentate (nei programmi di finzione)	11,0%	3,4%	13,8%	5,5%	4,8%	0,0%	57,9%	3,4%	100,0%
	Attraverso la presenza in trasmissione di persone testimoni di tali categorie	13,0%	10,5%	44,4%	6,5%	17,3%	2,5%	2,2%	3,6%	100,0%
	Attraverso la presenza nel pubblico in studio, convenientemente inquadrato, di persone rappresentative testimoni di tali categorie	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	16,7%	100,0%
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono proposti modelli positivi di integrazione di diversità, disabilità, minoranze	14,0%	11,5%	38,5%	9,1%	14,8%	2,5%	7,7%	1,9%	100,0%
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono sottoposti a critica eventi, atteggiamenti, posizioni negative riguardanti l'integrazione di diversità, disabilità, minoranze	11,0%	13,6%	48,7%	5,8%	10,4%	0,0%	9,7%	0,6%	100,0%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	6,5%	22,6%	32,3%	3,2%	16,1%	6,5%	12,9%	0,0%	100,0%
Totale		12,4%	10,6%	37,8%	7,0%	13,6%	1,8%	14,0%	2,4%	100,0%

Tavola 64c. Ambiti e temi dell'attenzione alle minoranze e alle persone con disabilità: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma							Totale	
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai		Spot e campagne socio-istituzionali
L'attenzione alle minoranze, e alle persone con disabilità è mostrata nella trasmissione (possibili più risposte)	Attraverso i personaggi e le vicende rappresentate (nei programmi di finzione)	13,1%	4,8%	5,4%	11,6%	5,3%	0,0%	61,3%	20,8%	14,8%
	Attraverso la presenza in trasmissione di persone testimoni di tali categorie	29,5%	27,9%	33,2%	26,1%	36,1%	38,9%	4,4%	41,7%	28,3%
	Attraverso la presenza nel pubblico in studio, convenientemente inquadrato, di persone rappresentative testimoni di tali categorie	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	4,2%	0,6%
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono proposti modelli positivi di integrazione di diversità, disabilità, minoranze	41,8%	40,4%	37,8%	47,8%	40,6%	50,0%	20,4%	29,2%	37,2%
	Attraverso i temi affrontati in trasmissione, o nella fiction, in cui sono sottoposti a critica eventi, atteggiamenti, posizioni negative riguardanti l'integrazione di diversità, disabilità, minoranze	13,9%	20,2%	20,3%	13,0%	12,0%	0,0%	10,9%	4,2%	15,7%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	1,6%	6,7%	2,7%	1,4%	3,8%	11,1%	2,9%	0,0%	3,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.6 La rappresentazione di controversie, vertenze e processi

Il sottocampione pertinente col tema è stato fatto, infine, oggetto di monitoraggio anche per la rappresentazione, da parte dei programmi, di controversie, vertenze e processi.

Il quesito posto consentiva la selezione di più risposte: 4 per categorie implicanti la presenza della variabile considerata più una per la non rilevanza.

L'approfondimento informativo, con il 48,61%, è risultato essere la tipologia di programmi più coinvolta nella rappresentazione; a seguire "Telegiornali" (31,1%) e, molto dopo, "Rubriche dei telegiornali" (7,3%).

Per ciò che concerne le forme della rappresentazione, il giudizio positivo si deve al fatto che “È tutelata la privacy di terzi citati nel dibattito” (32,9%), che “Nessuno dei soggetti è vittimizzato” (24,4%), che “Le posizioni delle parti sono equamente rappresentate” (22,6%).

Non si segnalano casi di trasmissioni con aree di miglioramento.

Tavola 65a. Ambiti e temi di rappresentazioni di controversie, vertenze o processi rispettose: valori assoluti

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Nelle rappresentazioni di controversie, vertenze e processi, per ciò che attiene al rispetto del Tribunale, dei danneggiati, degli imputati, dei testimoni, nella trasmissione (possibili più risposte)	Le posizioni delle parti sono equamente rappresentate	41	5	54	3	1	1	9	0	114
	È tutelata la privacy di terzi citati nel dibattito	50	13	88	6	4	4	1	0	166
	Nessuno dei soggetti è vittimizzato	40	13	54	2	4	4	6	0	123
	La selezione delle scene processuali consente al pubblico di formarsi una propria opinione sul caso e di accrescere la propria conoscenza del suo oggetto	17	6	42	6	1	2	4	0	78
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	9	0	7	0	3	0	3	1	23
Totale		157	37	245	17	13	11	23	1	504

Tavola 65b. Ambiti e temi di rappresentazioni di controversie, vertenze o processi rispettose: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Nelle rappresentazioni di controversie, vertenze e processi, per ciò che attiene al rispetto del Tribunale, dei danneggiati, degli imputati, dei testimoni, nella trasmissione (possibili più risposte)	Le posizioni delle parti sono equamente rappresentate	36,0%	4,4%	47,4%	2,6%	0,9%	0,9%	7,9%	0,0%	100,0%
	È tutelata la privacy di terzi citati nel dibattito	30,1%	7,8%	53,0%	3,6%	2,4%	2,4%	0,6%	0,0%	100,0%
	Nessuno dei soggetti è vittimizzato	32,5%	10,6%	43,9%	1,6%	3,3%	3,3%	4,9%	0,0%	100,0%
	La selezione delle scene processuali consente al pubblico di formarsi una propria opinione sul caso e di accrescere la propria conoscenza del suo oggetto	21,8%	7,7%	53,8%	7,7%	1,3%	2,6%	5,1%	0,0%	100,0%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	39,1%	0,0%	30,4%	0,0%	13,0%	0,0%	13,0%	4,3%	100,0%
Totale		31,1%	7,3%	48,6%	3,3%	2,5%	2,1%	4,5%	0,2%	100,0%

Tavola 65c. Ambiti e temi di rappresentazioni di controversie, vertenze o processi rispettose: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Nelle rappresentazioni di controversie, vertenze e processi, per ciò che attiene al rispetto del Tribunale, dei danneggiati, degli imputati, dei testimoni, nella trasmissione (possibili più risposte)	Le posizioni delle parti sono equamente rappresentate	26,1%	13,5%	22,0%	17,6%	7,7%	9,1%	39,1%	0,0%	22,6%
	È tutelata la privacy di terzi citati nel dibattito	31,8%	35,1%	35,9%	35,3%	30,8%	36,4%	4,3%	0,0%	32,9%
	Nessuno dei soggetti è vittimizzato	25,5%	35,1%	22,0%	11,8%	30,8%	36,4%	26,1%	0,0%	24,4%
	La selezione delle scene processuali consente al pubblico di formarsi una propria opinione sul caso e di accrescere la propria conoscenza del suo oggetto	10,8%	16,2%	17,1%	35,3%	7,7%	18,2%	17,4%	0,0%	15,4%
	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	5,7%	0,0%	2,9%	0,0%	23,1%	0,0%	13,0%	100,0%	4,5%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

In conclusione, complessivamente si può perciò affermare che formato e linguaggio delle trasmissioni sono risultati adeguati a garantire, ma anche a promuovere attivamente il pluralismo sociale. Questo risultato è ascrivibile a un linguaggio verbale e a una forma che si dimostrano capaci di raggiungere il pubblico, alla correttezza dei modi in cui i temi espressivi del pluralismo sociale e relativi personaggi sono affrontati e a un uso espressivo delle immagini coerente con l'obiettivo di descrivere la varietà e la diversità, rispettando la dignità delle persone.

Lo stile e le modalità della narrazione appaiono dunque capaci di trattare temi e questioni in modo tale da permettere al pubblico di formarsi una propria opinione, attraverso l'offerta di validi strumenti e di una panoramica esauriente dei vari punti di vista, attingendo di norma a fonti autorevoli e affidabili in modo da permettere a tutti una comprensione adeguata.

4.7 Uno sguardo complessivo sul tema del pluralismo sociale

A conclusione anche di questa sezione si forniscono di seguito i dati numerici relativi alle segnalazioni concernenti il tema del pluralismo dei temi, dei linguaggi e dei soggetti nella programmazione.

Alla luce delle rilevazioni effettuate si può affermare che questo ambito costituisce quello in assoluto più virtuoso: 19 sono le segnalazioni complessive, di cui 17 corrispondenti a best practice. Delle due restanti, una è stata derubricata perché frutto di un eccesso interpretativo. L'altra costituisce invece l'unico caso di criticità: un episodio relativo a un programma di intrattenimento che ha attraversato trasversalmente tutti i temi monitorati.

Le segnalazioni di best practice hanno riguardato il pluralismo sociale insieme a uno o più altri temi oggetto dell'intero monitoraggio.

Coinvolti quasi tutti i macrogeneri di programmi: l'approfondimento informativo con 9 casi, le rubriche dei tg con 4, l'intrattenimento con 2, la cultura, i telegiornali e la fiction di produzione con 1.

Le reti di messa in onda sono state Rai 3 in 10 casi, Rai 1 in 7 e Rai 2 in 1.

Per ciò che riguarda le fasce orarie di messa in onda, 1 segnalazione di best practice ha riguardato la fascia della mattina (6.00-12.00), 1 la fascia 12.00-15.00, 2 il day-time pomeridiano (15.00-18.00), 1 la fascia pre-serale (18.00-21.00), 5 il prime-time (21.00-23.00) e 8 la seconda serata (23.00-02.00).

Le segnalazioni sono state attivate dal riconoscimento, nella programmazione, di narrazioni e discorsi che hanno rappresentato in modo corretto, ben strutturato ed equilibrato la disabilità e la malattia mentale, la violenza maschile contro le donne, le diverse identità di genere presenti nella società e più in generale la complessità sociale della popolazione, a beneficio anche dell'inclusione sociale. O, ancora, che hanno garantito opportunità di espressione a una variegata gamma di componenti sociali, anche grazie a rappresentazioni equilibrate e sfidanti.

È stata inoltre ravvisata la capacità di saper fare un uso sapiente del contraddittorio, di produrre narrazioni cronachistiche imparziali, complete ed esaurienti e, in un caso, di promuovere sostenibilità ambientale e cittadinanza digitale.

In ultimo va sottolineato come, di norma, sia stata l'intera trasmissione ad attivare la best practice, laddove nell'unico caso di criticità si è invece trattato di una serie di frammenti.

I dati nel loro complesso concorrono pertanto a un giudizio ampiamente positivo. Non ultimo, la ricchezza tematica, narrativa e discorsiva ha prodotto benefici palesi anche per la coesione sociale, intersecata in 11 casi.

5. La capacità di contribuire alla creazione di coesione sociale

La ricerca si basa su una definizione a doppio binario di coesione sociale: la prima, elaborata negli anni precedenti dalla Direzione Marketing Rai con il supporto dei più importanti istituti di ricerca operanti in Italia; la seconda, frutto della ricerca che l'Ufficio Studi Rai ha svolto, nel corso del 2020, con il supporto di un gruppo di esperti provenienti dall'ISTAT, dal Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università Luiss e dalla Rappresentanza in Italia della Commissione Europea.

Alla luce dell'importante dibattito che ha avuto luogo intorno a questo "quasi concetto"³⁰ la definizione di coesione sociale che ha guidato la ricerca nel 2021 e che - in continuità con l'analisi svolta per il 2020 - tiene conto di entrambi i sopracitati studi realizzati dalla Rai, è stata la seguente: *"la condizione che contraddistingue le collettività nazionali caratterizzate dal riconoscimento di una comune identità storica e culturale, da comuni valori e interessi, dal senso di appartenenza a una stessa comunità, dalla presenza di una rete attiva di relazioni sociali e di mezzi di comunicazione che facilitino la partecipazione di tutti alla vita civile, sociale, politica e culturale. D'altra parte, una società è tanto più coesa quanto più gli individui e le comunità che ne fanno parte hanno fiducia nel fatto che i valori e la cultura, le Istituzioni e le norme, come pure i meccanismi concreti di funzionamento e di formazione del potere economico e politico, sono favorevoli al perseguimento dei propri obiettivi di sviluppo personale e sociale"*.

Come detto anche in occasione del precedente rapporto, la coesione sociale dunque può essere promossa e si può contribuire a crearla, con un ventaglio di azioni da valutare qualitativamente, sapendo che non è un obiettivo da raggiungere una volta per tutte, ma in continuo divenire, migliorando, ampliando e adattando gli strumenti messi in atto per promuoverla. In quest'ottica, è determinante l'impegno del servizio pubblico per concorrere alla diffusione di contenuti e prodotti di comunicazione volti a formare una cultura della legalità, del rispetto della diversità di genere e di orientamento sessuale, nonché di promozione e valorizzazione della famiglia, delle pari opportunità, del rispetto della persona, della convivenza civile, del contrasto ad ogni forma di violenza, anche attraverso la condivisione di valori e sentimenti comuni tra i diversi cluster della popolazione.

La dimensione dello **sviluppo umano** e della **realizzazione individuale**, che implica una condizione di **libertà di scelta e di azione** nell'ambito di una comunità di riferimento è l'altro fattore determinante per la creazione della coesione sociale. La costruzione di "capacità", soprattutto attraverso l'istruzione e la formazione, e l'accesso all'informazione, è anche il tramite attraverso il quale gli individui vengono a disporre della libertà di scelta necessaria all'effettiva realizzazione della propria completezza umana. La fiducia infine è un'altra componente importante di questo aspetto, perché da essa dipende il senso di appartenenza alla comunità e la volontà di restarne parte, ovvero la sua coesione. Si tratta anzitutto della fiducia nel buon funzionamento della comunità nel suo insieme, nelle sue istituzioni, nei suoi valori fondanti, nella capacità di far valere criteri di giustizia e di evolvere secondo tali principi.

Alla luce di tali considerazioni, sostenere la coesione sociale da parte del Servizio pubblico significa compiere un ampio ventaglio di funzioni, fra le quali:

³⁰ Con questa terminologia e, analogamente, con quella di 'term of art', in letteratura scientifica si allude a "una di quelle costruzioni mentali ibride che la politica ci propone sempre più spesso al duplice scopo di identificare un possibile consenso sulla lettura della realtà, e al tempo stesso di forgiarlo [...] un ideale a cui tendere, piuttosto che una realtà osservabile [...]" (AA.VV., *Coesione sociale. La sfida del servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale*, a cura dell'Ufficio Studi Rai, 2020, p. 30).

- **descrivere efficacemente le realtà del Paese** nella sua varietà e nella sua molteplice diversità;
- esprimere la **pluralità delle voci e delle opzioni culturali ed etiche**, restituendo con equilibrio la natura controversa di temi e problemi, con una modalità di presentazione, una imparzialità, un linguaggio ed un uso delle immagini capaci di raggiungere i vari gruppi sociali a cui appartengono i telespettatori;
- favorire la **formazione autonoma di opinioni e idee** e la **partecipazione attiva e consapevole** alla vita del Paese e lo sviluppo del **senso critico, civile ed etico**;
- diffondere contenuti audiovisivi e altri prodotti di comunicazione volti a formare una **cultura della legalità e del contrasto ad ogni forma di violenza**, del rispetto della persona e delle diversità di genere e di orientamento sessuale, nonché di valorizzazione della convivenza civile;
- porre in evidenza la relazione fra lo **sviluppo umano e l'acquisizione delle capacità** (istruzione, formazione, informazione) che rendono effettivi i diritti di libertà;
- comunicare una **informazione verificata e credibile** evitando di far circolare notizie e dati di dubbia provenienza; ed evitando, pur nel rispetto nella libertà di espressione e delle esigenze di pluralismo, di concedere spazio e parola ai portatori di simili atteggiamenti.

Notiamo preliminarmente che nel complesso delle trasmissioni monitorate l'area della "promozione della coesione sociale" è stata considerata pertinente in 1.689 trasmissioni su 1.750, pari al 96,5%. Un dato altissimo, ancora superiore al 92,9% dell'anno precedente, che ci dice come la quasi totalità delle trasmissioni Rai riguardi in qualche modo la coesione sociale, comprovando la centralità di questa tematica nella programmazione del Servizio pubblico Rai.

Tavola 66a. La capacità di contribuire alla coesione sociale: valori assoluti per tipologia di programma

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	198	2	200
	Rubriche dei telegiornali	235	10	245
	Approfondimento informativo	514	6	520
	Cultura	167	7	174
	Intrattenimento	253	22	275
	Rubriche sportive	72	11	83
	Fiction di produzione Rai	160	3	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	90	0	90
Totale		1689	61	1750

Tavola 66b. La capacità di contribuire alla coesione sociale: percentuali per singola tipologia di programma

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		
		Sì	No	
Tipologia programma del	Telegiornali	99,0%	1,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	95,9%	4,1%	100,0%
	Approfondimento informativo	98,8%	1,2%	100,0%
	Cultura	96,0%	4,0%	100,0%
	Intrattenimento	92,0%	8,0%	100,0%
	Rubriche sportive	86,7%	13,3%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	98,2%	1,8%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	100,0%		100,0%
Totale		96,5%	3,5%	100,0%

Tavola 66c. La capacità di contribuire alla coesione sociale: percentuali per tipologie di programma

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	11,7%	3,3%	11,4%
	Rubriche dei telegiornali	13,9%	16,4%	14,0%
	Approfondimento informativo	30,4%	9,8%	29,7%
	Cultura	9,9%	11,5%	9,9%
	Intrattenimento	15,0%	36,1%	15,7%
	Rubriche sportive	4,3%	18,0%	4,7%
	Fiction di produzione Rai	9,5%	4,9%	9,3%
	Spot e campagne socio-istituzionali	5,3%		5,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

I valori sono comprensibilmente più alti nel comparto informativo e anche nella fiction di produzione, ma si raggiungono livelli di consolidata eccellenza per tutte le tipologie di programmazione. Nella ripartizione per reti, il dato di pertinenza del tema della promozione sociale si colloca fra il 94,7% di Rai 2 e il 98,6% di Rai 3.

Tavola 67b. La capacità di contribuire alla coesione sociale: percentuali per singola rete

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	95,2%	4,8%	100,0%
	RAI 2	94,7%	5,3%	100,0%
	RAI 3	98,6%	1,4%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	100,0%	0,0%	100,0%
Totale		96,5%	3,5%	100,0%

Tavola 67c. La capacità di contribuire alla coesione sociale: percentuali per reti

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	36,3%	50,8%	36,8%
	RAI 2	22,3%	34,4%	22,7%
	RAI 3	36,2%	14,8%	35,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	5,2%	0,0%	5,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Una simile compattezza è visibile anche nella ripartizione per fasce orarie, in appendice. È la pregiata fascia 18-21 a presentare il dato di pertinenza relativamente più basso, un favorevolissimo 94,7%.

Si è successivamente proceduto, a somiglianza degli altri temi del monitoraggio, a tradurre queste valutazioni in modo quantitativo attraverso l'applicazione di quattro indicatori, su una scala da 1 a 10, che confluiscono in un indice sintetico complessivo. I quattro indicatori applicati sono gli stessi dell'anno precedente per consentire un più puntuale confronto:

1. capacità di rappresentare in modo equilibrato e non lesivo le diverse articolazioni e identità presenti nella società
2. capacità di promuovere lo sviluppo umano, i diritti e le diversità in modo inclusivo
3. capacità di promuovere la strutturazione, il rafforzamento e la crescita della comunità, anche nelle sue proiezioni esterne
4. capacità di contrasto alle discriminazioni e promozione di una cultura della legalità.

Presentiamo qui di seguito i risultati messi a confronto con quelli relativi al 2020.

Figura 20. La capacità di contribuire alla coesione sociale: indice e indicatori di validità

INDICATORI TEMATICI E INDICE SINTETICO COMPLESSIVO	2021	2020
INDICE SINTETICO COMPLESSIVO	8,61	8,63
Capacità di rappresentare in modo equilibrato e non lesivo le diverse articolazioni e identità presenti nella società	8,90	8,64
Capacità di promuovere lo sviluppo umano, i diritti e le diversità in modo inclusivo	8,21	8,66
Capacità di promuovere la strutturazione, il rafforzamento e la crescita della comunità, anche nelle sue proiezioni esterne	8,17	8,60
Capacità di contrasto alle discriminazioni e promozione di una cultura della legalità	8,32	8,66

Come già indicato a proposito del pluralismo sociale, i dati sono in grado di restituire la profonda differenza nello spirito pubblico che ha attraversato l'Italia fra 2020 e 2021. Nel contesto di un ulteriore aumento di attenzione al tema della coesione (testimoniato dai valori della pertinenza precedentemente riportati), l'indice complessivo flette leggermente, come tutti gli altri nelle sue componenti ad eccezione della capacità di rappresentare le diversità che sale dall'8,64 all'8,90. Segno evidente di un'Italia meno corale, meno segnata dalla collettiva reazione alla pandemia aderendo al rigido lockdown, e invece solcata da stanchezze per le misure sanitarie, preoccupazioni per l'economia, desiderio di tornare alla normalità e – soprattutto – divisa su green pass e vaccini.

Una situazione che le “Considerazioni generali” del Rapporto Censis 2021” descrivono come una “temperie d'incertezze, speranze, contraddizioni che attraversa il Paese” (p. 3). Un Paese non più unito nella reazione alla pandemia, come nel 2020, ma in tensione: “Tensione e consapevolezza di nuove forme di coesione che sono ancora più nelle intenzioni che nei fatti e che non trovano, allo stato delle cose, soggetti e procedure in grado di promuoverle e arricchirle” (*ibidem*). In questa Italia più divisa l'operato della Rai riflette, e non può non farlo, la situazione sociale esistente e ha concentrato con efficacia le sue risorse nella capacità di rappresentare le diversità anche per assicurare che il dibattito nel Paese si svolgesse sempre all'interno della pluralità e con un livello di consulenza scientifica sempre molto alto. L'indicatore che valuta la capacità di rappresentare la diversità, in crescita, testimonia lo sforzo continuo dell'azienda per ricercare e promuovere quelle nuove forme di coesione ancora in uno stato magmatico e tentativo, come afferma il Censis.

Coerentemente con la scheda di rilevazione si sono poi esplorate nel dettaglio alcune aree particolarmente sensibili del tema, e in particolare:

1. Il contrasto e la sfida a discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo
 - In generale
 - Le forme della discriminazione
 - Il trattamento della mancanza di rispetto
2. L'efficace promozione della cultura della legalità
3. Il rispetto della dignità della persona
 - La manifestazione della violazione della dignità della persona
 - Il trattamento della violazione
4. L'attivazione di processi di empowerment del cittadino/spettatore

- Ambiti e temi del processo di empowerment del cittadino spettatore
- 5. La partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti rilevanti per la promozione sociale
 - Gli ambiti e i temi della promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese
- 6. La narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali
 - Gli attributi e le caratteristiche del potenziale apporto alla promozione della coesione sociale
- 7. La sensibilità dei minori e la capacità di comunicare loro valori positivi
 - Ambiti e temi della capacità di intercettazione della sensibilità dei minori
 - Ambiti e temi della mancata capacità di intercettazione della sensibilità dei minori

Sulla base di tutte queste specifiche elaborazioni si è poi proceduto ad alcune valutazioni conclusive più complessive.

5.1 Il contrasto e la sfida a discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo

Oltre il 50% delle trasmissioni (51,2%) contiene qualche forma di contrasto attivo a discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo, e si fanno dunque soggetti attivi nella coesione sociale (cfr. Tavola 72a, 72b e 72c) : un valore positivamente omogeneo tra le tipologie di programmi (a spot e campagne sociali e istituzionali, concentrati su un solo argomento, non si può in questo caso richiedere un comportamento attivo sul tema), ma anche tra le reti e le fasce orarie (cfr. per le reti le tavole 67a, 67b e 67c e, per le fasce orarie, le tavole 68a, 68b e 68c, tutte in appendice). Una controprova è offerta dalla relativa esiguità dei casi in cui discriminazioni e stereotipi sono stati enunciati o non efficacemente contrastati: si tratta di 60 rilevazioni (cfr. le tavole 69a, 69b e 69c per le tipologie di programmi coinvolti; le tavole 70a, 70b e 70c per le reti di riferimento; le tavole 71a, 71b e 71c per le fasce orarie coinvolte. Tutte le tavole sono riportate in appendice) per un totale di 96 rappresentazioni (il quesito consentiva l'individuazione di più ambiti di riferimento: le tabelle con i dati riferiti alle reti di messa in onda sono riportate in appendice rispettivamente ai numeri 73a, 73b e 73c; di seguito sono riportate quelle relative alla tipologia di programma): un dato che tuttavia ci dice molto sulla qualità e tipologia di tali carenze di attenzione (cfr. Tavola 72d, 72e e 72f). L'appartenenza di genere è la prima tipologia riscontrata (34 casi), seguita dall'appartenenza etnica (17) e dall'orientamento sessuale (13). Insieme le tre tipologie rappresentano il 72,9% dei casi segnalati. È significativo che il 40,6% di queste, peraltro non numerosissime, carenze riguardano l'approfondimento informativo (40,6%), piuttosto che l'intrattenimento che si limita al 25,0%.

