

Le rappresentazioni del mondo del non-profit. Un'analisi lessicografica sulla stampa italiana nel 2010¹

Francesca della Ratta¹, Gabriella Fazzi², Nereo Zamaro³

^{1,2,3} Istat – Istituto Nazionale di Statistica
¹dellaratt@istat.it ²fazzi@istat.it - ³zamaro@istat.it

Abstract

Volunteering and media belong to worlds apart: specialized literature often complaint about news media carelessness and misunderstanding about voluntary activities; the complex and heterogeneous world of the third sector hardly has space in the news and isn't able to develop effective communicative strategies.

This work aims to understand the image of the voluntary sector conveyed by Italian newspapers in 2010, theoretically framed in the tradition of social representations. Drawing on the National Coordination Centres for Voluntary Service daily press review, a lexicographic analysis was performed on the news published by 99 newspapers between January 1st and December 31th 2010 on issues related to voluntary activities, third sector, foundations and “5 per thousand”. The corpus - made up of 3,000 items - was processed with TalTac2 application. The analysis has highlighted how newspapers have reported a year of “voluntary activities”. This paper intends to reconstruct the symbolic dimension conveyed by the media, under the hypothesis that this is a relevant factor in the process of social and political legitimacy of the third sector.

Abstract

Volontariato e media appartengono a mondi distanti: è frequente la denuncia della letteratura di settore sulla disattenzione e le difficoltà di comprensione da parte dei news media, che determinano gli ostacoli del complesso ed eterogeneo mondo del terzo settore nel trovare accesso al mondo dell'informazione e sviluppare adeguate strategie comunicative.

Questo lavoro, teoricamente inquadrato nella tradizione delle rappresentazioni sociali, si propone di comprendere qual è l'immagine del mondo del volontariato veicolata dai giornali italiani nel 2010. A partire dalla rassegna stampa quotidiana del Coordinamento Nazionale dei Centri di Servizio per il Volontariato, è stata condotta un'analisi statistico testuale sulle notizie pubblicate da 99 testate fra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2010 su temi relativi a volontariato, terzo settore, fondazioni e 5 per mille. Il corpus – costituito da 3.000 articoli, per un totale di oltre 1.400.000 occorrenze – è stato analizzato con TalTac2; l'analisi ha messo in evidenza le differenti modalità con cui è stato raccontato un anno di “volontariato”. Nel proseguo del lavoro si intende ricostruire la dimensione simbolica trasmessa dai media, nell'ipotesi che questa sia una componente rilevante nel processo di legittimazione sociale e politica del terzo settore.

Keywords: Lexicometric Analysis; Voluntary Activities; Social and Political Legitimacy; Social Representation

¹ Il testo è frutto di un lavoro comune; i paragrafi 1 e 3 sono stati redatti da Nereo Zamaro; i paragrafi 1.1, 2, 2.1, 2.2, da Gabriella Fazzi, i paragrafi 2.3 e 2.4 da Francesca della Ratta.

1. La comunicazione del terzo settore

Il mondo del terzo settore e le attività svolte dalle istituzioni non-profit in Italia, pur noti all'esperienza comune, sono rimasti a lungo nascosti, poco considerati nella riflessione accademica e quasi del tutto oscurati nella statistica ufficiale (UN, 2003; ILO, 2008).

Le istituzioni non-profit attive in Italia erano all'inizio degli anni 2000 circa 235 mila, presenti in tutte le aree del Paese, soprattutto in alcune regioni del Nord e del Centro; anche nelle regioni del Mezzogiorno si registravano dati in crescita molto incoraggianti (Barbetta, Cima *et al.*, 2003; Istat, 2001). Anche se in gran parte di modeste dimensioni organizzative, circa 40 mila di esse erano dotate di una ragguardevole capacità operativa, occupando quasi 600 mila persone, fornendo regolarmente servizi ospedalieri, di formazione o ricerca universitaria, culturali e sociali. Questi ultimi soprattutto a livello locale, per il tramite di cooperative sociali. In queste organizzazioni, più o meno regolarmente, erano attivi oltre un milione di volontari. Dati più recenti, ma meno sistematici (Istat 2005; 2007; 2008), fanno ritenere che nel corso dell'ultimo decennio il complesso del settore sia ulteriormente cresciuto, almeno in termini numerici, anche se la crisi economica degli ultimi tre anni e la conseguente riduzione di risorse pubbliche destinate alla erogazione dei servizi in cui le istituzioni non-profit sono maggiormente impegnate (servizi sociali locali, salute, istruzione e cultura), stanno mettendo a dura prova la tenuta organizzativa di molte istituzioni, soprattutto di quelle più esposte finanziariamente.

