



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Corso di Laurea Magistrale in Linguistica

Classe LM-39

Tesi di Laurea

*Usare una lingua straniera per ridurre i
pregiudizi di genere sul lavoro*

Relatore
Prof. Eduardo Navarrete Sanchez

Laureanda
Elisa Zordan
n° matr. 2097464/LMLIN

Anno Accademico 2023/2024

SINOSSI

Il presente elaborato mira a sviluppare una strategia linguistica utile a superare la discriminazione lavorativa delle donne. In primo luogo viene argomentato che tale discriminazione è causata dal pensiero stereotipato, e nello specifico dal cosiddetto *bias* genere-carriera, a causa del quale si associa implicitamente le donne all'ambito familiare e gli uomini al mondo lavorativo. Questo *bias* influenzerebbe non solo le scelte di chi si occupa di reclutamento del personale e le possibilità di accesso delle donne a certi ruoli nel mercato del lavoro, ma anche il livello di retribuzione e perfino le aspirazioni personali delle donne stesse. Il fatto che dietro alla discriminazione lavorativa delle donne ci sia un *bias*, ovvero un errore sistematico di giudizio, ci permette, in virtù della sua prevedibilità, di ipotizzare delle strategie atte a diminuirne l'incidenza. Dunque si ha provato a capire quali siano le possibili strategie utili a migliorare il processo decisionale, partendo da un approfondimento su perché il processo decisionale non sia sempre razionale e su quali siano le "scorciatoie" che la mente usa per compiere le scelte dando origine a vari tipi di errori sistematici di giudizio. Successivamente si è reso conto degli studi su un fenomeno linguistico chiamato *foreign language effect* (in italiano: "effetto lingua straniera"). Questo fenomeno suggerisce che il processo decisionale nei contesti di interazione in lingua straniera sia diverso, probabilmente perché quando si parla una lingua diversa dalla propria lingua nativa avviene una diminuzione dell'emotività. Se parte dell'origine del pensiero stereotipato è il prodotto di processi emozionali, il presente lavoro ipotizza che l'utilizzo di una lingua straniera possa ridurre l'impatto degli stereotipi e dei pregiudizi sulle donne nel contesto lavorativo. Nello specifico, si è ipotizzato che tale strategia linguistica potesse essere sfruttata in contesti di reclutamento del personale per diminuire gli errori di giudizio che portano i reclutatori a preferire gli uomini per le posizioni lavorative più prestigiose e meglio retribuite, contribuendo alla segregazione delle donne in posizioni lavorative inferiori. Per testare questa ipotesi, è stato somministrato in laboratorio un test di associazione implicita sul *bias* genere-carriera a 78 parlanti nativi italiani; a metà dei partecipanti il test è stato somministrato in italiano, all'altra metà il test è stato somministrato in inglese. I risultati confermano la presenza del *bias* genere-carriera in entrambi i gruppi, ovvero i partecipanti in media associano implicitamente le donne alla famiglia e gli uomini al lavoro. Contrariamente alle

predizioni, non si è osservato una diminuzione del *bias* nel gruppo che è svolto il test in inglese. L'elaborato si chiude con un capitolo di riflessioni e spunti per future ricerche.

Indice

Uguaglianza solo sulla Carta	1
1. Il pensiero stereotipato	5
1.1 Lo stereotipo femminile	8
1.2 Teorie biologiche e teorie socio-ambientali	11
1.3 Il <i>bias</i> genere-carriera	14
1.4 Andare oltre lo stereotipo	16
2. Strategie psicologiche per ridurre l'impatto del pensiero stereotipato	18
2.1 Il processo decisionale non è sempre razionale	18
2.2 La spinta gentile	22
3. Il <i>foreign language effect</i>	25
3.1 Spiegazioni al <i>foreign language effect</i>	26
3.2 Il <i>foreign language effect</i> come spinta gentile?	27
4. Il presente studio	31
4.1 Il test di associazione implicita (<i>Implicit association test</i> - IAT)	31
4.1.1 Il calcolo del <i>d-score</i>	35
4.2 Ipotesi del lavoro sperimentale	36
5. Il lavoro empirico	38
5.1 Metodologia	38
5.1.1 Partecipanti	38
5.1.2 Procedura	38
5.1.2.1 Somministrazione del test, del questionario demografico e del test di conoscenza dell'inglese	38
5.1.2.2 Procedura del test di associazione implicita (IAT)	39
5.1.3 Materiali	40
5.1.3.1 Stimoli del test di associazione implicita (IAT)	40
5.1.3.2 <i>Item</i> del questionario demografico	45
5.1.3.3 <i>Item</i> del test di conoscenza dell'inglese	46
5.1.4 Software	46
6. Risultati	48
6.1 Indici demografici e di competenza nella lingua inglese	48
6.2 Risultati dell'IAT	49
6.3 Discussione	52
7. Conclusione	55
Appendice I	57
Appendice II	59
Bibliografia	62

Uguaglianza solo sulla Carta

La discriminazione di genere rappresenta uno dei fenomeni più trasversali fra le società. Per molte donne e bambine si stratifica con altri tipi di discriminazione, come quella razziale, quella omofobica o quella abilista, andando a costituire un pesante fardello che ne rallenta o argina la crescita psicologica, sociale ed economica. Negli ultimi anni, l'impatto della pandemia di Sars-Covid-19 ha spostato la lancetta del progresso sociale ancora più indietro, riconfermando in molti Paesi che la responsabilità del lavoro di cura familiare è femminile (International Labour Organization. Research Department, 2023). Le successive crisi economiche e geopolitiche hanno visto alcuni Paesi recuperare il tempo perduto e avanzare verso l'uguaglianza sociale in questioni di genere, altri, come l'Iran e l'Afghanistan, regredire di decenni. Complessivamente, il 2022 ha visto diminuire il divario di genere in termini di accesso alle cure e all'istruzione, mentre la partecipazione economica femminile è diminuita (World Economic Forum, 2023).

In Italia, la consapevolezza in merito alla questione femminile è cresciuta nel secondo dopoguerra ed è culminata nei movimenti femministi degli anni Sessanta e Settanta. In quest'arco di tempo si sono susseguiti importanti cambiamenti sociali e conquiste politiche, fra cui ricordiamo innanzitutto i diritti sanciti dalla Carta Costituzionale (in vigore dal 1948) come il suffragio universale, la parità di retribuzione per lavoro di pari valore e l'eguaglianza morale e giuridica dei coniugi, ma anche la crescita della partecipazione lavorativa nel dopoguerra, il diritto all'interruzione di gravidanza volontaria (1978), la recentissima collocazione della violenza sessuale fra i delitti contro la libertà individuale (1996)¹, e in generale un discorso pubblico che ha gradatamente smorzato i suoi toni machisti.

Ad oggi il cambiamento non è ancora stato portato a termine. L'indice di uguaglianza di genere dell'Italia è pari a 68.2 punti su 100, posizionandosi in tredicesima posizione nell'Unione Europea, solo 2 punti al di sotto della media dei Paesi membri (Gender Equality Index 2023, 2024). Dal 2010 il punteggio dell'Italia è salito di

¹La violenza sessuale era precedentemente disciplinata dal Codice Rocco, che la classificava come delitto "contro la moralità pubblica e il buon costume" e "contro la morale familiare".

otto posizioni, come risultato del pesante gonfiamento dalla variabile denominata “Power”, composta dalle percentuali di partecipazione femminile agli organi politici italiani nonché agli apparati amministrativi delle principali società quotate, istituti di bancari e di ricerca, emittenti pubbliche e società sportive. Ad oggi tale variabile ha raggiunto un punteggio superiore alla media europea e pari al 62,7%, laddove il 100% significherebbe il raggiungimento del pieno bilanciamento di uomini e donne in posizione di potere. Se da un lato si può salutare con gioia un risultato simile, non si potrà fare a meno di chiedersi se sia veramente adeguato misurare il divario di genere in base alle “pari opportunità di dominio” (Aruzza et al., 2019), e non con altre variabili che riescano a cogliere l’effettiva libertà e uguaglianza, nonché l’equa distribuzione di ricchezza e risorse naturali nella popolazione. Contestualmente, l’indice globale di divario di genere restituisce risultati meno clementi, ma forse più coerenti con la realtà quotidiana della maggioranza delle donne e bambine italiane, posizionando l’Italia nella classifica mondiale al 79° posto, sotto a Kenya e Uganda (World Economic Forum, 2023). A pesare nel punteggio sono, ancora, l’insufficiente partecipazione economica e politica.

Entrambi gli indici, ad ogni modo, rilevano che l’ambito in cui le disuguaglianze di genere sono fortemente pronunciate è il lavoro. Negli ultimi 20 anni il tasso di occupazione femminile è cresciuto, seppure modestamente, ma ha risentito delle varie crisi economiche che si sono succedute, come quella causata dalla pandemia (ISTAT, 2022). Le donne lavoratrici in Italia sono quindi poche rispetto ai lavoratori, ma mediamente più istruite di questi: è probabilmente a conseguenza di ciò che il divario retributivo in Italia si attesta (in maniera controintuitiva) al 4,2%, superando Paesi come Austria (18,9%) e Germania (18,3%) (Commissione Europea, 2021). A concorrere fra le ragioni che compongono il divario retributivo permane la segregazione occupazionale orizzontale: alle donne lavoratrici vengono tradizionalmente riservate occupazioni scarsamente retribuite, che spesso hanno una spiccata connotazione di genere, come i lavori di segreteria e assistenza, oppure le mansioni impiegate di routine. La compresente segregazione occupazionale verticale, invece, tende a relegare la donne in posizioni di scarso potere e con poche prospettive di carriera. In aggiunta, la tendenza a

scegliere forme di lavoro part-time rende sì accessibile il mondo del lavoro perché conciliabile con gli impegni familiari, che ancora sono attribuibili in grande misura alle donne, ma molto spesso non concede pari opportunità di carriera e retribuzione.

Per comprendere la distribuzione delle forme di lavoro retribuito è utile considerare anche quella del lavoro non retribuito. Sebbene la divisione domestica del lavoro sia da far risalire a molto tempo prima, è con il sistema di produzione capitalistico che la distinzione fra ambito domestico e ambito professionale si fa netta, posizionando l'ambito domestico in secondo piano e relegandoci donne e anziani. Il carico mentale² e fisico del lavoro domestico pesa infatti prevalentemente sulle spalle delle donne: il differenziale donna-uomo in termini di tempo dedicato al lavoro domestico supera il 62% in Italia, mentre si attesta attorno al 30% in Svezia e Finlandia (Voicu et al., 2007). Similmente, anche il lavoro di cura rimane in carico a compagne, mogli e figlie (International Labour Organization. Research Department, 2023), giudicate più adatte a prendersi cura di minori e parenti malati o non autosufficienti.

Prospettive politiche conservatrici mettono in dubbio in vari Paesi europei alcune parole d'ordine relative alle libertà femminili, imbarbando ancora una volta il dibattito pubblico. Invero, alcune politiche di ispirazione conservatrice, mirate a stimolare la natalità, potrebbero avere ripercussioni positive sul tasso di occupazione femminile, facilitando una permanenza o un ingresso nel mondo lavorativo anche a chi sceglie di avere dei figli. Tuttavia, misure economiche quali assegni familiari e saltuari bonus mensili, che continuano a sostenere un generico aumento della spesa pubblica in denari anziché sostenere i costi di welfare e servizi, risultano inadeguate sia ad avere un impatto sulle scelte riproduttive individuali, sia a garantire un accesso equo al mondo del lavoro.

Un altro tipo di misura messa in atto dai governi è quella relativa alle cosiddette quote di genere, ovvero alla percentuale obbligatoria di membri femminili dei consigli

²Per carico mentale relativo al lavoro domestico si intende il costo organizzativo e di pianificazione a breve, medio e lungo termine dell'economia domestica, come per esempio quali attività di pulizia o manutenzione è necessario svolgere e quando farlo. Tale lavoro non retribuito è spesso invisibilizzato (Dean et al., 2022) e può avere ripercussioni negative come stress e inferiore soddisfazione di vita e relazionale specialmente per le donne (Reich-Stiebert et al., 2023).

di amministrazione e dei collegi sindacali delle società quotate. In Italia la legge sulle quote di genere³ risale al 2011 e fissava dapprima la quota al 20%, innalzata al 30% nel 2015 e al 40% nel 2019. Crucialmente, le quote di genere hanno aumentato la rappresentanza femminile ai vertici delle aziende toccate direttamente dalla disciplina senza tuttavia generare effetti a cascata sul resto delle imprese e sulle condizioni delle lavoratrici in generale (Romano & Angelino, 2020).

Alla luce dei vecchi e dei nuovi traguardi, raggiunti o mancati, è evidente che nuove azioni e politiche sono ancora necessarie per raggiungere l'uguaglianza di genere nel mondo lavorativo. Partendo del presupposto che uomini e donne sono ugualmente competenti per svolgere determinati lavori, dobbiamo chiederci quali siano le cause alla radice della discriminazione di genere sul lavoro, e quindi del divario economico. Un possibile punto di partenza per rispondere a questa domanda è l'analisi dei meccanismi cognitivi alla base del pregiudizio, o pensiero stereotipato.

³ Legge 12 luglio 2011, n. 120 “Modifiche al testo unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria, di cui al decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, concernenti la parità di accesso agli organi di amministrazione e di controllo delle società quotate in mercati regolamentati”.

CAPITOLO 1. Il pensiero stereotipato

L'accezione di "stereotipo" come "nozione preconcepita e semplificata di caratteristiche tipiche di una persona o di un gruppo" è stata assegnata dal giornalista Walter Lippmann nel suo famoso saggio "L'opinione pubblica" del 1922 (Harper, 2015; Lippmann, 1922). Il termine risale però all'aggettivo francese "stéréotype", che significa "stampato per mezzo di una lastra di caratteri" ed è un composto dal greco "stereos" (rigido, solido) e "typos" (impronta, immagine, gruppo). Da qui il significato figurato di "immagine perpetuata senza cambiamenti". Nelle scienze sociali lo stereotipo detiene due accezioni: una più generale e neutra, e una più specifica e socialmente connotata. La prima parte della tendenza ad organizzare e selezionare le informazioni al fine di disporre di idee semplificate e stabili delle diverse categorie di oggetti sociali e non; essa fa quindi riferimento alla natura dei processi mentali e può avere valenza sia positiva, sia negativa. In questa accezione, lo stereotipo è l'insieme delle caratteristiche che si associano a una certa categoria di oggetti. La seconda accezione riguarda le caratteristiche attribuite in particolar modo ai gruppi sociali. In questo senso lo stereotipo è definibile come un insieme coerente e abbastanza rigido di credenze relative a una categoria sociale condivise all'interno di un certo gruppo. Ci si riferisce perlopiù a credenze dalla connotazione negativa, e i gruppi sociali a cui vengono attribuite sono in genere svantaggiati o minoritari (Mazzara, 1997). I gruppi sociali che si servono degli stereotipi possono essere più o meno ampi e interessare anche solo determinati sottoinsiemi di persone. Le persone che adottano lo stereotipo possono credere che questo si manifesti con una variabilità più o meno ampia all'interno del gruppo a cui si riferisce, ovvero che le caratteristiche stereotipate siano più o meno omogeneamente distribuite all'interno del gruppo.

La convinzione che un gruppo o categoria possieda in maniera abbastanza omogenea tratti che si giudicano negativi rappresenta il nucleo a partire dal quale gruppi o singoli possono avere la tendenza a pensare e agire in modo sfavorevole nei confronti di un gruppo. Questa tendenza è chiamata pregiudizio. Etimologicamente, il termine indica un giudizio precedente (all'esperienza), e quindi non giustificato dalla realtà empirica. Di

per sé, il pregiudizio potrebbe riferirsi a idee sbagliate o corrette, a fatti, eventi oppure a persone, e potrebbe favorire o sfavorire l'oggetto del pregiudizio. Tuttavia, le scienze sociali si servono del concetto di pregiudizio per designare un'idea errata, negativa, riferita a gruppi sociali. In altri termini, si definisce il pregiudizio come la tendenza a considerare in modo ingiustificatamente sfavorevole le persone che appartengono a un determinato gruppo sociale.

Mentre il pregiudizio si riferisce ad atteggiamenti e opinioni, la discriminazione riguarda i comportamenti effettivi verso i membri di un determinato gruppo atti a escluderli da opportunità riservate ad altri (Giddens et al., 2014). Riassumendo, possiamo considerare lo stereotipo come l'origine dell'atteggiamento di pregiudizio verso un gruppo, il quale può condurre (oppure no) a comportamenti discriminatori.

Le spiegazioni addotte dalle scienze sociali a stereotipi e pregiudizi sono le più varie. Alcuni studiosi ritengono che stereotipi e pregiudizi abbiano origine storica, cioè che ciascuno stereotipo e pregiudizio sia nato in un determinato periodo di tempo. In altre parole, stereotipi e pregiudizi sarebbero esito di processi storici, come per esempio le migrazioni dall'Africa all'Europa a partire dalla fine del XX secolo. Riuscire a collocare temporalmente l'origine di stereotipi e pregiudizi li rende anche più facilmente arginabili e controllabili da parte di chi governa, per esempio a partire da riforme e misure sociali e politiche. Questa visione ha il merito di riuscire a isolare con maggiore efficacia le manifestazioni discriminatorie più pericolose, individuando i singoli e i gruppi che in questo momento storico stanno portando avanti una visione stereotipata di alcune minoranze.

