

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA, SOCIOLOGIA, PEDAGOGIA E PSICOLOGIA APPLICATA

Corso di laurea in Comunicazione

ANTIFEMMINISMO E OSTILITÀ : UN'ANALISI QUANTITATIVA SUGLI STEREOTIPI E I PREGIUDIZI VERSO IL MOVIMENTO FEMMINISTA

Relatore:

Prof. Cosimo Marco Scarcelli

Laureanda:

Asia Beltrame

Matricola n. 2032313

ANNO ACCADEMICO 2023/2024

Introduzione	3
Contesto teorico	4
1 Il femminismo contemporaneo e la corrente postfemminista	4
1.1 Evoluzione del femminismo	4
1.2 L'arrivo della terza ondata	4
1.3 Femminismo contemporaneo: il femminismo digitale.....	5
1.4 Gli ideali postfemministi e le conseguenze del femminismo neoliberista.....	6
2. I movimenti antifemministi	7
2.1 La manosphere	7
2.2 La rappresentazione delle donne e del femminismo nella manosphere	8
3. l'identificazione femminista	10
3.1 L'importanza dell'identificazione femminista	10
3.2 Rifiuto dell'identità femminista.....	11
3.3 Pregiudizi e stereotipi verso il femminismo	11
La ricerca.....	13
1 Premesse e motivazioni.....	13
2 Obiettivo dello studio	13
3 Metodologia	13
4 Partecipanti e dati demografici	14
5 Strumenti	15
6 Risultati.....	17
6.1 Analisi degli items.....	17
6.2 Analisi delle scale e confronti	21
6.3 Motivazioni al rifiuto dell'identificazione femminista	27
6.4 Domanda aperta conclusiva.....	28
Discussione.....	32
Bibliografia	36

INTRODUZIONE

Fin dalle sue origini il movimento femminista ha avuto un ruolo cruciale per il progresso sociale, promuovendo l'uguaglianza di genere e sfidando le strutture patriarcali e la mascolinità egemonica che opprimono sia donne che uomini in diversi ambiti della società.

Nonostante i progressi compiuti dal femminismo nel corso degli anni, il femminismo continua a dover affrontare numerosi ostacoli anche ad oggi, imbattendosi in diverse sfide e molti movimenti che cercano di demonizzare gli obiettivi femministi. Tra questi, una delle maggiori sfide è il combattere l'immagine negativa che si è creata del movimento, tra pregiudizi e stereotipi sempre più diffusi del femminismo e dei suoi attivisti.

Questi stereotipi, profondamente radicati nella cultura popolare e nei discorsi mainstream, perpetuano un'immagine distorta del femminismo come movimento estremista e ostile verso gli uomini, vedendo gli attivisti come persone arrabbiate, irrazionali e testarde (Twenge & Zucker, 1999). Questo tipo di rappresentazione va a inficiare non solo gli obiettivi del femminismo e la diffusione dei suoi ideali, ma incoraggia anche molte persone, sia donne che uomini, a prendere le distanze dal movimento per timore di essere associati a quest'immagine stereotipata.

Un momento cruciale per il cambiamento radicale del movimento femminista è stato l'avvento delle piattaforme digitali e dei social media, che ha dato origine a nuove forme di attivismo online; allo stesso tempo, però, questa digitalizzazione dell'attivismo ha aperto la strada a un'ondata di attivismo e misoginia in rete. Movimenti e gruppi online appartenenti alla "manosphere", come l'ideologia "redpill", perpetuano discorsi e teorie ostili al femminismo e alle donne in generale, contribuendo ad ostacolare il progresso verso l'uguaglianza di genere e a rafforzare gli stereotipi negativi (Farci & Righetti, 2019).

In questo contesto la presente tesi si propone di indagare la diffusione e l'impatto degli stereotipi e dei pregiudizi verso il movimento femminista nella società italiana contemporanea. Dopo una generale introduzione all'argomento, con particolare attenzione alla correlazione tra l'immagine negativa del movimento e le conseguenze pratiche per il femminismo, verranno esaminati percezioni e atteggiamenti del campione tramite un'indagine quantitativa basata su un questionario strutturato.

I risultati di questo studio contribuiscono a delineare meglio le dinamiche sociali e culturali che influenzano l'accettazione del femminismo in Italia, paese in cui l'opinione pubblica è largamente influenzata da movimenti conservatori e antifemministi.

CONTESTO TEORICO

1 IL FEMMINISMO CONTEMPORANEO E LA CORRENTE POSTFEMMINISTA

1.1 EVOLUZIONE DEL FEMMINISMO

Il movimento femminista non ha una definizione univoca, non è mai stato un movimento lineare, ma viene sempre descritto utilizzando l'idea di "onde" per sottolineare il sormontarsi e il mescolarsi di diversi movimenti e trasformazioni sociopolitiche (Magaraggia, 2015). Ognuna delle diverse ondate di femminismo ha le proprie particolarità, i propri ideali e un contesto storico di riferimento; tuttavia, sono tra loro intrecciate e possiedono tanti elementi in comune quanti elementi conflittuali.

La prima ondata femminista è forse quella più facile da individuare e definire. Essa ha origine alla fine del 18° secolo in Gran Bretagna, con l'obiettivo di ottenere il suffragio universale femminile (Day & Wray, 2018). Il fulcro delle proteste erano questioni prettamente legali, come la cittadinanza e, appunto, il diritto al voto. Il femminismo della prima ondata è considerato uno dei primi movimenti sociali internazionali, e alle femministe è riconosciuto di aver intuito l'importanza di unire le proprie forze e aiutare il proprio gruppo a livello internazionale (Andersen, 2018).

Nonostante ciò, questa prima ondata era perpetuata principalmente da donne bianche di classe media, caratteristica che è stata poi criticata dal femminismo degli anni successivi. Il movimento, infatti, era globale per quanto riguarda gli ideali di sorellanza e solidarietà, ma molto restrittivo quando si trattava di etnia o classe sociale (Rampton, 2015).

La seconda ondata del femminismo, che si identifica con lo slogan "il personale è politico", mette al centro della propria riflessione la disuguaglianza di genere che permea nella sfera personale, non soltanto in quella pubblica (Magaraggia, 2015). Ampliano quindi i precedenti discorsi (che riguardavano principalmente le lotte per il voto, l'istruzione e il lavoro), sottolineando la pervasività del patriarcato nella soggettività di ognuno. Denunciano apertamente le conseguenze che il sessismo ha in ogni aspetto della loro vita, mettendo quindi sullo stesso livello di importanza la sfera pubblica e quella privata (Bellè & Gherardi, 2021). Si inizia qui, grazie agli scritti di Simone de Beauvoir, ad introdurre la teoria per cui le differenze tra i sessi non fossero naturali, ma imposte dalla società e perpetuate a causa della subordinazione delle donne, che in quanto oppresse seguono gli ordini della classe dominante (Andersen, 2018).

Anche in questo caso, tuttavia, l'identità politica femminista viene costruita a discapito delle differenze tra i diversi gruppi sociali, uniformando le donne in un gruppo omogeneo (Bellè & Gherardi, 2021).

1.2 L'ARRIVO DELLA TERZA ONDATA

Agli inizi degli anni '90 alcune attiviste come Rebecca Walker e Shannon Liss iniziano a identificarsi come femministe di terza ondata (Day & Wray, 2018). Quest'ultima è più difficile da delimitare, in quanto vi è al suo interno un'enorme diversità di idee e movimenti. I

femminismi della terza ondata partono sicuramente dal concetto di intersezionalità, formatosi originariamente nel contesto del Black Feminism statunitense. Il femminismo intersezionale, influenzato anche dalle teorie queer, esplora le interconnessioni tra diversi aspetti dell'identità oltre al genere, come etnia, classe sociale, sessualità, età, sottolineando come questi fattori non operino in modo isolato ma si sovrappongano producendo ulteriori disuguaglianze sociali (Demaria, 2016). Questo posizionamento ha anche lo scopo di indebolire il regime binario donna/uomo eterosessuale, con la conseguente inclusione degli uomini nel movimento che vanno ad indagare come anche il maschile sia vittima dell'ordine patriarcale (Magaraggia, 2015). Il femminismo di terza ondata va quindi a destrutturare completamente il concetto di genere, visto come un costrutto sociale, sostenendo la libertà di poter esprimere le caratteristiche che si preferiscono, che siano queste considerate "femminili" oppure "maschili" non ha importanza. Viene ridefinita l'immagine stereotipica della donna, introducendo figure femminili forti e in pieno controllo della propria sessualità.

Ha inizio in questo periodo l'utilizzo dei mass media per diffondere i messaggi del femminismo a un pubblico molto più ampio, sia tramite articoli e riviste che tramite serie tv, film e pubblicità che offrirono ritratti di donne in ruoli principali e distaccati dagli stereotipi fino ad allora perpetuati (Burkett & Brunell, 2024).

Prende piede in questo periodo, soprattutto grazie ai media, il cosiddetto "femminismo pop", che consiste nel fare attivismo femminista mescolandolo alla cultura pop. Un esempio di femminismo pop sono le Spice Girls che hanno reso popolare il termine "girl power", originatosi inizialmente nel Riot Grrrl movement e rimasto ancora oggi nell'uso comune.

1.3 FEMMINISMO CONTEMPORANEO: IL FEMMINISMO DIGITALE

È proprio questo ampio utilizzo dei media che rappresenta il fulcro di quello che viene definito da alcuni studiosi "femminismo di quarta ondata", che concentra quasi tutta la sua attività politica online. Questa fase del femminismo non è ancora stata riconosciuta accademicamente; tuttavia, il termine "quarta ondata" è ormai ampiamente utilizzato sia nei media che dagli studiosi (Andersen, 2018). L'utilizzo di internet e dei social media ha permesso di facilitare ampiamente la diffusione di ideali femministi, così come la connessione di movimenti e gruppi femministi tra loro distanti, sia per ideali che geograficamente (Day & Wray, 2018). Ha origine il cosiddetto "hashtag activism", ossia uno specifico tipo di attivismo basato sulla creazione e sulla diffusione di hashtag. L'esempio più rappresentativo di questo nuovo modo di fare attivismo è il movimento #metoo del 2017, in cui in pochissimo tempo sono state condivise milioni di storie di violenza sessuale. L'hashtag è diventato virale, invitando moltissime donne a rompere la spirale del silenzio e del "victim blaming" (Andersen, 2018), ossia la tendenza a cercare il modo di attribuire alla vittima la responsabilità di quanto accaduto (in questo caso, delle molestie sessuali ricevute). Un altro esempio famoso di hashtag activism è #YesAllWomen ("sì tutte le donne"), nato come risposta alla frase tipica "not all men" ("non tutti gli uomini") che viene utilizzata di solito dagli uomini per sottolineare che non tutti gli uomini sono colpevoli di discriminazioni e molestie, con lo scopo di difendersi dalle accuse generalizzate verso il maschilismo. Questo hashtag veniva utilizzato per dimostrare come, invece, tutte le donne ne fossero vittime, nonostante, appunto, "not all men" (Baer, 2016). Molto spesso l'hashtag activism è particolarmente efficace perché non è

necessario che una persona si identifichi come femminista per partecipare all'attivismo. Grazie alla condivisione virale un hashtag proprio del femminismo riesce a raggiungere anche i media mainstream, ottenendo visibilità nello spazio pubblico e agevolando le azioni politiche e l'attivismo riguardo quel tema (Antunovic, 2019).

Con la "quarta ondata" viene introdotto, in parte grazie alla digitalizzazione del femminismo, anche lo slogan "check your privilege", che invita ognuno a riflettere sui propri privilegi - che questi siano dovuti al genere, all'etnia, alla posizione e la classe sociale o altro. Questo concetto parte dal presupposto che ognuno di noi abbia dei privilegi che, per definizione, sono invisibili a chi li detiene, e proprio per questo sono esercizio di potere (Magaraggia, 2015). Questa linea di pensiero si inserisce perfettamente nella visione intersezionale del femminismo introdotta negli anni '90, perché mette chiaramente in luce le differenze tra le discriminazioni e le difficoltà che deve affrontare, ad esempio, una donna bianca da una donna nera, oppure il potere patriarcale che detiene un uomo eterosessuale rispetto a un uomo omosessuale.

Sulla stessa linea di pensiero si colloca la call out culture, ossia la tendenza del femminismo di quarta ondata al denunciare e smascherare velocemente i comportamenti sessisti tramite l'ausilio delle piattaforme online. Questa possibilità di denunciare pubblicamente senza intermediari le discriminazioni ha avuto impatti positivi importanti, come l'empowerment di donne che possono ricevere così il supporto online di altre donne, o l'aver portato le diverse aziende e le persone pubbliche a porre maggiore attenzione sui contenuti che diffondono. La call out culture è stata però anche criticata per il suo focus sulle trasgressioni considerate minori, come il catcalling, o di focalizzarsi su individui singoli, anziché concentrarsi su temi di più ampio impatto. Inoltre, rimane sempre presente un alto rischio di essere vittima di minacce e molestie come conseguenza all'espone i propri ideali femministi online (Day & Wray, 2018).

In sintesi, quindi, il movimento femminista negli ultimi decenni si è sempre più digitalizzato, tanto che è difficile trovare un'azione femminista che non sfrutti in nessun modo i social networks per la sua diffusione. Questa "onnipresenza" del femminismo, tuttavia, lo rende anche molto più esposto a critiche e backlash online, con il rischio di ottenere effetti opposti a quelli desiderati.

