



Esiste Sessismo Linguistico In Annunci Di Lavoro? (Analisi Sociolinguistica Di Annunci Per Il Mercato Di Lavoro Italiano)

Iman G. Elsayed

Associata di linguistica, Dipartimento d'italiano, Facoltà di
Lingue (Alalsun), Università di Ain Shams, Cairo.

iman_abdelhameed@alsun.asu.edu.eg

Received:15-1-2024 Revised:29-1-2024 Accepted: 23-6-2024
Published: 10-7-2024

DOI: 10.21608/JSSA.2024.263066.1600

Volume 25 Issue 5 (2024) Pp.212-245

Abstract

La problematica del sessismo linguistico e le sue ripercussioni sociolinguistiche ha suscitato l'interesse di linguisti, legislatori e politici da quasi quarant'anni. Con questo contributo intendo mostrare se il sessismo linguistico abbia ancora delle riflessioni nella lingua italiana attraverso un lavoro empirico sugli annunci di lavoro destinati al mercato di lavoro italiano. Lo studio si basa su un corpus di annunci di lavoro pubblicati online nel periodo incluso tra il 03 e il 10 novembre 2023. Nel primo punto si presenta il rapporto lingua-società. Segue nel secondo una rappresentazione del fenomeno del sessismo linguistico, accennando le regole morfologiche che l'italiano dispone per formare il genere femminile, oltre a parlare del maschile inclusivo. La parte applicativa si svolge nel terzo e nel quarto punto: si introduce il fenomeno negli annunci di lavoro, poi segue il corpus e la metodologia di raccolta dati, seguito dall'analisi dei dati. Nell'analisi vanno esaminate, nei titoli e nei testi degli annunci, la presenza e la forma degli agentivi in tre siti italiani che offrono opportunità di lavoro per verificare se conformano alle regole morfologiche, alle legislazioni dello Stato ed alle raccomandazioni di linguisti e cosa riflette la non conformità di alcuni annunci sul pensiero e sulla visione del mercato di lavoro in Italia. Nel quinto punto sono raccolte le riflessioni conclusive.

Keywords *sessismo linguistico-agentivi-genere femminile-offerte di lavoro*

Premessa

Il rapporto lingua-genere e le sue ripercussioni sociolinguistiche non sono temi nuovi, anzi la problematica del sessismo linguistico ha suscitato l'interesse di linguisti, legislatori e politici da quasi quarant'anni. Con questo contributo intendo mostrare se il sessismo linguistico abbia fino ad ora delle riflessioni nella lingua italiana attraverso un lavoro empirico sugli annunci di lavoro. Lo studio si basa su un corpus di annunci di lavoro pubblicati online nel periodo incluso tra il 03 e il 10 novembre 2023.

L'esame si conduce su cinque assi. Nel primo si presenta il rapporto lingua-società oltre ad accennare agli studi precedenti che hanno trattato l'argomento. Segue nel secondo una rappresentazione del fenomeno del sessismo linguistico, della sua definizione e delle sue manifestazioni con un accenno alle regole morfologiche che l'italiano dispone per formare il genere femminile, oltre a parlare del maschile inclusivo. La parte applicativa si svolge nel terzo e nel quarto punto analizzando la presenza e la forma degli agentivi in tre siti italiani che offrono opportunità di lavoro. Dall'analisi si verifica se gli annunci conformano alle regole morfologiche, alle legislazioni dello Stato ed alle raccomandazioni di linguisti e cosa riflette la non conformità di alcuni annunci sul pensiero e sulla visione del mercato di lavoro in Italia. Nell'ultimo punto saranno raccolte le riflessioni conclusive.

1. Rapporto lingua-genere

Società e lingua sono strettamente connesse, “lo studio dell'una getta luce sull'altra” (Sabatini, 1993, p.21). Dato questo “è essenziale una riflessione sulla lingua che rappresenta il principale strumento della comunicazione” (Robustelli, 2014, p.53). La lingua è “un sistema simbolico di segni che associa espressione fisica (significante) e contenuto (significato) in singole unità” (Robustelli, 2000, p.508). Essa, secondo Lepschy (1989, p.62), non “solo manifesta, ma anche condiziona il nostro modo di pensare: essa incorpora una visione del mondo e ce la impone”. In questo sistema simbolico di comunicazione i parlanti associano alcuni “significanti” a certi “significati”. Tra queste m'interessa presentare la differenza tra il significato di “sesso” e di “genere”. Mentre per il primo termine s'intende le qualità biologiche che distinguono un maschio da una femmina, il secondo ha, invece, una denotazione sociale più che biologica. Tanti linguisti, tra cui Luraghi-Olita, Robustelli e Violi, distinguono tra il concetto di “genere” e quello di “sesso”: per “genere” s'intende

denotare la costruzione di un'identità, maschile o femminile, certamente legata al sesso naturale, riflessa nella morfologia della lingua, regolata da fatti puramente meccanici di concordanza, ma determinata nello stesso tempo da quell'insieme di variabili sociali, culturali e psicologici che si legano all'appartenenza ad uno dei due sessi, quindi è una categoria ancora semantica che manifesta entro la lingua un profondo simbolismo (cfr. Luraghi e Olita, 2006, p.13; Robustelli, 2014, p.55; Violi, 1986, p.4).

Dei tipi di genere, mentre Ghiglione (2019, p.3) ne distingue due “il genere grammaticale, che ha a che fare con le classi con cui si suddividono i nomi, e il genere naturale, cioè il sesso dei soggetti animati”, Hofer-Bonfim (2015, p.4) ne distingue tre: il grammatical gender-marking, il lexical gender e il social gender: “con il grammatical gender-marking si intende processi in cui parole vengono marcate tramite mezzi morfologici, forme pronominali, ecc. in genere. Lexical gender si riferisce alla distinzione lessicale per il sesso del referente come succede per esempio in italiano con le parole “genero” e “suocera”. Il social gender è legato ai ruoli che vengono attribuiti – spesso a base di stereotipi – al sesso femminile e al sesso maschile. Anche se il social gender può tante volte rappresentare la realtà, è anche esso costruito in base all'interazione sociale”. Eva Maria Thüne, concentrandosi sul rapporto tra genere grammaticale e sessuale, ha spiegato che in tanti casi succede “una certa coincidenza tra genere grammaticale e genere sessuale a livello semantico” (Thüne in Marcato, 1995, p.113).

Sabatini (1993, p.20) dice allora “se si vuole sapere come la lingua funziona nei nostri confronti, essa va analizzata sotto i due aspetti quello più propriamente strutturale e quello dell'uso”. L'aspetto strutturale rappresenta i meccanismi che la lingua offre per formare le parole, mentre quello dell'uso è quello della pratica, della lingua detta e scritta in modo reale anche se non risponde sempre alle regole dettate dalla morfologia per motivi sociolinguistici. L'importanza di svolgere uno studio rivolto ad indagare le tracce delle parole sessiste è dovuta alla realtà che “tramite il riconoscimento linguistico reciproco individuiamo i confini delle nostre “tribù” di appartenenza” (Gheno, 2021, p.2).

Oggetto della presente ricerca è il secondo aspetto, la quale si propone di rilevare le forme sessiste della lingua italiana negli annunci destinati al mercato di lavoro italiano, di classificarle e analizzarle linguisticamente, e culturalmente siccome “la

lingua agisce sul pensiero, e, viceversa, il pensiero può agire sulla lingua, che non è monolitica ma si evolve, influenzata dai cambiamenti sociali e culturali” (Gheno 2020). Del rapporto tra lingua e mente, Lepschy A.L.-Lepschy G. e Sanson (2001, p.10) notano: “non parleremmo la nostra lingua, ma saremmo da essa parlati”. Dunque, le parole non sono mai “solo parole” (Gheno, 2021, p.2). Il fatto che “la lingua non è né ‘neutra’ né ‘neutrale’ e che essa influenza fortemente i comportamenti umani e sociali” (Sabatini, 1993, p.32), ci spinge a “rispettare e valorizzare la pluralità dei contesti cognitivi, evitare gli stereotipi sessisti, promuovere la formazione e la cultura della differenza di genere” (Robustelli, 2014, p.53). Questi fattori configurano oggi come i capisaldi ideologici intorno ai quali strutturare i testi proposti a nuove generazioni. È tramite l’uso di parole che nascono gli stereotipi, visti come barriere che ci impediscono ad avere una visione più ampia nella nostra realtà sociale. Secondo Fusco, “gli stereotipi, prima che nella lingua, si trovano depositati nella mente di ciascuno di noi” (Fusco, 2012, p.96). “I pregiudizi e la stereotipia non ledono solo un gruppo specifico di persone, ma vanno a detrimento della società nel suo complesso, perché non le permettono di evolversi in modo da comprendere tutte le infinite diversità dell’essere umano: condizione, questa, essenziale per arrivare a una società inclusiva” (Gheno, 2021, p.3).

2. Il sessismo linguistico:

La nozione di sessismo linguistico, dice Robustelli (2014, p.55), prende in considerazione “la relazione delle donne con il linguaggio, e in particolare l’immagine delle donne che emerge nella pratica linguistica e il contrasto sempre evidente tra l’ascesa sociale delle donne e la rigidità di una lingua costruita da e per i maschi”. Con uso sessista della lingua s’intende la tendenza a fare una differenza nell’uso del linguaggio quando si presenta la donna rispetto all’uomo. Ricci afferma: “uno dei campi in cui il sessismo e quindi la discriminazione verso le donne si manifesta prepotentemente è quello linguistico”¹. Si può allora definire il sessismo linguistico come “la manifestazione linguistica della mentalità, dei comportamenti sociali, dei giudizi e pregiudizi culturali venati di (o viziati da) sessismo” (Gheno,

¹Ricci, Debora, pubblicato su https://www.matildaeditrice.it/sites/www.matildaeditrice.it/files/lisola_che_non_ce_il_sessimo_tra_visibilita_deviante_e_invisibilita_che_cancella_.pdf, p.5, cliccato il 20/12/23

2021, p.1); ossia “tendenza a discriminare un sesso, specialmente quello femminile, in campo sociale, culturale, professionale” (Sapegno, 2010, p.138).