Tavola 72a. Gli ambiti delle rappresentazioni che sfidano e contrastano stereotipi e discriminazioni: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimenti o informativi	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che contrastano e sfidano stereotipi o discriminazioni (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	56	60	160	43	75	17	36	2	449
	L'orientamento sessuale	5	3	24	6	35	0	12	1	86
	L'appartenenza generazionale	11	17	61	23	45	6	15	2	180
	L'appartenenza socioeconomica	24	21	71	8	16	0	33	0	173
	L'appartenenza professionale	25	22	63	31	32	8	28	0	209
	L'appartenenza etnica	34	44	74	30	22	9	17	1	231
	L'appartenenza religiosa	11	13	22	11	0	1	3	0	61
	L'abilità fisica	15	18	45	11	22	7	16	3	137
	L'appartenenza politica	16	12	32	6	2	0	1	0	69
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. Veganesimo ecc.)	9	7	56	12	14	3	10	3	114
Totale		206	217	608	181	263	51	171	12	1709

Tavola 72b. Gli ambiti delle rappresentazioni che sfidano e contrastano stereotipi e discriminazioni: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi riguardano (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	12,5%	13,4%	35,6%	9,6%	16,7%	3,8%	8,0%	0,4%	100,0%
	L'orientamento sessuale	5,8%	3,5%	27,9%	7,0%	40,7%	0,0%	14,0%	1,2%	100,0%
	L'appartenenza generazionale	6,1%	9,4%	33,9%	12,8%	25,0%	3,3%	8,3%	1,1%	100,0%
	L'appartenenza socioeconomica	13,9%	12,1%	41,0%	4,6%	9,2%	0,0%	19,1%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza professionale	12,0%	10,5%	30,1%	14,8%	15,3%	3,8%	13,4%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza etnica	14,7%	19,0%	32,0%	13,0%	9,5%	3,9%	7,4%	0,4%	100,0%
	L'appartenenza religiosa	18,0%	21,3%	36,1%	18,0%	0,0%	1,6%	4,9%	0,0%	100,0%
	L'abilità fisica	10,9%	13,1%	32,8%	8,0%	16,1%	5,1%	11,7%	2,2%	100,0%
	L'appartenenza politica	23,2%	17,4%	46,4%	8,7%	2,9%	0,0%	1,4%	0,0%	100,0%
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. Veganesimo ecc.)	7,9%	6,1%	49,1%	10,5%	12,3%	2,6%	8,8%	2,6%	100,0%

Tavola 72c. Gli ambiti delle rappresentazioni che sfidano e contrastano stereotipi e discriminazioni: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che contrastano e sfidano stereotipi o discriminazioni o riguardano stereotipi (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	27,2%	27,6%	26,3%	23,8%	28,5%	33,3%	21,1%	16,7%	25,6%
	L'orientamento sessuale	2,4%	1,4%	3,9%	3,3%	13,3%	0,0%	7,0%	8,3%	5,0%
	L'appartenenza generazionale	5,3%	7,8%	10,0%	12,7%	17,1%	11,8%	8,8%	16,7%	11,3%
	L'appartenenza socioeconomica	11,7%	9,7%	11,7%	4,4%	6,1%	0,0%	19,3%	0,0%	7,9%
	L'appartenenza professionale	12,1%	10,1%	10,4%	17,1%	12,2%	15,7%	16,4%	0,0%	11,7%
	L'appartenenza etnica	16,5%	20,3%	12,2%	16,6%	8,4%	17,6%	9,9%	8,3%	13,7%
	L'appartenenza religiosa	5,3%	6,0%	3,6%	6,1%	0,0%	2,0%	1,8%	0,0%	3,1%
	L'abilità fisica	7,3%	8,3%	7,4%	6,1%	8,4%	13,7%	9,4%	25,0%	10,7%
	L'appartenenza politica	7,8%	5,5%	5,3%	3,3%	0,8%	0,0%	0,6%	0,0%	2,9%
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. Veganesimo ecc.)	4,4%	3,2%	9,2%	6,6%	5,3%	5,9%	5,8%	25,0%	8,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 72d. Gli ambiti delle rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	0	2	11	1	12	0	6	2	34
	L'orientamento sessuale	0	0	4	1	4	1	3	0	13
	L'appartenenza generazionale	0	0	3	0	1	0	0	0	4
	L'appartenenza socioeconomica	0	0	5	0	0	0	1	0	6
	L'appartenenza professionale	0	0	2	0	1	0	1	0	4
	L'appartenenza etnica	3	2	4	0	3	0	5	0	17
	L'appartenenza religiosa	0	1	2	0	1	0	1	0	5
	L'abilità fisica	0	0	2	0	1	0	1	0	4
	L'appartenenza politica	0	1	2	0	0	0	0	0	3
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. veganesimo ecc.)	0	0	4	0	1	0	1	0	6
Totale		3	6	39	2	24	1	19	2	96

Tavola 72e. Gli ambiti delle rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	0,0%	5,9%	32,4%	2,9%	35,3%	0,0%	17,6%	5,9%	100,0%
	L'orientamento sessuale	0,0%	0,0%	30,8%	7,7%	30,8%	7,7%	23,1%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza generazionale	0,0%	0,0%	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza socioeconomica	0,0%	0,0%	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza professionale	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza etnica	17,6%	11,8%	23,5%	0,0%	17,6%	0,0%	29,4%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza religiosa	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%	20,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	L'abilità fisica	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza politica	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. veganesimo ecc.)	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	100,0%
Totale		3,1%	6,3%	40,6%	2,1%	25,0%	1,0%	19,8%	2,1%	100,0%

Tavola 72f. Gli ambiti delle rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	0,0%	33,3%	28,2%	50,0%	50,0%	0,0%	31,6%	100,0%	35,4%
	L'orientamento sessuale	0,0%	0,0%	10,3%	50,0%	16,7%	100,0%	15,8%	0,0%	13,5%
	L'appartenenza generazionale	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%
	L'appartenenza socioeconomica	0,0%	0,0%	12,8%	0,0%	0,0%	0,0%	5,3%	0,0%	6,3%
	L'appartenenza professionale	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	4,2%	0,0%	5,3%	0,0%	4,2%
	L'appartenenza etnica	100,0%	33,3%	10,3%	0,0%	12,5%	0,0%	26,3%	0,0%	17,7%
	L'appartenenza religiosa	0,0%	16,7%	5,1%	0,0%	4,2%	0,0%	5,3%	0,0%	5,2%
	L'abilità fisica	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	4,2%	0,0%	5,3%	0,0%	4,2%
	L'appartenenza politica	0,0%	16,7%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. veganesimo ecc.)	0,0%	0,0%	10,3%	0,0%	4,2%	0,0%	5,3%	0,0%	6,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

È interessante poi notare quale modalità di trattamento viene messa in atto dalla trasmissione, in presenza di una discriminazione o stereotipo. Le forme prevalenti – anche se in numero di casi limitato, 82 – sono rappresentate dalla conduzione che ignora la discriminazione, oppure da forme di legittimazione da parte della conduzione stessa o di altri soggetti. Si tratta di numeri che possono apparire molto alti, ma che nella maggior parte dei casi si esauriscono nel frammento di discorso che li ha originati, trovando quasi sempre compensazione e riequilibrio nell'immediato contesto e/o grazie all'intervento di un soggetto compresente nella narrazione. Solo in 4 casi tale compensazione non ha avuto luogo, originando, conseguentemente, una segnalazione di criticità: in un solo caso la segnalazione ha riguardato esclusivamente la variabile oggetto di questa riflessione (stereotipi e discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo), nei restanti 3 ha interessato anche altre variabili indagate (violazione della dignità della persona, in 2 casi, e disempowerment del cittadino spettatore).

Tavola 74a. Le forme del trattamento della mancanza di rispetto o della discriminazione: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Il trattamento della mancanza di rispetto o della discriminazione/dello stereotipo avvenuta in trasmissione consiste in (possibili più risposte)	Presa di distanza o condanna tramite personaggi, elementi narrativi o di formato del programma (stile del conduttore, concept, ecc.)	0	0	1	0	1	0	6	0	8
	Presa di distanza o condanna da parte di soggetti direttamente rappresentanti del servizio pubblico (es. conduttore/trice)	0	0	1	0	1	0	2	0	4
	Legittimazione o incoraggiamento tramite personaggi o elementi narrativi	0	1	6	1	10	0	3	0	21
	Legittimazione o incoraggiamento da parte di soggetti direttamente rappresentanti del servizio pubblico (es. conduzione)	0	0	5	0	5	0	0	0	10
	La conduzione ignora lo stereotipo o discriminazione	3	4	14	1	6	1	3	2	34
	In una conduzione a due o più, i diversi conduttori si comportano diversamente l'uno dall'altro	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	La mancanza di rispetto viene segnalata o stigmatizzata da un ospite"	0	0	1	0	1	0	0	0	2
	Il trattamento della mancanza di rispetto/discriminazione è effetto della narrazione e della conduzione, richiamando casi di cronaca, esempi recenti, prese di posizione di alt	1	0	1	0	0	0	0	0	2
Totale	4	5	30	2	24	1	14	2	82	

Tavola 74b. Le forme del trattamento della mancanza di rispetto o della discriminazione: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Il trattamento della mancanza di rispetto o della discriminazione/dello stereotipo avvenuta in trasmissione consiste in (possibili più risposte)	Presa di distanza o condanna tramite personaggi, elementi narrativi o di formato del programma (stile del conduttore, concept, ecc.)	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%	0,0%	75,0%	0,0%	100,0%
	Presa di distanza o condanna da parte di soggetti direttamente rappresentanti del servizio pubblico (es. conduttore/trice)	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	Legittimazione o incoraggiamento tramite personaggi o elementi narrativi	0,0%	4,8%	28,6%	4,8%	47,6%	0,0%	14,3%	0,0%	100,0%
	Legittimazione o incoraggiamento da parte di soggetti direttamente rappresentanti del servizio pubblico (es. conduzione)	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	La conduzione ignora lo stereotipo o discriminazione	8,8%	11,8%	41,2%	2,9%	17,6%	2,9%	8,8%	5,9%	100,0%
	In una conduzione a due o più, i diversi conduttori si comportano diversamente l'uno dall'altro	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	La mancanza di rispetto viene segnalata o stigmatizzata da un ospite"	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Il trattamento della mancanza di rispetto/discriminazione è effetto della narrazione e della conduzione, richiamando casi di cronaca, esempi recenti, prese di posizione di altri	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		4,9%	6,1%	36,6%	2,4%	29,3%	1,2%	17,1%	2,4%	100,0%

Tavola 74c. Le forme del trattamento della mancanza di rispetto o della discriminazione: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Il trattamento della mancanza di rispetto o della discriminazione/dello stereotipo avvenuta in trasmissione consiste in (possibili più risposte)	Presa di distanza o condanna tramite personaggi, elementi narrativi o di formato del programma (stile del conduttore, concept, ecc.)	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%	4,2%	0,0%	42,9%	0,0%	9,8%
	Presa di distanza o condanna da parte di soggetti direttamente rappresentanti del servizio pubblico (es. conduttore/trice)	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%	4,2%	0,0%	14,3%	0,0%	4,9%
	Legittimazione o incoraggiamento tramite personaggi o elementi narrativi	0,0%	20,0%	20,0%	50,0%	41,7%	0,0%	21,4%	0,0%	25,6%
	Legittimazione o incoraggiamento da parte di soggetti direttamente rappresentanti del servizio pubblico (es. conduzione)	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	20,8%	0,0%	0,0%	0,0%	12,2%
	La conduzione ignora lo stereotipo o discriminazione	75,0%	80,0%	46,7%	50,0%	25,0%	100,0%	21,4%	100,0%	41,5%
	In una conduzione a due o più, i diversi conduttori si comportano diversamente l'uno dall'altro	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
	La mancanza di rispetto viene segnalata o stigmatizzata da un ospite"	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%
	Il trattamento della mancanza di rispetto/discriminazione è effetto della narrazione e della conduzione, richiamando casi di cronaca, esempi recenti, prese di posizione di altri	25,0%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.2 L'efficace promozione della cultura della legalità

Nel contesto di un'ampia promozione della cultura della legalità (1.027 riscontri su 1.689 pertinenti con la variabile, per una percentuale pari al 60,8%), risultano particolarmente performativi i generi informativi e la fiction; cultura, intrattenimento e sport manifestano una performance migliorabile (cfr. le tavole 75a, 75b e 75c; alle tavole 76a, 76b e 76c, in appendice, sono forniti i valori per rete). Degno di nota il fatto che i programmi che presentano forme di criticità (quasi sempre riequilibrata all'interno del programma e quindi non tradotta in segnalazioni, si concentrano nella frequentatissima fascia 21.00-23.00 (cfr. le tavole 77a, 77b e 77c). Poiché 8 su 14 casi sono relativi a programmi di finzione, è evidente la complessità di conciliare la promozione della cultura della legalità con le esigenze narrative, particolarmente nel genere crime.

Tavola 75a. La promozione della cultura della legalità: valori assoluti per tipologia di programma

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	180	0	18	198
	Rubriche dei telegiornali	134	1	100	235
	Approfondimento informativo	363	2	149	514
	Cultura	81	0	86	167
	Intrattenimento	102	3	148	253
	Rubriche sportive	30	0	42	72
	Fiction di produzione Rai	115	8	37	160
	Spot e campagne socio-istituzionali	22	0	68	90
Totale		1027	14	648	1689

Tavola 75b. La promozione della cultura della legalità: percentuali per singola tipologia di programma

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	90,9%	0,0	9,1%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	57,0%	0,4%	42,6%	100,0%
	Approfondimento informativo	70,6%	0,4%	29,0%	100,0%
	Cultura	48,5%	0,0	51,5%	100,0%
	Intrattenimento	40,3%	1,2%	58,5%	100,0%
	Rubriche sportive	41,7%	0,0	58,3%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	71,9%	5,0%	23,1%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	24,4%	0,0	75,6%	100,0%
Totale		60,8%	0,8%	38,4%	100,0%

Tavola 75c. La promozione della cultura della legalità: percentuali per tipologie di programma

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	17,5%		2,8%	11,7%
	Rubriche dei telegiornali	13,0%	7,1%	15,4%	13,9%
	Approfondimento informativo	35,3%	14,3%	23,0%	30,4%
	Cultura	7,9%		13,3%	9,9%
	Intrattenimento	9,9%	21,4%	22,8%	15,0%
	Rubriche sportive	2,9%		6,5%	4,3%
	Fiction di produzione Rai	11,2%	57,1%	5,7%	9,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	2,1%		10,5%	5,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 77a. La promozione della cultura della legalità: valori assoluti per fascia oraria

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	170	1	131	302
	12:00-15:00	130	0	102	232
	15:00-18:00	103	0	85	188
	18:00-21:00	159	0	91	250
	21:00-23:00	345	12	136	493
	23:00-02:00	120	1	103	224
Totale		1027	14	648	1689

Tavola 77b. La promozione della cultura della legalità: percentuali per singola fascia oraria

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	56,3%	,3%	43,4%	100,0%
	12:00-15:00	56,0%		44,0%	100,0%
	15:00-18:00	54,8%		45,2%	100,0%
	18:00-21:00	63,6%		36,4%	100,0%
	21:00-23:00	70,0%	2,4%	27,6%	100,0%
	23:00-02:00	53,6%	,4%	46,0%	100,0%
Totale		60,8%	,8%	38,4%	100,0%

Tavola 77c. La promozione della cultura della legalità: percentuali per fasce orarie

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	16,6%	7,1%	20,2%	17,9%
	12:00-15:00	12,7%		15,7%	13,7%
	15:00-18:00	10,0%		13,1%	11,1%
	18:00-21:00	15,5%		14,0%	14,8%
	21:00-23:00	33,6%	85,7%	21,0%	29,2%
	23:00-02:00	11,7%	7,1%	15,9%	13,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.3 Il rispetto della dignità della persona

Forme di mancanza di rispetto della dignità della persona si verificano in un numero limitato di casi, 44 (2,6%). L'approfondimento informativo (17 occorrenze), l'intrattenimento (11), la fiction (10) sono i generi in cui ciò è stato riscontrato con maggior frequenza, di norma quasi sempre riequilibrato all'interno del programma.

Tavola 78a. La violazione della dignità della persona: valori assoluti per tipologia di programma

		Nel programma vi sono forme di violazione della dignità della persona?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	2	196	198
	Rubriche dei telegiornali	1	234	235
	Approfondimento informativo	17	497	514
	Cultura	3	164	167
	Intrattenimento	11	242	253
	Rubriche sportive	0	72	72
	Fiction di produzione Rai	10	150	160
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	90	90
Totale		44	1645	1689

Tavola 78b. La violazione della dignità della persona: percentuali per singola tipologia di programma

		Nel programma vi sono forme di violazione della dignità della persona?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	1,0%	99,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	0,4%	99,6%	100,0%
	Approfondimento informativo	3,3%	96,7%	100,0%
	Cultura	1,8%	98,2%	100,0%
	Intrattenimento	4,3%	95,7%	100,0%
	Rubriche sportive	0,0%	100,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	6,3%	93,8%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		2,6%	97,4%	100,0%

Tavola 78c La violazione della dignità della persona: percentuali per tipologie di programma

		Nel programma vi sono forme di violazione della dignità della persona?		Totale
		Sì	No	
Tipologia programma del	Telegiornali	4,5%	11,9%	11,7%
	Rubriche dei telegiornali	2,3%	14,2%	13,9%
	Approfondimento informativo	38,6%	30,2%	30,4%
	Cultura	6,8%	10,0%	9,9%
	Intrattenimento	25,0%	14,7%	15,0%
	Rubriche sportive	0,0%	4,4%	4,3%
	Fiction di produzione Rai	22,7%	9,1%	9,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	5,5%	5,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Manifestazioni della violazione della dignità della persona sono state individuate in 58 occasioni (più risposte possibili al quesito), ripartite in cinque categorie corrispondenti ai seguenti valori: “Offese (incluse ridicolizzazione, derisione, ecc.)” in numero di 19 (32,8%), “Diffusione di rappresentazioni imprecise, sommarie, fuorvianti e tendenziose lesive della persona” 12 (20,7%), “Volgarità” 11 (19,0%), “Impropria associazione o spettacolarizzazione/generalizzazione di notizie/fenomeni tale da diffondere rappresentazioni strumentali” 9 (15,5%), “Diffusione di rappresentazioni relative alla sfera privata delle persone, non rilevanti o pertinenti, lesive della persona” 7 (12,1%). Numeri che possono apparire molto alti, ma che si esauriscono nel frammento di discorso che li ha originati, trovando sempre compensazione e riequilibrio nell’immediato contesto e/o grazie all’intervento di un soggetto compresente nella narrazione”.

L’approfondimento informativo, con il 37,9%, e l’intrattenimento, con il 29,3%, sono le tipologie di programma in cui i frammenti discorsivi lesivi sono stati intercettati maggiormente, verosimilmente perché più contigui, per narrazioni e linguaggi ospitati, a quel sistema diffuso di credenze (common ground) introdotto già per spiegare la difficoltà a riconoscere la stereotipia di taluni modelli e ruoli di genere proposti nella programmazione (cfr. le tavole 79a, 79b e 79c per tutte le tipologie di programmi e le tavole 80a, 80b e 80c – in appendice – per le reti coinvolte).

Tavola 79a. Le tipologie della violazione della dignità delle persone: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Fiction di produzione Rai	
Attraverso quali delle seguenti tipologie si manifesta la violazione della dignità della persona (possibili più risposte)	Diffusione di rappresentazioni relative alla sfera privata delle persone, non rilevanti o pertinenti, lesive della persona	1	0	3	1	1	1	7
	Diffusione di rappresentazioni imprecise, sommarie, fuorvianti e tendenziose lesive della persona	1	0	7	0	2	2	12
	Impropria associazione o spettacolarizzazione/generalizzazione di notizie/fenomeni tale da diffondere rappresentazioni strumentali	0	1	5	0	2	1	9
	Volgarità	0	0	2	0	5	4	11
	Offese (incluse ridicolizzazione, derisione, ecc.)	0	0	5	2	7	5	19
Totale		2	1	22	3	17	13	58

Tavola 79b. Le tipologie della violazione della dignità delle persone: percentuali per ogni tipologia di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Fiction di produzione Rai	
Attraverso quali delle seguenti tipologie si manifesta la violazione della dignità della persona (possibili più risposte)	Diffusione di rappresentazioni relative alla sfera privata delle persone, non rilevanti o pertinenti, lesive della persona	14,3%	0,0%	42,9%	14,3%	14,3%	14,3%	100,0%
	Diffusione di rappresentazioni imprecise, sommarie, fuorvianti e tendenziose lesive della persona	8,3%	0,0%	58,3%	0,0%	16,7%	16,7%	100,0%
	Impropria associazione o spettacolarizzazione/generalizzazione di notizie/fenomeni tale da diffondere rappresentazioni strumentali	0,0%	11,1%	55,6%	0,0%	22,2%	11,1%	100,0%
	Volgarità	0,0%	0,0%	18,2%	0,0%	45,5%	36,4%	100,0%
	Offese (incluse ridicolizzazione, derisione, ecc.)	0,0%	0,0%	26,3%	10,5%	36,8%	26,3%	100,0%
Totale		3,4%	1,7%	37,9%	5,2%	29,3%	22,4%	100,0%

Tavola 79c. Le tipologie della violazione della dignità delle persone: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Fiction di produzione Rai	
Attraverso quali delle seguenti tipologie si manifesta la violazione della dignità della persona (possibili più risposte)	Diffusione di rappresentazioni relative alla sfera privata delle persone, non rilevanti o pertinenti, lesive della persona	50,0%	0,0%	13,6%	33,3%	5,9%	7,7%	12,1%
	Diffusione di rappresentazioni imprecise, sommarie, fuorvianti e tendenziose lesive della persona	50,0%	0,0%	31,8%	0,0%	11,8%	15,4%	20,7%
	Impropria associazione o spettacolarizzazione/generalizzazione di notizie/fenomeni tale da diffondere rappresentazioni strumentali	0,0%	100,0%	22,7%	0,0%	11,8%	7,7%	15,5%
	Volgarità	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	29,4%	30,8%	19,0%
	Offese (incluse ridicolizzazione, derisione, ecc.)	0,0%	0,0%	22,7%	66,7%	41,2%	38,5%	32,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Premesso che nessuna di queste fattispecie si è poi tradotta in una segnalazione di criticità, nelle forme del trattamento di queste rappresentazioni irrispettose, sono stati registrati casi di mancata tempestività di un commento riparatore (19 casi) e forme di legittimazione (16). L'approfondimento

informativo (19 casi, pari all'35,8%), appare il settore più interessato da tali carenze. Può darsi che un malinteso "senso della notizia" conduca a giudizi che vorrebbero essere severi ma risultano irrispettosi, quasi che il conduttore temesse di ammorbidire troppo la realtà. Quanto all'intrattenimento (17 casi, pari al 32,1%), è possibile che il desiderio di comicità faccia coincidere il divertimento con battute di derisione e messa in ridicolo di altri soggetti.