1.4 GLI IDEALI POSTFEMMINISTI E LE CONSEGUENZE DEL FEMMINISMO NEOLIBERISTA

Oltre alla sua importante espansione online, il femminismo degli ultimi decenni è stato profondamente influenzato dalla corrente neoliberista, ossia una corrente politica ed economica caratterizzata da un elevato livello di privatizzazione e allontanamento dallo stato. Questo paradigma si riflette sulla rappresentazione individuale in quanto l'uomo è visto come autonomo, libero e fautore delle proprie sorti, e spesso le donne sono chiamate ad autodisciplinarsi ed emanciparsi molto più degli uomini (Scarcelli, 2022). Questo discorso neoliberista rende il femminismo irrilevante per le donne, in quanto i problemi possono essere risolti a livello individuale. Focalizzandosi sulla possibilità di scelta e su "l'empowerment" femminile, le soluzioni alla disparità di genere che vengono proposte sono di natura consumista e niente hanno a che fare con la politica o la società (Baer, 2016).

Gli ideali neoliberisti hanno una profonda influenza nella corrente postfemminista, a cui non è facile attribuire una definizione ben precisa. “Postfemminismo” è sicuramente un termine utilizzato in contrapposizione al femminismo, ma tende ad intricare discorsi femministi e antifemministi. Seguendo l’individualismo neoliberista, il postfemminismo prevede che le donne lavorino su loro stesse, regolino tutti gli aspetti del loro comportamento e mostrino che tutte le loro azioni sono frutto di una scelta libera. Nasce quindi un messaggio contraddittorio: le donne sono viste come sicure di sé e capaci di autodeterminarsi; tuttavia, ci si aspetta da loro che siano sempre attente e in controllo del loro aspetto, del loro corpo, del loro ruolo tradizionale (Gill, 2007).

Questa pervasività della mentalità neoliberista va a intaccare tutti i tentativi di azione collettiva del femminismo, in quanto se il cambiamento si ottiene unicamente a livello personale allora tutte le azioni e le rivoluzioni volte a cambiare la società a livello politico e strutturale non sono necessarie, portando il movimento a poter agire solo singolarmente, parlando nuovamente di libera scelta e autodeterminazione.

2. I MOVIMENTI ANTIFEMMINISTI

2.1 LA MANOSPHERE

La possibilità di fare attivismo online ha portato sicuramente a molteplici vantaggi per il movimento femminista, tuttavia permette a tutti gli altri movimenti di utilizzare gli stessi strumenti. Movimenti che si inseriscono in una mentalità antifemminista sono altrettanto onnipresenti in internet, e creano un sistema di “backslash immediato”, con un meccanismo di botta e risposta tra femminismo e antifemminismo che si autoalimenta costantemente. Coloro che partecipano alla lotta antifemminista, infatti, sfruttano le piccole conquiste del femminismo, così come i singoli tweet e dichiarazioni delle persone, rispondendo a ognuno di essi con molestie e insulti. Questo meccanismo è così comune e onnipresente che è addirittura previsto e dato per scontato che qualsiasi messaggio femminista online sia vittima di critiche e sessismo (Andersen, 2018).

Il panorama antifemminista online è così diffuso e organizzato che è stato ampiamente descritto negli studi contemporanei, individuando diverse correnti di pensiero ben definite. Questi diversi movimenti sono racchiusi in quella che viene definita “manosphere” (“*manosfera*” o “*androsfera*”) ossia quello spazio online che comprende siti web, blog, pagine social, thread ecc... uniti dalla convinzione che gli uomini siano in realtà le vere vittime, succubi delle donne e del femminismo (Dickel & Evolvi, 2023).

Il movimento forse più diffuso nella manosphere, che possiede un’ideologia di base che influenza una buona parte dei movimenti antifemministi, è la subcultura Incel. Questo è un neologismo nato dall’unione delle parole “involuntary celibate” (“*celibe involontario*”), ossia una persona che vorrebbe intraprendere una relazione (fisica o sentimentale) ma non riesce per motivazioni esterne dalla sua volontà. Questo movimento, così come molti altri, segue l’ideologia “Red Pill”, una metafora ripresa dal film Matrix (1999), in cui la “pillola rossa” sta ad indicare la realizzazione dell’esistenza di una realtà dolorosa e nascosta, contrariamente alla “Blue Pill” che prevede di accettare la realtà visibile in modo disinteressato. La “realtà

scomoda” sarebbe essenzialmente la misandria perpetuata dalle donne, che vorrebbero sottomettere gli uomini anziché l’uguaglianza (De Vettor, 2023).

Un altro dei principali movimenti appartenenti alla manosphere (e molto diffuso in Italia) è il MRA (Men’s Right Activism, ossia “*attivismo per i diritti degli uomini*”). Questo movimento sostiene che le principali vittime del divario di genere sono gli uomini, non le donne. Le tematiche principali riguardano la violenza contro gli uomini e i diritti verso figli e patrimonio in caso di divorzio; le donne sono viste come crudeli manipolatrici e la responsabilità per la situazione maschile è addossata a loro. Le tematiche tipiche del femminismo sono invertite, mettendo gli uomini al centro del vittimismo e delle discriminazioni (Farci & Righetti, 2019). Vi è poi il movimento MGTOW (Men Going Their Own Way, letteralmente “*uomini che vanno per la loro strada*”), una reazione mascolinista al femminismo, molto radicale, che invoca una vita lontana dalle interazioni con le donne. Ripudiano il matrimonio e le relazioni a lungo termine, ritenendo di essere vittima del “gynocentrismo” (secondo loro) tanto sostenuto dalle femministe, secondo cui il ruolo dell’uomo è di essere colui che mantiene la famiglia, obbediente e in silenzio (Lin, 2017).

Questi sono soltanto alcuni dei movimenti che compongono la manosphere, che sono centinaia e hanno snodi in tutto il web, come ad esempio i PUA (Pick Up Artists) e il MRM (Men’s Right Movement). L’ampio panorama antifemminista online rappresenta un fenomeno complesso e multidimensionale in cui si scontrano visioni del mondo contrastanti, ampliando ed evidenziando le tensioni già presenti nella società riguardo la lotta di genere.

2.2 LA RAPPRESENTAZIONE DELLE DONNE E DEL FEMMINISMO NELLA MANOSPHERE

Andiamo ora ad analizzare quale sia l’immagine della donna, e in particolare della donna femminista, all’interno della manosphere.

La principale caratteristica che viene attribuita alle donne, comune a quasi tutti i movimenti antifemministi che seguono l’ideologia Red Pill, è l’utilizzo da parte di queste del matrimonio e delle relazioni in veste unicamente utilitaristica, come un metodo per sottomettere l’uomo e sfruttare le sue risorse economiche. Cambia completamente la concezione tradizionale e conservatrice del matrimonio, secondo cui è l’uomo ad essere in una posizione di dominio sulla moglie. Il matrimonio diventa un metodo per le donne per ottenere denaro e potere sugli uomini (Aiston, 2023). Questo pensiero è particolarmente sostenuto dal movimento MGTOW, che si distanzia completamente dalle relazioni con le donne, in particolare quelle romantiche. Chi segue questo movimento sostiene l’ideale di uomo sfruttato e manipolato dalle donne, che sono viste come crudeli e narcisiste, e che inevitabilmente otterranno tutti i vantaggi in un matrimonio anche dopo il divorzio: questo finirà inevitabilmente a favore della moglie a causa del privilegio femminile che è ormai istituzionalizzato (Lin, 2017). Anche pagine non esplicitamente antifemministe, come la pagina “Superpapà” su Facebook, vedono le donne (in particolare se divorziate) come manipolatrici e “gold diggers”. Nonostante in questo gruppo l’idea generale di moglie sia positiva e molto romanticizzata, questa è facilmente stravolta non appena la donna esce dal suo classico ruolo tradizionale di cura della casa e della famiglia (Farci & Righetti, 2019).

Secondo l'ideologia degli Incel, invece, le donne sono viste come un gruppo elitario che beneficia di trattamenti preferenziali anche a livello strutturale e legale, minacciando direttamente la sicurezza e la vita degli uomini (Price 2023). In particolare, viene evidenziata la differenza di potere sessuale tra donne e uomini: le donne non sceglieranno mai come partner uomini non attraenti, o addirittura saranno verso di loro disinteressate e ostili, creando un ambiente di "mercato sessuale" impossibile per gli uomini non attraenti. Le donne, infatti, seguirebbero la teoria "LMS" (Look, Money and Status) secondo cui sceglieranno il proprio partner solo in base all'aspetto, allo status sociale e al patrimonio che possiede. Questa teoria non è però seguita dagli uomini, che invece ricercano un valore sentimentale nelle proprie relazioni, creando una disparità sociale che va inevitabilmente a favorire le donne (De Vettor, 2023).

Se prendiamo poi in esame nel particolare la posizione di chi appartiene alla manosphere nei riguardi di donne che si considerano femministe, queste vengono attaccate su tutti i fronti, psicologici, fisici e caratteriali.

In primis vengono minimizzate le denunce di molestie e stupro, sostenendo che queste vengono da donne non attraenti, letteralmente "brutte e grasse", in cerca di attenzioni perché non riescono a riceverle in altro modo (Dickel & Evolvi, 2023). Questo tipo di pensiero è quello che si è sviluppato principalmente in risposta al movimento #MeToo, descritto come un gruppo di donne poco attraenti che cercano di affrontare i rifiuti ricevuti dagli uomini.

A livello psicologico e caratteriale le femministe sono spesso descritte come misandriche, antipatiche e arrabbiate, come donne irrazionali e/o addirittura isteriche (Dafaure, 2022). Il femminismo, in parallelo, è visto come un "movimento d'odio". Questi preconcetti permangono da più di vent'anni, a prova della pervasività di questo stereotipo (Aiston, 2023).

È interessante notare anche l'ambivalenza e le contraddizioni delle critiche che vengono rivolte, in quanto le femministe sono criticate in quanto "brutte e violente", ma contemporaneamente gli uomini si lamentano del fatto che vengono costantemente rifiutati da loro (Dickel & Evolvi, 2023).

Una credenza che caratterizza in particolare il movimento MRA italiano è quella di attribuire alle donne tutta la colpa della violenza che avviene contro di loro. Secondo la logica del movimento MRA, le donne sono responsabili delle violenze in quanto quest'ultime sono conseguenze del loro comportamento provocatorio e umiliante per gli uomini. Sono accusate di essere manipolatrici e pertanto la violenza maschile è soltanto una mera risposta a tutto ciò. Inoltre, le donne sono responsabili della crescita dei loro figli; pertanto, seguendo questa logica, gli uomini diventano violenti o crudeli solo per colpa delle loro madri (Farci & Righetti, 2019).

Vi è quindi un odio indiscusso per tutte le femministe, faticando a distinguere tra femministe più o meno radicali, e spesso quest'odio (come per il movimento MGTOW) sfocia nella misoginia generalizzata.

3. L'IDENTIFICAZIONE FEMMINISTA

3.1 L'IMPORTANZA DELL'IDENTIFICAZIONE FEMMINISTA

Molte persone, pur aderendo ai principi fondamentali del movimento femminista, sono restie a definirsi apertamente come femministe. Questa esitazione trova le sue radici, in primo luogo, nella complessità dell'identificazione femminista, che non si limita ad una semplice etichetta ma porta con sé numerosi significati di natura sia sociale che politica (Watson & Casey, 2023).

Un'identificazione femminista è associata innanzitutto a una visione più positiva del movimento in sé (Ramsey et al., 2007) e a minore eteronormatività (Szymanski, 2004). Tuttavia, le ripercussioni più importanti sono quelle che riguardano la propensione all'attivismo in difesa delle cause femministe. Secondo una ricerca sulla relazione tra identificazione femminista e "self-efficacy" (Eisele & Stake, 2008) vi è una correlazione causale tra l'adottare pubblicamente un'identità femminista e la propensione alla partecipazione all'attivismo. Individui che si identificano come femministi saranno più propensi a svolgere azioni collettive, a elargire donazioni al movimento e a sollevare più spesso tematiche femministe nelle conversazioni, così come è più probabile che intervengano se si trovano a confronto con episodi di sessismo nella vita quotidiana (Weis et al., 2018).

Seguendo la teoria dell'identità sociale di Tajfel (1982), una persona è più propensa ad assumere una determinata identità sociale (in questo caso, l'essere femminista) se quel determinato gruppo sociale è valutato positivamente dalla società. Di conseguenza, se si crede che l'opinione pubblica abbia una visione negativa delle persone femministe, si eviterà di identificarsi come tale. Da questa teoria si può dedurre l'importanza di avere un grande numero di persone che dichiarino apertamente la loro vicinanza con il femminismo: se vi sono molte persone che già possiedono un'immagine sociale positiva che si identificano come femministe, la percezione del movimento da parte degli esterni ad esso migliorerà, portando così un numero sempre maggiore di persone ad accettare un'identità femminista (Ramsey et al., 2007).

È chiaro, dunque, che una percezione positiva dell'intero movimento femminista è cruciale per favorire l'identificazione femminista, la quale, a sua volta, è predittiva di un maggior coinvolgimento in comportamenti e attività in linea con gli ideali femministi e l'attivismo.

L'accettazione di un'identità femminista è, quindi, fondamentale per l'avanzare del movimento. Questa identificazione, però, è necessaria non solo da parte delle donne, ma anche da parte degli uomini. Così come è già stato provato da diversi studi, uno studio di Conlin e Heesacker (Conlin & Heesacker, 2018) svolto nello specifico sul rapporto tra uomini e identificazione femminista dimostra che gli uomini che adottano l'etichetta "femminista" hanno una probabilità maggiore di partecipare attivamente alla causa. Inoltre, secondo una ricerca pubblicata sulla rivista *Psychology of Women Quarterly*, se un uomo è esposto ad una rappresentazione positiva di un uomo femminista, esso sarà più solidale con il movimento e sarà più propenso a intervenire in situazioni di discriminazione (Wiley et al., 2013). Questi risultati sono perfettamente in linea con la teoria dell'identità sociale precedentemente presa in causa, sottolineando ulteriormente l'importanza di un'immagine sociale positiva del movimento.