L’Italia era infatti all’avanguardia nel rivolgersi a questa problematica. Già nel 1987 Alma Sabatini ha pubblicato il suo famoso lavoro intitolato “Il sessismo nella lingua italiana” nel quale ha puntato sull’argomento di praticare alcuni usi linguistici sfavorevoli rispetto al genere femminile, specialmente nei riguardi di agentivi. Gli agentivi sono definiti da Burr come “nomenclatura per la classificazione di persone partecipanti a funzioni, posizioni, attività, titoli, ruoli, partiti politici o gruppi di tutti i tipi esistenti all’interno della società” (Burr in Marcato 1995, p.143).

Non manca la posizione ufficiale sia dal governo che da organi accademici come l’Accademia della Crusca a volgere l’attenzione al sessismo linguistico in italiano. Infatti, questo è da tempo al centro della comunicazione pubblica e istituzionale, soprattutto perché in Italia “le iniziative per la parità e contro la discriminazione su base sessuale sono state promosse dall’alto, invece di essere il risultato di una forte pressione sociale e civile, capace di influenzare il dibattito politico dal basso” (Pistolesi, 2007, p.55).

Così, il governo ha promulgato leggi e decreti applicativi che garantiscano la parità tra uomini e donne nel campo di lavoro e che impediscano qualsiasi discriminazione basata sul sesso: sono il 903/77 (e il suo aggiornamento n.246/2005), la legge n.125/1991 e il decreto legislativo n.198/2006. Ne cito alcuni articoli che evidenziano la promozione della questione di parità di genere da parte del governo: l’articolo n.1 della legge 903/77 stabilisce il “divieto di discriminazione e parità di trattamento e di opportunità tra donne e uomini, nonché integrazione dell’obiettivo della parità tra donne e uomini in tutte le politiche e attività”; e proibisce “fare riferimento al sesso del lavoratore nelle offerte di lavoro e negli annunci relativi all’impiego e alla promozione professionale o di utilizzare in queste offerte di lavoro o in questi annunci degli elementi che, anche senza riferimento esplicito, indichino o sottintendano il sesso del lavoratore»; l’articolo n.2 della legge 125/91 afferma: “promuovere l’inserimento delle donne nelle attività, nei settori professionali e nei livelli nei quali esse sono sottorappresentate e in particolare nei settori tecnologicamente avanzati ed ai livelli di responsabilità”².

² Testi completi di leggi e decreti legislativi si possono consultare sul sito della Presidenza del Consiglio dei Ministri: <https://www.normattiva.it/>

Inoltre, la Presidenza del Consiglio dei Ministri ha lanciato il “Codice di stile”, una scaletta di nove punti per promuovere un uso uguagliato della lingua (Presidenza del Consiglio dei Ministri 1994, pp.49-50):

1. *utilizzare sempre il genere grammaticale appropriato al sesso dei soggetti coinvolti;*
2. *lasciare sempre libertà di scelta tra maschile e femminile sia all'emittente sia al destinatario;*
3. *esprimere al femminile ogni riferimento a donne con un incarico amministrativo;*
4. *limitare l'uso del maschile non marcato quando ci si riferisce in forma astratta ad un profilo professionale della pubblica amministrazione;*
5. *utilizzare sostantivi non marcati nel genere e nomi collettivi quando ci si rivolge al pubblico – persona, collettività, personale funzionario – o sdoppiamenti – i cittadini e le cittadine, i lavoratori e le lavoratrici;*
6. *utilizzare le forme o/a, o-a, o (a) – l'abbonato/a – nei testi brevi;*
7. *evitare dissimmetrie semantiche come professione del padre / condizione della madre;*
8. *evitare nella formulazione delle offerte di lavoro o relative alla formazione professionale di usare espressioni che possano far pensare che l'appartenenza a un sesso o all'altro sia uno dei requisiti richiesti;*
9. *nella formulazione delle offerte di lavoro o relative alla formazione professionale usare sempre entrambi i generi grammaticali – funzionario/funzionaria, architetto/architetta, il/la dirigente, il/la responsabile.*

Una posizione tanto apprezzata è stata quella di Laura Boldrini la quale, facendo le veci di presidente della Camera 2013-2018, “si è adoperata con generosità e tenacia per contrastare le discriminazioni linguistiche (in primis, nei confronti delle donne), tanto da averle trasformate in materia di pubblico dibattito” (Somma e Maestri, 2020, p.19).

L'Accademia della Crusca ha, da parte sua, fornito delle regole e delle raccomandazioni sulla questione nonché di favorire l'uso di nomi femminili per indicare i ruoli e le professioni: sul sito si trovano articoli destinati al tema di questione lingua/genere, nomi di professioni al femminile, uguaglianza nell'uso della lingua³.

³ Sul sito dell'Accademia della Crusca si leggono tanti articoli sulla questione, tra i quali cito: L'Accademia della Crusca e la questione del genere nella lingua, pubblicato 23/11/23; [la lingua italiana in una prospettiva del genere](#) pubblicato il 14/09/23; l'Accademia risponde a un quesito sulla parità di genere negli atti giudiziari posto dal Comitato Pari opportunità del Consiglio direttivo della Corte di Cassazione, pubblicato il 09/03/23; [l'eredità delle donne OFF. Incontro](#) Presenze impreviste. Donne, lingua e genere tra questioni vecchie e nuove pubblicato il 21/10/22; [un asterisco sul genere](#), pubblicato il 24/09/21.

Burr (1995, p.145) nota che in tanti casi si usa il maschile anche per referenti femminili, e continua che questo fatto non è per la mancanza di norme e metodologie grammaticali per formare il femminile, anzi è norma sociale “ossia uno specchio della visione vigente della realtà extralinguistica”. Si nota quindi che l’italiano non è di per sé una lingua sessista, anzi sono i nostri usi della lingua che lo sono. Morfologicamente, l’italiano dispone di meccanismi con i quali si possono distinguere il femminile dal maschile: o per mezzo della desinenza o per mezzo dell’articolo (cfr. Robustelli, 2014, p.60). Da un punto di vista morfologico, in italiano esistono quattro tipi di coppie maschile/femminile⁴:

1. *nomi di genere fisso: maschile e femminile sono termini diversi, senza radici comuni (fratello-sorella, marito-moglie);*
2. *nomi di genere comune: termini ambigeni che si distinguono per via dell’articolo (il/la pediatra, il/la preside);*
3. *nomi di genere promiscuo: si tratta di nomi di animali che hanno un’unica forma (tigre), il cui genere opposto si forma aggiungendo un descrittore (il maschio della tigre). In questa categoria si possono includere i termini riferiti a esseri umani che hanno un’unica forma grammaticalmente non ambigenere (pedone), e anche i sostantivi che sono femminili anche se riferiti tradizionalmente a soggetti maschili (la guardia, la sentinella, la spia);*
4. *nomi di genere mobile: si declinano in base alle regole morfologiche previste dall’italiano (rettore-rettrice, maestro-maestra, avvocato-avvocata)*

In quest’ambito si distingue tra sessismo intrinseco alla lingua, quindi grammaticale, e sessismo nell’uso della lingua, quindi semantico (cfr. Cardinatelli e Giusti, 1991, p.177). La prima a parlare di questi due tipi di sessismo era Sabatini (cfr.1993, pp.35-36), la quale ha individuato le dissimmetrie grammaticali nell’uso del maschile non marcato e nell’uso dissimmetrico di agentivi; e le dissimmetrie semantiche nell’uso dissimmetrico di aggettivi, sostantivi, forme alterate come diminutivi, vezzeggiativi, ecc. e verbi; uso dissimmetrico di metafore, metonimie, eufemismi; e forme di identificazione della donna attraverso l’età e la professione.

Alla fine del suo studio, Gheno fa delle proposte che permettono di ampliare i nostri orizzonti ad una realtà sociale più inclusiva chiamando questa iniziativa “linguaggio di convivenza delle differenze”. Di queste proposte viene l’importanza di “nominare al femminile le donne nei loro ruoli professionali” (Gheno, 2021, p.3).

⁴ Gheno, Vera, «Ministra, portiera, architetta: le ricadute sociali, politiche e culturali dei nomi professionali femminili», intervista del luglio 2020 a Vera Gheno pubblicata su «Linguisticamente», disponibile su <https://www.linguisticamente.org/nomi-femminili/>.

Alcune professioni sono state, sfortunatamente, “storicamente ad appannaggio di uno o l’altro genere, ma oggi la situazione è molto diversa. Non dobbiamo dare per scontato che nurse sia “infermiera” o secretary sia “segretaria”, ma anche non rendere Dear Dr. in apertura del modello di un’email con “Gentile dottore” e basta: esistono anche le dottoresse” (Vitiello, 2022, p.32). Quindi, uno studio che analizza l’evoluzione della lingua sul mercato di lavoro sia un indice di come la società vede effettivamente le figure femminili.

