

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП
ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ

UDC 81
UDC 82
UDC 008



ISSN 2545-3998

ПАЛИМПСЕСТ

МЕЃУНАРОДНО СПИСАНИЕ ЗА ЛИНГВИСТИЧКИ, КНИЖЕВНИ
И КУЛТУРОЛОШКИ ИСТРАЖУВАЊА

PALIMPSEST

INTERNATIONAL JOURNAL FOR LINGUISTIC, LITERARY
AND CULTURAL RESEARCH

ГОД. II, БР. 3
ШТИП, 2017

VOL. II, NO 3
STIP, 2017

ПАЛИМПСЕСТ

Меѓународно списание за лингвистички, книжевни
и културолошки истражувања

PALIMPSEST

International Journal for Linguistic, Literary
and Cultural Research

Год. II, Бр. 3
Штип, 2017

Vol. II, No 3
Stip, 2017

ISSN 2545-3998

<http://js.ugd.edu.mk/index/PAL>

ПАЛИМПСЕСТ

Меѓународно списание за лингвистички, книжевни
и културолошки истражувања

ИЗДАВА

Универзитет „Гоце Делчев“, Филолошки факултет, Штип,
Република Македонија

ГЛАВЕН И ОДГОВОРЕН УРЕДНИК

Ранко Младеноски

УРЕДУВАЧКИ ОДБОР

Виктор Фридман, Универзитет во Чикаго, САД
Толе Белчев, Универзитет „Гоце Делчев“, Република Македонија
Нина Даскаловска, Универзитет „Гоце Делчев“, Република Македонија
Ала Шешкен, Универзитет Ломоносов, Руска Федерација
Олга Панкина, НВО Македонски културен центар, Руска Федерација
Георгета Раца, Универзитет Банат, Романија
Астрид Симоне Грослер, Универзитет Банат, Романија
Горан Калоѓера, Универзитет во Риека, Хрватска
Дејан Дуриќ, Универзитет во Риека, Хрватска
Шандор Чегледи, Универзитет во Панонија, Унгарија
Ева Бус, Универзитет во Панонија, Унгарија
Хусејин Озбај, Универзитет Гази, Република Турција
Зеки Ѓурел, Универзитет Гази, Република Турција
Елена Дараданова, Универзитет „Св. Климент Охридски“, Република Бугарија
Ина Христова, Универзитет „Св. Климент Охридски“, Република Бугарија
Џозеф Пониах, Национален институт за технологија, Индија
Сатхарај Венкатесан, Национален институт за технологија, Индија
Петар Пенда, Универзитет во Бања Лука, Босна и Херцеговина
Данило Капасо, Универзитет во Бања Лука, Босна и Херцеговина
Мета Лах, Универзитет во Љубљана, Република Словенија
Намита Субиото, Универзитет во Љубљана, Република Словенија
Ана Пеличер-Санчез, Универзитет во Нотингам, Велика Британија
Мајкл Грини, Универзитет во Нотингам, Велика Британија
Татјана Гурин, Универзитет во Нови Сад, Република Србија
Диана Поповиќ, Универзитет во Нови Сад, Република Србија
Жан Пол Мејер, Универзитет во Стразбур, Република Франција
Жан Марк Веркруз, Универзитет во Артуа, Република Франција
Регула Бусин, Швајцарија
Натале Фиорето, Универзитет во Перуца, Италија
Оливер Хербст, Универзитет во Вурцбург, Германија

PALIMPSEST

International Journal for Linguistic, Literary
and Cultural Research

PUBLISHED BY

Goce Delcev University, Faculty of Philology, Stip,
Republic of Macedonia

EDITOR-IN-CHIEF

Ranko Mladenoski

EDITORIAL BOARD

Victor Friedman, University of Chicago, United States of America
Tole Belcev, Goce Delcev University, Republic of Macedonia
Nina Daskalovska, Goce Delcev University, Republic of Macedonia
Alla Sheshken, Lomonosov Moscow State University, Russian Federation
Olga Pankina, NGO Macedonian Cultural Centre, Russian Federation
Georgeta Rata, Banat University, Romania
Astrid Simone Grosler, Banat University, Romania
Goran Kalogjera, University of Rijeka, Croatia
Dejan Duric, University of Rijeka, Croatia
Sándor Czeglédi, University of Pannonia, Hungary
Éva Bús, University of Pannonia, Hungary
Husejin Ozbaj, GAZI University, Republic of Turkey
Zeki Gurel, GAZI University, Republic of Turkey
Elena Daradanova, Sofia University "St. Kliment Ohridski", Republic of Bulgaria
Ina Hristova, Sofia University "St. Kliment Ohridski", Republic of Bulgaria
Joseph Ponniah, National Institute of Technology, India
Sathyaraj Venkatesan, National Institute of Technology, India
Petar Penda, University of Banja Luka, Bosnia and Herzegovina
Danilo Capasso, University of Banja Luka, Bosnia and Herzegovina
Meta Lah, University of Ljubljana, Republic of Slovenia
Namita Subiotto, University of Ljubljana, Republic of Slovenia
Ana Pellicer Sanchez, The University of Nottingham, United Kingdom
Michael Greaney, Lancaster University, United Kingdom
Tatjana Durin, University of Novi Sad, Republic of Serbia
Diana Popovic, University of Novi Sad, Republic of Serbia
Jean-Paul Meyer, University of Strasbourg, French Republic
Jean-Marc Vercrey, Artois University, French Republic
Regula Busin, Switzerland
Natale Fioretto, University of Perugia, Italy
Oliver Herbst, University of Wurzburg, Germany

РЕДАКЦИСКИ СОВЕТ

Драгана Кузмановска
Толе Белчев
Нина Даскаловска
Билјана Ивановска
Светлана Јакимовска
Марија Леонтиќ
Јована Караникиќ Јосимовска

ЈАЗИЧНО УРЕДУВАЊЕ

Даница Гавриловска–Атанасовска (македонски јазик)
Весна Продановска (англиски јазик)
Толе Белчев (руски јазик)
Билјана Ивановска (германски јазик)
Марија Леонтиќ (турски јазик)
Светлана Јакимовска (француски јазик)
Јована Караникиќ Јосимовска (италијански јазик)

ТЕХНИЧКИ УРЕДНИК

Славе Димитров

АДРЕСА

ПАЛИМПСЕСТ
РЕДАКЦИСКИ СОВЕТ
Филолошки факултет
ул. „Крсте Мисирков“ бр. 10-А
п. фах 201
МК-2000 Штип, Македонија
ISSN 2545-3998
<http://js.ugd.edu.mk/index/PAL>

Меѓународното научно списание „Палимпсест“ излегува двапати годишно во печатена и во електронска форма на посебна веб-страница на веб-порталот на Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип:

<http://js.ugd.edu.mk/index.php/PAL>

Трудовите во списанието се објавуваат на следните јазици: македонски јазик, англиски јазик, германски јазик, француски јазик, руски јазик, турски јазик и италијански јазик.