3.2 RIFIUTO DELL'IDENTITÀ FEMMINISTA

L'identità femminista, nonostante la sua importanza sociale, è respinta dalla maggior parte degli individui. Questa rinuncia può essere attribuita a numerosi fattori, riguardanti sia le dinamiche di genere che il contesto culturale.

Innanzitutto, il femminismo - nonostante la sua crescente visibilità nella società contemporanea - continua a essere percepito come un atto politico cosciente e una posizione di resistenza (Watson & Casey, 2023). Questa natura politica dell'identificazione femminista può scoraggiare alcune persone dall'assumere pubblicamente tale etichetta, non volendo inserirsi in un panorama politico spesso ritenuto radicale che può far scaturire conflitti con i conoscenti (Cirant, 2005). In secondo luogo, questa riluttanza verso il femminismo potrebbe essere dovuta anche ad una percepita mancanza di conoscenze o competenze sul femminismo. Vi è infatti l'idea che essere femminista necessiti di avere una conoscenza approfondita delle teorie femministe e di essere attivi nelle sue battaglie, il che potrebbe intimidire coloro che non si sentono all'altezza di questi prerequisiti (Simic, 2010).

Vi sono poi delle importanti conseguenze al dichiararsi apertamente come femminista. Un maggiore coinvolgimento femminista da parte delle donne è molto spesso seguito da un aumento delle attività misogine della cultura patriarcale (Watson & Casey, 2023). Inoltre, ed è forse questa la causa principale del rifiuto, nella società sono molto diffusi stereotipi negativi verso le femministe, sia riguardo il loro aspetto fisico che caratterialmente. La consapevolezza di questi stereotipi porta le persone a non identificarsi come femministe per non essere associate a questo gruppo sociale (che, come è stato già detto, perde di attrattività all'aumentare delle valutazioni socialmente negative che riceve), nonostante ne condividano ideali e obiettivi (Ramsey et al., 2007).

Se si prendono in causa in particolare gli uomini entrano in gioco ulteriori dinamiche a discapito dell'identità femminista. Un uomo femminista è spesso considerato demascolinizzato, visto come "femminile" e quindi associato ad un'accezione negativa della femminilità (Wiley et al., 2013), viene screditato il suo status sociale e viene pertanto privato dei privilegi che riceverebbe assumendo la mascolinità egemonica (Conlin & Heesacker, 2018).

L'identità femminista viene, quindi, respinta da molti individui per una combinazione di fattori sociali e culturali, che aumentano notevolmente per quanto riguarda gli uomini. Per promuovere un'immagine positiva del movimento - che, come precedentemente riportato è predittiva dell'identificazione femminista e dell'attivismo - è necessario cercare di eliminare o perlomeno limitare questi fattori.

3.3 PREGIUDIZI E STEREOTIPI VERSO IL FEMMINISMO

Abbiamo già sottolineato diverse volte la crucialità della promozione di un'immagine positiva del movimento femminista nella società per il raggiungimento dei suoi obiettivi, e introdotto alcuni dei luoghi comuni sulle persone femministe, condivisi in particolare all'interno della manosphere.

Andiamo ora ad analizzare nel dettaglio quale sia l'immagine reale che esso effettivamente possiede nella società globale, ossia quali stereotipi siano comunemente perpetuati sul femminismo, e quali pregiudizi posseggano le persone sul movimento.

Innanzitutto, vi è un particolare stigma associato alla parola "femminismo". Alcune ricerche dimostrano che le persone reagiscono in modo molto più negativo al termine "feminism" anziché al termine "women's movement", indipendentemente dalla loro posizione riguardo gli ideali del movimento (Burn et al., 2000).

Le donne che si definiscono femministe sono spesso considerate "aggressive" e "poco femminili". Oltretutto, mentre le donne femministe sono percepite come più maschiline, paradossalmente gli uomini femministi sono percepiti come più femminili (Nicolla, 2023).

Secondo una ricerca di Twenge e Zucker del 1999 (Twenge & Zucker, 1999) le femministe sono state definite come "arrabbiate", "egoiste" e "testarde". Inoltre, nonostante sia stata rilevata un'opinione tutto sommato positiva delle femministe, è comunque più negativa di quella rilevata verso le donne in generale. Le femministe sono considerate più negative, più assertive, liberali e meno "tradizionali" delle donne in generale. Vi è persino la percezione che vi sia una probabilità più alta che le femministe siano lesbiche rispetto che alle donne non femministe. Inoltre, anche quando veniva fornita una valutazione leggermente positiva delle femministe, gli intervistati non si identificavano a loro volta come femministi.

Alcuni studi hanno mostrato come il termine "femminista" sia stato distorto e rovinato, in quanto per alcuni rappresenta qualcosa di tossico, di radicale, completamente diverso dalla definizione percepita di "femminismo". Secondo questi studi, infatti, coloro che partecipano attivamente a dimostrazioni pubbliche di attivismo (come l'attivismo digitale) sono considerate le più radicali (Nicolla, 2023).

La complessità delle dinamiche che vertono attorno all'identificazione femminista è quindi innegabile, così come è evidente l'influenza che la percezione pubblica e gli stereotipi giocano un ruolo fondamentale per la salute del movimento femminista. La seguente ricerca si propone di analizzare quali siano questi stereotipi e con quale incidenza siano presenti nella società italiana, al fine di comprendere meglio l'incidenza di questi e trovare le strategie più adeguate per combattere l'ondata antifemminista che si sta diffondendo nell'età contemporanea.

LA RICERCA

1 PREMESSE E MOTIVAZIONI

Il movimento femminista ha compiuto notevoli progressi nel corso degli anni ma, nonostante ciò, continua a dover affrontare numerose sfide e ostacoli nella società contemporanea. Uno degli ostacoli più cruciali è rappresentato dalla diffusione di stereotipi negativi e pregiudizi nei confronti del movimento stesso e delle persone che si identificano come femministe (Twenge & Zucker, 1999).

Un'immagine negativa del movimento e dei suoi attivisti non solo ostacolano la diffusione dei suoi ideali, ma contribuiscono anche a creare un clima di ostilità e avversione verso il femminismo, scoraggiando molti, sia uomini che donne, dall'identificarsi apertamente come femministi per timore di essere associati a quest'immagine.

In questo contesto, la presente ricerca vuole indagare stereotipi e pregiudizi presenti nella società contemporanea verso il movimento femminista, cercando di comprendere le dinamiche sociali e culturali che influenzano l'accettazione e la percezione del femminismo in Italia, paese in cui l'opinione pubblica è influenzata (ormai da decenni) da una serie di movimenti antifemministi e stereotipi negativi sulle femministe.

2 OBIETTIVO DELLO STUDIO

Lo studio ha come obiettivi principali innanzitutto l'identificazione di quali siano gli stereotipi negativi più diffusi sul movimento femminista e verificare quale sia il livello di aderenza delle persone a tali stereotipi.

In secondo luogo, lo studio si propone di esaminare la diffusione di credenze e pregiudizi sul femminismo, valutando da quali fattori siano influenzati (in positivo o in negativo) determinati posizionamenti. Si vogliono poi indagare le motivazioni principali che portano al rifiuto dell'identità femminista, come può essere ad esempio la paura di essere associati a stereotipi negativi.

Infine, si vuole analizzare l'impatto di altre scale di analisi, come l'aderenza alle gender norms, il posizionamento rispetto agli ideali femministi o il grado di identificazione femminista rispetto alla percezione del movimento e ai pregiudizi delle persone su di esso.

3 METODOLOGIA

Per raggiungere gli obiettivi preposti, questo studio adotta un approccio quantitativo basato su un questionario strutturato, costruito tramite la piattaforma di google forms. Le domande somministrate comprendono items a cui rispondere in scala Likert, alcuni dei quali derivano da "The ambivalent sexism inventory" (Glick & Fiske, 1996), alcuni sono ispirati al questionario "The Feminist Perspectives Scale-Attitudes" (Henley et al., 1998), mentre altri sono stati ideati da zero. Il questionario comprende poi domande aperte, domande a risposta multipla e differenziale semantico. Il modulo, completamente anonimo, è stato somministrato

prevalentemente tramite social networks (instagram, facebook e whatsapp), coinvolgendo individui di diverse fasce d'età, generi, livelli di istruzione, occupazioni e background socioeconomici. I dati raccolti sono stati analizzati per evidenziare pattern significativi.

4 PARTECIPANTI E DATI DEMOGRAFICI

Il seguente capitolo vuole illustrare le caratteristiche socio-demografiche del campione d'indagine oggetto del questionario proposto.

Inizialmente sono state raccolte 306 risposte al questionario. Tuttavia, al fine di garantire la qualità e l'affidabilità dei dati, sono state svolte alcune procedure di screening e controllo. In particolare, sono state eliminate le risposte con i codici 67 e 126 per aver fallito il test di controllo dell'attenzione (domanda 32, punto 4), nonché le risposte 268, 222 e 193 per aver fornito dati non sensati o incongruenti rispetto alle domande poste. Dopo questa fase di pulizia dei dati, il campione rimanente è composto da 301 partecipanti.

Fascia di età	Donna	Non binario	Uomo
<18			1
18-25	102	5	105
26-30	11		13
30-40	12		8
40-50	19		1
50-65	23		1
Totale complessivo	167	5	129

La composizione del campione in termini di genere è risultata la seguente: il 55,5% dei rispondenti si identifica come donna, il 42,86% come uomo e l'1,7% come non binary. Essendo la percentuale di non binary molto bassa, non sono stati presi in considerazione per quanto riguarda i confronti tra generi in quanto le risposte non sarebbero rappresentative della popolazione. Per quanto riguarda la distribuzione per fasce d'età, il campione ha mostrato una prevalenza di rispondenti giovani, con il 70% appartenente alla fascia di età compresa tra i 18 e i 25 anni. La fascia 26-30 anni ha rappresentato l'8% del campione, mentre le fasce 30-40 anni e 40-50 anni hanno entrambe costituito il 6,7% dei rispondenti. Infine, l'8% del campione è risultato appartenere alla fascia d'età 50-65 anni. Rispetto alla fascia di età under 30, il 48% sono donne mentre il 50% sono uomini e il 2% non binary, mentre nella fascia di età over 30 l'84% si identifica come donna mentre solo il 16% si identifica come uomo.

Situazione abitativa	Campione
Campagna	54
Centro città	58
Periferia	55
Piccolo paese	134
Totale complessivo	301

Titolo di studio	Campione
Diploma superiore	148
Laurea magistrale	35
Laurea triennale	95
Licenza elementare	1
Licenza media	22
Totale complessivo	301

Relativamente al livello di istruzione, il 49% dei rispondenti ha dichiarato di possedere o di stare conseguendo un diploma di scuola superiore, mentre il 32% ha conseguito/sta conseguendo una laurea triennale. Il 12% del campione ha riportato di essere in possesso di o stare terminando una laurea magistrale e il restante 7% ha indicato di avere la licenza media

Per quanto concerne il contesto abitativo dei rispondenti, il 44,52% ha dichiarato di risiedere in un piccolo paese, mentre il 19,27% abita in un centro città e il 18,27% in periferia. Infine, il 17,94% del campione vive in campagna.

Titoli di studio e contesto abitativo non cambiano particolarmente in base all'età.

5 STRUMENTI

Il questionario è suddiviso in 6 parti principali:

Parte 1: Questa sezione raccoglie informazioni relative alle caratteristiche sociodemografiche dei rispondenti, quali genere, fascia d'età, professione, titolo di studio, contesto abitativo e orientamento sessuale. Tali dati consentono di delineare un profilo del campione e di effettuare eventuali analisi comparative tra sottogruppi.

Parte 2: Valutazione del grado di accordo con affermazioni riguardanti il femminismo, gli stereotipi di genere e l'uguaglianza tra i generi, utilizzando una scala Likert a 5 punti (molto contrario – abbastanza contrario – indifferente – abbastanza d'accordo – molto d'accordo). Le affermazioni sono state formulate in modo da indagare diverse dimensioni, quali l'opinione personale sul movimento femminista, il posizionamento rispetto agli ideali femministi e l'aderenza alle norme di genere tradizionali. Sono state inoltre somministrate con polarità alterne (alcune pro-femminismo, altre contro) per evitare il response bias.

Parte 3: Valutazione del comportamento femminista esibito nei 3 mesi precedenti alla somministrazione del questionario, chiedendo di indicare la frequenza con cui hanno svolto determinate azioni più o meno di valore per il movimento femminista e il perseguimento dei suoi ideali.

Parte 4: Rilevazione di associazioni implicite al femminismo tramite la somministrazione di un differenziale semantico, utilizzando una scala da 1 a 5 (per le coppie di parole somministrate vedere il questionario in allegato).

Parte 5: Serie di domande volte a valutare l'aderenza alle gender norms.

Parte 6: Domande a risposta multipla con possibilità di risposta aperta volte a indagare le motivazioni di un'eventuale identificazione femminista o meno; altre brevi domande a risposta multipla per indagare l'aderenza alle gender norms.

Infine, è stata aggiunta la domanda aperta "Hai qualcosa da aggiungere o qualche osservazione che ci tieni a condividere?" per favorire la condivisione di opinioni dei soggetti dello studio e per creare un clima di ascolto.

All'interno del questionario, le domande sono state ordinate in base alla tipologia di domanda (in ordine: dati sociodemografici, scala Likert, rilevazione dei comportamenti, differenziale semantico, domande a risposta multipla) piuttosto che per scala di appartenenza. Tuttavia, per facilitare l'analisi, le domande sono state concettualmente raggruppate in cinque scale distinte, ciascuna volta a misurare un aspetto specifico del fenomeno indagato.