Questo campo è ancora instabile e controverso per la mancanza di regole che favoriscano l’esistenza di agentivi femminili per tutte le cariche⁵; “all’origine del problema degli agentivi, vi è la netta divisione dei ruoli tra donne e uomini, e la preclusione di alcune carriere alle donne” (Sabatini, 1993, p.25). Davanti a questo dilemma si trovano due tendenze opposte per designare il femminile “sia per termini che abbiano una tradizione abbastanza lunga, sia per quelli recenti o per i neologismi introdotti nei nostri anni.” (Lepschy A.-Lepschy G.-Sansone, 2001, p.6); la prima, chiariscono gli autori, è rappresentata da Sabatini:

favorisce l’uso sistematico di termini che oppongano il genere grammaticale femminile a quello maschile, attraverso (a) suffissi femminili (principalmente quelli in -trice; quelli in -essa, come vedremo vengono esclusi); (b) la desinenza femminile in -a; (c) la concordanza con articoli, aggettivi e participi femminili, nel caso di nomi in -e o in -a grammaticalmente «comuni», cioè morfologicamente invariabili (Lepschy A.-Lepschy G.-Sansone 2001:6)

la seconda, quella più comune oggi,

“preferisce ricorrere, per designare uomini o donne indifferentemente, al termine che abitualmente serve a indicare chi esercita una data funzione, anche se tale termine è di solito grammaticalmente maschile. Questa tendenza preferisce dunque, alle designazioni «comuni», o esplicitamente femminili, quelle che potremmo chiamare «epicene» (Lepschy A.-Lepschy G.-Sansone 2001:7)

In questo caso l’italiano dispone del meccanismo lessicale del “maschile inclusivo” detto anche “non marcato” o “generalizzato” e visto come “falso-neutro” (cfr. Robustelli, 2014, p.60). Il maschile non marcato si vede in due casi principali: il primo è il plurale misto, con la desinenza del participio passato al plurale maschile; il secondo è l’uso del genere maschile per referire all’essere umano in generale (cioè

⁵ Infatti, Robustelli nel suo libretto “Donne, grammatica e media” ha dato un vocabolario esauriente delle professioni e delle cariche al femminile in 12 pagine, ma resta ancora la mancanza di regole vincolanti che impongano ad usare nella scrittura e nella lingua parlata. (cfr. Robustelli 2014:69-80).

per “uomo” s’intende tutta l’umanità). Vitiello (2022:9) offre delle soluzioni per evitare il maschile sovraesteso, tramite i meccanismi seguenti:

“Per fortuna, la nostra lingua ci offre un sacco di soluzioni per evitare il maschile sovraesteso, come:

- *Cambiare il soggetto in modo da non usare un participio passato*
 - *Usare perifrasi*
 - *Cercare sinonimi di verbi, sostantivi e aggettivi*
 - *Cambiare punto di vista della frase*
- *Omettere sostantivi, pronomi e aggettivi per lasciare che sia il verbo a definire il soggetto”*

Secondo Gheno⁶, “quello che un linguista può dire, anzi, spiegare, è che è senza dubbio corretto usare i femminili professionali, ma non si può affermare categoricamente che sia sbagliato non usarli: ognuno scelga per sé ma, soprattutto, rispetti la posizione di chi la pensa diversamente”. Secondo Burr (1995, p.3), “l’esistenza di un agentivo dipende, perciò, dal fatto che la professione o l’attività relativa esista nella realtà.”. Oggi “le donne stanno entrando in numero sempre crescente in tutti i campi di lavoro e della vita pubblica e che accedono a gradi sempre più elevati, prima riservati solo agli uomini” (Sabatini, 1993, p.25) e lo sostiene Ricci affermando: “la società è cambiata e professioni alle quali le donne non avevano accesso fino a qualche tempo fa ora ospitano i due generi con a volte una certa preponderanza di quello femminile.”⁷

Di fatti, in annunci di lavoro gli agentivi non sono sempre declinati al femminile. La tendenza alla mancanza di femminilizzazione in italiano riflette un carattere maschilista e la disponibilità alla variazione è inversamente legata “al valore sociale del lavoro” per il quale alcune professioni sono ritenute prestigiose tanto che non possono essere espresse da nomi “femminili” anche se sono occupate da figure di sesso femminile⁸.

⁶ Gheno, Vera, 2020, «Ministra, portiera, architetta: le ricadute sociali, politiche e culturali dei nomi professionali femminili», intervista del luglio 2020 a Vera Gheno pubblicata su «Linguisticamente», disponibile su <https://www.linguisticamente.org/nomi-femminili/>.,

⁷ Ricci, Debora, pubblicato su https://www.academia.edu/35931883/Debora_Ricci_L_isola_che_non_c_%C3%A8_Il_sessimo_tra_visibilit%C3%A0_deviante_e_invisibilit%C3%A0_che_cancella_pdf, p.5

⁸ Cfr. Ricci, Debora, pubblicato su https://www.academia.edu/35931883/Debora_Ricci_L_isola_che_non_c_%C3%A8_Il_sessimo_tra_visibilit%C3%A0_deviante_e_invisibilit%C3%A0_che_cancella_pdf, p.5

Nelle sue Raccomandazioni, Sabatini ha dato delle proposte per formare i titoli professionali al femminile e per evitare l'uso sessista in italiano (cfr. Sabatini, 1987, pp.103-113).

Robustelli (2014, p.64) ritiene che, in situazioni di comunicazione comune, “la lingua può oscillare” tra la tradizione grammaticale e “l'uso quotidiano di un miriade di contesti comunicativi che richiedono agilità e capacità di adattamento per veicolare un messaggio corrispondente alla nuova realtà”; in altre parole, aggiunge, la comunicazione comune permette di “creare forme femminili laddove non siano già entrate nell'uso”. Un ruolo determinante per la diffusione di queste unità lessicali è svolto dai mass media “che introducono continuamente nella lingua neologismi legati allo sviluppo della società” (Cardinatelli e Giusti, 1991, p.186). Tale diffusione è, però, condizionata non solo da fattori morfologici, bensì “trova una motivazione socio-culturale nel fatto che le donne occupano certe posizioni e svolgono certe professioni solo da poco tempo” (Cardinatelli e Giusti, 1991, p.180). Anche se per ora si riconosce alla donna la possibilità di esercitare professioni di prestigio (come chirurgo, ingegnere), purtroppo, “non lo si dice. Si tace il fatto. Non si nomina. E il non nominare significa non riconoscere l'esistenza” (Robustelli, 2014, p.65). Secondo Vitiello (2022, p.23), l'uso pratico della “declinazione al femminile è la logica conseguenza della comparsa di donne in posizioni prima riservate agli uomini. E dal punto di vista grammaticale non ci sarebbe molto da discutere: un soggetto femminile si definisce con il femminile”. Vitiello (2022, p.5) incita all'uso del linguaggio inclusivo sottolineando “la scrittura inclusiva non è solo ideologia, ma anche una questione molto, molto pratica, visto che può riguardare contenuti come articoli di assistenza clienti, newsletter, siti web, post per i social media, campagne di marketing, videogiochi, software e applicazioni, assistenti personali digitali, chatbot di assistenza, sottotitoli di serie televisive e persino libri di saggistica e narrativa.”

3. Il corpus e la raccolta dati

La mia prassi si basa su offerte di lavoro pubblicate online in tre siti italiani dal 03 al 10 novembre 2023. Sotto i tipi di siti di offerte lavoro abbiamo o motori di ricerca (diffusi su scala regionale e/o internazionale e altri fondati e noti soprattutto in Italia) o agenzie di lavoro che offrono annunci da tutto il territorio italiano. Sotto i motori di ricerca universali abbiamo monster.it, joble, indeed e infojobs. Sotto quelli

fondati in Italia ci sono trovavoro.it e cercolavoro.com. Per le agenzie interinali abbiamo manpower, adecco, randstad e Gi group.

Da ciascuna categoria si è scelto un sito: dalla categoria dei motori di ricerca regionali ed universali “infojobs.it”⁹; da quelli italiani “lavoro.corriere.it”¹⁰ e dalle agenzie di lavoro “manpower.it”¹¹. Il criterio secondo cui sono scelti questi siti è la possibilità di filtrare la ricerca secondo la data e la città il che mi ha permesso di restringermi sempre alle offerte pubblicate nell’arco di una sola settimana in due città italiane: Roma e Milano.

Quanto alla scelta delle città, secondo il Corriere Nazionale, “sul podio delle 5 città con più candidati per un posto di lavoro è possibile trovare Roma, Palermo e Milano”¹². Secondo Adecco.it “per aumentare le proprie chance di trovare lavoro, le regioni a cui guardare sono: Trentino-Alto Adige, Lombardia, Lazio ed Emilia-Romagna”. In particolare, secondo i più recenti sondaggi, le città dove trovare lavoro in Italia sono¹³: Milano, Roma, Torino, Bergamo e Bologna. Si nota che le due città in comune nelle liste sopracitate sono Roma e Milano; perciò, ho deciso di limitare il mio studio su offerte di lavoro situate in queste due città.

⁹<https://www.infojobs.it/lavoro/infojobs-italia/home>: “Siamo la Digital Company n. 1 in Italia per la ricerca di lavoro online. Dal 2004 ci proponiamo di guidare l’evoluzione del tradizionale mercato del lavoro abilitando, in modo rapido e dinamico, l’incontro tra aziende in cerca dei migliori talenti e candidati alla ricerca di nuove opportunità professionali.

¹⁰<https://www.ilcurriculumvincente.it/i-migliori-siti-per-trovare-lavoro/#:~:text=Siti%20per%20cercare%20lavoro%20online%201%20Manpower%20%28,Randstad%20%28%20www.randstad.it%29%204%20Gi%20Group%20%28%20www.gigroup.it%29>: “Storica appendice cartacea e supplemento del quotidiano Corriere della Sera, testata giornalistica fondata a Milano nel 1876, oggi trasformata in sito per trovare lavoro on line”

¹¹ <https://www.manpower.it/it/chi-siamo/manpowergroup>: “La proposta di soluzioni di ManpowerGroup si declina nella famiglia di brand Manpower, Experis, Jefferson Wells e Talent Solutions. Da quasi 30 anni creiamo valore per candidati e clienti con soluzioni strategiche per la gestione delle risorse umane, attraverso una rete di più di 200 uffici e 2.000 persone impiegate su tutto il territorio nazionale”.