Le scienze cognitive, invece, si sono focalizzate sui meccanismi cognitivi che contribuiscono alla creazione degli stereotipi, indipendentemente dallo stato dei conflitti sociali nelle coordinate storiche e geografiche in cui sono presenti. Secondo questa visione, i meccanismi cognitivi contribuiscono alla categorizzazione degli individui come appartenenti a diversi gruppi sociali. È da premettere che un requisito essenziale per la creazione degli stereotipi è la differenziazione fra gruppi, perché la stereotipizzazione di un gruppo può avere luogo solo se si percepisce tale gruppo come diverso dal proprio. Nella distinzione fra gruppi gioca appunto un ruolo critico il

meccanismo cognitivo chiamato categorizzazione, un processo cognitivo fondamentale che ha la funzione di organizzare gli stimoli del mondo fisico per poterli elaborarli rapidamente e automaticamente. Gli esseri umani appartengono a diverse categorie sociali: si può essere classificati, ad esempio, come giovani o anziani, sportivi o non sportivi, genitori o non genitori. La categorizzazione sociale è la tendenza a classificare gli individui in termini di categorie a cui appartengono o non appartengono: si tratta di un fenomeno automatico che occorre ogni volta che incontriamo una nuova persona. Esso può influenzare il modo in cui percepiamo le persone appartenenti a diversi gruppi, e il genere è una delle tre principali categorie in cui si classificano le persone, assieme all'etnia e all'età. In generale, la categorizzazione sociale avviene perché si hanno risorse cognitive limitate per processare i tanti stimoli sociali complessi provenienti dall'ambiente circostante, e la categorizzazione permette di anticipare le interazioni nell'ambiente con un minore carico cognitivo. Dunque gli stereotipi nascono perché gli stimoli ambientali a cui il sistema cognitivo è esposto tendono a venire organizzati in maniera semplificata (Wyer & Srull, 2014).

Se quindi stereotipi e pregiudizi sono trasversali a tutte le società e originati da meccanismi cognitivi, sembra naturale che chiunque in qualsiasi società e in qualsiasi momento storico continui a sviluppare degli stereotipi e dei pregiudizi nei confronti di qualche gruppo, specialmente se minoritario. Concorrono a questa visione più naturalistica del fenomeno anche le discipline sociologiche e antropologiche, le quali sono arrivate a mostrare l'universalità della preferenza per i propri simili e dell'avversione per gli estranei. Si è constatato, infatti, che i fenomeni sono onnipresenti in tutte le società e in tutte le epoche.

Vedere stereotipi e pregiudizi come fenomeni trasversali a società ed epoche è in effetti una visione coadiuvata anche da fondamenti biologici, in quanto essi sono espressione di una generica ostilità nei confronti di ciò che non si conosce e di chi è diverso da noi, come avviene anche nel mondo animale. Questi devono selezionare una cerchia ristretta di propri simili con cui cooperare e competere con altri animali. Secondo le teorie darwiniane, l'evoluzione ha premiato non solo gli esseri viventi più forti, ma anche quelli che erano maggiormente in grado di riconoscere il nemico e che

meglio riuscivano ad adottare strategie di attacco e fuga. La spiegazione sociobiologica degli stereotipi e pregiudizi spiega dunque l'ostilità nei confronti del diverso, l'istinto a riconoscerci in gruppi ristretti di simili e il fatto che l'appartenenza ad un gruppo attivi la disposizione positiva o negativa nei confronti degli altri gruppi.

1.1 Lo stereotipo femminile

In psicologia sociale esiste un'ampia letteratura a proposito delle differenze di identità di genere e del ruolo che le mutue percezioni e attribuzioni giocano nell'organizzare le rappresentazioni dei comportamenti giudicati "maschili" e femminili" da parte di uomini e donne (Arcuri & Cadinu, 1998). L'identità di genere non è l'unica componente dell'identità sessuale a essere popolata di rappresentazioni stereotipate. Quest'ultima è composta principalmente dal sesso biologico, dall'orientamento sessuale, dall'identità di genere e dal ruolo di genere (Shively & De Cecco, 1977), e ciascuno di questi elementi può essere oggetto di stereotipo. Nello specifico, l'identità di genere riguarda la definizione di sé che ciascuno detiene e trasforma in termini di appartenenza alla categoria sociale femminile o maschile, con il suo significato culturale (Leary & Hoyle, 2013). Il costrutto di identità di genere è multidimensionale (Spence & Buckner, 2000) ed è declinabile, per esempio, nei tratti di personalità e interessi tipici di un genere, nel modo di relazionarsi alle altre persone e nell'appartenenza alla categoria maschile o femminile così come è intesa in una determinata società. L'identità di genere riflette il differente posizionamento degli uomini e delle donne nella società.

Tali posizionamenti, o occupazioni tipiche, producono i ruoli di genere, che sono descrivibili come le aspettative sociali condivise sul comportamento dell'uomo e della donna. Ogni individuo differisce nel grado di accettazione di tali aspettative e quindi in livello di introiezione del suo ruolo di genere nella propria identità. Nella presente trattazione, l'identità di genere viene considerata la componente critica del pensiero

stereotipato, determinante, assieme agli stereotipi sui ruoli di genere, nella generazione della disegualianza di genere nel mercato del lavoro.

L'identità di genere femminile è suscettibile di rappresentazioni stereotipate che genericamente possono includere le seguenti caratteristiche: la donna viene percepita come più emotiva, gentile, sensibile, dipendente dagli altri, poco interessata alla tecnica, curata nell'aspetto, innatamente predisposta alla cura. La maggior parte di questi aggettivi ha valenza positiva: infatti in sociologia viene chiamato sessismo benevolo l'insieme degli atteggiamenti elogiativi che nel tono sembrano benevoli ma che hanno in realtà lo scopo di ottenere il controllo delle interlocutrici (Battaglia, 2015). Le sopracitate caratteristiche considerate femminili si contrappongono a quelle maschili di aggressività, indipendenza, orientamento al mondo della tecnica, competitività, fiducia in se stessi e scarsa emotività (Mazzara, 1997). Più specificatamente, le dimensioni incluse nel costrutto di genere includono i tratti di personalità tipici di genere, la conformità con le norme di genere, e gli interessi personali tipici. I singoli tratti di personalità, di conformità alle norme di genere e gli interessi non sono necessariamente correlati, ovvero la stessa persona può presentare alcune caratteristiche marcatamente femminili e contemporaneamente altre caratteristiche marcatamente maschili (Orlofsky & O'Heron, 1987).

Per quanto riguarda i tratti di personalità di genere, si può citare, in maniera esemplificativa, un inventario sviluppato negli Anni Settanta: il *Bem Sex-Role Inventory* (BSRI). Esso intende elencare le caratteristiche della personalità considerate maschili e femminili. Qui la mascolinità e la femminilità vengono trattate come due dimensioni indipendenti, in funzione delle quali sarebbe possibile una caratterizzazione delle persone come maschiline, femminili o "androgine" (Bem, 1974). A livelli alti di mascolinità e bassi di femminilità si avrebbe una personalità mascolina, viceversa, una personalità femminile. In compresenza di tratti ad elevata mascolinità e di tratti ad elevata femminilità, si avrebbe una personalità androgina. Le caratteristiche sono state individuate come riferite a un genere se venivano valutate come socialmente desiderabili per quel genere. Il test è un'autovalutazione in cui i partecipanti esaminano una lista di 60 caratteristiche maschili, femminili o neutre e valutano quanto queste

descrivano la loro personalità in una scala di 7 punti. Gli stimoli maschili includono “aggressivo”, “atletico” e “individualista”, mentre gli stimoli femminili includono “compassionevole”, “lusinghiero” e “credulone”.

Naturalmente, gli attributi assegnati alla donna e all’uomo contribuiscono a determinarne anche il ruolo sociale e le relative norme. Le norme dei ruoli di genere condividono le caratteristiche delle norme sociali: si può osservare che sono descrivibili come regole e standard che vengono compresi dai membri di un gruppo, del quale guidano o veicolano il comportamento sociale in assenza di vincoli legislativi (Cialdini & Trost, 1998). Le ricerche hanno confermato che tale apprendimento avviene a uno stadio molto precoce, e pare che a cinque anni i bambini abbiano già sviluppato una definizione chiara di cosa costituisca un comportamento appropriato per un uomo e per una donna (Fauls & Smith, 1956). Le caratteristiche associate alla donna implicano che venga percepita come predisposta naturalmente al lavoro di cura e alla cura della sfera di vita privata e familiare. Le caratteristiche attribuite all’uomo sembrano più associabili alla vita attiva, pubblica, orientata all’esterno del nucleo familiare. Queste associazioni, unitamente al dato esperienziale dello status quo nelle varie società, contribuiscono alla stereotipizzazione dei mestieri. Uno studio ha raccolto dati sulla percezione di persone provenienti da vari Paesi in merito alla percentuale di uomini e donne che svolgevano vari ruoli, arrivando a stilare una lista di mestieri e occupazioni e la loro rappresentazione e stereotipizzazione di genere (Misersky et al., 2014). Come è facile prevedere, molti ruoli di cura, sia relativi a lavoro retribuito, sia non retribuito, vengono più facilmente percepiti come svolti prevalentemente da donne (per es. la badante e la babysitter) mentre mestieri più tecnici (come l’elettricista) o di maggior prestigio (come il giudice) vengono associati maggiormente agli uomini. Il sopracitato inventario dei tratti femminili di Bem, che ha dimostrato per lungo tempo di essere un utile strumento (Holt & Ellis, 1998), ma che probabilmente necessiterà di aggiornamenti per riflettere l’attuale concezione di genere (Donnelly & Twenge, 2017), correla positivamente con l’inventario di conformità alle norme femminili (Mahalik et al., 2005). Questo ulteriore inventario è stato progettato per valutare la conformità delle donne a una serie di norme femminili nella cultura dominante nel Paese in cui si è svolto lo studio, cioè gli Stati

Uniti. I fattori che sono risultati essere centrali nella composizione dell'inventario delle norme femminili sono: lo sviluppo di relazioni di amicizia e sostegno, il perseguimento di un ideale corporeo di magrezza, la ritrosia a esibire talenti e abilità, l'impegno a svolgere attività domestiche, la cura dei bambini, l'investimento in relazioni romantiche, la tendenza a vivere l'intimità sessuale solo all'interno di relazioni stabili, la tendenza a spendere risorse per mantenere e migliorare il proprio aspetto fisico.

Relativamente ai comportamenti dei ruoli genere si riporta come esempio in questa sede un'altra scala, sviluppata da Orlofsky e O'Heron nel 1987. Tale scala è un inventario che cerca di catturare i domini di interesse e comportamentali dei ruoli di genere attraverso una valutazione di quattro aree: le preferenze delle attività nel tempo libero (sport e hobby), gli interessi vocazionali (mestieri), le tendenze nell'interazione sociale (per es. se si è soliti invitare un potenziale partner per un appuntamento) e il comportamento all'interno della coppia (per es. se si fa la lavatrice o se si fanno i lavori in giardino). Gli stimoli oggetto di valutazione sono suddivisi in stimoli accettabili per entrambi i sessi ma valutati come maschili o femminili, e stimoli considerati specifici e appropriati a un solo sesso.

1.2 Teorie biologiche e teorie socio-ambientali

Le teorie sulle differenze di genere possono essere raggruppate in due categorie principali: le teorie biologiche e le teorie socio-ambientali (Lippa, 2010). I biologi deterministi e alcuni sociobiologi vedono la matrice dei nostri comportamenti individuali e sociali nel nostro codice genetico. Le teorie biologiche individuano l'origine delle differenze di genere in fattori determinati dall'evoluzione biologica e legati al sesso biologico come i geni, l'esposizione prenatale e postnatale agli ormoni sessuali, e le differenze sessuali nello sviluppo neurale e cerebrale. Queste teorie, chiamate anche evoluzioniste, sostengono che le modalità riproduttive dei due sessi abbiano come conseguenza la formazione di tratti differenti, specialmente in relazione alla riproduzione (Buss, 2019; Geary, 1998). Per esempio, le donne investono di più

sulla prole a livello fisiologico e comportamentale e questo comporterebbe una maggiore predisposizione al lavoro di cura. I tratti di socievolezza e predisposizione all'accudimento sembrerebbero essersi evoluti nella donna perché le garantivano un maggior successo nell'allevamento dei bambini. Dall'altro lato, i tratti di aggressività, propensione al rischio e competitività sembrerebbero essere stati selezionati dall'uomo perché utili per dominare sugli altri e attrarre i pari. C'è un generale assenso sul fatto che la selezione sessuale abbia prodotto differenze di genere nei tratti fisici come altezza, muscolatura e distribuzione del grasso. Tuttavia, non c'è ancora un accordo sul ruolo della selezione sessuale nella generazione delle differenze psicologiche di genere. Per quanto si tratti di ipotesi suggestive, mancano solide conferme scientifiche a loro sostegno e molti scienziati rigettano una visione completamente evoluzionistica (Giddens et al., 2014; Elias, 1987).

La sociologia corrente descrive il genere e la sessualità come costruzioni sociali (Giddens et al., 2014). Le teorie socio-ambientali si focalizzano su fattori culturali e sociali come gli effetti degli stereotipi di genere, il concetto di sé legato al genere, le pressioni sociali, l'apprendimento sociale, i ruoli sociali, le differenze di status fra i sessi. Esse teorizzano che le differenze di genere dipendono dai costrutti sociali, il che sta a dire che il significato di "uomo" o "donna" è appreso e non dato, e dipende dal tempo e dal luogo in cui vivono le persone, nonché dalla loro esperienza del processo di socializzazione. In altre parole, le teorie socio-ambientali negano che le differenze di genere provengano da differenze psicologiche innate. Le differenze di genere incomincerebbero infatti con la socializzazione di genere, ovvero con l'educazione differenziata di bambini e bambine che viene agita dal nucleo familiare e dalla società in cui è inserito. A maschi e femmine vengono forniti diversi modelli di comportamento e diverse ricompense per il grado di adesione ad essi. Come già accennato, ad un certo stadio dello sviluppo cognitivo i bambini iniziano a categorizzare le persone e i comportamenti in termini di mascolinità e femminilità, si riconoscono nella definizione di "bambina" o "bambino" e incominciano ad agire in accordo con gli standard sociali associati al genere in cui si riconoscono. Questo si riflette fin da subito, per esempio,

nella scelta del sesso dei compagni di gioco e nella scelta del tipo di giocattoli da utilizzare (Martin et al., 2002).

Il dibattito sulle teorie biologiche e socio-ambientali si è acceso attorno ad alcune contraddizioni. Per esempio, dalla teoria socio-ambientale si potrebbero trarre due predizioni: (i) le differenze di genere dovrebbero essere più elevate in società con maggiore disparità di genere e con ruoli di genere più rigidi rispetto a società con maggiore parità di genere e ruoli di genere più flessibili; (ii) nella misura in cui i ruoli tradizionali di genere si indeboliscono nel tempo e uomini e donne assumono ruoli quasi equi in una società, le differenze psicologiche di genere dovrebbero assottigliarsi (Lippa, 2010). In contrasto con queste predizioni, pare che le differenze di genere relative alla personalità siano più pronunciate nelle società più egalitarie (per es. Paesi europei, Stati Uniti) rispetto alle società più tradizionali e dove vi è un'inferiore parità di genere (Costa et al., 2001). Tuttavia, anche le teorie evoluzionistiche non spiegano come l'entità delle differenze di genere vari fra culture (*ibid.*). Si ipotizza che a influire sulla personalità femminile e maschile siano i processi attribuzionali: nelle società con ruoli di genere molto vincolanti, le persone tendono ad attribuire le differenze di genere comportamentali ai ruoli di genere, quindi a un fattore esterno, piuttosto che a una differente predisposizione, che è un fattore interno. Nelle società cosiddette moderne, dove i ruoli di genere sono più deboli, le persone attribuiscono le differenze comportamentali a tratti interni e predisposizione (*ibid.*). Guimond *et al.* (2007), invece, è partito dai concetti della teoria della comparazione sociale⁴ (Festinger, 1954) e dell'identità sociale (Tajfel & Turner, 1986) per ipotizzare che le persone che vivono in società poco egalitarie siano più propense a compararsi con membri del proprio gruppo, cioè con il proprio sesso. Viceversa, le persone appartenenti a società più egalitarie sarebbero più propense a compararsi con membri al di fuori del proprio gruppo, cioè con l'altro sesso.