Трудовите се рецензираат.

EDITORIAL COUNCIL

Dragana Kuzmanovska
Tole Belcev
Nina Daskalovska
Biljana Ivanovska
Svetlana Jakimovska
Marija Leontik
Jovana Karanikik Josimovska

LANGUAGE EDITORS

Danica Gavrilovska-Atanasovska (Macedonian language)
Vesna Prodanovska (English language)
Tole Belcev (Russian language)
Biljana Ivanovska (German language)
Marija Leontik (Turkish language)
Svetlana Jakimovska (French language)
Jovana Karanikik Josimovska (Italian language)

TECHNICAL EDITOR

Slave Dimitrov

ADDRESS

PALIMPSEST
EDITORIAL COUNCIL
Faculty of Philology
Krste Misirkov 10-A
P.O. Box 201
MK-2000, Stip, Macedonia
ISSN 2545-3998
<http://js.ugd.edu.mk/index/PAL>

The International Scientific Journal “Palimpsest” is issued twice a year in printed form and online at the following website of the web portal of Goce Delcev University in Stip:
<http://js.ugd.edu.mk/index.php/PAL>

Papers can be submitted and published in the following languages: Macedonian, English, German, French, Russian, Turkish and Italian language.

All papers are peer-reviewed.

СОДРЖИНА / TABLE OF CONTENTS

ПРЕДГОВОР

Ранко Младеноски, главен и одговорен уредник

FOREWORD

- 11 Ranko Mladenoski, editor-in-chief

ЈАЗИК / LANGUAGE

- 15 **Виолета Јанушева**
ПРАВИЛНАТА УПОТРЕБА НА НАВОДНИЦИТЕ ВО МАКЕДОНСКИОТ
ЈАЗИК – УСЛОВ ЗА СТАБИЛНОСТА НА ЈАЗИЧНАТА НОРМА
Violeta Januševa
THE CORRECT USE OF THE QUOTATION MARKS IN THE MACEDONIAN
LANGUAGE – A REQUIREMENT FOR THE STABILITY OF THE
LANGUAGE NORM
- 29 **Marija Leontik**
STANDART TÜRK DİLİNİN YUMUŞAKLIĞI VE AHENKLİLİĞİ
Marija Leontik
SOFTNESS AND MELODY IN STANDARD TURKISH LANGUAGE
- 41 **Милена Касапоска-Чадловска**
АТРИБУТОТ ВО ФРАНЦУСКИОТ ЈАЗИК И НЕГОВИТЕ ЕКВИВАЛЕНТИ
ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК: МЕТАЈАЗИЧНИ СЛИЧНОСТИ И РАЗЛИКИ
Milena Kasaposka-Chadlovska
THE ATTRIBUTE IN THE FRENCH LANGUAGE AND ITS EQUIVALENTS
IN THE MACEDONIAN LANGUAGE: METALANGUSTIC SIMILARITIES
AND DIFFERENCES
- 51 **Evaine Le Calvé Ivičević, Barbara Vodanović**
DES VERTES ET DES PAS MÛRES: FRUITS ET LÉGUMES DANS LES
PHRASÈMES FRANÇAIS ET CROATES
Evaine Le Calvé-Ivicevic, Barbara Vodanovic
TRICKY VEGGIES: FRUIT AND VEGETABLES IN FRENCH AND
CROATIAN PHRASES
- 63 **Валентина Милошевиќ-Симоновска**
ЈАЗИЧНАТА ПОЛИТИКА НА ФАШИЗМОТ ВО ИТАЛИЈА И БОРБАТА
ПРОТИВ ДИЈАЛЕКТИТЕ (АНТИДИЈАЛЕКТНА КАМПАЊА)
Valentina Milosevikj-Simonovska
LINGUISTIC POLITICS OF FASCISM AND THE BATTLE AGAINST
DIALECTS (ANTI-DIALECT CAMPAIGN)
- 69 **Meri Basovska, Biljana Ivanovska**
GERMAN NATIVE SPEAKERS' USE OF MODIFICATION DEVICES OF
THE SPEECH ACT OF REQUEST

79 Pierino Venuto
UN'IPOTESI: LANORMATASSO. L'IMPERFETTO SENZALABIODENTALE:
-EA -EVA NEI CANTI DI GIACOMO LEOPARDI
Pierino Venuto
HYPOTHESIS: TASSO'S RULE. THE IMPERFECT TENSE WITHOUT
LABIODENTAL: -EA -EVA IN THE GIACOMO LEOPARDI'S CANTI

89 Antonella Zapparrata
L'IMPORTANZA DELLA NUOVA LINGUA ITALIANA NE LA VITA
MILITARE DI DE AMICIS
Antonella Zapparrata
THE IMPORTANCE OF THE NEW ITALIAN LANGUAGE IN VITA MILITARE
BY E. DE AMICIS

КНИЖЕВНОСТ / LITERATURE

107 Franco Costantini
L'ÉTRANGER DI A. CAMUS E UOMINI E NO DI E. VITTORINI: UN
CONFRONTO
Franco Costantini
L'ÉTRANGER BY A. CAMUS E EOMINI E NO BY E. VITTORINI: A
COMPARISON

119 Марија Ѓорѓиева-Димова
ПАЛИМПСЕСТНА ТРАНСВЕРЗАЛА: ТОПОСОТ КАКО
ИНТЕРТЕКСТУАЛНА ИНТЕРСЕКЦИЈА
Marija Gjorgjieva Dimova
A PALIMPSESTIC TRANSVERSAL: TOPOS AS AN INTERTEXTUAL
INTERSECTION