¹² <https://www.corrierenazionale.it/2022/11/15/lavoro-ecco-quali-sono-le-citta-con-piu-candidati-in-italia/>

¹³ Sul sito di adecco.it, <https://www.adecco.it/come-trovare-lavoro/citta-dove-trovare-piu-lavoro-in-italia>, si spiega: “**Milano**: il capoluogo lombardo è ricco di opportunità per [trovare lavoro senza esperienza](#), ma anche per fare carriera dopo un percorso universitario;

Roma: molte sono le opportunità di lavoro nella capitale, specialmente nel settore del turismo e della Pubblica Amministrazione, dell’arte e dell’industria cinematografica;

Torino: la città piemontese è ricca di posti di lavoro per via delle numerose industrie presenti sul territorio, ma è anche il luogo prediletto da start-up e giovani creativi;

Bergamo: la città bergamasca è la scelta perfetta per chi cerca lavoro come operaio o come addetto alla manutenzione, e per chi intende lavorare nel settore Ricerca & Sviluppo;

Bologna: complice l’ottima qualità della vita, il centro emiliano chiude la Top 5 delle città dove si trova più lavoro in Italia”.

I dati della ricerca in esame si possono riassumere nella tabella che segue: essa presenta il numero di annunci pubblicati sui tre siti dal 3 al 10 novembre 2023:

sito	totale offerte di lavoro in Italia	offerte Milano	offerte Roma
infojobs.it	6815	834	363
manpower.it	5961	843	319
lavoro.corriere.it	2100	192	173
Totale	14881	1869	855

Risulta dalla tabella che, sui tre siti, è pubblicato un totale di 14881 annunci in Italia nel periodo dal 03 al 10 novembre 2023. Di questi abbiamo 1869 offerte con sede a Milano e 855 con sede a Roma con un totale in entrambi le città di 2724 annunci.

4. Analisi dei dati

In questi 2724 saranno esaminate le tracce del sessismo nei titoli e nel corpo degli annunci.

4.1. Il sessismo nei titoli di annunci:

Sotto questa parte esamino: titoli di annunci destinati ad un sesso preciso; titoli di annunci destinati ad ambedue i sessi.

4.1.1. Titoli destinati ad un sesso preciso:

Le offerte destinate ad un genere preciso, maschio o femmina che sia, sono 1102 con percentuale di 40.45%. La tendenza di destinare l'annuncio ad uno o all'altro sesso è sicuramente un fattore discriminatorio da evitare, specialmente che non conforme alle leggi di parità e di uguaglianza tra i sessi stabilite dal governo. Secondo la presidenza del Consiglio dei ministri (1994, p.49), si deve "evitare nella formulazione delle offerte di lavoro o relative alla formazione professionale di usare espressioni che possano far pensare che l'appartenenza a un sesso o all'altro sia uno dei requisiti richiesti".

Offerte di lavoro a solo maschi:

Nei titoli delle offerte alcuni sostantivi sono messi nella forma maschile (singolare o plurale) annunciando sin dal titolo che l'offerta è rivolta a solo maschi. È il caso di 1054 annunci, con percentuale di 38.69% delle referenze. L'alta percentuale può essere giustificata da Sabatini (1993, p.90) "non vi sono dubbi che, ad ogni modo, la maggior parte dei posti sono offerti al maschio, ma l'uso del maschile non marcato permette di sfuggire più facilmente alle proprie responsabilità legali. Il maschile non

marcato, con la sua pericolosa ambivalenza, non è assolutamente ammissibile in questo contesto”.

L’elenco delle professioni e mestieri dedicati a figure maschili è raggruppato o secondo il numero (in singolare e plurale), o secondo la forma (maschile che finisce in -tore; in -iere, in -o, in -ario, altre forme).

Quanto al numero, la maggioranza di annunci è presente in forma singolare tranne i seguenti casi: antennisti, autisti, banconisti, gastronomi, laureandi in ingegneria, medici, neolaureati, scaffalisti, studenti. Quanto alla forma, si controlla la tabella:

-tore	-iere	-o	-ere	-ario	altre forme
allestitore	carpentiere	addetto	ingegnere	funzionario	falegname
animatore	carrozziere	avvocato			guardia
assuntore rischi	cassiere	architetto			manovale
avvolgitore	giardiniere	commesso			supervisore
cablatore	magazziniere	diplomato			
carteggiatore	ragioniere	fattorino			
coibentatore	pasticciera	facchino			
collaboratore		idraulico			
collaudatore		impiegato tecnico			
conduttore		meccatronico			
coordinatore		meccanico			
dialogatore		operaio			
direttore		perito			
disegnatore		postaio			
finitore		pizzaiolo			
fresatore		termoidraulico			
gestore clienti					
informatore rappresentante					
installatore TV					

*Esiste sessismo linguistico in annunci di lavoro?
(analisi sociolinguistica di annunci per il mercato di lavoro italiano)*

ispettore controllo qualità					
laminatore					
liquidatore					
manutentore					
montatore					
operatore					
posatore					
preparatore merce					
programmatore					
promotore					
rettificatore					
riparatore					
sagomatore					
spazzatore					
stampatore					
sviluppatore					
tornitore					
verniciatore					

Offerte di lavoro esclusivamente a donne:

In 48 annunci, vale a dire 1.7% del totale, sono apparse offerte esclusivamente destinate a femmine. Queste sono o messe in singolare, oppure in plurale (la forma plurale è apparsa solo in caso di “estetiste”, di “neolaureate” e di “addette riempimento”). Quanto alla struttura, troviamo nomi femminili che finiscono in: -trice, -iera, -a , o altre forme. Ci rinvio alla tabella:

-trice	-iera	-a
coordinatrice	carrozziera	addetta alle pulizie
cucitrice	ragioniera	addetta alle vendite
dispositrice tessile	cameriera	addetta front/back desk
		addetta segretaria
		addetta show room
		impiegata contabile

		impiegata amministrativa
		impiegata ufficio service
		commessa
		commessa venditrice
		sarta
		stage commessa

4.1.2. Offerte destinate ad ambedue i sessi:

Sono offerte “inclusive” nei quali i titoli di annunci di lavoro rappresentano in modo chiaro un’inclusione del genere. Questo tipo di offerte costituisce il 59.55% con 1622 annunci e viene introdotto da cinque strategie principali: la prima è usare un nome epiceno; la seconda è mettere i due sostantivi maschile e femminile accanto l’uno all’altro; la terza è inserire un asterisco “*” al posto della determinazione del genere; la quarta è sostituire il nome di professione con quello di campo o ambito di lavoro per evitare qualsiasi aria di sessismo; la quinta è recarsi ad un prestito (specialmente in una lingua che non distingue il genere).

Nomi epiceni:

Per nomi epiceni s’intende i sostantivi neutri che presentano al singolare la stessa forma nel maschile e nel femminile. Sono anche detti nomi “di genere comune, che non cambiano forma col cambio di genere, perché la distinzione è affidata agli articoli nei casi di cantante, preside, custode, consorte, coniuge” (D’Achille, 2021, p.73). Questi rappresentano il 15.23% del totale di annunci con 415 offerte.

Quando nel titolo dell’annuncio, dice Sabatini (1993, p.90) “la funzione è definita con un sostantivo epiceno (es. responsabile, agente, analista) non preceduto da articoli” questo significa che l’annuncio “non presenta alcun elemento discriminatorio” (Sabatini, 1993, p.90). In tutti gli annunci questi sostantivi sono sempre presenti in forma singolare, tranne con “giovani”. Morfologicamente, gli epiceni, ossia questi sostantivi “neutri”, finiscono in -ante, -ente -ista, -bile, -ale¹⁴, oltre ad altre forme che si possono notare nella tabella.

I nomi epiceni trovati nel campione sono:

-ante	-ale	-ente	-bile	-ista	altre forme
governante	commerciale	agente	contabile	analista	geometra

¹⁴ Non tutti i sostantivi che finiscono in -ale sono epiceni; alcuni sono solo maschili come: manovale che si è visto prima sotto le offerte destinate ai maschi.

*Esiste sessismo linguistico in annunci di lavoro?
(analisi sociolinguistica di annunci per il mercato di lavoro italiano)*

tirocinante	personale	assistente	responsabile	apprendista	custode
		consulente		attrezzista	psicoterapeuta
		docente		autista	
				canalista	
				carrellista	
				colorista	
				commercialista	
				computista	
				elettricista	
				escavatorista	
				estrusionista	
				farmacista	
				frigorista	
				giuntista	
				impiantista	
				letturista	
				macchinista	
				mulettista	
				palista	
				pickerista	
				pontista	
				progettista	
				sistemista	
				specialista	
				stagista	

Il sostantivo femminile è scritto accanto a quello maschile:

La seconda strategia per formulare offerte inclusive la notiamo in 564 offerte con totale di 20.7%. In questi titoli si dichiara che l'offerta non è riservata a uomini/donne ma è aperta ad ambedue i sessi, utilizzando il nome maschile e quello femminile oppure usando l'articolo maschile e quello femminile davanti ad un nome epiceno. Infatti, questa tendenza è compatibile con le raccomandazioni fatte dagli Accademici della Crusca, secondo i quali "per i nomi di mestiere, i titoli professionali e i ruoli istituzionali si suggerisce di usare il genere maschile e il genere femminile" (AAVV, 2011, p.30), con le proposte del Consiglio dei Ministri /1994,

p.50) “nella formulazione delle offerte di lavoro o relative alla formazione professionale usare sempre entrambi i generi grammaticali–funzionario/funzionaria, architetto/architetta, il/la dirigente, il/la responsabile” ed è anche conforme con le raccomandazioni di Sabatini per cui nelle offerte di lavoro non discriminatorie “nella designazione della funzione sono usati entrambi i generi grammaticali (venditore/venditrice)” (Sabatini, 1993, p.90).