Nonostante ciò, il terzo settore in Italia è stato a lungo trattato come se fosse un fenomeno marginale: il modesto livello di attenzione a esso assegnato in parte rispecchia la fragilità strutturale delle organizzazioni, in parte la bassa capacità di influenzare l'esito di alcuni processi decisionali pubblici. Anche per questo motivo le organizzazioni del terzo settore hanno l'esigenza di comunicare, per far conoscere a un pubblico ampio cosa fanno, come agiscono, quali obiettivi perseguono (Peruzzi, 2012); tuttavia, spesso, la loro comunicazione è mediata da giornalisti e altri professionisti dei media, e gli operatori del terzo settore non sempre sono in grado di gestire in maniera consapevole il flusso di informazioni e notizie. Ciò comporta una forte eterogeneità negli stili, ma anche una limitatezza delle materie o degli aspetti che nella stampa sono trattati quando si scrive di non profit. Ciò che viene pubblicato, infatti, non riproduce fedelmente ciò che accade, ma lo trasforma, scomponendo e ricomponendo le parti, mettendo in luce o lasciando in ombra alcuni punti di vista.

Il passaggio dalla sfera privata (e autoreferenziale) a quella pubblica, mediato dai professionisti della comunicazione dovrebbe conferire visibilità e coerenza a eventi, persone, azioni e simboli, esplicitando significati che altrimenti rimarrebbero oscuri ad un osservatore esterno, operando una "difficile ricomposizione della frammentazione del mondo del volontariato. Se da un lato la pluralità di idee, forme organizzative, attività e servizi offerti è una ricchezza sia per la democrazia sia per la capacità di aumentare la partecipazione, dall'altro mostra un'intrinseca debolezza nel costruire ed esprimere posizioni, punti di vista, progettualità comuni" (Volterrani, 2006, 21).

1.1. Un anno di notizie: il corpus in esame

In questo *paper* siamo interessati a capire in che misura e in che modo la stampa contribuisce a costruire uno 'spazio pubblico', aperto al confronto, nel quale e grazie al quale il pubblico può formarsi un'opinione. L'analisi cerca di comprendere quali sono gli eventi, i momenti, le

persone e i profili delle attività che sono considerati salienti, significativi, degni di nota e che, pertanto, vengono fatti conoscere a un pubblico differenziato: quello della stampa a diffusione nazionale o locale, generalista o di settore. Ci si chiede, innanzitutto, se esiste uno ‘spazio pubblico’ come quello appena descritto ed, eventualmente, quali caratteristiche abbia; quale status venga ad esso riservato nella comunicazione della carta stampata, quali sono i temi che lo definiscono e qual è il linguaggio con cui è strutturato.

Il materiale sottoposto all’analisi è costituito da 3.000 articoli pubblicati dal 1° gennaio al 31 dicembre 2010 e raccolti nella rassegna stampa messa a punto da un’agenzia specializzata per conto del CSVnet. La rassegna è costruita a partire da 99 testate, comprendenti quotidiani nazionali con i relativi inserti, quotidiani regionali e provinciali, periodici, settimanali di attualità e quotidiani finanziari². Gli articoli analizzati sono selezionati e organizzati dai responsabili della rassegna stampa in aree tematiche distinte. Per gli interessi di questo lavoro, sono stati inclusi gli articoli in cui si parla:

- del Centro Servizi per il volontariato, del suo coordinamento e dei centri associati (Csv);
- delle altre associazioni dedite al non-profit (associazioni);
- dell’attività e delle normative del mondo del volontariato (volontariato);
- della normativa e delle attività del terzo settore e del non profit, incluse le iniziative del Ministero del lavoro, del Ministero della salute e del Ministero delle politiche sociali (terzo settore/non-profit);
- dell’attività e della normativa delle principali fondazioni bancarie (fondazioni);
- dell’attività e della normative sul 5 per mille (5 per mille).

Mediamente si tratta di poco più di otto articoli al giorno: tuttavia, considerando l’elevato numero di testate da cui sono tratti gli articoli, e l’inclusione nell’elenco di alcune riviste specializzate, come ad esempio il settimanale “Vita”, si può parlare di una bassa attenzione riservata dalla stampa a questi temi.

Categoria	Numero articoli	% articoli	Di cui in prima pagina
Volontariato	726	24,2%	9%
Fondazioni	632	21,1%	7%
Csv	605	20,2%	4%
Non profit	490	16,3%	3%
5 per mille	316	10,5%	4%
Associazioni	231	7,7%	2%
Totale	3.000	100,0%	6%

Tabella 1 – Articoli per categoria tematica (N) e per edizione della pubblicazione (%)

² La rassegna comprende le edizioni locali delle testate di tutte le regioni italiane, ad eccezione della Sardegna. Inoltre, sono sottorappresentate nella rassegna le testate del mezzogiorno.

La categoria tematica con il maggior numero di articoli è quella del volontariato (Tabella 1): l'elevata copertura deriva dall'uso "largo" del termine 'volontari', adottato spesso negli articoli sugli interventi dei soldati italiani in missione all'estero. Molta attenzione ricevono le fondazioni bancarie, che nel nostro Paese controllano pezzi importanti del sistema finanziario e rappresentano uno dei più importanti investitori istituzionali. Le fondazioni agiscono spesso sul territorio finanziando progetti e interventi. Ciò giustifica l'interesse a riportare articoli su questi argomenti non solo nella stampa nazionale, ma anche nelle edizioni locali dei quotidiani. Peraltro, la lobby delle fondazioni, detenendo potere e denaro, ha in genere maggiore facilità ad avere accesso ai media. In più, negli ultimi mesi del 2010 l'interesse da parte della stampa è stato ancora maggiore: in quel periodo, infatti, la crisi del sistema bancario e le pressioni della politica hanno scosso profondamente il sistema, provocando anche cambi ai vertici di alcune delle più importanti fondazioni italiane.