129 Луси Караниколова-Чочоровска
ЗА ЖЕНСКИОТ МЕНТАЛИТЕТ И ИДЕНТИТЕТ ВО РАСКАЗОТ „ЖЕНАТА
НА ПОКОЈНИКОТ“ ОД БОРА СТАНКОВИЌ
Lusi Karanikolova-Chochorovska
ABOUT FEMALE MENTALITY AND IDENTITY IN THE STORY „THE
DEAD MAN'S WIFE” BY BORA STANKOVIC

139 Kadriye Türkan
BALKAN TÜRK MASALLARINDA RÜYANIN İŞLEVLERİ
Kadrije Turkan
THE FUNCTION OF DREAM IN BALKAN TURKISH FOKTALES

149 Amra Memić
MARCEL PROUST AND ZEN-BUDDHISM (WHAT IS SATORI AND WHY IS
PROUST BUDDHISTS?)

- 161 Катерина Петровска-Кузманова**
УЛОГАТА НА ДИМИТАР И КОНСТАНТИН МИЛАДИНОВЦИ ВО
РАЗВОЈОТ НА МАКЕДОНСКАТА ФОЛКЛОРИСТИКА
Katerina Petrovska Kuzmanova
THE ROLE OF MILADINOVCI BROTHERS IN THE DEVELOPMENT
FOLKLORISTIC IN MACEDONIA

КУЛТУРА / CULTURE

- 171 Родна Величковска**
КАРТОГРАФИРОВАНИЕ КАК МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГРАНИЦ
МУЗЫКАЛНЫХ ДИАЛЕКТОВ В МАКЕДОНСКОМ ОБЯДОВОМ
НАРОДНОМ ПЕНИИ
Rodna Velichkovska
MAPPING AS A METHOD FOR DETERMINING BOUNDARIES OF
MUSICAL DIALECTS IN MACEDONIAN RITUAL FOLK SINGING

- 183 Стојанче Костов**
КРАТОК ОСВРТ НА ОРСКАТА ТРАДИЦИЈА ВО ЕТНИЧКИТЕ ПРЕДЕЛИ
ЖЕГЛИГОВО, СРЕДОРЕК И СЛАВИШТЕ (СО ПОСЕБЕН АКЦЕНТ НА
НЕКОЛКУ СЕЛА ВО СРЕДОРЕК)
Stojanche Kostov
BRIEF OVERVIEW OF THE DANCE TRADITION IN THE ETHNIC
REGIONS OF ZHEGLIGOVO, SREDOREK AND SLAVISHTE (WITH
SPECIAL EMPHASIS OF SEVERAL VILLAGES IN SREDOREK)

- 193 Kamila Milkowska-Samul**
PER UNA NUOVA IMMAGINE DELLE DONNE IN TV ITALIANA – ALCUNE
RIFLESSIONI IN BASE ALLA FICTION GOMORRA
Kamila Milkowska-Samul
FOR A NEW IMAGE OF WOMEN ON ITALIAN TELEVISION – SOME
CONSIDERATIONS AROUND THE SERIES GOMORRA

- 205 Екатерина Намичева, Петар Намичев**
ТРАНСФОРМАЦИЈАТА НА КУЛТУРОЛОШКИОТ ПРОЦЕС ПОВРЗАН
СО ТРЕТМАНОТ НА ИСТОРИСКИТЕ ОБЈЕКТИ ВО ГРАДОТ
Ekaterina Namiceva, Petar Namicev
THE TRANSFORMATION OF THE CULTURAL PROCESSES RELATED TO
TREATMENT OF THE CITY HISTORICAL BUILDINGS

МЕТОДИКА НА НАСТАВАТА / TEACHING METHODOLOGY

- 219 Rea Lujčić**
TRANSLANGUAGING OR TRANSGRESSING LANGUAGE BORDERS TO
COMMUNICATE AND TO LEARN IN INTERNATIONAL SCHOOLS

229 Nuray Kayadibi, Necati Demir
MAKEDONYA'DA YAŞAYAN TÜRK ÇOCUKLARININ YAZILI ANLATIM
BECERİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME
Nuray Kayadibi, Necati Demir
AN ANALYSIS OF WRITTEN EXPRESSIONS OF TURKISH CHILDREN
LIVING IN MACEDONIA

245 Татјана Илиевска, Нина Даскаловска
ИНЦИДЕНТНО УСВОЈУВАЊЕ НА НОВ ВОКАБУЛАР ПРЕКУ ЧИТАЊЕ
НА БАШНИ
Tatjana Ilievska, Nina Daskalovska
INCIDENTAL VOCABULARY ACQUISITION THROUGH READING
FABLES

ПРИКАЗИ / BOOK REVIEWS

257 Ранко Младеноски
КНИЖЕВНИТЕ „ДЕШИФРИРАЊА“ НА ВЕНКО АНДОНОВСКИ
Ranko Mladenoski
LITERARY “DECODING” BY VENKO ANDONOVSKI

273 Марија Гркова
ПОЛЕЗЕН ТУРСКО-МАКЕДОНСКИ УЧЕБНИК ОД МАРИЈА ЛЕОНТИЌ
Marija Grkova
USEFUL TURKISH-MACEDONIAN TEXTBOOK BY MARIJA LEONTIC

ДОДАТОК / APPENDIX

281 ПОВИК ЗА ОБЈАВУВАЊЕ ТРУДОВИ
ВО МЕЃУНАРОДНОТО НАУЧНО СПИСАНИЕ „ПАЛИМПСЕСТ“
CALL FOR PAPERS
FOR THE INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL “PALIMPSEST”

Kamila Milkowska-Samul

PER UNA NUOVA IMMAGINE DELLE DONNE IN TV ITALIANA – ALCUNE RIFLESSIONI IN BASE ALLA *FICTION* GOMORRA

Abstract: Con il presente articolo si vogliono esaminare i cambiamenti riguardanti l'immagine della donna, veicolata dalla televisione italiana, prendendo spunto da una serie televisiva di successo, *Gomorra*, che si ispira al libro-documentario di Roberto Saviano e racconta la realtà criminale della Napoli odierna. Al fine di dimostrare il carattere di questo mutamento si passano in rassegna alcuni dati statistici relativi alla presenza delle donne nei media di massa nonché le principali tendenze nella rappresentazione del femminile che si riscontrano nella sfera pubblica italiana. Inoltre, si cerca di mettere in rilievo una sottile evoluzione del modello femminile in base all'analisi della protagonista di *Gomorra*. Si mettono in risalto i tratti caratteriali atipici per l'immaginario femminile vigente finora, i valori e i modelli di comportamento promossi dalla protagonista. La figura femminile principale viene considerata un segnale di cambiamento che interessa i modi moderni di costruire l'identità di genere.

