UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

Corso di laurea Triennale in Scienze Psicologiche dello Sviluppo, della Personalità e delle Relazioni Interpersonali

Tesi di laurea Triennale

Violenza di genere: tra stereotipi, miti e campagne di sensibilizzazione

Gender violence: between stereotypes, myths and awareness campaigns

Relatrice:
Prof.ssa Luciana Carraro

Laureanda: **Maria Brascugli**
Matricola: **2049320**

Anno Accademico 2024/2025

INDICE

CAPITOLO 1 ..... **3**

1.1 Definizioni, normative e alcuni dati **3**

1.2 Stereotipi e ruoli di genere **7**

1.3 Mito, disimpegno morale e tattiche di occultamento **11**

CAPITOLO 2 ..... **15**

2.1 La narrazione della violenza di genere nei media **15**

2.2 L'oggettivazione sessuale nei media **19**

2.3 Sessismo ostile e benevolo **21**

2.4 Molestie sessuali **22**

CAPITOLO 3 ..... **26**

3.1 Uomini e prevenzione primaria **26**

3.2 Media e prevenzione **28**

3.3 La descrizione del progetto di ricerca **29**

3.4 Ipotesi e Conclusioni **33**

Bibliografia **36**

Sitografia **44**

Abstract

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), la violenza di genere "è un problema di salute di proporzioni globali enormi". Il presente elaborato si pone l'obbiettivo di introdurre il tema della violenza di genere e, attraverso una revisione della letteratura, sviscerarne i meccanismi sottostanti. Inquadrando inizialmente la violenza di genere in termini normativi, descrittivi e statistici, l'attenzione si focalizza inevitabilmente sui fattori socio-culturali, quali stereotipi, ruoli di genere, tattiche di occultamento e miti sullo stupro, che sostengono il perpetuarsi della violenza stessa. Particolare importanza viene data al ruolo ricoperto dai mass media come canali privilegiati nella diffusione di informazioni e modelli culturali. Vengono così affrontate le narrazioni che la stampa, nello specifico quella italiana, offre della violenza di genere e il forte impatto che sembra avere l'oggettivazione sessuale proposta dai media nei comportamenti reali degli spettatori. Il sessismo e le molestie sessuali, le quali possono essere considerate vere e proprie forme di violenza sessuale, sembrano essere strettamente connessi alla frequente esposizione ad immagini di donne sessualmente oggettivate. Nonostante gli evidenti progressi della struttura economico-sociale, delle concezioni ideologiche e della lotta femminista, i numeri della violenza di genere continuano ad essere preoccupanti e per questo risulta necessario affrontare il fenomeno attraverso le giuste strategie di prevenzione. L'elaborato si conclude quindi presentando un progetto di ricerca, condotto da un team dell'Università degli Studi di Padova, che si propone di individuare una forma di messaggio in grado di aumentare il commitment maschile relativamente alla tematica della violenza di genere.

CAPITOLO 1
LA VIOLENZA DI GENERE

1.1 Definizioni, normative e alcuni dati

Parlare di violenza di genere significa mettere in luce un fenomeno che si manifesta come risultato di un rapporto secolarmente disuguale tra uomini e donne e che ha portato quegli a prevaricare e discriminare queste. La disuguaglianza di genere, infatti, è radicata in una struttura sociale che legittima l'uomo a tessere le fila della storia, occupando una posizione di potere e privilegio. In questa prospettiva, l'uomo costituisce il prototipo della specie umana, l'esemplare che ne è maggiormente caratteristico, riducendo la donna ad un'entità definita e conseguentemente subordinata. Per secoli, dunque, l'inferiorità femminile è stata giustificata come "fatto biologicamente fondato", naturale ed immutabile (Volpato, 2013, 2022).

"La forza dell'ordine maschile si misura dal fatto che non deve giustificarsi: la visione androcentrica[1] *si impone in quanto neutra e non ha bisogno di enunciarsi in discorsi miranti a legittimarla*".

Questa citazione, tratta dal libro "Il dominio maschile" di Pierre Bourdieu (1998), riassume in modo emblematico il concetto per il quale la discriminazione di genere è stata e continua ad essere la norma. Con il passare del tempo, l'antropocentrismo maschilista sembra aver silenziosamente condizionato la società tutta nella quale, a poco a poco, si è andata consolidando la dinamica dominanti-dominate, fino al suo grado massimo di carnefici-vittime (Ganeri, 2010). Una delle manifestazioni più evidenti di questo modello di discriminazione sociale è costituito dalla violenza di genere. Rimarcando la natura culturale e strutturale della violenza, si evince che non si tratta di un problema "privato", del singolo uomo o della singola donna, ma di una manifestazione di rapporti di forza storicamente diseguali tra i sessi (Istanbul, 11 maggio 2011). Il patriarcato si configura, dunque, come una specifica forma di dominio (Rubin, 1975) e la superiorità maschile si colloca in quello che appare essere l'ordine naturale delle cose: con la violenza gli uomini rivendicano quel potere che, nella storia, nessuno ha mai messo in discussione (Carlini, 2024).

Anche se la questione può presentarsi come antica, oggi più che mai, risulta urgente ed attuale (Volpato, 2013, 2022): secondo il rapporto dell'OMS "Valutazione globale e

[1] Con il termine "androcentrismo" ci si riferisce ad una lettura della storia e della realtà da un punto di vista esclusivamente maschile (Priulla, 2013).

regionale della violenza contro le donne: diffusione e conseguenze sulla salute degli abusi sessuali da partner intimo o da sconosciuti" (2018), la violenza contro le donne è "*un problema di salute di proporzioni globali enormi*" e secondo quanto è emerso dalla recente indagine dell'Unione Europea "EU gender-based violence survey- Key results" (2024)[2], una donna su tre ha subito violenza domestica, sul lavoro o in pubblico.

Nel corso degli ultimi anni, è diventato quindi fondamentale adoperarsi per decostruire le basi della violenza, mostrandone la brutalità e la natura "per niente naturale" ma del tutto convenzionale.

Un primo passo fondamentale è quello di riconoscere il fenomeno e promuovere consapevolezza iniziando a chiamare le cose con il loro nome, affinché le donne vengano riconosciute in quanto vittime di una "forza" ostile responsabile di un trattamento ingiusto (Bartky, 2015).

La Convenzione sulla prevenzione e la lotta alla violenza contro le donne e la violenza domestica, meglio nota come "Convenzione di Istanbul"[3], si erge come "primo strumento internazionale, giuridicamente vincolante, che propone di contrastare l'ideologia comune per la quale le donne sono inferiori degli uomini, proteggendole contro qualsiasi forma di violenza".

Nello specifico, l'articolo 3 della Convenzione definisce:

- "genere"[4], termine che designa i ruoli, i comportamenti, le attività e gli attributi socialmente costruiti che una determinata società considera appropriati per donne e uomini;
- il termine "donne", con il quale si includono nella categoria anche le ragazze minorenni;

[2] L'indagine UE sulla violenza di genere è stata condotta dal 2020 al 2024 da Eurostat (l'ufficio statistico dell'UE), dall'Agenzia dell'Unione europea per i diritti fondamentali (FRA) e dall'Istituto europeo per l'uguaglianza di genere (EIGE). https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/eu-gender_based_violence_survey_key_results.pdf

[3] Documento approvato dal Consiglio d'Europa l'11 maggio 2011 ed entrato in vigore il 1°agosto del 2014. Nella storia recente, la Convenzione di Istambul viene preceduta dalla Convenzione sull'eliminazione di tutte le forme di discriminazione contro le donne (CEDAW, 1979) e dalla Dichiarazione sull'eliminazione della violenza contro le donne (19993).

[4] Il concetto di "genere" nasce negli anni Settanta da una presa di consapevolezza delle donne relativamente alla situazione di profonda e persistente asimmetria tra i ruoli sessuali. Per secoli, tale dicotomia ha prodotto una specifica gerarchia dei ruoli, relegando alla biologia la causa dell'inferiorità femminile. Inizialmente quindi, "sesso" e "genere" erano vocaboli utilizzati indifferentemente, fino a che non si sono definiti in due specifiche categorie: mentre il sesso fa riferimento a caratteristiche biologiche innegabili, il genere viene introdotto per indicare le differenze psicologiche, sociali e culturali, variabili nel tempo e diverse per cultura. Il genere va dunque inteso come costruzione socioculturale della differenza sessuale (Gelli, 2009).

- "vittima", termine con il quale si definisce qualsiasi persona fisica che subisce gli atti o i comportamenti di violenza (specificatamente rivolto alla violenza domestica e alla violenza contro le donne in generale);
- "Violenza nei confronti delle donne", *"una violazione dei diritti umani e una forma di discriminazione contro le donne, comprendente tutti gli atti di violenza fondati sul genere che provocano o sono suscettibili di provocare danni o sofferenze di natura fisica, sessuale, psicologica o economica, comprese le minacce di compiere tali atti, la coercizione o la privazione arbitraria della libertà, sia nella vita pubblica, che nella vita privata".*

La violenza contro le donne, come da definizione, è un fenomeno complesso e multi-sfaccettato, che può svelarsi attraverso un insieme di comportamenti coercitivi, più o meno visibili, ma che hanno tutti uno scopo comune: minare/danneggiare la capacità di autodeterminazione e la libertà espressiva del sé o dell'identità personale (Romito et al, 2017). Le forme di violenza riconosciute sono:

- La violenza fisica, la forma di violenza più facilmente individuabile. In essa rientrano tutti gli atti che, attraverso l'uso della forza, mirano a ledere l'incolumità e il corpo della donna (percosse, morsi, soffocamento, colpire e/o minacciare con oggetti, comportamenti di trascuratezza) (Priulla, 2013; Carlini, 2024; Romito et al, 2017);
- La violenza psicologica, una forma di violenza "invisibile", tra le più difficili da individuare; può manifestarsi da sola, ma è una componente anche di tutte le altre forme di violenza. La violenza psicologica concerne l'uso di tutti quei comportamenti che danneggiano l'autostima e l'identità della donna (urla, insulti, rimproveri, minacce, molestie, controllo e isolamento dai legami affettivi) (Priulla, 2013; Carlini, 2024; Romito et al, 2017);
- La violenza sessuale, nella quale rientra qualsiasi pratica sessuale imposta contro la volontà della donna (stupro, pratiche sessuali umilianti o degradanti) (Priulla, 2013; Carlini, 2024; Romito et al, 2017);
- La violenza economica, che si concretizza nel controllo delle risorse economiche della donna, con l'obbiettivo di limitarne/impedirne l'indipendenza finanziaria (Priulla, 2013; Carlini, 2024; Romito et al, 2017);
- Gli atti persecutori (Stalking), forme di vera e propria persecuzione protratta nel tempo. Tali atti (come pedinamenti, molestie telefoniche, danneggiamenti alle

proprietà), hanno l'obbiettivo di far sentire la donna costantemente controllata, generandole uno stato di costante paura e tensione (Priulla, 2013; Carlini, 2024; Romito et al., 2017)

Rispetto alle diverse esperienze di violenza, sono state condotte importanti ricerche nazionali e internazionali. A livello europeo, la raccolta dati più recente è la già citata EU gender-based violence , dalla quale emerge che quasi il 31% delle donne tra i 18 e i 74 anni ha dichiarato di aver subito violenza fisica (minacce comprese) o sessuale in età adulta; nello specifico, il 20% delle donne ha subito violenza da una persona diversa dal partner, mentre il 18% delle donne che hanno avuto un partner nella propria vita, ha subito violenza da quest'ultimo (la percentuale sale al 32% se si considera anche la violenza psicologica). Inoltre, almeno una donna su tre riferisce di essere stata vittima di molestie sessuali sul luogo di lavoro (con una prevalenza di due su cinque per le donne di più giovane età). Parlando unicamente dell'Italia, invece, la ricerca più significativa è stata condotta dall'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), nel 2014. Secondo quanto rilevato dai dati, 6milioni 788mila donne tra i 16 e i 70 anni (31,5%) hanno subito una qualche forma di violenza fisica o sessuale. Di queste, 4milioni 353mila (20,2%) hanno subito violenza fisica, 4 milioni 520 mila (21%) violenza sessuale, 1 milione 157 mila (5,4%) forme più gravi della violenza sessuale, come lo stupro (652 mila) e il tentato stupro (746 mila). Bisogna però sottolineare che le statistiche emerse si basano sul numero di violenze effettivamente denunciate, lasciando intendere che la portata del fenomeno possa essere anche di molto superiore a quella che ci è attualmente nota. Carlien Scheele afferma: "*Quando ci troviamo di fronte a una realtà allarmante, in cui una donna su tre subisce violenza nell'UE, ma poco più di una su otto denuncia l'accaduto, è necessario esaminare seriamente le questioni sistemiche che ostacolano un cambiamento di rotta* […] *Perché ogni donna ha il diritto di essere sicura, ovunque*"[5].