Lontano da arrivare a una conclusione universalmente accettata, il mondo accademico si interroga ancora sull'importanza di nature e nurture nello sviluppo delle

⁴ La teoria della comparazione sociale è stata inizialmente proposta dallo psicologo sociale Leon Festinger nel 1954. Essa spiega come gli individui valutano le proprie opinioni e desideri attraverso la comparazione con gli altri.

differenze di genere. E' probabile che le differenze di genere, in realtà, derivino sia da caratteristiche biologiche, sia dall'influenza della società (in tutte le sue sfere, incluse le istituzioni (Beblo & Görge, 2018)), nonché da una commistione fra queste.

1.3 Il *bias* genere-carriera

Come si intuisce, gli stereotipi, nel permettere associazioni di caratteristiche a una certa categoria in maniera economica ed efficace, inducono anche associazioni scorrette o imprecise. Il pregiudizio che ne consegue può essere descritto come un errore sistematico di giudizio, in inglese *bias*. In un'accezione più ampia, i *bias* sono descrivibili come associazioni mentali inconsce che influenzano il comportamento e in particolare le interazioni con le altre persone. Essi vengono modellati dall'ambiente in cui viviamo e sono correlati solo debolmente alle attitudini consce e alle convinzioni personali.

Il *bias* genere-carriera è l'associazione mentale che collega gli uomini alla carriera e le donne alla vita domestica, e, in senso più ampio, gli uomini a una carriera prestigiosa e le donne a lavori meno specializzati e sottopagati. Il *bias* viene appreso inconsciamente a causa degli stereotipi sull'identità di genere, in particolare sui tratti della personalità, interessi e attitudini, e degli stereotipi sui ruoli di genere. Come descritto al paragrafo 1.1, lo stereotipo vede le donne orientate alla comunità (per es. si preoccupano del benessere altrui) e si suppone debbano dare priorità alla cura della famiglia, mentre vede gli uomini più agentivi e concentrati sulle performance nel lavoro. Ne consegue che, anche in società ad alto tasso di occupazione femminile, le donne tendano comunque a evitare di scendere a compromessi con i doveri familiari e a scegliere mestieri che permettano un buon equilibrio tra vita privata e lavoro, escludendo molte scelte professionali prestigiose e remunerative. Gli stereotipi di genere occupazionali si giustificano inoltre sulla convinzione che uomini e donne detengano le capacità e i tratti necessari a riuscire con successo in ambiti differenti (White & White, 2006).

Il *bias* genere-carriera non soltanto influenza quello che si pensa degli altri, ma ha anche ripercussioni su quello che pensiamo di noi stessi e quindi sulle scelte che di carriera che facciamo. Per esempio, le aspirazioni vocazionali sono influenzate dall'accessibilità delle scelte e dalla compatibilità di esse con ciò che ci si aspetta dal genere di una persona nel suo ambiente (Gottfredson & Lapan, 1997). La teoria sociocognitiva della carriera (*Social Cognitive Career Theory*, SCCT) (Lent et al., 2008) sostiene che l'ambiente socioculturale, assieme all'esperienza personale, influenzi lo sviluppo dell'autoefficacia sul lavoro, la quale modella le esperienze correlate agli interessi vocazionali, influenzando quindi la scelta degli obiettivi e lo sviluppo di interessi e capacità. Nello specifico, è l'esposizione selettiva e alterata agli stimoli sociali ad indurre gli individui a sviluppare una stereotipizzazione dei ruoli di genere che impatta negativamente sulla propria autoefficacia. La teoria suggerisce che la socializzazione dei ruoli di genere alteri l'accessibilità a certe esperienze già in età infantile. Di conseguenza, in età adolescenziale i giovani si interessano prevalentemente a mestieri in cui ritengono che il proprio genere prevalga (Cheryan et al., 2013; Cheryan & Plaut, 2010) e modulano il loro senso di appartenenza ai gruppi (per es. al gruppo degli studenti di un laboratorio di chimica) in base a quanto credono che questi gruppi aderiscano agli stereotipi di genere (Barth et al., 2022). In generale, a qualsiasi età gli stereotipi di genere occupazionali scoraggiano le persone a intraprendere carriere contro-stereotipiche per il loro genere (Eccles, 2011; Hayes et al., 2018).

Sebbene l'associazione binaria degli uomini alla carriera e delle donne ai ruoli domestici si sia indebolita negli ultimi decenni, il dato di fatto in molte società attuali è che molte persone continuano a credere nei ruoli di genere tradizionali, che separano le sfere di competenza dell'uomo e della donna. Tuttavia, le persone sono poco inclini a esprimere osservazioni socialmente inaccettabili, e mitigano il loro punto di vista, laddove necessario. A volte non si è nemmeno consapevoli di sostenere uno stereotipo di genere e di incorrere implicitamente in azioni e decisioni che sono in contrasto con i loro pensieri espliciti. In casi come questi si è incorsi in un tipo di *bias* implicito. I *bias* impliciti sono rilevabili con metodi di rilevazione implicita nei quali la persona

difficilmente può rispondere strategicamente, in contrapposizione ad esempio con i metodi di rilevazione esplicita (per es. questionari e scale).

Siccome i *bias* sono anche impliciti, la misura esplicita dei *bias*, basata cioè su autodichiarazioni, può risultare inaccurata nella stima dell'adesione agli stereotipi. Infatti, sono numerose le ricerche sui *bias* espliciti che hanno misurato le differenze di genere su diverse variabili relative al lavoro (per es. aspirazioni di carriera, autoefficacia nelle decisioni lavorative, interessi vocazionali, barriere alla carriera percepite) e l'impatto delle variabili di genere sullo sviluppo della carriera (Chung, 2002; Evans & Diekman, 2009; McWhirter, 1997; Su & Rounds, 2015). Questi studi non evidenziano sempre differenze di genere e quindi non danno risultati coerenti con quelli relativi alle attitudini implicite (Kiefer & Sekaquaptewa, 2007; Nosek et al., 2009). Infatti, l'assenza di adesione esplicita a uno stereotipo non implica che tale stereotipo non influenzi le nostre scelte e i nostri comportamenti (Nosek et al., 2009). Gli studiosi hanno perciò iniziato a orientarsi verso misure implicite del *bias* genere-carriera, le quali limitano la possibilità dei partecipanti di avere dei comportamenti strategici, cioè di dare delle risposte allo scopo di alterare i risultati, per esempio per dare un'immagine di sé più accettabile socialmente. Questo dato implicito può aiutare, meglio di quello esplicito, a catturare il livello di adesione allo stereotipo di genere di un gruppo, e quindi anche a prevedere le scelte di carriera e gli interessi personali.

1.4 Andare oltre lo stereotipo

Come è deducibile da quanto scritto finora, non si ritiene che il divario lavorativo di genere provenga esclusivamente da una diversa abilità o predisposizione genetica di uomo e donna, ma da fattori indipendenti dagli aspetti biologici. Riprendendo il filo conduttore del ragionamento, possiamo ipotizzare che la discriminazione lavorativa delle donne possa essere causata dal pensiero stereotipato, e nello specifico dal *bias* genere-carriera, che veicola, fra le altre cose, le aspirazioni personali, le effettive possibilità di accesso a certi ruoli nel mercato del lavoro e il livello di retribuzione. Per

esempio, l'individuo responsabile di selezionare il personale rischia di cadere spesso vittima del pensiero stereotipato, sottostimando le capacità delle candidate donne e scegliendo persone meno adeguate al ruolo che devono ricoprire. Dunque, il superamento del *bias* genere-carriera non rappresenterebbe soltanto un passo avanti nella creazione di una società più egalitaria, ma anche un miglioramento del processo decisionale di selezione del personale e dunque un miglior incastro fra posizioni lavorative e competenze, risultante in una suddivisione dei ruoli lavorativi più meritocratica ed efficiente. Che sia un errore di giudizio ad avere un impatto così importante nella vita lavorativa delle donne è il motivo per il quale le scienze psicologiche possono giocare un ruolo cruciale nel trovare politiche utili a mitigare la discriminazione di genere in ambito lavorativo, in maniera complementare alle scienze economiche e sociali.

Il presente elaborato mira a testare empiricamente una strategia linguistica utile a superare il *bias* genere-carriera. Prima di presentare il lavoro empirico, verranno approfonditi quali siano alcuni degli errori in cui si incorre durante il processo decisionale. Come si vedrà, una caratteristica di questi errori decisionali è la loro sistematicità. La sistematicità di qualsiasi processo è fondamentale per poter spiegare un fenomeno in sé, e la comprensione di un fenomeno permette di trovare delle contromisure per affrontarlo. Nel caso di cui ci si occupa nella presente tesi, la comprensione degli errori decisionali sarà il punto di partenza per formulare delle strategie per contrastare il *bias* genere-carriera, in particolare aiutando le persone che si occupano delle risorse umane a migliorare il loro processo decisionale. La natura delle strategie utilizzabili allo scopo sarà oggetto di analisi nel secondo capitolo. Nel terzo capitolo, invece, si discuterà di un fenomeno linguistico chiamato *foreign language effect*, il quale sembra influenzare in maniera significativa le scelte delle persone in contesti in cui si utilizza una lingua straniera, in certi casi rendendo le scelte più razionali. Verrà infine discusso e testato empiricamente se questo fenomeno linguistico possa essere sfruttato per formulare una strategia concreta per superare il *bias* genere-carriera.

CAPITOLO 2. Strategie psicologiche per ridurre l'impatto del pensiero stereotipato

2.1 Il processo decisionale non è sempre razionale

Lo psicologo israeliano Daniel Kahneman, premio Nobel per l'economia nel 2002, ha teorizzato due sistemi di pensiero: il sistema uno e il sistema due. Secondo Kahneman, le nostre decisioni sarebbero guidate da questi due diversi sistemi di pensiero. Il sistema uno è più automatico e intuitivo, mentre il sistema due è deliberativo e razionale. Il sistema uno funziona automaticamente e rapidamente, con uno sforzo cognitivo minimo o nullo e senza alcun senso di controllo volontario. Esso risolverebbe azioni automatiche, come sommare $2+2$ o identificare l'ostilità di una voce. Il sistema uno viene coinvolto ad esempio nelle scelte veloci e automatiche, come quelle che può compiere un medico esperto che formula una diagnosi immediata vedendo un paziente (Kahneman, 2012). Il sistema due si attiva invece con processi mentali impegnativi, che richiedono attenzione. Secondo Kahneman, per esempio, il sistema due entrerebbe in gioco davanti a un'operazione come $(8+4)+11 \times (64-8)$. Le operazioni del sistema due sono quelle che spesso sono associate all'esperienza soggettiva di azione, scelta e concentrazione. Serve per compiere computazioni complesse e azioni intenzionali, sia mentali, sia fisiche, come per esempio risolvere problemi matematici avanzati o parcheggiare in un posto auto molto stretto. Ne consegue che il sistema due richiede più controllo cognitivo rispetto al sistema uno.

Ora, immaginiamo una situazione in cui una persona debba prendere una decisione complessa, come per esempio decidere dove comprare casa o come investire il proprio denaro, risolvere un problema logico o un'operazione matematica difficile. In circostanze come queste, fare una scelta necessita di un'elaborazione dell'informazione molto complessa, per esempio per determinare la probabilità che si verifichi un evento o fare giudizi di stima. Elaborare informazioni così complesse risulta dispendioso in termini di carico cognitivo, e richiede anche molto tempo. È stato dimostrato che, di fronte a questo tipo di casi, le persone si affidano a principi euristici per poter prendere una decisione o emettere un giudizio (Tversky & Kahneman, 1974). I principi euristici o

euristiche sono delle scorciatoie mentali che riducono i complessi compiti cognitivi necessari per decidere in modo razionale in certe circostanze. Kahneman e Tversky (*ibid.*) hanno identificato diverse procedure euristiche. Queste procedure permettono di formulare giudizi con minor carico cognitivo, ma, come sarà evidente nei prossimi paragrafi, non sempre producono esiti corretti.

Ad esempio, l'euristica della disponibilità induce le persone a giudicare la frequenza o la probabilità degli eventi sulla base della facilità con cui vengono alla mente casi esemplari riguardo ad essi. Un esempio noto è relativo alle cause di morte: quella causata da eventi violenti o catastrofici tende a essere sovrastimata rispetto a quella per malattia, che pure ne è la causa principale (Combs & Slovic, 1979). Questo errore di stima potrebbe essere dovuto al fatto che le morti causate da eventi violenti o catastrofici vengono rappresentate più spesso nei mezzi di comunicazione rispetto alle morti causate da malattia (*ibid.*). Un altro esempio di euristica della disponibilità è il seguente: se viene chiesto di determinare se sia più probabile che la lettera "r" compaia all'inizio di una parola o in terza posizione, si è tentati di rispondere che è più probabile si trovi in prima posizione. Questo avviene perché è più facile che vengano in mente parole che iniziano per "r" (sono più "disponibili" nella nostra mente) piuttosto che parole con "r" alla terza posizione.

Un secondo esempio è l'euristica della rappresentatività. Si ha quando si valuta la probabilità di un evento in base al suo grado di tipicità rispetto alla categoria di riferimento. Per esempio, le persone tendono ad affermare che una sequenza di lanci di una moneta come TCTCTTCC sia più probabile di una sequenza di TTTTCCCC, anche se la probabilità delle due sequenze sono identiche. Questo avviene perché si pensa che la prima sequenza sia più rappresentativa di un evento casuale quale, appunto, il lancio di una moneta.

Un altro esempio di euristica è l'effetto cornice (*framing effect*) che si osserva quando la persona deve scegliere tra diverse opzioni in una situazione di incertezza e rischio (Tversky & Kahneman, 1981). In generale, le persone sono avverse al rischio in contesti in cui si prospetta un guadagno, ovvero se le opzioni sono presentate in termini di possibili benefici e conseguenze positive. L'avversione al rischio che si riscontra

nell'ambito di guadagni o vincite, però, non si ritrova nell'ambito delle perdite: si diventa propensi al rischio quando lo stesso problema viene presentato in una cornice che sottolinea le possibili perdite. In altre parole, la persone valutano in modo diverso la perdita o il guadagno della stessa cifra in valore assoluto. Per esempio, la valenza psicologica di guadagnare 20 euro è minore della valenza psicologica di perdere 20 euro. Nel famoso esperimento proposto da Tversky e Kahneman (1981), conosciuto anche come il dilemma della malattia asiatica, si chiedeva ai partecipanti di immaginare che gli Stati Uniti si stessero preparando per lo scoppio di una malattia asiatica che avrebbe ucciso 600 persone. I due programmi alternativi, proposti per combattere la malattia, hanno le seguenti conseguenze:

Programma A: 200 persone si salveranno

Programma B: C'è 1/3 della probabilità che 600 persone si salvino, e 2/3 della probabilità che nessuno si salvi.

La maggioranza dei partecipanti ha scelto il Programma A. Nella riformulazione seguente delle conseguenze dei due programmi, i risultati sono cambiati:

Programma A: 400 persone moriranno

Programma B: C'è 1/3 della probabilità che nessuno muoia, e 2/3 della probabilità che muoiano tutti.

In questo caso, la maggioranza ha scelto il Programma B. Si noti che le due formulazioni sono matematicamente equivalenti, e se il processo di scelta fosse razionale, i partecipanti non avrebbero modificato la loro scelta. Quello che cambia è la "cornice": nella prima versione la "cornice" ("200 persone si salveranno") è espressa in termini di guadagno (di salvezza, e non di morte), mentre nella seconda versione la "cornice" ("400 persone moriranno") è espressa in termini di perdita (di morte, e non di salvezza). Dunque si riconferma che un contesto di guadagno induce avversione al rischio (ovvero è "*risk averse*") e che un contesto di perdita induce propensione al rischio (ovvero è "*risk seeking*"). Infatti, se viene chiesto di scegliere fra una medicina che salva la vita a 200.000 persone su 600.000 in maniera sicura e un'altra medicina che

potrebbe salvare tutte le persone o nessuna, si evidenzia una preferenza per la prima opzione. Tuttavia, se la scelta viene presentata in termini di perdite di vite (nella prima opzione 400.000 persone muoiono di sicuro) le persone diventano più propense al rischio e scelgono l'opzione in cui è possibile che si salvino o tutte, o nessuna (Kahneman & Tversky, 2012).

Gli studi di Kahneman e di altri ricercatori dimostrano che nel processo decisionale alcuni errori vengono commessi in maniera regolare: affidandosi regolarmente a euristiche di pensiero, si compiono regolarmente gli errori ad esse associati. Per esempio, come abbiamo visto, si fanno errori di stima perché alcune informazioni vengono più facilmente in mente di altre, si valuta la probabilità di un evento sulla base della sua tipicità, e il contesto in cui vengono fornite le informazioni su cui fare delle scelte di rischio influenza la decisione. Come anticipato alla fine del capitolo precedente, il fatto che gli errori prodotti dalle euristiche siano sistematici è cruciale in quanto ci permette di prevedere non soltanto le circostanze in cui le persone commetteranno errori, ma anche di quale tipo di errori si tratterà.