- Scala 1: Opinione personale sul movimento/persona femminista

Questa scala mira a valutare l'opinione personale dei rispondenti nei confronti del movimento femminista e delle persone che si identificano come femministe. Comprende affermazioni come, ad esempio, "Il femminismo ha portato alla perdita di valori importanti" e "La maggior parte delle persone femministe sono irragionevoli".

- Scala 2: Posizionamento rispetto agli ideali femministi

Questa scala esamina il grado di adesione o disaccordo dei rispondenti rispetto agli ideali e ai principi del femminismo, a prescindere dall'identificazione con il movimento. Include affermazioni come "Tra uomini e donne ci deve essere uguaglianza" e "Il femminismo è ancora necessario nella società odierna".

- Scala 3: Aderenza alle gender norms

Questa scala esplora l'aderenza dei rispondenti alle norme di genere tradizionali e agli stereotipi legati ai ruoli di genere. Comprende affermazioni come "Gli uomini non dovrebbero mostrare le proprie emozioni perché è un segno di debolezza" e domande che richiedono di associare determinate caratteristiche come "intelligenza" o "aggressività" a uno dei due generi piuttosto che a nessuno dei due.

- Scala 4: Comportamento femminista

Questa scala indaga il coinvolgimento attivo dei rispondenti in attività legate al movimento femminista, partendo dalle più impegnative come partecipare a manifestazioni o condividere contenuti online, ma anche più quotidiane come riprendere i coetanei se compiono azioni maschiliste.

- Scala 5: Associazioni implicite con il femminismo

Questa scala utilizza la tecnica del differenziale semantico per esplorare le associazioni implicite che i rispondenti compiono rispetto al concetto di "persona femminista". Le coppie di aggettivi scelte sono le seguenti: unione – vendetta, calma – aggressività, uomo – donna, piacere – fastidio, felicità – insoddisfazione, razionalità – irrazionalità, moderazione – estremismo, inclusione – discriminazione, intelligenza – stupidità, sensibilità – crudeltà, pace – litigio.

I differenziali proposti sono in linea con gli stereotipi più diffusi sul femminismo, ad eccezione di "uomo-donna" che ha lo scopo di verificare a quale genere viene associato maggiormente il movimento.

- Scala 6: identificazione femminista

Quest'ultima scala è volta a quantificare il grado con cui le persone si identificano con il femminismo, ed è basata sulle autovalutazioni dei partecipanti (es. "mi identifico come femminista davanti alle altre persone").

È stato quantificato, a posteriori, il posizionamento di ogni partecipante nelle diverse scale, attribuendogli un punteggio da 0 a 1.

6 RISULTATI

Il presente capitolo vuole esporre i risultati ottenuti dall'analisi dei dati raccolti con il questionario appena descritto. Svolgendo diverse osservazioni in base all'ottica di analisi utilizzata, verrà fornita una panoramica delle percezioni e dei diversi posizionamenti del campione studiato.

È indispensabile, però, fare una premessa: il questionario, al momento della diffusione, aveva il titolo "cosa ne pensi del femminismo?". Questo è un titolo consapevolmente controverso, scelto con l'obiettivo di invogliare a rispondere in particolare le persone che sono infastidite dal movimento, che sono il vero oggetto dello studio. Tuttavia, un tale titolo potrebbe aver comportato un'estremizzazione delle posizioni registrate rispetto a quelle della popolazione generale, registrando maggiormente posizionamenti più estremi rispetto che moderati. I risultati sono comunque molto validi per lo scopo della ricerca.

6.1 ANALISI DEGLI ITEMS

In questo capitolo verranno presentati e discussi i risultati ottenuti dalla parte 2 del questionario, ossia la rilevazione in scala Likert, i cui items sono stati analizzati singolarmente e indipendentemente dalla scala di rilevazione a cui appartengono. I dati più significativi verranno illustrati di seguito, con particolare attenzione alle differenze di genere e all'identificazione femminista.

Item 8: Tra uomini e donne ci deve essere uguaglianza

L'analisi dei dati raccolti per questo item mostra che meno del 5% delle persone intervistate è contrario all'affermazione che tra uomini e donne ci deve essere uguaglianza. Questo indica che la quasi totalità delle persone crede nell'uguaglianza di genere, suggerendo un consenso ampiamente diffuso su questo principio fondamentale del movimento femminista.

Item 9: Il femminismo ha portato alla perdita di valori importanti

Etichette di riga	Generale	Uomini	Donne
Molto contrario	38%	19%	52%
Abbastanza contrario	26%	25%	26%
Indifferente	12%	18%	7%
Abbastanza d'accordo	16%	23%	11%
Molto d'accordo	9%	15%	4%
Totale complessivo	100%	100%	100%

Il 25% del totale delle persone intervistate concorda con l'idea che il femminismo abbia portato alla perdita di valori importanti. Tuttavia, questa percezione è significativamente più marcata tra gli uomini, con il 67% di coloro che concordano che sono uomini, rispetto al 33% che sono donne. Non si osservano cambiamenti significativi in base all'età. Un'ipotesi è che questi "valori" siano visti come caratteristiche associate alla femminilità oppressa, considerate "di valore" perché funzionali a mantenere la donna in una posizione sottomessa. Inoltre, riguardo l'identificazione femminista, il 94% delle persone che si considerano

femministe è contrario all'affermazione, mentre solo il 24% delle persone non femministe lo è, evidenziando un divario ampio tra questi gruppi.

Item 12: Mi fa piacere quando si parla di femminismo in una conversazione

Etichette di riga	Generale	Uomini	Donne
Molto contrario	6%	9%	3%
Abbastanza contrario	15%	26%	8%
Indifferente	28%	37%	21%
Abbastanza d'accordo	31%	20%	39%
Molto d'accordo	20%	9%	29%
Totale complessivo	100,00%	100,00%	100,00%

Come prevedibile, vi è una forte differenza tra i generi nelle risposte a questo item. Il 29% degli uomini è d'accordo con l'affermazione, contro il 68% delle donne. Le principali persone che sono in qualche grado infastidite da discorsi femministi (50%) sono uomini. Questo suggerisce che un pregiudizio negativo verso il femminismo sia molto più diffuso tra gli uomini rispetto che tra le donne.

Item 14: La maggior parte delle persone ha un'opinione negativa del movimento femminista

Un'idea molto diffusa, condivisa dal 65% degli uomini e dal 68% delle donne, è che la maggior parte delle persone abbia un'opinione negativa del movimento femminista. Questa percezione potrebbe influire negativamente sull'identificazione femminista. Inoltre, sia coloro che si identificano come femministi che i non femministi concordano rispettivamente al 65% e al 67%, indicando che tutti percepiscono un certo disprezzo generale per il femminismo.

Item 15: La maggior parte delle persone femministe sono irragionevoli

Etichette di riga	Generale	Uomini	Donne
Molto contrario	22,26%	8,53%	32,34%
Abbastanza contrario	29,90%	27,13%	32,34%
Indifferente	13,29%	12,40%	14,37%
Abbastanza d'accordo	26,25%	34,88%	19,16%
Molto d'accordo	8,31%	17,05%	1,80%
Totale complessivo	100,00%	100,00%	100,00%

Lo stereotipo delle femministe come irragionevoli è molto più diffuso tra gli uomini (52%) che tra le donne (21%). Inoltre, come prevedibile, vi è una differenza molto marcata anche tra femministi (11% d'accordo) e non femministi (70% d'accordo), in quanto ovviamente un femminista non andrà a fare affermazioni che connotino negativamente il proprio gruppo.

Item 16: Nella nostra società non serve più il femminismo

Genere	Somma risposte: Abbastanza d'accordo, Molto d'accordo
Donna	20,41%
Uomo	79,59%
Totale complessivo	100,00%

Sono principalmente uomini a ritenere che il femminismo non sia più necessario nella nostra società, con quasi l'80% dei concordi sul 17% del totale delle risposte. Questo dato evidenzia una marcata differenza di genere nella percezione della necessità del femminismo.

Item 17: Mi considero femminista

Etichette di riga	Generale	Uomini	Donne
Molto contrario	9,97%	17,05%	3,59%
Abbastanza contrario	13,95%	24,03%	6,59%
Indifferente	22,92%	27,91%	19,76%
Abbastanza d'accordo	28,24%	17,83%	36,53%
Molto d'accordo	24,92%	13,18%	33,53%
Totale complessivo	100,00%	100,00%	100,00%

Genere	Somma risposte: Abbastanza d'accordo, Molto d'accordo
Donna	74,52%
Uomo	25,48%
Totale complessivo	100,00%

Solo poco più della metà delle persone (53%) si considera femminista, con il 75% di queste che sono donne. Solamente il 31% degli uomini si considera femminista. Questo dato, confrontato con il fatto che il 95% delle persone crede nell'uguaglianza di genere, evidenzia una discrepanza tra il significato del femminismo effettivo e percepito. Anche se generalmente il femminismo è inteso come movimento volto all'ottenimento dell'uguaglianza di genere, molte persone percepiscono il movimento come "qualcos'altro".

Item 18: Se qualcuno si definisce femminista sono meno propenso/a ad ascoltare le sue opinioni

Sebbene minoritaria, una percentuale significativa di uomini (21%) ritiene di essere meno propenso ad ascoltare una persona se si definisce femminista, dimostrando una marcata opinione negativa delle femministe unicamente in quanto tali.

Item 20: Quasi sempre il movimento femminista pretende dagli uomini cose irragionevoli

Etichette di riga	Uomini	Donne
Molto contrario	14,73%	50,30%
Abbastanza contrario	23,26%	25,75%
Indifferente	13,95%	11,38%
Abbastanza d'accordo	35,66%	11,38%
Molto d'accordo	12,40%	1,20%
Totale complessivo	100,00%	100,00%

C'è una marcata differenza di opinione tra uomini e donne riguardo il fatto che il femminismo pretende cose irragionevoli dagli uomini. Mentre le donne sono maggiormente contrarie (solo il 12% concorda), quasi la maggioranza degli uomini concorda (48%).

Item 21: Il femminismo è importante per il progresso sociale

L'83% di coloro che sono contrari all'affermazione che il femminismo sia importante per il progresso sociale sono uomini, su un 16% di contrari sul totale del campione. Questo dato suggerisce una percezione di irrilevanza del femminismo principalmente tra gli uomini.

Item 22: Sostenere l'uguaglianza tra i generi significa anche essere femminista

Risposte	Femminista	Non femminista
Molto contrario	0,79%	44,58%
Abbastanza contrario	3,17%	37,35%
Indifferente	2,38%	7,23%
Abbastanza d'accordo	22,22%	10,84%
Molto d'accordo	71,43%	0%
Totale complessivo	100,00%	100,00%

Quasi il 40% delle persone non concorda con la definizione classica di femminismo e vede una differenza tra l'essere femminista e il sostenere l'uguaglianza tra i generi. Di questi, il 60% sono uomini. La percentuale si alza al 72% (24% del totale degli uomini) se si considera solo l'opzione "molto contrario", selezionata dal 14% del totale del campione. Vi è una differenza importante anche per quanto riguarda l'identificazione: il 93% dei femministi è d'accordo, contro l'11% dei non femministi. Questo potrebbe indicare una differenza nella visione del femminismo che va poi a influenzare l'identificazione femminista, oppure viceversa.

Item 24: Le donne, rispetto agli uomini, tendono ad avere una maggiore sensibilità

Questo item si colloca nella discriminazione "benevola" verso le donne, ossia che elevandole comunque va contro l'idea di uguaglianza. È interessante notare come il dato non cambi tra uomini e donne, con il 59% di concordi, mostrando che vi è una discriminazione anche interiorizzata da parte delle donne.

Item 25: Le femministe odiano gli uomini

Etichette di riga	Generale	Uomini	Donne
Molto contrario	38,87%	17,83%	54,49%
Abbastanza contrario	26,91%	26,36%	28,14%
Indifferente	9,97%	12,40%	7,78%
Abbastanza d'accordo	19,27%	33,33%	8,38%
Molto d'accordo	4,98%	10,08%	1,20%
Totale complessivo	100,00%	100,00%	100,00%

Etichette di riga	femminista	non femminista
Molto contrario	67,46%	7,23%
Abbastanza contrario	25,40%	24,10%
Indifferente	4,76%	9,64%
Abbastanza d'accordo	2,38%	44,58%
Molto d'accordo	0%	14,46%
Totale complessivo	100,00%	100,00%

È ampiamente diffuso lo stereotipo della femminista che odia gli uomini, soprattutto tra gli uomini (43%), ma anche tra le donne (quasi 10%), con un 24% sul totale. Inoltre, mentre solo il 2% delle persone femministe è d'accordo con questa affermazione, un 59% delle non femministe lo è. Questo potrebbe suggerire che l'idea che le femministe odino gli uomini sia principalmente una percezione errata, poiché praticamente nessuna persona femminista ha dichiarato di essere d'accordo, pertanto si può presumere che nessuna femminista odi effettivamente gli uomini in quanto tali.

Item 27: Mi definisco come femminista davanti alle altre persone

Etichette di riga	Generale	Uomini	Donne
Molto contrario	25,58%	41,86%	13,17%
Abbastanza contrario	21,26%	27,13%	16,17%
Indifferente	18,60%	12,40%	23,95%
Abbastanza d'accordo	19,93%	12,40%	26,35%
Molto d'accordo	14,62%	6,20%	20,36%
Totale complessivo	100,00%	100,00%	100,00%

Solo il 35% della popolazione si identifica come femminista davanti alle altre persone, dato che diminuisce notevolmente (19%) se si considera solo il campione degli uomini. Questo dato è in forte contrasto con l'item "mi identifico come femminista", che ha ottenuto il 53% di consensi, mostrando che è effettivamente la paura di essere giudicati negativamente che impedisce l'identificazione pubblica come femminista.