Risulta sempre più evidente che, per far fronte al fenomeno della violenza di genere, da una parte sono necessari i provvedimenti giuridici ma, dall'altra, non basta etichettare un comportamento come "illegale" per sradicarlo dalla mentalità comune. Occorre che, contemporaneamente, avvenga un cambiamento culturale e valoriale, una presa di consapevolezza di quelle abitudini, convinzioni, immagini e stereotipi che portano alla degradazione delle donne. Nel suo libro "C'è differenza. Identità di genere e linguaggi:

[5] Queste le parole della Direttrice dell'EIGE nel comunicato stampa "Una donna su tre nell'UE ha subito violenza", pubblicato il 25 novembre 2024 da Eurostat, FRA ed EIGE.

storie, corpi, immagini e parole" (2013), Graziella Priulla sostiene che *"destrutturare uno stereotipo significa non tanto tentare di annullarlo quanto analizzarlo, cercare di capirne la storia e la composizione: nel caso degli stereotipi di genere le storie sono antiche e dense, ed entrarci può significare un apprendimento straordinario, un sapere di noi come portatrici e portatori di questi stessi pregiudizi".*

1.2 Stereotipi e ruoli di genere

Da sempre, gli esseri umani hanno cercato di comprendere il mondo e ciò che lo compone. La dimensione sociale, che la specie umana è andata poco a poco costruendo, ha reso indispensabile la comprensione "dell'altro" per imparare a prevederne i comportamenti e conseguentemente adottare adeguati atteggiamenti di risposta. Con questo scopo, l'osservazione e la deduzione della realtà che ci circonda sono diventate pratiche automatiche alla base del nostro giudizio sull'altro (Gelli, 2009). Questo meccanismo, con cui le persone interpretano e comprendono ciò che interessa la loro esistenza e che Devid Hampson (1988) definisce "prospettiva del senso comune", poggia su tre processi cognitivi: la categorizzazione, l'assimilazione di valori e norme sociali e la ricerca di coerenza (Arcuri & Cadinu, 2021). Per lo psicologo sociologo Moscovici (1984), l'utilità delle rappresentazioni sociali sta nel rendere consueto l'inconsueto, ovvero rendere familiare ciò che non lo è. Dal canto suo, la categorizzazione, processo dal quale nascono gli stereotipi, ha proprio la funzione di semplificare la realtà incasellandola in categorie e attribuendo rilevanza solo ad aspetti parziali di un gruppo (Arcuri & Cadinu, 2021). Il processo di categorizzazione consente "*la segmentazione del mondo in modo da imporre un ordine sull'ambiente e fornire un luogo d'identificazione per il sé. Questo è uno strumento cognitivo fondamentale che consente agli individui di strutturare l'ambiente sociale e di definire in esso il loro posto*"[6].

In letteratura, identificare il costrutto dello stereotipo[7] non è stato facile; ne sono scaturite numerose definizioni, tra queste, quella di Allport (1954) si erge tra le più riconosciute: "*Uno stereotipo è una credenza esagerata associata ad una categoria. La*

[6] https://phaidra.cab.unipd.it/api/object/o:428504/diss/Content/get

[7] Il termine stereotipo deriva dall'aggettivo "στερεος" (rigido) e dal sostantivo "τυπος" (impronta) rimandando l'idea di una posizione resistente, difficile da cambiare, nella quale la mente umana "costringe" la realtà (Volpato, 2013, 2022). Il primo ad aver utilizzato quest'espressione è stato il giornalista tedesco Walter Lipmann nel suo volume "Public Opinion" del 1922. Nella sua concezione, Lipmann considera gli stereotipi un prodotto socioculturale, veicoli per creare omogeneità di valori e credenze.

sua funzione è quella di giustificare (ossia razionalizzare) la nostra condotta in relazione a quella categoria".

Secondo la "Social Identity Theory" (Tajfel & Turner, 1979), quando gli individui si trovano in situazioni di gruppo, tendono ad assegnare valore al proprio ingroup screditando l'outgroup (contrapposizione noi-loro). Sulla base di strumenti cognitivi ed emozionali, si colgono somiglianze e differenze tra gruppi diversi tra loro, tendendo a sottostimare le differenze intra-gruppo e a sovrastimare le differenze inter-gruppi (Gelli, 2009; Volpato, 2013, 2022).

Parlando di "Identità sociale" gli autori fanno riferimento a "*quella parte dell'immagine di sé che un individuo si fa di sé stesso, derivante dalla consapevolezza di appartenere a gruppi sociali, unita al valore e al significato emotivo attribuito a tale appartenenza*" (Tajfel, 1981). Questo costrutto arriva ad avere una forte influenza sull'autostima degli individui i quali, poiché desiderano mantenere un'identità positiva, adottano strategie di confronto sociale tra il proprio e altri gruppi, al fine di ottenere per l'ingroup una posizione favorevole rispetto a tutto il resto (Arcuri, 2015). A questa considerazione negativa dell'outgroup e al conseguente atteggiamento di distacco, non è raro che facciano seguito azioni di emarginazione o vere e proprie discriminazioni (Gelli, 2009).

In quanto prodotto culturale e dell'azione di gruppi spesso al potere, gli stereotipi servono a sostenere e perpetuare, di generazione in generazione, credenze e valori inalterati (Gelli, 2009; Abbatecola & Stagi, 2017). Tuttavia, gli stereotipi non sono immutabili, ma sono piuttosto resistenti al cambiamento poiché si mantengono attraverso l'auto-stereotipizzazione, ovvero attraverso la tendenza ad attribuire a sé stessi le caratteristiche sancite dallo stereotipo (Volpato, 2013, 2022).

L'immagine veicolata dallo stereotipo influisce fortemente sulla strutturazione dell'identità dell'individuo e sulle sue stesse capacità. Arrivando ad inibire competenze insite nell'individuo, può convincere, per esempio, le donne a non essere portate per la matematica (Arcuri & Cadinu, 2021)[8]. Di fronte allo stereotipo si impara a sopprimere quella parte di noi non in linea con le aspettative, sia perché si è incoraggiati a mantenere comportamenti coerenti con lo stereotipo sia per le conseguenze dei comportamenti non conformi, lo stigma (Priulla, 2013).

Gli stereotipi sono quindi: riduttori (producono una semplificazione arbitraria della realtà senza richiedere esperienze dirette); cristallizzati (delineano categorie solide più o

[8] Relativamente a questo, sono stati condotti numerosi studi come quello di Spencer, Steele & Quinn (1999).

meno conformi alla realtà); autosufficienti (servono all'uomo per "risparmiare" le risorse cognitive permettendogli decisioni e valutazioni veloci); globalizzanti (avviene una generalizzazione della realtà, a tutti i membri dell'outgroup vengono attribuite le stesse caratteristiche, non tenendo conto delle singole soggettività); ripetitivi (sono utilizzati e ripresi senza che rispecchino necessariamente la specifica circostanza reale) e valutativi (raramente sono neutri, tendono al negativo e spesso sfociano in pregiudizio) (Abbatecola & Stagi, 2017).

Per cercare di spiegare il fenomeno della violenza contro le donne, risulta opportuno focalizzare l'attenzione su una particolare declinazione di stereotipo che persiste nella nostra società: lo stereotipo di genere, ciò che specifica come uomini e donne agiscono e dovrebbero agire (Priulla 2013; Volpato, 2013, 2022). L'immagine che ognuno di noi possiede sulla natura di uomini e donne può derivare da una personale esperienza diretta oppure, nella maggior parte delle circostanze, dalle rappresentazioni mentali veicolate dalla cultura di appartenenza (Gelli, 2009). Le categorie di genere sono infatti categorie fortemente interiorizzate e ad elevata accessibilità, vengono percepite come omogenee, mutualmente esclusive e immodificabili (Volpato, 2013, 2022). Ciò si basa sull'ipotesi secondo la quale gli stereotipi derivino dai diversi ruoli che, nel tempo, sono stati assegnati ai gruppi nella società e che quindi sia tutto frutto di una costruzione culturale dove niente si basa sulla predisposizione naturale. Noi nasciamo biologicamente diversi come "maschi" o "femmine", ma è solo attraverso la socializzazione che arriviamo a conformarci come "uomini" o "donne". Con "socializzazione" facciamo riferimento a quel processo mediante il quale le aspettative della società vengono insegnate e apprese. Pertanto, mediante la socializzazione di genere le donne e gli uomini apprendono le aspettative associate dalla cultura al loro sesso, le quali incidono sul concetto di sé, sugli atteggiamenti politici e sociali e sul modo in cui stabiliscono e intrattengono relazioni (Lombardi, 2005).

Relativamente a questo, la teoria dei Ruoli sociali (Eagly, 1987) sostiene che uomini e donne sono chiamati ad appropriarsi delle caratteristiche storicamente consolidate dei loro rispettivi ruoli; i ruoli di genere sono infatti "*l'espressione pubblica dell'identità, l'insieme delle definizioni di ciò che l'ambiente sociale ritiene appropriato per un maschio o per una femmina*" (Priulla, 2013).

Nella maggior parte delle culture, gli stereotipi di genere ruotano intorno a polarità contrapposte attribuendo all'uomo tratti di "agency" e alle donne tratti di "communality": ci si aspetta che gli uomini siano orientati al raggiungimento dei loro

obbiettivi, che siano competenti, ambiziosi, inclini alla leadership, potenti, forti, indipendenti, razionali e freddi; dalle donne, invece, che esse siano dedite alla cura della casa, emotive, empatiche, calorose, accudenti, remissive, deboli, fragili e sacrificali (Priulla, 2013; Volpato , 2013, 2022). E ancora, altri stereotipi dipingono l'uomo come mosso da incontenibili istinti sessuali che possono essere soddisfatti anche attraverso episodi di violenza. Specularmente invece, alla donna si assegna il ruolo di succube, un'immagine di pudore ed innocenza; basti pensare a quante donne, ancora oggi, giustificano la violenza del partner come una forma di affetto un po' eccessiva (Priulla, 2013).

Gli stereotipi di genere assumono così una duplice funzione, descrittiva e prescrittiva, configurandosi come elementi che si oppongono ai processi di cambiamento della condizione femminile. Mentre gli stereotipi descrittivi si limitano a prevedere e cercare di definire le cose per come sono; gli stereotipi prescrittivi servono a giustificare credenze e comportamenti degli attori sociali definendo come le cose dovrebbero essere. Spingendo gli individui a conformarsi alle aspettative sociali e perpetuando la gerarchia di genere[9], gli stereotipi di genere rafforzano lo status quo (Volpato, 2013, 2022). Rispetto ad altri, questi stereotipi hanno una forza prescrittiva maggiore in quanto vi siamo esposti sin dalla nascita, se non addirittura dal periodo di gestazione (Abbatecola & Stagi, 2017)[10]. In quest'ottica acquistano importanza tutti quegli agenti socioculturali che permettono la formazione, la trasmissione e il mantenimento dello stereotipo. Volendo focalizzarsi sulla dimensione sessuale, ad esempio, il rispetto dei ruoli di genere è stato storicamente consolidato da istituzioni come la Chiesa, la famiglia, la letteratura, la politica e i mass media, che hanno contribuito a diffondere un'ideologia dominante che riduce il rapporto uomo-donna al possesso. "Sei solo mia"; "Se non posso averti io, non ti avrà nessuno"; "Ti possiedo", "Farò di tutto per riaverti", sono solo alcune delle numerose espressioni linguistiche che sottendono il retaggio di una cultura patriarcale che relega la donna a "trofeo ideale". Capita ormai troppo spesso che gli uomini siano incapaci di pensare alla donna in quanto soggetto individuale, faticando ad accettare che essa non sia semplicemente oggetto dei propri desideri e bisogni

[9] La gerarchia di genere si basa sull'asimmetria e la disuguaglianza di potere uomo-donna in una società dove i ruoli maschili e femminili vengono fatti passare come naturali, desiderabili e giusti.

[10] Le aspettative che i genitori si fanno circa il sesso del nascituro li portano ad assumere atteggiamenti diversi rispetto al sesso: se sarà un maschio, lo si immagina destinato al successo, forte, sportivo, indipendente; se sarà una femmina ci si aspetta che sia gentile, aggraziata, sensibile e "casalinga". Oppure, si pensi per esempio all'usanza di affiggere un fiocco rosa o blu per segnalare la nascita rispettivamente di una femmina o di un maschio; o ancora, alla genderizzazione dei giocattoli per bambini (Priulla, 2013).

(Priulla, 2013). Solamente nella seconda metà del secolo scorso, le immagini tradizionali di uomini e donne sono state sottoposte ad un vaglio critico; tuttavia, molti di questi stereotipi continuano a condizionare le dinamiche quotidiane (Gelli, 2009).