Tavola 81a. Il trattamento della violazione: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Fiction di produzione Rai	
Il trattamento della violazione è (possibili più risposte)	Presa di distanza o condanna tramite personaggi, elementi narrativi o di formato del programma (stile della conduzione, concept, ecc.)	1	0	3	2	2	7	15
	Presa di distanza o condanna da parte di soggetti direttamente rappresentativi del servizio pubblico (es. conduzione)	0	0	1	0	1	0	2
	Legittimazione o incoraggiamento tramite personaggi o elementi narrativi	1	1	2	0	4	2	10
	Legittimazione o incoraggiamento da parte di soggetti direttamente rappresentativi del servizio pubblico (es. conduzione)	0	0	3	0	3	0	6
	Mancanza di rispetto non tempestivamente commentata	0	1	10	1	6	1	19
	La mancanza di rispetto viene segnalata e stigmatizzata da un ospite	0	0	0	0	1	0	1
Totale		2	2	19	3	17	10	53

Tavola 81b. Il trattamento della violazione: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Fiction di produzione Rai	
Il trattamento della violazione è (possibili più risposte)	Presa di distanza o condanna tramite personaggi, elementi narrativi o di formato del programma (stile della conduzione, concept, ecc.)	6,7%	0,0%	20,0%	13,3%	13,3%	46,7%	100,0%
	Presa di distanza o condanna da parte di soggetti direttamente rappresentativi del servizio pubblico (es. conduzione)	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	Legittimazione o incoraggiamento tramite personaggi o elementi narrativi	10,0%	10,0%	20,0%	0,0%	40,0%	20,0%	100,0%
	Legittimazione o incoraggiamento da parte di soggetti direttamente rappresentativi del servizio pubblico (es. conduzione)	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	Mancanza di rispetto non tempestivamente commentata	0,0%	5,3%	52,6%	5,3%	31,6%	5,3%	100,0%
	La mancanza di rispetto viene segnalata e stigmatizzata da un ospite	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Totale		3,77%	3,77%	35,85%	5,66%	32,08%	18,87%	100,00%

Tavola 81c. Il trattamento della violazione: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Fiction di produzione Rai	
Il trattamento della violazione è (possibili più risposte)	Presa di distanza o condanna tramite personaggi, elementi narrativi o di formato del programma (stile della conduzione, concept, ecc.)	50,0%	0,0%	15,8%	66,7%	11,8%	70,0%	28,3%
	Presa di distanza o condanna da parte di soggetti direttamente rappresentativi del servizio pubblico (es. conduzione)	0,0%	0,0%	5,3%	0,0%	5,9%	0,0%	3,8%
	Legittimazione o incoraggiamento tramite personaggi o elementi narrativi	50,0%	50,0%	10,5%	0,0%	23,5%	20,0%	18,9%
	Legittimazione o incoraggiamento da parte di soggetti direttamente rappresentativi del servizio pubblico (es. conduzione)	0,0%	0,0%	15,8%	0,0%	17,6%	0,0%	11,3%
	Mancanza di rispetto non tempestivamente commentata	0,0%	50,0%	52,6%	33,3%	35,3%	10,0%	35,8%
	La mancanza di rispetto viene segnalata e stigmatizzata da un ospite	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%	0,0%	1,9%
	Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.4 L'attivazione di processi di empowerment del cittadino/spettatore

Processi di empowerment³¹ sono innescati da ben 1332 trasmissioni, pari al 78,9% del campione, con un particolare rilievo del comparto informativo e delle trasmissioni culturali. Nessuna tipologia di

³¹ Letteralmente "accrescimento di potere, miglioramento" il termine empowerment viene registrato come neologismo nel Vocabolario Treccani nel 2008, decisamente in ritardo rispetto a una sua prima circolazione a partire, almeno, dal 1994, anno a cui fa riferimento una attestazione riportata peraltro dalla stessa voce del Vocabolario ("Già attestato nella *Repubblica* del 24 giugno 1994, Affari & Finanza, p. 2 (Barbara Stefanelli)"), https://www.treccani.it/vocabolario/empowerment_%28Neologismi%29/.

Ancora in *Treccani.it*, ma stavolta nella sezione enciclopedica dedicata al Lessico del XXI Secolo, il termine viene repertoriato nel 2012 e definito come "Insieme di azioni e interventi mirati a rafforzare il potere di scelta degli individui e ad aumentarne poteri e responsabilità, migliorandone le competenze e le conoscenze".

Quanto alla sua origine, sempre la stessa fonte riferisce che il concetto, parafrasabile in "mettere in grado di", "[...] compare negli studi di politologia statunitensi tra gli anni Cinquanta e Sessanta del 20° secolo in riferimento all'azione per i diritti civili e sociali delle minoranze e ai movimenti per l'emancipazione delle donne. Proprio in quest'ambito, ha interessato in modo particolare le teorie che propongono l'emancipazione femminile e l'aumento di potere per le donne

programmi, tuttavia, ha una quota di trasmissioni che attivano tali processi inferiore al 50%. Un dato rilevante, che allontana l'idea di una televisione di servizio pubblico dedicata al solo intrattenimento e priva di contenuti formativi. Gli ambiti e temi su cui si esercita questo processo di empowerment del cittadino sono altrettanto significativi: una migliore capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo (39,3%), l'accrescimento della cultura (37,2%), una migliore capacità di comprensione dell'importanza dello sviluppo sostenibile (9,7%). Il fatto che una trasmissione possa compromettere la capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo, o l'accrescimento della cultura della persona in generale è una rarità che riguarda solo 13 trasmissioni del sottocampione considerato come pertinente all'area della "promozione della coesione sociale".

Tavola 82a. L'attivazione di un processo di empowerment del cittadino/spettatore: valori assoluti per tipologia di programma

		La trasmissione può attivare un processo di empowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione può causare un processo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	181	2	15	198
	Rubriche dei telegiornali	203	1	31	235
	Approfondimento informativo	467	2	45	514
	Cultura	146	0	21	167
	Intrattenimento	128	4	121	253
	Rubriche sportive	38	1	33	72
	Fiction di produzione Rai	81	3	76	160
	Spot e campagne socio-istituzionali	88	0	2	90
Totale		1332	13	344	1689

nel contesto economico sociale e politico" (https://www.treccani.it/enciclopedia/empowerment_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/). Altri temi in riferimento ai quali viene sviluppato sono stati quelli dei diritti dei cittadini di colore e la guerra del Vietnam. Solitamente declinato in individuale o sociale – ma c'è anche chi, come Zimmerman (Zimmerman M. A., "Empowerment Theory. Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis", in J. Rappaport, E. Seidman (eds.), *Handbook of Community Psychology*, New York 2000, pp. 43-63.), preferisce distinguere tra tre livelli: individuale, organizzativo, comunitario – il concetto di 'empowerment' è stato affrontato da una pluralità di ambiti, che vanno dal politico al medico, allo psicologico e pedagogico, solo per citare i principali. Questa trasversalità e molteplicità definitoria richiama alla mente la situazione a cui ci si trova innanzi allorché si tenta di fissare i paletti definitori di 'coesione sociale'.

Tavola 82b. L'attivazione di un processo di empowerment del cittadino/spettatore: percentuali per singola tipologia di programma

		La trasmissione può attivare un processo di empowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione può causare un processo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	91,4%	1,0%	7,6%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	86,4%	0,4%	13,2%	100,0%
	Approfondimento informativo	90,9%	0,4%	8,8%	100,0%
	Cultura	87,4%	0,0%	12,6%	100,0%
	Intrattenimento	50,6%	1,6%	47,8%	100,0%
	Rubriche sportive	52,8%	1,4%	45,8%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	50,6%	1,9%	47,5%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	97,8%	0,0%	2,2%	100,0%
Totale		78,9%	0,8%	20,4%	100,0%

Tavola 82c. L'attivazione di un processo di empowerment del cittadino/spettatore: percentuali per tipologie di programma

		La trasmissione può attivare un processo di empowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione può causare un processo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	13,6%	15,4%	4,4%	11,7%
	Rubriche dei telegiornali	15,2%	7,7%	9,0%	13,9%
	Approfondimento informativo	35,1%	15,4%	13,1%	30,4%
	Cultura	11,0%	0,0%	6,1%	9,9%
	Intrattenimento	9,6%	30,8%	35,2%	15,0%
	Rubriche sportive	2,9%	7,7%	9,6%	4,3%
	Fiction di produzione Rai	6,1%	23,1%	22,1%	9,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	6,6%	0,0%	0,6%	5,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

In 2.320 circostanze è stata ravvisata nella programmazione monitorata l'opportunità di attivazione del processo di empowerment nel cittadino/spettatore (possibili più risposte).

Gli ambiti tematici individuati per la classificazione di queste occorrenze sono stati sei e, tra questi, quelli più attivi: "Una migliore capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo", con 911 attivazioni (39,3%), e "L'accrescimento della cultura della persona in generale", con 864 attivazioni (37,2%).

L'approfondimento informativo è il macrogenere di programma risultato più coinvolto, con il 35,6% di casi; a seguire i telegiornali, con il 15,6%.

Tavola 83a. I temi dell'empowerment del cittadino/spettatore: valori assoluti per tipologia di programma

		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	Totale
L'opportunità di empowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile a: (possibili più risposte)	Una migliore capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo	174	145	367	77	52	25	32	39	911
	Una migliore capacità di comprensione dell'importanza dello sviluppo sostenibile	37	54	63	50	5	0	7	9	225
	Una migliore capacità di comprendere e abitare efficacemente nel nuovo mondo digitale	11	25	38	5	12	1	5	8	105
	Una migliore capacità del minore di comprendere e abitare efficacemente nel nuovo mondo digitale	6	7	14	2	4	0	3	1	37
	Una migliore capacità di riconoscere, ricercare e selezionare fonti informative e scientifiche	29	34	81	26	6	0	2	0	178
	L'accrescimento della cultura della persona in generale	105	128	265	120	99	24	59	64	864
	Totale	362	393	828	280	178	50	108	121	2320

Tavola 83b. I temi dell'empowerment del cittadino/spettatore: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
L'opportunità di empowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile a: (possibili più risposte)	Una migliore capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo	19,1%	15,9%	40,3%	8,5%	5,7%	2,7%	3,5%	4,3%	100%
	Una migliore capacità di comprensione dell'importanza dello sviluppo sostenibile	16,4%	24,0%	28,0%	22,2%	2,2%	0,0%	3,1%	4,0%	100,0%
	Una migliore capacità di comprendere e abitare efficacemente nel nuovo mondo digitale	10,5%	23,8%	36,2%	4,8%	11,4%	1,0%	4,8%	7,6%	100,0%
	Una migliore capacità del minore di comprendere e abitare efficacemente nel nuovo mondo digita	16,2%	18,9%	37,8%	5,4%	10,8%	0,0%	8,1%	2,7%	100,0%
	Una migliore capacità di riconoscere, ricercare e selezionare fonti informative e scientifiche	16,3%	19,1%	45,5%	14,6%	3,4%	0,0%	1,1%	0,0%	100,0%
	L'accrescimento della cultura della persona in generale	12,2%	14,8%	30,7%	13,9%	11,5%	2,8%	6,8%	7,4%	100,0%
Totale		15,60%	16,94%	35,69%	12,07%	7,67%	2,16%	4,66%	5,22%	100,00%

Tavola 83c. I temi dell'empowerment del cittadino/spettatore: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
L'opportunità di empowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile a: (possibili più risposte)	Una migliore capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo	48,1%	36,9%	44,3%	27,5%	29,2%	50,0%	29,6%	32,2%	39,3%
	Una migliore capacità di comprensione dell'importanza dello sviluppo sostenibile	10,2%	13,7%	7,6%	17,9%	2,8%	0,0%	6,5%	7,4%	9,7%
	Una migliore capacità di comprendere e abitare efficacemente nel nuovo mondo digitale	3,0%	6,4%	4,6%	1,8%	6,7%	2,0%	4,6%	6,6%	4,5%
	Una migliore capacità del minore di comprendere e abitare efficacemente nel nuovo mondo digita	1,7%	1,8%	1,7%	,7%	2,2%	0,0%	2,8%	,8%	1,6%
	Una migliore capacità di riconoscere, ricercare e selezionare fonti informative e scientifiche	8,0%	8,7%	9,8%	9,3%	3,4%	0,0%	1,9%	0,0%	7,7%
	L'accrescimento della cultura della persona in generale	29,0%	32,6%	32,0%	42,9%	55,6%	48,0%	54,6%	52,9%	37,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100 %

In 13 casi, infine, è stata ravvisato qualche sporadico rischio di disempowerment in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale. Si tratta di un numero molto contenuto di occorrenze (il quesito prevedeva la possibilità di più risposte), distribuite in numero compreso tra uno e tre in tutte le tipologie di programma, e comunque riequilibrata in trasmissione tranne che in un caso, sfociato in segnalazione di criticità.

Quanto ai temi, per la classificazione delle occorrenze (sporadiche e rare) sono stati previste, nel questionario, due possibili carenze: “Compromette la capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo” (8 casi, 61,5%) e “Ostacola/compromette l’accrescimento della cultura della persona in generale” (5 casi, 38,5%). Li riportiamo per completezza dell’informazione ricordando che si tratta di casi sporadici.

Tavola 84a. Il rischio di disempowerment del cittadino/spettatore: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
Il pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile al fatto che la trasmissione (possibili più risposte)	Compromette la capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo	2	1	1	1	1	2	8
	Ostacola/compromette l'accrescimento della cultura della persona in generale	1	0	1	2	0	1	5
Totale		3	1	2	3	1	3	13

Tavola 84b. Il rischio di disempowerment del cittadino/spettatore: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
Il pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile al fatto che la trasmissione (possibili più risposte)	Compromette la capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo	25,0%	12,5%	12,5%	12,5%	12,5%	25,0%	100,0%
	Ostacola/compromette l'accrescimento della cultura della persona in generale	20,0%	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Totale		23,1%	7,7%	15,4%	23,1%	7,7%	23,1%	100%

Tavola 84c. Il rischio di disempowerment del cittadino/spettatore: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
Il pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile al fatto che la trasmissione (possibili più risposte)	Compromette la capacità di comprensione degli eventi di attualità nel paese e nel mondo	66,7%	100,0%	50,0%	33,3%	100,0%	66,7%	61,5%
	Ostacola/compromette l'accrescimento della cultura della persona in generale	33,3%	0,0%	50,0%	66,7%	0,0%	33,3%	38,5%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.5 La partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti rilevanti per la promozione sociale

Anche in questo caso una maggioranza assoluta delle trasmissioni (80,2%) si è mostrata capace di promuovere la partecipazione del cittadino in ambiti che rafforzano la coesione sociale, con particolare rilevanza per il comparto informativo – “Approfondimento informativo” su tutti (34,9%) e, a seguire, “Rubriche di telegiornali” (15,2%) e “Telegiornali” (13,6%) sono i generi in cui la promozione ha avuto luogo più di frequente – la Cultura (10,9%) e (in misura minore) la Fiction di produzione (6,2%) (per i dati relativi alla presenza del tema sulle tre reti Rai, cfr. le tavole 86a, 86b e 86c, in appendice).

Se, inoltre, si rovescia il ragionamento si osserva come siano solo 11 (0,8%) i casi in cui i programmi potrebbero rendere la comprensione di questi processi più difficile e complessa.

Tavola 85a. La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese: valori assoluti per tipologia di programma

		La trasmissione può attivare un processo di promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione presenta un pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	168	2	13	183
	Rubriche dei telegiornali	163	1	40	204
	Approfondimento informativo	411	2	56	469
	Cultura	111	0	35	146
	Intrattenimento	71	2	59	132
	Rubriche sportive	21	1	17	39
	Fiction di produzione Rai	52	3	29	84
	Spot e campagne socio-istituzionali	82	0	6	88
Totale		1079	11	255	1345

Tavola 85b. La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese: percentuali per singola tipologia di programma

		La trasmissione può attivare un processo di promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione presenta un pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	91,8%	1,1%	7,1%	100,0%
	Rubriche telegiornali dei	79,9%	0,5%	19,6%	100,0%
	Approfondimento informativo	87,6%	0,4%	11,9%	100,0%
	Cultura	76,0%	0,0%	24,0%	100,0%
	Intrattenimento	53,8%	1,5%	44,7%	100,0%
	Rubriche sportive	53,8%	2,6%	43,6%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	61,9%	3,6%	34,5%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	93,2%	0,0%	6,8%	100,0%
Totale		80,2%	0,8%	19,0%	100,0%

Tavola 85c. La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese: percentuali per tipologie di programma

		La trasmissione può attivare un processo di promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione presenta un pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	15,6%	18,2%	5,1%	13,6%
	Rubriche telegiornali dei	15,1%	9,1%	15,7%	15,2%
	Approfondimento informativo	38,1%	18,2%	22,0%	34,9%
	Cultura	10,3%	0,0%	13,7%	10,9%
	Intrattenimento	6,6%	18,2%	23,1%	9,8%
	Rubriche sportive	1,9%	9,1%	6,7%	2,9%
	Fiction di produzione Rai	4,8%	27,3%	11,4%	6,2%
	Spot e campagne socio-istituzionali	7,6%	0,0%	2,4%	6,5%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tra i temi che la programmazione RAI appare più in grado di sviluppare (possibili più risposte, cfr. le tavole 87a, 87b e 87c) c'è l'accrescimento del senso civico (20,4%), una migliore capacità di comprensione dei problemi e delle dinamiche che interessano il proprio territorio (17,4%), una migliore capacità di comprensione dei problemi delle altre culture e realtà territoriali (8,9%).

Tavola 87a. Gli ambiti e i temi della promozione alla partecipazione attiva alla vita del paese: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile a: (possibili più risposte)	Una migliore capacità di partecipazione alla vita pubblica del paese	108	53	179	28	16	8	13	14	419
	Una migliore capacità di comprensione del funzionamento e delle attività delle istituzioni nazionali	84	49	138	11	7	4	12	11	316
	Una migliore capacità di comprensione del funzionamento e attività delle istituzioni europee e sovranazionali, e dell'accesso a programmi europei	39	19	40	4	2	1	0	0	105
	Una migliore capacità di comprensione dei problemi e delle dinamiche che interessano il proprio territorio	90	72	206	53	30	10	30	10	501
	Una migliore capacità di comprensione dei problemi delle altre culture e realtà territoriali	52	43	91	41	11	2	10	6	256
	Una migliore capacità di comprensione delle culture dei paesi extra-europei	41	43	57	25	9	3	0	1	179
	Una migliore capacità di comprensione delle sfide che deve affrontare il continente europeo	34	30	64	14	4	2	0	2	150
	Una migliore capacità di comprensione dello scenario internazionale geopolitico e geo-economico	52	46	68	20	3	0	1	7	197
	Un accresciuto senso civico	81	72	226	64	37	7	34	67	588
	Un aumento di sensibilità sui temi dello sviluppo sostenibile	19	45	56	41	2	1	4	8	176
	Totale	600	472	1125	301	121	38	104	126	2887

Tavola 87b. Gli ambiti e i temi della promozione alla partecipazione attiva alla vita del paese: percentuali per singolo tema

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot	
La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile a: (possibili più risposte)	Una migliore capacità di partecipazione alla vita pubblica del paese	25,8%	12,6%	42,7%	6,7%	3,8%	1,9%	3,1%	3,3%	100,0%
	Una migliore capacità di comprensione del funzionamento e delle attività delle istituzioni nazionali	26,6%	15,5%	43,7%	3,5%	2,2%	1,3%	3,8%	3,5%	100,0%
	Una migliore capacità di comprensione del funzionamento e attività delle istituzioni europee e sovranazionali, e dell'accesso a programmi europei	37,1%	18,1%	38,1%	3,8%	1,9%	1,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Una migliore capacità di comprensione dei problemi e delle dinamiche che interessano il proprio territorio	18,0%	14,4%	41,1%	10,6%	6,0%	2,0%	6,0%	2,0%	100,0%
	Una migliore capacità di comprensione dei problemi delle altre culture e realtà territoriali	20,3%	16,8%	35,5%	16,0%	4,3%	0,8%	3,9%	2,3%	100,0%
	Una migliore capacità di comprensione delle culture dei paesi extra-europei	22,9%	24,0%	31,8%	14,0%	5,0%	1,7%	0,0%	0,6%	100,0%
	Una migliore capacità di comprensione delle sfide che deve affrontare il continente europeo	22,7%	20,0%	42,7%	9,3%	2,7%	1,3%	0,0%	1,3%	100,0%
	Una migliore capacità di comprensione dello scenario internazionale geopolitico e geo-economico	26,4%	23,4%	34,5%	10,2%	1,5%	0,0%	0,5%	3,6%	100,0%
	Un accresciuto senso civico	13,8%	12,2%	38,4%	10,9%	6,3%	1,2%	5,8%	11,4%	100,0%
	Un aumento di sensibilità sui temi dello sviluppo sostenibile	10,8%	25,6%	31,8%	23,3%	1,1%	0,6%	2,3%	4,5%	100,0%
Totale		20,7%	16,3%	38,9%	10,4%	4,1%	1,3%	3,6%	4,3%	100,00%

Tavola 87c. Gli ambiti e i temi della promozione alla partecipazione attiva alla vita del paese: percentuali per temi

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot	
La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale è riconducibile a: (possibili più risposte)	Una migliore capacità di partecipazione alla vita pubblica del paese	18,0%	11,2%	15,9%	9,3%	13,2%	21,1%	12,5%	11,1%	14,5%
	Una migliore capacità di comprensione del funzionamento e delle attività delle istituzioni nazionali	14,0%	10,4%	12,3%	3,7%	5,8%	10,5%	11,5%	8,7%	10,9%
	Una migliore capacità di comprensione del funzionamento e attività delle istituzioni europee e sovranazionali, e dell'accesso a programmi europei	6,5%	4,0%	3,6%	1,3%	1,7%	2,6%	0,0%	0,0%	3,6%
	Una migliore capacità di comprensione dei problemi e delle dinamiche che interessano il proprio territorio	15,0%	15,3%	18,3%	17,6%	24,8%	26,3%	28,8%	7,9%	17,4%
	Una migliore capacità di comprensione dei problemi delle altre culture e realtà territoriali	8,7%	9,1%	8,1%	13,6%	9,1%	5,3%	9,6%	4,8%	8,9%
	Una migliore capacità di comprensione delle culture dei paesi extra-europei	6,8%	9,1%	5,1%	8,3%	7,4%	7,9%	0,0%	,8%	6,2%
	Una migliore capacità di comprensione delle sfide che deve affrontare il continente europeo	5,7%	6,4%	5,7%	4,7%	3,3%	5,3%	0,0%	1,6%	5,2%
	Una migliore capacità di comprensione dello scenario internazionale geopolitico e geo-economico	8,7%	9,7%	6,0%	6,6%	2,5%	0,0%	1,0%	5,6%	6,8%
	Un accresciuto senso civico	13,5%	15,3%	20,1%	21,3%	30,6%	18,4%	32,7%	53,2%	20,4%
	Un aumento di sensibilità sui temi dello sviluppo sostenibile	3,2%	9,5%	5,0%	13,6%	1,7%	2,6%	3,8%	6,3%	6,1%
	Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.6 La narrazione delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali

La correttezza nella narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali è assicurata dal 98,3% delle trasmissioni: un dato di assoluta fiducia. All'interno di questo ampio gruppo, il 60,5% dei programmi presenta attributi e caratteristiche potenzialmente positive (di empowerment nei confronti del rispetto di identità, diversità e libertà di persone e gruppi sociali). La maggiore capacità espressiva propria della fiction qui si avverte chiaramente: la fiction di produzione, con il 65,6%, è il macrogenere più capace di generare empowerment su questa tematica centrale nel processo di coesione sociale. Ed è seguito, con percentuali di poco inferiori, dal comparto informativo e dalla cultura. Tra le potenzialità attivate (cfr. le tavole 89a, 89b e 89c), sono particolarmente rilevanti il senso di appartenenza ad una stessa comunità (15,8%), la percezione dei problemi sociali come esigenze comuni, non di singole persone o gruppi, da affrontarsi con un senso di responsabilità comune (15,0%), la promozione di una cultura civica responsabile (12,7%) e di una cultura del rispetto delle diversità (12,4%). I contenuti ritenuti *potenzialmente* negativi (e che quindi non rappresentano criticità effettive) sono scarsamente incidenti sul complesso della programmazione: appena 54 su 1.689 (3,1%), presenti particolarmente nell'approfondimento informativo (37,0% dei casi) e nell'intrattenimento (29,6%). Nessun caso rilevato nell'ambito di questa variabile ha infatti costituito una criticità. È significativo però che in tali ristretti casi siano carenti – specularmente alle aree di maggiore empowerment - il rispetto delle diversità, il contrasto alla polarizzazione e radicalizzazione sociale, l'inclusione differenziata. Se vi è un'area di miglioramento possibile, è quella delimitata da queste incidenze di empowerment mancanti.