Parole chiave: *immagine, rappresentazione, donne, televisione, fiction.*

L'obiettivo che ci poniamo in questo articolo è quello di mettere in rilievo l'inizio di una sottile trasformazione dell'immagine della donna nella televisione italiana, a cui, a nostro avviso, si assiste negli ultimi anni. Vorremmo illustrare questo processo di un ridimensionamento della presenza femminile in televisione con un esempio tratto dalla *fiction* italiana: la protagonista della serie *Gomorra* Imma Savastano, considerandola un segnale significativo di un cambiamento in corso, se non una prova dei mutamenti ormai avvenuti.

Il punto di partenza per queste riflessioni preliminari, ossia la serie televisiva *Gomorra*¹ è stato scelto deliberatamente come oggetto d'analisi per un duplice motivo: innanzitutto, non è da sottovalutare un enorme successo riscosso in Italia e anche in altri paesi² dalla serie che si ispira liberamente all'omonimo libro di Roberto Saviano,³ raccontando la realtà camorrista attraverso la lotta tra i due clan rivali di Napoli, i Savastano e i Conte. Inoltre, *Gomorra* introduce una protagonista

¹ La serie *Gomorra* è prodotta e trasmessa dalla piattaforma televisiva Sky, la prima stagione è andata in onda nel 2014, la seconda è prevista per il 2016.

² Gli ascolti record riguardano non solo gli episodi trasmessi in prima visione da Sky Atlantic, ma anche le repliche sul canale Rai3 (<http://www.optimaitalia.com/blog/2015/02/24/tutti-i-numeri-di-gomorra-la-serie-record-di-ascolti-su-sky-rai-3-e-twitter/189326>, data di consultazione: 20.09.2015).

³ Saviano, R. (2006). *Gomorra*. Milano: Mondadori.

di nuovo tipo: forte, decisa, intraprendente, a volte spietata e brutale, contribuendo alla discussione sul ruolo della donna e sulla sua rappresentazione televisiva.

Siamo consapevoli del fatto che l'argomento delle immagini mediatiche delle donne è molto più esteso e complesso di quanto possa emergere da questo articolo per i limiti di spazio; ci vorrebbe una ricerca più approfondita, che comprendesse vari tipi di programmi televisivi (telegiornali, programmi di varietà, pubblicità) per poter presentare un'immagine completa della donna e della sua posizione nella società di oggi.

In questa sede intendiamo soprattutto offrire uno sguardo preliminare sull'evoluzione della figura femminile in tv, dimostrando l'immagine insolita, se non sovversiva, della protagonista di *Gomorra* rispetto alla visione proposta in generale dalla televisione italiana. Ci soffermeremo sugli elementi salienti che fanno parte dello stereotipo femminile, così come è trasmesso dai media di massa in Italia, cercando di dimostrarne eventuali implicazioni. Partiamo dalla premessa di natura "critica" (cfr. Jabłońska, 2006) che il modo di comunicare e i contenuti comunicati contribuiscono a costruire la realtà sociale e l'obiettivo dello studioso è quello di svelare i processi, i cambiamenti relativi all'ineguaglianza, alla discriminazione, alla distribuzione ingiusta del potere. Desideriamo evidenziare i rapporti imprescindibili tra la comunicazione, la cognizione, la società, la cultura e il potere (cfr. van Dijk, 1993, p. 253) che possano conservare il sistema di disparità, in cui le donne vengono ridotte a certi ruoli sociali e a certe qualità. Solo palesando i meccanismi di disuguaglianza, anche quelli che si nascondono o passano inosservati nei mezzi di comunicazione di massa, si può evitare di riprodurre il sistema simbolico dominante. In questo caso si tratta piuttosto di mettere in evidenza un esempio di emancipazione: di una protagonista che trasgredisce i confini tradizionalmente imposti alla donna dalla società, infrangendo l'immagine convenzionale della donna proposta dalla tv.

Va anche indicato il ruolo cruciale che svolge la televisione nel processo di diffusione di norme, di valori, di opinioni. Non c'è dubbio che, nonostante l'avvento di Internet e di nuove forme di comunicazione, la televisione rimane un medium potente, che fornisce conoscenze sul mondo e il divertimento, combinando i due elementi in un insieme detto *infotainment* (ing. *information* e *entertainment*), ma anche offre interpretazioni già pronte della realtà che ci circonda.

Tomasz Goban-Klas (2009, p. 270) sottolinea la capacità dei media di massa di formare la realtà simbolica dell'uomo e di modificare, quindi, il suo comportamento. La televisione costituisce un notevole mezzo di socializzazione dell'individuo, ovvero fornisce consigli, modelli dei ruoli sociali, modelli culturali caratteristici per una data collettività, su cui l'individuo può basare le sue decisioni (*idem*, p.271).

La sua importanza come agente di socializzazione risulta da alcuni fattori, soprattutto dal facile accesso legato al basso costo e al fatto che non richiede competenze particolari né preparazione (cfr. Renzetti e Curran, 2005, p. 216).

Le rappresentazioni sociali trasmesse dalla televisione (attraverso la pubblicità, la *fiction*, ecc.) costruiscono il nostro modo di percepire la realtà e anche la nostra identità, l'identità di genere compresa. La sua influenza è a volte prepotente, come sostiene Anna Lisa Tota (2008, p. 10): «Nella contemporaneità i media detengono

una sorta di monopolio sull'immaginario sociale, al punto che per molti gruppi sociali immaginario mediale e sociale tendono quasi a coincidere».

La televisione, presentando una certa visione della realtà, è accusata a volte di veicolare stereotipi, privilegiando alcuni valori e atteggiamenti e ignorando o addirittura discriminando gli altri. Ai fini di questa ricerca ci serviamo della definizione di stereotipo adoperata da Giovanna Cosenza (2008, p. 243):

„un *insieme rigido e semplificato di credenze* che un certo *gruppo sociale* condivide e ripete in modo acritico su un oggetto, stato di cose, evento, comportamento, o su un altro gruppo sociale, spesso facendo dello stereotipo una base per formulare *pregiudizi*, cioè giudizi aprioristici *non* basati su dati empirici sufficienti, giudizi che a volte sono neutri ma più spesso *negativi*”.