1.3 Mito, disimpegno morale e tattiche di occultamento

Secondo quanto emerge dai primi risultati di una recente indagine ISTAT (2023)[11], gli stereotipi sui ruoli di genere più diffusi sono: "gli uomini sono meno adatti delle donne a occuparsi delle faccende domestiche" (21,4%), "una donna per essere completa deve avere dei figli" (20,9%), "per l'uomo, più che per la donna, è molto importante avere successo nel lavoro" (20,4%), "è compito delle madri seguire i figli e occuparsi delle loro esigenze quotidiane" (20,2%), "è soprattutto l'uomo che deve provvedere alle necessità economiche della famiglia" (17,2%). Emerge poi come, in alcuni casi, venga ancora tollerata la violenza fisica nella coppia: per il 4,3% dei cittadini è accettabile sempre o in alcune circostanze che "in una coppia ci scappi uno schiaffo ogni tanto"; il 2,3% delle persone ritiene accettabile sempre o in alcune circostanze che "un ragazzo schiaffeggi la sua fidanzata perché ha flirtato con un altro uomo".

Rilevanti sono i dati relativi alla responsabilità attribuita alle donne vittime di violenza sessuale: il 39,3% degli uomini ritiene che una donna sia in grado di sottrarsi a un rapporto sessuale se davvero non lo vuole e il 19,7% (un uomo su cinque) pensa che le donne possano provocare la violenza sessuale con il loro modo di vestire. E infine, si è riscontrata anche una corrispondenza nelle opinioni di uomini e donne sulla responsabilità attribuita alla donna in alcune circostanze: circa l'11% ritiene che se una donna subisce violenza sessuale quando è ubriaca o sotto l'effetto di droghe, allora anche lei è almeno in parte responsabile; circa il 10% ritiene che se una donna accetta un invito da un uomo dopo una festa e viene stuprata, allora è anche colpa sua.

In letteratura il "mito" è una falsa convinzione, anche se ampiamente e persistentemente sostenuta, che serve ad impedire che si alteri una struttura sociale codificata (Priulla, 2019). Bisogna far riferimento al concetto dell'agency morale e al disimpegno della stessa, di cui parla Bandura nel suo libro "Moral Disengagment" (2016). Secondo quanto sostenuto dall'autore, per avere un quadro completo sulla moralità, non si può limitare il discorso a come le persone riescano ad aderire al complesso di norme e consuetudini che regolano la vita pubblica e privata, ma bisogna anche indagare le

[11] Stereotipi di genere e immagine sociale della violenza (maggio-luglio 2023). https://www.istat.it/it/files/2023/11/STAT_TODAY_Stereotipi.pdf

modalità attraverso le quali, invece, le persone riescono a comportarsi in modo immorale continuando a preservare un'identità "positiva". È con lo svilupparsi del Sé morale che gli individui interiorizzano quei criteri che sanciscono i confini del "giusto" e dello "sbagliato" che fungono da linee giuda della condotta. Su questa base, l'individuo agisce secondo ciò che può elevare la percezione di sé e rifiuta quello che può altrimenti essere motivo di biasimo. L'agency morale è quindi mossa dall'evitamento delle sanzioni (o auto-sanzioni) negative, che subentrano nel momento in cui la condotta viola i principi morali. Tuttavia, non sempre i criteri morali vengono perseguiti e il disimpegno delle sanzioni morali permette di salvaguardare un senso di integrità. Il disimpegno morale, le tattiche di occultamento e gli atteggiamenti di minimizzazione vengono adattati specificatamente alla violenza di genere da Patrizia Romito che, nel suo libro "Un silenzio assordante" (2005), individua due strategie di occultamento della violenza, la legittimazione e la negazione. La prima permette di non dover nascondere la violenza maschile in quanto, proprio perché legittima, non è definibile violenza; la negazione, invece, subentra quando l'evoluzione sociale non rende più possibile la legittimazione. La forma più diretta di negazione consiste nel non vedere la violenza e le sue conseguenze, mentre altre forme meno esplicite possono essere la negazione della disuguaglianza tra i sessi, oppure l'attribuzione di un significato non violento ad un'azione violenta (e così, per esempio, lo stupro non è violenza ma seduzione). Avendo parlato delle strategie, non si può prescindere dal parlare delle tattiche a cui le stesse strategie fanno seguito e Romito (2005) ne individua sei:

1) La Naturalizzazione permette di confinare la diversità dei comportamenti e del carattere alla dimensione biologica. Gli uomini stuprano perché i loro istinti sessuali sono incontrollabili, facilmente scatenati dalla vista di una bella ragazza, da un abbigliamento provocante. Stuprano perché un uomo è un uomo e gli ormoni sono ormoni.
2) La Psicologizzazione consiste nell'interpretare un evento in chiave psicologica e individualizzante, piuttosto che in termini sociali, politici o economici reagendovi di conseguenza. Attraverso la de-politicizzazione si sostiene il mantenimento dello status quo con le sue gerarchie di potere. Se i comportamenti violenti sono ascrivibili alle caratteristiche personali del perpetuatore (in questo caso psicologiche), essi perdono di credibilità e la società

proporrà a questi uomini violenti un percorso terapeutico piuttosto che una punizione.

3) La Deumanizzazione[12] priva l'altro della sua umanità non riconoscendogli attributi propriamente umani quali la cultura, le capacità logiche e di ragionamento, etc. Questo fa si che le persone deumanizzate non siano più tutelate dai valori come la moralità e che tutti gli altri si sentano autorizzati ad agire con violenza nei loro confronti senza provare rimorso. Non è raro che soprattutto nei casi di violenza di genere, l'empatia tenda a rivolgersi maggiormente verso l'aggressore, percepito come più umano, piuttosto che verso la vittima.
4) L'Evitamento linguistico e l'Eufemizzazione. La prima tecnica, che sia essa consapevole o no, consiste nel "far sparire" dalla narrazione di una storia i principali autori della violenza; la seconda è una tecnica parallela che etichetta un fenomeno con imprecisione e ambiguità, ridimensionandone la gravità e le responsabilità dell'autore. E così, invece che parlare di "violenza maschile" si parla di "violenza domestica"; invece che parlare di "femminicidio" si utilizza l'ossimoro "delitto passionale". Interessante è inoltre l'utilizzo che nelle narrazioni di cronaca viene fatto della frase passiva: si parla di donne uccise, picchiate o stuprate e raramente di uomini che uccidono, picchiano, stuprano. Infatti, nonostante sembri che le frasi attive e passive comunichino lo stesso concetto, si è riscontrato che la forma passiva ha il potere di spostare la responsabilità dell'evento in parte anche sulla vittima.
5) La Separazione è una tattica particolarmente utilizzata soprattutto nella comunicazione di massa, consiste nel presentare i vari fenomeni di violenza come distinti tra loro, definendoli in modi sempre diversi e rimandandone l'idea di eventi isolati; questo impedisce di guardare la realtà dei fatti nella sua globalità, continuità e perpetuazione. Così, per esempio, si parla di stupro dallo sconosciuto, stupro dal coniuge, stupro dall'amico, stupro al primo appuntamento, stupro dal familiare, benché uno stupro rimanga sempre uno stupro.

[12] Nel linguaggio corrente, ci si riferisce spesso alle donne con appellativi del mondo animale: "gatta", "coniglietta", "vacca", "oca", "cagna", "vipera", "gallina",…, oppure attraverso le parti del corpo: "tettona", "culona",…La violenza di genere non sarebbe un fenomeno tanto diffuso se nella concezione comune il sesso femminile non fosse svalutato e disumanizzato.

6) La Colpevolizzazione (in inglese Victim Blaming) ha l'obbiettivo di attribuire alla vittima la responsabilità della sua condizione. Il victim blaming è un fenomeno ampiamente studiato e particolare attenzione è stata data alle due principali funzioni che esso sembra svolgere: la rassicurazione e la legittimazione. Entrambe hanno funzione difensiva, da un lato, attribuire colpe alle vittime svolge una funzione rassicurante, in quanto permette alle persone di percepirsi meno vulnerabili rispetto alla possibilità che accada loro qualcosa di altrettanto brutto[13]; dall'altra, la legittimizzazione permette il mantenimento dello status quo e quindi la perpetuazione di un sistema sociale caratterizzato da disuguaglianze di genere a svantaggio delle donne.

Un esempio di credenza diffusa che favorisce la legittimazione dello status quo sono i miti dello stupro: un'insieme di "*credenze pregiudizievoli o false sullo stupro, sulle vittime di stupro e sugli stupratori*" (Burt, 1980). Tali miti possono essere distinti in due categorie principali: la prima consiste nel negare che l'evento costituisca una violenza sessuale relegando quest'ultima a soli episodi estremi ed escludendo dalla categoria dello stupro molte situazioni, come quelle dei contesti domestici. La seconda categoria, invece, diventa saliente quando non è possibile negare la violenza. In questi casi, l'attenzione si sposta sulle caratteristiche della vittima che vengono utilizzate per minimizzare o giustificare l'accaduto. Questi miti si basano sull'idea che determinati modi di comportarsi o apparire della vittima la rendano, almeno in parte, responsabile di quanto le sia accaduto. Assumono rilevanza in questo senso la sensualità dell'abbigliamento e dell'aspetto fisico; l'idea che una donna vestita in modo seducente abbia provocato l'aggressore è piuttosto radicata nel senso comune, perpetuando lo stereotipo secondo cui la vittima di una violenza "se la sia cercata" (Spaccatini et al). Inoltre, studi recenti condotti in Italia (Spaccatini et al, 2019, 2023) hanno dimostrato che questo fenomeno non si limita ai casi di violenza sessuale estrema, ma si verifica anche in situazioni come le molestie di strada e le molestie online. Le vittime di queste forme di violenza tendono ad essere biasimate maggiormente quando il loro aspetto è percepito come "sessualizzato".

[13] Tra i modelli più rilevanti dello studio di questo fenomeno c'è la "Teoria del Mondo Giusto" (Lerner, 1980) che si basa sull'assunto secondo cui gli individui hanno bisogno di credere che il mondo sia un luogo equo e prevedibile, dove gli eventi negativi capitano solo a chi, in qualche modo, se li è meritati.

CAPITOLO 2

RUOLO DEI MEDIA, STRATEGIE COMUNICATIVE E CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE

2.1 La narrazione della violenza di genere nei media

Le credenze associate ai miti dello stupro vengono frequentemente analizzate considerando come la loro accettazione, sia a livello sociale che individuale, contribuisca significativamente a creare una cultura incline alla violenza sessuale (Porat et al., 2024). Sul piano sociale tali culture di violenza riducono lo status e l'agency delle donne mentre, a livello personale, rafforzano atteggiamenti e convinzioni distorte sulle donne e sulla violenza contro di esse (Kahlor & Eastin, 2011). Queste forme di vittimizzazione vengono sostenute e amplificate dai meccanismi sociali che si riflettono nel linguaggio, tramite il quale le istituzioni e i diversi agenti sociali le rappresentano promuovendo, di fatto, una tolleranza sistematica verso le dinamiche che ne sono alla base (Priulla, 2013; Saccà, 2021). Nelle realtà mondiali odierne, il fenomeno della violenza di genere ha raggiunto una grande visibilità e di conseguenza i media, in virtù della loro elevata accessibilità e pervasività nella vita quotidiana, sono diventati i canali privilegiati per la trasmissione di informazioni e modelli culturali, assumendo così una responsabilità sociale (Saccà, 2021). Infatti, oltre ai principali nuclei di socializzazione come la famiglia e la scuola (Guizzo & Cadinu, 2021), molti degli apprendimenti avvengono per via mediatica, televisione, riviste, pubblicità, stampa, film, video, fino ai videogiochi; tutti veicolano precise rappresentazioni (Abbatecola & Stagi, 2017). Attraverso la selezione e l'omissione di informazioni, i media giocano un ruolo cruciale nel modellare e orientare l'opinione pubblica. Tuttavia, non sempre riescono ad offrire una rappresentazione accurata dei fenomeni e, nel caso della violenza di genere, spesso rimandano narrazioni distorte, che ledono la dignità delle donne, alimentano i pregiudizi e rafforzano gli stereotipi (Saccà, 2021). Per esempio, è stato ipotizzato che la persistenza dei miti sullo stupro nella società possa essere facilitata dalla prevalenza degli stessi in televisione. A sostegno di questa ipotesi, citiamo i risultati dello studio "Television's Role in the Culture of Violence Toward Women" (Kahlor & Eastin, 2011), dai quali emerge che il consumo televisivo generale è correlato in modo significativo alla sovrastima delle false accuse di stupro e all'accettazione del mito sullo stupro. Specificatamente, sono emerse relazioni positive tra la visione di soap opera e credenze

di primo e secondo ordine[14]. Altri studi si sono concentrati sugli effetti dell'esposizione a rappresentazioni di stupro nei film mainstream. Da queste ricerche emergono relazioni significative e positive tra l'esposizione a contenuti sessualmente violenti e l'accettazione della violenza contro le donne, oltre che con la probabilità auto-riferita degli uomini di stuprare (Malamutth & Check, 1981). Inoltre, per quanto riguarda il legame tra contenuti mediatici su schermo (televisione) e convinzioni di genere, tre meta-analisi di studi sperimentali e non, hanno confermato una costante associazione tra l'esposizione frequente alla televisione e le convinzioni maggiormente stereotipate sui ruoli di genere (Herrett-Skjellum & Allen, 1996; Morgan e Shanahan, 1997; Oppliger, 2007). Ribadiamo, dunque, che i media svolgono un'importante funzione socializzante, contribuiscono a plasmare sistemi di rappresentazione e atteggiamento influenzando comportamenti, credenze e sancendo ciò che è considerato socialmente accettabile/desiderabile. Come modelli dell'agire sociale, i media influiscono sulla nostra percezione del mondo selezionando ed enfatizzando le informazioni attraverso lo stile, il contenuto del linguaggio e le immagini utilizzate (Volpato, 2013, 2022). Essi costituiscono un riflesso della realtà che, seppur fedele, ne risulta al contempo deformante, poiché le immagini proposte sono frutto di uno specifico processo di costruzione basato sulle idee dominanti presenti nella società (Mininni, 2004, p. 69).