Due terzi degli articoli considerati sono pubblicati in quotidiani o periodici a diffusione nazionale. I temi a interesse locale, collocati nelle edizioni territoriali dei principali quotidiani, sono riconducibili soprattutto alle iniziative della rete dei Centri di Servizio per il Volontariato. Prettamente d'interesse nazionale, invece, le notizie sul "5 per mille" e sul "non – profit/ terzo settore". Queste ultime trovano spazio principalmente sulle testate specializzate (ad es. Vita), e si concentrano negli ultimi mesi dell'anno, in concomitanza con il dibattito sul **DDL di Stabilità** per il 2011 (13 Dicembre 2010, n. 220) – che, pur confermando lo strumento del 5 per mille anche per l'anno fiscale 2010, ne aveva ridotto notevolmente le risorse – e il decreto Milleproroghe (n°225 del 29 dicembre 2010) che aveva in seguito rialzato tale tetto.

A livello territoriale, si rileva il forte squilibrio dell'interesse riservato a questi temi nel Centro e nel Mezzogiorno. Le notizie sulle fondazioni sono appannaggio praticamente esclusivo delle regioni del Nord; in misura inferiore, ma comunque rilevante, il 71% delle notizie locali sui temi del non-profit e del terzo settore è pubblicata in edizioni del settentrione³. Come ricorda Peruzzi, "la comunicazione sociale difficilmente può essere apolide. La sua cittadinanza e la sua riconoscibilità è ben radicata nei territori ed è un elemento distintivo che si interseca profondamente con i panorami sociali sopra descritti in almeno tre direzioni (2007, 28)".

	Edizione nazionale	Edizione locale	Nord	Centro	Mezzogiorno	Totale
Volontariato	52%	48%	55%	23%	22%	100%
Fondazioni	77%	23%	96%	4%	0%	100%
Csv	37%	63%	42%	12%	46%	100%
Non profit	95%	5%	71%	25%	4%	100%
5 per mille	96%	4%	57%	36%	7%	100%
Associazioni	95%	5%	25%	33%	42%	100%
Totale	69%	31%	56%	16%	28%	100%

Tabella 2 - Percentuale di articoli nelle edizioni locali per categoria tematica e distribuzione territoriale

3 Il dato risente della mancanza di alcune testate del mezzogiorno nella base d'analisi. Al riguardo, una fase successiva della ricerca prevede l'implementazione del corpus in analisi con le testate mancanti.

Solo raramente (6%) alle notizie su questi temi viene dato rilievo sulla prima pagina. Ciò accade un po' più spesso (9%) per gli articoli sul volontariato (vedremo in seguito con quali limiti), e quasi mai per le notizie delle Associazioni.

2. I risultati dell'analisi

Il primo passo dell'analisi mira a stabilire in che misura i testi rispondono ai requisiti minimi di dimensione, articolazione, composizione del linguaggio usato, tali da rendere l'analisi testuale empiricamente ben fondata. Il corpus testuale ottenuto dall'insieme degli articoli è di dimensioni rilevanti, contando più di 1.400.000 occorrenze con un vocabolario di oltre 86.000 forme distinte, con una ricchezza lessicale (rapporto type-token) piuttosto bassa e pari a 6,1.

Inoltre, per ciascun articolo è stato registrato il riferimento temporale (mese di pubblicazione); la categoria tematica di classificazione nell'archivio della rassegna stampa (csv; fondazioni; terzo settore/non profit; 5 per mille; associazioni; volontariato); la testata su cui è stato pubblicato, distinta in base al tipo di tiratura (se nazionale o locale e, in quest'ultimo caso, per area geografica di riferimento); la pagina di pubblicazione.

Il corpus, analizzato con il software TalTac2, è stato normalizzato; successivamente sono stati lessicalizzati alcuni poliformi ricorrenti, individuati tramite l'analisi dei segmenti ripetuti. Le misure lessicometriche sopra riportate si riferiscono al corpus ricostruito a seguito della lessicalizzazione.

Il corpus, costituito da articoli pubblicati su quotidiani e periodici, si adatta a un confronto con il lessico della stampa (Rep90), disponibile in TalTac2. Si tratta di un lessico di frequenza espresso in forme grafiche che contiene tutti gli articoli comparsi negli anni '90 sulla testata "La Repubblica" e che è particolarmente utile per analizzare il linguaggio della stampa. Il confronto ha permesso di individuare le parole chiave, che caratterizzano il corpus in esame e appaiono con uno scarto positivo rispetto al lessico di riferimento (Bolasco, 1999). Fra le prime 200 parole, ordinate per valore decrescente dello scarto standardizzato, è possibile individuare riferimenti ai temi affrontati, agli attori coinvolti, agli obiettivi e alle finalità messe in evidenza. Una parte rilevante delle parole chiave, inoltre, è costituita da forme grafiche relative ad attività finanziarie e di *fund raising*.