L'immagine della donna nella televisione italiana, di cui ci occupiamo in questo articolo, costituisce un ambito in cui gli stereotipi abbondano, riproducendo molti pre-concetti e giudizi schematici. Come osservano, per esempio, Renzetti e Curran (2005, p. 218), tra gli stereotipi riguardanti il genere culturale si nota sempre la tendenza a presentare le protagoniste televisive nel contesto domestico piuttosto che lavorativo, come persone che parlano dei loro sentimenti, delle relazioni amorose, mentre gli uomini si concentrano sul lavoro; per di più le donne vengono identificate nella maggior parte tramite lo stato civile, gli uomini invece tramite la loro posizione professionale. Anche la pubblicità in tv contribuisce a diffondere una visione stereotipata dei generi, soprattutto se si considerano i ruoli professionali svolti da ambedue i generi (uomini-esperti, donne-casalinghe) nonché il fatto di usare il corpo femminile per reclamizzare qualsiasi prodotto: la donna presentata come oggetto sessuale, attraente, vestita succintamente e spesso in una posa provocatoria vende ogni tipo di merce (*idem*, pp. 222-227).

Le immagini standardizzate veicolate dalla televisione, dotate di un certo potere simbolico, aiutano a mantenere l'omogeneità della società, nel contempo però contribuiscono a creare una realtà rigida, in cui gli individui sono ridotti a ruoli fissi.

Partendo da questi presupposti, vorremmo offrire una riflessione sullo stereotipo della donna in generale riscontrabile nella televisione italiana, affinché costituisca uno sfondo sul quale analizzare la figura femminile della serie *Gomorra* con i suoi tratti distintivi e innovativi.

Siamo dell'opinione che l'immagine della donna venga costruito attraverso la sua presenza nei media, la quale può essere intesa in modo duplice: da un canto la donna può costituire un soggetto della comunicazione, dall'altro invece ne è l'oggetto. L'idea della donna-soggetto si riferisce al suo ruolo attivo nella creazione del messaggio televisivo tramite la visibilità nelle imprese dell'ambito mediatico in posizioni dirigenziali, in quanto *manager*, produttrice, giornalista. Il concetto della donna come oggetto viene realizzato attraverso la presenza femminile nei media in quanto argomento della comunicazione o meglio “contenuto” da seguire.

Per quanto riguarda il ruolo attivo delle donne nelle imprese mediatiche si continua a notare la loro presenza minoritaria rispetto ai dirigenti di sesso maschile. Osserviamo la situazione della Rai, dove secondo i dati forniti dalla Commissione

Pari Opportunità dell'Usigrai⁴ e commentati dalla studiosa Giovanna Cosenza,⁵ ci sono:

- 33,7 per cento: giornaliste Rai
- 4 per cento: donne dirigenti Rai.
- 2: donne direttore Rai
- 3: donne vicedirettore Rai (a fronte di 33 uomini)
- 63: donne caporedattore Rai (236 gli uomini).

Quanto alla stampa italiana, si possono consultare i risultati della ricerca quantitativa sulla posizione delle donne condotta dalla Federazione Nazionale Stampa Italiana nel 2011:⁶ si hanno 5 donne direttore di quotidiani su 113 uomini, 5 donne vicedirettore di quotidiani su 99 uomini, 67 donne redattore-capo nei quotidiani su 477 gli uomini. Lo stesso rapporto conferma anche una notevole differenza nello stipendio tra giornalisti uomini e donne.

La sfera dirigenziale del settore mediatico italiano sembra sempre dominata dagli esponenti di sesso maschile, ma i dati relativi al protagonismo femminile ad altri livelli strutturali indicano una tendenza crescente: considerando i risultati del *Monitoraggio della figura femminile nei programmi RAI – Rilevazione annuale 2014*,⁷ eseguito dall'Osservatorio di Pavia, andrebbero messi in risalto i seguenti dati:

- a livello di ruoli interni (conduttori, giornalisti e altri professionisti nel cast e nella redazione dei programmi) le donne raggiungono il 41%
- a livello di ruoli esterni (persone che fanno notizia, intervistate, ospiti) le donne sono il 32%
- fra i personaggi delle fiction, le donne costituiscono il 42%.

Come si vede, la visibilità delle donne non ha raggiunto ancora il livello esattamente paritario, sebbene i numeri siano promettenti; la visibilità però non coincide sempre con una vera influenza, come dice la studiosa della televisione italiana, Milly Buonanno: «In tv le donne si trovano dappertutto. Ma una cosa è il potere, un'altra è la presenza»⁸ e ancora «Si tratta di una grande visibilità, ma poche responsabilità. A parte qualche direttrice, come al Tg3 e a Rainews24, le donne in tv non hanno potere».⁹

Le sue parole trovano conferma anche nel documento dell'Osservatorio di Pavia menzionato sopra (*Monitoraggio...*, 2015), secondo il quale i telegiornali e i

⁴ I dati raccolti dalla Commissione Pari Opportunità dell'Usigrai, risultati del sondaggio realizzato sui giornalisti della Rai, sono stati presentati l'8 marzo 2012 alla conferenza *Rainformazione- professione donna. Immagine femminile e ruolo del servizio pubblico* a Roma, http://www.fnsi.it/Archivio/Cpo/Cpo_Docum_2009_2013.pdf, consultato il 6 ottobre 2015.

⁵ <https://giovannacosenza.wordpress.com/2012/03/22/quarto-potere-maschile>. Consultato il 10 ottobre 2015), per più dettagli si confronti anche <http://cpousigrai.blogspot.com/2012/03/rainformazione-professione-donna.html>, consultato il 10 ottobre 2015.

⁶ http://www.fnsi.it/Archivio/marzo2011_povere_donne2.pdf, consultato il 6 ottobre 2015.

⁷ <http://www.rai.it/dl/docs/monitoraggiofigurafemminile2014.pdf>, consultato il 6 ottobre 2015.

⁸ <http://www.linkiesta.it/it/article/2015/03/08/piatte-e-superficiali-le-donne-nelle-serie-tv-italiane/24953/>, consultato il 6 ottobre 2015.