Il progetto "Stereotipo e Pregiudizio" (acronimo STEP; Saccà, 2021)[15] condivide l'idea che le modalità con cui si affronta il tema della violenza di genere incidono sulla rilevanza sociale e sulla percezione comune del fenomeno. La stampa italiana contribuisce, seppur involontariamente, al mantenimento di un contesto socio-culturale che impatta sulla violenza degli uomini contro le donne. Sebbene nell'ultimo decennio si sia osservata una maggiore visibilità, nonché un'accresciuta sensibilità e consapevolezza collettiva verso la violenza e le discriminazioni di genere, continua a persistere una rappresentazione erronea di tali fenomeni e una raffigurazione fortemente stereotipata e discriminatoria delle donne che ne sono vittime. Attraverso un'analisi di 16.715 articoli pubblicati dalla stampa italiana sulla violenza maschile contro le donne, tra il 1° gennaio 2017 e il 31 dicembre del 2019, sono stati evidenziati i risvolti sociali e

[14] Con "credenze di primo ordine" lo studio identifica la sovrastima delle false accuse di stupro, mentre con "credenze di secondo ordine" l'accettazione dei miti sullo stupro.

[15] Il progetto STEP (*Stereotipo e pregiudizio. Per un cambiamento culturale nella rappresentazione di genere in ambito giudiziario, nelle forze dell'ordine e nel racconto dei media*), è realizzato dall'Università della Tuscia in collaborazione con l'Associazione Differenza Donna. Si inserisce nell'ambito dei progetti per la prevenzione e contrasto alla violenza alle donne, finanziati dal Dipartimento per le Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

culturali del linguaggio utilizzato per raccontare la violenza e i principali reati connessi (come stalking, violenza sessuale, maltrattamenti domestici, femminicidi). L'ampiezza di questa indagine ha permesso di individuare "i bias e le dinamiche" con cui i giornali contribuiscono al perpetuarsi di quei rapporti di dominio simbolici che, sancendo aspettative di genere e forme di controllo sociale, ancora espongono le donne a contesti di violenza, soprattutto per quanto concerne l'autodeterminazione personale e sessuale. Dall'analisi dei contenuti emersi, si possono elencare cinque modalità di narrazione principali:

1. uno squilibrio nella rappresentazione di vittime e carnefici. Sebbene sia noto che gli autori della violenza sulle donne sono prevalentemente uomini, la narrazione giornalistica si concentra principalmente sulla figura femminile, marginalizzando quella maschile. Il risultato è una narrazione priva di colpevoli, che oscura la relazione tra maschile e violenza.
2. la deresponsabilizzazione dell'autore della violenza. Tale tendenza contribuisce di fatto a rendere socialmente accettabili gli abusi sulle donne e si basa principalmente su tre frame[16]: la lite familiare, la gelosia e il raptus. La responsabilità maschile viene attenuata attribuendo la violenza alla natura deviante del suo autore o alla condotta della vittima. Di conseguenza, la violenza è presentata non come una scelta consapevole di colui che l'ha perpetrata, ma come espressione della sua natura "mostruosa". Ad esempio, negli articoli che raccontano la violenza attraverso il frame della gelosia, si riscontra che gli aggettivi maggiormente associati alla parola "uomo" sono: "violento, pazzo, perfetto, capace, mite, meraviglioso e gentile", tutte espressioni che restituiscono l'immagine di un carnefice che però, al contempo, è vittima dell'incapacità di gestire il proprio impeto. È così che la brutalità maschile viene percepita come un gesto malato e irrazionale, invece che come espressione di una struttura sociale basata su rapporti di potere diseguali;
3. la negazione della soggettività femminile. Mentre gli aspetti caratteriali dell'aggressore costituiscono l'elemento descrittivo dominante, quando si parla della vittima l'attenzione della stampa si concentra maggiormente sul suo status anagrafico (giovane, straniera, italiana, etc.) e familiare (sposata, incinta,

[16] La parola inglese "frame" può essere tradotta con il corrispettivo italiano "cornice". Scegliere il frame significa scegliere il tipo di inquadratura della posizione che si intende sostenere perché essa risalti sotto una specifica luce (Lotto e Rumiati, 2007).

separata, etc.). Inoltre, nella descrizione femminile emerge un costante richiamo all'aspetto esteriore, elemento quasi totalmente assente nella descrizione degli uomini. Della vittima si tende a raccontare principalmente il suo essere giovane, bella, moglie, madre o incinta, non riconoscendole una piena soggettività e autonomia. Anche la tendenza a riferirsi alle vittime chiamandole solo con il nome di battesimo non fa che sottolineare la condizione subordinata della donna (ricordiamo il "Caso Pamela");

4. la normalizzazione della violenza. Nonostante le diverse forme di violenza di genere riconosciute, i quotidiani sembrano interessarsi essenzialmente alla violenza fisica e persecutoria. Questa identificazione limita la violenza al mero piano fisico, riconosciuta solo quando si presentano ferite visibili o lesioni gravi. Vi è uno squilibrio tra la frequenza dei vari reati e la loro copertura mediatica: l'attenzione della cronaca è diretta su quegli eventi che, interrompendo la quotidianità della vita sociale, vengono ritenuti meritevoli di visibilità collettiva; mentre, se i maltrattamenti non comportano conseguenze estreme o degne di nota tendono ad essere trascurati. Secondo l'approccio teorico dell' "Agenda Setting" il modo in cui i fruitori della comunicazione definiscono le questioni più importanti e i problemi più urgenti, è il risultato di un processo influenzato dall'enfasi e dallo spazio che i mezzi di comunicazione riservano per ogni notizia. Lo spazio in più occupato da un tema rispetto agli altri plasma anche l'ordine di priorità che i singoli individui riservano a tali tematiche. Questo processo può condizionare la percezione di che cosa è importante e di che cosa invece non lo è; insomma, non è tanto l'avvenimento accaduto a essere rilevante, quanto l'enfasi utilizzata nella sua descrizione (Cavazza, 2006). Il risultato è che la violenza perpetrata nel contesto delle relazioni di intimità non viene percepita come problema sociale e finisce inevitabilmente per essere normalizzata. Interpretare la violenza come semplice litigio o dinamica di coppia, equivale a colpevolizzare entrambi i protagonisti e a normalizzare i comportamenti violenti, deresponsabilizzando l'aggressore e perpetuando il pregiudizio culturale secondo cui la violenza maschile contro partner femminili è una dinamica ordinaria di coppia;
5. una narrazione prevalentemente episodica della violenza. Si riscontra una tendenza comune a rappresentare la violenza come fenomeno episodico, limitato al contesto familiare o privato. Così, spesso, la violenza di genere viene

presentata come una questione che riguarda soltanto l'autore e la sua vittima. La violenza non viene inquadrata nella più ampia cornice socioculturale, politica e legislativa e, di conseguenza, si annullano i contenuti sociali dell'aggressività che non viene considerata in termini di squilibrio di potere.

2.2 L'oggettivazione sessuale nei media

Nell'attuale struttura sociale dominante, la supremazia degli uomini è considerata giusta e naturale. Un modo in cui tale dominio viene mantenuto è attraverso la violenza, che funge da strumento di repressione e subordinazione. Un'interiorizzazione della subordinazione può essere intesa in termini di oggettivazione (Kahlor & Eastin, 2011), dunque non si può omettere dal discorso una digressione sulle rappresentazioni stereotipiche del maschile e del femminile come se non avessero nulla a che fare con la violenza (Magaraggia, 2015). Moltissime sono le indagini che confermano quanto i media influenzano i processi di sessualizzazione e oggettivazione. Tali processi facilitano l'accettazione degli stereotipi di genere e la messa in atto di comportamenti inappropriati che vanno dalle molestie, alle aggressioni, alla violenza sessuale (Volpato, 2013, 2022). Oltre all'accento posto sulle caratteristiche fisiche delle donne, le ricerche sui media rivelano anche una rappresentazione femminile stereotipata/discriminante rispetto a quella maschile e lo scarto esistente tra le immagini femminili veicolate dai media e la vita, varia e diversificata delle donne, nella realtà (Priulla, 2013). Le analisi di film, annunci pubblicitari, programmi televisivi, video e quotidiani concordano nel mostrare la pervasiva oggettivazione del corpo femminile[17]. Nei media, soprattutto nei settori della pubblicità, dell'informazione e dello spettacolo, le donne vengono presentate come oggetti sessuali molto più frequentemente degli uomini e il messaggio diffuso porta ad accettare la focalizzazione sul corpo piuttosto che su altri aspetti che definiscono la donna come persona intera (Fredrickson & Roberts, 1997; Guizzo & Cadinu, 2021; Priulla, 2013; Volpato, 2013, 2022). Vengono presentate donne giovani, belle, seducenti, magre, con corpi perfetti e sezionati che finiscono per coincidere con l'ideale di bellezza fisica riconosciuta dalla società (Priulla, 2013, 2022).

Quando vengono oggettivate, le donne sono trattate come corpi che esistono per l'uso e il piacere degli altri. Infatti, secondo quanto sostenuto dalla Teoria dell'oggettivazione (Fredrickson & Roberts, 1997), l'oggettivazione sessuale è una forma di riduzione al corpo che comporta una "frammentazione": invece di valutare una persona nella sua

[17] Per una rassegna si veda il "Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls", 2007.

completezza, ci si concentra sul suo corpo, su parti di esso o sulle funzioni sessuali, che vengono separate dalla persona e ridotte a meri strumenti per l'uso e il godimento dell'osservatore. Tale focalizzazione sull'aspetto fisico fa si che le donne siano ritenute scarsamente dotate di capacità mentali, di competenza, di integrità, di autonomia e di soggettività. Un modo in cui l'attenzione dei media visivi al corpo femminile viene quantificata è in termini di prominenza facciale: il fenomeno del "face-ism" influenza le diverse inquadrature che nei media vengono fatte di uomini e donne. Nelle rappresentazioni visive, i target caratterizzati da maggiore status e potere sono tipicamente inquadrati con un primo piano (alta prominenza facciale), mentre i target a basso status sono rappresentati a figura intera (bassa prominenza facciale). Le donne sono tipicamente raffigurate con una spiccata enfasi sul corpo, mentre vi è un maggior focus sul volto degli uomini. Tale differenza riflette l'impatto degli stereotipi di genere che assegnano maggiore intelligenza, indipendenza e capacità di imporsi agli uomini piuttosto che alle donne (Rumiati & Lotto, 2007)[18]. Le donne in televisione parlano meno, appaiono meno in ruoli principali o professionali, e soprattutto nei quiz televisivi hanno maggiori probabilità di essere svestite ed utilizzate come meri accessori, rispetto all'immagine del conduttore maschio "competente" e completamente vestito (Glascock, 2001; Zanardo et al, 2009). L'oggettivazione sessuale riduce le donne ad oggetti di consumo, uguali ed interscambiabili, ne nega l'individualità e le priva delle caratteristiche costitutive dell'umanità. Ciò comporta pesanti conseguenze personali e sociali nella vita delle donne, non solo influisce negativamente sul benessere individuale, ma contribuisce al rafforzamento della disuguaglianza di genere e alla diffusione di atteggiamenti sessisti (Volpato, 20213, 2022). Secondo quanto riportato nell'articolo "Women, not objects" (Guizzo & Cadinu, 2021), le rappresentazioni degradanti delle donne nei media hanno conseguenze e possono influenzare i comportamenti reali degli spettatori. Per meglio illustrare come i media possano influire su tali comportamenti, le autrici fanno riferimento alla Teoria del Priming: i contenuti dei mass media rendono salienti atteggiamenti e norme, che a loro volta attivano associazioni e schemi correlati che incidono sul comportamento nel mondo reale.

[18] Un altro modo in cui i mass media possono perpetuare gli stereotipi di genere è attraverso lo "Spatial Agency Bias", un'asimmetria spaziale legata alla direzione della scrittura. Nelle culture in cui il linguaggio è scritto da sinistra a destra, è stata osservata la tendenza a preferire tutte le azioni che si volgono secondo questa stessa direzione. Per esempio, le donne generalmente vengono rappresentate più spesso degli uomini sulla destra o con un profilo che guarda verso sinistra, suggerendo una posizione "più passiva" (Rumiati & Lotto, 2007).