Fra gli attori, preponderante la rilevanza ottenuta dalle *fondazioni*, così come dall'Associazione di Fondazioni e Casse di risparmio (*Acri*), un'associazione di categoria che svolge attività di rappresentanza e coordinamento. Fra le altre forme organizzative compaiono *associazioni*, *enti* e *organizzazioni*, mentre le *cooperative* hanno una visibilità molto più bassa. I segmenti ripetuti evidenziano inoltre la presenza delle *organizzazioni sportive dilettantistiche* e *organizzazioni non governative*, e aiutano a caratterizzare tali forme, evidenziando espressioni come *senza scopo di lucro* e *non lucrative di attività sociale*. Chi opera sul campo è definito tramite denominazioni generiche (*volontari*, *volontario*, *cooperanti*), ed è rappresentato da strutture organizzate, fra le più importanti in Italia, come la *Caritas* (organismo pastorale della Conferenza Episcopale Italiana per la promozione della carità), *Telethon*, l'organizzazione impegnata nella ricerca per la cura delle malattie genetiche promotrice di una delle campagne di raccolta fondi più rilevanti in Italia ("*Trenta ore per la vita*"), e la Croce Rossa Italiana (*Cri*).

Forma grafica	occ. tot.	scarto	Forma grafica	occ. tot.	scarto
ATTORI			FINALITÀ		
Caritas	458	271.3	volontariato/Volontariato	3187	186.7
Fondazioni/e/foundation	4575	135.7	mission	70	30.3
Telethon	86	70.0	sussidiarietà	163	28.8
volontario/i	1647	66.4	sociale/i/social	3010	26.9
Acri	224	66.4	progetti/o	2361	26.3
associazioni/e	3078	62.5	attività	1876	21.0
Enti/	1941	37.6	sensibilizzazione	130	22.1
organizzazioni	924	29.3	associazionismo	119	20.1
Forum	202	26.1	filantropia/filantropiche	307	19.8
Cri	47	16.2	sostegno	710	17.7
servizi	1214	15.9	assistenza	598	16.2
cooperanti	34	15.7	solidarietà/solidale	814	14.8
cooperative	214	12.0	inclusione	64	10.8
diocesane	24	9.8	accoglienza	229	10.4
			donare	82	10.3

Tabella 3 - Parole chiave ordinate per valori decrescenti dello scarto standardizzato

*Nella tabella, per facilitare la lettura sono state inserite nella stessa cella le diverse flessioni dei lemmi, indicando lo scarto relativo alla prima forma e il totale delle occorrenze.

Le finalità (la *mission*) rappresentate dalla stampa, oltre al generico *volontariato*, fanno riferimento a valori universali quali la *sussidiarietà*, la *filantropia*, la *solidarietà*, l'*inclusione*, l'*accoglienza* e la *cooperazione*. Negli articoli selezionati si dà pertanto rilievo a *progetti/o* di intervento nel *sociale* e di *sensibilizzazione*. Le forme di intervento cui viene dato maggiore spazio sono quelle rivolte principalmente a due categorie sociali: *disabili* e *migranti*. Della *malattia* e della *disabilità* si parla mettendo in evidenza soprattutto le attività della *ricerca* (*staminali*, *sclerosi*, fra le forme grafiche, e *sclerosi multipla*, *sclerosi laterale amiotrofica* e *oncologia clinica molecolare* fra i segmenti ripetuti). La centralità dei temi legati alla malattia e alla ricerca è evidenziata anche dalla presenza, fra i segmenti ripetuti, di forme quali *diversamente abili*, *midollo osseo*, o *sclerosi multipla*.

Una presenza così elevata può del resto essere facilmente ricondotta allo spazio che, fra gli attori, ricoprono Caritas e Telethon. Altro tema cui negli articoli è dato rilievo è il *sisma* che ha colpito l'Abruzzo nell'aprile 2010. Gli altri soggetti tradizionalmente *beneficiari* dell'intervento delle organizzazioni non profit e del terzo settore (*anziani*, *famiglie*, *giovani*) sono presenti, anche se con scarti inferiori. Si parla inoltre di *povertà*, *bisogni* ed *emergenze*.

Merita una riflessione a sé la presenza, fra le parole chiave con scarto elevato, di riferimenti ai territori in conflitto: Afghanistan (con *afgani*, *afgano*, *talebani*), Gaza, il Libano, il Sudan e la Sierra Leone. Tale attenzione è tuttavia dovuta a un problema di uso esteso (ed improprio) del termine 'volontario', che negli articoli denota tanto i cooperanti attivi in zone di conflitto, quanto i soldati lì inviati per interventi militari.