Tavola 88a. La narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali: valori assoluti per tipologia di programma

		Nel complesso, riguardo al tema della coesione sociale e alla sua promozione attraverso la narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali, la trasmissione presenta (una sola opzione possibile):			Totale
		Attributi e caratteristiche potenzialmente positive (narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi social	Attributi e caratteristiche potenzialmente critiche (è carente la narrazione delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi social	Attributi e caratteristiche sostanzialmente neutre (non presenta elementi significativi per quanto riguarda il tema delle libertà di persone e gruppi social	
Tipologia del programma	Telegiornali	128	5	65	198
	Rubriche dei telegiornali	139	2	94	235
	Approfondimento informativo	326	12	176	514
	Cultura	107	0	60	167
	Intrattenimento	141	6	106	253
	Rubriche sportive	34	0	38	72
	Fiction di produzione Rai	105	3	52	160
	Spot e campagne socio-istituzionali	42	0	48	90
Totale		1022	28	639	1689

Tavola 88b. La narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali: percentuali per singola tipologia di programma

		Nel complesso, riguardo al tema della coesione sociale e alla sua promozione attraverso la narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali, la trasmissione presenta (una sola opzione possibile):			Totale
		Attributi e caratteristiche potenzialmente positive (narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi social	Attributi e caratteristiche potenzialmente critiche (è carente la narrazione delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi social	Attributi e caratteristiche sostanzialmente neutre (non presenta elementi significativi per quanto riguarda il tema delle libertà di persone e gruppi social	
Tipologia del programma	Telegiornali	64,6%	2,5%	32,8%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	59,1%	,9%	40,0%	100,0%
	Approfondimento informativo	63,4%	2,3%	34,2%	100,0%
	Cultura	64,1%	0,0	35,9%	100,0%
	Intrattenimento	55,7%	2,4%	41,9%	100,0%
	Rubriche sportive	47,2%	0,0	52,8%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	65,6%	1,9%	32,5%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	46,7%	0,0	53,3%	100,0%
Totale		60,5%	1,7%	37,8%	100,0%

Tavola 88c. La narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali: percentuali per tipologie di programma

		Nel complesso, riguardo al tema della coesione sociale e alla sua promozione attraverso la narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali, la trasmissione presenta (una sola opzione possibile):			Totale
		Attributi e caratteristiche potenzialmente positive (narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi social	Attributi e caratteristiche potenzialmente critiche (è carente la narrazione delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi social	Attributi e caratteristiche sostanzialmente neutre (non presenta elementi significativi per quanto riguarda il tema delle libertà di persone e gruppi social	
Tipologia del programma	Telegiornali	12,5%	17,9%	10,2%	11,7%
	Rubriche dei telegiornali	13,6%	7,1%	14,7%	13,9%
	Approfondimento informativo	31,9%	42,9%	27,5%	30,4%
	Cultura	10,5%	0,0	9,4%	9,9%
	Intrattenimento	13,8%	21,4%	16,6%	15,0%
	Rubriche sportive	3,3%	0,0	5,9%	4,3%
	Fiction di produzione Rai	10,3%	10,7%	8,1%	9,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	4,1%	0,0	7,5%	5,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 89a. I temi e gli ambiti potenzialmente positivi della narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali e campagne socio-istituzionali	
Rispetto al tema della promozione della coesione sociale gli attributi/caratteristiche e potenzialmente positive sono riconducibili a (possibili più risposte)	Riconoscimento di una comune identità storica e culturale nazionale	49	32	76	57	48	11	25	1	299
	Promozione di una identità collettiva europea	34	23	39	14	11	2	0	3	126
	Attenzione alle espressioni culturali che emergono dall'incontro o la fusione tra culture di origine e quella di adozione	14	13	30	25	18	3	5	0	108
	Senso di appartenenza ad una stessa comunità	62	46	160	49	68	19	39	22	465
	Presenza di una rete attiva e inclusiva di relazioni sociali e di media, compresi social e web	6	12	41	10	19	7	7	14	116
	Contrasto a forme di esclusione e disuguaglianza nell'accesso e fruizione di servizi	37	30	96	13	21	5	23	20	245
	Percezione dei problemi sociali come esigenze comuni, non di singole persone o gruppi, da affrontarsi con un senso di responsabilità comune	69	65	179	39	26	3	40	20	441
	Protagonismo delle persone e delle formazioni sociali per contrastare la polarizzazione e radicalizzazione sociale	12	14	35	7	11	1	14	10	104
	Promozione di una cultura del rispetto delle diversità	40	49	124	39	52	8	42	9	363
	Promozione di una cultura civica responsabile	50	50	144	41	28	5	24	32	374
	Inclusione reale	29	35	105	26	44	9	30	8	286
	Altro (specificare)	0	4	2	2	1	0	1	0	10
Totale		402	373	1031	322	347	73	250	139	2937

Tavola 89b. I temi e gli ambiti potenzialmente positivi della narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali: percentuali per singola tipologia di programma

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
Rispetto al tema della promozione della coesione sociale gli attributi/caratteristiche potenzialmente positive sono riconducibili a (possibili più risposte)	Riconoscimento di una comune identità storica e culturale nazionale	39,8%	22,4%	37,5%	0,3%	100%
	Promozione di una identità collettiva europea	28,6%	19,0%	50,0%	2,4%	100%
	Attenzione alle espressioni culturali che emergono dall'incontro o la fusione tra culture di origine e quella di adozione	34,3%	16,7%	49,1%	0,0%	100%
	Senso di appartenenza ad una stessa comunità	34,2%	21,1%	40,2%	4,5%	100%
	Presenza di una rete attiva e inclusiva di relazioni sociali e di media, compresi social e web	40,5%	16,4%	32,8%	10,3%	100%
	Contrasto a forme di esclusione e disuguaglianza nell'accesso e fruizione di servizi	33,5%	15,1%	43,7%	7,8%	100%
	Percezione dei problemi sociali come esigenze comuni, non di singole persone o gruppi, da affrontarsi con un senso di responsabilità comune	33,3%	15,6%	46,9%	4,1%	100%
	Protagonismo delle persone e delle formazioni sociali per contrastare la polarizzazione e radicalizzazione sociale	32,7%	20,2%	38,5%	8,7%	100%
	Promozione di una cultura del rispetto delle diversità	36,4%	18,7%	42,4%	2,5%	100%
	Promozione di una cultura civica responsabile	29,4%	16,0%	46,3%	8,3%	100%
	Inclusione reale	36,7%	19,2%	41,3%	2,8%	100%
	Altro (specificare)	30,0%	40,0%	30,0%	0,0%	100%
Totale		34,4%	18,3%	42,7%	4,4%	100,00%

Tavola 89c. I temi e gli ambiti potenzialmente positivi della narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali: percentuali per tipologie di programma

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
Rispetto al tema della promozione della coesione sociale gli attributi/caratteristiche potenzialmente positive sono riconducibili a (possibili più risposte)	Riconoscimento di una comune identità storica e culturale nazionale	11,8%	12,4%	8,9%	0,8%	10,2%
	Promozione di una identità collettiva europea	3,6%	4,4%	5,0%	2,3%	4,3%
	Attenzione alle espressioni culturali che emergono dall'incontro o la fusione tra culture di origine e quella di adozione	3,7%	3,3%	4,2%	0,0%	3,7%
	Senso di appartenenza ad una stessa comunità	15,7%	18,1%	14,9%	16,0%	15,8%
	Presenza di una rete attiva e inclusiva di relazioni sociali e di media, compresi social e web	4,6%	3,5%	3,0%	9,2%	3,9%
	Contrasto a forme di esclusione e disuguaglianza nell'accesso e fruizione di servizi	8,1%	6,9%	8,5%	14,5%	8,3%
	Percezione dei problemi sociali come esigenze comuni, non di singole persone o gruppi, da affrontarsi con un senso di responsabilità comune	14,5%	12,8%	16,5%	13,7%	15,0%
	Protagonismo delle persone e delle formazioni sociali per contrastare la polarizzazione e radicalizzazione sociale	3,4%	3,9%	3,2%	6,9%	3,5%
	Promozione di una cultura del rispetto delle diversità	13,1%	12,6%	12,3%	6,9%	12,4%
	Promozione di una cultura civica responsabile	10,9%	11,1%	13,8%	23,7%	12,7%
	Inclusione reale	10,4%	10,2%	9,4%	6,1%	9,7%
	Altro (specificare)	0,3%	0,7%	0,2%	0,0%	0,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.7 La sensibilità dei minori e la capacità di comunicare loro valori positivi

È rassicurante che 1.640 trasmissioni su 1.689 complessivamente afferenti al tema della coesione sociale (e dunque il 97%) sia indenne dalla possibilità di urtare la sensibilità dei minori. 8 casi si verificano dopo le ore 23.00; tra gli altri, 29 occorrenze si collocano nella fascia oraria 21.00-23.00 che risulta, pur nell'esiguità delle percentuali, la più attenzionata (cfr. le tavole 92a, 92b e 92c e, per le reti di messa in onda, le tavole 91a, 91b e 91c, le une e le altre in appendice). La quasi totalità dei casi non si è trasformata in segnalazione di criticità perché non gravi e/o seguiti da un riequilibrio in trasmissione. Nei 2 casi in ciò non è avvenuto, la segnalazione è scattata a seguito dell'uso di linguaggio scorretto perché omofobo o razzista. I temi positivi (cfr. le tabelle 93a, 93b e 93c) sono ampiamente distribuiti: le aree di possibile miglioramento sono certamente la promozione della lealtà sportiva e il contrasto al tifo calcistico violento (1,9%) e la maggior consapevolezza delle potenzialità e dei rischi del web e della comunicazione digitale (1,4%).

Tavola 90a. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: valori assoluti per tipologia di programma

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	164	3	31	198
	Rubriche dei telegiornali	183	4	48	235
	Approfondimenti o informativi	416	13	85	514
	Cultura	143	0	24	167
	Intrattenimento	194	15	44	253
	Rubriche sportive	62	1	9	72
	Fiction di produzione Rai	130	13	17	160
	Spot e campagne socio-istituzionali	23	0	67	90
Totale		1315	49	325	1689

Tavola 90b. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: percentuali per singola tipologia di programma

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	82,8%	1,5%	15,7%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	77,9%	1,7%	20,4%	100,0%
	Approfondimento informativo	80,9%	2,5%	16,5%	100,0%
	Cultura	85,6%	0,0	14,4%	100,0%
	Intrattenimento	76,7%	5,9%	17,4%	100,0%
	Rubriche sportive	86,1%	1,4%	12,5%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	81,3%	8,1%	10,6%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	25,6%	0,0	74,4%	100,0%
Totale		77,9%	2,9%	19,2%	100,0%

Tavola 90c. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: percentuali per tipologie di programma

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	12,5%	6,1%	9,5%	11,7%
	Rubriche dei telegiornali	13,9%	8,2%	14,8%	13,9%
	Approfondimento informativo	31,6%	26,5%	26,2%	30,4%
	Cultura	10,9%	0,0	7,4%	9,9%
	Intrattenimento	14,8%	30,6%	13,5%	15,0%
	Rubriche sportive	4,7%	2,0%	2,8%	4,3%
	Fiction di produzione Rai	9,9%	26,5%	5,2%	9,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	1,7%	0,0	20,6%	5,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 93a. Ambiti e temi della capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, intercetta la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità attraverso (possibili più risposte)	L'utilizzo di un linguaggio adeguato	143	158	299	124	140	47	79	20	1010
	La proposizione di valori positivi umani e civili, fondati sul rispetto della dignità della persona	72	68	193	78	77	12	73	5	578
	L'enunciazione del valore e dei benefici dell'appartenenza alla comunità	26	28	86	36	16	2	13	5	212
	La proposizione di modelli di riferimento, femminili e maschili, paritari e non stereotipati	39	59	122	44	88	12	44	0	408
	L'educazione alla legalità, alla cultura della diversità, alla partecipazione	60	44	160	43	47	9	54	6	423
	Il contrasto alla violenza, al bullismo (anche in rete)	17	10	73	7	12	5	22	0	146
	La promozione della lealtà sportiva e il contrasto al tifo calcistico violento	3	0	6	1	8	35	3	0	56
	Alle informazioni fornite che consentono ai minori di muoversi meglio nel nuovo mondo digitale	5	9	15	5	3	0	2	0	39
Totale		365	376	954	338	391	122	290	36	2872

Tavola 93b. Ambiti e temi della capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: percentuali per singolo tema

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, intercetta la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità attraverso (possibili più risposte)	L'utilizzo di un linguaggio adeguato	14,2%	15,6%	29,6%	12,3%	13,9%	4,7%	7,8%	2,0%	100,0%
	La proposizione di valori positivi umani e civili, fondati sul rispetto della dignità della persona	12,5%	11,8%	33,4%	13,5%	13,3%	2,1%	12,6%	0,9%	100,0%
	L'enunciazione del valore e dei benefici dell'appartenenza alla comunità	12,3%	13,2%	40,6%	17,0%	7,5%	0,9%	6,1%	2,4%	100,0%
	La proposizione di modelli di riferimento, femminili e maschili, paritari e non stereotipati	9,6%	14,5%	29,9%	10,8%	21,6%	2,9%	10,8%	0,0%	100,0%
	L'educazione alla legalità, alla cultura della diversità, alla partecipazione	14,2%	10,4%	37,8%	10,2%	11,1%	2,1%	12,8%	1,4%	100,0%
	Il contrasto alla violenza, al bullismo (anche in rete)	11,6%	6,8%	50,0%	4,8%	8,2%	3,4%	15,1%	0,0%	100,0%
	La promozione della lealtà sportiva e il contrasto al tifo calcistico violento	5,4%	0,0%	10,7%	1,8%	14,3%	62,5%	5,4%	0,0%	100,0%
	Alle informazioni fornite che consentono ai minori di muoversi meglio nel nuovo mondo digitale	12,8%	23,1%	38,5%	12,8%	7,7%	0,0%	5,1%	0,0%	100,0%
Totali		12,7%	13,1%	33,2%	11,8%	13,6%	4,2%	10,1%	1,3%	100,0%

Tavola 93c. Ambiti e temi della capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: percentuali per tema e tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, intercetta la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità attraverso (possibili più risposte)	L'utilizzo di un linguaggio adeguato	39,2%	42,0%	31,3%	36,7%	35,8%	38,5%	27,2%	55,6%	35,2%
	La proposizione di valori positivi umani e civili, fondati sul rispetto della dignità della persona	19,7%	18,1%	20,2%	23,1%	19,7%	9,8%	25,2%	13,9%	20,1%
	L'enunciazione del valore e dei benefici dell'appartenenza alla comunità	7,1%	7,4%	9,0%	10,7%	4,1%	1,6%	4,5%	13,9%	7,4%
	La proposizione di modelli di riferimento, femminili e maschili, paritari e non stereotipati	10,7%	15,7%	12,8%	13,0%	22,5%	9,8%	15,2%	0,0%	14,2%
	L'educazione alla legalità, alla cultura della diversità, alla partecipazione	16,4%	11,7%	16,8%	12,7%	12,0%	7,4%	18,6%	16,7%	14,7%
	Il contrasto alla violenza, al bullismo (anche in rete)	4,7%	2,7%	7,7%	2,1%	3,1%	4,1%	7,6%	0,0%	5,1%
	La promozione della lealtà sportiva e il contrasto al tifo calcistico violento	0,8%	0,0%	0,6%	,3%	2,0%	28,7%	1,0%	0,0%	1,9%
	Alle informazioni fornite che consentono ai minori di muoversi meglio nel nuovo mondo digitale	1,4%	2,4%	1,6%	1,5%	0,8%	0,0%	0,7%	0,0%	1,4%
	Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.8 Uno sguardo complessivo sulla coesione sociale

Sulla base di tutte queste elaborazioni particolari è possibile effettuare alcune valutazioni più complessive sulla coesione sociale e sul contributo della Rai a mantenerla, narrarla e rafforzarla. I dati mostrano un contributo sostanziale, pur in presenza di una situazione sociale segnata da improvvise e nuove negatività – come la pandemia nelle sue varie fasi – che si affiancano a problemi di inclusione e tolleranza diffusi da tempo e che talvolta trovano nella critica delle diversità (di genere, di etnia, di orientamento sessuale) il bersaglio privilegiato.

Il servizio pubblico conferma così il suo ruolo nella coesione sociale e la considera uno dei temi principali, forse il principale, della narrazione che conduce nel paese attraverso i vari macrogeneri della sua programmazione. Il risultato quantitativo dell'indice sintetico e di tutti gli indicatori testimonia un'eccellenza indiscutibile, nonostante una situazione sociale, rispetto all'anno

precedente, sempre segnata dalla crisi pandemica ma con atteggiamenti individuali e di gruppo molto meno corali, più divisivi, a volte rivendicativi. La prima serata e i macrogeneri come l'intrattenimento e l'approfondimento informativo appaiono come i settori suscettibili di ulteriori miglioramenti. Ciò non solo per ridurre ulteriormente gli episodi non positivi, fortunatamente compensati nella quasi totalità dei casi da un trattamento adeguato e spesso tempestivo, ma per ampliare l'area dell'intervento attivo rispetto a quello della neutralità.

Non si tratta infatti soltanto di rispettare dei criteri indiscutibili di correttezza, ma di promuovere maggiormente l'empowerment di coloro che continuiamo a chiamare cittadini-spettatori ma che sono ormai molto di più che meri componenti di un pubblico, per la loro capacità di commento, di proposizione di contenuti alla programmazione e di intervento diretto legate in massima parte al web. In questo empowerment vi sono temi che potrebbero essere incrementati: il rispetto delle diversità, l'inclusione, ed anche il ruolo del mondo digitale che non è più qualcosa di estraneo alla televisione, ma una componente indispensabile della sua narrazione, che può esprimere una grande positività se opportunamente convocata e chiamata in causa dalla programmazione di servizio pubblico.

5.9 Il monitoraggio sulla capacità di contrastare efficacemente l'hate speech

Il monitoraggio sulla capacità di contrasto efficace all'hate speech discende in particolare dalle prescrizioni dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni che, con la delibera N. 157/19/CONS del 15/05/2019, ha approvato il Regolamento recante disposizioni in materia di rispetto della dignità umana e del principio di non discriminazione e di contrasto all'hate speech (Allegato B della delibera citata).

Tale regolamento, agli articoli 3 e 4, prevede che i fornitori di media audiovisivi siano tenuti, in ogni programma trasmesso, al rispetto dei principi fondamentali sanciti a garanzia degli utenti,³² ed evitino *“possibili rappresentazioni stereotipate e generalizzazioni che, attraverso il ricorso a espressioni di odio, possano generare pregiudizio nei confronti di persone che vengano associate ad una determinata categoria o gruppo oggetto di discriminazione, offendendo così la dignità umana e generando una lesione dei diritti della persona.”* Il comma 1 dell'art. 5 è espressamente dedicato alla Rai che, in qualità di gestore del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale e in esecuzione al contratto di servizio, *“promuove la diffusione di contenuti che valorizzano i principi di rispetto della dignità umana, di non discriminazione, dell'inclusione e della coesione sociale, nonché di contrasto all'istigazione alla violenza e all'odio.”*

Nello stesso regolamento l'hate speech è definito (Art. 1) come *“l'utilizzo strategico di contenuti o espressioni mirati a diffondere, propagandare o fomentare l'odio, la discriminazione e la violenza per motivi etnici, nazionali, religiosi, ovvero fondati sull'identità di genere, sull'orientamento sessuale, sulla disabilità, o sulle condizioni personali e sociali, attraverso la diffusione e la distribuzione di scritti, immagini o altro materiale.”*³³ Sulla base di queste definizioni e di un'ampia letteratura internazionale³⁴ è stato possibile, d'intesa con la committenza, impostare le linee guida del monitoraggio.

L'hate speech è particolarmente diffuso nella comunicazione social, rappresenta una manifestazione pubblica di odio contro singoli individui, specialmente se noti, o gruppi sociali (le donne, o varie tipologie di “diversi”, come gli stranieri, i migranti, gli omosessuali, i disabili etc.), ed è spesso accompagnato da incitamenti ad altri a condividere l'odio, ed eventualmente a organizzarsi per manifestarlo e, talvolta, per passare dalle parole ai fatti.

Si tratta dunque di una comunicazione che ha due destinatari espliciti: il primo è il gruppo di coloro che possono condividere tali opinioni e comportamenti, con un effetto desiderato di rafforzamento reciproco; il secondo è il gruppo che costituisce il bersaglio dell'odio, con un effetto desiderato di intimidazione.

³² Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, art. 32, comma 5.

³³ Si veda anche: Consiglio d'Europa (Raccomandazione di politica generale n. 15 dell'Ecri, la Commissione contro il razzismo e l'intolleranza, adottata l'8 dicembre 2015): *“Si intende per discorso dell'odio il fatto di fomentare, promuovere o incoraggiare, sotto qualsiasi forma, la denigrazione, l'odio o la diffamazione nei confronti di una persona o di un gruppo, nonché il fatto di sottoporre a soprusi, insulti, stereotipi negativi, stigmatizzazione o minacce una persona o un gruppo e la giustificazione di tutte queste forme o espressioni di odio testé citate, sulla base della "razza", del colore della pelle, dell'ascendenza, dell'origine nazionale o etnica, dell'età, dell'handicap, della lingua, della religione o delle convinzioni, del sesso, del genere, dell'identità di genere, dell'orientamento sessuale e di altre caratteristiche o stato personale.”*

³⁴ Per un inquadramento generale rimandiamo a: Claire Wardle, Hossein Derakhshan, *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*, Consiglio d'Europa, 2017.

È una narrazione che vuole essere seriale. Il primo “hater” (la persona o il soggetto, spesso nascosto dietro un nickname, che riferisce sui social di un comportamento a suo avviso scandaloso) sopravvive come influencer solo se ha un pubblico di riferimento che condivide e fa circolare la sua denuncia, moltiplicando il suo impatto. A loro volta i follower, per distinguersi e farsi ascoltare nel coro dei seguaci, devono rincarare la dose dello scandalo o delle punizioni e vendette da infliggere al presunto responsabile. Si assiste quindi a un continuo crescendo emotivo e linguistico.

5.10 Gli obiettivi del monitoraggio nel contrasto all’hate speech

In base a queste premesse è risultato chiaro, innanzitutto, che l’obiettivo primario del monitoraggio è quello di verificare che attraverso le trasmissioni televisive del Servizio pubblico siano comunicati al pubblico contenuti che contrastino l’hate speech e l’istigazione alla violenza e all’odio in tutte le loro forme. In secondo luogo, si procede a verificare che nessuno dei contenuti che possono istigare alla violenza e/o all’odio, prodotti esternamente al servizio pubblico, nell’infosfera³⁵, riesca a filtrare all’interno della programmazione.

Il pericolo, quindi, non risiede nel fatto che la programmazione Rai possa produrre il discorso dell’odio, eventualità francamente da escludere, quanto, piuttosto, che frammenti di esso siano citati nelle trasmissioni, magari in connessione con qualche evento di cronaca che deve essere notiziato, o qualche intervistato, ospite o personaggio ne faccia uso, senza adeguata stigmatizzazione e presa di distanza da parte della conduzione o, nelle fiction, senza una adeguata collocazione nella sceneggiatura.

Conseguentemente l’attenzione si è concentrata prevalentemente sull’eventuale presenza di hate speech “importato” dall’esterno e riprodotto in trasmissione senza sufficienti cautele, precisazioni, dissociazioni e smentite, nonché sulle forme che avrebbe assunto il contrasto a tale discorso dell’odio.

Già in sede di monitoraggio della promozione di coesione sociale da parte della Rai l’eventuale presenza di lesioni della dignità delle persone, discriminazioni e forme anche stereotipate di intolleranza è stata oggetto di adeguata attenzione; del resto, anche il contrasto all’hate speech è stato parte di tale monitoraggio. Si è infatti ritenuto opportuno enucleare questo tema per poterlo trattare in maniera più ravvicinata poiché si tratta di un fenomeno di dimensione limitata, ma suscettibile di estensione con il potenziamento in atto (anche per motivi legati alla pandemia) dei media social.

Il focus sul contrasto all’hate speech consente inoltre di spegnere sul nascere alcuni luoghi comuni, fortunatamente del tutto esterni alla Rai. Ad esempio, l’errata convinzione che riferire il discorso dell’odio, la calunnia, l’affermazione falsa e non provata, faccia parte del diritto di cronaca o addirittura di un dovere, quando diventa un fenomeno sociale esteso, che, come tale, andrebbe resocontato. Il diritto-dovere della cronaca non è in discussione, ma la falsità delle affermazioni e

³⁵ La sfera pubblica allargata che, nella contemporaneità, è composta dai media istituzionali e dai social con i continui scambi e prestiti reciproci. Mentre i media istituzionali sono presidiati dalla deontologia degli operatori, oltre che da una consolidata giurisprudenza, altrettanto non si può dire dell’ondata di opinioni e sentimenti che si genera nei social per iniziativa di singoli e gruppi, e che si riproduce per continue enfaticizzazioni. Cresce inoltre in maniera preoccupante il discorso dell’odio da parte di centri di disinformazione organizzati, mascherati però da profili fake di singoli individui, eventualmente con falsa collocazione geografica, come se si trattasse di spontanei fenomeni di base.

delle immagini³⁶ andrebbe sempre denunciata, insieme al rifiuto dell'ingiuria, della discriminazione e della violenza.

5.11 Indicatori e indici del contrasto all'hate speech

Anche per questo tema, complementare e, come si è detto, ricompreso in quello della coesione sociale, si è provveduto a elaborare un indice specifico, con riferimento all'efficace contrasto all'hate speech diffuso nell'infosfera.

Esso è alimentato da un unico indicatore, ottenuto per ponderazione delle risposte a quattro domande qualitative presenti nella scheda di monitoraggio (tra parentesi si indica il relativo peso) e corrispondenti a:

1. In che misura nella trasmissione sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio? (30%)
2. In che misura nella trasmissione sono rinvenibili comportamenti corretti per il contrasto di odio/violenza? (30%)
3. In che misura la trasmissione fornisce al pubblico elementi utili per contrastare il fenomeno dell'hate speech? (20%)
4. In che misura il comportamento non corretto è pertinente al servizio pubblico o rappresentativo di esso? (20%).

Nel 2020 il singolo indicatore era invece generato dalla ponderazione di soli due item:

1. Assenza nella trasmissione di contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio (70%)
2. Presenza nella trasmissione di comportamenti corretti per il contrasto di odio e violenza (30%)

che alla luce dell'esperienza maturata e di concerto con la committenza si è pensato di articolare maggiormente.