Sono stati individuati due percorsi attraverso i quali i media oggettificano sessualmente le donne: il primo è attraverso il ruolo assegnato alle donne, che include una forte enfasi sui loro corpi, aspetto e sensualità, insieme a una tendenza ad usarle spesso come elementi decorativi per attirare l'attenzione. Questo percorso comunica l'idea che le donne siano apprezzate principalmente per come appaiono i loro corpi, piuttosto che per chi sono o cosa sanno. Il secondo percorso si realizza attraverso gli scambi verbali e comportamentali di coloro che interagiscono con le donne; questa via trasmette il messaggio che è normale sminuire e molestare le donne, definendo così come dovrebbero essere trattate (Galdi et al., 2014, 2017; Gervais & Eagan, 2017). A sostegno di questa affermazione, alcuni autori (Kim et al., 2007) hanno scoperto che il messaggio più frequente trasmesso dalle sitcom e dai drammi americani in prima serata, riguardava gli uomini e il modo in cui pensano, sentono e si comportano nelle relazioni romantiche e sessuali. Secondo questo messaggio, essere iniziatori sessuali, esibire attivamente abilità sessuali e accumulare esperienza sessuale con le donne, sono le componenti importanti, desiderabili e persino necessarie della mascolinità. I risultati indicano anche che uno dei modi più comuni in cui i programmi televisivi collegano la sessualità alla mascolinità è attraverso l'oggettivazione sessuale delle donne. Sguardi oggettivanti[19], valutazioni e giudizi sull'aspetto sono tutti comportamenti che nei media vengono descritti come giocosi e irrilevanti, pertanto anche quando i media ritraggono identità maschili, non solo definiscono come gli uomini dovrebbero essere e comportarsi, ma anche come dovrebbero trattare le donne (Kim et al., 2007). Attraverso questi due percorsi, i media sessualmente oggettivanti diventano un potente strumento che fornisce i materiali che contribuiscono a plasmare la cultura (Galdi & Guizzo, 2021).

2.3 Sessismo ostile e benevolo

Sono numerosi gli studi che dimostrano come, rispetto agli uomini esposti a contenuti neutri, quelli esposti a immagini sessualmente oggettivati hanno maggiore probabilità di sostenere miti e atteggiamenti sullo stupro che legittimano la violenza e le molestie sessuali (Dill et al., 2008; Aubrey et al., 2011; Driesmans et al., 2015; Bernard et al., 2018). È stato sottolineato, inoltre, come i partecipanti maggiormente esposti, riportino livelli più elevati di comportamento molesto di genere (Rudman & Borgida, 1995;

[19] Lo sguardo oggettivante può essere definito come un'analisi approfondita delle parti del corpo di una persona (Maass et al., 2013).

Hitlan et al., 2009); comportamenti più aggressivi nei confronti del genere e maggiore approvazione di atteggiamenti sessisti ostili (Rollero, 2013).

Nel libro "Psicologia del maschilismo" (Volpato, 2013, 2022) il sessismo viene definito come "un insieme di idee pregiudizievoli e di pratiche discriminatorie basate sull'appartenenza di genere; […] una costruzione sociale, antica ed arbitraria". L'ideologia sessista mira a legittimare la superiorità maschile mediante un potente sistema di credenze che si articola in due forme diverse e complementari: la prima è quella del sessismo ostile, che può essere definito come "un'ostilità palese e un pregiudizio negativo verso le donne" (Glick & Fiske, 1996) e che si basa sull'affermazione della naturale inferiorità delle donne e sull'aperta ostilità verso la parità di genere (Volpato, 2013, 2022); il sessismo benevolo, invece, si esprime in modi più sottili riconoscendo alle donne una serie di qualità positive e definendole "creature da proteggere" (Volpato, 2013, 2022). Quest'ultima è una forma di sessismo socialmente più accettata e costituita "*da un'insieme di atteggiamenti interrelati verso le donne che sono sessisti relativamente ad una visione delle donne stereotipate e in ruoli rigidi e limitati, ma che sono soggettivamente positivi nel tono emotivo […]"* (Glick & Fiske). I sessisti moderni spesso credono genuinamente di essere a favore dell'uguaglianza e non si accorgono di trattare comunque in modo differenziato le persone in base al genere (Volpato, 2013, 2022). Ad oggi, nonostante i cambiamenti nella struttura economica, nell'assetto sociale e nelle concezioni ideologiche abbiano prodotto la progressiva diminuzione delle espressioni di aperto disprezzo verso le donne, il pregiudizio nei loro confronti continua ad esistere (Volpato, 2013, 2022). È stato dimostrato che il sessismo ostile predice diversi tipi di molestie sessuali, tra cui comportamenti di molestia di genere e intenzioni di coercizione sessuale[20]. Si è inoltre dimostrato che il sessismo ostile media la relazione tra il consumo dei media sessualmente oggettivanti e l'accettazione della violenza contro le donne (Guizzo & Cadinu, 2021).

2.4 Molestie sessuali

Appare chiaro che la dimensione culturale e l'ambiente in cui proliferano le molestie sessuali sono legati anche ai mass media (e.g., Guizzo & Cadinu, 2021). Nell'articolo "Media-Induced Sexual Harassment (MisH)" (Galdi & Guizzo, 2021) vengono

[20] La propensione degli uomini a molestare è generalmente valutata attraverso la Likelihood of Sexual Harassment Scale (LSH, Pryor 1987).

esaminate le prove empiriche che collegano i media sessualmente oggettivanti sia con le molestie sessuali verso le donne, sia con la violenza sessuale in generale. Il framework MisH postula che i media sessualmente oggettivanti contribuiscano a normalizzare i comportamenti molesti, spingendo i potenziali autori ad aderirvi. Aumentano inoltre la tolleranza delle vittime verso tali comportamenti, dissuadendo i bystanders dall'accorgersi che si sta verificando una molestia e dall'intervenire in difesa della vittima. Le molestie sessuali sono sia una forma di aggressione contro le donne, sia una forma di discriminazione di genere e rappresentano un problema sociale serio e diffuso. L'articolo n. 40 della Convenzione di Istanbul (2011) definisce la molestia sessuale come *"un qualsiasi comportamento indesiderato*[21]*, verbale, non verbale o fisico, di natura sessuale con lo scopo o l'effetto di violare la dignità di una persona, segnatamente quando tale comportamento crea un clima intimidatorio, ostile, degradante, umiliante o offensivo"*. La molestia è, infatti, considerata parte del continuum della violenza sessuale (McMahon & Banyard, 2012; Kelly, 1987; Leidig, 1992; Osborne, 1995; Stout, 1991) ed è stato affermato che può comportare le stesse gravi conseguenze fisiche e psicologiche, persino lavorative, che si presentano per le vittime di altre forme di violenza sessuale, come lo stupro e l'aggressione sessuale (Bell & Naugle, 2008; Campbell, 2002; Fitzgerald et al., 1997; Willness et al., 2007).

La psicologa statunitense Louise Fitzgerald (1990) è stata una tra le prime esperte a studiare le molestie sessuali, delle quali individua tre tipologie principali:

- la coercizione sessuale, che in questa classificazione rappresenta la forma più grave di molestia (Maass et al., 2013), avviene in situazioni di disparità di potere nelle quali il potere è utilizzato per ottenere favori sessuali. Questo tipo di molestia include minacce, tangenti, ricatti, aggressioni fisiche con lo scopo di ottenere cooperazione sessuale (Galdi & Guizzo, 2021; Guizzo & Cadinu, 2021; Romito et al., 2017);
- le attenzioni sessuali indesiderate, rappresentano un livello di gravità intermedio (Maass, et al., 2013) e si manifestano con comportamenti/gesti, verbali e non, offensivi o non ricambiati, come il contatto fisico indesiderato o proposte insistenti per gli appuntamenti (Galdi & Guizzo, 2021; Guizzo & Cadinu, 2021; Romito et al., 2017);

[21] Non è un comportamento specifico che distingue una condotta molesta da una non molesta, ma il fatto che tale condotta sia sgradita, non ricambiata e considerata inappropriata secondo gli standard sociali condivisi. Infatti, la maggior parte delle definizioni legali includono il concetto di "indesiderato" come uno dei criteri principali per definire la molestia sessuale (Maass et all, 2013).

- le molestie di genere (o misoginia), infine, sono i comportamenti relativamente più miti, ma al tempo stesso maggiormente comuni. Questa tipologia di molestie non è finalizzata ad ottenere favori sessuali, bensì a produrre atteggiamenti offensivi, ostili e denigranti nei confronti delle donne. Tra le molestie di genere si annoverano gli atti sessisti come commenti offensivi ed insulti, osservazioni inappropriate sull'aspetto fisico, umorismo e battute oscene, sguardo oggettivante, allusioni sessuali ed esposizione a materiale pornografico (Galdi & Guizzo, 2021; Guizzo & Cadinu, 2021; Romito et al., 2017).

Sebbene queste forme di molestie sessuali vengano distinte a livello teorico, nella pratica tendono a verificarsi contemporaneamente e chiunque può esserne oggetto, anche se le donne costituiscono il maggior numero delle vittime (Guizzo e Cadinu, 2021). Secondo quanto emerge dal report "Violence against women: an EU-wide survey" (FRA, 2014) circa il 50% delle donne nell'Unione Europea ha subito almeno un episodio di molestia sessuale dall'età di 15 anni. In Italia, invece, secondo quanto emerso da un'indagine ISTAT del 2018, si stima che siano 8 milioni 816mila (43,6%) le donne tra i 14 e i 65 anni che nel corso della vita hanno subito qualche forma di molestia sessuale. Secondo questi dati, gli autori delle molestie a sfondo sessuale sono in larga prevalenza uomini, che si configurano come autori per il 97% delle vittime donne e per l'85,4% delle vittime uomini. Tra le molteplici manifestazioni, le molestie verbali risultano essere la forma più diffusa nel corso della vita (subite dal 24% delle donne e dall'8,2% degli uomini), mentre le molestie con contatto fisico sono state subite nel corso della vita dal 15,9% delle donne e dal 3,6% degli uomini. Per la maggior parte, queste seconde forme di molestia sono perpetuate da estranei o conoscenti e, per le donne, avvengono più frequentemente sui mezzi di trasporto pubblici. Relativamente alla ricerca sulle molestie, uno degli interrogativi principali a cui gli studiosi hanno cercato di dare una risposta, indaga come sia possibile che le persone continuino a perpetuare tali comportamenti contro-normativi e talvolta illegali. La ricerca ha dunque individuato tre motivazioni che sembrano essere alla base del coinvolgimento nelle molestie sessuali: desiderio di eccitazione/soddisfazione sessuale, bisogno di potere e dominio e rafforzamento/protezione dell'identità di genere. Queste tre diverse motivazioni di sesso, potere o protezione possono portare gli uomini a scegliere diversi tipi di vittime e, forse, anche diverse forme di molestia (Maass et al., 2013). La diffusa prevalenza delle molestie sessuali risulta problematica non solo per le conseguenze personali e istituzionali che ne derivano, ma anche perché la molestia è in genere un

precursore di forme gravi di violenza sessuale. Questa consapevolezza suggerisce che per ridurre il fenomeno, comprese le sue forme più gravi, dovremmo anche investire sforzi nell'affrontare le molestie sessuali (Galdi e Guizzo, 2021).

CAPITOLO 3
UN PROGETTO DI RICERCA

3.1 Uomini e prevenzione primaria

Porre fine alla violenza di genere è una priorità globale (Nazioni Unite, 2010) e, considerati gli elevati e persistenti tassi di violenza contro le donne, sono inevitabilmente aumentate, sia a livello nazionale che internazionale, le richieste di sviluppare e implementare programmi di prevenzione primaria. Dal punto di vista della salute pubblica, le strategie di prevenzione possono essere classificate su tre livelli (OMS, 2010):

- La prevenzione primaria, ovvero un insieme di approcci che "mirano a prevenire la violenza prima che si verifichi" e che quindi possono scongiurare la perpetrazione della violenza, la vittimizzazione o entrambe (Porat et al., 2024).
- La prevenzione secondaria, costituita da approcci che "si concentrano sulle risposte più immediate alla violenza (l'assistenza pre-ospedaliera, i servizi di emergenza, il trattamento delle infezioni sessualmente trasmissibili dopo uno stupro)".
- La prevenzione terziaria, strutturata attraverso una serie di approcci che "si concentrano sull'assistenza a lungo termine a seguito della violenza (la riabilitazione e la reintegrazione)". L'obiettivo è quello di attenuare il trauma o ridurre la disabilità associata alla violenza e prevenire la recidiva.