Forma grafica	occ. tot.	scarto	Forma grafica	occ. tot.	scarto
TEMI e CATEGORIE SOCIALI			ATTIVITÀ FINANZIARIE		
disabilità/disabili	427	60.1	euro	2341	86.7
migranti	74	30.6	rendicontazione	108	73.1
L'Aquila/aquilano	227	24.8	donazioni/e	428	29.8
staminali	58	23.6	erogazioni	176	29.2
donatori	207	23.0	governance	117	27.2
territorio	1000	21.9	fondi	1297	26.0
paritarie	44	16.7	risorse	917	22.2
ricerca	1118	14.2	Iva	114	21.0
amiotrofica	19	13.3	milioni	2796	19.5
sclerosi	68	11.6	bancarie/banca/banche	2014	19.2
povertà	291	13.2	Bankitalia	40	16.6
emergenze	153	13.0	azioniste	85	16.2
beneficiari	102	12.9	gestione	893	13.1
welfare	243	12.7	promozione	333	13.0
anziani	331	11.9	soci	479	12.6
haitiani	54	11.8	destinare	163	12.6
bisogni	199	11.8	lucro	111	12.5
sostenibilità	56	11.6	bando/i	303	12.3
interculturale	17	11.0	board	81	12.1
iniziative	491	10.8	partnership	107	10.9
sisma	102	10.7	iscritte	93	10.7
famiglie	577	10.7	Intesa	601	10.7
malati	262	10.1	asset	59	10.0
giovani	745	6.5	entrate	332	9.9
INTERNAZIONALI			contributo	398	9.7
afgani/o	397	66.8	COMUNICAZIONE		
talebani	92	57.0	www	551	45.9
Gaza	76	20.9	info	109	37.7
Libano	67	27.7	it	523	37.1
libici	116	12.4	online	87	21.8
Sudan	27	17.2	sito	317	20.6
India	51	11.7	email	28	18.2
Sierra_Leone	31	10.3			

Tabella 3 (segue) - Parole chiave ordinate per valori decrescenti dello scarto standardizzato

*Nella tabella, per facilitare la lettura, sono state inserite nella stessa cella le diverse flessioni dei lemmi, indicando lo scarto relativo alla prima forma e il totale delle occorrenze.

Molto spazio è dedicato alle attività di gestione: la sovra-rappresentazione dei termini *euro*, *rendicontazione*, *Iva*, *milioni* mette in evidenza la forte rilevanza delle questioni economiche e organizzative; peraltro, negli articoli si parla anche di *donazioni*, di *erogazioni*, a dimostrazione di quanto il problema del reperimento di *fondi* e *risorse* sia centrale. La presenza di molti articoli dedicati alle Fondazioni bancarie spiega inoltre la presenza di un lessico prettamente economico-finanziario con termini come *governance*, *board*, *asset*, *banche*, *azioniste*. Un altro insieme di forme grafiche rilevanti rimanda alle attività di comunicazione: la presenza di indirizzi web (richiamati dalla forma *www* e dalle estensioni di dominio *.it* e, con scarto più basso, *.net*), del riferimento alle *email*, al *sito*, all'*online* lascia trasparire la stretta interconnessione fra modalità offline e online di comunicazione.

2.1. La rappresentazione del mondo del volontariato, dell'associazionismo e del non-profit

L'analisi delle parole chiave mette in evidenza una forte eterogeneità fra i temi trattati, e permette di distinguere in un primo momento due tipi di rappresentazioni: una legata al mondo finanziario, agli interessi delle fondazioni e delle banche, e l'altra vicina alle associazioni, al mondo del non profit e del terzo settore, su cui si focalizza l'analisi qui proposta. Lo studio degli articoli dedicati alle fondazioni bancarie e al 5 per mille, di sicuro interesse, in parte esula dagli obiettivi specifici di questo intervento; per evidenziarne la specificità e alcune caratteristiche salienti sono stati comunque inclusi nell'analisi delle corrispondenze lessicali nel par. 3.5.

Come ricorda Volterrani, i temi e i problemi che il volontariato affronta, legati alla cultura, all'ambiente e al disagio sociale, “non godono certamente della centralità dell'economia o della politica” (2006, p. 15). L'analisi delle parole caratteristiche (Tuzzi, 2003) permette di comprendere meglio le rappresentazioni del mondo del volontariato, distinguendo i temi più prettamente economici e finanziari dal lavoro delle associazioni, del terzo settore e dei Centri di servizio per il volontariato.

L'individuazione delle parole caratteristiche, sovra rappresentate in ciascun gruppo di articoli, rende il quadro degli attori più articolato: parlando di Associazioni compaiono le *Acli*, i circoli *Arci*, organizzazioni come *Emergency* e la *Croce rossa*, ma anche realtà più piccole come la *Hope Onlus*, l'Associazione dei volontari ospedalieri (*Avo*), o la Fondazione *Nuestros Pequenos Hermanos (Nph)*, che si occupa dei bambini abbandonati dell'America Latina. Negli articoli classificati come non profit o terzo settore spicca il ruolo dell'*Agenzia per le onlus*, e della Conferenza Nazionale Enti Servizio Civile (*Cnesc*), mentre gli articoli sul Centro servizi per il volontariato sono invece centrati quasi esclusivamente sulle attività dei Centri stessi, con un certo rilievo per i rappresentanti dei Centri e della politica locale⁴.