Risulta rilevante a questo punto sottolineare anche il lavoro di Richard Thaler, premio Nobel nel 2017, e di Cass Sunstein, i quali hanno messo in evidenza gli errori decisionali in ambito economico. Le sue scoperte empiriche e le sue teorie hanno permesso la nascita e la rapida espansione dell'economia comportamentale, che ha avuto un profondo impatto nelle scienze economiche e politiche. In particolare, Thaler ha integrato assunzioni psicologicamente realistiche all'analisi di come vengono prese le scelte economiche, studiando come la razionalità limitata, le preferenze sociali e la scarsità di autocontrollo delle persone influenzano le decisioni individuali e l'andamento del mercato. La razionalità limitata si esplica, per esempio, nell'incapacità di considerare l'effetto complessivo della somma delle varie decisioni e di soffermarsi sull'impatto della singola decisione. Le limitazioni del sistema cognitivo influenzano le preferenze sociali e quindi anche i mercati finanziari. Infine, la tentazione di ricompense a breve termine fa vacillare l'autocontrollo delle persone, distraendole dall'obiettivo principale che si pongono e rendendo inutili molti dei loro buoni propositi.

Riassumendo, gli errori decisionali sono sistematici e lo studio sulle euristiche e i *bias* di Kahneman e Tversky è stato fondamentale per comprenderli meglio. Il lavoro di Thaler e Sunstein, come si vedrà nel prossimo paragrafo, compie invece un ulteriore passo avanti, partendo dall'assunto che la razionalità umana è limitata e andando ad elaborare delle strategie utili a compiere scelte ottimali.

2.2. La spinta gentile

Thaler e Sunstein suggeriscono il *nudge* come tecnica di superamento dei limiti della capacità di giudizio umana. *Nudge* significa “spingere leggermente con il gomito” (Harper, 2015) e la sua rappresentazione può essere immaginata come un pungolo che induce a compiere scelte migliori a livello personale e sociale. Più formalmente, è una tecnica per la costruzione di politiche volte a modificare il comportamento umano senza l'uso della coercizione né di incentivi economici (Savadori, 2020). Per esempio, un *nudge* potrebbe prevedere di disporre della frutta nelle mense aziendali in uno scaffale in bella vista, più evidente di quello riservato ai dolci, al fine di incentivarne il consumo. Per essere tale, un *nudge* deve sempre poter essere ignorato, se si vuole: la sua presenza porta a compiere scelte più sagge, senza limitare alcuna opzione. Nell'esempio, i dipendenti non verranno obbligati ad assumere frutta, perché l'opzione dei dolci sarà sempre disponibile, ma l'architettura del contesto renderà più semplice compiere la scelta più salutare. Di seguito verranno descritte le dieci categorie di *nudging* che si possono distinguere (Sunstein, 2014):

1) Le opzioni predefinite (di default). L'iscrizione automatica ai piani di screening è un tipo di *nudge* perché chi riceve una lettera di convocazione, per esempio, all'appuntamento per il pap-test in distretto socio-sanitario, è spinto a presentarsi perché la data è già fissata, però non è obbligata a farlo. Altri esempi sono i programmi di vaccinazione sanitaria, e l'impostazione predefinita di stampa fronte-retro in una stampante appena comprata, che porta a consumare meno carta. Un esempio molto noto è quello della scelta della donazione degli organi che veniva sottoscritta dai nuovi

automobilisti: nei Paesi in cui il formato è quello dell'*opt-out* (“Seleziona questa casella se non vuoi partecipare al programma di donazione degli organi”), la partecipazione è molto più ampia rispetto a quella nei Paesi in cui il formato è quello dell'*opt-in* (“Seleziona questa casella se vuoi partecipare al programma di donazione di organi”), poiché quest’ultimo formato implica di compiere un’azione attiva (mettere una crocetta nel foglio) per svincolarsi dal programma. Il default è probabilmente la tecnica di *nudging* più efficace (Hummel & Maedche, 2019).

2) Le procedure semplificate. Quando è più facile espletare un obbligo amministrativo perché la burocrazia non è troppo articolata e complessa, i cittadini sono più propensi a fare il proprio dovere. Un esempio di procedura semplificata è la dichiarazione dei redditi pre-compilata.

3) Le norme sociali. Riscuote un certo effetto sfruttare le norme sociali per spingere le persone a fare ciò che fanno gli altri o ciò che gli altri pensano sia giusto fare. Per esempio, indicare nella bolletta che il consumo del mittente è superiore alla media dei consumi dei vicini di casa induce l’utente a risparmiare energia.

4) Rendere comoda e conveniente la scelta ottimale. Un esempio che spesso si sente nominare è quello già citato della frutta che, se posta ad altezza occhi nelle mense aziendali o scolastiche, risulta molto più gettonata come opzione a fine pasto.

5) La pubblicazione di informazioni riservate. Per esempio, se vengono divulgati i costi ambientali correlati alla produzione di un certo prodotto, le persone possono essere portate a limitarne l’acquisto.

6) L’impiego di avvertenze. In Italia, immagini allarmanti a scopo dissuasivo relative ai rischi del fumo sono ormai in ogni pacchetto di tabacco o sigarette. Le avvertenze vengono spesso scritte in grande, in grassetto e con colori brillanti per attirare l’attenzione delle persone. Un aspetto positivo delle avvertenze è che esse controbilanciano la naturale tendenza umana all’ottimismo irrealistico e che, contemporaneamente, aumentano la possibilità che le persone ci prestino attenzione nel lungo termine.

7) Usare le strategie di pre-impegno. Per esempio, chiedere a una persona se è disposta a compiere un’azione di poco sforzo, che verrà sicuramente accettata, aumenta

la possibilità che in un secondo momento la stessa persona accetti una richiesta più onerosa. Tale strategia di *nudging* è probabilmente la meno efficace (*ibid.*).

8) Utilizzo dei promemoria via mail, per messaggio o per posta per bollette non pagate o appuntamenti in arrivo. La ragione per la quale le persone tendono a non avere una condotta corretta può essere una combinazione di inerzia, procrastinazione, dimenticanza e impegno verso altri obblighi. Un semplice promemoria può avere un impatto significativo, specialmente se alla notifica può avere seguito immediato l'azione sollecitata, per esempio grazie a istruzioni operative o link diretti al pagamento.

9) Elicitarne l'intenzione di fare qualcosa. Una semplice domanda sulla condotta futura, per esempio "Hai intenzione di vaccinare tuo figlio?", può avere importanti conseguenze. Ha una certa efficacia anche enfatizzare l'identità delle persone, per esempio sottolineare "Sei un elettore" per invogliare le persone a recarsi alle urne.

10) Informare le persone sulle conseguenze delle loro scelte passate. Spesso le istituzioni pubbliche e le aziende private hanno molte informazioni sulle scelte delle persone, come la spesa sanitaria e per l'energia elettrica. Rendere conto alle persone di queste statistiche può avere effetti sul loro comportamento.

Riepilogando, le persone talvolta sono irrazionali e nel compiere scelte complesse si affidano alle euristiche di pensiero. Nel farlo, commettono degli errori. Tali errori sono sistematici perché avvengono con un'alta frequenza, e dunque sono prevedibili. Anche per questo è possibile attivare delle politiche che aiutino le persone a compiere le scelte più adeguate per se stesse e la società, ovvero i *nudge*. La presente tesi verifica la validità di un nuovo tipo di *nudge*, non presente nell'elenco citato, per superare il *bias* genere-carriera. Recenti ricerche nel ambito della psicolinguistica e della psicologia decisionale suggeriscono che le scelte delle persone vengono influenzate anche dalla lingua in cui vengono presentate le informazioni. La cornice linguistica in cui ci viene presentato un problema può quindi modulare le nostre decisioni. Il seguente capitolo descrive questo interessante fenomeno e si interroga se esso possa rappresentare un tipo di *nudge*.

CAPITOLO 3. Il *foreign language effect*

L'uso di una lingua straniera influisce sui contributi del sistema intuitivo e di quello deliberativo nel processo decisionale. Questo effetto, chiamato *foreign language effect*, è stato individuato da Keysar e colleghi nel 2012 (Keysar et al. 2012) in relazione all'effetto cornice (*framing effect*), descritto nel capitolo precedente. Come spiegato, la "cornice" o contesto in cui un problema viene presentato influenza le scelte che vengono fatte: se la "cornice" è rappresentata da parole che prospettano un guadagno, le scelte tendono a essere avverse al rischio; se, al contrario, la "cornice" è fatta di parole che prospettano una perdita, le scelte tendono a propendere per il rischio.

Lo studio di Keysar di cui sopra (*ibid.*) ha sottoposto a partecipanti bilingui di diverse lingue il dilemma della malattia asiatica (si veda il par. 2.1). Si potrebbe ipotizzare che le persone compiano le scelte indipendentemente dalla lingua che stanno utilizzando, cioè non ci dovrebbe essere un effetto della lingua in cui l'informazione viene presentata sulle scelte fatte. Invece, i risultati dello studio hanno evidenziato che presentare il dilemma sopracitato in lingua straniera diminuisce in maniera sostanziale l'asimmetria fra le risposte nelle due diverse condizioni (cornice di guadagno e cornice di perdita). Nella lingua nativa la grande maggioranza dei partecipanti (circa l'80%) sceglieva l'opzione meno rischiosa nella cornice di guadagno; nella cornice di perdita i partecipanti erano più propensi al rischio e circa il 50% di loro sceglieva l'opzione rischiosa. Questo andamento rispecchia quanto riportato da Kahneman e Tversky nel 1981. Invece nella lingua straniera la preferenza per l'opzione sicura si livellava fra le due opzioni, ovvero i partecipanti non mostravano l'effetto cornice e la percentuale di partecipanti che sceglievano l'opzione sicura nella cornice di guadagno era simile alla percentuale di partecipanti che sceglievano la opzione sicura nella cornice di perdita. Cioè, i risultati suggeriscono che l'effetto *framing* scompaia in lingua straniera; in altre parole, la scelta delle persone sembra indipendente dal contesto di guadagno o di perdita. Si aggiunge, inoltre, che il *foreign language effect* si osserva con bilingui sbilanciati che abbiano però una conoscenza della lingua straniera sufficiente a capire i quesiti posti. Questo esclude che l'interazione osservata da Keysar fra cornice

linguistica e scelta sia spiegata da una scarsa competenza linguistica nella lingua straniera.

3.1 Spiegazioni al *foreign language effect*

Sono state avanzate diverse proposte in merito alle ragioni sottostanti il fenomeno del *foreign language effect*. Le emozioni suscitate dalla contesto linguistico ed extralinguistico hanno un ruolo molto importante, e si può ipotizzare che, laddove uno o più elementi diminuiscano la risonanza emotiva di un evento, il giudizio su tale evento ne venga alterato. In contesti che suscitano emotività, si osserva che in lingua straniera vi è una riduzione della risonanza emotiva, ovvero un aumento della distanza psicologica e una diminuzione dell'emotività suscitata da un evento. Per esempio, pare più facile parlare di argomenti imbarazzanti in una lingua straniera che nella lingua nativa. Studi di monitoraggio elettrodermico hanno riscontrato un'ampiezza minore della conduttanza cutanea quando parole tabù e rimproveri infantili (per es. "Vergogna!") sono presentate in lingua straniera (Harris et al., 2003). Anche a livello conscio, le parole emotive in lingua straniera vengono ritenute meno evocative a livello emotivo. Similmente, informazione testuale come slogan pubblicitari in lingua straniera viene percepita come meno emotiva (Puntoni et al., 2009). Se, quindi, con l'utilizzo di una lingua straniera si riscontra una minore risonanza emotiva, si potrebbe inferire che la lingua straniera rappresenti il contesto linguistico all'interno del quale i parlanti siano meno influenzati dall'emotività e possano prendere decisioni più razionali.

È stata avanzata anche un'altra spiegazione che prende in causa la fluidità cognitiva: l'aumento del carico cognitivo durante la comunicazione in lingua straniera rallenterebbe il "ragionamento", permettendo di compiere il processo decisionale in maniera più analitica. La fluidità cognitiva è un fattore che promuove la deliberazione, ed è favorita nella lingua nativa poiché i contesti familiari e conosciuti richiedono uno sforzo cognitivo ridotto rispetto ai contesti nuovi e sconosciuti, come quelli legati alla lingua straniera. Secondo Kahneman (2011) qualsiasi fattore, qualunque sia la sua

origine, che aumenti la tensione cognitiva e riduca la fluidità cognitiva stimolerebbe i processi del sistema due e ridurrebbe l'impatto della risposta rapida fornita dal sistema uno. In base a questo "rallentamento" sarebbe possibile ottenere un minore impatto dei *bias* euristici in lingua straniera. D'altro canto, si potrebbe arrivare anche alla conclusione opposta: il maggior carico cognitivo previsto dall'utilizzo di una lingua straniera potrebbe sottoporre il sistema due a stress, impedendo al processore razionale di controllare le risposte intuitive fornite dal sistema uno e aumentando l'incidenza dei *bias* euristici.

3.2 Il *foreign language effect* come spinta gentile?

Se dunque l'uso di una lingua straniera influisce sui contributi del sistema deliberativo, viene spontaneo chiedersi se il *foreign language effect* possa essere sfruttato per migliorare i processi di scelta e se esso possa, a certe condizioni, essere assimilabile a un tipo di *nudge*. Alcuni studi sul *foreign language effect* lasciano auspicare la possibilità che esso possa rappresentare effettivamente un nuovo genere di *nudge*, non assimilabile a nessuna delle dieci categorie menzionate nel secondo capitolo.

Un importante punto di partenza per la presente tesi è il recente lavoro di Geipel *et al.* (2018). Nella ricerca vengono presi in considerazione alcuni prodotti innovativi come l'acqua riciclata, la carne artificiale e gli alimenti a base di insetti. Il consumo di questi prodotti rappresenterebbe una pratica ecosostenibile, dunque positiva per la società e l'ambiente, perché l'acqua riciclata potrebbe colmare il fabbisogno idrico in caso di siccità, mentre la carne artificiale e gli alimenti a base di insetti possono sostituire la tanto impattante carne da allevamento. Nonostante tutti i vantaggi, i potenziali consumatori trovano una barriera al consumo di questi prodotti nel disgusto che provocano. Geipel (op. cit.) è partito dagli studi sul *foreign language effect* che segnalano una riduzione dell'emotività suscitata dagli stimoli e ha ipotizzato che proporre i prodotti sopracitati in lingua straniera potrebbe favorirne l'accettazione da

parte dei potenziali consumatori. In una serie di esperimenti, dunque, sono stati proposti ai partecipanti i tre prodotti, ed è stato chiesto loro di valutare se e quanto disgusto provocassero. Gli esperimenti sono stati svolti sia in lingua nativa, sia in lingua straniera. I risultati evidenziano che i partecipanti tendevano a dichiarare che avrebbero accettato di consumare i prodotti con maggiore facilità quando questi venivano proposti in lingua straniera. Il dato sul livello di disgusto suscitato dai prodotti mette in luce che il sentimento di disgusto è in grado di mediare l'associazione fra lingua e accettazione dei prodotti. Un ulteriore esperimento ha indagato quanto i partecipanti avrebbero effettivamente consumato quei prodotti. E' stato presentato ai partecipanti un bicchiere d'acqua riciclata e chiesto di berne quanto avrebbero desiderato. I partecipanti si dimostravano più volenterosi di assaggiare l'acqua riciclata quando la presentazione veniva fatta in lingua straniera. Qui si evidenzia che la descrizione di prodotti poco attraenti ma sostenibili in una lingua straniera ne aumenta non solo il consumo previsto, ma anche quello attuale. In sintesi, questo esperimento mostra come il *foreign language effect* possa venire sfruttato per far indurre le persone a compiere scelte più consapevoli.

Un successivo studio di Geipel e Keysar (2022) ha indagato il *foreign language effect* nell'ambito della prevenzione del virus Sars-Covid-19. Un ruolo fondamentale in questo campo è giocato dalla vaccinazione, che incontra tuttavia grosse resistenze dovute a mancanza di fiducia nella sua sicurezza ed efficacia. Partendo dagli studi che riscontrano che il *foreign language effect* riduce l'emotività, similmente a quanto fatto in Geipel *et al.* (2018), si vuole qui osservare se l'utilizzo della lingua straniera possa ridurre la preoccupazione sulla sicurezza del vaccino, e dunque aumentare le percentuali di persone che intendono vaccinarsi. Lo studio è stato svolto ad Hong Kong, dove la percentuale di persone non vaccinate è alta. I partecipanti (N=624) hanno ricevuto le informazioni sul vaccino fornite dal Ministero della Salute di Hong Kong in lingua cinese (lingua nativa), o tradotte in lingua inglese. Di seguito, è stato chiesto loro se avrebbero avuto intenzione di vaccinarsi e quanto avessero fiducia nell'efficacia e nella sicurezza del vaccino. I partecipanti che hanno ricevuto le informazioni in inglese hanno successivamente dichiarato una maggiore fiducia nel vaccino (Geipel *et al.*, 2022). Come previsto dagli autori, l'effetto della lingua sulla percentuale di persone che si

sarebbero volute vaccinare è mediato dalla fiducia nei confronti del vaccino. Questo risultato suggerisce che il sentimento di fiducia che si deve provare per prendere certe decisioni in ambito sanitario non dipende soltanto dal contenuto delle informazioni mediche che vengono fornite, ma anche dalla natura del linguaggio usato per comunicarlo. Gli autori sottolineano, però, che questo risultato dipende dal fatto che la lingua nativa, ovvero il cinese, sia legata al contesto in cui si sono generati i pregiudizi nei confronti del vaccino, al contrario della lingua straniera. Dunque lo stesso esperimento, replicato con combinazioni linguistiche differenti in cui la lingua nativa è legata a una cultura in cui la fiducia nel vaccino è maggiore di quella nella cultura corrispondente alla lingua straniera, i risultati potrebbero essere opposti. In generale, tuttavia, questo studio dimostra che il *foreign language effect* non influenza soltanto decisioni di importanza relativa, ma anche decisioni sanitarie da cui può dipendere la vita e la morte.