Item 28: Mi dà fastidio quando qualcuno nomina il femminismo in una conversazione

Solo l'11% delle persone concorda con questa affermazione, di cui quasi interamente uomini. Questo dato sottolinea una maggiore resistenza maschile che femminile rispetto alle discussioni sul femminismo.

Item 29: Il femminismo è ancora necessario nella società odierna

L'89% di coloro che si dichiarano contrari all'affermazione che il femminismo sia ancora necessario nella società odierna sono uomini. Questo dato è coerente con le risposte agli items 16 (Nella nostra società non serve più il femminismo) e 21 (Il femminismo è importante per il progresso sociale), che riflettono una percezione diffusa tra gli uomini di non essere beneficiari del femminismo e, pertanto, di non ritenerlo necessario.

Item 30: Non mi piace quando gli altri pensano che io sia femminista

Nonostante la diffusione di stereotipi negativi verso il femminismo e l'evidente differenza tra chi si identifica in pubblico e chi solo in privato, solo una bassa percentuale di persone (9% delle donne e 23% degli uomini) ritiene di essere d'accordo con la dichiarazione "non mi piace quando gli altri pensano che io sia femminista".

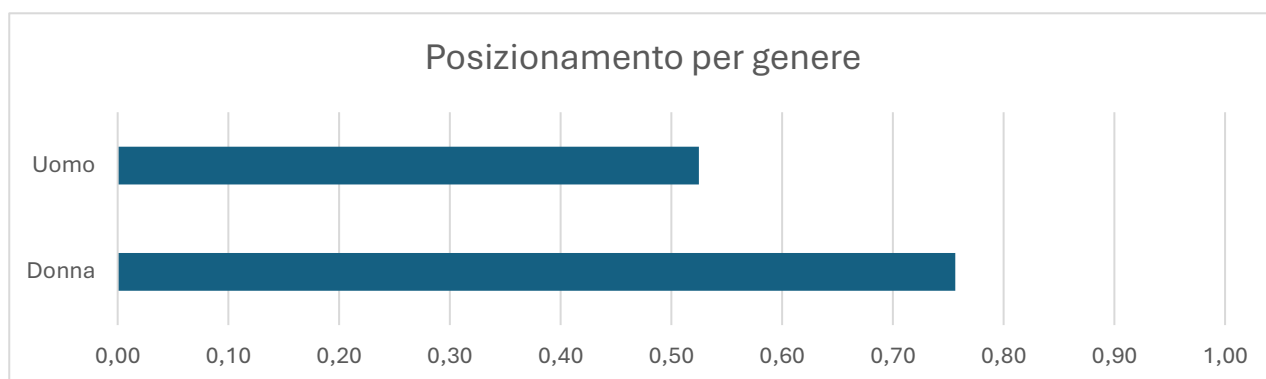
6.2 ANALISI DELLE SCALE E CONFRONTI

Nella seconda parte dell'analisi i dati sono stati suddivisi in base alla scala a cui apparteneva ognuna delle domande, che sono state poi elaborate in modo da ottenere un posizionamento per ognuno dei partecipanti verso le diverse scale di analisi. Questi punteggi (che variano da 0

a 1) sono stati poi confrontati con i punteggi delle altre scale e altri fattori sociodemografici, come il genere o il grado di identificazione con il femminismo, per ottenere una visione completa dei dati raccolti.

Scala 1: Opinione personale sul movimento/persona femminista

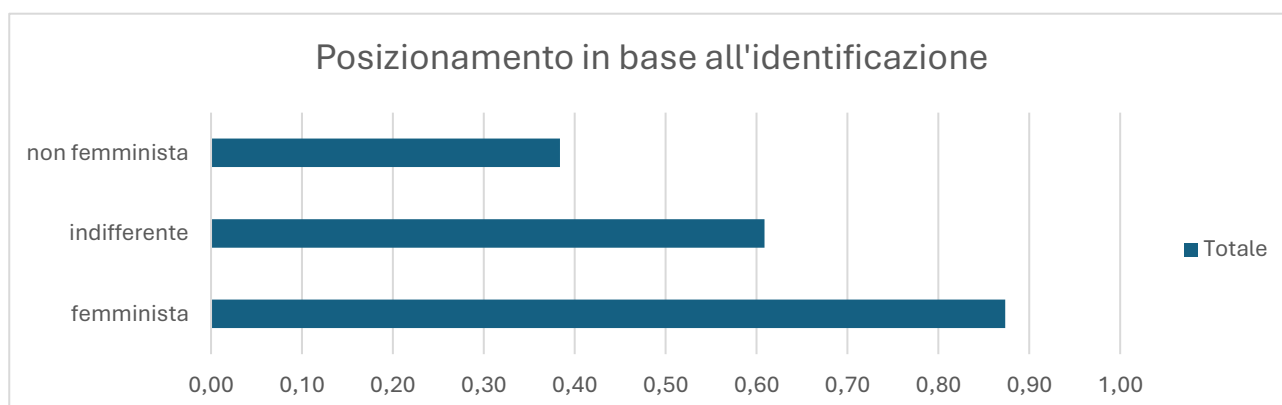
Il punteggio medio per l'opinione personale sul movimento femminista o su una persona che si identifica come femminista è di 0,66, dove 0 indica un'opinione completamente negativa e 1 un'opinione completamente positiva.



Le donne tendono ad avere un'opinione più positiva (media di 0,76) rispetto agli uomini (media di 0,52).

Comparando questi dati con le risposte all'Item 14 ("La maggior parte delle persone ha un'opinione negativa del movimento femminista"), emerge una discrepanza significativa: mentre la percezione comune è che la maggior parte delle persone abbia una visione prettamente negativa del femminismo (punteggio medio di risposta 1,37, equivalente a un posizionamento di 0,34), in realtà, l'opinione personale media degli intervistati è più positiva rispetto a quanto percepito.

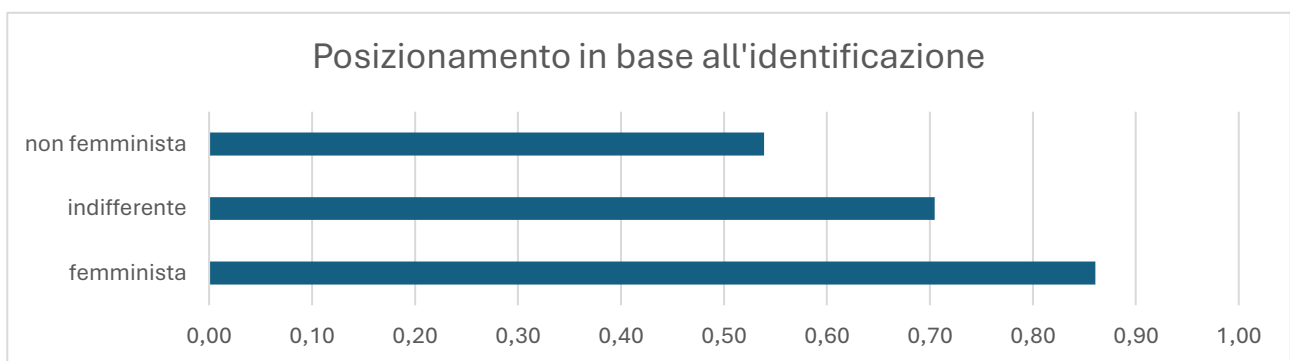
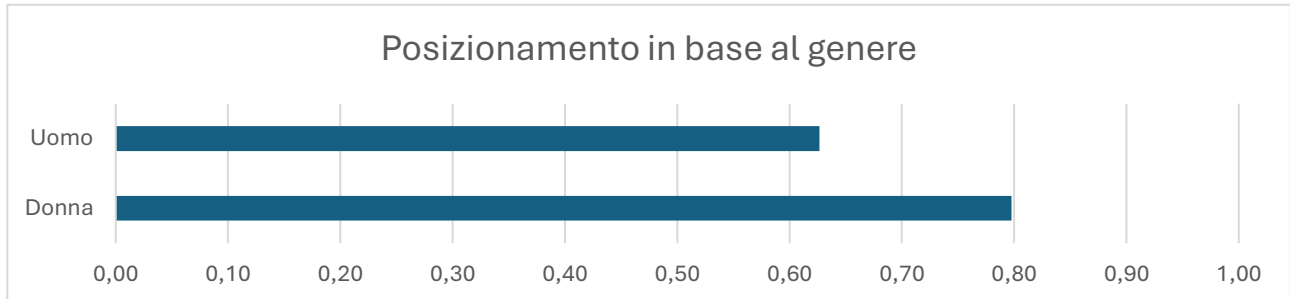
Se si analizza tuttavia la differenza tra chi si identifica come femminista e chi no, si nota una differenza molto importante.



In linea con le dinamiche ingroup/outgroup, chi si identifica come femminista ha un posizionamento molto alto (0,87) chi ha un'identificazione media ha un'opinione comunque positiva (0,61) mentre chi si ritiene non femminista ha un'opinione ampiamente negativa

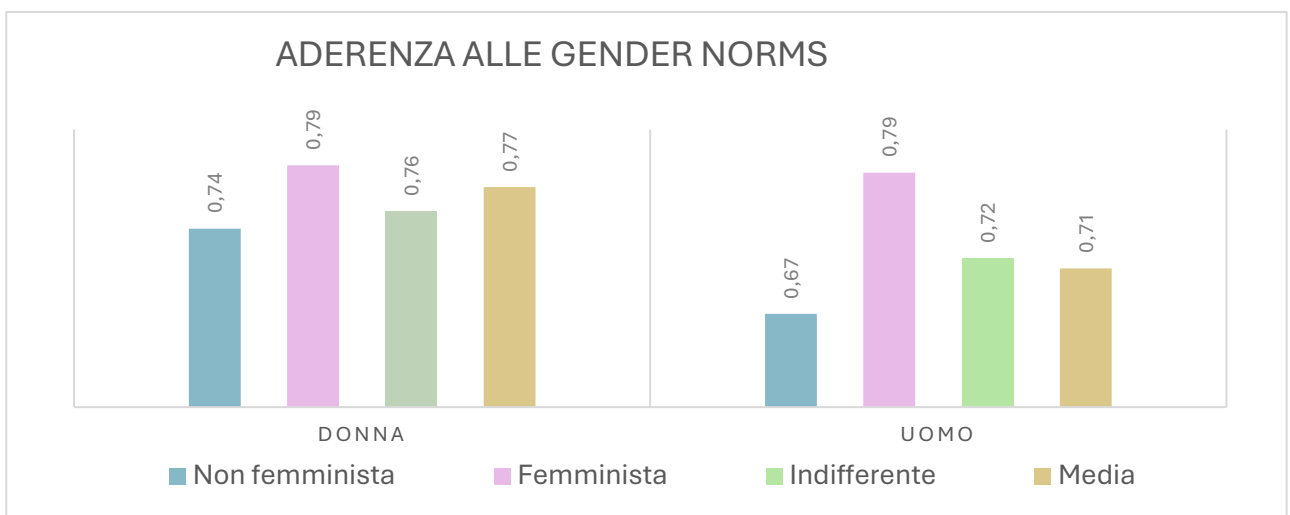
(0,38), quasi in linea con la percezione generale dell'opinione sul femminismo. Se coloro che ne hanno un'opinione negativa sono poi gli unici ad esporsi nelle conversazioni e durante gli scambi di opinioni, è facilmente intuibile il motivo di una percezione di negatività così diffusa.

Scala 2: Posizionamento rispetto agli ideali femministi



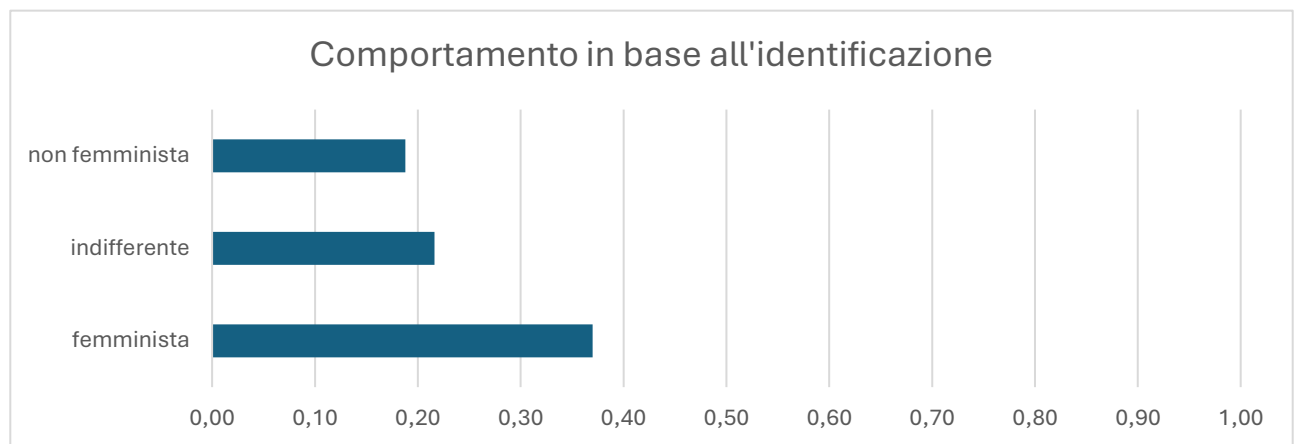
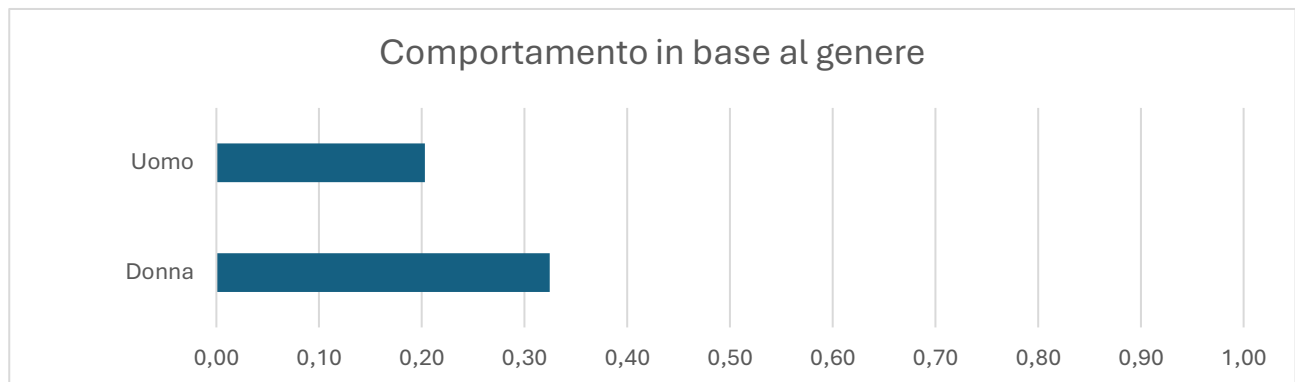
Il posizionamento medio degli intervistati rispetto agli ideali femministi è di 0,72, dove 0 indica un disaccordo totale e 1 un accordo completo con gli ideali del femminismo. Anche in questo caso, le donne mostrano un maggiore allineamento (media di 0,80) rispetto agli uomini (media di 0,63), divario che si accentua per quanto riguarda la differenza tra chi si identifica (0,86) e chi no (0,54). Questi dati suggeriscono un sostegno diffuso agli ideali femministi, sebbene ci siano differenze di genere significative.