Negli ultimi decenni, la pratica di prevenzione della violenza si è evoluta, passando da approcci meramente strumentali, focalizzati su un target esclusivamente femminile, ad approcci trasformativi di genere[22] che cercano di modificare le relazioni, le norme e i sistemi che sostengono la disuguaglianza e la violenza (Jewkes et al., 2015). Si è quindi verificato un rilevante "spostamento" degli obiettivi: da una prevenzione prettamente terziaria, si è cominciato ad investire su quella primaria che, targata a livello della popolazione (Graffunder et al., 2011), mira a cambiare atteggiamenti, convinzioni e conoscenze (Porat et al., 2024). Il target degli interventi di prevenzione può essere: universale, quando gli interventi sono indirizzati alla popolazione in generale e tutti possono trarne beneficio; selettivo, quando gli interventi sono pensati per target di

[22] Il termine "Gender-trasformative" è stato coniato nel 2000 da Geeta Rao Gupta per indicare i programmi volti alla trasformazione delle norme di genere e alla promozione di relazioni più eque tra uomini e donne (Jewkes et al., 2016; Casey et al., 2018).

popolazioni a rischio ed indicato, quando gli interventi sono specifici per individui che presentano segni precoci e rilevanti del problema (Chamberlain, 2008; O'Connell et al., 2009). Definire uno specifico target e stabilire messaggi chiari sul comportamento che si intende modificare è fondamentale per garantire che una campagna di prevenzione sortisca l'effetto sperato (Guizzo & Cadinu, 2021). Ne consegue che, per la violenza interpersonale, i messaggi persuasivi dovrebbero riguardare entrambi i protagonisti, l'aggressore e la vittima (Moreno Martin et al., 2020). Un aspetto "innovativo" degli approcci di prevenzione primaria sta proprio nel fatto che questi si concentrano non solo sulle potenziali vittime di violenza[23], ma anche sui potenziali autori (Krug et al., 2002; McMahon et al., 2000) con l'idea che, riducendone il numero, si otterranno riduzioni significative dei comportamenti violenti (DeGue et al., 2012). Quindi, specificatamente per la violenza contro le donne, è ampiamente accettata la necessità di raggiungere gli uomini e lavorare con loro[24] poiché, anche se non tutti gli uomini sono autori di violenza, hanno comunque un ruolo da svolgere nell'aiutare ad arginare il problema.

L'uso della violenza sulle donne è uno strumento di potere accordato agli uomini in molti ambiti e, sebbene esistano diversi modi di essere uomo (mascolinità multiple) all'interno della società, mostrare frequentemente dominio e controllo sulle donne fa parte dell'insieme dei comportamenti maschili riconosciuti come un ideale sociale condiviso (Jewkes et al., 2015). L'approvazione della mascolinità tradizionale non è solo associata al rischio di perpetuare la violenza, ma è anche correlata ad una mancanza di fiducia nell'intraprendere azioni che potrebbero interrompere o prevenire la violenza stessa (Allen, 2010). Anche gli uomini che personalmente non condividono le idee tradizionali sulla mascolinità possono esserne condizionati; alcuni uomini riferiscono come l'idea di intervenire nel comportamento irrispettoso o violento di un altro uomo nei confronti di una donna venga spesso accantonata nel timore di essere etichettati come "deboli" dai coetanei maschi (McMahon & Dick, 2011).

Negli ultimi anni si è assistito ad una crescente diffusione di programmi e strategie finalizzati al coinvolgimento degli uomini nella prevenzione della violenza. Tali iniziative, che spaziano dalla sensibilizzazione alla promozione di attività educative, mirano a mettere i maschi al centro del dibattito pubblico sulla violenza di genere, riconoscendo come la mascolinità tradizionale e le norme sociali spesso siano implicite

[23] Quando si parla di relazioni eterosessuali violente, avere come target unicamente le donne rischia di veicolare l'idea di una responsabilità unicamente femminile e che gli uomini abusanti non possano disimparare la violenza, ma siano destinati a rimanere tali.

[24] Convenzione di Istanbul, art 12 c.4.

nella perpetrazione della violenza (Casey et al., 2018; Jewkes et al., 2015). Mettere gli uomini al centro del discorso pubblico sulla violenza di genere, significa riconoscerne il ruolo attivo nel processo di de-costruzione della mascolinità egemonica (Magaraggia, 2015); un processo che passa attraverso il modellamento di comportamenti non violenti ed il riconoscimento delle responsabilità condivise tra i propri pari rispetto a comportamenti sessisti o abusivi (e.g., Flood, 2005). Tuttavia, il raggiungimento di tale obbiettivo necessita di un'attenta riflessione su come fare appello alla popolazione maschile media[25] evitando di rafforzare le nozioni di genere. Rispetto a questo, sono ancora pochi gli studi che affrontano la questione e, tra questi, è opportuno citare Erin Casey (2010), che ha condotto un lavoro qualitativo raccogliendo le testimonianze di uomini già inseriti in organizzazioni o gruppi contro la violenza. Da quanto emerso, secondo gli intervistati, le strategie più efficaci di coinvolgimento sono quelle che si rivolgono agli uomini in termini positivi; gli intervistati suggeriscono che per gli uomini, essere descritti esclusivamente come "fonte del problema", può portarli a sentirsi ingiustamente incolpati e a mettersi sulla difensiva.

Anche altri studi concordano nel suggerire l'utilizzo di strategie di coinvolgimento positivo che si rivolgano agli uomini quali attori aventi un ruolo critico da svolgere.

3.2 Media e prevenzione

Secondo la Convenzione di Istanbul, le strategie di prevenzione non possono prescindere da un'intervento sulla comunicazione pubblica e mediatica; infatti, l'art 17 c.1 prevede la partecipazione del settore privato e dei mass media all'elaborazione e attuazione di politiche, linee guida e norme di autoregolamentazione per prevenire la violenza di genere.

Dalle valutazioni delle campagne educative sulla violenza domestica proposte dai media, riportate da Campbell e Manganello (2006), emerge un sostegno nel credere che una campagna mediatica ben progettata e su misura possa effettivamente cambiare gli atteggiamenti e forse avere qualche effetto sul comportamento. Inoltre, uno studio di Guizzo e Cadinu (2021) suggerisce che un uso costruttivo dei mass media per diffondere messaggi sensibilizzanti, può aiutare a ridurre la diffusione di atteggiamenti sessisti ostili, come comportamenti molesti di genere e intenzioni di coercizione sessuale.

[25] Con l'espressione "uomini medi" Casey (2010) fa riferimento agli uomini che attualmente non considerano la violenza contro le donne come un problema rilevante per le loro vite.

Quando si pianifica una campagna innovativa sui problemi della violenza contro le donne, al fine di inquadrare il problema in una cornice accettabile, bisogna avere ben presente cosa potrebbe motivare il pubblico target a impegnarsi per fermare la violenza; quali potrebbero essere i possibili ostacoli all'intervento e come il pubblico intende la violenza.

3.3 La descrizione del progetto di ricerca

Da queste evidenze e dalla necessità di ampliare la letteratura di stampo quantitativo, è nato uno studio sperimentale condotto presso l'Università degli Studi di Padova (tesi di laurea di Rossella Garrasi, Cesare Rocchi e Gaia Trevisan, 2024). Il team ha strutturato il lavoro su una domanda di ricerca che intende indagare come aumentare l'efficacia dei messaggi contro la violenza di genere in campagne pubblicitarie che si rivolgono alla popolazione maschile. Il presente progetto poggia le proprie basi in parte sull'"effetto framing" (Tversky & Kahneman, 1981), secondo il quale il modo in cui un determinato messaggio viene proposto è cruciale nel determinare la percezione che il destinatario avrà dello stesso. Nell'ottica della sensibilizzazione alla violenza di genere per un target maschile, il messaggio può essere veicolato da un frame che si potrebbe definire negativo, ovvero che sottolinea la dannosità delle azioni e la responsabilità della popolazione maschile (e.g., "*gli uomini sono i principali responsabili della violenza di genere"*), oppure da un frame che si potrebbe definire positivo che identifica gli uomini nell'ottica di agenti che attivamente possono contrastare il problema (e.g., "*gli uomini possono fare molto per contrastare la violenza di genere"*).

Le ipotesi di ricerca partono dal presupposto che i messaggi anti-molestie che si rivolgono ad un pubblico maschile attraverso un frame positivo miglioreranno le credenze, le intenzioni ad agire e i livelli di commitment dei partecipanti; mentre i messaggi anti-molestie che si rivolgono ad un pubblico maschile attraverso un frame negativo peggioreranno le credenze, le intenzioni ad agire e i livelli di commitment dei partecipanti.

Il progetto è stato approvato dal Comitato Etico del Dipartimento di Sviluppo e Socializzazione dell'Università di Padova ed è stato diffuso come questionario self-report ad un campione di partecipanti esclusivamente maschile.

Il disegno di ricerca prevedeva tre condizioni in cui i vari partecipanti erano esposti alla visione casuale di tre diversi spot pubblicitari, nella stessa lingua e con durata simile: condizione di controllo, condizione con frame positivo, condizione con frame negativo.

Il video della condizione di controllo [26] consisteva in uno spot ambientale sulla sensibilizzazione al riciclo della plastica e quindi affronta una tematica di rilevanza sociale diversa dal tema oggetto dello studio (contenuto neutro). Il video si concludeva con una scritta che recita *"give your garbage another life"*, seguita subito dopo da un'altra: "*ricicla*".

Per le due condizioni sperimentali, invece, è stato scelto di presentare il medesimo video[27] modificandone solamente il frame finale affinché corrispondesse alla condizione di frame positivo o di frame negativo. La dinamica raffigurata nel video si svolgeva su un mezzo pubblico e mostrava la scena di una donna visibilmente a disagio a causa degli sguardi indesiderati di un uomo. Un secondo uomo (il bystander) assisteva alla vicenda e decide di frapporsi tra i due, bloccando così la linea di visuale ed interrompendo la molestia. Alla fine del video, nella condizione "frame positivo" compariva la scritta *"ogni uomo può impedire una molestia"*, mentre in quella negativa *"ogni uomo può smettere di molestare"*. Nel primo caso, il partecipante è spinto ad identificarsi con il bystander, mentre nel secondo il partecipante si immedesima nel molestatore.

Dopo la manipolazione, veniva presentato un item di Manipulation Check sia per assicurarsi che la frase finale dei video, e cioè la manipolazione vera e propria, fosse stata correttamente attenzionata, sia per rafforzare la manipolazione stessa. Quindi, secondo le ipotesi di ricerca, ci si aspettava che il messaggio veicolato da un framing negativo risultasse meno efficace di quello con framing positivo. L'efficacia ricercata è stata misurata attraverso diverse variabili dipendenti (commitment, emozioni, impressioni, credenze, sessismo e propensione all'aiuto), considerando anche l'effetto dell'interazione di alcuni fattori individuali, quali la desiderabilità sociale, l'orientamento politico e la gender conformity.

I risultati ottenuti hanno confermato solo parzialmente le ipotesi di partenza, ma hanno offerto spunti interessanti. In primo luogo, si è osservato che la desiderabilità sociale non ha interagito significativamente con le variabili di interesse e quindi è stata esclusa dall'analisi. Al contrario, il livello di gender conformity ha mostrato una chiara associazione con molte delle variabili esaminate. Nello specifico, è emerso che un maggiore grado di identificazione con i ruoli di genere, si correla a minori livelli di commitment, emozioni e intenzione all'azione; mentre alti livelli di conformità ai ruoli

[26] https://www.youtube.com/watch?v=yr1lKgYJiJk
[27] https://www.youtube.com/watch?v=UHxAxRYIlfE

di genere si associano a più elevati livelli di sessismo e adesione ai miti sulle molestie. La manipolazione del frame di un singolo messaggio non è sembrata quindi sufficiente a produrre cambiamenti sostanziali. Tuttavia, l'analisi ha mostrato che il frame positivo ha prodotto esiti differenti a seconda del livello di conformismo di genere dei partecipanti, ha promosso comportamenti di aiuto nelle persone con bassi livelli di conformismo ai ruoli di genere, ma ha avuto effetti negativi su chi presenta alti livelli di conformità. Un'altra evidenza riscontrata è che l'effetto della condizione sperimentale è risultato evidente solo sulle prime variabili post-manipolazione, per poi decrescere nelle successive. Nonostante questo limite, le distribuzioni medie suggeriscono comunque dei possibili effetti dovuti al framing: il frame negativo tende a ridurre l'intenzione all'azione, il frame positivo invece sembra generare impressioni più favorevoli e promuove un maggiore coinvolgimento rispetto alla condizione di controllo. Risultati simili sono emersi per il commitment: il frame positivo sembra aver suscitato impressioni più positive rispetto alla condizione di controllo, suggerendo che attribuire responsabilità positiva può stimolare una maggiore partecipazione. Al contrario, la condizione di frame negativo sembra aver peggiorato significativamente i livelli di commitment, suggerendo che l'attribuzione di responsabilità negative può avere effetti controproducenti.

Un aspetto interessante è il ruolo inaspettato del gruppo di controllo, che ha registrato punteggi più alti in termini di emozioni, impressioni e propensione all'aiuto rispetto alle condizioni sperimentali. Questo risultato potrebbe dipendere dal fatto che il materiale proposto al gruppo di controllo (la tutela dell'ambiente) non sia poi così neutro, ma anzi sia emotivamente molto coinvolgente, specialmente per un campione giovane. La maggiore propensione all'aiuto potrebbe essere quindi influenzata da questo tema e non direttamente confrontabile con le altre condizioni.