Gli studi di Geipel *et al.* (2018, 2022) riscontrano un miglioramento delle scelte in ambiti in cui fare la scelta migliore non può prescindere dal mettere da parte in una certa misura la reazione emotiva, come, per esempio, il moto di disgusto di fronte a un bicchiere di acqua riciclata o la diffidenza verso la tecnologia biomedica. Qualora invece la decisione migliore da prendere dovesse dipendere da una reazione emotiva e dall'efficace funzionamento del sistema intuitivo, l'utilizzo di una lingua straniera potrebbe risultare controproducente.

Sulla base di queste osservazioni, si possono ipotizzare alcuni casi in cui il *foreign language effect* può essere considerato un *nudge* utile a migliorare il processo decisionale. Dei *nudge* banali, ad esempio, possono consistere nello scegliere di leggere dei documenti importanti in una lingua straniera o nel condurre gli incontri lavorativi in una lingua franca. Pensare attivamente in una lingua straniera, ancora, potrebbe rappresentare un *nudge* in quanto, senza apparente obbligo, ci si affida meno al pensiero intuitivo e si è portati a compiere scelte più razionali. La domanda che ci si pone nella presente tesi è questa: è possibile che l'utilizzo di una lingua straniera aiuti a superare il *bias* di genere?

Il fronte su cui ci si intende focalizzare nel presente lavoro è quello degli stereotipi di genere nel reclutamento lavorativo, dal recepimento dei curricula al colloquio in presenza. Tale contesto, che corrisponde a una parte dell'esperienza lavorativa di chi si occupa di reclutamento del personale, viene giudicato sufficientemente delimitato da rendere immaginabile la possibilità di utilizzare, come pratica di *nudge* interno, una lingua straniera durante il suo svolgimento. I reclutatori italiani potrebbero infatti richiedere curricula in inglese e svolgere i colloqui di selezione in lingua al fine di raggiungere una maggiore oggettività nella valutazione delle competenze dei candidati e delle candidate, evitando almeno in parte di sottovalutare queste ultime.

Con queste premesse verranno qui indagati i presupposti per proporre tale prassi linguistica negli uffici adibiti alla gestione delle risorse umane di enti pubblici e del terzo settore e di grandi aziende al fine di limitare il più possibile i *bias* cognitivi che portano a favorire candidati maschi rispetto a candidate femmine. Gli stereotipi, i pregiudizi e le ostilità nei confronti delle donne traggono forza dai limiti del sistema cognitivo, nella misura in cui esso associa sistematicamente certi attributi a determinate categorie per semplificare l'organizzazione delle informazioni e rendere la realtà più comprensibile e prevedibile. Ma, come dimostra l'esistenza stessa dei *bias*, il sistema cognitivo è facilmente ingannabile: forse parlare una lingua straniera può essere sufficiente a fargli cambiare rotta.

CAPITOLO 4. Il presente studio

Il presente studio si colloca all'interno di un progetto recentemente finanziato con un bando PRIN (Programmi di ricerca di interesse nazionale) e PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza). L'obiettivo generale è quello di testare delle strategie per promuovere l'inclusività delle donne nel mondo del lavoro.

Nello specifico verrà indagato se i pregiudizi impliciti di genere sull'associazione della donna alla famiglia e dell'uomo al mondo del lavoro sono influenzati dalla cornice linguistica in cui è immersa una persona. Tale pregiudizio implicito di genere verrà misurato con l'*Implicit Association Test* (IAT), un paradigma sperimentale molto diffuso nel ambito delle scienze sociali. L'IAT osserva, attraverso la differenza dei tempi di risposta, la facilità o difficoltà con cui i partecipanti categorizzano concetti di una specifica categoria utilizzando i tasti di risposta quando gli stessi tasti di risposta servono a categorizzare altri concetti di una categoria diversa (si veda il par. 4.1). Il test di associazione implicita verrà somministrato a metà dei partecipanti in italiano, e a metà dei partecipanti in inglese. Come accennato nel capitolo precedente, la cornice di lingua straniera potrebbe ridurre la reazione emotiva e indurre un maggiore ricorso a un sistema di ragionamento analitico rispetto agli stimoli in lingua nativa. Essendo gli stereotipi basati su euristiche di pensiero, si prevede che gli stereotipi abbiano una minore incidenza quando l'IAT viene svolto in un contesto di lingua straniera

4.1 Il test di associazione implicita (*Implicit association test* – IAT)

Come misura del *bias* implicito è stato scelto il test di associazione implicita. Il paradigma dell'IAT scelto è ispirato a quello di Greenwald e Nosek del 2003 (Greenwald et al., 2003). Il test di associazione implicita è stato sviluppato e validato come misura dei *bias* impliciti e ha dimostrato un'elevata coerenza interna e prove solide della sua validità predittiva in numerosi studi.

In un test IAT i soggetti rispondono a una serie di stimoli che devono essere classificati in due categorie, ciascuna con due dimensioni. La prima categoria è relativa

alle immagini, cioè ai concetti che sono oggetto di stereotipo; la seconda categoria riguarda gli stereotipi riferiti alla prima categoria. Per esemplificare, si ipotizza un paradigma di associazione implicita degli insetti alle caratteristiche spiacevoli, e dei fiori alle caratteristiche piacevoli. Avremo dunque una prima categoria di immagini composta dalle due dimensioni “fiori” e “insetti”, e una seconda categoria relativa agli stereotipi composta dalle dimensioni “piacevole” e “spiacevole”. Come vedremo nel dettaglio di seguito, la fase critica di test prevede che si categorizzi con lo stesso tasto di risposta gli stimoli appartenenti a una dimensione della prima categoria (per es. “insetto”) e gli stimoli appartenenti a una dimensione della seconda categoria (per es. “spiacevole”). Quando un tasto di risposta corrisponde a una dimensione della prima categoria e a una dimensione della seconda categoria associata stereotipicamente alla prima, i tempi di risposta sono brevi. Viceversa avviene se il tasto di risposta corrisponde a una dimensione della prima categoria e a una dimensione della seconda categoria associata in maniera controsterotipica.

Il test consta di cinque fasi. Le prime due fasi sono di allenamento al compito. Nella prima fase compaiono al centro dello schermo una serie di stimoli, per esempio “scarafaggio” o “margherita”, legati alla prima categoria (“fiori” e “insetti”), che devono essere categorizzati come appartenenti all’una o all’altra dimensione. In alto a sinistra nello schermo compare l’etichetta per una dimensione (per es. “fiori”), e in alto a destra compare l’etichetta per l’altra dimensione (per es. “insetti”). Per categorizzare uno stimolo come appartenente alla dimensione che appare in alto a destra è sufficiente premere il pulsante destro, viceversa per categorizzare uno stimolo come appartenente alla dimensione a sinistra:

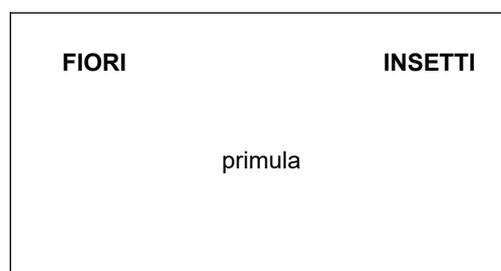


Figura 1: Fase 1 del test IAT

Nella seconda fase compare la serie di stimoli appartenenti alla seconda categoria. Nell'esempio in parola, compariranno stimoli come “disgustoso” o “profumato”, da categorizzare come appartenente alla dimensione “piacevole” o “spiacevole”:



Figura 2: Fase 2 del test IAT

La terza fase rappresenta la prima fase di test. Compiono al centro dello schermo gli stimoli appartenenti a una qualsiasi delle due categorie. In alto a sinistra compare una dimensione della prima categoria e una dimensione della seconda, per esempio “fiori” e “piacevole”; in alto a destra l’altra dimensione della prima categoria e l’altra dimensione della seconda categoria, per esempio “insetti” e “spiacevole”. Il partecipante deve categorizzare gli stimoli con lo stesso metodo delle prime due fasi, ma c’è la difficoltà aggiunta di avere due dimensioni a destra, e due dimensioni a sinistra. Nell’esempio appena fatto, la condizione descritta si chiama “congruente”, in quanto ogni dimensione della prima categoria viene associata al suo attributo stereotipico:

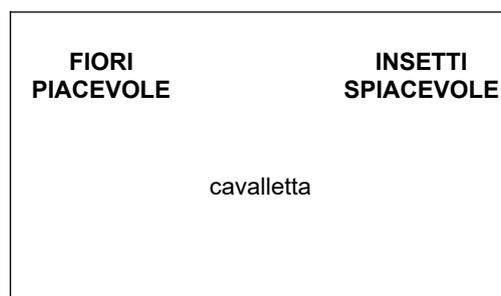


Figura 3: Fase 3 del test IAT

La quarta fase corrisponde alla prima, ma con le etichette invertite, e serve come abitudine alla seconda fase di test:

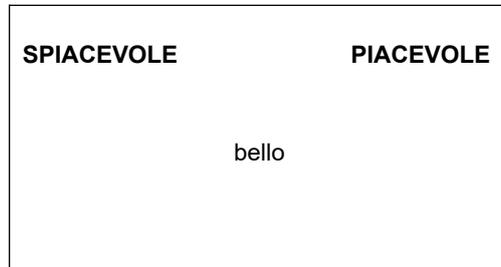


Figura 4: Fase 4 del test IAT

La quinta fase rappresenta la seconda fase di test, e corrisponde alla terza fase, ma le etichette vengono invertite: per esempio, si ha in alto a sinistra “insetti” e “piacevole”, e in alto a destra “fiori” e “spiacevole”. In questo esempio, la condizione descritta si chiama “incongruente”, in quanto ogni dimensione della prima categoria viene associata al suo attributo controsteretotipico:

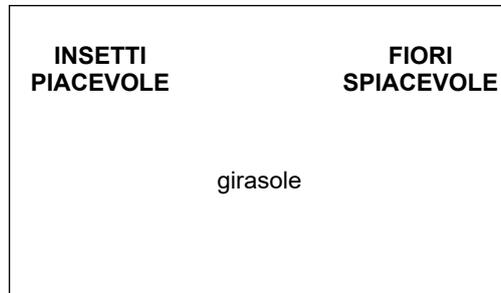


Figura 5: Fase 5 del test IAT

Ai soggetti viene chiesto di rispondere il più velocemente possibile. Le latenze di risposta della terza e quinta fase verranno utilizzate per il calcolo di un punteggio chiamato *d-score*, che verrà descritto nel paragrafo successivo. Come si vedrà, questo punteggio è basato sulla differenza fra le latenze di risposta della terza e quinta fase. Tale differenza viene interpretata come la forza di associazione fra dimensioni della prima categoria e dimensioni della seconda categoria, basandosi sull’assunto che a

un'associazione forte fra due concetti (per es. “insetti” e “spiacevole”) corrisponda una latenza di risposta inferiore rispetto a quella di un'associazione debole (per es. “insetti” e “piacevole”).

4.1.1 Il calcolo del *d-score*

Per ciascun partecipante viene misurata la latenza di risposta per ciascuno stimolo, ma per calcolare il punteggio di associazione implicita, chiamato *d-score*, si prendono in considerazione soltanto i tempi di risposta (TR) della terza e quinta fase del test, cioè delle fasi in cui le dimensioni della prima categoria vengono associate ai loro attributi stereotipici o controsterotipici. La formula del *d-score* ed è la seguente:

$$\frac{\text{Media TR condizione incongruente} - \text{Media TR condizione congruente}}{\text{Deviazione standard TR entrambe condizioni}}$$

Per condizione congruente si intende quella in cui la dimensione della prima categoria (per es. “insetti”) è associata ai propri attributi stereotipici (per es. “spiacevole”), cioè dimensione della prima categoria e stereotipo ad essa associato compaiono dalla stessa parte dello schermo: per esempio, in alto a sinistra dello schermo compaiono “donne” e “famiglia”, mentre in alto a destra compaiono “uomini” e “lavoro”. Nella condizione incongruente, invece, vale l'inverso, e per esempio si avrà in alto a sinistra “donne” e “lavoro”, e in alto a destra “uomini” e “famiglia”. Dunque, il partecipante che dovrà categorizzare uno stimolo in una condizione di congruenza sarà facilitato per un meccanismo di associazione tra i due concetti. Questo implica dei tempi di reazione inferiori rispetto a quelli della condizione incongruente. Ne consegue che la differenza fra la media dei tempi di reazione agli stimoli nella condizione incongruente e la media dei tempi di reazione nella condizione congruente esprime già di per sé l'ampiezza dell'associazione implicita. Questo risultato viene diviso per la deviazione standard dei tempi di reazione di tutte le prove, sia nella condizione congruente, sia in quella incongruente. La grandezza della differenza fra le medie di due gruppi di dati è

spesso correlata con la variabilità interna a ciascun gruppo, e usare la deviazione standard come divisore neutralizza la differenza fra le medie causata dalla variabilità.

4.2 Ipotesi del lavoro sperimentale

Nel presente lavoro sperimentale abbiamo somministrato un test di associazione implicita del tipo genere-carriera sia in lingua italiana, sia in lingua inglese, per valutare se il livello di associazione implicita delle donne al mondo della famiglia e degli uomini al mondo del lavoro diminuisse nel gruppo di partecipanti che svolgevano il test in inglese rispetto al gruppo che lo svolgeva in italiano.

Nello specifico, per indagare l'influenza della cornice linguistica nel *bias* implicito di genere abbiamo utilizzato come prima categoria, riferita al genere, dei nomi propri, e come seconda categoria sostantivi riferiti al contesto lavorativo o a quello familiare. Ai partecipanti sono stati presentati dapprima i nomi propri da categorizzare come nomi maschili o femminili. Successivamente sono stati presentati sostantivi da categorizzare come associati al contesto lavorativo o al contesto familiare. Nelle due fasi critiche del test sono stati presentati i sostantivi di tutte le categorie da categorizzare. Questo è stato presentato in due condizioni: condizione congruente e incongruente. Nella condizione congruente avevano lo stesso tasto di risposta una dimensione della prima categoria (per es. "donne") e i suoi attributi stereotipici (per es. "famiglia"); nella condizione incongruente avevano lo stesso tasto di risposta una dimensione della categoria (per es. "donne") e i suoi attributi controstereotipici (per es. "lavoro"). La differenza fra la media dei tempi di risposta della condizione incongruente e della condizione congruente, suddivisa per la deviazione standard di entrambe le condizioni, restituisce l'ampiezza del *bias* di genere, o *d-score*.

Se l'utilizzo di una lingua straniera riduce la reazione emotiva e comporta un maggiore coinvolgimento del sistema di ragionamento analitico, ci aspettiamo di ottenere una differenza significativa fra la media dei *d-score* dell'IAT somministrato in inglese e la corrispondente media dei *d-score* dell'IAT somministrato in italiano. Questo

significherebbe che il contesto linguistico di lingua straniera ha un effetto sulla variabile dell'incidenza degli stereotipi, arrivando quasi ad annullarli. Si prevede che il *d-score* in lingua nativa (italiano) raggiunga il valore che mediamente viene raggiunto in letteratura con il paradigma genere-carriera, e che il *d-score* in lingua straniera (inglese) venga invece quasi annullato, a indicare un'incidenza dello stereotipo non significativa.

CAPITOLO 5. Il lavoro empirico

Il presente studio si concentra sul paradigma genere-carriera, in cui si misura il livello di associazione implicita delle donne alla famiglia e degli uomini al mondo del lavoro. Tale paradigma è consolidato nella letteratura (Kramer et al., 2021; Salles et al., 2019) ma, a conoscenza di chi scrive, non è mai stato testato in un contesto bilingue.

5.1 Metodologia

5.1.1 Partecipanti

80 partecipanti (68 femmine, 11 maschi, 1 persona non binaria) di età media pari a 19 anni (media=19,61 deviazione standard=1,51) sono stati selezionati fra gli studenti e le studentesse dell'insegnamento "Psicologia generale" all'interno di un corso di laurea triennale in Psicologia dell'Università di Padova. L'omogeneità del campione in termini di età, settore di (futura) occupazione, e livello di istruzione permette una maggiore affidabilità dei risultati ma un minore replicabilità degli stessi. Ai partecipanti è stato assegnato casualmente il compito in italiano (N=40) o in inglese (N=40).