Scala 3: Aderenza alle gender norms



La scala che misura l'aderenza alle norme di genere varia da 0 (completa aderenza) a 1 (nessuna aderenza), con una media complessiva di 0,75. Le donne mostrano un grado di aderenza leggermente minore (media di 0,77) rispetto agli uomini (media di 0,71). Un'analisi più dettagliata rivela che le donne che si identificano come femministe hanno una aderenza alle norme di genere di 0,79, simile a quelle che non si identificano come femministe (0,74). Tuttavia, per gli uomini, l'identificazione femminista fa una grande differenza: gli uomini che si identificano come femministi hanno un punteggio verso l'aderenza alle gender norms di 0,79 (uguale alle donne), mentre quelli che non si identificano come femministi hanno una media di 0,67, evidenziando una differenza significativa di -0,12.

Scala 4: Comportamento femminista

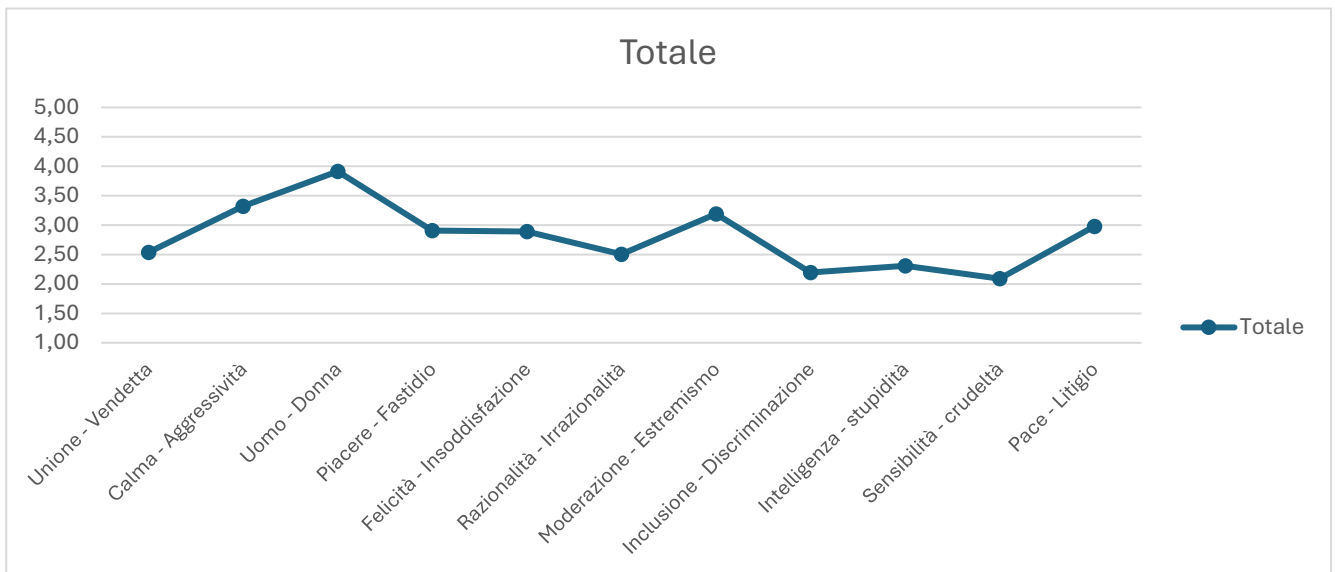


La scala del comportamento femminista varia da 0 (nessun comportamento) a 1 (attivismo significativo), con una media complessiva di 0,27. Esiste una notevole differenza tra uomini (media di 0,20) e donne (media di 0,32). Quando si considera l'identificazione femminista, chi si identifica come femminista ha una media di 0,37, molto più alta rispetto a chi non si identifica (media di 0,19). Questo suggerisce una possibile correlazione tra l'identificazione come femminista e il comportamento attivista.

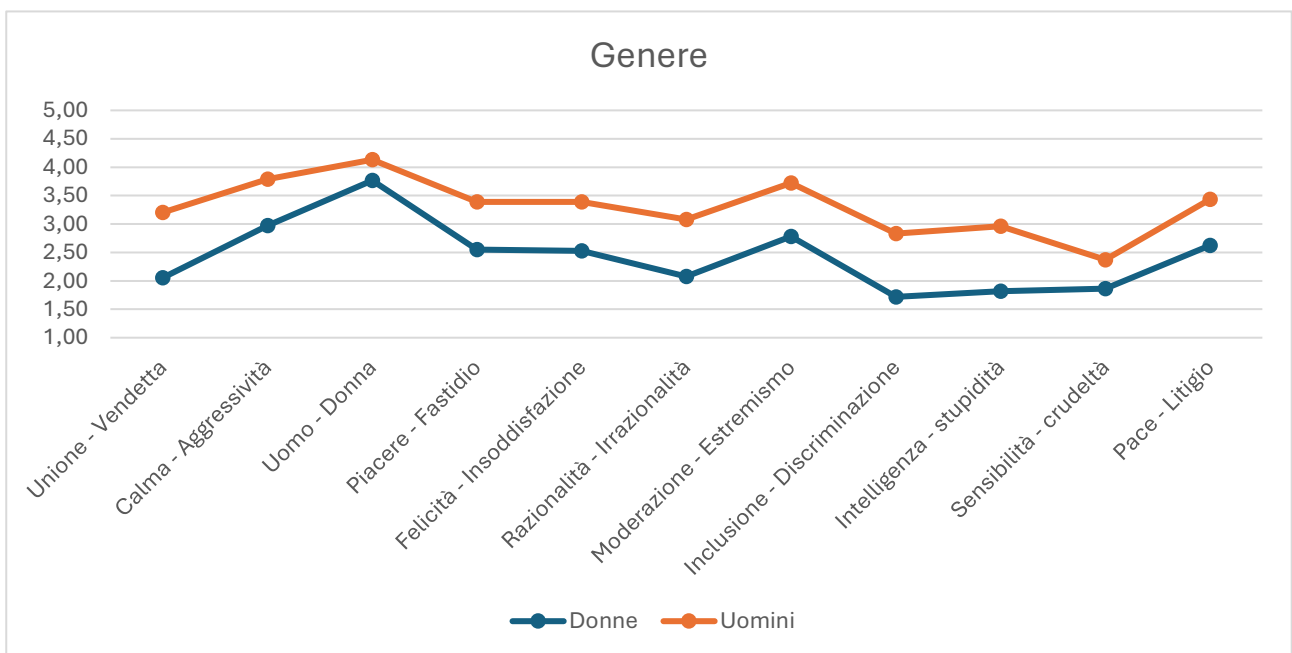
Scala 5: Associazioni implicite con il femminismo

Nota: nel grafico sono raffigurati i valori in scala 1 a 5, in cui un valore di 1 corrisponde al termine con accezione generalmente positiva (es. unione, calma, piacere) mentre un valore di 5 corrisponde al termine con accezione generalmente negativa (es. vendetta, aggressività,

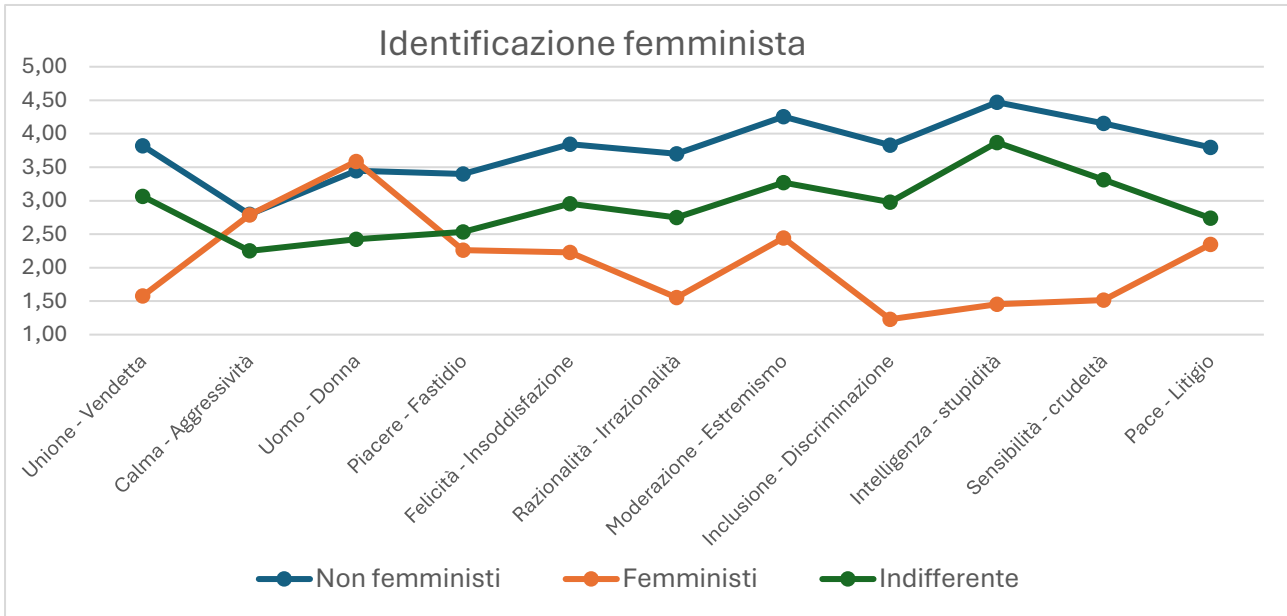
fastidio). Pertanto, più alto è il valore nel grafico più è presente lo stereotipo negativo in questione.



I valori delle associazioni implicite con il femminismo tendono a essere spostati verso aggettivi con accezione negativa. Escludendo i differenziali Uomo-Donna e Moderazione-Estremismo, che potrebbero essere influenzati da fattori politici o altri fattori non correlati al pregiudizio, si notano picchi nei differenziali calma-aggressività (punteggio medio 3,33), pace-litigio (2,97), piacere-fastidio (2,91), e felicità-insoddisfazione (2,90). Questo indica che l'immagine di una persona femminista è spesso percepita come aggressiva, litigiosa, fastidiosa e insoddisfatta.

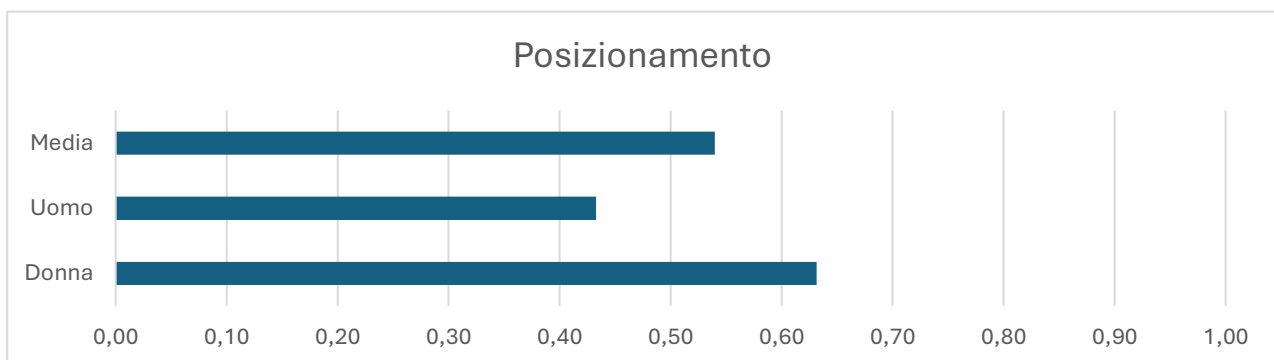


Differenze significative emergono anche tra i generi. In ogni differenziale, gli uomini hanno punteggi più elevati rispetto alle donne, specialmente nei differenziali unione-vendetta (+1,15), inclusione-discriminazione (+1,11), intelligenza-stupidità (+1,14) e razionalità-irrazionalità (+1,00), con differenze intorno a +0,80 negli altri casi.