⁹ idem.

programmi di approfondimento «danno ampia visibilità alle professioniste (conduttrici, giornaliste e così via), ma rappresentano poco l'universo femminile: le donne faticano a fare notizia, a essere intervistate e ospitate, specialmente nelle funzioni più autorevoli dell'esperto e del portavoce (di partiti, enti, associazioni, etc.)».

Milly Buonanno sottolinea la carriera di Maria De Filippi, definendola la figura più potente dell'intrattenimento italiano, ma il suo esempio conferma la tesi secondo la quale le conduttrici sono relegate in alcune tipologie di programmi televisivi, mentre quelli considerati più importanti, più prestigiosi, come i *talk show* politici della prima serata, sono condotti da uomini (neanche il programma della famosa Lilli Gruber va in onda in prima serata).¹⁰

In effetti, la posizione inferiore delle donne nei programmi politici, di approfondimento rispecchia la situazione che si riscontra nella sfera pubblica. Nella politica italiana prevalgono gli uomini, le donne politiche solo raramente svolgono funzioni di spicco. Come sostiene Cosenza (2012, p. 76):

„La politica italiana è fatta quasi esclusivamente da uomini, inutile raccontarsi frottole. Ancora più inutile camuffare dietro formule ipocrite il fatto nudo e crudo che in Italia, molto più che in altri paesi, quando si parla di leader si parla quasi esclusivamente di maschi. E allora tanto vale usare il maschile senza troppi complessi di colpa. Ma no, ci sono tante eccezioni, obietterà qualche ottimista: Rosy Bindi ed Emma Bonino (...). Vero, tutto vero. Ma quante di queste donne ottengono lo stesso risalto mediatico degli uomini? Lo stesso numero di interventi nelle trasmissioni televisive, lo stesso tempo di parola? E a quante di loro pensiamo davvero come leader? Se siamo sinceri con noi stessi, scopriamo che a contarle basta una mano. E qualche dito pure avanza. Non a caso le chiamiamo eccezioni?”.

La politica in Italia, anche statisticamente, continua a costituire un dominio maschile e sicuramente l'epoca di Silvio Berlusconi che fino a poco fa governava l'Italia non ha contribuito a valorizzare il ruolo della donna nel mondo politico. Basti pensare non solo ai numerosi scandali erotici dell'ex-premier, come le feste *bunga-bunga* con la allora minorenne Ruby, ma anche alle decisioni strettamente politiche, come la nomina dell'ex-modella, ballerina e *show-girl* Mara Carfagna a Ministro delle Pari Opportunità nel 2008. Secondo Stefania Benini (2012), la scelta delle modelle e delle vincitrici dei concorsi di bellezza come candidate nelle elezioni politiche è stata da parte di Berlusconi solo un elemento del marketing politico e non un modo per aumentare la presenza delle donne italiane in questo ambito.

La predilezione di Berlusconi per le donne giovani, belle e politicamente poco indipendenti pare riflettere le preferenze di almeno una parte della società italiana.¹¹

¹⁰ idem.

¹¹ Cosenza (2012, p. 95) lo riassume così: «il machismo berlusconiano che emerge dalle inchieste, pur così esagerato da prestarsi alla caricatura, in fondo rispecchia quello di una fetta importante della nostra società, composta non solo da coloro – uomini e donne – che hanno sempre votato Berlusconi, ma anche da chi non lo vota, ma tutto sommato considera il suo stile di vita normale

non per caso nella televisione italiana si riscontrano con tanta frequenza le cosiddette *vallette* o *veline*, ovvero ragazze che accompagnano il conduttore di un programma televisivo, prive di qualità professionali o artistiche particolari, che non hanno «altra funzione se non quella di attirare lo sguardo e di esibire il corpo» (Molfino, 2006). Il ruolo della valletta *ex definitione* riduce la donna al suo corpo, percepito come elemento ornamentale, il che riproduce la tradizionale e stereotipata visione del rapporto tra i due sessi.

Il corpo visto in quanto oggetto-merce è caratteristico non solo per i programmi d'intrattenimento trasmessi dalla tv italiana, ma anche per la pubblicità. Cosenza (2012, p. 83) sostiene: «Il corpo: è questa l'ossessione più imperativa della pubblicità occidentale, con una speciale accentuazione tutta italiana». Secondo la studiosa, la combinazione dei seguenti elementi: corpo, bellezza e stereotipi di genere sessuale rappresenta la base per una pubblicità di successo di oggi. Come si è già accennato sopra, il corpo femminile viene utilizzato in questo settore quasi meccanicamente, senza alcun nesso razionale con il prodotto venduto. Ricorrendo alla già citata ricerca dell'Osservatorio di Pavia (*Monitoraggio...*, 2015), vale indicare che la visibilità femminile non dovrebbe essere uno scopo in se stesso: le donne costituiscono il 45% dei protagonisti della pubblicità, tuttavia «in 1 spot su 5 sono rappresentate in modo stereotipato».

L'immaginario femminile trasmesso dalla televisione, ma attuale anche in altre sfere della vita, si compone nella maggior parte di corpi, della fisicità, della bellezza e della giovinezza che hanno valore decorativo, ma non intellettuale. Il problema di questo tipo di visibilità ridotta e distorta delle donne nei media inizia comunque a essere notato. Bisogna menzionare qui soprattutto il documentario di Lorella Zanardo *Il corpo delle donne*, pubblicato in Internet nel 2009.¹² Il documentario di venti minuti rappresenta un approccio critico, una sorta di denuncia o di grido disperato; l'autrice lo inizia così:

„Le donne, le donne vere, stanno scomparendo dalla tv e sono state sostituite da una rappresentazione grottesca, volgare e umiliante. La perdita ci è parsa enorme: la cancellazione dell'identità delle donne sta avvenendo sotto lo sguardo di tutti ma senza che vi sia un'adequata reazione, nemmeno da parte delle donne medesime”.

Il film evidenzia le immagini femminili dominanti nella televisione italiana: «bocche ringofie, occhi tirati, seni a palloncino, pieghe inguinali e natiche inquadrare dal basso, sotto minigonne pressoché inesistenti» (Cosenza, 2012, p. 91). È una visione riduttiva, stereotipata e degradante per le donne, in cui il corpo è in primo piano, la voce invece non si sente.