Quanto all’ordine secondo cui compaiono le forme maschile e femminile, Sabatini ritiene “anche quando viene esplicitata la presenza della donna, il primo nome che si offre alla mente di «locutori e locutrici» è sempre il maschile, ribadendo ulteriormente la sua preminenza linguistica.” (Sabatini, 1993, p.24). Robustelli non dà maggior interesse all’ordine, descrivendolo “non è significativo, ma la prima posizione è quella che risulta maggiormente in evidenza” (Robustelli, 2000, p.510). Commentando il parere di Robustelli, si trova che l’ordine maschile+femminile è quello privilegiato tranne in “cucitrice/tore” dove il genere che prevale è quello femminile, un fatto legato sicuramente a fattori storici e sociali per le quali le donne sono “naturalmente” viste in certe carriere. Nel caso delle combinazioni “segretario/a” e “segretaria/o” l’ordine oscilla maschile/femminile e femminile/maschile a seconda delle preferenze del datore di lavoro.

m. in -o f. in -a	m. in -tore f. in -trice	m. in -ivo f. in -iva	m. in -iere f. in -iera	m. in -ario f. in -aria	m.pl. in -isti f.pl. in -iste	art. m- e f. davanti a nome epicen o
addetto/a	arredatore /trice d’interni	amministra- tivo/a	cameriere/a	segre- taria/o	vestia- risti/e	un/una geo- metra
allievo/a	cucitrice/tore		cassiere/a	segretario/a		
capo/a	designatore /trice		infermiere/a	ausil-iario/a		
commesso/a	educatore/ trice		Magazzi- niere/a			
cuoco/a	operatore/ trice		parrucchiere /a			

*Esiste sessismo linguistico in annunci di lavoro?
(analisi sociolinguistica di annunci per il mercato di lavoro italiano)*

diplomato/a	pianificatore/t rice della produzione		salumiere/a			
esperto/a	tessitore/trice					
facchino/a	tornitore/trice					
impiegato/a	venditore/trice					
incaricato/a a vendite						
macellaio/a						
neodiplomat o/a						
neodiplomat o/a						
neolaureati/e						
operai/e						
operai/e						
pizzaiolo/a						
preposto/a						

Usare un asterisco al posto della vocale finale:

La terza strategia per formulare un annuncio privo di discriminazioni di genere è l'uso dell'asterisco al posto della vocale finale. “È una forma di rispetto anti-sessista degno di considerazione.”¹⁵.

Sull'uso dell'asterisco c'è una aperta controversia. Mentre alcuni la vedono un fatto positivo, altri no. L'asterisco, dice Guidi (2023, p.6) “introduce la forma neutra” e “sostituisce spesso la terminazione di nomi e aggettivi per “neutralizzare” il genere grammaticale” (D'Achille, 2021, p.78). Secondo Vitiello, “l'uso dell'asterisco al posto della vocale finale di sostantivi, aggettivi, participi, eccetera è molto diffuso soprattutto nell'italiano scritto” (Vitiello, 2022, p.40) ed è legato, afferma D'Achille (2021, p.78), “all'informatica”, “soprattutto da quando si è diffusa la scrittura al computer ha gradualmente preso piede in particolari àmbiti (tra cui la posta elettronica) l'uso dell'asterisco”.

¹⁵ Pubblicato su Treccani, 27/05/2019, https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/domande_e_risposte/grammatica/grammatica_1665.html, cliccato il 07/01/24.

Moretti (2018) ci mette davanti al dilemma dell'uso dell'asterisco: “sull'uso dell'asterisco per neutralizzare o trascendere il genere grammaticale non tutti la pensano alla stessa maniera. Da un lato si sente la necessità di non ridurre sempre generi diversi al maschile ma dall'altro l'asterisco ha il difetto di essere elemento non fonetico.”

Così, Robustelli respinge questo uso proponendo di “evitare in ogni caso l'uso dell'asterisco al posto della desinenza” perché anche se appare “nella comunicazione digitale” “non fa parte del sistema grafematico della lingua italiana” e quindi “può provocare perplessità” (Robustelli, 2000, p.509).

D'altro canto, Ligresti e Pini (2020) vedono che usare l'asterisco può risultare utile quando “non si conosce ancora il genere della persona che ricoprirà un determinato ruolo come, per esempio, in “dobbiamo eleggere segretari* e tesorier* dell'associazione.” E questo è appunto il nostro caso in annunci di lavoro.

Quindi usare l'asterisco lo possiamo definire come un uso che esce dalla norma ma “la norma la creano le persone che parlano e scrivono in un determinato periodo storico non viene imposta dall'alto: se queste lo reputano necessario hanno il potere di cambiarla” (Vitiello, 2022, p.45).

Questa nuova tendenza ancora discussa e polemica si trova nel nostro campione in 17 annunci di lavoro con percentuale di 0.62%. L'ho trovato in: addett* alla saldatura robotizzata, addett* vendita, impiegat*, impiegat* amministrativ*, expert* commess*.

Scrivere il campo/ambito invece della professione/carica:

La quarta metodologia di introdurre un annuncio inclusivo è di sostituire la carica/professione con il campo o il servizio (scritto o in italiano e in inglese). È il caso di 44 annunci che rappresentano l'1.61% del totale:

In italiano	In inglese
accoglienza clienti	accounting
amministrazione	back office
assemblaggio elettrico	call center
assistenza alla clientela	HR administration
assistenza automotive	
banco macelleria	
contabilità	

*Esiste sessismo linguistico in annunci di lavoro?
(analisi sociolinguistica di annunci per il mercato di lavoro italiano)*

eventi viaggi	
gestione del personale	
ingegneria edile	
laurea chimica	
lavoro hotelliere	
partecipa alla presentazione del brand	
staff assistenza clienti	
tirocinio	
vendite	

Sicuramente questa metodologia serve per fuggire da qualsiasi accenno al sesso dei candidati e serve ancora per motivi di economia linguistica nella titolazione paragonandola a quella di mettere i sostantivi maschile e femminile l'uno accanto all'altro.

Usare prestiti:

Nei tre siti esaminati si nota una tendenza a scrivere il titolo, usando prestiti particolarmente inglesi.

L'uso di prestiti nella titolazione di annunci è dovuto ad uno di due motivi: il primo è l'esistenza di professioni che non hanno corrispondenti in italiano (prestito di necessità). Il secondo-e questo motivo si applica esclusivamente ad anglicismi-è perché l'inglese è una lingua che non distingue tra sostantivo maschile e femminile (lo fa solo per i pronomi) e quindi è via una lingua "neutra" che si rivolge l'annuncio in modo inclusivo senza dover preoccuparci né dell'articolo come in nomi epiceni né della desinenza morfologica che distingue il maschile dal femminile in italiano.

I prestiti rappresentano il 21.36% % dei titoli di annunci del campione, il quale equivale a 582 annunci. Di questi abbiamo due forme: la prima sotto forma di prestiti introdotti senza distinzione del genere (per rispondere al motivo sopracitato), la seconda in cui la distinzione tra il genere femminile e maschile si fa esplicitamente. La prima forma di prestiti è quella in cui il forestierismo è introdotto senza distinzione del genere; quel tipo rappresenta la stragrande maggioranza di annunci introdotti da prestiti con 574 annunci. I prestiti sono o francesismi o anglicismi. I francesismi si trovano solo nel settore di ristorazione con tre prestiti: *chef*, *sommelier*, *commis*. Gli anglicismi si manifestano in tutti gli altri settori. Diamo una lista di anglicismi attestati negli annunci raggruppandoli in due categorie principali:

*Esiste sessismo linguistico in annunci di lavoro?
(analisi sociolinguistica di annunci per il mercato di lavoro italiano)*

prestiti che non hanno equivalente in italiano (prestito di necessità) e prestiti che hanno equivalente in italiano (prestiti di lusso) con il corrispondente italiano.

anglicismo di necessità	anglicismo di lusso	
	anglicismo	italiano
baby sitter	hair stylist	parrucchiere/a
Back end developer	handler	gestore
brand advisor	health manager	responsabile salute
buyer	lifestyle agent	agente di stile di vita
cyber security analyst	machine learning engineer	ingegnere dell'apprendimento automatico
facility manager	office assistant	assistente
field representative	payroll specialist	specialista in buste paga
help desk	personal assistant	assistente personale
HR generalist	planner control	pianificazione e controllo
IoT consultant	production planner	pianificatore di produzione
Java software developer	project manager	responsabile di progetto
makeup artist	promoter	promotore/trice
middle office specialist	sales executive	responsabile vendite
receptionist	sales manager	responsabile commerciale
recruiter	sales support	support alle vendite
stage government affairs	shift manager	responsabile di turno
	site manager	responsabile del sito
	specialist	specialista
	store coordinator	coordinatore/trice vendite
	store manager	responsabile negozio
	supervisor	supervisore
	data scientist	scienziato/a dei dati
	engineer	ingegnere
	beauty advisor	consulente di bellezza.
	brand ambassador	ambasciatore/trice del marchio

	cash officer	addetto alla cassa
	developer	sviluppatore/trice
	cabin crew	assistende di volo
	auditor	auditore/trice
	center director	direttore/trice del centro
	analyst	analista
	client advisor	consulente alla clientela
	controller ICT	controllore/trice ICT
	credit collector	esattore domiciliare
	accountant	contabile
	crew member	membro dell'equipaggio
	cost controller	controllore/trice dei costi

La seconda forma di prestito, nella quale si distingue il lessema maschile da quello femminile, è rara e capitata in 8 referenze: *hostess/steward*.