L'insieme delle parole caratteristiche che si possono ricondurre alle attività svolte consentono di distinguere i temi affrontati nei diversi tipi di articoli. In particolare, gli articoli dedicati alle associazioni fanno emergere il lavoro legato al tema del disagio (*poveri*, *povertà*, *social card*, *emergenze*), della lotta alla malattia (*ospedale*, *malattia*, *disabili*, *sclerosi multipla*), alla loro presenza in situazioni di conflitto (*Kabul*, *vittime*, *tortura*, *arrestati*). Gli articoli dedicati al mondo del non profit, invece, sono centrati soprattutto sull'organizzazione e i problemi

4 Marco Granelli, nel 2010 presidente del CSVnet e candidato alle elezioni comunali di Milano, Riccardo Sarfatti e Gianvito Pappalepore, rappresentanti locali di Csvnnet, Fabio Pizzul, candidato capolista per le elezioni regionali in Lombardia e presidente dell'Azione Cattolica Ambrosiana.

interni degli enti e delle associazioni: le *linee guida* e i *bilanci sociali*, ma anche i problemi con le *tariffe postali agevolate* (abolite nel marzo 2010 dal Governo), le *donazioni* e i temi della *comunicazione*. Il legame con il territorio caratterizza invece gli articoli dedicati ai Centri di servizi per il volontariato, nei quali sono sovra-rappresentati i nomi di città (*Catanzaro, Aosta, l'Aquila, Pescara* etc.), di Regioni (*Sardegna, Calabria, Basilicata*), e i riferimenti ai livelli di intervento (*provinciale, comunale e regionale*). Diversa anche la natura dell'attività svolta, legata alla definizione di *progetti*, alla comunicazione di *bandi*, all'organizzazione di *feste, incontri, convegni e attività di formazione*. Il target di riferimento non è più quello dell'emergenza sociale, ma è costituito da *giovani e ragazzi*.

L'analisi delle parole chiave (§ 3.1) e delle specificità del subtesto relativo alle associazioni ha evidenziato la rilevanza dei temi legati alla disabilità. Per approfondire questo tema è stata costruita una metalista con i nomi di circa 500 patologie. Il tagging semantico possibile in TalTac2 ha permesso di isolare fra le forme grafiche presenti nel testo il riferimento a meno di 80 malattie. Tuttavia, solo 3 hanno un numero rilevante di occorrenze; questo significa che sulla stampa si parla esclusivamente di lotta ai *tumori* (169 occorrenze), delle diverse forme di *sclerosi* (68) e dell'*Aids/Hiv* (55). Minore attenzione è riservata alle *malattie rare* (34) mentre sono quasi del tutto assenti riferimenti a patologie molto diffuse come la *depressione* (9) l'*infarto* (5), o il *diabete* (10).

ASSOCIAZIONI		TERZO SETTORE - NON PROFIT		CSV	
Attori	Occ.	Attori	Occ.	Attori	Occ.
Acli	48	Emergency	135	Csv/ ciesevevi	673
ong	72	Ong	83	Centri di servizio	112
Emergency	106	Eas	37	CSVnet	85
Caritas	126	Vodafone	29	Cesvol	38
Telefono Azzurro	19	Telethon	43	Marco Granelli	85
Hope	10	Cesvi	26	Cesvot	32
Inter	12	Cnesc	18	Fabio Pizzul	16
Fism	11	Poste Italiane	21	Riccardo Sarfatti	15
Avo	14	Temi		Gianvito Pappalepore	15
Arci	29	ente/i	543	Temi	
Aism	18	Terzo settore	332	solidarietà	214
Croce rossa /Cri	52	no-profit	653	volontariato	1583
Confcooperative	12	organizzazioni	361	Catanzaro	57
Gino Strada	21	commerciale/i	173	Solidale	45
Csr	10	linee guida	125	progetto	365
Nph	8	tariffe	71	Aosta	54
onlus	67	bilancio sociale	91	incontro/i	241
Uildm	10	servizio civile	130	associazioni	633

Tem		attività	577	Provincia / provinciale	352
vita	150	sociale	463	Aquila	97
Kabul	43	sociali	237	associazione	324
poveri	43	donazioni	123	Crotone	37
abbiamo	161	onlus	169	Pescara	54
ospedale	69	documento	106	in collaborazione con	79
arrestati	20	cooperative	100	volontari	355
ascolto	26	agevolazioni	64	progettazione	54
malattia	32	invii	29	regionale	151
Italia	192	donatori	92	bando	100
diritti	56	cooperazione	107	Chieti	30
www	82	beni	91	www / it	339
emergenze	43	www	182	Sardegna	53
social card	10	agevolate	36	iniziativa	159
bambino/i	153	costi	117	giovani	203
tortura	10	comunicazione	103	ragazzi	153
disabili	52	privato	80	Calabria	44
povertà	53	tariffe postali	40	festa	68
sclerosi multipla	23	postale	30	organizzazioni	230
vittime	42	indicatori	33	sede	128
associazione	153	lucro	55	Comune/ comunale	208
cure	34	invalidità	35	convegno	86
famiglie	95	mailing	21	formazione	142
disabilità	46	energia	49	Basilicata	37

Tabella 4 – Specificità positive dei subtesti “associazioni”, “terzo settore” e “csv” (occorrenze in valore assoluto ordinate per valore decrescente dello p-value rispetto a ciascuna categoria)