Questo primo studio presenta inevitabilmente alcuni limiti metodologici, primo tra tutti la forza della manipolazione. La breve durata dello stimolo (una singola frase presentata per pochi secondi alla fine del video), potrebbe non essere stata sufficiente ad influenzare in modo significativo tutte le variabili di interesse. Una manipolazione più prolungata, ma soprattutto presentata fin dall'inizio del video potrebbe portare ad effetti più marcati.

Un ulteriore aspetto da rivedere riguarda la scelta delle variabili dipendenti, sarebbe opportuno escludere le variabili di tratto o, comunque, meno suscettibili al cambiamento

(come sessismo e credenze), per concentrarsi invece su variabili di stato, più sensibili alle condizioni sperimentali.

Ad essere limitante risulta, infine, la composizione del campione che, essendo composto principalmente da maschi eterosessuali, caucasici e under 30, non risulta sufficientemente eterogeneo per avere una visione accurata e generalizzabile del fenomeno.

Le principali modifiche attualmente in fase di progettazione e alle quali ho contribuito riguardano:

a. Le variabili pre-manipolazione. Innanzitutto, si è ritenuto opportuno eliminare la scala di desiderabilità sociale aggiungendo, invece, le variabili di orientamento alla dominanza (SDO) e autoritarismo di destra (RWA).
b. L'ampliamento della condizione sperimentale e il rinforzo della manipolazione. Da una parte, il nuovo disegno di ricerca prevede tre condizioni sperimentali per le quali sono state realizzate tre diverse versioni di uno stesso video. Ogni video è caratterizzato da un focus sui diversi attori del contesto: un framing con perpetrator attivo, un framing con bystander attivo e un framing con vittima attiva; quest'ultimo sottende l'idea che debba essere la donna vittima di violenza a dovervi porre fine. In secondo luogo, a rinforzo della manipolazione, si è scelto di mantenere gli stessi video utilizzati nella prima versione del progetto, modificandone però gli stimoli. Oltre a mantenere il messaggio conclusivo, questo verrà proposto anche come messaggio di apertura, in modo tale che guidi l'interpretazione del video sin dall'inizio. Le frasi proposte sono: *"anche i tuoi sguardi contano"* e "*ogni uomo può impedire una molestia"* (condizione bystander attivo); *"anche i tuoi sguardi contano"* e *"ognuno può smettere di molestare"* (condizione perpetrator attivo); *"tutti gli sguardi contano"* e *"ogni donna può fare qualcosa per interrompere una molestia" (vittima attiva)*.
c. Le variabili post-manipolazione, rispetto alle quali si sta rivedendo attentamente il posizionamento. L'idea è di passare gradualmente dalla valutazione emotiva a quella cognitiva e, su questa linea, inserire la valutazione delle emozioni subito dopo la manipolazione, in modo tale da coglierne un effetto più forte ed immediato. Seguiranno poi gli item sul commitment ed eventualmente sulle impressions, mentre verranno eliminati i miti sulle molestie e il sessismo (ASI). Verranno mantenute la scala di collective action e quella di manipulation check,

con lo scopo di rinforzare ulteriormente la manipolazione. Verranno infine inserite: una domanda comportamentale (per esempio, chiedere ai partecipanti se sono disponibili a lasciare la propria e-mail e ad essere quindi ricontattati); una domanda che chieda ai partecipanti di definire cosa è per loro una molestia; un item che, nello specifico, indaghi la rabbia (per esempio, *"ripensando al video quanto ti sei sentito colpevolizzato/in colpa?"*).

3.4 Ipotesi e Conclusioni

Alla luce delle evidenze emerse nel primo studio e delle modifiche apportate nella nuova progettazione, il prossimo sviluppo della ricerca rappresenta un'evoluzione metodologica significativa, che consente di formulare nuove previsioni sugli esiti e sull'andamento del progetto.

Uno dei cambiamenti principali, che riguarda l'introduzione di tre diverse condizioni sperimentali (il perpetrator attivo, il bystander attivo e la vittima attiva), permette di esplorare l'efficacia differenziata dei framing in base al ruolo che viene enfatizzato nel messaggio. Ogni condizione, infatti, potrebbe avere un impatto diverso a seconda delle caratteristiche psicologiche e sociali dei partecipanti. In particolare, ci si può aspettare che la condizione del bystander attivo generi una risposta più forte e positiva nei partecipanti. Si potrebbe dunque ipotizzare che i partecipanti rispondano meglio a un framing che li incoraggi ad agire direttamente, poiché questo potrebbe stimolare un senso di responsabilità attiva e proattiva, favorendo un comportamento di aiuto prosociale. Gli attori che si identificano come bystander attivi, rispetto a quelli esposti alle altre condizioni, potrebbero sentirsi moralmente coinvolti nell'intervenire in situazioni di violenza di genere, risultando così più ricettivi a prendere impegni concreti (ad esempio, firmare petizioni o partecipare a campagne di sensibilizzazione). Al contrario, la condizione incentrata sul perpetrator attivo potrebbe suscitare una risposta difensiva tra i partecipanti, soprattutto in coloro che si sentono implicitamente coinvolti nel ruolo del molestatore. In un contesto sociale dove i ruoli di genere tradizionali sono ancora fortemente radicati, il framing che pone il focus sul molestatore potrebbe risultare minaccioso, spingendo i partecipanti a negare o minimizzare la propria responsabilità nelle dinamiche di violenza. Ci si potrebbe aspettare, quindi, una resistenza psicologica che non solo non permette un cambiamento di atteggiamento, ma addirittura rafforza convinzioni già esistenti. Infine, la condizione vittima attiva potrebbe sia stimolare una risposta emotiva forte in grado di spingere i partecipanti a

provare empatia, sia alimentare la percezione che la violenza è un problema che riguarda solo le vittime, con la conseguente riduzione della motivazione ad agire. In questo caso, il framing potrebbe rinforzare la narrazione secondo cui le donne sono le uniche responsabili di proteggersi dalla violenza, spostando l'attenzione lontano dal cambiamento delle dinamiche di genere.

Un altro elemento metodologicamente rilevante riguarda la manipolazione rafforzata attraverso un doppio messaggio nel video, pensata per aumentare l'efficacia dell'intervento e ridurre il rischio di un rapido decadimento della manipolazione. Tuttavia, un'esposizione ripetuta al messaggio potrebbe anche portare ad un effetto contrario, soprattutto tra coloro che hanno un'alta adesione ai ruoli di genere tradizionali. L'intento di influenzare le opinioni potrebbe essere percepito come manipolativo, riducendo l'impatto del messaggio e alimentando resistenze psicologiche. In altre parole, i partecipanti con un forte orientamento conservatore o con una marcata adesione ai ruoli di genere tradizionali potrebbero resistere più intensamente al messaggio, riducendo l'efficacia complessiva dell'intervento; mentre quelli con orientamenti più progressisti potrebbero essere più ricettivi alla manipolazione e ai messaggi di sensibilizzazione. Quindi le variabili, come l'orientamento alla dominanza sociale (SDO) e l'autoritarsimo di destra (RWA), risultano cruciali per comprendere la fluttuazione delle risposte individuali. Ci si può aspettare che i partecipanti con alti livelli di dominanza sociale (SDO) o con una forte visione autoritaria (RWA) siano più resistenti ai messaggi che sfidano lo status quo delle gerarchie di genere. L'introduzione di queste variabili potrebbe facilitare l'individuazione dei soggetti maggiormente inclini a rifiutare, o accogliere, i messaggi veicolati dai diversi framing.

Altri fattori che potrebbero influenzare la risposta ai messaggi includono l'esperienza personale con la violenza di genere e l'orientamento politico. È possibile che i partecipanti con esperienze dirette con la violenza rispondano in modo diverso rispetto a coloro che non hanno avuto esperienze simili. In particolare, chi ha vissuto la violenza, o ne è stato testimone, potrebbe essere più recettivo alla condizione bystander attivo, vedendo la violenza come problema immediato ed urgente che richiede un intervento diretto. Al contrario, partecipanti senza esperienze dirette potrebbero percepire la violenza come qualcosa che non li riguardi e rispondere con maggiore distacco soprattutto nella condizione di vittima attiva.

Per quanto riguarda l'orientamento politico, anche quest'ultimo potrebbe influenzare la reazione ai framing. È possibile che i partecipanti con un orientamento politico più

liberale siano maggiormente predisposti a rispondere positivamente ai messaggi che promuovono l'uguaglianza di genere, mentre quelli con una visione conservatrice potrebbero rifiutare i framing che sfidano i ruoli di genere tradizionali, percependoli come un'imposizione esterna alle dinamiche sociali consuete. Questo potrebbe contribuire a una risposta differenziata a seconda dell'affiliazione politica, evidenziando l'importanza di tenere in considerazione queste variabili nel progetto.

Infine, la revisione delle variabili pre- e post-manipolazione, nonché l'introduzione di misure comportamentali, come la disponibilità a essere ricontattati per futuri studi, rappresentano una novità metodologica interessante. Si prevede che la disponibilità dichiarata a partecipare a futuri studi possa fungere da indicatore dell'impegno attivo, sebbene sarà necessario verificare se tale disponibilità si tradurrà effettivamente in un impegno concreto contro la violenza di genere. La risposta emozionale (rabbia, vergogna o empatia) potrebbe mediamente predire la motivazione a intraprendere azioni concrete, come la partecipazione ad attività di sensibilizzazione o la condivisione di contenuti sui social media. In tal senso, il bystander attivo potrebbe risultare particolarmente efficace nel motivare comportamenti pro sociali, grazie alla forte risposta emotiva stimolata dalla condizione.

In conclusione, questo studio si inserisce in un ambito di ricerca di cruciale importanza, ponendosi l'ambizioso obiettivo di definire le modalità di comunicazione più adatte a sensibilizzare la popolazione sul tema della violenza di genere. Seppur con delle giustificabili limitazioni, questo lavoro rappresenta un ulteriore tassello verso la comprensione di come una comunicazione consapevole e calibrata possa, non solo sensibilizzare, ma anche ispirare azioni concrete per contrastare la violenza contro le donne. Le necessarie modifiche in corso d'opera, oltre a riflettere la natura iterativa della ricerca sperimentale, mirano sia a superare le criticità emerse dalla prima versione, che a rendere lo strumento più adatto a rispondere agli obbiettivi di indagine.

Oltre al valore scientifico, lo studio veicola un messaggio sociale forte e necessario: la prevenzione della violenza di genere richiede un'ampia partecipazione della comunità e in particolare quella di uomini e ragazzi (Casey et al., 2018). In un contesto storico in cui l'urgenza di affrontare la violenza di genere è più evidente che mai, la presente ricerca si propone come punto di riferimento nella progettazione di campagne comunicative che non si limitino ad informare, ma che sappiano mobilitare e trasformare.

Bibliografia

Abbatecola, E., & Stagi. L. (2017). *Pink is the new black. Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia.* Rosenberg & Sellier.

Allen, C. T. (2010). *Engaging men in violence prevention: Empirically examining theoretical barriers and catalysts* (Doctoral dissertation). University of South Carolina.

Allport, G. W. (1954). The *nature of prejudice*. Addison-Wesley.

Arcuri, L. (2015). *Due pesi due misure: Come gli immigrati e gli italiani sono descritti dai media*. Giunti.

Arcuri, L., & Cadinu, M. (1998). *Gli stereotipi: Dinamiche psicologiche e contesto delle relazioni sociali*. il Mulino.

Aubrey, J. S., Hopper, K. M., & Mbure, W. G. (2011). Check that body! The effects of sexually objectifying music videos on college men's sexual beliefs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55 (3), 360–379.

Bandura, A. (2016). *Moral disengagement: How people do harm and live with themselves*. Worth Publishers.

Bartky, S. L. (2015). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. Routledge.

Bell, K. M., & Naugle, A. E. (2008). Intimate partner violence theoretical considerations: Moving towards a contextual framework. *Clinical Psychology Review*, 28(7), 1096–1107.

Bernard, P., Legrand, S., & Klein, O. (2018). From bodies to blame: Exposure to sexually objectifying media increases tolerance toward sexual harassment. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(1), 99– 112.

Bourdieu, P. (1998). *La domination masculine*. Seuil. Trad. it. (1998) *Il dominio maschile*. Feltrinelli.

Burt, M. R. (1980). Cultural myths and supports for rape. *Journal of Personality and Social Psychology,* 38(2), 217.

Campbell, J. (2002). Health consequences of intimate partner violence. *The Lancet*, 359(9314), 1331–1336.

Campbell, J. C., & Manganello, J. (2006). Changing public attitudes as a prevention strategy to reduce intimate partner violence. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 13(3-4), 13-39.