I valori restituiti nel 2021 dalle risposte alle quattro domande "sentinella" sono confluiti in un indice di contrasto all'hate speech, pari a **8,49**. Questo valore, più basso di quello dello scorso anno – era 9,02 nel 2020 –, potrebbe verosimilmente costituire un ulteriore esito di quelle profonde modificazioni nello spirito pubblico già riscontrate in questo monitoraggio per il pluralismo sociale, prima, e per la coesione sociale, poi.

³⁶ Il pubblico meno accorto tende a considerare le immagini come una prova testimoniale della veridicità di ciò che mostrano. Fisse o in movimento, le immagini possono costituire dei fake in molti modi: mostrano persone diverse da quelle indicate oppure sono state riprese in altre circostanze, sono ricostruzioni girate ad arte, o su cui si è intervenuti in postproduzione. Possono inoltre provenire da fonti diverse da quelle dichiarate. L'elenco delle possibili contraffazioni si allunga di continuo, anche per i progressi della tecnologia, ma le tipologie sono sostanzialmente quelle presenti già nella storia della fotografia da metà Ottocento. Cfr. nella folta bibliografia Peter Burke, *Testimoni oculari: il significato storico delle immagini*, Roma, Carocci, 2002.

Figura 21. La capacità di contrastare l'hate speech: indice e indicatore di validità

INDICATORE TEMATICO E INDICE COMPLESSIVO DELLA CAPACITA' DI RAPPRESENTARE LA COESIONE SOCIALE	2021	2020
INDICE COMPLESSIVO	8,49	9,02
Efficacia al contrasto dell'hate speech	8,49	9,02

Per quanto riguarda la correlazione con le tipologie di programmi, i valori si distribuiscono tra l'8,84 dei programmi culturali e l'8,18 dell'intrattenimento, escludendo gli spot delle campagne sociali ed istituzionali (8,09).

Figura 22. La capacità di contrastare l'hate speech: indicatore di validità per tipologia di programma

INDICATORE TEMATICO PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMI		
Tipologia programma	del Telegiornali	8,51
	Rubriche dei telegiornali	8,62
	Approfondimento informativo	8,50
	Cultura	8,84
	Intrattenimento	8,18
	Rubriche sportive	8,57
	Fiction di produzione Rai	8,44
	Spot e campagne socio-istituzionali	8,09

5.12 Il contrasto all'hate speech: le evidenze restituite dall'analisi

5.12.1 Il sotto-campione pertinente col tema del contrasto all'hate speech: numeri assoluti e percentuali per tipologia di programma, per rete e orario di messa in onda

Quantitativamente, il contrasto all'hate speech è risultato pertinente in **542** casi nei 1.750 programmi monitorati, per una percentuale pari al **31,0%**. Anche in questo caso il forte scarto rispetto alla programmazione del 2020 – era il 74,4% – appare riconducibile alle condizioni profondamente diverse nello spirito pubblico rispetto alla “coralità nell'emergenza” dell'anno precedente. Tensioni e contrapposizioni hanno qui seguito altri percorsi, scegliendo come contenitori i contrasti al green pass, ai vaccini, alle restrizioni nella mobilità, e sono stati quindi registrati diversamente nel monitoraggio. Ciò che appare ormai in modo evidente – e che potrà avere conseguenze sulle forme future di osservazione del fenomeno – è che esiste un hate speech “costante”, che si concentra sempre sui propri temi (di genere, etnici, religiosi etc.), ed uno “mobile” che esprime un disagio individuale e sociale e che di volta in volta si trasferisce sui temi più divisivi nell'opinione pubblica, eventualmente con l'incitamento di hater professionali. Alla formazione del sottocampione di trasmissioni pertinenti con il tema contribuiscono su tutti “Approfondimento informativo”, con il

31,7%, e, a seguire, appaiati ma piuttosto staccati, “Telegiornali” (13,7%) e “Intrattenimento” (13,5%).

Il taglio orizzontale, intratipo, modifica la distribuzione dei casi pertinenti: rivela infatti per “Approfondimento informativo” una percentuale di casi pertinenti col tema pari al 38,7%, e per “Telegiornali” una percentuale pari al 37%, ma mostra che la tipologia che, al proprio interno, ha accumulato più occorrenze della variabile è quella della fiction, con il 41,7%.

Da notare, nell’una e nell’altra lettura, la ridotta attivazione dei programmi culturali, che invece molto potrebbero proprio per quelle aree discorsive ed espressive più difficili da intuire.

Tavola 94a. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all’hate speech: valori assoluti per tipologia di programma

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	74	126	200
	Rubriche dei telegiornali	62	183	245
	Approfondimento informativo	201	319	520
	Cultura	36	138	174
	Intrattenimento	73	202	275
	Rubriche sportive	24	59	83
	Fiction di produzione Rai	68	95	163
	Spot e campagne socio-istituzionali	4	86	90
Totale		542	1208	1750

Tavola 94b. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all’hate speech: percentuali per singola tipologia di programma

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	37,0%	63,0%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	25,3%	74,7%	100,0%
	Approfondimento informativo	38,7%	61,3%	100,0%
	Cultura	20,7%	79,3%	100,0%
	Intrattenimento	26,5%	73,5%	100,0%
	Rubriche sportive	28,9%	71,1%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	41,7%	58,3%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	4,4%	95,6%	100,0%
Totale		31,0%	69,0%	100,0%

Tavola 94c. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all'hate speech: percentuali per tipologie di programma

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	13,7%	10,4%	11,4%
	Rubriche dei telegiornali	11,4%	15,1%	14,0%
	Approfondimento informativo	37,1%	26,4%	29,7%
	Cultura	6,6%	11,4%	9,9%
	Intrattenimento	13,5%	16,7%	15,7%
	Rubriche sportive	4,4%	4,9%	4,7%
	Fiction di produzione Rai	12,5%	7,9%	9,3%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,7%	7,1%	5,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Per quanto riguarda le reti, alla formazione del sottocampione contribuisce per il 40,2% dei casi Rai 1, seguita da Rai 3, con il 36,3%. I valori di attivazioni interni alle tre reti (intratipo) risultano invece piuttosto adiacenti, tutti di poco sopra il 30%. Una omogeneità che potrebbe riflettere una impostazione comune delle trasmissioni afferenti ai medesimi macrogeneri televisivi.

Tavola 95a. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all'hate speech: valori assoluti per reti

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Rete	RAI 1	218	426	644
	RAI 2	124	273	397
	RAI 3	197	424	621
	Spot e campagne socio-istituzionali	3	85	88
Totale		542	1208	1750

Tavola 95b. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all'hate speech: percentuali per singola rete

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Rete	RAI 1	33,9%	66,1%	100,0%
	RAI 2	31,2%	68,8%	100,0%
	RAI 3	31,7%	68,3%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	3,4%	96,6%	100,0%
Totale		31,0%	69,0%	100,0%

Tavola 95c. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all'hate speech: percentuali per reti

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Rete	RAI 1	40,2%	35,3%	36,8%
	RAI 2	22,9%	22,6%	22,7%
	RAI 3	36,3%	35,1%	35,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,6%	7,0%	5,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

La fascia oraria che ha dato luogo a più attivazioni è stata quella del prime-time, con il 38,7%, quella meno riscontrata, invece, quella 15.00-18.00, con l'8,5%.

La lettura intratipo rivela invece uno scarto tra le fasce serali – 35,2% per 23.00-02.00 e 41,3% per 21.00-23.00 – e il resto della giornata, dove le diverse fasce risultano pertinenti con il tema con valori compresi tra 23% e 26,5%.

Tavola 96a. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all'hate speech: valori assoluti per fascia oraria

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Si	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	79	230	309
	12:00-15:00	56	188	244
	15:00-18:00	46	148	194
	18:00-21:00	70	194	264
	21:00-23:00	210	299	509
	23:00-02:00	81	149	230
Totale		542	1208	1750

Tavola 96b. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all'hate speech: percentuali per singola fascia oraria

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	25,6%	74,4%	100,0%
	12:00-15:00	23,0%	77,0%	100,0%
	15:00-18:00	23,7%	76,3%	100,0%
	18:00-21:00	26,5%	73,5%	100,0%
	21:00-23:00	41,3%	58,7%	100,0%
	23:00-02:00	35,2%	64,8%	100,0%
Totale		31,0%	69,0%	100,0%

Tavola 96c. La pertinenza del campione con il tema del contrasto all'hate speech: percentuali per fasce orarie

		L'area "Contrasto all'Hate-Speech" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Fascia Oraria	06:00-12:00	14,6%	19,0%	17,7%
	12:00-15:00	10,3%	15,6%	13,9%
	15:00-18:00	8,5%	12,3%	11,1%
	18:00-21:00	12,9%	16,1%	15,1%
	21:00-23:00	38,7%	24,8%	29,1%
	23:00-02:00	14,9%	12,3%	13,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

5.13 L'istigazione alla violenza e all'odio

Il livello di analisi successivo ha valutato la presenza, nella trasmissione monitorata, di elementi potenzialmente istigatori di odio. I riscontri affermativi hanno avuto luogo in 60 casi, pari all'11,1% delle 542 trasmissioni ritenute coerenti con il tema del contrasto all'hate speech.

Si tratta di numeri che possono apparire molto alti, ma che si esauriscono quasi sempre nel frammento di discorso che li ha originati, trovando compensazione e riequilibrio nell'immediato contesto e/o grazie all'intervento di un soggetto compresente nella narrazione. Quando ciò non è avvenuto, in 7 occasioni, non si è trattato però mai di casi in cui l'hate speech ha innescato autonomamente la criticità.

L'intrattenimento e l'approfondimento informativo, per ragioni di specificità testuali già citate numerose volte, sono i macrogeneri con più casi, appaiati al 31,7%. Ragionando in modo intratipo la percentuale corrisponde però al 26,0% per il primo macrogenere e al 31,7% per il secondo, essendo diverso l'apporto delle due tipologie di programmi al sotto-sottocampione.

A seguire le fiction di produzione, con il 21,7% rispetto al sotto-sottocampione e il 19,1% dell'intratipo.

Tavola 97a. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: valori assoluti per tipologia di programma

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	4	70	74
	Rubriche dei telegiornali	4	58	62
	Approfondimento informativo	19	182	201
	Cultura	0	36	36
	Intrattenimento	19	54	73
	Rubriche sportive	1	23	24
	Fiction di produzione Rai	13	55	68
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	4	4
Totale		60	482	542

Tavola 97b. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: percentuali per singola tipologia di programma

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	5,4%	94,6%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	6,5%	93,5%	100,0%
	Approfondimento informativo	9,5%	90,5%	100,0%
	Cultura	0,0%	100,0%	100,0%
	Intrattenimento	26,0%	74,0%	100,0%
	Rubriche sportive	4,2%	95,8%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	19,1%	80,9%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		11,1%	88,9%	100,0%

Tavola 97c. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: percentuali per tipologie di programma

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Si	No	
Tipologia del programma	Telegiornali	6,7%	14,5%	13,7%
	Rubriche dei telegiornali	6,7%	12,0%	11,4%
	Approfondimento informativo	31,7%	37,8%	37,1%
	Cultura	0,0%	7,5%	6,6%
	Intrattenimento	31,7%	11,2%	13,5%
	Rubriche sportive	1,7%	4,8%	4,4%
	Fiction di produzione Rai	21,7%	11,4%	12,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,8%	0,7%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Rai 1 è la rete in cui è stata individuata la quota più alta di casi, 34, pari al 56,7%; a seguire Rai 2 e Rai 3. La lettura intratipo evidenzia per la performance positiva rispetto a questa variabile valori compresi tra 84,4% di Rai 1 e 95,4% di Rai 3.

Tavola 98a. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: valori assoluti per tipologia di programma

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Si	No	
Rete	RAI 1	34	184	218
	RAI 2	17	107	124
	RAI 3	9	188	197
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	3	3
Totale		60	482	542

Tavola 98b. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: percentuali per singola rete

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	15,6%	84,4%	100,0%
	RAI 2	13,7%	86,3%	100,0%
	RAI 3	4,6%	95,4%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	100,0%	100,0%
Totale		11,1%	88,9%	100,0%

Tavola 98c. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: percentuali per tipologie di programma

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	56,7%	38,2%	40,2%
	RAI 2	28,3%	22,2%	22,9%
	RAI 3	15,0%	39,0%	36,3%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	0,6%	0,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Il prime-time è la fascia oraria in cui si è concentrata la maggior parte dei casi, addirittura il 56%, ragionevolmente per ragioni che hanno a che fare anche con il monitoraggio sistematico a cui si è deciso di sottoporla in virtù della sua rappresentatività. La seconda serata segue a distanza considerevole, con il 13,3%. Le fasce in cui si annoverano meno casi sono quelle della metà giornata: 12.00-15.00 e 15.00-18.00, con il 6,7%.

Guardando alle singole tipologie di programma, ci sono ben tre fasce con il numero più basso attivazioni per questa variabile: 06.00-12.00, con il 7,6%, e 12.00-15.00 e 18.00-21.00 col 7,1%; all'altro polo il prime-time con il 15,7%.

Tavola 99a. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: valori assoluti per fascia oraria

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Sì	No	
Fascia oraria	06:00-12:00	6	73	79
	12:00-15:00	4	52	56
	15:00-18:00	4	42	46
	18:00-21:00	5	65	70
	21:00-23:00	33	177	210
	23:00-02:00	8	73	81
Totale		60	482	542

Tavola 99b. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: percentuali per singola fascia oraria

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Sì	No	
Fascia oraria	06:00-12:00	7,6%	92,4%	100,0%
	12:00-15:00	7,1%	92,9%	100,0%
	15:00-18:00	8,7%	91,3%	100,0%
	18:00-21:00	7,1%	92,9%	100,0%
	21:00-23:00	15,7%	84,3%	100,0%
	23:00-02:00	9,9%	90,1%	100,0%
Totale		11,1%	88,9%	100,0%

Tavola 99c. La presenza di espressioni o comportamenti istiganti alla violenza e/o all'odio: percentuali per fasce orarie

		Nella trasmissione sono presenti espressioni, comportamenti o sono rappresentati contenuti che possono istigare alla violenza e/o all'odio?		Totale
		Sì	No	
Fascia oraria	06:00-12:00	10,0%	15,1%	14,6%
	12:00-15:00	6,7%	10,8%	10,3%
	15:00-18:00	6,7%	8,7%	8,5%
	18:00-21:00	8,3%	13,5%	12,9%
	21:00-23:00	55,0%	36,7%	38,7%
	23:00-02:00	13,3%	15,1%	14,9%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

5.13.1 Le forme del contrasto all'odio

L'aggiunta di un ulteriore livello di approfondimento ha previsto la ricerca, nelle trasmissioni, delle forme che hanno consentito di contrastare la diffusione di odio, ostilità e violenza. Il quesito prevedeva la possibilità di più risposte: ne sono state raccolte 587, ripartite tra 4 categorie: quella più frequentemente attivata è risultata essere "Vi è una rappresentazione corretta di forme di ostilità/violenza/intolleranza" (64,6%), seguita da "Vi è un disvelamento di falsi contenuti (fake news, foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell'infosfera (esterni alla trasmissione)" (21,5%). Staccate di molto "Vi è un efficace contrasto all'Hate Speech diffuso nell'infosfera (esterno alla trasmissione)" (8,9%) e "Vi è un efficace contrasto di affermazioni/atteggiamenti che istigano a ostilità/odio/violenza prodotti nel corso della trasmissione" (5,1%).

Per ciò che concerne la prevalenza delle diverse forme di contrasto presso singole tipologie di programma, l'approfondimento informativo risulta essere il genere più attivo con valori compresi tra il 33,8% di "Vi è una rappresentazione corretta di forme di ostilità/violenza/intolleranza" e il 53,3% di

“Vi è un disvelamento di falsi contenuti (fake news, foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell’infosfera (esterni alla trasmissione)”. Una riprova, questa, delle notevoli potenzialità dei generi più vicini alle dimensioni del discorso e del dibattito in ciascuno dei temi monitorati.

Tavola 100a. I comportamenti corretti per il contrasto di ostilità/odio/violenza: valori assoluti per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Come si configurano i comportamenti corretti per il contrasto di ostilità/odio/violenza all'interno della trasmissione? (possibili più risposte)	Vi è una rappresentazione corretta di forme di ostilità/violenza/intolleranza	51	41	110	26	31	16	47	3	325
	Vi è un efficace contrasto di affermazioni/atteggiamenti che istigano a ostilità/odio/violenza prodotti nel corso della trasmissione	4	7	42	3	16	4	16	0	92
	Vi è un efficace contrasto all'Hate Speech diffuso nell'infosfera (esterno alla trasmissione)	7	10	36	7	11	7	2	0	80
	Vi è un disvelamento di falsi contenuti (fake news, foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell'infosfera (esterni alla trasmissione)	17	14	48	5	5	0	0	1	90
Totale		79	72	236	41	63	27	65	4	587

Tavola 100b. I comportamenti corretti per il contrasto di ostilità/odio/violenza: percentuali per comportamento e per tipologie di programma

		Tipologia del programma								Total e
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondiment o informativo	Cultur a	Intratteniment o	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spo t e ca mp agn e soci o- istit uzi ona li	
Come si configurano i comportamenti corretti per il contrasto di ostilità/odio/viol enza all'interno della trasmissione? (possibili più risposte)	Vi è una rappresentazione corretta di forme di ostilità/violenza/intolleran za	15,7%	12,6%	33,8%	8,0%	9,5%	4,9%	14,5%	0,9 %	100,0 %
	Vi è un efficace contrasto di affermazioni/atteggiamen ti che istigano a ostilità/odio/violenza prodotti nel corso della trasmissione	4,3%	7,6%	45,7%	3,3%	17,4%	4,3%	17,4%	0,0 %	100,0 %
	Vi è un efficace contrasto all'Hate Speech diffuso nell'infosfera (esterno alla trasmissione)	8,8%	12,5%	45,0%	8,8%	13,8%	8,8%	2,5%	0,0 %	100,0 %
	Vi è un disvelamento di falsi contenuti (fake news, foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell'infosfera (esterni alla trasmissione)	18,9%	15,6%	53,3%	5,6%	5,6%	0,0%	0,0%	1,1 %	100,0 %
Totale		11,9%	12,1%	44,5%	6,4%	11,6%	4,5%	8,6%	0,5 %	100,0 %

Tavola 100c. I comportamenti corretti per il contrasto di ostilità/odio/violenza: percentuali dei diversi temi per tipologia di programma

		Tipologia del programma								Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
Come si configurano i comportamenti corretti per il contrasto di ostilità/odio/violenza all'interno della trasmissione? (possibili più risposte)	Vi è una rappresentazione corretta di forme di ostilità/violenza/intolleranza	64,6%	56,9%	46,6%	63,4%	49,2%	59,3%	72,3%	75,0%	60,9%
	Vi è un efficace contrasto di affermazioni/atteggiamenti che istigano a ostilità/odio/violenza prodotti nel corso della trasmissione	5,1%	9,7%	17,8%	7,3%	25,4%	14,8%	24,6%	0,0%	13,1%
	Vi è un efficace contrasto all'Hate Speech diffuso nell'infosfera (esterno alla trasmissione)	8,9%	13,9%	15,3%	17,1%	17,5%	25,9%	3,1%	0,0%	12,7%
	Vi è un disvelamento di falsi contenuti (fake news, foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell'infosfera (esterni alla trasmissione)	21,5%	19,4%	20,3%	12,2%	7,9%	0,0%	0,0%	25,0%	13,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.14 I soggetti attivi, le modalità del contrasto all'hate speech e il disvelamento dei contenuti falsi, falsificati e ingannevoli

Si è ritenuto utile e necessario, infine, integrare la lettura fin qui condotta con la ricerca delle diverse componenti che hanno agito nell'opera di contrasto all'hate speech e di facilitazione, da parte del pubblico, nel riconoscimento di comportamenti poco corretti.

Come risposte al quesito sulle modalità efficaci di contrasto (161 in valori assoluti), sono state proposte la presa di distanza immediata, ricorrente nel 47,8% di casi, e la condanna esplicita immediata, nel 52,2%.

Nel caso della prima, il contributo di riscontri maggiore è stato dato dall'approfondimento informativo, con il 40,3%, e, con la metà dei riscontri, dai programmi di intrattenimento.

La lettura intratipo consente invece di focalizzare la prevalenza dell'una o dell'altra forma di contrasto all'interno della singola tipologia di programma. Nei programmi culturali, per esempio, il contrasto assume la forma della presa di distanza immediata l'88,9% di volte; nelle rubriche sportive (con un numero comunque esiguo di occorrenze), invece, nel 70,0% dei casi ricorre la condanna esplicita immediata.

Tavola 101a. Le forme del contrasto efficace all'hate speech: valori assoluti per tipologia di programma

		Il contrasto efficace all'hate speech avviene attraverso:		Totale
		Presa di distanza immediata	Condanna esplicita immediata	
Tipologia del programma	Telegiornali	6	3	9
	Rubriche dei telegiornali	6	10	16
	Approfondimento informativo	31	43	74
	Cultura	8	1	9
	Intrattenimento	15	11	26
	Rubriche sportive	3	7	10
	Fiction di produzione Rai	8	9	17
Totale		77	84	161

Tavola 101b. Le forme del contrasto efficace all'hate speech: percentuali per singola tipologia di programma

		Il contrasto efficace all'hate speech avviene attraverso:		Totale
		Presa di distanza immediata	Condanna esplicita immediata	
Tipologia del programma	Telegiornali	66,7%	33,3%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	37,5%	62,5%	100,0%
	Approfondimento informativo	41,9%	58,1%	100,0%
	Cultura	88,9%	11,1%	100,0%
	Intrattenimento	57,7%	42,3%	100,0%
	Rubriche sportive	30,0%	70,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	47,1%	52,9%	100,0%
Totale		47,8%	52,2%	100,0%

Tavola 101c. Le forme del contrasto efficace all'hate speech: percentuali per tipologie di programma

		Il contrasto efficace all'hate speech avviene attraverso:		Totale
		Presa di distanza immediata	Condanna esplicita immediata	
Tipologia del programma	Telegiornali	7,8%	3,6%	5,6%
	Rubriche dei telegiornali	7,8%	11,9%	9,9%
	Approfondimento informativo	40,3%	51,2%	46,0%
	Cultura	10,4%	1,2%	5,6%
	Intrattenimento	19,5%	13,1%	16,1%
	Rubriche sportive	3,9%	8,3%	6,2%
	Fiction di produzione Rai	10,4%	10,7%	10,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Il disvelamento della falsità di un contenuto è stato ravvisato in 90 occasioni, che, dal punto di vista della sostanza espressiva, si sono così ripartite: “Dimostrazione della falsità del contenuto, contrapponendo i dati effettivi” con il 70,0%, “Presenza di distanza (mostrando eventuale foto/screenshot di video per il tempo minimo necessario e senza ostentarli)” con il 15,6% e “Dimostrazione dell’inattendibilità della fonte del contenuto” con il 14,4%.

La rilevazione di questa variabile, avvenuta anch’essa per tipologia di programma limitatamente ai generi del comparto informativo nei quali si concentra la quasi totalità delle occorrenze, evidenzia per la “presa di distanza” una maggiore risposta da parte dei telegiornali (29,4%); per la “dimostrazione della falsità del contenuto” le rubriche dei telegiornali e l’approfondimento informativo (rispettivamente per il 71,4 e per il 70,8% dei casi).