L'analisi delle specificità relativa alle Associazioni, Terzo Settore e Csv ha evidenziato caratteristiche distinte ma comunque riconducibili ad un terreno comune. Le specificità degli articoli presenti nella rassegna stampa del Csvnet sotto la categoria del Volontariato parlano invece di temi molto diversi. Ciò è dovuto all'uso, già prima evidenziato, del termine 'volontari' anche per indicare le missioni nei territori di guerra o l'invio di militari e protezione civile nelle zone distrutte da catastrofi naturali. Il *volontariato*, quindi, è fatto dagli *aiuti* (168 occorrenze) portati ad *Haiti* (277) e nella sua capitale *Port-au-Prince* (68) dopo il devastante sisma del gennaio 2010, dagli interventi della *protezione civile* (223), ma anche dai dall'esercito (90), dai *militari* e dai *soldati* (341) presenti nei paesi in *guerra*. Particolare rilievo è dato ai conflitti mediorientali: la guerra in Afghanistan (192) e il *ruolo dei talebani* (74); il conflitto israelo-palestinese (con 453 occorrenze per *Israele/israeliano/a/i/e* e 114 per *Palestina/palestinese/i*) soprattutto per quanto accade nella striscia di *Gaza* (67); il delicato equilibrio in Iran (47). Anche la *Turchia* (47), come ponte fra Europa e mondo arabo, riceve visibilità. Centrale è

ovviamente il ruolo dell'Onu (142) della Nato (47) e degli Stati Uniti (USA ha 116 occorrenze, *americani* 91, *Obama* 89). Cambiano di conseguenza i soggetti coinvolti: sono parole specifiche di questo subtesto *morti* (131), *vittime* (120), *uccisi* (95), *cadaveri* (27) e *feriti* (77); si parla della *popolazione*, sottolineando il coinvolgimento di *donne* (179) e *bambini* (292). Oltre alle forze militari, gli attori coinvolti sono *attivisti* (34) e *missionari* (34).

2.2. *Are bad news good news?*

Per completare la descrizione dei contenuti del testo abbiamo analizzato il livello di criticità degli articoli attraverso la categorizzazione semantica degli aggettivi, possibile con il dizionario di aggettivi positivi e negativi presente nel software TalTac2 (Bolasco, della Ratta, 2004). L'impiego del dizionario consente sia di descrivere il tipo di aggettivi negativi e positivi utilizzati in un testo, sia di valutarne il livello di criticità attraverso un indice che si ottiene rapportando le occorrenze degli aggettivi negativi a quelle degli aggettivi positivi. Nel corpus analizzato il livello di criticità è pari a 26,5%, decisamente più basso di quello mediamente riscontrato nel linguaggio standard o in quello della stampa (rispettivamente pari a 40 e 50%), a testimonianza del carattere propositivo e fattivo degli articoli in esame. Se si fa riferimento alle categorie entro cui sono organizzati gli articoli si va da un minimo del 15% degli articoli Csv a un massimo del 37,3% di quelli dedicati al volontariato, che come abbiamo appena visto riportano spesso eventi relativi a scenari di guerra, caratterizzati ovviamente da un più elevato livello di criticità. Gli articoli pubblicati in cronaca nazionale presentano una maggiore percentuale di aggettivi negativi (con un valore dell'indice pari a 28% in confronto al 23% della cronaca locale), così come gli articoli che compaiono in prima pagina (con un valore dell'indice pari a 41%), probabilmente perché le notizie posizionate più in evidenza devono apparire (ovvero sono) più eclatanti per attirare l'attenzione dei lettori.

Tra gli aggettivi negativi più frequenti incontriamo quelli che fanno riferimento ai soggetti destinatari degli interventi di volontariato (*poveri, malati, morti, deboli, feriti, precari*), e alle caratteristiche dei problemi affrontati (*difficile, grave, dura, ordinario, inutile, contrario, sbagliato*). Tra gli aggettivi positivi più frequenti invece ci si imbatte in *possibile, importante, responsabile, pubblico, forte, civile, disponibile, utile, civile, buono, facile, chiaro, preciso, giusto, legale*.

2.3. *Una visione di sintesi attraverso l'analisi delle corrispondenze*

Una visione di sintesi del *corpus* può essere ottenuta con l'analisi delle corrispondenze (Bolasco 1999; per l'analisi è stato utilizzato il software Spad). In primo luogo è stata analizzata la distribuzione del linguaggio peculiare (circa 800 forme con scarto standardizzato > di 4 rispetto al lessico Rep90 e occorrenze >= a 5) rispetto alle categorie tematiche in cui sono suddivisi gli articoli. I primi due fattori riproducono il 72,2% dell'inerzia (Figura 2). Il primo fattore (45,3% dell'inerzia) riproduce la netta differenza tra la terminologia degli articoli dedicati alle fondazioni e tutti gli altri, mentre il secondo (26,9% dell'inerzia) è determinato dalle differenze di terminologia tra gli articoli dedicati al 5 per mille⁵ o al mondo del non profit e gli articoli classificati come volontariato, associazioni, Csv.

5 Il 5 per mille è una quota dell'imposta sul reddito delle persone fisiche che a partire dal 2006 il singolo contribuente può decidere di destinare all'attività di associazioni di volontariato, attività sociali, ricerca sanitaria o scientifica. I criteri di funzionamento sono fissati anno per anno nella legge finanziaria varata a fine anno.