La differenza è ancora più marcata tra chi si identifica come femminista e chi non lo fa. Gli identificati come femministi mostrano valori considerevolmente più positivi: Unione – Vendetta (-2,24), Calma - Aggressività (-0,01), Uomo – Donna (-0,14), Piacere – Fastidio (-1,14), Felicità – Insoddisfazione (-1,61), Razionalità - Irrazionalità (-2,14), Moderazione - Estremismo (-1,81), Inclusione - Discriminazione (-2,60), Intelligenza - Stupidità (-3,02), Sensibilità - Crudeltà (-2,64), Pace - Litigio (-1,45). Questo fenomeno può essere spiegato dalla teoria dell'identità sociale di Tajfel, secondo cui l'appartenenza a un gruppo porta a vedere il proprio ingroup in modo più positivo, migliorando l'autostima personale.

Scala 6: Identificazione femminista



L'identificazione femminista, con un punteggio medio di 0,57 (dove 0 indica nessuna identificazione e 1 massima identificazione), varia significativamente tra donne (0,67) e uomini

(0,44). Questo dato non mostra variazioni significative in relazione al titolo di studio. La differenza di genere nell'identificazione femminista evidenzia una maggiore propensione delle donne a riconoscersi nel movimento femminista rispetto agli uomini.

Il campione è stato poi suddiviso in base al grado di identificazione, attribuendo coloro che avevano un posizionamento >0,60 alla categoria "femminista", coloro con un posizionamento tra 0,40 e 0,60 alla categoria "indifferente" e i restanti, con posizionamento <0,40, alla categoria "non femminista".

Identificazione	Conteggio
femminista	42,00%
indifferente	30,67%
non femminista	27,33%
Totale complessivo	100,00%

Si nota che, nonostante vi sia una discreta maggioranza per la categoria "femminista", il campione è distribuito in modo abbastanza omogeneo nei diversi posizionamenti.

6.3 MOTIVAZIONI AL RIFIUTO DELL'IDENTIFICAZIONE FEMMINISTA

Verrà ora esposta l'analisi in particolare della domanda 36 ossia "Se non ti ritieni femminista, perché?".

Avendo alcune risposte che si sovrappongono con la domanda 41 ("se ti ritieni femminista, perché?", per l'esattezza 32 rispondenti), supporremo che questi si collochino in una condizione di incertezza, e abbiano quindi risposto ad entrambe per dare le motivazioni di entrambi i posizionamenti.

La motivazione più frequente per il rifiuto dell'identificazione è il non ritenersi abbastanza attivi nelle battaglie femministe (42% delle risposte). Il femminismo viene quindi associato ad un effettivo attivismo, non soltanto ad un'adesione ideologica.

La seconda risposta più comune è la mancata condivisione degli ideali del femminismo (38,3% dei rispondenti), indicando una netta distanza ideologica dai principi femministi. Alcune risposte suggeriscono un rifiuto dell'uguaglianza di genere a favore dell'eguaglianza ("uomo e donna sono uguali nella loro complementarità"). Un 13,8% dei rispondenti sostiene che il femminismo non li riguardi (la maggior parte associato ad altre risposte). Questo potrebbe suggerire un'oggettiva lontananza dei discorsi femministi dalla loro esperienza personale, ma anche una scarsa consapevolezza di quali siano effettivamente gli obiettivi del femminismo contemporaneo.

Una grande percentuale dei rispondenti (21,7%) sostiene di non gradire di essere associato alle persone femministe, suggerendo una visione stereotipata e/o negativa degli attivisti, che allontana le persone dall'identificarsi con il movimento pur condividendone alcuni ideali.

Vi è inoltre una piccola percentuale di rispondenti (3,6%) che, tramite la possibilità di risposta aperta, esprimono la percezione che il femminismo sia, oggi, un movimento "estremista", "aggressivo" nelle sue modalità, nonostante ne condividano le ideologie di base. Si ritrova

nuovamente il concetto di “irrazionalità” e diversi rispondenti sostengono che il femminismo non guardi all’equità ma alla discriminazione verso gli uomini.

In sintesi, emerge una forte distanza e diffidenza verso il femminismo per motivazioni che spaziano dall’ideologia alle modalità percepite come eccessive, passando per una visione stereotipata di chi vi aderisce. Per altri ancora è una questione semplicemente estranea alle proprie priorità personali.

6.4 DOMANDA APERTA CONCLUSIVA

Verranno ora riportati i dati più rilevanti raccolti dall’analisi della domanda aperta finale “Hai qualcosa da aggiungere o qualche osservazione che ci tieni a condividere?”.

Sono state raccolte 60 risposte, di cui 23 appartenenti a donne, 35 a uomini e 2 di non binary. Di queste risposte, 30 sono state classificate come “ostili” o di critica al femminismo e pertanto considerate rilevanti. Di queste, 23 sono state scritte da uomini, 5 da donne e 2 da non binary.

Essendo una risposta facoltativa, è molto interessante che siano stati soprattutto uomini a sentire la necessità di esprimere le proprie critiche verso il movimento e/o dare spiegazioni delle proprie risposte, probabilmente sintomo di frustrazione verso l’argomento trattato e di rabbia nei confronti del femminismo.

Le risposte più significative sono state divise in diversi cluster di argomenti.

- **Cluster 1: Differenze tra femminismo moderato e radicale**

Alcune risposte sottolineano la differenza tra un “femminismo moderato” ritenuto ragionevole e condivisibile, rispetto al “femminismo radicale” più estremista, ritenuto controproducente.

“Ho risposto cercando di considerare il "femminismo" come l'unione completa di quello classico e moderno. Secondo me andavano separati, e avrei risposto diversamente in tal caso: secondo me il femminismo modernissimo degli ultimi anni sta un po' buttando in vacca come si suol dire anni e anni di femminismo serio, con una demonizzazione spesso inutile dell'uomo, e una ricerca nell'inclusività così estrema che arriva dall'altra parte all'esclusione di chiunque non sia d'accordo [...].”

Uomo, 28

“[...] a causa di molte persone estremiste/aggressive/irrazionali/irragionevoli nell'ambito femminista, purtroppo le femministe che ricercano veramente l'equità siano surclassate dal rumore che fanno queste persone estremiste, finendo per causare l'associazione del termine "femminista" con il termine "estremismo"/"odio verso gli uomini". “

Uomo, 25

L’estremismo e l’aggressività delle attiviste è considerato dannoso per gli obiettivi positivi del movimento femminista.

“[...] Credo che il movimento femminista, per quanto nobili e condivisibili siano i suoi principi di uguaglianza, rischi di perdere credibilità per colpa della sua frangia più estremista [...].”

Uomo, 23

C'è un appoggio verso l'equità ma non per il movimento in sé così com'è oggi.

- **Cluster 2: Percezione del femminismo come volto alla superiorità femminile**

Queste risposte vedono il femminismo contemporaneo non come una ricerca di uguaglianza, ma come un tentativo di rendere le donne "superiori" agli uomini, in conflitto con loro, senza cercare un'effettiva collaborazione tra sessi.

"Spesso quella che dovrebbe essere la vera lotta femminista, ovvero l'uguaglianza fra sessi, viene confusa con la lotta per la superiorità della donna sull'uomo e questo genera pregiudizi e astio nei confronti del movimento femminista."

Non binario, 22

"Per quanto ritengo il movimento femminista utile all'evoluzione sociale dell'essere umano, trovo che alcune persone portino avanti delle idee un po' estremiste. Molte sembra non combattano più per l'uguaglianza bensì per dimostrare la "superiorità della donna". Secondo me invece sarebbe utile concentrarsi sul concetto di "persona" appartenente a una società indipendentemente dal suo genere!"

Donna, 22

"Il femminismo è giusto ma se ne abusa come arma contro gli uomini, specie quelli che sono stati sempre gentili e onesti.. spesso le femministe si sposano con loro mai con quelli arroganti/ donnaioli. Spesso Ceo donne preferiscono assumere solo donne ma se vogliono dimostrare che la loro leadership è migliore allora perché non aiutano giovani laureandi nell'avviare la loro carriera. Spesso nei colloqui per i tirocini molte aziende erano più gentili con le mie colleghe che con me e a partirà di competenze preferivano loro."

Uomo, 32

Anche l'idea che le donne abbiano già dei vantaggi rispetto all'uomo rafforza questa visione del femminismo.

"Credo che le donne nella società odierna abbiano un enorme vantaggio sociale ma siano svantaggiate in altri ambiti. E' proprio questo vantaggio la causa scatenante di moltissimi comportamenti estremi e sessisti, sintomo inequivocabile di un disagio sociale vissuto da noi uomini [...]."

Uomo, 29

- **Cluster 3: differenza tra perseguire l'uguaglianza o l'equità**

È spesso sottolineata la necessità di distinguere tra i concetti di "uguaglianza" e di "equità", in relazione alle differenze biologiche tra uomo e donna. L'uguaglianza intesa come mettere tutti sullo stesso piano è considerata non perseguibile, mentre invece l'obiettivo dovrebbe essere quello di garantire pari opportunità (equità) tenendo conto di queste differenze.

"[...] Ci tengo poi a far notare che c'è una differenza tra parità e uguaglianza. Uguaglianza infatti significa trattare tutti allo stesso modo indifferentemente dalla situazione. Tra uomo e donna,

date le differenze presenti, ci dovrebbe essere parità. Ovvero essere trattati in ugual modo, ma senza scordare le cose che differenziano i due sessi.”

Donna, 23

“[...] A mio parere avete confuso "uguaglianza" fra generi con "equivalenza" fra generi. Uomo e donna non sono e non saranno mai uguali, sono biologicamente differenti a causa degli ormoni. Questo genera una serie di ripercussioni nella società, vedi nello sport o nei lavori fisici. Un uomo può essere più adatto a fare l'operaio e sollevare carichi più pesanti, giusto per fare un esempio. E una donna sarà più adatta ad altrettanti impieghi, mantenendo pur sempre la libera scelta. Ciò non deve scoraggiare uomini e donne a fare le scelte che preferiscono, deve soltanto ricordarci che siamo diversi e che la vera forza sta nell'unione delle caratteristiche dei due generi.”

Uomo, 19

Viene citato l'esempio della maternità, suggerendo che per raggiungere l'equità potrebbe essere necessario fornire diritti aggiuntivi agli uomini in certe situazioni. L'idea centrale è quella di unire i sessi anziché contrapporli.

“[...] Se la società è patriarcale è anche perché ci sono differenze biologiche. [...] Esempio semplice, l'uomo non potrà mai rimanere incinto. Questo dà all'uomo un naturale vantaggio che sfavorisce la donna e rende purtroppo più difficile alla donna che voglia essere anche genitore poter avere una carriera lavorativa e ciò non è giusto. Per avere gli stessi diritti in questo caso paradossalmente è necessario dare una paternità obbligatoria equivalente alla maternità, cioè dare un diritto in più all'uomo lavoratore che vuole essere genitore darebbe a conti fatti un diritto al lavoro superiore alla donna che voglia essere anche genitore. Viceversa allo stato attuale, la maternità data solo alla donna [...] obbliga spesso una mamma a scegliere tra famiglia e lavoro. Questo per dire che femminismo non può mai diventare uomo contro donna ma anzi al contrario deve unire.”

Uomo, 35

- **Cluster 4: donne “incoerenti”, che approfittano del femminismo**

Viene rivolta un'accusa verso alcune donne, ritenendo che sfruttino il femminismo per ottenere vantaggi personali più che la parità.

“Condivido il pensiero femminista ma ammetto che molto spesso mi ritrovo a discutere con donne che cercano di approfittare del pensiero manipolandolo in modo che sia "comodo" a loro. Quindi riconosco che ci sia un pensiero "puro e leale", con l'intenzione seria di migliorare e uno "tossico e situazionale", molto spesso usato come scusa, in base alla situazione, e con l'intento di avere un vantaggio [...]”

Uomo, 25

“Credo che le principali differenze di genere siano ormai già state pareggiate, penso che alcuni uomini non lo accettino ma il progredire dei tempi porterà sempre più verso questa posizione di parità. Penso comunque anche che alcune donne aderiscano a questo movimento solo

quando questo porti loro dei vantaggi. Secondo me un'assoluta parità non potrà mai essere raggiunta.”

Uomo, 28

“Penso che il femminismo serva per arrivare ad una situazione di uguaglianza di genere, ma c'è una parte delle ragazze che si definisco tali che sono del tutto incoerenti, volendo la parità dei generi e allo stesso tempo dicendo che devono sempre essere gli uomini ad offrire ecc.. (uno di tanti esempi).”

Uomo, 20

- **Cluster 5: il femminismo non serve più nella nostra società**

Viene criticato il femminismo contemporaneo in generale, visto come un movimento ormai inutile, che ha già raggiunto i propri obiettivi nella società occidentale, prendendo in considerazione unicamente il discorso legale e dei diritti, ignorando quello sociale.

“Penso che alcuni valori femministi siano giusti, ma è come provano ad applicarli che rovina tutto. Ad esempio non ci sono ideali fondamentali come il diritto di voto (quello era un vero obiettivo)... Ormai le femministe-gregge seguono lo slogan "vogliamo pari diritti per uomini e donne" "siamo in una società patriarcale" e cazzate del genere, ma quando viene chiesto che facciano degli esempi concreti su diritti che sono diversi tra uomini e donne fanno scena muta. Dimenticano che ormai in occidente, i diritti per uomini e donne sono paritetici (fortunatamente), ad esempio il diritto di voto, il diritto allo studio, il diritto al lavoro, anzi in alcuni luoghi hanno delle corsie preferenziali, ad esempio i parcheggi per le donne incinta/neo mamme. Nei veri paesi patriarcali (esempio scontatissimo Medio Oriente), non hanno diritto di voto, ne di scegliere come vestirsi, ne allo studio... Ci sono dei casi anche nel nostro paese, ma sono circoscritti alla famiglia, sono il classico esempio che non si può fare di tuttata l'erba un fascio [...].”