5.1.2 Procedura

5.1.2.1 Somministrazione del test, del questionario demografico e del test di conoscenza dell'inglese

I due professori titolari dei due moduli dell'insegnamento hanno pubblicizzato la partecipazione all'esperimento durante le lezioni. La partecipazione è stata completamente volontaria, non è stata retribuita e non sono stati offerti altri vantaggi, come per esempio punti per l'esame o crediti universitari. I partecipanti si sono registrati e hanno prenotato un appuntamento tramite il portale Colab al link <http://colab.psy.unipd.it/>. La scelta di condurre l'esperimento in presenza è stata fatta

per ottenere un maggior controllo su eventuali fattori di disturbo, ma ha assicurato anche un contesto linguistico inglese più ampio per la versione in lingua. I partecipanti, infatti, sono stati accolti e informati in lingua inglese, aumentando così il periodo di esposizione alla lingua e non limitandolo al periodo di lettura delle istruzioni somministrate sullo schermo.

I partecipanti che hanno svolto l'esperimento in italiano sono stati accolti in italiano e le istruzioni orali della sperimentatrice sono state fornite in italiano. I partecipanti che hanno svolto l'esperimento in inglese sono stati accolti in inglese e le istruzioni orali sono state fornite in inglese. I partecipanti sono stati condotti all'interno del dipartimento di Psicologia Generale nel laboratorio di psicolinguistica, una stanza insonorizzata dotata di computer, il cui *setting* (luminosità della stanza, disposizione degli oggetti e dei mobili) è stato mantenuto costante. È stato somministrato prima il test di associazione implicita. Durante l'esecuzione dell'esperimento, i partecipanti sono stati lasciati da soli nella stanza. Al termine dell'esperimento, i partecipanti sono usciti autonomamente dalla stanza e hanno avvisato la sperimentatrice di aver terminato. È stata dunque predisposta nuovamente la postazione per la compilazione del questionario demografico e per il test di conoscenza dell'inglese, entrambi compilati in autonomia dai partecipanti.

5.1.2.2 Procedura del test di associazione implicita (IAT)

Per misurare l'associazione implicita fra lavoro e genere sono state scelte nella categoria relativa al genere le dimensioni "uomo" e "donna", i cui stimoli erano nomi di genere maschile o femminile, e nella categoria relativa agli attributi stereotipici le dimensioni "famiglia" e "lavoro", i cui stimoli erano sostantivi riferiti al contesto familiare o lavorativo. Come in Greenwald, Nosek e Banaji (2003) sono stati sviluppati cinque blocchi di stimoli. In ciascun blocco apparivano delle istruzioni che indicavano quali dimensioni i partecipanti avrebbero dovuto discriminare e in che modo, cioè premendo con l'indice della mano destra la lettera L o con l'indice della mano sinistra la

lettera A della tastiera. Nel primo blocco i partecipanti hanno categorizzato le parole come appartenenti alla dimensione “lavoro” o “famiglia”. Nel secondo blocco hanno categorizzato le parole nelle dimensioni di “uomo” o “donna”. Il terzo blocco richiedeva una categorizzazione combinata e comparivano sullo schermo stimoli appartenenti a entrambe le categorie. In questo blocco veniva richiesto di categorizzare gli stimoli come appartenenti alle dimensioni “uomo” e “lavoro” premendo una lettera e come appartenenti alle dimensioni “donna” e “famiglia” premendo l’altra lettera. Il quarto blocco era identico al primo, ma con i tasti di risposta per “famiglia” e “lavoro” invertiti. Il quinto blocco, come il terzo, richiedeva una categorizzazione combinata, ma a differenza di quest’ultimo l’associazione delle dimensioni era invertita: “uomo” e “famiglia” avevano un tasto di risposta, e “donna” e “lavoro” ne avevano un altro.

Il *d-score*, calcolato a partire dalla differenza fra i tempi di risposta del terzo e del quinto blocco, è proporzionale al livello di associazione stereotipica: un *d-score* più alto indica una maggiore presenza di stereotipo genere-carriera. In ogni prova, lo stimolo veniva presentato al centro dello schermo e i partecipanti erano stati istruiti a rispondere il più velocemente e accuratamente possibile. Se non veniva data una risposta entro 3000 millisecondi, nello schermo compariva la richiesta di rispondere velocemente e compariva uno stimolo diverso. Nel caso in cui i partecipanti rispondevano in maniera errata, compariva un messaggio di errore subito dopo la prova.

5.1.3 Materiali

5.1.3.1 Stimoli del test di associazione implicita (IAT)

La prima categoria di stimoli è quella rappresentata da parole che inequivocabilmente fanno riferimento al genere femminile o al genere maschile. Inizialmente si era considerato di utilizzare, alla stregua di Kramer (Kramer et al., 2021), pronomi femminili e sostantivi di genere naturale maschile o femminile quali “signora”, “donna”, o “maschio”. L’idea è stata scartata in quanto una accresciuta consapevolezza di genere e della differenza fra sesso biologico, identità e ruoli di genere

non permette di categorizzare inequivocabilmente una parola (per es. “maschile”) come riferita al genere maschile o a quello femminile. Si è adottata dunque l’idea, presente anche nel database <https://implicit.harvard.edu/> per il paradigma genere-carriera, di utilizzare nomi propri di persona facilmente riconoscibili.

Per la versione italiana sono stati scelti i 5 nomi femminili e maschili più frequenti fra i nati e le nate in Italia nell’anno 1999 (la statistica non è disponibile per annate meno recenti), non avendo a disposizione dati statistici sui nomi più diffusi in Italia fra gli adulti. Il nome ambosessi “Andrea” è stato scartato per evitare ambiguità, e il nome maschile “Luca” è stato escluso in quanto terminante con il fonema “a”, associato alla morfologia femminile. Non è necessaria ai fini della validità dei risultati dello IAT la comparabilità in termini di frequenza, concretezza/astrazione e lunghezza degli stimoli: tutti gli stimoli compaiono nella fase 3 per la prima condizione di associazione (per es. famiglia/uomo vs lavoro/donna) e nella fase 5 per la seconda condizione, nella quale vengono invertite le associazioni (per es. famiglia/donna vs lavoro/uomo). Quello che viene misurato ai fini della computazione del *d-score* è il differenziale fra i tempi di risposta della prima condizione e della seconda, rendendo quasi inutile ogni considerazione in merito alla frequenza, lunghezza e livello di astrazione della singola parola. Tuttavia, si è scelto di selezionare degli stimoli equilibrati in termini di lunghezza. Per completezza, è stato anche consultato il corpus “Repubblica” (Baroni et al., 2004) che consta approssimativamente di 380 milioni di parole (*token*). Il t-test risultato dal confronto fra la media del numero di grafemi dei nomi femminili italiani (media=6; deviazione standard=1,22) e dei nomi maschili italiani (media=7,4; deviazione standard=2,07) risulta accettabile ($t=0,23$).

Per la versione del test in inglese non è stato possibile utilizzare che alcuni dei nomi utilizzati nel paradigma genere-carriera di <https://implicit.harvard.edu/>⁵. Per esempio, si è ipotizzato che il nome maschile “Jeffrey” sarebbe stato meno riconoscibile degli altri per i partecipanti italiani. I nomi “Daniel”, “Ben” e “Julia” sono stati esclusi in quanto *cognates* con gli equivalenti italiani. “Anna” e “Rebecca” risulterebbero addirittura

⁵Gli stimoli (in inglese) utilizzati nell’IAT di www.implicit.harvard.edu sono, per il campo semantico “Female”: Rebecca, Michelle, Emily, Julia, Anna; per il campo semantico “Male”: Ben, Paul, Daniel, John, Jeffrey.

omografi e rischierebbero di essere letti e interpretati come nomi italiani. L'adozione di parole *cognates* avrebbe ridotto, anche se di poco, l'esposizione alla lingua inglese. Anche per gli stimoli in inglese è stato consultato un corpus di oltre 2 miliardi di parole (*token*), lo ukWaC (*ibid.*), per verificare la frequenza delle parole: si assume che a una maggiore frequenza nel corpus in inglese possa corrispondere una maggiore probabilità di conoscenza per i madrelingua italiani. Anche in questo caso, il t-test risultato dal confronto fra la media del numero di grafemi dei nomi femminili inglesi (media=6,2; deviazione standard=2,17) e dei nomi maschili inglesi (media=4,8; deviazione standard=1,30) risulta accettabile ($t=0,25$).

Stimoli	Lingua	Dimensione	Frequenza relativa (%)	Numero di grafemi
Martina	italiano	donna	0,000557	7
Alessia	italiano	donna	0,000103	7
Giulia	italiano	donna	0,001059	6
Chiara	italiano	donna	0,000983	6
Sara	italiano	donna	0,000393	4
Francesco	italiano	uomo	0,012360	9
Alessandro	italiano	uomo	0,004000	10
Matteo	italiano	uomo	0,001308	6
Lorenzo	italiano	uomo	0,004000	7
Marco	italiano	uomo	0,007319	5
Jennifer	inglese	donna	0,000698	8
Naomi	inglese	donna	0,000004	5
Jane	inglese	donna	0,002814	4
Nancy	inglese	donna	0,000419	5
Charlotte	inglese	donna	0,000926	9
William	inglese	uomo	0,008373	7
John	inglese	uomo	0,029670	4
Ryan	inglese	uomo	0,001012	4
Paul	inglese	uomo	0,012080	4
James	inglese	uomo	0,011080	5

Tabella 1: Stimoli scelti e corrispondente frequenza relativa e numero di grafemi.

Note: La frequenza relativa degli stimoli in italiano si riferisce al corpus “la Repubblica”, quella degli stimoli in inglese si riferisce al corpus “UkWaC” (Baroni et al., 2004)

Per quanto riguarda la seconda categoria, è stata scelta la contrapposizione dei campi semantici “lavoro” e “famiglia”. Sono stati scelti dei sostantivi, come viene comunemente fatto nel genere-carriera IAT. Gli stimoli sono ispirati a quelli utilizzati nel paradigma genere-carriera di <https://implicit.harvard.edu/>⁶. Essi possono essere associati a una grande varietà di professioni di intelletto. Evidentemente, i sostantivi scelti per il campo semantico “lavoro” (per es. “ufficio”, si veda la Tabella 2) si riferiscono a professionalità di un settore tendenzialmente non manuale, e alcuni (per es.

⁶Gli stimoli (in inglese) utilizzati nello IAT di www.implicit.harvard.edu sono, per il campo semantico “Career”: Corporation, Salary, Office, Professional, Management, Business; per il campo semantico “Family”: Wedding, Marriage, Parents, Relatives, Family, Home, Children

“ambizione”, “affari”, “promozione”) potrebbero riferirsi a lavoratori con uno status elevato. Si considera che questo aspetto possa acuire l’effetto di associazione di tali verbi all’uomo piuttosto che alla donna, vista e considerata la permanente segregazione occupazionale verticale. Sono stati esclusi sostantivi specifici delle singole professionalità e quindi anche più riconducibili all’esperienza personale e soggettiva: per esempio, se il medico di base di un partecipante è donna, allora “stetoscopio” potrebbe essere ricondotto alla sottocategoria “donna”, anche se il partecipante stesso presenta un *bias* genere-carriera. Per quanto riguarda i verbi del campo semantico “famiglia”, sono stati scelti sostantivi relativi alla vita familiare e affettiva. Si commenta che il grado di immaginatività di alcuni di questi sostantivi (per es. “affetto”, “legame”) è più elevato rispetto a quello dei verbi della sottocategoria “lavoro”. La frequenza relativa riportata si riferisce all’output lessicale (per es. “genitori”) e non al lemma (per es. “genitore”). Il t-test risultato dal confronto fra la media del numero di grafemi degli stimoli relativi alla famiglia (media=6,4; deviazione standard=1,52) e degli stimoli relativi al lavoro (media=8,2; deviazione standard=1,64) risulta accettabile ($t=0,11$).

Per la versione in inglese sono stati tradotti i sostantivi della versione italiana, con alcune accortezze atte a minimizzare le difficoltà di comprensione per persone non madrelingua. Pertanto, la traduzione di “parenti” non è stata “kinship”, ma “relative”. Si è preferito anche in questo caso parole equilibrate dal punto di vista della lunghezza: il t-test risultato dal confronto fra la media del numero di grafemi degli stimoli relativi alla famiglia (media=7,2; deviazione standard=1,92) e degli stimoli relativi al lavoro (media=7,4; deviazione standard=1,34) risulta accettabile ($t=0,82$).

Stimoli	Lingua	Dimensione	Frequenza relativa (%)	Numero di grafemi
genitori	italiano	famiglia	0,007269	8
casa	italiano	famiglia	0,051370	4
parenti	italiano	famiglia	0,003736	7
affetto	italiano	famiglia	0,001791	7
legame	italiano	famiglia	0,001887	6
ambizione	italiano	lavoro	0,000965	9
promozione	italiano	lavoro	0,002149	10
stipendio	italiano	lavoro	0,002233	9
affari	italiano	lavoro	0,016580	6
ufficio	italiano	lavoro	0,013260	7
parents	inglese	famiglia	0,013340	7
home	inglese	famiglia	0,052190	4
relative	inglese	famiglia	0,003833	8
affection	inglese	famiglia	0,000521	9
bounding	inglese	famiglia	0,000095	8
ambition	inglese	lavoro	0,000889	8
promotion	inglese	lavoro	0,004126	9
salary	inglese	lavoro	0,003314	6
business	inglese	lavoro	0,053740	8
office	inglese	lavoro	0,029950	6

Tabella 2: Stimoli scelti e corrispondente frequenza relativa e numero di grafemi

Note: La frequenza relativa degli stimoli in italiano si riferisce al corpus “la Repubblica”, quella degli stimoli in inglese si riferisce al corpus “UkWaC” (Baroni et al., 2004).

5.1.3.2 Item del questionario demografico

Il questionario demografico è stato costruito a partire dalle variabili che sembrano modulare i risultati del test di associazione implicita (Nosek et al., 2007). I parametri demografici indagati includono: identità di genere, dominanza manuale, livello di istruzione, livello di istruzione dei genitori, orientamento politico. E’ stata esclusa una domanda riguardo all’affiliazione religiosa in quanto il campione che si preventivava di coinvolgere, prevalentemente giovani universitari, risulterebbe con elevata probabilità

cresciuto in comunità cattoliche, che ne avrebbero influenzato il pensiero stereotipato a prescindere da un successivo discostamento dalla religiosità. Il questionario completo è consultabile in Appendice I.

5.1.3.3 Item del test di conoscenza dell'inglese

Si potrebbe ipotizzare che il *foreign language effect* sia modulato dall'età di acquisizione (sulla base della spiegazione “emotiva” del fenomeno) o dal livello di conoscenza della L2 (sulla base della spiegazione del carico cognitivo). Tuttavia, non sono state confermate le prove a favore di queste ipotesi (Maschio et al., 2022). Pertanto, il test di conoscenza della lingua ha l'unico scopo di scartare chi ha una conoscenza dell'inglese troppo bassa per comprendere gli stimoli del test di associazione implicita somministrato in inglese. Le 25 domande sono state tratte dal test “English Language Assessment” disponibile sul sito della Cambridge University Press & Assessment al link: <https://www.cambridgeenglish.org/it/test-your-english/general-english/>. Le domande si possono trovare in Appendice II.

5.1.4 Software

Il programma utilizzato per somministrare il test di associazione implicita è DMDX, un programma Windows con precisione al millisecondo creato per esperimenti sul *processing* linguistico. Si tratta di un'estensione sviluppata nel 1997 dall'Università dell'Arizona di un programma della Monash University, in Australia. Viene utilizzato nei laboratori di psicologia e psicolinguistica per misurare i tempi di reazione a stimoli visivi e uditivi. Il software è disponibile gratuitamente all'indirizzo <https://psy1.psych.arizona.edu/~jforster/dmdx/>.

Il programma utilizzato per somministrare il questionario demografico e il test di conoscenza dell'inglese è LabVanced, una piattaforma online che interamente eseguibile su browser in cui si possono condurre esperimenti psicologici di varia complessità. La

piattaforma è stata lanciata nel 2018 da un'azienda tedesca (Scicoverly GmbH) ed è disponibile all'indirizzo <https://www.labvanced.com/>.

CAPITOLO 6. Risultati

6.1 Indici demografici e di competenza nella lingua inglese

Il livello di istruzione delle madri dei partecipanti, collocato in media fra la maturità e la laurea triennale, supera di poco quello dei padri. Solo 4 partecipanti scrivono con la mano sinistra. 78 partecipanti sono di lingua nativa italiana, con un solo partecipante bilingue italiano-albanese; i restanti due 2 partecipanti non nativi italiani sono stati esclusi dal computo del *d-score*.