4.2. Il sessismo nel corpo dell'annuncio:

Dopo l'esame condotto sui titoli degli annunci, passo ora ad un altro livello di ricerca: esaminare ed analizzare l'eventuale esistenza di sessismo linguistico nel corpo dell'annuncio. L'analisi del testo dell'annuncio dovrebbe essere integrata con il titolo per eseguire una visione complessiva. In questa sede si esaminano tre punti principali: esistenza di parole sessiste (ossia parole che favoriscono un genere ad un altro) e se queste coincidono con il titolo dell'annuncio; esistenza di parole non sessiste (che danno un senso generale all'annuncio facendolo più inclusivo) e la loro coincidenza con il titolo; esistenza di frase alla fine dell'annuncio per indicare che l'offerta è rivolta ad entrambi i sessi.

Qui riporto le regole poste da Sabatini (1993, p.90) per formulare annunci non discriminatori: “si evita qualsiasi riferimento al sesso usando nominalizzazioni astratte o la parola «persona»”; e se l'annuncio violasse tale caratteristica sarebbe dunque non conforme:

1. *NON CONFORME DONNA (NC D)* è rivolto esplicitamente quindi esclusivamente alla donna mediante l'uso di sostantivo femminile nella designazione della funzione o nel corpo del testo;
2. *NON CONFORME UOMO (NC U)* è rivolto chiaramente all'uomo, facendo uso dei termini «uomo», «uomini» o con titolo maschile ribadito da articoli e/o da sostantivi e aggettivi maschili nell'intitolazione come nel testo;

4.2.1. Esistenza di parole sessiste:

Per parola sessista s'intende un segno lessicale che favorisce un genere sull'altro una strategia chiamata da Robustelli "la visibilità del genere" (cfr. Robustelli, 2012, p.21). Queste parole esistono in 1207 annunci (44.3%) per limitare l'offerta o a maschi o a femmine.

Parole sessiste che limitano l'annuncio a maschi, rendendolo non conforme alla regola n.2 messa da Sabatini, si trovano quando si ricorre al maschile inclusivo, sconsigliato dal Consiglio dei ministri "il fatto che in italiano il genere grammaticale maschile sia considerato il genere base non marcato, cioè, in questo caso, valido per entrambi i sessi, può comportare sul piano sociale un forte senso di esclusione e di rafforzamento di stereotipi" (presidenza del Consiglio dei ministri, 1994, p.49).

Il maschile inclusivo è evidente nelle referenze in tre forme: o in parole generiche messe nel testo al maschile e precedute da articoli maschili (il candidato, gli addetti, i candidati, gli interessati); o in nomi epiceni messi nel testo al plurale maschile senza articolo (elettricisti, frigoristi, escavatoristi) o preceduti da articoli maschili al singolare o al plurale (un assistente, un autista, un consulente, un computista, un driver, uno chef, un engineer, un ingegnere, uno stagista, un/il manager, il letturista, i retrattilisti, , ecc.); o in sostantivi di mestieri messi nel titolo e nel corpo al maschile (camerieri, cuochi, banconisti, operai). Questi esempi si trovano in 1158 offerte con percentuale di 42.51%.

Passando a quelle con aria sessista femminile nel corpo dell'annuncio, abbiamo 49 occorrenze che rappresentano la percentuale di 1.79%. Sono o parole generiche al singolare o al plurale femminile (le candidate, la candidata, neolaureate), oppure possono apparire nel sostantivo messo alla forma femminile (sarta, un'estetista, addette) e quindi sono annunci non conformi alla regola n.1.

La presenza di alcuni annunci rivolti specificatamente, quindi esclusivamente, alle donne, chiarisce Sabatini (1993, p.94), "essendo una palese violazione della legge di parità di trattamento, dimostra che il maschile non marcato della maggior parte degli annunci è in realtà un alibi dietro al quale si nasconde la volontà di offrire molti impieghi proprio agli uomini". Di qui viene l'importanza di analizzare la coincidenza del maschile non marcato messo nel titolo dell'annuncio con il corpo dello stesso, oltre ad esaminare la coincidenza del prestito con il testo.

Nei titoli con sostantivi epiceni (415 annunci) abbiamo 258 annunci che nel testo si rivolgono a solo maschi. Quindi un titolo con sostantivo epiceno potrebbe essere deludente per la mancanza di coerenza del testo con il titolo.

Dei titoli introdotti da sostantivi maschili (1054 annunci) ne abbiamo una netta discriminazione attestata in parole ancora da maschi nel corpo.

Dei titoli introdotti da prestiti (582 annunci) ci sono 36 in cui nel testo compaiono parole sessiste.

4.2.2. Esistenza di parole non sessiste:

Utilizzare parole neutri si trova in 1517 testi di annunci con percentuale di 55.7%. Si mostra con tre strategie. La prima, promossa dal Consiglio dei ministri incita a: “utilizzare sostantivi non marcati nel genere e nomi collettivi quando ci si rivolge al pubblico – persona, collettività, personale funzionario” (Consiglio dei ministri 1994, p.50). Lo dice anche Sabatini (cfr. 1993, p.103) e Robustelli (2012, p.10) “utilizzare in tutti i documenti di lavoro (relazioni, circolari, decreti, regolamenti, ecc.) un linguaggio non discriminatorio come, ad esempio, usare il più possibile sostantivi o nomi collettivi che includano persone dei due generi”. L’impiego di formulazioni che opacizzano il genere è “un’alternativa all’uso del maschile inclusivo” (Robustelli, 2000, p.513).

Questa strategia di oscuramento di entrambi i generi si attesta in 52.82% degli annunci con totale di 1439 e si fa mediante:

- nome epiceno al singolare e non introdotto da articolo: autista, consulente, ecc.
- nomi collettivi o neutri: figura, giovane, persona, risorsa, gli individui
- nomi che si riferiscono al servizio/campo/livello di istruzione: help desk, front office, segreteria, laurea, diploma, banco macelleria
- uso di indefiniti e relativi: chiunque, chi

La seconda strategia è di recarsi all’uso simmetrico del genere, anch’essa promossa dal Consiglio dei ministri incitando i datori di lavoro ad utilizzare “sdoppiamenti – i cittadini e le cittadine, i lavoratori e le lavoratrici” (Consiglio dei ministri, 1994, p.50). È attestata in 72 offerte con percentuale di 2.64%. In questo caso la visibilità del genere serve a rendere l’annuncio più inclusivo, contrariamente al suo uso nel punto 5.2.1. La strategia “è utilizzabile in moduli e in tabelle dove lo spazio è spesso ridotto” (Robustelli, 2000, p.511). Si manifesta o mettendo il sostantivo maschile seguito da quello femminile oppure si fa anche in forma abbreviata detta “splitting”

nella quale si mettono i due articoli maschile e femminile separati da una barra e poi il nome della professione in desinenza maschile e femminile sempre separata da una barra. Lo notiamo in: Il/la candidato/a; gli/le interessati/e, un/una+sostantivo epiceno.

La terza strategia, quella meno attesa (6 offerte con percentuale di 0.22%), è scrivere il testo dell'annuncio esclusivamente in lingua inglese, essendo una lingua che non distingue il maschile dal femminile.

4.2.3. Frase che indica il rivolgimento ad entrambi i sessi:

È notato che, verso la fine dell'annuncio, si scrive una frase che indica l'inclusione dell'offerta ad entrambi i sessi, anche se nel titolo e/o nel testo l'annuncio contiene parole rivolte all'uno o all'altro sesso. Tale atteggiamento è infatti legato all'emanazione di leggi che divietano la discriminazione e che garantiscono la parità di trattamento tra uomini e donne in materia di lavoro (già ricordate nel punto 2). Ci si trova in 95.55% con un totale di 2603 mentre nei 121 annunci rimasti non vi è nessuna traccia che l'offerta sia rivolta ad ambedue i sessi e quindi lo si considera un annuncio discriminatorio. Sui tre siti esaminati si osservano frasi che invitano ambedue i sessi a candidarsi; ne cito alcune.

Da trovolavoro.it:

- I candidati, nel rispetto del D.lgs. 198/2006, D.lgs 215/2003 e D.lgs 216/2003, sono invitati a leggere l'informativa sulla privacy consultabile sotto il form di richiesta dati della pagina di candidatura (Regolamento UE n. 2016/679).¹⁶
- I candidati, nel rispetto del D.lgs. 198/2006, D.lgs 215/2003 e D.lgs 216/2003, sono invitati a leggere (cliccare sul bottone "Candidati") (Regolamento UE n. 2016/679).¹⁷

Da infojobs.it:

- "Le ricerche sono rivolte a candidati dell'uno e dell'altro sesso ai sensi della L. 903/77 e L. 125/91"¹⁸
- "La ricerca è rivolta ai candidati ambosessi (L.903/77)."¹⁹

¹⁶ https://lavoro.corriere.it/Annunci/Analista_Contabile_809690482.htm

¹⁷ https://lavoro.corriere.it/Annunci/Elettricista_809554242.htm

¹⁸ https://www.infojobs.it/roma/canalista/of-ifb90a1e01b4f7cb0761a8efd709165?applicationOrigin=search-new&page=1&sortBy=PUBLICATION_DATE

¹⁹ https://www.infojobs.it/aprilia/commerciale-logistica/of-i1582d1150042b7a592f14c3ab921c0?applicationOrigin=search-new&page=2&sortBy=PUBLICATION_DATE