Tavola 102a. Le forme del disvelamento della falsità di un contenuto: valori assoluti per tipologia di programma

		Il disvelamento della falsità di un contenuto avviene attraverso:			Totale
		Presa di distanza (mostrando eventuale foto/screenshot di video per il tempo minimo necessario e senza ostentarli)	Dimostrazione della falsità del contenuto, contrapponendo i dati effettivi	Dimostrazione dell'inattendibilità della fonte del contenuto	
Tipologia del programma	Telegiornali	5	11	1	17
	Rubriche dei telegiornali	2	10	2	14
	Approfondimento informativo	7	34	7	48
	Cultura	0	3	2	5
	Intrattenimento	0	4	1	5
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	1	0	1
Totale		14	63	13	90

Tavola 102b. Le forme del disvelamento della falsità di un contenuto: percentuali per singola tipologia di programma

		Il disvelamento della falsità di un contenuto avviene attraverso:			Totale
		Presenza di distanza (mostrando eventuale foto/screenshot di video per il tempo minimo necessario e senza ostentarli)	Dimostrazione della falsità del contenuto, contrapponendo i dati effettivi	Dimostrazione dell'inattendibilità della fonte del contenuto	
Tipologia del programma	Telegiornali	29,4%	64,7%	5,9%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	14,3%	71,4%	14,3%	100,0%
	Approfondimento informativo	14,6%	70,8%	14,6%	100,0%
	Cultura	0,0%	60,0%	40,0%	100,0%
	Intrattenimento	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Totale		15,6%	70,0%	14,4%	100,0%

Tavola 102c. Le forme del disvelamento della falsità di un contenuto: percentuali per tipologie di programma

		Il disvelamento della falsità di un contenuto avviene attraverso:			Totale
		Presenza di distanza (mostrando eventuale foto/screenshot di video per il tempo minimo necessario e senza ostentarli)	Dimostrazione della falsità del contenuto, contrapponendo i dati effettivi	Dimostrazione dell'inattendibilità della fonte del contenuto	
Tipologia del programma	Telegiornali	35,7%	17,5%	7,7%	18,9%
	Rubriche dei telegiornali	14,3%	15,9%	15,4%	15,6%
	Approfondimento informativo	50,0%	54,0%	53,8%	53,3%
	Cultura	0,0%	4,8%	15,4%	5,6%
	Intrattenimento	0,0%	6,3%	7,7%	5,6%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,0%	1,6%	0,0%	1,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Completa la restituzione dei comportamenti agiti l'analisi dei comportamenti non adeguati rispetto al contrasto di ostilità, odio e violenza: sono stati riscontrati 63 casi a valle della possibilità di fornire più risposte al quesito per singola trasmissione monitorata. Anche in questo caso si tratta di numeri che possono apparire alti, ma che nella maggior parte dei casi si esauriscono nel frammento di discorso che li ha originati, trovando compensazione e riequilibrio nell'immediato contesto e/o grazie all'intervento di un soggetto compresente nella narrazione. Negli sparuti casi in cui ciò non è avvenuto, 5 volte (comprese nelle 7 commentate in precedenza, *cfr. par. 5.13*), la segnalazione è stata innescata prevalentemente da un altro tema, che per sostanza discorsiva o narrativa ha attraversato anche l'hate speech.

Le categorie di risposta proposte sono state quattro: "Vi è un mancato contrasto di affermazioni/atteggiamenti che istigano a ostilità/odio/violenza prodotti nel corso della trasmissione" (58,5%), "Vi è una rappresentazione non corretta di forme di ostilità/violenza/intolleranza" (26,4%), "Vi è un mancato disvelamento di falsi contenuti (fake news,

foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell'infosfera (esterni alla trasmissione) che vengono ostentati in trasmissione" (10,1%), "Vi è un mancato contrasto di hate speech diffuso nell'infosfera (esterno alla trasmissione) non indicato come tale" (4,9%).

La lettura per tipologia di programma fornisce un ulteriore rinforzo all'ipotesi, già varie volte formulata, circa il coinvolgimento dei generi più vicini al discorso libero negli episodi di comportamenti migliorabili rispetto al contrasto di ostilità, odio e violenza: sono infatti l'approfondimento informativo (37,2%) e l'intrattenimento (33,1%) a fornire due terzi dei suoi elementi costitutivi.

Tavola 103a. Le forme dei comportamenti corretti di contrasto a ostilità/odio/violenza: valori assoluti per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
Come si configurano i comportamenti non corretti rispetto al contrasto di ostilità/odio/violenza nella trasmissione? (possibili più risposte)	Vi è una rappresentazione non corretta di forme di ostilità/violenza/intolleranza	0	2	8	8	0	5	23
	Vi è un mancato contrasto di affermazioni/atteggiamenti che istigano a ostilità/odio/violenza prodotti nel corso della trasmissione	3	2	6	9	1	8	29
	Vi è un mancato contrasto di hate speech diffuso nell'infosfera (esterno alla trasmissione) non indicato come tale	0	0	2	4	0	0	6
	Vi è un mancato disvelamento di falsi contenuti (fake news, foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell'infosfera (esterni alla trasmissione) che vengono ostentati in trasmissione	1	1	3	0	0	0	5
Totale		4	5	19	21	1	13	63

Tavola 103b. Le forme dei comportamenti corretti di contrasto a ostilità/odio/violenza: percentuali per singola tipologia di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
Come si configurano i comportamenti non corretti rispetto al contrasto di ostilità/odio/violenza nella trasmissione? (possibili più risposte)	Vi è una rappresentazione non corretta di forme di ostilità/violenza/intolleranza	0,0%	8,7%	34,8%	34,8%	0,0%	21,7%	100,0%
	Vi è un mancato contrasto di affermazioni/atteggiamenti che istigano a ostilità/odio/violenza prodotti nel corso della trasmissione	10,3%	6,9%	20,7%	31,0%	3,4%	27,6%	100,0%
	Vi è un mancato contrasto di hate speech diffuso nell'infosfera (esterno alla trasmissione) non indicato come tale	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	100,0%
	Vi è un mancato disvelamento di falsi contenuti (fake news, foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell'infosfera (esterni alla trasmissione) che vengono ostentati in trasmissione	20,0%	20,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		7,6%	8,9%	37,2%	33,1%	0,9%	12,3%	100,0%

Tavola 103c. Le forme dei comportamenti corretti di contrasto a ostilità/odio/violenza: percentuali per tipologie di programma

		Tipologia del programma						Totale
		Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimento informativo	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	
Come si configurano i comportamenti non corretti rispetto al contrasto di ostilità/odio/violenza nella trasmissione? (possibili più risposte)	Vi è una rappresentazione non corretta di forme di ostilità/violenza/intolleranza	0,0%	40,0%	42,1%	38,1%	0,0%	38,5%	26,4%
	Vi è un mancato contrasto di affermazioni/atteggiamenti che istigano a ostilità/odio/violenza prodotti nel corso della trasmissione	75,0%	40,0%	31,6%	42,9%	100,0%	61,5%	58,5%
	Vi è un mancato contrasto di hate speech diffuso nell'infosfera (esterno alla trasmissione) non indicato come tale	0,0%	0,0%	10,5%	19,0%	0,0%	0,0%	4,9%
	Vi è un mancato disvelamento di falsi contenuti (fake news, foto/video falsificati/ingannevoli) potenzialmente istiganti a ostilità/odio/violenza diffusi nell'infosfera (esterni alla trasmissione) che vengono ostentati in trasmissione	25,0%	20,0%	15,8%	0,0%	0,0%	0,0%	10,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.15 Uno sguardo complessivo sulla coesione sociale e sull'hate speech

Anche per questa sezione, come per le precedenti, l'analisi si conclude con i dati numerici relativi alle segnalazioni concernenti il tema della coesione sociale e dell'hate speech nella programmazione.

Le segnalazioni complessive relative a questo area tematica sono state 31³⁷, di cui 11 best practice, 19 criticità, di cui una derubricata nel corso delle diverse fasi di controllo su cui si fonda il monitoraggio, perché frutto di un eccesso interpretativo, e 1 violazione coincidente con quella già segnalata, nella prima parte di questo rapporto, per la figura femminile, relativamente a un trattamento inadeguato della rappresentazione della violenza di genere. Va però detto che solo in 6 di questi 18 casi la criticità era focalizzata esclusivamente sulla coesione sociale. Nei restanti, infatti, la coesione, così come, seppur in percentuale inferiore, il pluralismo sociale, sono stati coinvolti come effetto delle ricadute dell'area della rappresentazione della figura femminile sulle altre.

Le 11 segnalazioni di best practice, tutte trasversali a diversi ambiti monitorati con netta prevalenza del pluralismo sociale, in 5 casi sono state rilevate in programmi di approfondimento informativo, in 3 casi in rubriche dei telegiornali e in 1 caso rispettivamente in telegiornali, programmi culturali e fiction di produzione.

La messa in onda di questi programmi ha avuto luogo su Rai 3 in 6 casi, su Rai 1 in 4 e su Rai 2 in 1. Per ciò che riguarda le fasce orarie, in 5 casi si è trattato della seconda serata (23.00-02.00), in 3 del prime-time (21.00-23.00) e nei restanti casi del day-time: 12:00 - 15:00 (1), 15:00 - 18:00 (1), 18:00 - 21:00 (1).

Nella maggior parte dei casi è stata l'intera trasmissione a essere considerata una best practice.

I temi trattati nel corso di queste trasmissioni hanno riguardato: la corretta rappresentazione della disabilità fisica e mentale, l'inclusione, anche di genere, e la complessità sociale della popolazione, la sostenibilità ambientale, la rappresentazione dell'identità di genere e la corretta rappresentazione della violenza di genere.

Le 6 segnalazioni di criticità ascrivibili completamente al tema della coesione sociale in 3 casi sono state rilevate in programmi di approfondimento informativo, in 2 casi in programmi di intrattenimento e in 1 caso in un telegiornale.

La messa in onda di questi programmi ha avuto luogo su Rai 1 (4) e Rai 3 (2).

Per ciò che riguarda le fasce orarie, in 2 casi si è trattato del prime-time (21.00-23.00), in 2 del day-time pomeridiano (15:00 - 18:00) e nei restanti casi delle fasce 12:00 - 15:00 (1) e 18:00 - 21:00 (1).

I temi coinvolti hanno riguardato il linguaggio usato – riconosciuto come omofobo o razzista –, la rappresentazione carente perché stereotipata di alcune identità sociali, la discriminazione nei confronti di minoranze o gruppi.

In merito al contrasto all'hate speech si precisa che questo è concepito, nel presente monitoraggio, come una pertinenza della coesione sociale. L'esperienza di due anni di monitoraggio e la loro coincidenza con periodi eccezionali nella vita del Paese (come peraltro il 2022 in corso) mostra che il tema è rilevante e tendente alla crescita in relazione alla proporzione crescente della comunicazione che passa attraverso media social globali. Il tema sembra attraversare tutti i temi del monitoraggio (pluralismo sociale e trattamento della figura femminile oltre alla coesione sociale) ed anche altri, come la tutela dei minori. Inoltre, sembrano emergere più forme del discorso dell'odio, alcune

³⁷ Il complesso delle 31 segnalazioni si distribuisce tra l'approfondimento informativo (12), l'intrattenimento (9), le rubriche dei tg (4), i tg (2), i programmi culturali (2) e le fiction di produzione (2).

strettamente inerenti al tema ed altre che esprimono un disagio individuale e sociale e tendono a utilizzare, come un contenitore, un tema di odio al momento prevalente. Infine, emergono con forza tipologie di hater che possono ricondursi, su scala globale, ad organizzazioni e non a singoli individui adottando spesso mascheramenti.

Questa pluralità delle forme e delle modalità non è sempre, per la sua novità, riconosciuta come tale. È ormai ben presente, nelle trasmissioni Rai sia giornalistiche che di altro genere, il principio del fact-checking, del riscontro puntuale delle fonti e dell'attenzione alle notizie non verificate anche per possibili effetti sull'opinione pubblica, i comportamenti sociali, l'economia. Tuttavia, la difesa del pluralismo e il diritto-dovere di esprimere le varie opinioni su un determinato tema, può condurre talvolta a reclutare opinion makers – più che esperti certificati di un tema – rispetto ai quali non vengono sempre operati distinguo. Potrebbe capitare che l'ospite che esprime opinioni nell'ambito della correttezza quando è invitato in trasmissione fosse la stessa persona che sui social non usa la stessa attenzione e manifesta posizioni estreme, conflittuali e polarizzate. Poiché i media (social compresi) sono ormai un sistema a vasi comunicanti, parte del pubblico incontra sui social (o in trasmissioni non Rai) la stessa persona che vede sulla Rai e fa un unico insieme delle sue varie opinioni e colorite espressioni.

La solida positività degli indicatori relativi al contrasto all'hate speech, quindi, contiene anche indicazioni che possono essere utili: sia per meglio definire, con i responsabili della programmazione, gli ambiti e le novità, sia per aggiornare ulteriormente gli strumenti del monitoraggio.

Un'ultima considerazione sull'hate-speech: nei casi in cui è stato individuato come tema di una segnalazione, non è mai stato ravvisato come autonomo. Né in caso di best practice (1), né di criticità (8, più il caso derubricato).

I dati nel loro complesso concorrono pertanto a un giudizio ampiamente positivo.

Conclusioni

Il presente monitoraggio ha avuto luogo in un anno difficile, profondamente segnato dallo svolgimento della pandemia e dalle sue conseguenze. È un quadro che rimanda all'annata precedente, ma si presenta con spiccate diversità. Il 2020 aveva visto l'improvviso arrivo del COVID e il dispiegarsi delle sue nefaste conseguenze, suscitando negli italiani un sentimento di comune partecipazione alle drastiche misure sanitarie che avevano ridotto la mobilità e gli assembramenti al minimo indispensabile, di fatto chiudendo in casa la grande maggioranza degli italiani. Il mezzo televisivo, soprattutto nella sua componente di servizio pubblico, era apparso come la sede privilegiata per l'informazione – anche sanitaria e di servizio – la coesione sociale, l'intrattenimento anche in forma compensativa per la mancata possibilità di uscire di casa e di usufruire di altre opportunità (come il cinema, il teatro, lo stadio), o di consumo (centri commerciali, supermercati). Di qui una crescita non soltanto degli ascolti del medium televisivo, ma della sua funzione sociale.

Questa crescita dello spettacolo domestico è avvenuta non soltanto comprimendo lo spazio di altri media, soprattutto quelli che richiedono – come il cinema nelle sale, o l'acquisto di un giornale cartaceo – un passaggio nello spazio pubblico, ma anche riducendo lo spazio che potenzialmente stavano assumendo le piattaforme Over-the-Top per la loro larga offerta di contenuti di intrattenimento on-demand, indubbiamente abbondante, attrattiva e personalizzata ma meno adatta alla promozione della coesione sociale e alla tenuta del paese e priva di informazioni di servizio e di contiguità. Vi è in questo una differenza notevole con quanto è avvenuto nel più largo settore del consumo. Se infatti l'impossibilità di raggiungere centri commerciali fisici ha proporzionalmente aumentato l'accesso al commercio elettronico, la chiusura dei luoghi fisici dello spettacolo è stata compensata prima di tutto dallo spettacolo domestico televisivo, e solo in seconda battuta dalle piattaforme OTT.

Diversamente dall'anno 2020, il 2021 è stato sempre segnato dalla pandemia ma è risultato più divisivo, meno corale, meno condiviso, perché sono progressivamente emerse, anche in forma manifesta e pubblica, differenze e opposizioni che hanno attraversato le istituzioni, l'opinione pubblica, le forze politiche e sociali. Esse non hanno mancato di produrre distinguo e differenze tra le forze politiche e sociali, ma anche nell'informazione. Il tema è stato se e come resocontare fatti avvenuti (le manifestazioni) e opinioni presenti nell'opinione pubblica e nelle forze politiche e sociali. La RAI, con la sua lunga esperienza di promozione del pluralismo sociale, ha largamente superato questa prova, come ampiamente dimostra il monitoraggio, dando conto dei fatti e anche delle opinioni, senza lasciarsi coinvolgere nella diffusione di fake news, né proponendo nei talk show formule bipolari (“uno a favore, uno contro”) adatte certo al dibattito politico ma altrettanto certamente non a questa materia.

Le linee di frattura sono state soprattutto due: la questione dei vaccini e la gestione delle restrizioni alla mobilità. Sulla questione dei vaccini, mentre il fronte dei sanitari mostrava una compattezza quasi assoluta nei confronti della loro utilità inderogabile (personale e sociale), della mancanza di pericolosità della vaccinazione e della sua funzione etica (vaccinarsi è un dovere), sono circolate largamente, dando vita anche a movimenti (“no vax”) e a manifestazioni di piazza, opinioni contrarie alimentate anche da informazioni non corrette e a vere e proprie fake news.

Sulle restrizioni imposte ai cittadini per l'emergenza sanitaria si sono progressivamente manifestati movimenti di opinione volti ad alleggerirle o abolirle, con motivazioni economiche e sociali, ma talvolta coinvolgendo anche aspetti etici: se cioè fosse lecito e proporzionato intervenire sulle libertà

costituzionalmente garantite. Vi è stato però anche un aspetto che potremmo definire securitario, in cui sono intervenute anche fake news (“no green pass”): e cioè che la raccolta dei dati necessaria al contrasto della pandemia, avrebbe determinato una schedatura dei cittadini. Tra le due linee di frattura si sono verificate varie sovrapposizioni, soprattutto nelle manifestazioni di piazza.

I dati del monitoraggio dimostrano che la RAI ha affrontato questa prova con responsabilità sociale e notevoli risultati, particolarmente evitando la sovrapposizione delle varie perplessità e opposizioni e l’effetto ansiogeno che avrebbero potuto provocare. Il suo operato si è manifestato in un contesto sociale meno unito e ha richiesto un considerevole sforzo di “fact checking” di cui l’emergenza pandemica (e il successivo contesto bellico) ha messo in luce non solo il grande ruolo, ma l’esigenza di disporre di adeguati protocolli per la validazione delle notizie e il contrasto a fake news, discorso dell’odio ed altre forme di disinformazione e misinformazione.

Sono risultate in questo caso di particolare utilità le attenzioni che da tempo la RAI utilizza nell’approfondimento informativo, nei programmi di servizio e nella fiction e che riguardano la costruzione del racconto (anche da un punto di vista formale), e il trattamento di tutte le tematiche sensibili come pari opportunità, inclusione sociale, diversità, forme di violenza e intolleranza sensibilità ambientale. Esse rappresentano la più valida interpretazione evolutiva dei doveri e della responsabilità sociale del servizio pubblico radiotelevisivo.

6. Metodologia della ricerca

Due punti, nella metodologia adottata nella presente indagine, caratterizzano l'attività del gruppo di ricerca, la cui esperienza poliennale include, fra l'altro, lo svolgimento del monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile per la stessa RAI per il biennio 2016-2017 e per il 2020.

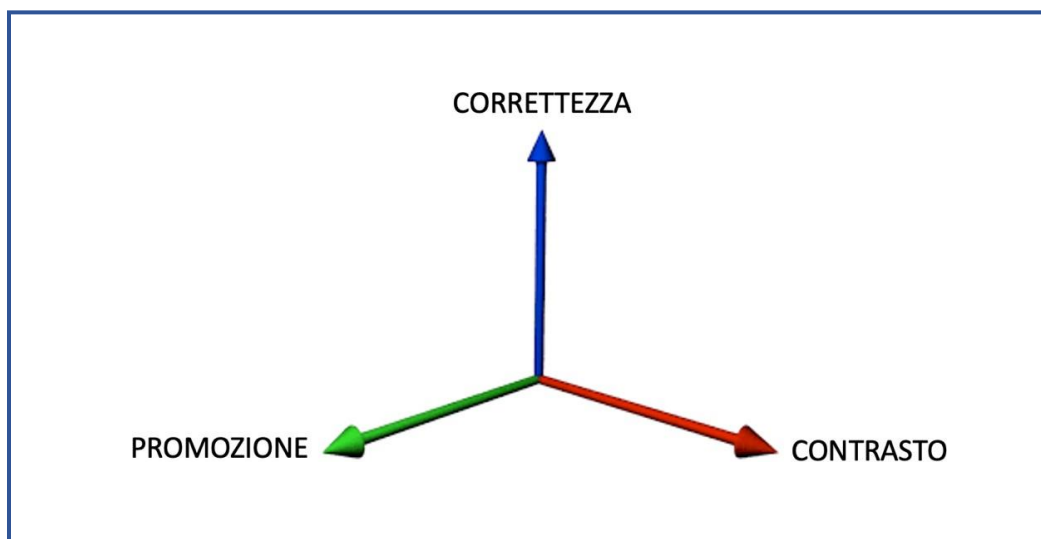
Il primo è l'elaborazione di categorie di analisi ancorate alla letteratura di settore, in modo da consentire confronti con i principali studi – nazionali e internazionali – che indagano, attraverso l'analisi del contenuto, gli ambiti della programmazione televisiva oggetto del monitoraggio, ma che consentono anche la confrontabilità e la comparazione delle esperienze e dei risultati ottenuti sia in ricerche pregresse, sia nelle precedenti rilevazioni compiute, anche da altri gruppi di ricerca, sugli stessi temi o su tematiche che presentano affinità e collegamenti.

Il secondo è costituito dall'integrazione delle tecniche dell'analisi del contenuto con quelle dell'analisi critica del discorso, un sapere multi- e interdisciplinare volto alla decostruzione delle strutture discorsive che sono espressione della società; sapere che, nel modello prescelto tra quelli attualmente più praticati – gli Studi Socio-Cognitivi del Discorso (SCDS) per come li definisce lo studioso Teun Van Dijk – assume a fondamento del discorso il ruolo della componente socio-cognitiva. Nel contesto dei SCDS si scavano infatti i testi con l'intento di farne emergere il cosiddetto common ground: il sapere, le attitudini, le ideologie che legano i parlanti e in quanto partecipi di una stessa situazione comunicativa e, al contempo, in quanto membri di uno stesso gruppo sociale.

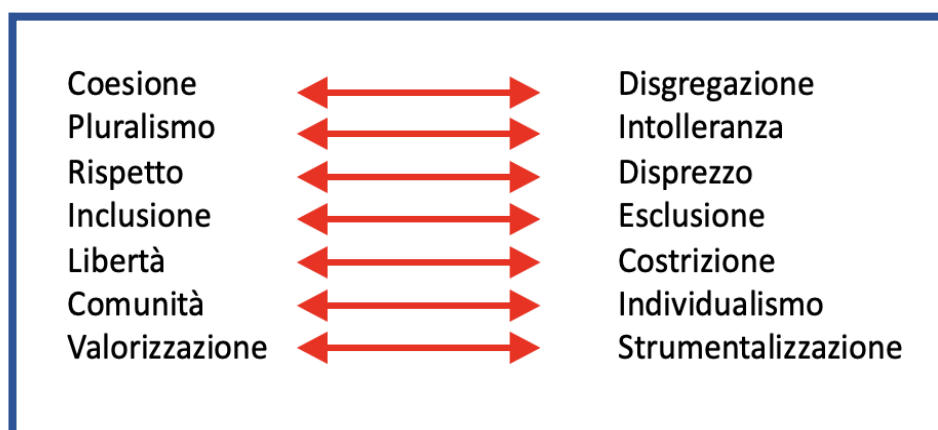
Questo tipo di approccio, preferito perché consente di spiegare in che modo “le regole dello stare al mondo” tipiche di una società si travasino nei suoi singoli individui per effetto dei linguaggi che sostanziano ogni genere di produzione testuale, è stato inoltre arricchito di un insieme di spunti di matrice semiotica e sociosemiotica: le specificità testuali dei testi da monitorare, filmici, rendono infatti necessario che si tenga conto di quanto implicato dalla multimodalità e dalla patemica. I significati espressi dal linguaggio verbale possono infatti essere corroborati o sconfessati da quelli prodotti dagli apparati scenografici e luminosi, dalle inquadrature, dal linguaggio paraverbale o non verbale dei personaggi, dalla scelta degli abiti di scena e delle acconciature e, non ultimo, dalle musiche e da ogni altro genere di “rumore” compresente al testo verbale.

Operativamente, si è proceduto con il monitorare, con una stessa azione, aspetti diversi: modalità di rappresentazione della figura femminile; il raggiungimento degli obiettivi di pluralismo sociale; il contributo offerto alla creazione di coesione sociale e il contrasto all'hate speech.

Non si tratta soltanto di verificare la correttezza delle trasmissioni rispetto ai vari temi, ma anche di ricercare in che modo i programmi del servizio pubblico, in maniera proattiva, si sono fatti promotori di atteggiamenti e condotte che valorizzano e promuovono nella società il pluralismo, l'inclusione e la coesione sociale; e inoltre contrastano gli atteggiamenti intolleranti, gli information disorder e gli hate speech che circolano nella società, su altri media, nell'universo dei social, nel web: un contrasto che ha modalità ed efficacia non ancora del tutto sperimentate, per la relativa novità del fenomeno.



Una visione “tridimensionale” della missione del servizio pubblico che può applicarsi a tutte le tematiche oggetto del monitoraggio qui descritto e forse estendersi anche ad altri aspetti della rappresentazione della vita sociale operata da RAI con la televisione generalista – ma anche con quella tematica e semi-generalista, con la radio, con RaiPlay e tutte le altre presenze della Rai sul web – ovunque siano in atto processi di inclusione o di segregazione, di coesione o frammentazione, di solidarietà o disgregazione sociale, coinvolgendo tutti i generi di rappresentazione praticati dal servizio pubblico, scripted e unscripted, di realtà o di finzione, compresi quelli a torto considerati più leggeri.



La missione di servizio pubblico, come emerge dai principi fissati dal Contratto di Servizio 2018-2022, appare profondamente rinnovata ed empowered. Non si tratta dunque di assicurare nelle trasmissioni una correttezza notarile o un’asettica neutralità, ma di interpretare un ruolo proattivo analogo, seppur così diverso nei contenuti, a quella funzione di alfabetizzazione linguistica e culturale del Paese che la RAI ha svolto in passato in maniera quasi leggendaria.

Ci soffermeremo in seguito sulla definizione dei valori caratterizzanti la missione evolutiva del servizio pubblico, ma ci preme qui, intanto, indicare come questo set di principi abbia contribuito all’evoluzione della metodologia.