L'età media a cui hanno iniziato a imparare l'inglese è fra i 6 e i 7 anni. In media, la certificazione linguistica posseduta nel quadro comune europeo di riferimento per le lingue è il B1. I principali contesti di utilizzo della lingua inglese sono l'ascolto di radio e musica, i social media, la televisione e i film, a discapito di altri contesti come l'interazione in famiglia e con gli amici. Solo tre partecipanti hanno trascorso un periodo all'estero. Il test di competenza inglese ha visto in media il 63% delle risposte corrette, con solo 4 partecipanti che non hanno risposto correttamente a solo il 30% dei quesiti. Nelle seguenti tabelle si possono osservare i dati rilevati distinti fra partecipanti a cui è stato somministrato il test in italiano (riga "LN") e partecipanti a cui è stato somministrato il test in inglese (riga "LS"). Fra parentesi viene presentata la deviazione standard per ciascun gruppo.

	N	Età	AoA (1)	Certificazione (2)	Estero (3)	Test (4)
LN	39 (6 uomini)	19,7 (1,84)	6,7 (2,06)	4,3 (1,70)	3	0,62 (0,21)
LS	39 (3 uomini, 1 non-binary)	19,5 (1,15)	7 (3,04)	4,2 (1,67)	0	0,64 (0,15)

Tabella 3: Indici demografici e di competenza dell'inglese.

Note: (1) AoA=età di acquisizione; (2) Certificazione linguistica. I valori corrispondono ai seguenti livelli nel Quadro europeo di competenza linguistica: 2=A1, 3=A2, 4=B1, 5=B2, 6=C1, 7=C2. (3) Numero di persone che hanno vissuto per un periodo all'estero. (4) Percentuale di risposte corrette al test di competenza inglese. Deviazione standard fra parentesi.

	Contesti di utilizzo della lingua inglese					
	Con amici	In famiglia	TV e film	Radio e musica	Social media	Altri contesti
LN	2,95 (1,74)	1,82 (1,41)	6,29 (2,35)	7,45 (1,98)	7,18 (1,96)	3,89 (1,78)
LS	3,3 (2,3)	1,83 (1,34)	6,38 (2,44)	8,13 (2,08)	7,93 (1,86)	4,43 (2,53)

Tabella 4: Contesti di utilizzo della lingua inglese dei due gruppi di partecipanti.

Note: Nella scala utilizzata, il valore 10 corrisponde a un contesto di utilizzo molto frequente, e 1 a un contesto assente per il partecipante. Deviazione standard fra parentesi.

6.2 Risultati dell'IAT

Il *d-score* medio è 0,38 (deviazione standard = 0,34; min = -0,56; max = 0,31). Dei 78 partecipanti, 65 partecipanti hanno mostrato un valore positivo nel punteggio IAT e 13 un valore negativo. In media, i partecipanti riportano il *bias* di genere atteso, con una maggiore associazione degli uomini ad aggettivi legati al mercato del lavoro e delle donne ad aggettivi legate al contesto familiare ($t = 7,07$; errore standard = 0,05; $p < 0,001$). L'effetto di lingua non è risultato significativo ($t=0,21$; errore standard = 0,07; $p = 0,83$), suggerendo lo stesso punteggio IAT nel gruppo di lingua nativa e di lingua straniera. Si veda la Tabella 5 e i grafici in Figura 6, 7 e 8. I risultati non hanno rilevato nessun effetto delle variabili demografiche di controllo (si veda la Tabella 3), così come nemmeno della competenza nella lingua straniera ($ps > 0,5$).

Lingua di somministrazione	Medie
Italiano	0,391(0,383)
Inglese	0,375 (0,302)

Tabella 5: Media del *d-score* nei due gruppi di partecipanti (deviazione standard tra parentesi)

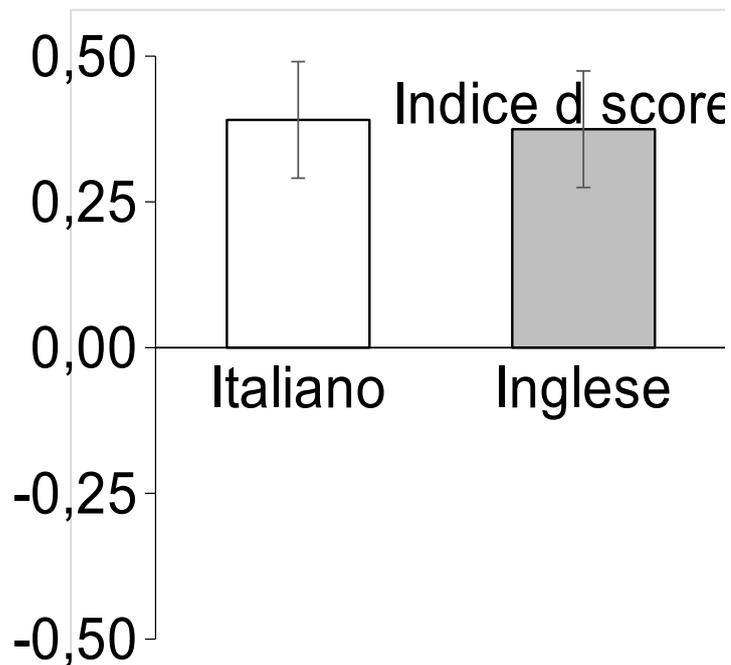


Figura 6: Valore medio dell'indice d-score nei due gruppi di partecipanti.

Note: Un valore pari a zero indica assenza del bias, un valore negativo indica un bias nel verso inatteso e un valore positivo indica un bias nel verso atteso.

Come si vede nel grafico in Figura 6, in entrambi i gruppi è stato rilevato un *d-score* superiore a 0,3, in linea con i risultati riportati in letteratura per il paradigma genere-carriera. Anche visivamente è intuibile che i due gruppi non differiscono in maniera statisticamente significativa nel *d-score* medio. Dunque, come si anticipava, l'effetto di lingua non è significativo: il gruppo di partecipanti a cui è stato somministrato il test in inglese non presenta un *bias* di genere inferiore in maniera significativa a quello del gruppo a cui è stato somministrato in italiano.

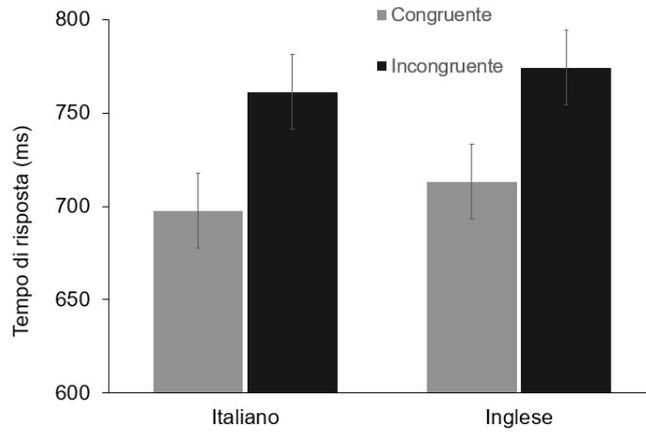


Figura 7: Tempi di risposta medi dell'IAT condizionati alla lingua di somministrazione.

Note: Condizione congruente=stesso tasto di risposta per una dimensione della prima categoria (per es. "donne") e i suoi attributi stereotipici (per es. "famiglia"); Condizione incongruente=stesso tasto di risposta per una dimensione della prima categoria (per es. "donne") e i suoi attributi controsterotipici (per es. "lavoro")

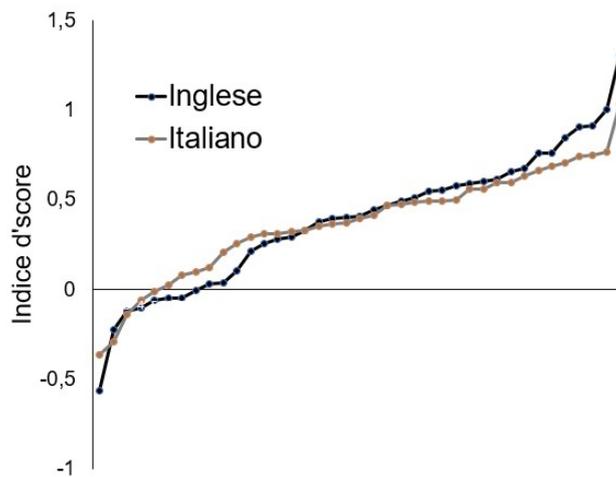


Figura 8: D-score per partecipante condizionato alla lingua di somministrazione.

Note: Nell'asse delle ascisse, ogni segmento corrisponde a un partecipante. I partecipanti sono stati posti in ordine di d-score crescente

6.3 Discussione

Dai risultati dell'esperimento di associazione implicita genere-carriera si evince la presenza di un *bias* di genere. Il *bias* è riscontrabile sia nei risultati dell'esperimento svolto in inglese, sia nei risultati dell'esperimento svolto in italiano. Inoltre, l'effetto di lingua non è risultato significativo, suggerendo che il *bias* è simile in entrambi i gruppi di partecipanti. In altre parole, non si evidenzia alcuna modulazione dei risultati da parte della lingua di somministrazione dell'esperimento, ovvero non è stato trovato *foreign language effect* nell'esperimento di IAT genere-carriera.

Questo studio, dunque, non corrobora l'intuizione di Geipel (2018, 2022), che osservava che l'utilizzo di una lingua straniera può aiutare a compiere scelte più razionali e sostenibili. A differenza degli studi di Geipel, il presente studio vuole misurare il *bias* implicito, e per farlo utilizza un compito di tempo di risposta in cui i partecipanti vengono sollecitati a rispondere in fretta. In Geipel il metodo di misurazione è esplicito, i tempi di risposta al compito non vengono misurati e i partecipanti non hanno un vincolo di tempo. Non è ancora noto se queste differenze tra i paradigmi possano contribuire al fatto che nel presente studio non si sia trovata una modulazione dei risultati da parte della variabile della lingua di somministrazione. Vengono di seguito formulate due ulteriori ipotesi che spieghino la mancanza dell'effetto di lingua.

La prima ipotesi riguarda il tipo di stimoli utilizzati nell'esperimento: sono state scelte parole singole e non sintagmi o frasi. Questa scelta potrebbe avere delle conseguenze sull'entità della reazione emotiva suscitata dai singoli stimoli. Come si osserva in Ivaz *et al.* (2016), la reazione emotiva suscitata da parole singole è più bassa rispetto a quella di sintagmi e frasi. È già stata descritta al paragrafo 3.4 l'ipotesi che il *foreign language effect* si verifichi a causa della riduzione della reazione emotiva in contesti di lingua straniera. Se, dunque, nel presente caso la reazione emotiva di partenza (cioè in lingua nativa) fosse già bassa perché le parole sono state presentate singolarmente, potrebbe darsi che in lingua straniera non vi possa essere un'ulteriore

diminuzione della reazione emotiva tale da restituire un *foreign language effect* statisticamente significativo.

La seconda ipotesi a spiegazione della mancanza dell'effetto di lingua parte da alcune ricerche che mettono in dubbio l'incidenza del *foreign language effect* in diverse euristiche di pensiero, come quella della rappresentatività (Vives et al., 2018). Ci si interroga sul possibile rapporto fra questo tipo di *bias* e i *bias* di genere, per potere eventualmente accostarli e motivare l'assenza di *foreign language effect* nel nostro lavoro. Come detto al paragrafo 2.1, l'euristica della rappresentatività viene agita quando si valuta la probabilità di un evento in base al suo grado di tipicità rispetto alla categoria di riferimento, e in conseguenza di ciò si incorre nell'errore sistematico di giudizio o *bias* in cui sovrastimiamo la probabilità che si verifichi un evento di cui abbiamo già una rappresentazione stereotipata. In altre parole, nel *bias* della rappresentatività l'informazione stereotipata relativa a una categoria guida la valutazione delle probabilità che un evento si verifichi. Queste ultime osservazioni potrebbero lasciare immaginare un parallelismo fra *bias* della rappresentatività e *bias* di genere: in questi ultimi, l'informazione stereotipata sulla categoria "genere" guida la probabilità con cui la associamo a un attributo, come per esempio la predisposizione alla cura della famiglia piuttosto che della carriera. Riprendendo l'esempio di cui al paragrafo 2.1, il modo in cui si valuta che sia più probabile che una sequenza di lanci di una moneta sia TCTCTCTT piuttosto che TTTTCCCC assomiglia, forse, al modo in cui si valuta che sia più probabile che una donna si dedichi alla famiglia piuttosto che al lavoro. Nell'esempio dei lanci di una moneta, la prima sequenza assomiglia più della seconda alle sequenze di lanci che si hanno sperimentato nella vita, mentre l'associazione delle donne al mondo familiare piuttosto che al mondo lavorativo assomiglia a quanto si sperimenta nella realtà di molti Paesi.

In sintesi, si ipotizza che l'assenza di *foreign language effect* nell'esperimento svolto sia attribuibile a un insieme di fattori: per esempio, il tipo di paradigma utilizzato e il tipo di stimoli scelti. Il paradigma prevede che i partecipanti diano delle risposte molto veloci, diversamente dai precedenti studi di Geipel su *nudge* e *foreign language effect*. Il tipo di stimoli corrisponde invece a parole singole, per le quali si ha riscontrato in altri

studi una scarsa incidenza di *foreign language effect*. Ci si interroga inoltre sulla natura del legame fra pensiero stereotipato e *bias* della rappresentatività, il quale non pare essere influenzato dal *foreign language effect*.

CAPITOLO 7. Conclusione

Il presente studio ha testato empiricamente la validità del *foreign language effect* come strategia linguistica utile per superare il *bias* genere-carriera, senza trovare prove a favore dell'ipotesi del lavoro sperimentale. I risultati, infatti, non supportano la presenza dell'effetto di lingua nel paradigma genere-carriera nel test di associazione implicita: il *bias* di genere-carriera si presenta sia durante l'utilizzo della lingua nativa, sia durante l'utilizzo della lingua straniera. Pertanto, sebbene il *foreign language effect* abbia dato prova in alcuni contesti di traghettare le persone verso scelte più razionali, non possiamo affermare che esso rappresenti un tipo di *nudge* utile a mitigare gli effetti di stereotipi e pregiudizi nei confronti delle donne nel mondo lavorativo.

Di conseguenza risulta necessario che futuri studi indaghino ulteriormente i limiti del *foreign language effect*, cioè quali siano i contesti specifici in cui esso si manifesta e quali sono i contesti in cui non viene rilevato. Rimane ignoto il motivo per cui il *foreign language effect* avvenga selettivamente, e in particolare non è chiaro se non si manifesti nel caso del *bias* di genere a causa di una mancata riduzione della reazione emotiva in contesto di lingua straniera, che pare essere una delle spiegazioni più accreditate del fenomeno del *foreign language effect*. Potrebbe essere utile, al riguardo, testare un paradigma implicito con stimoli formati da brevi sintagmi o frasi complete invece di stimoli mono-parola: come detto nel capitolo precedente, stimoli formati da una sola parola sembrano indurre reazioni emotive basse già in lingua nativa, e ciò potrebbe ridurre la possibilità di osservare un'ulteriore diminuzione della reazione emotiva in lingua straniera. Infine, ulteriori ricerche sono necessarie a validare le speculazioni fatte riguardo alla natura di stereotipi e pregiudizi. In particolare, sarebbe opportuno approfondire il rapporto fra *bias* di genere e *bias* della rappresentatività.

Nonostante non sia stata rilevata una diminuzione del *bias* di genere con l'utilizzo di una lingua straniera, non è escluso che l'utilizzo di una lingua straniera, attraverso la riduzione della reazione emotiva, possa aiutare chi si occupa di reclutamento del personale a compiere scelte più razionali. Occorre testare se, per esempio, la lettura dei curricula in inglese e il sostenimento del colloquio in lingua possa aiutare a diminuire la

discriminazione. Se questo forse non può avvenire attraverso la diminuzione diretta del *bias* di genere, potrebbe avvenire almeno attraverso un generico incentivo al sistema di pensiero analitico.

Come si diceva nel capitolo 1, alla radice dello stereotipo di genere è molto probabile che stiano i costrutti sociali. Se il significato di “uomo” e “donna” è appreso e non dato, risulta fondamentale la promozione di un’educazione di genere orientata alla parità a partire dai primi anni di vita. Nonostante la pulsante e opprimente infodemia, nel contesto italiano l’accesso al sapere su questi temi risulta essere problematico. A livello nazionale, infatti, non esiste una legge che regolamenti l’educazione alla sessualità e all’affettività nelle scuole. È invece più che mai imprescindibile la decostruzione dei discorsi e delle pratiche sessiste, allenando lo sguardo critico di studenti e studentesse per permettere loro di fare scelte più autonome e consapevoli. In sintesi, si ritiene che la lotta alla discriminazione di genere dentro e fuori il mondo del lavoro passi anche attraverso l’educazione innanzitutto di bambine e bambini, e che i contenuti di questa educazione possano essere formulati e riformulati anche a partire dai risultati delle ricerche delle scienze sociali, che informino con oggettività su come il nostro sistema cognitivo sia influenzato da stereotipi e pregiudizi. A conti fatti, il primo passo per ridurre gli effetti della discriminazione delle donne rimane la consapevolezza dell’esistenza e della sistematicità degli errori cognitivi, quali il *bias* genere-carriera. Con o senza una strategia (linguistica) che promuova la parità di genere, diffondere questa consapevolezza resta essenziale.