- “La ricerca è rivolta a persone di entrambi i sessi (L. 903/77).”²⁰
- “La selezione è rivolta ad entrambi i sessi nel rispetto del D. Lgs. 198/2006.”²¹
- “I candidati, nel rispetto del D.lgs. 198/2006, D.lgs 215/2003 e D.lgs 216/2003, sono invitati a leggere l’informativa sulla privacy.”²²
- “Il presente annuncio è rivolto ad entrambi i sessi, ai sensi delle leggi 903/77 e 125/91, e a persone di tutte le età e tutte le nazionalità, ai sensi dei decreti legislativi 215/03 e 216/03.”²³
- “Si invitano i candidati di entrambi i sessi (L.903/77) a prendere visione dell’informativa sulla privacy.”²⁴
- “Questa opportunità di lavoro è rivolta a entrambi i sessi, in conformità alla Legge 903/77.”²⁵

Da manpower.it: nel piè di pagina di tutte le offerte, il sito manpower, per fuggire da qualsiasi violazione di legge, mette una nota legale al riguardo:

*“Manpower è una compagnia eticamente responsabile. il servizio è gratuito. i candidati ambosessi (l.903/77 - d.lgs. n.198/2006) sono invitati a leggere l’informativa privacy su www.manpower.it aut. min. prot. n. 1116 - sg - del 26/11/04. Il titolare della registrazione e/o candidatura dichiara di essere a conoscenza delle sanzioni penali previste in caso di dichiarazioni mendaci o contenenti dati non più rispondenti a verità come previsto dal d.p.r. n°445 del 28.12.2000”.*²⁶

4.3. Altre note:

Nel mio esame ho notato alcuni casi particolari di sostantivi che, a mio parere, richiedono un commento approfondito perché gettano una luce sulla visione ancora

²⁰ https://www.infojobs.it/roma/consulente-di-bellezza-beauty-roma-rm-via-appi/of-i843cffd4b0402bb7489abdfbd6ffde?applicationOrigin=search-new&page=2&sortBy=PUBLICATION_DATE

²¹ https://www.infojobs.it/fiumicino/personale-addetto-alle-pulizie-aeroporto-fiumicino/of-i9a09e7bd5d448f93f971f41e329ed8?applicationOrigin=search-new&page=5&sortBy=PUBLICATION_DATE

²² https://www.infojobs.it/roma/responsabile-di-sala-nuova-apertura-roma-termini/of-i8984d03b4a43e48ec9b5cae3ea5e08?applicationOrigin=search-new&page=1&sortBy=PUBLICATION_DATE

²³ https://www.infojobs.it/roma/progettista-autocad/of-id05bee3c3a4d28a13d9a6909db4081?applicationOrigin=search-new&page=1&sortBy=PUBLICATION_DATE

²⁴ https://www.infojobs.it/roma/elettricista-esperto-zona-roma-termini/of-i5c396236f94ac7a7e20ea46c7f7abf?applicationOrigin=search-new&page=1&sortBy=PUBLICATION_DATE

²⁵ https://www.infojobs.it/roma/recruiting-day-field-business-developer-roma-12-13-dicembre/of-i451d64853747b7afaaf8d93c7a8b31?applicationOrigin=search-new&page=1&sortBy=PUBLICATION_DATE

²⁶ [Offerte di lavoro per Addetta al marketing a VOGHERA - Manpower Italia](#)

maschilista della società. Sono: “ingegnere”, “capo” e “programmatore neolaureato/a”.

Per “ingegnere”, malgrado il femminile “ingegnera” esista in italiano (lo affermano Sabatini nelle sue raccomandazioni 1993, p.117 e Robustelli nel suo vocabolario 2014, p.75), non si trova mai nelle referenze (89 annunci). Qui, Robustelli pone una ipotesi, con la quale sono pienamente d'accordo: “qual è la ragione di questo atteggiamento linguistico? Le risposte più frequenti adducono l'incertezza di fronte all'uso di forme femminili nuove rispetto a quelle tradizionali maschili (è il caso di ingegnera), la presunta bruttezza delle nuove forme (ministra proprio non piace!), o la convinzione che la forma maschile possa essere usata tranquillamente anche in riferimento alle donne.”²⁷

“Capo” è un altro caso particolare. Infatti, secondo sapere.it “il femminile regolare di “capo” nel significato di persona che esercita un comando o dirige un'impresa è *capa* e così si può chiamare una donna che svolge tale funzione; tuttavia, poiché questa forma ha spesso un uso scherzoso molti preferiscono chiamare anche una donna *capo* al maschile. Si tratta di una scelta però che può creare nel discorso qualche problema per le concordanze.”²⁸ Quest'uso del femminile mi è capitato per una sola volta nel campione sul sito di infojobs.it “capo/a” in un annuncio dall'azienda Camst group (azienda che lavora nel mercato di ristorazione collettiva). In tutti gli altri casi, 79 annunci, si usa “capo” per indicare sia un maschio che una femmina, un impiego che afferma la predominanza del maschile inclusivo.

Un altro caso particolare è “programmatore neolaureato/a” in cui il nome della professione è maschile mentre si distinguono i due generi nell'aggettivo “neolaureato/a”. Questa forma è assolutamente sconsigliabile e discriminatoria secondo i suggerimenti degli Accademici della Crusca dato che “tutti i nomi di mestiere e di professione e di ruolo possono avere la forma femminile.” (AA.VV., 2011, p.30). In questo caso una formulazione simmetrica del maschile e del femminile sarebbe stata più adatta e meno sessista (programmatore/trice neolaureato/a).

²⁷ Robustelli, Cecilia, *Infermiera sì, ingegnera no?*, 03/13, pubblicato su <https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/titolo/7368>

²⁸ <https://www.sapere.it/sapere/dizionari/dizionari/Italiano/C/CA/capo.html>

5. Conclusione

Nel presente articolo si è verificato se la comunicazione negli annunci di lavoro tiene conto della questione del genere. Si è focalizzato sull'analisi del sessismo linguistico e sulle varie manifestazioni nel mercato di lavoro italiano. Le problematiche affrontate sono varie e riguardano soprattutto le tracce del sessismo nelle titolazioni e nei testi di annunci.

Il sistema morfologico dell'italiano non è sessista. Al contrario, mette a disposizione mezzi e procedure per un'equa denominazione di tutti gli agenti. Sessista invece è la norma. La norma è la realizzazione tradizionale e socialmente determinata del sistema e rispecchia attualmente una società androcentrica dove l'uomo è gente e la donna sesso.

La questione, dunque, non è relativa solo alla lingua poiché a essa si intrecciano altri fattori: la lingua condiziona anche il pensiero e la visione del mondo della gente. L'oscuramento e la minoranza della figura femminile nella lingua si riversano anche nella visione generale che si ha della donna e nei comportamenti sociali che le vengono riservati tradizionalmente. Quindi qualità professionali e cariche prestigiose attribuite a donne scarseggiano o rimangono legate al settore di servizi nella maggior parte dei casi (segretaria, cuoca, sarta, ecc.); mentre il mondo di lavoro rimane androcentrico e popolato da maschi. Si osserva nel corpus analizzato l'uso estensivo del maschile, soprattutto nelle titolazioni, il quale si attesta in 38.69%; con gli agenti femminili invece che non supera l'1.7% e in 20.7% si impiega lo sdoppiamento o il prestito (21.36%).

Il problema non sono le differenze ma le valenze che esse esprimono: o nozioni stereotipate e restrittive della immagine della donna o il pervasivo concetto della centralità e universalità dell'uomo di fronte alla marginalità e parzialità della donna. Alla fine, potrei concludere che il sessismo nella lingua c'è ma non è forte e dà prova di una gerarchia sociale dove l'uomo costituisce ancora la norma; la donna, se è presente, viene assimilata come un'eccezione della stessa. Si è notato l'uso ancora esteso del maschile non marcato e l'impiego dei nomi maschili in riferimento alle donne quando si tratta di professioni e cariche considerate di prestigio (es.ingegnere, manager); anche se le soluzioni proposte per evitarlo sono molteplici, pare che non si sia trovata una soluzione condivisa dalla collettività.

Un caso esaminato e dibattuto tra i diversi suggerimenti avanzati recentemente nella lingua scritta ed apparso nelle referenze del campione è l'impiego dell'asterisco. Utilizzarlo ha suscitato spesso diffidenza per via dei problemi che si potrebbero riscontrare nella lingua parlata.

Posso allora dedurre che nonostante tutti gli strumenti offerti dalla lingua italiana e tutti i suggerimenti di guide, trovare l'equilibrio tra neutralità, chiarezza ed economia può essere difficile. Apportare dei cambiamenti alla lingua non è un processo semplice. Il problema non riguarda il sistema linguistico siccome la grammatica italiana fornisce gli strumenti necessari per la realizzazione di forme femminili; bensì il problema sta nel modo in cui la lingua viene utilizzata, un modo che ancora richiede un cambiamento della mentalità della comunità parlante.