Alla luce delle ricerche e delle tendenze presentate sopra, vorremmo mettere in risalto un inizio di una rielaborazione di questo schema assai degradante che si può riscontrare nella *fiction* italiana. Già la ricerca statistica dimostra una forte presenza dei personaggi femminili nella *fiction*: il 42% del totale (*Monitoraggio...*, 2015).

negli ambienti di potere, perché *lui fa più in grande quello che fanno tutti* e perché in fondo *beato lui, che se lo può permettere*».

¹² <http://www.ilcorporalledonne.net/documentario/>, consultato il 10 settembre 2015.

Fino a poco fa, le analisi della *fiction*, specialmente quella poliziesca o relativa alla mafia, la ritenevano soprattutto maschiocentrica (cfr. Buonanno, 2008, pp. 63-64); basti citare alcuni titoli incentrati sui protagonisti maschili: *La Piovra* con il Commissario Cattani, *L'ispettore Sarti*, *Il commissario Corso*, *il Commissario Montalbano*, *il Maresciallo Rocca*, *Il commissario Manara*, *L'ispettore Coliandro* (cfr. Giomi, 2012). Come si vede, in questo tipo di *fiction*, che ci interessa di più in questa sede, prevale la tendenza di mettere in primo piano un personaggio maschio, rappresentante delle forze dell'ordine, una sorta di eroe anti-mafia (Buonanno, 2010, p. 16). È un mondo del tutto maschile: «meno per scrupolo di antropologica fedeltà al maschiocentrismo e alla cultura virilista di Cosa Nostra, e piuttosto per le profonde connessioni simboliche tradizionalmente stabilite tra la violenza, il potere e il denaro - le dominanti delle storie di mafia – e la costruzione sociale del maschile» (Buonanno, 2010, p. 17).

Negli ultimi anni comunque si assiste a un cambiamento che porta in scena anche donne (Buonanno, 2008, p. 63), per esempio, in *Distretto di polizia* o in *Squadra Antimafia*, per non parlare di *Gomorra*, dove il personaggio femminile svolge uno dei ruoli principali (rappresentando il mondo mafioso).

Secondo Milly Buonanno (2014), il fatto che “le donne armate” non sono più una rarità nella *fiction* italiana e ricoprono ruoli importanti nelle professioni riservate finora solo agli uomini (Buonanno, 2008, p. 66) è un segnale positivo, sebbene la studiosa abbia alcuni dubbi: i personaggi femminili «mancano di spessore, sono piatti». Inoltre, continuano a essere sottoposte al cosiddetto ‘sguardo maschile’ (*masculine gaze*) «che, pur restando generalmente lontano da insistiti compiacimenti voyeuristici, non perde occasione di metterne in risalto l'avvenenza e la seduttività delle forme corporee, o il carattere sessuato di certi comportamenti» (*idem*, p. 67).

Considerato lo sviluppo della *fiction* poliziesca o mafiosa avvenuto negli ultimi anni, vorremmo dimostrare in questa sede quanto sia innovativo il personaggio di Imma Savastano, moglie del *boss* rispetto alle immagini della donna convenzionalmente diffuse dalla televisione.

Innanzitutto, Donna Imma gioca un ruolo fondamentale per lo sviluppo della trama di *Gomorra*, diventando la vera protagonista della serie quando sostituisce il marito, arrestato e imprigionato, alla guida del clan. Deve gestire gli affari della famiglia, assume il comando dei camorristi, affronta i problemi con il figlio. Muore assassinata da un traditore dentro il clan.

Già da questo brevissimo resoconto si vede che si tratta di un personaggio femminile eccezionale: una protagonista che decide di entrare in un territorio maschile e assumere ruoli previsti soltanto per i maschi.¹³ La sua presa di potere

¹³ Va comunque menzionato che, pur essendo tradizionalmente paternalistico e basato sulla violenza, da sempre connotata come una sfera maschile, il sistema mafioso napoletano differisce notevolmente da altre mafie dell'Italia meridionale (soprattutto quella siciliana). Come sostiene Sguiglia (2012, pp. 87-88): «Tuttavia, nell'evoluzione odierna del reticolo camorristico, pur rimanendo radicati determinati codici sessisti e virilisti, nonché predominanze numeriche di figure maschili, ci sono sempre più donne che riescono ad assumere collocazioni autonome nei ranghi delle macchine criminali partenopee, ricoprendo per la maggior parte dei casi ruoli di gregarie, ma

mette in discussione i tradizionali rapporti di forza fra gli uomini e le donne e sovverte la convenzionale attribuzione di domini, secondo la quale la donna dovrebbe occuparsi soltanto della sfera privata, della vita domestica (cfr. Giomi, 2012, p. 51). Imma Savastano è lontana dallo stereotipo che ritrae le donne come prive di autorevolezza, poco decise: sa combinare il ruolo di una moglie fedele e di una madre, essendo supporto di tutta la famiglia nonché quello di una *boss* che non ha paura di assumere responsabilità decisionali.

Anche per quanto riguarda gli altri tratti caratteriali, la protagonista di *Gomorra* erode l'immagine stereotipata che le donne siano deboli, delicate e suscettibili alle emozioni. Si presenta come un personaggio di carattere forte e autonomo, coraggioso (suo marito, il *boss* mafioso la chiama *leonessa*). Dispone delle doti di solito attribuite agli uomini che le permettono di esercitare il potere sul clan: sa essere spietata, crudele, non è aliena dalla violenza. Lo attestano le seguenti parole della protagonista stessa:

Je 'o sacc' che stat' penzann'! Voi dividete il mondo in quelli che non uccidono e in quelli che uccidono e vi pensate che siccome io sono una femmina appartengo alla prima categoria, ve sbagliat'! (episodio 7, stagione 1)

Imma Savastano ribalta anche lo stereotipo di una madre affettuosa e mite: certo, vuole bene a suo figlio, ma quando lui si comporta in maniera poco responsabile per un figlio di un *boss*, lo manda all'estero, affinché cresca e diventi più impegnato negli affari della famiglia, nonostante i pericoli e le torture che lo aspettano lì.

Inoltre, la protagonista di *Gomorra* è in contrapposizione con la visione stereotipata della fisicità femminile preferita nei media di massa: è una figura di spicco non essendo più giovanissima né una modella. È attraente, ma di una bellezza matura, dignitosa ed elegante.