APPENDICE I

Di seguito, verranno elencate le domande presenti nel questionario demografico.

La tua età:

Qual è il tuo genere?

- Maschio*
- Femmina*
- Non binario*

Con quale mano scrivi?

- Destra*
- Sinistra*
- Entrambe*

Livello di istruzione:

- Nessuno*
- Scuola Primaria*
- Scuola Secondaria di primo grado (medie)*
- Scuola Secondaria di secondo grado (superiori)*
- Laurea Triennale*
- Laurea Magistrale*
- Dottorato*

Livello di istruzione madre:

- Nessuno*
- Scuola Primaria*
- Scuola Secondaria di primo grado (medie)*
- Scuola Secondaria di secondo grado (superiori)*
- Laurea Triennale*

Laurea Magistrale

Dottorato

Livello di istruzione padre:

Nessuno

Scuola Primaria

Scuola Secondaria di primo grado (medie)

Scuola Secondaria di secondo grado (superiori)

Laurea Triennale

Laurea Magistrale

Dottorato

Qual è il tuo settore di occupazione? (Se studi, scrivi il nome del tuo corso di laurea)

APPENDICE II

Di seguito verranno elencate le domande presenti nel questionario di conoscenza dell'inglese somministrato ai partecipanti dell'esperimento.

La tua lingua nativa:

L'età in cui hai iniziato a imparare l'inglese:

Hai mai trascorso più di 6 mesi in un paese in cui si parla principalmente inglese?

Indica il livello più alto del certificato di inglese che possiedi:

Indica in che misura sei attualmente esposto/a all'inglese nei seguenti contesti:

	MAI					SEMPRE				
Interazione con amici	<input type="radio"/>									
Interazione in famiglia	<input type="radio"/>									
Televisione e film	<input type="radio"/>									
Radio e musica	<input type="radio"/>									
Social media	<input type="radio"/>									
Altri contesti	<input type="radio"/>									

Can I park here?

- Sorry, I did that.
- It's the same place.
- Only for half an hour.

What colour will you paint the children's bedroom?

- I hope it was right.
- We can't decide.
- It wasn't very difficult.

I can't understand this email.

- Would you like some help?
- Don't you know?
- I suppose you can.

I'd like two tickets for tomorrow night.

- How much did you pay?
- Afternoon and evening.
- I'll just check for you.

Shall we go to the gym now?

- I'm too tired.
- It's very good.
- Not at all.

Avanti

His eyes were bad that he couldn't read the number plate of the car in front.

- such
- too
- so
- very

The company needs to decide and for all what its position is on this point.

- here
- once
- first
- finally

Don't put your cup on the of the table - someone will knock it off.

- outside
- edge
- boundary
- border

I'm sorry - I didn't to disturb you.

- hope
- think
- mean
- suppose

The singer ended the concert her most popular song.

- by
- with
- in
- as

Avanti

Would you mind these plates a wipe before putting them in the cupboard?

- making
- doing
- getting
- giving

I was looking forward at the new restaurant, but it was closed.

- to eat
- to have eaten
- to eating
- eating

..... tired Melissa is when she gets home from work, she always makes time to say goodnight to the children.

- Whatever
- No matter how
- However much
- Although

It was only ten days ago she started her new job.

- then
- since
- after
- that

The shop didn't have the shoes I wanted, but they've a pair specially for me.

- booked
- ordered
- commanded
- asked

Avanti

Have you got time to discuss your work now or are you to leave?

- thinking
- round
- planned
- about

She came to live here a month ago.

- quite
- beyond
- already
- almost

Once the plane is in the air, you can your seat belts if you wish.

- undress
- unfasten
- unlock
- untie

I left my last job because I had no to travel.

- place
- position
- opportunity
- possibility

It wasn't a bad crash and damage was done to my car.

- little
- small
- light
- mere

Avanti

I'd rather you to her why we can't go.

- would explain
- explained
- to explain
- will explain

Before making a decision, the leader considered all of the argument.

- sides
- features
- perspectives
- shades

This new printer is recommended as being reliable.

- greatly
- highly
- strongly
- readily

When I realised I had dropped my gloves, I decided to my steps.

- retrace
- regress
- resume
- return

Anne's house is somewhere in the of the railway station.

- region
- quarter
- vicinity
- district

Avanti

Bibliografia

- Arcuri, L., & Cadinu, M. (1998). *Gli stereotipi. Dinamiche psicologiche e contesto delle relazioni sociali* (1998^a ed.).
- Aruzza, C., Bhattacharya, T., & Fraser, N. (2019). *Femminismo per il 99%. Un manifesto*. Tempi Nuovi.
- Baroni, M., Bernardini S., Comastri, F., Piccioni, L., Volpi, A., Aston, G., Mazzoleni M. (2004). Introducing the “la Repubblica” corpus: A large, annotated, TEI(XML)-compliant corpus of newspaper Italian. *Proceedings of LREC 2004. European Language Resources Association (ELRA)*
- Barth, J. M., Masters, S. L., & Parker, J. G. (2022). Gender stereotypes and belonging across high school girls’ social groups: Beyond the STEM classroom. *Social Psychology of Education, 25*(1), 275–292.
- Battaglia, F. M. (2015). *Stai zitta e va’ in cucina. Breve storia del maschilismo in politica da Togliatti a Grillo*. Bollati Boringhieri.
- Beblo, M., & Gørges, L. (2018). On the nature of nurture. The malleability of gender differences in work preferences. *Journal of Economic Behavior & Organization, 151*, 19–41.
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 42*(2), 155–162.
- Buss, D. (2019). *Evolutionary Psychology: The New Science of the Mind* (6^a ed.). Routledge.
- Cheryan, S., & Plaut, V. C. (2010). Explaining Underrepresentation: A Theory of Precluded Interest. *Sex Roles, 63*(7), 475–488.
- Cheryan, S., Plaut, V. C., Handron, C., & Hudson, L. (2013). The Stereotypical Computer Scientist: Gendered Media Representations as a Barrier to Inclusion for Women. *Sex Roles, 69*(1), 58–71.
- Chung, Y. (2002). Career Decision-Making Self-Efficacy and Career Commitment: Gender and Ethnic Differences Among College Students. *Journal of Career Development, 28*, 277–284.
- Cialdini, R. B., & Trost, M. R. (1998). Social influence: Social norms, conformity and compliance. In *The handbook of social psychology, Vols. 1-2, 4th ed* (pp. 151–192). McGraw-Hill.
- Combs, B., & Slovic, P. (1979). Newspaper Coverage of Causes of Death. *Journalism Quarterly, 56*(4), 837–849.
- Commissione Europea. (2021). *The gender pay gap situation in the EU*.
- Costa, P. T. Jr., Terracciano, A., & McCrae, R. R. (2001). Gender differences in personality traits across cultures: Robust and surprising findings. *Journal of Personality and Social Psychology, 81*(2), 322–331.
- Dean, L., Churchill, B., & Ruppner, L. (2022). The mental load: Building a deeper theoretical understanding of how cognitive and emotional labor overload women and mothers. *Community, Work & Family, 25*(1), 13–29.

- Donnelly, K., & Twenge, J. M. (2017). Masculine and Feminine Traits on the Bem Sex-Role Inventory, 1993–2012: A Cross-Temporal Meta-Analysis. *Sex Roles, 76*(9), 556–565.
- Eccles, J. (2011). Gendered educational and occupational choices: Applying the Eccles *et al.* model of achievement-related choices. *International Journal of Behavioral Development, 35*(3), 195–201.
- Elias, N. (1987). On Human Beings and their Emotions: A Process-Sociological Essay. *Theory, Culture & Society, 4*(2–3), 339–361.
- Evans, C. D., & Diekmann, A. B. (2009). On Motivated Role Selection: Gender Beliefs, Distant Goals, and Career Interest. *Psychology of Women Quarterly, 33*(2), 235–249.
- Fauls, L. B., & Smith, W. D. (1956). Sex-Rôle Learning of Five-Year-Olds. *The Journal of Genetic Psychology, 89*(1), 105–117.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations, 7*(2), 117–140.
- Geary, D. C. (1998). *Male, female: The evolution of human sex differences* (pp. xii, 397). American Psychological Association.
- Geipel, J., Grant, L. H., & Keysar, B. (2022). Use of a language intervention to reduce vaccine hesitancy. *Scientific Reports, 12*(1).
- Geipel, J., Hadjichristidis, C., & Klesse, A.-K. (2018). Barriers to sustainable consumption attenuated by foreign language use. *Nature Sustainability, 1*(1).
- Gender Equality Index 2023*. (ottobre 2024). European Institute for Gender Equality.
- Giddens, A., Sutton, P. W., Baldini, M., & Barbagli, M. (2014). *Fondamenti di sociologia* (G. Arganese, Trad.; 5° edizione). Il Mulino.
- Gottfredson, L. S., & Lapan, R. T. (1997). Assessing Gender-Based Circumscription of Occupational Aspirations. *Journal of Career Assessment, 5*(4), 419–441.
- Greenwald, A. G., Nosek, B. A., & Banaji, M. R. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology, 85*(2), 197–216.
- Guimond, S., Branscombe, N. R., Brunot, S., Buunk, A. P., Chatard, A., Désert, M., Garcia, D. M., Haque, S., Martinot, D., & Yzerbyt, V. (2007). Culture, gender, and the self: Variations and impact of social comparison processes. *Journal of Personality and Social Psychology, 92*(6), 1118–1134.
- Harper, D. (2015). Online Etymology Dictionary.
- Harris, C. L., Ayçiçeği, A., & Gleason, J. B. (2003). Taboo words and reprimands elicit greater autonomic reactivity in a first language than in a second language. *Applied Psycholinguistics, 24*(4), 561–579.
- Hayes, A. R., Bigler, R. S., & Weisgram, E. S. (2018). Of Men and Money: Characteristics of Occupations that Affect the Gender Differentiation of Children’s Occupational Interests. *Sex Roles, 78*(11), 775–788.
- Holt, C. L., & Ellis, Jon. B. (1998). Assessing the Current Validity of the Bem Sex-Role Inventory. *Sex Roles, 39*(11), 929–941.

- Hummel, D., & Maedche, A. (2019). How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, *80*, 47–58.
- International Labour Organization. Research Department. (2023). *World employment and social outlook: Trends 2023* (1st ed.). ILO.
- ISTAT. (2022). *Tasso di occupazione*. Consultato il giorno 8 novembre 2023
- Ivaz, L., Costa, A., & Duñabeitia, J. A. (2016). The emotional impact of being myself: Emotions and foreign-language processing. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, *42*(3), 489–496.
- Kahneman, D. (2012). Two Systems in the Mind. *Bulletin of the American Academy of Arts & Sciences*.
- Keysar, B., Hayakawa, S. L., & An, S. G. (2012). The Foreign-Language Effect: Thinking in a Foreign Tongue Reduces Decision Biases. *Psychological Science*, *26*(6).
- Kiefer, A. K., & Sekaquaptewa, D. (2007). Implicit stereotypes and women's math performance: How implicit gender-math stereotypes influence women's susceptibility to stereotype threat. *Journal of Experimental Social Psychology*, *43*(5), 825–832.
- Kramer, M., Heyligers, I. C., & Könings, K. D. (2021). Implicit gender-career bias in postgraduate medical training still exists, mainly in residents and in females. *BMC Medical Education*, *21*(1), 253.
- Leary, M. R., & Hoyle, R. H. (2013). *Handbook of Individual Differences in Social Behavior*. Guilford Publications.
- Lent, R. W., Lopez, A. M., Lopez, F. G., & Sheu, H.-B. (2008). Social cognitive career theory and the prediction of interests and choice goals in the computing disciplines. *Journal of Vocational Behavior*, *73*(1), 52–62.
- Lippa, R. A. (2010). Gender Differences in Personality and Interests: When, Where, and Why? *Social and Personality Psychology Compass*, *4*(11), 1098–1110.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion* (Reissue edizione). Free Press.
- Mahalik, J. R., Morray, E. B., Coonerty-Femiano, A., Ludlow, L. H., Slattery, S. M., & Smiler, A. (2005). Development of the Conformity to Feminine Norms Inventory. *Sex Roles*, *52*(7), 417–435.
- Martin, C. L., Ruble, D. N., & Szkrybalo, J. (2002). Cognitive theories of early gender development. *Psychological Bulletin*, *128*(6), 903–933.
- Maschio, N. D., Crespi, F., Peressotti, F., Abutalebi, J., & Sulpizio, S. (2022). Decision-making depends on language: A meta-analysis of the Foreign Language Effect. *Bilingualism: Language and Cognition*, *25*(4), 617–630.
- Mazzara, B. M. (1997). *Stereotipi e pregiudizi*. Il Mulino.
- McWhirter, E. H. (1997). Perceived Barriers to Education and Career: Ethnic and Gender Differences. *Journal of Vocational Behavior*, *50*(1), 124–140.
- Misersky, J., Gyax, P. M., Canal, P., Gabriel, U., Garnham, A., Braun, F., Chiarini, T., Englund, K., Hanulikova, A., Öttl, A., Valdrova, J., Von Stockhausen, L., & Sczesny, S. (2014). Norms on the gender perception of role nouns in Czech,

- English, French, German, Italian, Norwegian, and Slovak. *Behavior Research Methods*, 46(3), 841–871.
- Nosek, B. A., Smyth, F. L., Hansen, J. J., Devos, T., Lindner, N. M., Ranganath, K. A., Smith, C. T., Olson, K. R., Chugh, D., Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (2007). Pervasiveness and correlates of implicit attitudes and stereotypes. *European Review of Social Psychology*, 18(1), 36–88.
- Nosek, B. A., Smyth, F. L., Sriram, N., Lindner, N. M., Devos, T., Ayala, A., Bar-Anan, Y., Bergh, R., Cai, H., Gonsalkorale, K., Kesebir, S., Maliszewski, N., Neto, F., Olli, E., Park, J., Schnabel, K., Shiomura, K., Tulbure, B. T., Wiers, R. W., Greenwald, A. G. (2009). National differences in gender–science stereotypes predict national sex differences in science and math achievement. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(26), 10593–10597.
- Orlofsky, J. L., & O’Heron, C. A. (1987). Development of a Short-Form Sex Role Behavior Scale. *Journal of Personality Assessment*, 51(2), 267–277.
- Puntoni, S., de Langhe, B., & van Osselaer, S. M. J. (2009). Bilingualism and the Emotional Intensity of Advertising Language. *Journal of Consumer Research*,
- Reich-Stiebert, N., Froehlich, L., & Voltmer, J.-B. (2023). Gendered Mental Labor: A Systematic Literature Review on the Cognitive Dimension of Unpaid Work Within the Household and Childcare. *Sex Roles*, 88(11), 475–494.
- Romano, G., & Angelino, A. (2020). *Le donne ai vertici delle imprese, 2020*. Cerved e Fondazione Bellisario in collaborazione con INPS.
- Salles, A., Awad, M., Goldin, L., Krus, K., Lee, J. V., Schwabe, M. T., & Lai, C. K. (2019). Estimating Implicit and Explicit Gender Bias Among Health Care Professionals and Surgeons. *JAMA Network Open*, 2(7), e196545.
- Savadori, L. (2020). Nudge: Opportunità o moda passeggera? *Giornale italiano di psicologia*, 2/2020.
- Shively, M. G., & De Cecco, J. P. (1977). Components of Sexual Identity. *Journal of Homosexuality*, 3(1), 41–48.
- Spence, J. T., & Buckner, C. E. (2000). Instrumental and expressive traits, trait stereotypes, and sexist attitudes: What do they signify? *Psychology of Women Quarterly*, 24(1), 44–62.
- Su, R., & Rounds, J. (2015). All STEM fields are not created equal: People and things interests explain gender disparities across STEM fields. *Frontiers in Psychology*, 6.
- Sunstein, C. R. (2014). Nudging: A Very Short Guide. *Journal of Consumer Policy*, 37(4), 583–588.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*. *Psychology of Intergroup Relations*, 7–24.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases | Science. *Science*, 185(4157), 1124–1131.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 211(4481), 453–458.

- Vives, M.-L., Aparici, M., & Costa, A. (2018). The limits of the foreign language effect on decision-making: The case of the outcome bias and the representativeness heuristic. *PLOS ONE*, *13*(9), e0203528.
- Voicu, B., Voicu, M., & Strapcová, K. (2007). Gendered housework. A cross-European analysis. *Slovak Sociological Review*, *39*(6), 502–521.
- White, M. J., & White, G. B. (2006). Implicit and Explicit Occupational Gender Stereotypes. *Sex Roles*, *55*, 259–266.
- World Economic Forum. (2023). *Global Gender Gap Report 2023*.
- Wyer, R. S. J., & Srull, T. K. (2014). *Handbook of Social Cognition: Volume 2: Applications*. Psychology Press.