Bibliografia

- Bazzanella, Carla (2010), *Genere e Lingua*, *Enciclopedia dell'Italiano*, disponibile su: http://www.treccani.it/enciclopedia/genere-e-lingua_%28Enciclopedia_dell%27Italiano%29/
- Burr, Elisabeth (1995), *Agentivi e sessi in un corpus di giornali italiani*, in Marcato, Gianna, “Dialettologia al femminile. Atti del Convegno Internazionale di Studi”, Sappada/Plodn (Belluno), 26.-30.06.1995. Padova, CLUEB, pp.349-365.
- Cardinatelli, Anna e Giusti, Giuliana, (1991), *Il sessismo nella lingua italiana. Riflessioni sui lavori di Alma Sabatini*, in “Rassegna italiana di linguistica applicata”, volume 2, pp.169-189.
- D’Achille, Paolo, (2021), *Un asterisco sul genere*, in “Italiano Digitale”, n.XVIII, volume 3, Accademia della Crusca, pp.72-81.
- Fusco, Fabiana, (2012), *La lingua e il femminile nella lessicografia italiana. Tra stereotipi e (in)visibilità*, Alessandria, Edizioni dell’Orso.
- Gheno, Vera, (2021), *Verso l’inclusività linguistica e oltre*, Zanichelli editore, Milano.
- Gheno, Vera, (2020), *Femminili singolari. Il femminismo nelle parole*, Effequ, Firenze.
- Gheno, Vera, (2020), *Ministra, portiera, architetta: le ricadute sociali, politiche e culturali dei nomi professionali femminili*, intervista del luglio 2020 a Vera Gheno pubblicata su «Linguisticamente», disponibile su <https://www.linguisticamente.org/nomi-femminili/>.
- Ghiglione, Arianna, (2019), *L’italiano: lingua madre o lingua padre? analisi del sessismo nell’italiano contemporaneo*, scuola superiore per mediatori linguistici “carlo bo”, sede di Milano, 2019 pubblicato su [99+\) l’italiano: lingua madre o lingua padre? analisi del sessismo nell’italiano contemporaneo | Arianna Ghiglione - academia.edu](https://www.academia.edu/44444444/99+litaliano+lingua+madre+o+lingua+padre?an=article_detail).
- Guidi, Elena, (2023), *L’invasione degli ****, pubblicato il 18/09/23, pagina 6, su <https://www.libertas.sm/san-marino-linvasione-degli-asterischi-una-riflessione-sul-linguaggio/>

Hofer-Bonfim, Bernadette, (2015), *Verso un uso non sessista della lingua italiana*, Università di Vienna, disponibile su https://www.academia.edu/35694129/Verso_un_uso_non_sessista_della_lingua_italiana

Lepschy-Anna Laura, Lepschy-Giulio, Sanson-Helena, (2001), *Lingua italiana e femminile*, Quaderns d'Italia, volume 6, pp.9-18.

Lepschy, Giulio C. (1989), *Nuovi Saggi di linguistica italiana*, in “Studi linguistici e semiologici”, vol. 29, Bologna, Il Mulino, pp.61-84.

Ligresti, Vincenzo e Pini, Benedetta, (2000), *Un linguista spiega perché l'asterisco di genere fa infuriare così tante persone*, pubblicato il 14.7.20, disponibile su <https://www.vice.com/it/article/7kpknd/asterisco-di-genere-uso>

Luraghi, Silvia e Olita, Anna, (2015), *Linguaggio e genere*, Roma, Carocci.

Marcato, Gianna, a cura di, (1995), *Donna e Linguaggio*, in “Atti del Convegno Internazionale di studi Dialettologia la femminile”, Sappada-Plodn, 26.-30.06.1995, Padova, Cleup.

Moretti, Giorgio, (2018), *L'asterisco di genere va bene a tutt*?*, pubblicato il 6 OTTOBRE 2018, su <https://www.fanpage.it/cultura/lasterisco-di-genere-va-bene-a-tutt/>

Pistolessi, Elena, (2007), *Le pari opportunità nella comunicazione pubblica e istituzionale*, in Fabiana Fusco (a cura di), “Donne, politica e istituzioni”, Udine, Forum, pp. 55-70.

Presidenza del Consiglio dei Ministri, (1994), *Codice di stile delle comunicazioni scritte ad uso delle amministrazioni pubbliche*, Roma.

Ricci, Debora, *L'isola che non c'è: il sessismo tra visibilità deviante e invisibilità che cancella*, pubblicato su https://www.matildaeditrice.it/sites/www.matildaeditrice.it/files/lisola_che_non_ce_il_sessimo_tra_visibilita_deviante_e_invisibilita_che_cancella.pdf

Robustelli, Cecilia, (2014), *Donne, grammatica e media. Suggerimenti per l'uso dell'italiano*, INPGI, Federazione Nazionale Stampa Italiana, Gi.U.Li.A giornaliste, Ariccia, Tipografia Eurograf Sud.

Robustelli, Cecilia, (2013), *Infermiera sì, ingegnera no?*, pubblicato su <https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/titolo/7368>

Robustelli, Cecilia, (2012), *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo*, in collaborazione con L'Accademia della Crusca, Firenze.

Robustelli, Cecilia, (2000), *Lingua e identità di genere. Problemi attuali nell'italiano*, in "Studi italiani di linguistica teorica e applicata", XXIX, pp. 507-527.

Sabatini, Alma, (1993), *Il sessismo nella lingua italiana*, con la collaborazione di Marcella Mariani, Presidenza del Consiglio dei ministri, Istituto poligrafico e zecca dello Stato, Roma, II ristampa.

Sabatini, Alma, (1987), *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana*, Presidenza del Consiglio dei ministri, Roma, pp.97-122.

Sapegno, Maria Sereno, a cura di, (2010), *Che genere di lingua? Sessismo e potere discriminatorio delle parole*, Roma, Carocci.

Somma, Anna Lisa e Maestri, Gabriele (a cura di), (2020), *Il sessismo nella lingua italiana. Trent'anni dopo Alma Sabatini*, Pavia, Blonk editore,.

Vitiello, Ruben, (a cura di), (2022), *Guida pratica al linguaggio inclusivo in italiano Strategie e consigli per scrivere testi rispettosi delle differenze di genere*, (pubblicata sul blog TDM Magazine).

Violi, Patrizia, (1986), *L'infinito singolare. Considerazioni sulla differenza sessuale nel linguaggio*, Essedue, Verona.

Sitografia

<https://www.adecco.it/come-trovare-lavoro/citta-dove-trovare-piu-lavoro-in-italia>

<https://www.ilcurriculumvincente.it/i-migliori-siti-per-trovare-lavoro/#:~:text=Siti%20per%20cercare%20lavoro%20online%201%20Manpower%20%28,Randstad%20%28%20www.randstad.it%29%204%20Gi%20Group%20%28%20www.gigroup.it%29>

<https://www.infojobs.it/lavoro/infojobs-italia/home>

<https://www.manpower.it/it/chi-siamo/manpowergroup>

https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/domande_e_risposte/grammatica/grammatica_1665.html, il 27 maggio 2019

<https://www.sapere.it/sapere/dizionari/dizionari/Italiano/C/CA/capo.html>

Journal of Scientific Research in Arts

(Language & Literature) volume 25 issue 5 (2024)

**أوجد تمييز جنسي لغوي في إعلانات الوظائف؟
(تحليل لغوي اجتماعي لإعلانات الوظائف المنشورة لسوق العمل الإيطالي)**

إيمان جلال السيد

أستاذ مساعد، قسم اللغة الإيطالية، كلية الألسن، جامعة عين شمس، القاهرة

المستخلص:

تعد العلاقة بين اللغة والجنس اللغوي الاجتماعي من المواضيع التي أثارت اهتمام اللغويين والمشرعين والسياسيين خاصة الإيطاليين منذ ما يقرب من أربعين عاما. وتهدف هذه المقالة إلى دراسة أية انعكاسات للتمييز الجنسي اللغوي في اللغة الإيطالية الحالية استنادًا إلى مجموعة إعلانات للوظائف المنشورة عبر شبكة الإنترنت في ثلاثة مواقع إيطالية توفر فرص عمل وذلك في الفترة من ٠٣ إلى ١٠ نوفمبر ٢٠٢٣. في النقطة الأولى في الأول أقوم بعرض العلاقة بين اللغة والمجتمع مع الإشارة إلى الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع؛ يليها توضيح لظاهرة التمييز الجنسي اللغوي، والقواعد الصرفية لتكوين الجنس المؤنث باللغة الإيطالية، فضلا عن الحديث عن المذكر الشامل في اللغة الإيطالية. أما الجزء التطبيقي فيأتي في ثلاث نقاط ممثالية من الثالثة إلى الخامسة، أستهلها بالحديث عن ظاهرة التمييز الجنسي اللغوي في إعلانات الوظائف، ثم يتبع ذلك متن البيانات ومنهجية جمع البيانات، يليها تحليل البيانات. ومن خلال تحليل وتتبع وجود الألفاظ والتراكيب الدالة على التمييز الجنسي اللغوي، وذلك في العناوين وفي متن نص الإعلانات، يمكن التحقق من مدى التزام المعلنين بالقواعد الصرفية وتشريعات الدولة وتوصيات اللغويين وحال عدم توافق بعض الإعلانات مع القواعد المذكورة، دلالة هذا على فكر ورؤية سوق العمل في إيطاليا. وختامًا تأتي الملاحظات النهائية للبحث والتي تمثل الخاتمة وذلك في النقطة الخامسة.

الكلمات المفتاحية: التمييز الجنسي اللغوي- المؤنث- إعلانات الوظائف

Is There Linguistic Sexism in Job Ads? (Sociolinguistic Analysis of Advertisements for the Italian Job Market)

Iman Galal Elsayed

Associate professor, Italian department, Faculty Alalsun, Ain Shams University,
Cairo

Iman_abdelhameed@alsun.asu.edu.eg

Abstract

The problem of linguistic sexism and its sociolinguistic repercussions have aroused the interest of linguists, legislators and politicians for almost forty years. With this contribution I intend to show whether linguistic sexism still has reflections in the Italian language through an empirical analysis of job advertisements for the Italian job market. The study is based on a corpus of job advertisements published online in the period between 03 and 10 November 2023. The article presents first the language-society relationship. In the second point follows a representation of the phenomenon of linguistic sexism as well as talking about the inclusive masculine. The application part takes place in the third and fourth points: the phenomenon is introduced in the job advertisements, then the corpus and the data collection methodology, followed by the data analysis. The analysis examines the presence and form of the linguistic sexism in three Italian sites that offer job opportunities both in the titles and texts of the advertisements, to verify whether they comply with the morphological rules, the State legislation, and the recommendations of linguists and what this reflects. In the last point the final reflections are shown.

Keywords: linguistic sexism- female gender-job offers