Carlini, M. (2024). *La mia parola. La caduta all'inferno e la rinascita di cinque donne vittime di violenza dometica*. Poderosa Edizioni

Carlson, J., Casey, E., Edleson, J. L., Tolman, R. M., Walsh, T. B., & Kimball, E. (2015). Strategies to engage men and boys in violence prevention: A global organizational perspective. *Violence Against Women*, 21(11), 1406-1425.

Casey, E. (2010). Strategies for engaging men as anti-violence allies: Implications for ally movements. *Advances in Social Work*, 11(2), 267-282.

Casey, E., Carlson, J., Two Bulls, S., & Yager, A. (2018). Gender transformative approaches to engaging men in gender-based violence prevention: A review and conceptual model. *Trauma, Violence, & Abuse*, 19(2), 231-246.

Cavazza, N. (2006). *La persuasione*. Il mulino.

Chamberlain, L. (2008). *A prevention primer for domestic violence: Terminology, tools, and the public health approach*. VAWnet: The National Online Resource Center on Violence Against Women.

DeGue, S., Simon, T. R., Basile, K. C., Yee, S. L., Lang, K., & Spivak, H. (2012). Moving forward by looking back: Reflecting on a decade of CDC's work in sexual violence prevention, 2000–2010. *Journal of Women's Health*, 21(12), 1211–1218.

Dill, K. E., Brown, B. P., & Collins, M. A. (2008). Effects of exposure to sex-stereotyped video game characters on tolerance of sexual harassment. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(5), 1402– 1408.

Driesmans, K., Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2015). Playing a videogame with a sexualized female character increases adoles- cents' rape myth acceptance and tolerance toward sexual harassment. *Games for Health Journal*, 4(2), 91–94.

Eagly, A.H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Erlbaum.

Fitzgerald, L. F., Drasgow, F., Hulin, C. L., Gelfand, M. J., & Magley, V. J. (1997). Antecedents and consequences of sexual harassment in organizations: A test of an integrated model. *Journal of Applied Psychology*, 82(4), 578–589.

Flood, M. (2005–2006). Changing men: Best practice in sexual violence education. *Women Against Violence*, 18, 26–36.

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206.

Galdi, S., & Guizzo, F. (2021). Media-induced sexual harassment: The routes from sexually objectifying media to sexual harassment. *Sex Roles*, 84(11), 645-669.

Galdi, S., Maass, A., & Cadinu, M. (2014). Objectifying media their effect on gender role norms and sexual harassment of women. *Psychology of Women Quarterly,* 38(3), 398–413.

Galdi, S., Maass, A., & Cadinu, M. (2017). Defending the victim of sexual harassment: The influence of civil courage and media expo- sure. *Psychology of Women Quarterly,* 41(3), 338–351.

Ganeri, M. (2010). *Pierre Bourdieu, Il dominio maschile*, *1998. Pierre Bourdieu, Il dominio maschile, 1998,* 178-186.

Gelli, B. (2009). *Psicologia della differenza di genere. Soggettività femminili tra vecchi pregiudizi e nuova cultura*. FrancoAngeli.

Glascock, J. (2001). Gender roles on prime-time network television: Demographics and behaviors. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(5), 656–669.

Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The ambivalent sexism inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491–512.

Graffunder, C. M., Cline, R., Lane, K. G. (2011). Primary prevention. In C. M. Renzetti, J. L. Edleson, & R. K. Bergen (Eds), *Sourcebook on Violence Against Women* (pp. 351-367). Sage Publications.

Guizzo, F., & Cadinu, M. (2021). Women, not objects: Testing a sensitizing web campaign against female sexual objectification to temper sexual harassment and hostile sexism. *Media Psychology, 24(*4), 509-537.

Herrett-Skjellum, J., & Allen, M. (1996). Television programming and sex stereotyping: A meta-analysis. *Annals of the International Communication Association*, 19, 157–86

Hitlan, R. T., Pryor, J. B., Hesson-McInnis, M. S., & Olson, M. (2009). Antecedents of gender harassment: An analysis of person and situation factors. *Sex Roles*, 61, 794–807.

Jewkes, R., Flood, M., & Lang, J. (2015). From work with men and boys to changes of social norms and reduction of inequities in gender relations: a conceptual shift in prevention of violence against women and girls. *The Lancet*, 385(9977), 1580-1589.

Kahlor, L., & Eastin, M. S. (2011). Television's role in the culture of violence toward women: A study of television viewing and the cultivation of rape myth acceptance in the United States. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *55*(2), 215-231.

Kelly, L. (1987). The continuum of sexual violence. In J. Hanmer & M. Maynard (Eds.), *Women, violence and social control* (pp. 46–60). Humanities Press International.

Kim, J. L., Sorsoli, C. L., Collins, K., Zylbergold, B. A., Schooler, D., & Tolman, D. L. (2007). From sex to sexuality: Exposing the hetero- sexual script on primetime network television. *Journal of Sex Research*, 44, 145–157.

Krug, E. G., Dahlberg, L. L., Mercy, J. A., Zwi, A. B., & Lozano, R. (Eds.). (2002). *World report on violence and health*. World Health Organization

Leone, G., Mastrovito, T., Polo, C., & Contarello, A. (2010). Una riflessione sull'uso del corpo femminile maturo nella pubblicità. *Questioni sul corpo in psicologia sociale*, 20-31.

Lombardi L. (2005). *Società, culture e differenze di genere: Percorsi migratori e stati di salute*. FrancoAngeli

Maass, A., Cadinu, M., & Galdi, S. (2013). Sexual harassment: Motivations and consequences. *The Sage handbook of gender and psychology*, 341-358.

Magaraggia, S. (2015). Comunicazione pubblicitaria e genere. Le campagne di comunicazione sociale e pubblicitarie contro la violenza e gli stereotipi di genere. *AG About Gender-International Journal of Gender Studies*, 4(8).

Malamuth, N. M., & Check, J. V. P. (1981). The effects of mass media exposure on acceptance of violence against women: A field experiment. *Journal of Research in Personality,* 15(4), 436–446.

McMahon, P. M., Goodwin, M. M., & Stringer, G. (2000). Sexual violence and reproductive health. *Maternal and Child Health Journal*, 4(2), 121–124.

McMahon, S., & Banyard, V. L. (2012). When can I help? A conceptual framework for the prevention of sexual violence through bystander intervention. *Trauma, Violence & Abuse*, 13, 3–14.

McMahon, S., & Dick, A. (2011). Being in a room with like-minded men: An exploratory study of men's participation in a bystander intervention program to prevent intimate partner violence. *The Journal of Men's Studies*, 19(1), 3–18.

Mininni, G. (2004). *Psicologia e media*. Laterza.

Moreno Martín, F., Alvarez, M. J., Alonso, E. A., & Villanueva, I. F. (2020). Campaigns against intimate partner violence toward women in Portugal: Types of prevention and target audiences. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 29(7), 876-895.

Morgan, M., & Shanahan, J. (1997). Two decades of cultivation research: An appraisal and meta-analysis. *Annals of the International Communication Association*, 20, 1-45

Moscovici, S. (1984), The phenomenon of social representation. In R. M. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations* (pp. 3-69). Cambridge University Press.

O' Connell, M. E., Boat, T., & Warner, K. E. (2009). Defining the scope of prevention. In M. E. O'Connell, T. Boat, & K. E. Warner (Eds.), *Preventing mental, emotional, and behavioral disorders among young people: Progress and possibilities* (pp. 59-69). The National Academies.

Oppliger, P. A. (2007). Effects of gender stereotyping on socialization. In R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen, & J. Bryant (Eds), *Mass Media Effects Research: Advances Through Meta-Analysis* (pp. 199-214). Lawrence Erlbaum Associates.

Osborne, R. L. (1995). The continuum of violence against women in Canadian universities: Toward a new understanding of the chilly campus climate. *Women's Studies International Forum*, 18, 637– 646.

Piras, E. (2021). "Se l'è cercata!". Violenza di genere, colpevolizzazione della vittima e ingiustizia epistemica. *Ragion pratica*, (1), 251-272.

Porat, R., Gantman, A., Green, S. A., Pezzuto, J. H., & Paluck, E. L. (2024). Preventing sexual violence: A behavioral problem without a behaviorally informed solution. *Psychological science in the public interest*, 25(1), 4-29.

Priulla, G. (2011). *C'è differenza. Identità di genere e linguaggi: storie, corpi, immagini e parole*. FrancoAngeli.

Priulla, G. (2019). *Violate: sessismo e cultura dello stupro*. Villaggio Maori.

Rollero, C. (2013). Men and women facing objectification: The effects of media models on well-being, self-esteem and ambivalent sexism. *Revista De Psicología Social: International Journal of Social Psychology*, 28(3), 373–382.

Romito, P. (2005). *Un silenzio assordante. La violenza occulta su donne e minori.* FrancoAngeli.

Romito, P., Folla, N., Melato, M. (2017). *La violenza sulle donne e sui minori. Una guida per chi lavora sul campo.* Carocci.

Rubin, G. (1975). The Traffic in Women: Notes on the 'political economy' of Sex. In R. R. Reiter (Ed.), *Toward an Anthropology of Woman* (pp. 157-210). Monthly Review Press.

Rudman, L. A., & Borgida, E. (1995). The afterglow of construct acces- sibility: The behavioral consequences of priming men to view wom- en as sexual objects. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 493–517.

Rumiati, R., & Lotto, L. (2007). *Introduzione alla psicologia della comunicazione*. Il mulino.

Saccà, F. (2021). Stereotipo e pregiudizio: La rappresentazione giuridica e mediatica della violenza di genere.

Spaccatini, F., Grassi, E., Giovannelli, I., Pagliaro, S., & Pacilli, M. G. "Se l'è cercata": il victim blaming nei confronti delle vittime di violenza di genere.

Spaccatini, F., Pacilli, M. G., Giovannelli, I., Roccato, M., & Penone, G. (2019). Sexualized victims of stranger harassment and victim blaming: The moderating role of right-wing authoritarianism. *Sexuality & Culture*, 23(3), 811-825.

Spaccatini, F., Pacilli, M. G., Pagliaro, S., & Giovannelli, I. (2023). Victim blaming 2.0: blaming sexualized victims of online harassment lowers bystanders' helping intentions. *Current Psychology*, 42(22), 19054-19064.

Storer, H. L., Casey, E. A., Carlson, J., Edleson, J. L., & Tolman, R. M. (2016). Primary prevention is? A global perspective on how organizations engaging men in preventing gender-based violence conceptualize and operationalize their work. *Violence Against Women*, 22(2), 249-268.

Stout, K. D. (1991). A continuum of male controls and violence against women: A teaching model. *Journal of Social Work*, 27, 305–320.

Tajfel, H., & Turner, J.C. (1986) The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In S. Worchel, & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relation* (pp. 7-24), Hall Publishers.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458.

Volpato, C. (2013, 2022). *Psicologia del maschilismo*. Laterza.

Ward, L. M., & Grower, P. (2020). Media and the development of gender role stereotypes. Annual *Review of Developmental Psychology*, 2(1), 177-199.

Willness, C. R., Steel, P., & Lee, K. (2007). A meta-analysis of the antecedents and consequences of workplace sexual harassment. *Personnel Psychology*, 60, 127–162.

Sitografia

American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls. (2007). Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls. Retrieved from http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf

CONSIGLIO D'EUROPA. https://www.coe.int/en/web/portal/home

Council of Europe (2011). *Council of Europe Convention on preventing and combating violence against women and domestic violence (Istanbul Convention)*. https://rm.coe.int/168008482e

EUROSTAT. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Gender-based_violence_statistics

FRA (2014). *Violence against women: an EU-wide survey. Main Results. Available online:* https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2014-vaw-survey-main-results-apr14_en.pdf

FRA, EIGE, Eurostat (2024), EU gender-based violence survey – Key results. Experiences of women in the EU-27, Publications Office of the European Union, Luxembourg. https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/eu-gender_based_violence_survey_key_results.pdf

ISTAT

- https://www.istat.it/statistiche-per-temi/focus/violenza-sulle-donne/il-fenomeno/violenza-dentro-e-fuori-la-famiglia/il-numero-delle-vittime-e-le-forme-di-violenza/
- https://www.istat.it/it/files/2023/11/STAT_TODAY_Stereotipi.pdf

ONU. https://www.un.org/en/

Unione Europea. https://commission.europa.eu/index_en

Violence against women prevalence estimates, 2018: global, regional and national prevalenceestimates for intimate partner violence against women and global and

regional prevalence estimates for non-partner sexual violence against women. Geneva: World Health Organization; 2021. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/341337/9789240022256-eng.pdf?sequence=1

World Health Organization. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women

World Health Organization/London School of Hygiene and Tropical Medicine. Preventing intimate partner and sexual violence against women: taking action and generating evidence. Geneva, World Health Organization, 2010. https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/44350/9789241?sequence=1

Zanardo, L., Chindemi, M. M., & Cantù, C. (2009). *Il corpo delle donne [Women's body]*. Retrieved from http://www.ilcorpodelledonne.net/english-version/