6.1 Un duplice livello di analisi

Si è valutata intanto l'opportunità, in un denso rapporto con la committenza, di applicare un duplice livello di analisi, dopo aver valutato gli elementi strutturali e tematici del programma (Anagrafica) e le presenze sulla scena (Sinottica), che in alcuni appuntamenti particolarmente rilevanti – ad esempio il Festival di Sanremo – hanno comportato fino a 70 schede, ciascuna per un partecipante con parola: una talking (in questo caso anche singing) head.

Il primo livello di analisi comporta una scheda di primo livello, di impostazione analoga per ciascun tema da affrontare, volta a individuare e descrivere le technicalità fini del trattamento di quella particolare tematica all'interno della singola trasmissione, tenendo conto della diversa responsabilità delle varie persone sulla scena in quanto più o meno rappresentative del servizio pubblico: conduttori o comprimari, ospiti, intervistati, collegamenti, pubblico (anche attraverso i suoi applausi se in studio, e la messaggistica se da casa) e le altre figure, compresi gli "esterni": ad esempio un tweet mostrato in trasmissione è pertinente a un soggetto che non è presente sulla scena né è stato intervistato, ma ha ciò nonostante una influenza nella narrazione, agisce ed è agito dai partecipanti.

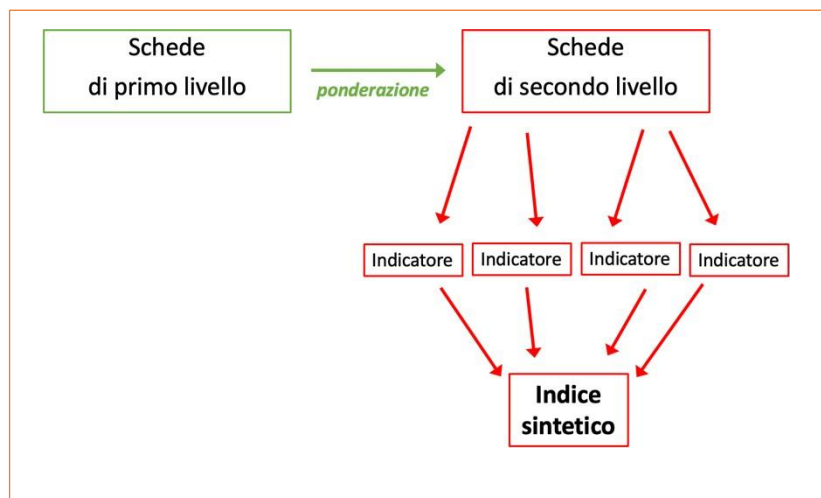
Aspetti particolari sono stati specificamente trattati, come le trasmissioni con un contenuto legale-processuale, si tratti di un court show o di un'inchiesta che ricostruisce un caso giudiziario o ha carattere investigativo. L'importante tema della "cultura della legalità" ha in queste trasmissioni un rilievo particolare, sia per le possibili "rivittimizzazioni" delle vittime (con l'alleggerimento delle responsabilità di chi colpevole a tutto svantaggio delle persone lese), sia per la eventuale proposizione di modelli devianti. Una particolare attenzione è stata dedicata alla verifica se la cultura della legalità sia stata presentata in un linguaggio e in una forma accessibili ai minori.

Si segnala anche che il contrasto all'hate speech, collegato nel capitolato al tema della coesione sociale, è stato scorporato e trattato separatamente per evidenziare sia la novità del tema sia la sua particolarità. Non si è infatti trattato prevalentemente di espressioni enunciate in trasmissione, quanto del modo di riportare e citare affermazioni circolanti nella società contenenti falsità (fake news), espressioni di odio e di incitamento alla violenza. Anche sul piano scientifico è di grande interesse il modo di trattare opinioni esterne alla trasmissione, riconosciute come menzognere e offensive, in un delicato equilibrio fra libertà di informazione e di espressione da un lato, e l'esigenza di non propagare nella società opzioni diffamatorie, discriminatorie, tendenziose e false.

6.2 La scheda di secondo livello: indici e indicatori

Fin qui il primo livello; ma è stata introdotta anche una scheda di secondo livello, che permettesse di compiere una valutazione sintetica della rispondenza della trasmissione ai principi di servizio pubblico nelle quattro missioni indicate dal bando: rappresentazione della figura femminile; capacità di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi e di contribuire alla creazione di coesione sociale; contrasto all'hate speech. Se la scheda di primo livello si inoltrava in forma qualitativa nelle technicalità e negli aspetti più complessi (e talvolta controversi) delle singole trasmissioni del campione, alla scheda di secondo livello è richiesto di condurre alla definizione di un indice di validità, rispetto a ciascun tema, delle trasmissioni nel campione. Esso è costruito sulla media ponderata dei risultati di un numero variabile di indicatori (da tre a cinque) per ciascun tema, che richiedono la determinazione

di un valore compreso tra 1 e 10. Per garantire l'accuratezza della valutazione nel caso di indicatori e indici è stata scelta la trascrizione dei risultati a due decimali.



La sintesi degli indicatori relativi a ciascun tema genera un indice sintetico che esprime la capacità complessiva della programmazione Rai di essere aderente ai valori di riferimento, distintivi del servizio pubblico, per quanto attiene a quella determinata missione del servizio pubblico, sia nei programmi che nella fiction di produzione Rai.

Lo stesso procedimento viene poi applicato a singoli aspetti e caratteristiche della programmazione e permettono dunque di determinare il valore di ciascun indicatore e indice relativamente a:

- rete di messa in onda
- tipologia del programma
- calendario della pandemia da COVID-19
- fascia oraria di messa in onda.

6.3 La ponderazione

L'introduzione di meccanismi di ponderazione è stata concepita per tenere in giusta considerazione le peculiarità della trasmissione considerata (tipologia e genere del programma, fascia oraria, contesto comunicativo e formato). Ad esempio, la stessa battuta a sfondo sessista – sempre indesiderabile – assume rilevanza diversa a seconda che si tratti di intrattenimento o informazione.

La valutazione espressa da un indicatore non è un mero giudizio soggettivo dell'analista, ma la risultante di più risposte a domande contenute nella scheda di primo livello. Tali risposte possono essere paragonate agli affluenti che poi confluiscono in un fiume che mescola e arricchisce le acque di varia provenienza. Alcune domande alimentano più indicatori per l'ampiezza e complessità del quesito in esse contenuto. Ad esempio, la domanda di primo livello D.3.2.1 ("In che misura, su una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), è garantita la pluralità delle voci e delle opinioni?") alimenta, nell'ambito della capacità di garantire il pluralismo, sia l'indicatore 1 (Completezza) che l'indicatore 2

(Correttezza). Infatti l'espressione di più voci ed opinioni è necessaria sia alla completezza che alla correttezza di una trasmissione. Il peso di quella risposta è ponderato al 20% per la completezza, e al 40% per la correttezza. Ai fini della correttezza, l'espressione delle varie voci ed opinioni è più determinante rispetto al mero concetto di completezza, a cui concorrono altri diversi fattori.

La scheda di secondo livello produce dunque l'espressione quantitativa di una procedura nativamente quali-quantitativa. Essa è assistita da misurazioni numeriche, da algoritmi, ma è una valutazione umana, dove i numeri controllano la soggettività; anche perché il monitore che compila la scheda di secondo livello è quasi sempre, nella misura del possibile, persona diversa da chi ha riempito la prima.

L'introduzione di elementi numerici (come indici e algoritmi) nel processo di analisi, affidandosi il più possibile a parametri oggettivi e misurabili, consente di non perdere la ricchezza del dato qualitativo, ma non è il solo elemento di controllo: il monitoraggio da noi adottato ha una struttura piramidale: due analisti riempiono le schede di primo e di secondo livello, successivamente convalidate dagli analisti senior. Nei casi di difficile risoluzione vi è un confronto collegiale con la direzione della ricerca, cui è affidata la responsabilità della valutazione finale e la motivazione dei giudizi espressi.

6.4 La composizione degli indici e degli indicatori

Sulla base delle indicazioni teoriche enunciate nei paragrafi 2 e 3, presentiamo in dettaglio – per ciascuno dei temi da valutare – il quadro degli indici e dei relativi indicatori, comprensivi dei meccanismi di ponderazione introdotti.

a) la correttezza della rappresentazione della figura femminile

I cinque indicatori relativi a questo tema sono così ponderati:

Indicatore	Ponderazione
1. Completezza	30%
2. Rispetto della dignità della persona e dell'identità di genere	15%
3. Prevenzione e contrasto della violenza nei confronti delle donne	20%
4. Rappresentazione non stereotipata del ruolo della donna	15%
5. Promozione dei principi di non discriminazione e di parità di genere	20%

Ciascun indicatore, a sua volta, esprime la media ponderata di un numero variabile (da 3 a 6) di domande presenti nella scheda di primo livello.

Indicatore 1		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Completezza	1	D.4.2.1 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione presenta rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?	35%
	2	D.4.5.1 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo) i riferimenti a questioni di genere/pari opportunità, presenti nella trasmissione, sono espliciti?	30%
	3	D.4.6.3 Quanto, in una scala 1 (per niente) a 10 (moltissimo), nella trasmissione viene trattata correttamente la violenza di genere?	35%

Indicatore 2		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Rispetto della dignità della persona e dell'identità di genere	1	D.4.1.1 In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), nella trasmissione sono presenti forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?	20%
	2	D.4.3 In che misura, in una scala 1 (moltissimo) a 10 (per niente), nella trasmissione sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile?	20%
	3	D.4.2.1 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione presenta rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?	20%
	4	D.4.4.1 In che misura, secondo una scala da 1 (moltissimo) a 10 (per niente), nella trasmissione sono presenti forme di violazione della dignità femminile?	15%
	5	D.4.4.5 In che misura, secondo una scala da 1 (moltissimo) a 10 (per niente), la violazione della dignità femminile ha come autore un soggetto pertinente al servizio pubblico o rappresentativo di esso?	10%
	6	D.4.4.7 In che misura, secondo una scala da 1 a 10, il trattamento della violazione è efficace, corretto, tempestivo e chiaramente ascrivibile al servizio pubblico?	15%

Indicatore 3		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Prevenzione e contrasto della violenza nei confronti delle donne	1	D.4.6.3 Quanto, in una scala 1 (per niente) a 10 (moltissimo), nella trasmissione viene trattata correttamente la violenza di genere?	30%
	2	D.4.6.7 In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), l'autore della rappresentazione corretta della violenza di genere è chiaramente ascrivibile al servizio pubblico?	25%
	3	D.4.7.3 In che misura, secondo una scala da 1 (moltissimo) a 10 (per niente), l'autore di una rappresentazione scorretta della violenza di genere è chiaramente ascrivibile al servizio pubblico?	25%
	4	D.4.7.5 In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), il contrasto della rappresentazione scorretta della violenza è efficace, corretto, tempestivo e chiaramente ascrivibile al servizio pubblico?	20%

Indicatore 4		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Rappresentazione non stereotipata del ruolo della donna	1	D.4.2.1 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione presenta rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?	30%
	2	D.4.2.4 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la promozione del rispetto, della sfida a stereotipi e discriminazioni è diretta ed esplicita?	10%
	3	D.4.2.6 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la promozione del rispetto/della sfida a stereotipi/ discriminazioni è riferibile a un soggetto pertinente al servizio pubblico o rappresentativo di esso?	30%
	4	D.4.3 In che misura, in una scala 1 (moltissimo) a 10 (per niente), nella trasmissione sono presenti rappresentazioni sessiste, forme di stereotipi o discriminazioni della figura femminile?	30%

Indicatore 5		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Promozione dei principi di non discriminazione e di parità di genere	1	D.4.1.1 In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), nella trasmissione sono presenti forme di promozione del rispetto dell'identità di genere?	40%
	2	D.4.2.1 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione presenta rappresentazioni che sfidano sessismo, stereotipi o discriminazioni della figura femminile?	30%
	3	D.4.3.4 Quanto, in una scala da 1 (moltissimo) a 10 (per niente) la mancanza del rispetto/della sfida a stereotipi/ discriminazioni è riferibile a un soggetto pertinente al servizio pubblico o rappresentativo di esso?	30%

b) La capacità di garantire il pluralismo di temi, soggetti e linguaggi

I cinque indicatori relativi a questo tema sono così ponderati:

Indicatore	Ponderazione
1. Completezza	30%
2. Correttezza	10%
3. Imparzialità	10%
4. Neutralità	20%
5. Inclusione	30%

Ciascun indicatore, a sua volta, esprime la media ponderata di un numero variabile (da 2 a 4) di domande presenti nella scheda di primo livello.

Indicatore 1		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Completezza	1	D.3.2.1 In che misura, su una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), è garantita la pluralità delle voci e delle opinioni?	20%
	2	D.3.4.Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), le modalità di trattazione dei temi consentono al pubblico di accrescere la propria conoscenza del tema e di formarsi una propria opinione?	30%
	3	D.3.5 In che misura, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), l'informazione fornita dalla trasmissione può essere definita completa?	50%

Indicatore 2		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Correttezza	1	D.3.2.1 In che misura, su una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), è garantita la pluralità delle voci e delle opinioni?	40%
	2	D.3.3.1 In che misura, su una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), il formato, la narrazione, il linguaggio e le immagini sono adeguati a descrivere efficacemente la realtà del Paese nella sua varietà e nelle sue molteplici diversità?	30%
	3	D.3.6 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione è corretta in base alla separazione tra opinioni e fatti e al rispetto dei diritti della persona della privacy?	30%

Indicatore 3		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Imparzialità	1	D.3.7 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione rispetta il principio dell'imparzialità?	60%
	2	D.3.11 Qualora la trasmissione rappresenti controversie, vertenze o processi, quanto sono rispettati, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), il Tribunale, i danneggiati, gli imputati, i testimoni?	40%

Indicatore 4		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Neutralità	1	D.3.8 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione rispetta il principio della neutralità?	60%
	2	D.3.11.1 Qualora la trasmissione rappresenti controversie, vertenze o processi, quanto sono rispettati, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), il Tribunale, i danneggiati, gli imputati, i testimoni?	40%

Indicatore 5		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Inclusione	1	D.3.9 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione riflette l'articolata composizione della società in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa?	25%
	2	D.3.10 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione dimostra attenzione alle minoranze e alle persone con disabilità?	25%
	3	D.5.7.1 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo) la trasmissione è in grado di svolgere una narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali?	25%
	4	D.5.8.1 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?	25%

c) La capacità di contribuire alla creazione di coesione sociale

I quattro indicatori relativi a questo tema sono così ponderati:

Indicatore	Ponderazione
1. Capacità di rappresentare in modo equo e non lesivo le diverse articolazioni e identità presenti nella società	20%
2. Capacità di promuovere lo sviluppo umano, i diritti e le capacità individuali in modo inclusivo	30%
3. Capacità di promuovere la strutturazione, il rafforzamento e la crescita della comunità, anche nelle sue proiezioni esterne	20%
4. Capacità di contrasto alle discriminazioni e promozione di una cultura della legalità	30%

Ciascun indicatore, a sua volta, esprime la media ponderata di un numero variabile (da 1 a 8) di domande presenti nella scheda di primo livello.

Indicatore 1		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Capacità di rappresentare in modo equo e non lesivo le diverse articolazioni e identità presenti nella società	1	D.5.1.1 - In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), nella trasmissione sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate su appartenenze o orientamenti delle persone?	15%
	2	D.5.1.4 - In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), le rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi promuovono il rispetto dell'identità di gruppo in forma diretta o indiretta?	5%
	3	D.5.1.6 - In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la promozione di rappresentazioni che portano una sfida a stereotipi e discriminazioni è pertinente al servizio pubblico o rappresentativa di esso?	10%
	4	D.5.2.4 - Quanto è corretto, seconda una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo) il trattamento della mancanza di rispetto o della discriminazione/dello stereotipo avvenuta in trasmissione da parte del servizio pubblico o da chi lo rappresenta?	15%
	5	D.5.4.1 - In che misura, secondo una scala da 1 (moltissimo) a 10 (per niente) nel programma vi sono forme di violazione della dignità della persona?	15%
	6	D.5.4.5 - In che misura, secondo una scala da 1 (moltissimo) a 10 (per niente), la violazione è pertinente al servizio pubblico o rappresentativa di esso?	15%
	7	D.5.7.1 Quanto, in una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo) la trasmissione è in grado di svolgere una narrazione rispettosa delle identità, delle diversità e delle libertà di persone e gruppi sociali?	10%
	8	D.5.4.7 -Quanto è corretto, seconda una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo) il trattamento della violazione avvenuta in trasmissione da parte del servizio pubblico o da chi lo rappresenta?	15%

Indicatore 2		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Capacità di promuovere lo sviluppo umano, i diritti e le capacità individuali in modo inclusivo	1	D.5.5.1 - In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione può attivare un processo di empowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale?	100%

Indicatore 3		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Capacità di promuovere la strutturazione, il rafforzamento e la crescita della comunità, anche nelle sue proiezioni esterne	1	D.5.5.4 - In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione può attivare un processo di promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale?	100%

Indicatore 4		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Capacità di contrasto alle discriminazioni e promozione di una cultura della legalità	1	D.5.3.1 - In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), programma promuove efficacemente la cultura della legalità?	50%
	2	D.5.3.3 - In che misura, secondo una scala da 1 (moltissimo) a 10 (per niente), la potenziale legittimazione di violenza o abuso è svolta in una forma che può determinare nei minori processi imitativi ed emulazione?	30%
	3	D. 5.3.2 - In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la promozione della legalità è svolta con un linguaggio particolarmente adatto e accessibile ai minori?	20%

d) L'efficacia nel contrasto all'hate speech

La tematica del contrasto all'hate speech è indagata con quattro domande (in luogo delle due previste nel 2020) che, tra loro ponderate, esprimono un unico indicatore:

Indicatore		Domande presenti nella scheda di primo livello	%
Efficacia nel contrasto all'hate speech	1	D.6.1.1 - In che misura, secondo una scala da 1 (moltissimo) a 10 (per niente), nella trasmissione sono rappresentati contenuti che possono istigare all'ostilità, alla violenza e/o all'odio?	30%
	2	D.6.2 - In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), nella trasmissione sono rinvenibili comportamenti corretti per il contrasto di odio/violenza?	30%
	3	D.6.2.1 In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), la trasmissione fornisce al pubblico elementi utili per contrastare il fenomeno dell'hate speech?	20%
	4	In che misura, secondo una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo), il comportamento non corretto è pertinente al servizio pubblico o rappresentativo di esso?	20%

6.5 Rappresentatività e limiti del campionamento

Il numero delle trasmissioni campionate nel presente monitoraggio (1.750) è largamente superiore a precedenti rilevazioni e ciò ha permesso di costituire una ampia base dati, e dunque di compiere una accurata rilevazione delle tematiche che erano oggetto del monitoraggio, tutte riferite alle modalità con cui RAI adempie alla sua missione di servizio pubblico nei suoi vari aspetti, attraverso la programmazione delle sue reti generaliste. Il campionamento, tuttavia, è costruito per le finalità di indagine sopra enunciate; potrebbe presentare limiti quando venisse impiegato in altro modo.

In particolare, l'inclusione integrale nel campione della prima serata – purché con produzione propria – è risultata una scelta felice per meglio monitorare i fenomeni oggetto dell'indagine, ma provoca differenze nella numerosità dei programmi delle varie reti generaliste all'interno del campione, in

conseguenza del ricorso maggiore o minore di ciascuna rete alla fiction internazionale. Pertanto, il campione non si presta, al di fuori delle indagini specifiche per cui è stato costituito, per misurare altre performance delle reti o confronti tra loro. In particolare, la fondamentale dialettica factual/fiction risulta non sufficientemente comprensibile perché sono mancanti numerosi e importanti testi filmici o serie, perché non di produzione.

Sono stati inseriti nel campione, inoltre, alcune puntate di programmi che nel dibattito pubblico e particolarmente sui social hanno suscitato commenti critici. Ciò risponde all'esigenza sempre più sentita di considerare le forme produttive del pubblico – non di mera ricezione dei programmi trasmessi – che possono fornire indicazioni e stimoli a varie categorie di professionisti: chi compone un palinsesto, chi scrive un programma, ma anche chi da analista ne esamina il contenuto. Un numero esiguo di tali trasmissioni non è andato in onda sulle tre reti generaliste ma su altri canali RAI. I dati che riguardano queste trasmissioni sono stati correttamente inseriti ma non possono essere considerati in nessun modo rappresentativi delle reti che le hanno messe in onda per due ragioni: a) il ridottissimo numero di unità; b) il fatto che essi siano stati inseriti proprio per il loro carattere di potenziale criticità.

6.6 Il valore comunicativo



La metodologia qui descritta, con vari livelli di osservazione e plurimi punti di vista (ricercatori junior, senior, direzione della ricerca) contribuisce a creare valore comunicazionale e conoscitivo nelle routine di produzione e programmazione dei contenuti per l'Azienda e tutti i suoi stakeholder, a partire dai cittadini utenti. Essa è alla base anche di una auspicata valorizzazione economica, anche in sede di bilancio sociale, del rilevante contributo che la programmazione Rai dà al superamento delle discriminazioni di genere e di altra natura, alla promozione della coesione e dell'inclusione sociale, nonché del contrasto agli "information disorder", a cominciare dall'hate speech. In particolare, il contributo alla riduzione delle disparità apportato dalla fruizione della programmazione

radiotelevisiva di servizio pubblico potrebbe essere utilizzato nella determinazione degli indicatori sintetici di disuguaglianza, come l'indice di Gini³⁸.

6.7 Best practice, criticità, violazioni

Il monitoraggio comprende, a norma di capitolato, la segnalazione al Committente di trasmissioni che costituiscano best practice relativamente alla corretta rappresentazione della figura femminile, al perseguimento degli obiettivi di pluralismo, al contributo alla creazione di coesione sociale, al contrasto dell'hate speech; ed anche le segnalazioni delle trasmissioni che presentino criticità, di varia intensità. Ciò è stato espresso attraverso una scala di colori, in cui il verde indica una best practice, il giallo e il rosso diverse intensità della criticità.

Il procedimento adottato per l'individuazione delle possibili segnalazioni può partire dal singolo monitore che visiona una trasmissione, o dai commenti alla trasmissione presenti nell'infosfera, che suggeriscono di analizzarla anche se non presenta nel campione, o dalla stessa Committenza. In tutti i casi la valutazione è soggetta ad un double check, è parametrata sui valori riscontrabili sulla scheda di primo e secondo livello già riempita, e comporta una valutazione collegiale del gruppo di ricerca.

Gli elementi di valutazione sono ponderati sulle rispettive tipologie dei programmi. Nei confronti dei prodotti di fiction si applica un maggior livello di tolleranza nella valutazione di forme stereotipate e discriminatorie o delle mancanze di pluralismo, rispetto a quanto si chiede ai generi e formati dell'informazione.

Ai programmi di intrattenimento, quando sistematicamente caratterizzati da una comicità orientata al politicamente scorretto o marcati, anche nel contratto con il pubblico, da una conduzione dissacrante, è riconosciuta una maggiore libertà linguistica ed espressiva quando questa è parte essenziale del formato del programma e delle aspettative del pubblico nei suoi confronti. Ciò a condizione che la derisione e la denigrazione di certe categorie sociali non diventino la cifra stilistica distintiva della trasmissione, con un umorismo da reiterazione – i cosiddetti “tormentoni”.

Di contro, alla macroarea dell'approfondimento informativo e ai programmi di servizio viene richiesta una particolare attenzione e cura nella costruzione del racconto (anche da un punto di vista formale), che è doverosa quando sono affrontate tematiche sensibili come pari opportunità, inclusione sociale, diversità, forme di violenza e intolleranza. Nell'anno 2020 a questo elenco di doveri del Servizio pubblico è stata aggiunta la grande responsabilità sociale nei confronti dell'emergenza COVID.

È necessario tenere conto della fascia oraria di messa in onda e dunque dell'ampiezza e qualità del pubblico coinvolto, oltre che degli obblighi di programmazione relativi alla fascia oraria stessa; e si considera anche, con attenzione, la dissonanza o corrispondenza rispetto al contenuto in termini di linguaggio, immagini e formato.

³⁸ Chiamato anche *Indice di concentrazione*, costituisce la misura più utilizzata per descrivere la disuguaglianza di una distribuzione, per lo più del reddito o della ricchezza.

Un'ultima considerazione riguarda la reiterazione nel tempo dei contenuti oggetto di osservazione. Buona parte della programmazione ha carattere seriale, generalmente con puntate quotidiane o settimanali, non soltanto per la fidelizzazione del pubblico e la creazione di abitudini di ascolto, ma per la costruzione di un pubblico di riferimento: qualcosa di molto diverso da un target a cui indirizzare insistenti messaggi pubblicitari, ma piuttosto una comunità che condivide elementi di identità e scelte valoriali e che si specchia nella programmazione in cui trova conferme e stimoli. La programmazione di una rete, dunque, deve avere ricorrenti marker della sua riconosciuta identità. Anche se il monitoraggio non può seguire che un campione delle puntate trasmesse, comprendere se un contenuto proposto fa parte o meno di questo set di valori è importante ai fini della valutazione. Una criticità può riguardare un breve segmento, o essere la conseguenza di uno stile della narrazione.