Imma Savastano come donna-criminale, *donna-leader* è una figura che preannuncia una forma di emancipazione femminile, anche se in questo caso entro il sistema di potere mafioso, e incarna una ridefinizione dell'immagine femminile che si sta avverando. È, senza dubbio, una donna-soggetto e come tale ribalta i tradizionali ruoli di genere: acquisisce o semplicemente mette in uso le qualità convenzionalmente attribuite agli uomini, ma anche applica i propri modi di fare:

A guerra nun 'a vince chi è chiù fort', 'a vince chi è chiù brav' a aspetta' e chest' nisciuno lo sap' fa megl' di noi femmine! (episodio 11, stagione 1).

Come si è voluto dimostrare, la figura di Imma Savastano costituisce un segnale dell'evoluzione della rappresentazione femminile in televisione, ovviamente non l'unico: basti menzionare il personaggio di Rosy Abate di *Squadra antimafia* – la *leader* dell'organizzazione mafiosa. Tuttavia, l'immenso successo di *Gomorra*, anche fuori dall'Italia, rende particolarmente significativa la sua influenza sull'immaginario collettivo e perciò siamo dell'opinione che la figura di Donna Imma possa incidere in modo particolare sul modo di percepire la posizione e il ruolo delle donne nel mondo di oggi.

giungendo talvolta ad acquisire autonomamente anche funzioni di capimassimi e dando così luogo all'immagine delle cosiddette 'capesse'».

Concludendo, si vuole sottolineare il potere simbolico delle immagini che la televisione produce e trasmette, specialmente nell'ambito della costruzione dell'identità di genere. Senza dubbio, in *Gomorra*, vista come un mezzo di diffusione di determinati contenuti culturali, si possono individuare alcuni segnali di un mutamento in corso che riguarda la ridefinizione dei tradizionali stereotipi di genere e che può portare delle nuove, pluridimensionali e innovative rappresentazioni delle donne, non solo criminali.

Bibliografia

- Benini, S. (2012). Televised bodies: Berlusconi and the body of Italian women. *Journal of Italian Cinema & Media Studies*, Vol. 1, Nr 1, 87-102.
- Buonanno, M. (2008). Le ragazze con la pistola. La femminilizzazione del poliziesco televisivo italiano. In: A.Tota (a cura di), *Gender e media* (pp. 63-82). Roma: Meltemi.
- Buonanno, M. (2010). Da *La Piovra* a *L'ultimo padrino*. Vent'anni di storie di mafia nella fiction italiana. *Problemi dell'informazione*, n. 3, 289-311.
- Buonanno, M. (a cura di), (2014). *Il prisma dei generi. Immagini di donne in TV*. Milano: Franco Angeli.
- Cosenza, G. (2008). Stereotipi femminili nel dating on line. Le donne italiane su Meetic. In: C. Demaria e P. Violi (a cura di), *Tecnologie di genere. teoria, usi e pratiche di donne nella rete* (pp. 233-264). Bologna: Bononia University Press.
- Cosenza, G. (2012). *Spotpolitik. Perché la «casta» non sa comunicare*. Roma - Bari: Laterza.
- Curran, D., Renzetti, C. (2005). *Kobiety, mężczyźni i społeczeństwo*. Warszawa: PWN.
- Giomi, E. (2012). Donne armate. Sessismo e democrazia nella fiction televisiva poliziesca. In: A. Simone (a cura di), *Sessismo democratico. L'uso strumentale delle donne nel neoliberalismo* (pp. 51-84). Milano - Udine: Mimesis.
- Goban-Klas. T. (2009). *Media i komunikowanie masowe*. Warszawa: PWN.
- Jabłońska, B. (2006). Krytyczna analiza dyskursu: refleksje teoretyczno-metodologiczne. *Qualitative Sociology Review*, t. II, nr 1. (http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/Volume2/PSJ_2_1_Jablonska.pdf, data di consultazione: 10.10.2015).
- Molfino, F. (2006). *Donne, politica e stereotipi: perché l'ovvio non cambia?* Milano: Baldini & Castoldi.
- Monitoraggio della figura femminile nei programmi RAI – Rilevazione annuale 2014*, (2015). L'Osservatorio di Pavia Media Research. <http://www.rai.it/dl/docs/monitoraggiofigurafemminile2014.pdf> (data di consultazione: 10.10.2015).
- Saviano, R. (2006). *Gomorra*. Milano: Mondadori.
- Sgueglia, L. (2012). Madri, mogli, figlie, lesbiche, “capesse” e “pusher”. Segnali di post-patriarcato nella camorra. In: A. Simone (a cura di), *Sessismo democratico. L'uso strumentale delle donne nel neoliberalismo* (pp. 85-96). Milano - Udine: Mimesis.
- Tota, A. L. (a cura di), (2008). *Gender e media*. Roma: Meltemi.
- van Dijk, T. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283.

Sitografia

- <http://www.optimaitalia.com/blog/2015/02/24/tutti-i-numeri-di-gomorra-la-serie-record-di-ascolti-su-sky-rai-3-e-twitter/189326>
- http://www.fnsi.it/Archivio/Cpo/Cpo_Docum_2009_2013.pdf

<https://giovannacosenza.wordpress.com/2012/03/22/quarto-potere-maschile>
<http://cpousigrai.blogspot.com/2012/03/rainformazione-professione-donna.html>
http://www.fnsi.it/Archivio/marzo2011_povere_donne2.pdf
<http://www.rai.it/dl/docs/monitoraggiofigurafemminile2014.pdf>
<http://www.linkiesta.it/it/article/2015/03/08/piatte-e-superficiali-le-donne-nelle-serie-tv-italiane/24953/>
<http://www.ilcorpodelledonne.net/documentario>

Kamila Miłkowska-Samul

For A New Image of Women on Italian Television – Some Considerations around the Series *Gomorra*

Abstract: The aim of this article is to study the changes in the image of women, as presented on Italian television. The text takes inspiration from the successful Italian TV series *Gomorra* which elaborates the subject of the Neapolitan criminal organization *camorra* as it is loosely based on the best-selling book of the same title by the journalist Roberto Saviano. In order to analyze the character of the changes taking place some statistical data on female presence in Italian mass media are offered; moreover, the main tendencies in the way women are portrayed by television are examined.

This research seeks to investigate the first signs of the evolution of women's image that can be noticed analyzing the main female character of *Gomorra* and it aims at highlighting her features and values that diverge from the traditional vision of the female role. The main female figure in *Gomorra* is seen as a symptom of changes in the way modern gender identities are formed.

Key words: *image, representation, women, television, fiction.*