L'opposizione semantica tra fondazioni e altri articoli riprodotta dal primo fattore può essere ricondotta al tipo di immagini ricostruite dalla stampa sul mondo del volontariato: da un alto una rappresentazione fondata considerando l'influenza o potenza finanziaria delle fondazioni (che peraltro condiziona anche la presenza stessa del tema sulla stampa), dall'altro una rappresentazione centrata piuttosto sul tipo di servizio fornito o sull'utenza rappresentata.

Il secondo fattore può invece essere ricondotto al livello di autonomia dei soggetti del volontariato rispetto alle istituzioni: mentre gli articoli dedicati al non profit e al 5 per mille presentano un basso livello di autonomia rispetto all'attività regolativa delle istituzioni (si veda la presenza di termini come *decreto*, *emendamento*, *requisiti*, *Camera*, *agevolazioni*, *finanziamento*, ecc.), gli articoli dedicati al volontariato, alle associazioni e al Centro servizi per il volontariato presentano una maggiore autonomia, concentrandosi sulle emergenze affrontate, le attività svolte e i destinatari delle stesse.

In altri termini, si può affermare che l'analisi delle corrispondenze consente di individuare tre ambiti di significato o tipi di discorso ricostruiti dalla stampa sulle tematiche del volontariato.

1. Da un lato vi sono gli articoli dedicati al mondo delle fondazioni, in cui è evidente il richiamo ai giochi di potere, alle nomine o designazioni (*nomine*, *presidente*, *vicepresidente*, *consiglio*, *comitato*, *Fondazione*). In questi articoli vengono rappresentati soprattutto i rapporti istituzionali tra mondo della finanza, banche e amministrazioni locali. Le finalità sociali cui le fondazioni si dedicano restano quindi piuttosto in ombra.

2. Il secondo tipo di discorso è quello della regolazione istituzionale del volontariato, cui possono essere ricondotti gli articoli dedicati al 5 per mille e terzo settore, riferiti soprattutto alla regolazione politico-istituzionale del finanziamento delle attività.

3. Infine, il terzo tipo di discorso è quello centrato sui valori fondativi delle attività di volontariato, a partire dalle emergenze da affrontare e dai beneficiari cui destinare gli interventi (*popolazione*, *ragazzi*, *disabili*, *bambini*, *giovani*, *ma anche terremoto*, *ospedale*, *emergenza*).

Meno significativa invece l'analisi svolta con lo stesso insieme di vocaboli ripartiti secondo il mese di pubblicazione del giornale e l'articolazione tra cronaca locale o pagine nazionali. In questo caso la varianza riprodotta dai primi due fattori scende al 38,4%. Il primo fattore (22,2%) riproduce la differenza tra le tematiche strumentali e burocratiche connesse all'attività di finanziamento, e quelle più concrete e locali in cui sono indicati i temi dei singoli progetti. Il secondo fattore (16,2% della varianza riprodotta) può invece essere ricondotto all'opposizione tra soggetti che portano avanti i progetti e gli strumenti finanziari necessari a mandarli avanti.

References

- Barbetta G.P., S. Cima and N. Zamaro (a cura di) (2003). Il Mulino, Bologna.
- Bolasco S. (1999). *Analisi multidimensionale dei dati*. Carocci, Roma.
- Bolasco S. and F. della Ratta-Rinaldi (2004). Experiments on semantic categorisation of texts: analysis of positive and negative dimension. In Purnelle G., Fairon C., Dister A. (eds), *Le poids des mots, Actes des 7es journées Internationales d'Analyse Statistique des Données Textuelles*, UCL, Presses Universitaires de Louvain, pp. 202-210.
- Goffman E. (1969). *La vita quotidiana come rappresentazione*. Il Mulino, Bologna.
- ILO (2008). Manual on the Measurement of Volunteer Work, 18th International Conference of Labour Statisticians
- Istat (2001). *Istituzioni non-profit in Italia I risultati della prima rilevazione censuaria - Anno 1999*. Informazioni n. 50
- Istat (2005), *Le organizzazioni di volontariato in Italia – Anno 2003*. Statistiche in breve.
- Istat (2007), *Le fondazioni in Italia - Anno 2005*. Statistiche in breve.
- Istat (2008), *Le cooperative sociali in Italia - Anno 2005*. Informazioni, n. 4.
- Peruzzi G. (2006). Dal volontariato al pubblico, attraverso i grandi media (e il teatro): storie in cerca di autori. In Volterrani, A. (ed), *Raccontare il volontariato*. Quaderni Cesvot, n. 29.
- Peruzzi G. (ed) (2012). La comunicazione al centro. Un'indagine sulla rete dei Centri di Servizio per il Volontariato. *Quaderni Cesvot*, n. 56.
- Rosito M.T. (1998). *Per una strategia comunicativa del volontariato*. Conferenza nazionale del volontariato.
- United Nations (2003). Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts. *Studies in Methods Series*, n. 91.
- Tuzzi A. (2003). *L'analisi del contenuto. Introduzione ai metodi e alle tecniche di ricerca*. Carocci, Roma.
- Volterrani, A. (ed) (2006). Raccontare il volontariato. *Quaderni Cesvot*, n. 29.