Le segnalazioni sono state poi oggetto di un confronto aperto con il committente, da cui sono scaturite proposte di variazione, modifica, integrazione.

Appendice Statistica

Tavole 2a. Il campione monitorato: valori assoluti per rete e per fascia oraria

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Rete	RAI 1	124	67	90	71	211	80	643
	RAI 2	56	72	32	85	84	68	397
	RAI 3	111	91	60	89	201	68	620
	Spot e campagne socio-istituzionali	18	14	12	19	13	14	90
Totale		309	244	194	264	509	230	1750

Tavole 2b. Il campione monitorato: valori percentuali per singola fascia oraria e per rete

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Rete	RAI 1	19,3%	10,4%	14,0%	11,0%	32,8%	12,4%	100,0%
	RAI 2	14,1%	18,1%	8,1%	21,4%	21,2%	17,1%	100,0%
	RAI 3	17,9%	14,7%	9,7%	14,4%	32,4%	11,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	20,0%	15,6%	13,3%	21,1%	14,4%	15,6%	100,0%
Totale		17,7%	13,9%	11,1%	15,1%	29,1%	13,1%	100,0%

Tavole 2c. Il campione monitorato: percentuali di fasce orarie per reti

		Fascia oraria						Totale
		06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
Rete	RAI 1	40,1%	27,5%	46,4%	26,9%	41,5%	34,8%	36,7%
	RAI 2	18,1%	29,5%	16,5%	32,2%	16,5%	29,6%	22,7%
	RAI 3	35,9%	37,3%	30,9%	33,7%	39,5%	29,6%	35,4%
	Spot e campagne socio-istituzionali	5,8%	5,7%	6,2%	7,2%	2,6%	6,1%	5,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 5a. La presenza di persone e personaggi in scena per fasce orarie: valori assoluti

Genere personaggi	Fascia oraria						Totale
	06:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	18:00-21:00	21:00-23:00	23:00-02:00	
M	2766	2006	1723	2980	7718	2319	19512
F	1758	1289	1362	1673	4174	1168	11424
Transgender	3	2	0	0	16	6	27
Altro	5	5	5	5	30	7	57
Totale	4532	3302	3090	4658	11938	3500	31020

Tavola 7a: La distribuzione dei generi per tipologia di programma: valori assoluti

Genere Personaggi	Tipologia di programma								Totale
	Telegiornali	Rubriche dei telegiornali	Approfondimenti o informativi	Cultura	Intrattenimento	Rubriche sportive	Fiction di produzione Rai	Spot e campagne socio-istituzionali	
M	3195	1783	7115	1470	3021	1195	1671	62	19512
F	1936	1120	4113	708	2051	225	1209	62	11424
Transgender	0	0	18	0	6	0	3	0	27
Altro	1	4	11	5	27	0	2	7	57
Totale	5132	2907	11257	2183	5105	1420	2885	131	31020

Tavola 14a. La distribuzione dei generi per classe socio-economica: valori assoluti

Genere personaggi	Classe socio-economica					Totale
	Alta società e Upper Middle Class	Middle Class	Lower Middle Class	Marginalità economica e sociale	Non definibile	
M	8168	7549	1319	212	2264	19512
F	3669	5176	858	126	1595	11424
Transgender	13	7	1	0	6	27
Altro	19	5	2	0	31	57
Totale	11869	12737	2180	338	3896	31020

Tavola 15a. La posizione sociale dei generi: valori assoluti (Tavola in tre parti)

Genere personaggi	Posizione sociale I parte									
	Professionista dei media tradizionali e dello spettacolo (es. Conduzione, regia, scrittura autoriale, giornalismo, crew)	Professionista dei media digitali (es. Influencer, Youtuber, Blogger etc)	Celebrità, artista, maestranza artistica	Figura istituzionale, politica, di pubblica amministrazione	Figura economica, finanziaria, imprenditoriale	Figura legale o operante nella sfera del diritto	Figura sanitaria e della ricerca scientifica in ambito sanitario	Figura di assistenza sociale e/o psicologica	Figura ingegneristica, tecnica, informatica	Figura scientifica e/o tecnologica
M	5618	59	2644	2009	714	432	1111	59	133	263
F	4484	50	1468	483	173	163	374	95	34	83
Transgender	3	0	10	2	0	0	0	0	0	0
Altro	9	1	33	0	0	0	0	0	0	0
Totale	10114	110	4155	2494	887	595	1485	154	167	346

Genere personaggi	Posizione sociale II parte									
	Figura del mondo della scuola, della formazione, della cultura (es. docente, operatore culturale etc)	Student*	Forze dell'ordine e forze armate	Figura sindacale o legata al mondo dell'attivismo e del volontariato	Artigian*, commercianti, operai*	Impiegat*, lavorat* nei servizi	Agricolt*, forestale, pescat*	Disoccupat* e Inoccupat*	Figura dello sport	Figura legata al settore enogastronomico
M	571	318	591	352	282	201	227	39	943	323
F	320	288	128	242	130	190	54	27	201	116
Transgender	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Altro	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0
Totale	891	607	719	596	412	391	281	67	1144	441

Genere personaggi	Posizione sociale III parte												Totale
	Ruolo familiare	Bambin*, adolescente	Re, regina, monarca, nobile	Figure religiose (cattoliche)	Pensionat*	Figure religiose (altre confessioni)	Figura legata alla cura della casa e della persona	Soggetto fragile, bisognoso, socialmente marginalizzato	Arrestat*, indagat*, sospettat* di reato	Figura legata alla malavita e al criminale	Sex worker	Altro	
M	398	131	55	227	150	15	16	130	285	213	2	1001	19512
F	741	125	56	46	103	6	92	124	61	24	26	917	11424
Transgender	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	27
Altro	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	57
Totale	1140	257	111	273	253	21	108	254	346	237	32	1932	31020

Tavola 16a. Abilismo e generi: valori assoluti

Genere personaggi	Abilità				Totale
	Abilità	Disabilità momentanea	Disabilità cronica	Disabilità legata alla vecchiaia	
M	19321	37	124	30	19512
F	11263	24	114	23	11424
Transgender	27	0	0	0	27
Altro	53	0	4	0	57
Totale	30664	61	242	53	31020

Tavola 17a. Macrotemi trattati e generi: valori assoluti

Genere personaggi	Macrotemi												Totale
	Politica interna	Politica estera	Economia	Scienza e salute	Questioni sociali	Ambiente e natura	Giustizia	Religione	Cultura e storia	Arte, spettacolo e media	Istruzione	Difesa e sicurezza	
M	2977	1788	2713	6121	4099	1942	1644	705	2657	4019	949	2708	32322
F	1457	980	1480	3438	3701	1133	1061	420	1606	2634	758	1628	20296
Transgender	5	0	3	11	22	1	4	0	5	8	1	5	65
Altro	0	0	2	5	16	4	1	1	2	31	1	0	63
Totale	4439	2768	4198	9575	7838	3080	2710	1126	4270	6692	1709	4341	52746

Tavola 23a. La promozione del rispetto dell'identità di genere: valori assoluti

Tipologia del programma	La promozione del rispetto dell'identità di genere riguarda:		Totale
	Appartenenza di genere	Inclusione reale	
Telegiornali	59	87	146
Rubriche dei telegiornali	50	103	153
Approfondimento informativo	111	250	361
Cultura	33	76	109
Intrattenimento	70	132	202
Rubriche sportive	15	30	45
Fiction di produzione Rai	46	68	114
Spot e campagne socio-istituzionali			
Totale	384	746	1130

Tavola 24a. Ambiti della mancanza di rispetto dell'identità di genere: valori assoluti

		La mancanza del rispetto dell'identità di genere riguarda:		Totale
		Appartenenza di genere	Inclusione differenziale	
Tipologia del programma	Telegiornali	1	0	1
	Rubriche dei telegiornali	0	3	3
	Approfondimento informativo	8	6	14
	Cultura	1	1	2
	Intrattenimento	9	6	15
	Rubriche sportive	3	1	4
	Fiction di produzione Rai	7	1	8
	Spot e campagne socio-istituzionali	0	0	0
Totale		29	18	47

Tavola 67a. La capacità di contribuire alla coesione sociale: valori assoluti per rete

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	327	28	258	613
	RAI 2	192	20	164	376
	RAI 3	339	10	263	612
	Spot e campagne socio-istituzionali	7	2	79	88
Totale		865	60	764	1689

Tavola 67b. La capacità di contribuire alla coesione sociale: percentuali per singola rete

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	95,2%	4,8%	100,0%
	RAI 2	94,7%	5,3%	100,0%
	RAI 3	98,6%	1,4%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	100,0%		100,0%
Totale		96,5%	3,5%	100,0%

Tavola 67c. La capacità di contribuire alla coesione sociale: percentuali per reti

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Rete	RAI 1	36,3%	50,8%	36,8%
	RAI 2	22,3%	34,4%	22,7%
	RAI 3	36,2%	14,8%	35,5%
	Spot	5,2%		5,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 68a. La capacità di contribuire alla coesione sociale: valori assoluti per fascia oraria

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Fascia oraria	06:00-12:00	302	7	309
	12:00-15:00	232	12	244
	15:00-18:00	188	6	194
	18:00-21:00	250	14	264
	21:00-23:00	493	16	509
	23:00-02:00	224	6	230
Totale		1689	61	1750

Tavola 68b. La capacità di contribuire alla coesione sociale: percentuali per singola fascia oraria

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Fascia oraria	06:00-12:00	97,7%	2,3%	100,0%
	12:00-15:00	95,1%	4,9%	100,0%
	15:00-18:00	96,9%	3,1%	100,0%
	18:00-21:00	94,7%	5,3%	100,0%
	21:00-23:00	96,9%	3,1%	100,0%
	23:00-02:00	97,4%	2,6%	100,0%
Totale		96,5%	3,5%	100,0%

Tavola 68c. La capacità di contribuire alla coesione sociale: percentuali per fasce orarie

		L'area "Promozione della coesione sociale" è complessivamente pertinente con il programma monitorato?		Totale
		Sì	No	
Fascia oraria	06:00-12:00	17,9%	11,5%	17,7%
	12:00-15:00	13,7%	19,7%	13,9%
	15:00-18:00	11,1%	9,8%	11,1%
	18:00-21:00	14,8%	23,0%	15,1%
	21:00-23:00	29,2%	26,2%	29,1%
	23:00-02:00	13,3%	9,8%	13,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 69a. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: valori assoluti per tipologia di programma

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	109	3	86	198
	Rubriche dei telegiornali	116	4	115	235
	Approfondimento informativo	293	21	200	514
	Cultura	94	2	71	167
	Intrattenimento	127	15	111	253
	Rubriche sportive	35	1	36	72
	Fiction di produzione Rai	84	12	64	160
	Spot e campagne socio-istituzionali	7	2	81	90
Totale		865	60	764	1689

Tavola 69b. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: percentuali per singola tipologia di programma

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	55,1%	1,5%	43,4%	100,0%
	Rubriche dei telegiornali	49,4%	1,7%	48,9%	100,0%
	Approfondimento informativo	57,0%	4,1%	38,9%	100,0%
	Cultura	56,3%	1,2%	42,5%	100,0%
	Intrattenimento	50,2%	5,9%	43,9%	100,0%
	Rubriche sportive	48,6%	1,4%	50,0%	100,0%
	Fiction di produzione Rai	52,5%	7,5%	40,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	7,8%	2,2%	90,0%	100,0%
Totale		51,2%	3,6%	45,2%	100,0%

Tavola 69c. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: percentuali per tipologie di programma

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Tipologia del programma	Telegiornali	12,6%	5,0%	11,3%	11,7%
	Rubriche dei telegiornali	13,4%	6,7%	15,1%	13,9%
	Approfondimento informativo	33,9%	35,0%	26,2%	30,4%
	Cultura	10,9%	3,3%	9,3%	9,9%
	Intrattenimento	14,7%	25,0%	14,5%	15,0%
	Rubriche sportive	4,0%	1,7%	4,7%	4,3%
	Fiction di produzione Rai	9,7%	20,0%	8,4%	9,5%
	Spot e campagne socio-istituzionali	,8%	3,3%	10,6%	5,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 70a. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: valori assoluti per rete

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	327	28	258	613
	RAI 2	192	20	164	376
	RAI 3	339	10	263	612
	Spot e campagne socio-istituzionali	7	2	79	88
Totale		865	60	764	1689

Tavola 70b. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: percentuali per singola rete

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	53%	5%	42%	100%
	RAI 2	51%	5%	44%	100%
	RAI 3	55%	2%	43%	100%
	Spot e campagne socio-istituzionali	8%	2%	90%	100%
Totale		51%	4%	45%	100%

Tavola 70c. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: percentuali per reti

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	37,8%	46,7%	33,8%	36,3%
	RAI 2	22,2%	33,3%	21,5%	22,3%
	RAI 3	39,2%	16,7%	34,4%	36,2%
	Spot e campagne socio-istituzionali	0,8%	3,3%	10,3%	5,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 71a. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: valori assoluti per fascia oraria

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	151	4	147	302
	12:00-15:00	107	9	116	232
	15:00-18:00	106	4	78	188
	18:00-21:00	121	4	125	250
	21:00-23:00	254	29	210	493
	23:00-02:00	126	10	88	224
Totale		865	60	764	1689

Tavola 71b. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: percentuali per singola fascia oraria

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	50,0%	1,3%	48,7%	100,0%
	12:00-15:00	46,1%	3,9%	50,0%	100,0%
	15:00-18:00	56,4%	2,1%	41,5%	100,0%
	18:00-21:00	48,4%	1,6%	50,0%	100,0%
	21:00-23:00	51,5%	5,9%	42,6%	100,0%
	23:00-02:00	56,3%	4,5%	39,3%	100,0%
Totale		51,2%	3,6%	45,2%	100,0%

Tavola 71c. La capacità di contrastare e sfidare discriminazioni e stereotipi basati sull'appartenenza di gruppo: percentuali per fasce orarie

		Nel programma sono presenti rappresentazioni che contrastano e sfidano discriminazioni o stereotipi basate sull'appartenenza di gruppo?			Totale
		Sì	No, nel programma sono presenti rappresentazioni che riproducono stereotipi o confermano discriminazioni basate sull'appartenenza di gruppo	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	17,5%	6,7%	19,2%	17,9%
	12:00-15:00	12,4%	15,0%	15,2%	13,7%
	15:00-18:00	12,3%	6,7%	10,2%	11,1%
	18:00-21:00	14,0%	6,7%	16,4%	14,8%
	21:00-23:00	29,4%	48,3%	27,5%	29,2%
	23:00-02:00	14,6%	16,7%	11,5%	13,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 73a. Gli ambiti delle rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni: valori assoluti per rete

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	16	14	2	2	34
	L'orientamento sessuale	6	4	3	0	13
	L'appartenenza generazionale	2	2	0	0	4
	L'appartenenza socioeconomica	4	1	1	0	6
	L'appartenenza professionale	2	1	1	0	4
	L'appartenenza etnica	5	7	5	0	17
	L'appartenenza religiosa	1	4	0	0	5
	L'abilità fisica	4	0	0	0	4
	L'appartenenza politica	1	2	0	0	3
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. veganesimo ecc.)	3	3	0	0	6
Totale		44	38	12	2	96

Tavola 73b. Gli ambiti delle rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni: percentuali per singola rete

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	47,1%	41,2%	5,9%	5,9%	100,0%
	L'orientamento sessuale	46,2%	30,8%	23,1%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza generazionale	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza socioeconomica	66,7%	16,7%	16,7%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza professionale	50,0%	25,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza etnica	29,4%	41,2%	29,4%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza religiosa	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	L'abilità fisica	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	L'appartenenza politica	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	100,0%
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. veganesimo ecc.)	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale		45,83%	39,58%	12,50%	2,08%	100,00%

Tavola 73c. Gli ambiti delle rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni: percentuali per reti

		Rete				Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	Spot e campagne socio-istituzionali	
Le rappresentazioni che riproducono stereotipi e confermano discriminazioni riguardano (possibili più risposte)	L'appartenenza di genere	36,4%	36,8%	16,7%	100,0%	35,4%
	L'orientamento sessuale	13,6%	10,5%	25,0%	0,0%	13,5%
	L'appartenenza generazionale	4,5%	5,3%	0,0%	0,0%	4,2%
	L'appartenenza socioeconomica	9,1%	2,6%	8,3%	0,0%	6,3%
	L'appartenenza professionale	4,5%	2,6%	8,3%	0,0%	4,2%
	L'appartenenza etnica	11,4%	18,4%	41,7%	0,0%	17,7%
	L'appartenenza religiosa	2,3%	10,5%	0,0%	0,0%	5,2%
	L'abilità fisica	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%
	L'appartenenza politica	2,3%	5,3%	0,0%	0,0%	3,1%
	Altre appartenenze, scelte o condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali (es. Veganesimo ecc.)	6,8%	7,9%	0,0%	0,0%	6,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 76a. La promozione della cultura della legalità: valori assoluti per rete

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	386	10	217	613
	RAI 2	217	2	157	376
	RAI 3	402	2	208	612
	Spot e campagne socio-istituzionali	22	0	66	88
Totale		1027	14	648	1689

Tavola 76b. La promozione della cultura della legalità: percentuali per singola rete

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	63,0%	1,6%	35,4%	100,0%
	RAI 2	57,7%	,5%	41,8%	100,0%
	RAI 3	65,7%	,3%	34,0%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	25,0%		75,0%	100,0%
Totale		60,8%	,8%	38,4%	100,0%

Tavola 76c. La promozione della cultura della legalità: percentuali per reti

		Il programma promuove efficacemente la cultura della legalità?			Totale
		Sì	No, promuove una cultura dell'illegalità e/o potenzialmente legittima qualche forma di violenza o abuso	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	37,6%	71,4%	33,5%	36,3%
	RAI 2	21,1%	14,3%	24,2%	22,3%
	RAI 3	39,1%	14,3%	32,1%	36,2%
	Spot e campagne socio-istituzionali	2,1%		10,2%	5,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 80a. Le tipologie della violazione della dignità delle persone: valori assoluti per rete

		Rete			Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	
Attraverso quali delle seguenti tipologie si manifesta la violazione della dignità della persona (possibili più risposte)	Diffusione di rappresentazioni relative alla sfera privata delle persone, non rilevanti o pertinenti, lesive della persona	2	2	3	7
	Diffusione di rappresentazioni imprecise, sommarie, fuorvianti e tendenziose lesive della persona	6	5	1	12
	Impropria associazione o spettacolarizzazione/generalizzazione di notizie/fenomeni tale da diffondere rappresentazioni strumentali	4	3	2	9
	Volgarità	6	3	2	11
	Offese (incluse ridicolizzazione, derisione, ecc.)	8	7	4	19
Totale		26	20	12	58

Tavola 80b. Le tipologie della violazione della dignità delle persone: percentuali per singola rete

		Rete			Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	
Attraverso quali delle seguenti tipologie si manifesta la violazione della dignità della persona (possibili più risposte)	Diffusione di rappresentazioni relative alla sfera privata delle persone, non rilevanti o pertinenti, lesive della persona	28,6%	28,6%	42,9%	100,0%
	Diffusione di rappresentazioni imprecise, sommarie, fuorvianti e tendenziose lesive della persona	50,0%	41,7%	8,3%	100,0%
	Impropria associazione o spettacolarizzazione/generalizzazione di notizie/fenomeni tale da diffondere rappresentazioni strumental	44,4%	33,3%	22,2%	100,0%
	Volgarità	54,5%	27,3%	18,2%	100,0%
	Offese (incluse ridicolizzazione, derisione, ecc.)	42,1%	36,8%	21,1%	100,0%
Totale		44,83%	34,48%	20,69%	100,00%

Tavola 80c. Le tipologie della violazione della dignità delle persone: percentuali per reti

		Rete			Totale
		RAI 1	RAI 2	RAI 3	
Attraverso quali delle seguenti tipologie si manifesta la violazione della dignità della persona (possibili più risposte)	Diffusione di rappresentazioni relative alla sfera privata delle persone, non rilevanti o pertinenti, lesive della persona	7,7%	10,0%	25,0%	12,07%
	Diffusione di rappresentazioni imprecise, sommarie, fuorvianti e tendenziose lesive della persona	23,1%	25,0%	8,3%	20,69%
	Impropria associazione o spettacolarizzazione/generalizzazione di notizie/fenomeni tale da diffondere rappresentazioni strumental	15,4%	15,0%	16,7%	15,52%
	Volgarità	23,1%	15,0%	16,7%	18,97%
	Offese (incluse ridicolizzazione, derisione, ecc.)	30,8%	35,0%	33,3%	32,76%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,00%

Tavola 86a. La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese: valori assoluti per rete

		La trasmissione può attivare un processo di promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione presenta un pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	323	3	116	442
	RAI 2	202	7	69	278
	RAI 3	474	1	64	539
	Spot e campagne socio-istituzionali	80	0	6	86
Totale		1079	11	255	1345

Tavola 86b. La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese: percentuali per singola rete

		La trasmissione può attivare un processo di promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione presenta un pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	73,1%	0,7%	26,2%	100,0%
	RAI 2	72,7%	2,5%	24,8%	100,0%
	RAI 3	87,9%	0,2%	11,9%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	93,0%	0,0%	7,0%	100,0%
Totale		80,2%	0,8%	19,0%	100,0%

Tavola 86c. La promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese: percentuali per reti

		La trasmissione può attivare un processo di promozione alla partecipazione attiva alla vita del Paese in ambiti e su temi rilevanti per la promozione sociale (una sola opzione possibile):			Totale
		Sì	No, la trasmissione presenta un pericolo di disempowerment del cittadino/spettatore in ambiti e su temi rilevanti per la	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	29,9%	27,3%	45,5%	32,9%
	RAI 2	18,7%	63,6%	27,1%	20,7%
	RAI 3	43,9%	9,1%	25,1%	40,1%
	Spot e campagne socio-istituzionali	7,4%	0,0%	2,4%	6,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 91a. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: valori assoluti per rete

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	498	22	93	613
	RAI 2	289	19	68	376
	RAI 3	505	8	99	612
	Spot e campagne socio-istituzionali	23	0	65	88
Totale		1315	49	325	1689

Tavola 91b. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: percentuali per singola rete

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	81,2%	3,6%	15,2%	100,0%
	RAI 2	76,9%	5,1%	18,1%	100,0%
	RAI 3	82,5%	1,3%	16,2%	100,0%
	Spot e campagne socio-istituzionali	26,1%	0,0%	73,9%	100,0%
Totale		77,9%	2,9%	19,2%	100,0%

Tavola 91c. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: percentuali per reti

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Rete	RAI 1	37,9%	44,9%	28,6%	36,3%
	RAI 2	22,0%	38,8%	20,9%	22,3%
	RAI 3	38,4%	16,3%	30,5%	36,2%
	Spot e campagne socio-istituzionali	1,7%		20,0%	5,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tavola 92a. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: valori assoluti per fascia oraria

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	241	3	58	302
	12:00-15:00	183	4	45	232
	15:00-18:00	147	2	39	188
	18:00-21:00	200	3	47	250
	21:00-23:00	382	29	82	493
	23:00-02:00	162	8	54	224
Totale		1315	49	325	1689

Tavola 92b. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: percentuali per singola fascia oraria

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	79,8%	1,0%	19,2%	100,0%
	12:00-15:00	78,9%	1,7%	19,4%	100,0%
	15:00-18:00	78,2%	1,1%	20,7%	100,0%
	18:00-21:00	80,0%	1,2%	18,8%	100,0%
	21:00-23:00	77,5%	5,9%	16,6%	100,0%
	23:00-02:00	72,3%	3,6%	24,1%	100,0%
Totale		77,9%	2,9%	19,2%	100,0%

Tavola 92c. La capacità della trasmissione di intercettare la sensibilità dei minori: percentuali per fasce orarie

		La trasmissione, anche se non dedicata espressamente ai minori, è in grado di intercettare la loro sensibilità e trasmettere valori positivi umani e civili, modelli di riferimento adeguati, il valore dell'appartenenza alla comunità?			Totale
		Sì	No, presenta delle caratteristiche negative rispetto alla sensibilità dei minori	Il quesito non è pertinente con la trasmissione	
Fascia oraria	06:00-12:00	18,3%	6,1%	17,8%	17,9%
	12:00-15:00	13,9%	8,2%	13,8%	13,7%
	15:00-18:00	11,2%	4,1%	12,0%	11,1%
	18:00-21:00	15,2%	6,1%	14,5%	14,8%
	21:00-23:00	29,0%	59,2%	25,2%	29,2%
	23:00-02:00	12,3%	16,3%	16,6%	13,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