Uomo, 27

[...] D'altro canto uomini e donne sono e devono essere equivalenti di fronte alla legge, avere le stesse possibilità, avere lo stesso valore in quanto persone. Questa situazione è già stata raggiunta in Italia e nella società occidentale, e dovremmo essere fieri di questo. Ad oggi non vi è nulla che impedisca ad una donna di prendere determinate scelte [...]. Una donna può scegliere la carriera che vuole, votare, prendere decisioni finanziarie all'interno della sua famiglia, divorziare dal suo partner, abortire, guidare, diventare CEO di un'azienda e qualsiasi altra cosa che un uomo potrebbe fare. Uomo e donna sono equivalenti. Tutto questo non era per niente scontato 150 anni fa o in altri paesi (Medio Oriente ad esempio). Questo perché siamo in una società libera, democratica e che basa le gerarchie sulle competenze e sul merito del singolo [...].

Uomo, 19

DISCUSSIONE

I risultati dello studio confermano, in linea generale, la marcata presenza di stereotipi e pregiudizi negativi nei confronti del movimento femminista e delle persone che aderiscono all'etichetta di femminista nella società italiana contemporanea. Questo risultato trova conferma in numerosi studi accademici precedentemente svolti sull'argomento, dimostrando come tali stereotipi siano persistenti e trasversali a culture e contesti sociali differenti.

Il risultato più evidente è l'ampio consenso con l'uguaglianza di genere, dato che suggerisce un riconoscimento (almeno a livello teorico) di questo principio, che si pone alla base del femminismo. Questo dato è in linea con la crescente accettazione dell'uguaglianza di genere come valore fondamentale nelle società contemporanee (Mashtalir et al., 2022). Questo risultato, tuttavia, si scontra poi con gli atteggiamenti e le percezioni verso il femminismo come movimento. Dall'analisi delle risposte aperte, infatti, si nota come vi siano diverse persone che, nonostante il supporto per l'ideale di uguaglianza, ritengono che questa sia già stata raggiunta a livello italiano (o comunque occidentale). Inoltre, spesso i rispondenti tendono a distaccare l'ideale dell'uguaglianza di genere dal femminismo come movimento, come si evince sia dalle risposte all'item 22 ("sostenere l'uguaglianza tra i generi significa anche essere femminista") che da alcune risposte aperte che accusano il femminismo di essere troppo radicale e di perseguire la superiorità femminile anziché l'uguaglianza.

Come previsto dalle ricerche di Twenge e Zucker (1999), lo studio ha rilevato una diffusione dello stereotipo di femminista come una persona (quasi sempre donna) "arrabbiata", "aggressiva", "irrazionale" e "insoddisfatta". Questa caratterizzazione negativa delle femministe riguarda soprattutto l'opinione maschile, sottolineando la differenza di genere nella percezione del movimento femminista.

Uno stereotipo ampiamente diffuso è quello secondo cui le femministe odiano gli uomini. Anche se la maggioranza degli intervistati si colloca contraria a questa credenza, una percentuale significativa (59%) di coloro che non si identificano come femministi ha espresso questa opinione, contrariamente a chi invece si identifica che si colloca quasi interamente in disaccordo. Vi è inoltre un moderato numero di partecipanti che ha voluto condividere, alla fine del questionario, la percezione che il femminismo abbia spesso come obiettivo la "demonizzazione" dell'uomo e l'elevazione della donna ad una posizione superiore rispetto a quella maschile. Questi dati potrebbero evidenziare una potenziale distorsione delle opinioni e degli ideali del femminismo, in quanto quasi nessuna persona femminista sostiene (neanche in modo implicito) di odiare gli uomini, eppure la percezione che questa affermazione sia vera è relativamente alta.

Un'altra immagine stereotipata largamente condivisa è la visione delle persone femministe come irragionevoli, che va a pari passo con l'idea che le richieste poste dal movimento verso gli uomini siano, appunto, "irragionevoli", ideali condivisi per la vasta maggioranza da uomini. Il concetto di "ragionevolezza" è stato analizzato da Paetzold e Shaw (1994), che sostengono che il concetto in sé è costruito sulla base di una prospettiva maschile, portando una mancanza di considerazione per le esperienze e le emozioni femminili, favorendo gli aspetti razionali e cognitivi rispetto a quelli emotivi o affettivi. In questo modo le femministe che sfidano le norme tradizionali vengono etichettate come "irragionevoli", processo che, secondo

alcuni critici, avviene sulla base del disagio sociale provocato dall'incertezza che fanno scaturire.

Un posizionamento simile si ritrova anche in alcune delle risposte aperte finali, in cui si sottolinea la necessità di differenziare tra femminismo moderato e quello radicale, più estremista, considerato controproducente.

Oltre a ciò, alcune delle motivazioni principali per non identificarsi come femminista sono il desiderio di non essere associato alle persone femministe (21,7% di chi non si identifica), a riprova della visione generalmente negativa degli attivisti di quel movimento.

Se invece si adotta un'ottica più generale l'analisi della scala riguardo l'opinione del campione sul movimento presenta un posizionamento medio prevalentemente positivo, con una differenza abbastanza significativa tra uomini (0,52) e donne (0,76). Questa differenza può essere spiegata attraverso la lente della teoria dell'Identità sociale di Tajfel. Secondo questa teoria, infatti, gli individui tendono a valutare in modo più favorevole i gruppi a cui appartengono, definiti ingroup, rispetto ai gruppi che non fanno parte della percezione del sé (outgroup) (Brown & Pehrson, 2023). Essendo le donne generalmente più coinvolte nelle questioni legate al femminismo, ed essendoci anche un livello di identificazione femminista più alto rispetto agli uomini nel campione delle donne, potrebbero valutare il movimento in modo più positivo identificandolo come ingroup.

Se si confronta il punteggio medio sull'opinione verso il femminismo (0,66) con le risposte all'item 14 ("La maggior parte delle persone ha un'opinione negativa del movimento femminista") si nota che, nonostante l'opinione generale sia tendenzialmente positiva, la percezione comune è che la maggioranza delle persone abbia un'opinione negativa del femminismo, anche se l'opinione personale degli intervistati è generalmente più positiva di quanto percepito. Questo divario trova un'interpretazione alla luce della teoria di Elisabeth Noelle-Neumann, che parla di "spirale del silenzio" per definire quel fenomeno per cui le persone tendono a nascondere le loro opinioni quando percepiscono che queste sono in minoranza, mentre condividono solo quelle che sanno essere condivise dalla maggioranza delle persone, con lo scopo di evitare l'isolamento sociale (Scheufele, 2008). Di conseguenza, nonostante la maggioranza degli intervistati abbia espresso un'opinione positiva sul femminismo, potrebbero poi non rivelarla nella vita quotidiana per la percezione di essere in minoranza, contribuendo alla percezione diffusa di un'opinione prevalentemente negativa del movimento e alimentando la "spirale".

In sintesi, gli stereotipi negativi verso il femminismo sono ampiamente diffusi, anche se coloro che li condividono e diffondono sono in prevalenza uomini. A ciò si aggiunge la percezione che il femminismo abbia portato alla perdita di valori importanti (item 9), condivisa dal 25% del campione. Di questo 25% il 67% sono uomini, suggerendo che i "valori" considerati "persi" siano probabilmente quelli che favoriscono la mascolinità egemonica. Quest'ultima, infatti, tende a mettere gli uomini al centro del discorso sociale, ed essendo il femminismo ginocentrico si concentra su discorsi spesso non considerati dai discorsi mainstream, che sono prevalentemente androcentrici. Per gli uomini potrebbe quindi risultare difficile considerare una prospettiva femminista, che non dà priorità ai problemi degli uomini (Crowe, 2011). Questa teoria potrebbe spiegare anche i risultati all'item 21 "Il femminismo è

importante per il progresso sociale”, in quanto non essendo i discorsi femministi particolarmente androcentrici non li ritengono socialmente importanti.

È necessario, peraltro, prendere in esame un altro fattore. Se si prende in considerazione la scala di aderenza alle gender norms, si nota che vi è una scarsa differenza nel livello di aderenza tra le donne che si identificano come femministe e quelle che non si identificano (-0,05) mentre per gli uomini questa differenza aumenta (-0,12). Sfidare le norme di genere risulta innanzitutto più difficile per gli uomini in generale, che hanno una maggiore aderenza verso di esse rispetto alle donne, ma l'identificazione femminista per gli uomini è associata a una maggiore apertura verso la ridefinizione dei ruoli di genere e la decostruzione della maschilità tradizionale, entrambi obiettivi portati avanti dal femminismo contemporaneo.

Questi dati sottolineano la necessità per il femminismo di includere anche gli uomini nei propri discorsi, in quanto è evidente la differenza che l'identificazione comporta nel permettere agli uomini di fuggire dalle gender norms e dalla mascolinità egemonica.

È importante anche sottolineare che il sessismo non si ferma alla discriminazione delle donne da parte degli uomini. Sono stati rilevati punteggi molto alti negli items 11 (le donne dovrebbero essere protette da parte degli uomini, 48% d'accordo) e 24 (le donne, rispetto agli uomini, tendono ad avere una maggiore sensibilità, 59% d'accordo). Questi punteggi non riportano differenze rilevanti per quanto riguarda il genere, né per quanto riguarda l'identificazione. Pensieri come quelli espressi dai due items sono una forma di discriminazione vera e propria, ossia la discriminazione benevola o sessismo benevolo (benevolent sexism). Questo tipo di discriminazione è più sottile rispetto al sessismo ostile, in quanto si riferisce a un insieme di atteggiamenti apparentemente positivi e protettivi nei confronti delle donne, che sono tuttavia basati su stereotipi di genere tradizionali e vedono le donne come più deboli e meno competenti rispetto agli uomini. Queste credenze, anche se possono sembrare positive, sono in realtà basate su stereotipi che perpetuano le disuguaglianze di genere in modo subdolo (Glick & Fiske, 1996).

Questo tipo di stereotipi si ritrova anche in alcune delle risposte aperte finali, in cui si parla di “proteggere la donna e innalzarla ad un livello superiore” (uomo, 22) e si fa notare una maggiore sensibilità delle donne verso i bambini, per cui sarebbero più adatte a lavori di cura.

La diffusione di questo tipo di sessismo in egual modo tra uomini e donne è molto preoccupante, in quanto (essendo un tipo di sessismo difficile da identificare) diventano le donne stesse a perpetuare la loro posizione di inferiorità, alimentando gli stereotipi negativi precedentemente analizzati.

Concludendo, nella nostra società il femminismo si trova ad uno stadio complesso e multiforme. Da un lato, l'ideale fondamentale dell'uguaglianza di genere sembra essere ampiamente accettato; dall'altro, il movimento continua a scontrarsi con resistenze, incomprensioni e stereotipi profondamente radicati.

Questa ricerca ha evidenziato come pregiudizi e misconcezioni sul femminismo siano pervasive e durature, ostacolando l'efficacia e la diffusione dei suoi obiettivi. L'immagine della femminista arrabbiata, aggressiva e misandrica continua ad essere un luogo comune difficile da sradicare, soprattutto tra la popolazione maschile. Tali stereotipi non solo distorcono la

percezione del femminismo, ma scoraggiano anche molte persone dall'accettare di farne parte, creando una sorta di profezia che si autoavvera.

Particolarmente insidiosa è la persistenza di forme di sessismo benevolo, condiviso in modo trasversale da tutta la popolazione, a riprova del grado di interiorizzazione degli stereotipi di genere, tanto da essere perpetuati anche da chi si considera progressista e si dichiara a favore dell'uguaglianza.

Un aspetto cruciale emerso da questo studio è la necessità di un maggiore coinvolgimento maschile nei discorsi del femminismo. L'identificazione femminista sembra infatti avere un impatto positivo in particolar modo sugli uomini, permettendogli di liberarsi dalle costrizioni della mascolinità tradizionale, mettendo in luce il potenziale liberatorio che il femminismo ha non soltanto per le donne, ma per tutti i generi.

In ottica futura il femminismo si trova di fronte la sfida di ridefinire la sua immagine pubblica e di comunicare più efficacemente i propri obiettivi. È fondamentale trovare strategie e metodi comunicativi per superare la percezione del femminismo come di un movimento ostile ed estremista, mostrando invece i benefici che esso potrà portare all'intera società. Allo stesso tempo è necessario un lavoro di sensibilizzazione, orientato a tutti i generi, per eliminare le forme più sottili e pervasive di sessismo che ostacolano il raggiungimento di una vera parità.

È quindi auspicabile l'adozione di un attivismo più inclusivo e dialogante, per costruire alleanze intragenere capaci di incidere in modo profondo sulla struttura sociale, fornendo gli strumenti per superare l'immagine negativa del movimento che ad oggi permane indissolubile nella società.

BIBLIOGRAFIA

- Aiston, J. (2023). 'Vicious, vitriolic, hateful and hypocritical': The representation of feminism within the manosphere. *Critical Discourse Studies*, 1–18.
<https://doi.org/10.1080/17405904.2023.2257816>
- Andersen, M. (2018). *Getting to the Root of #metoo-Through the Fourth Wave of Feminism*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20534.14403>
- Antunovic, D. (2019). "We wouldn't say it to their faces": Online harassment, women sports journalists, and feminism. *Feminist Media Studies*, 19(3), 428–442.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1446454>
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>
- Bellè, E., & Gherardi, S. (2021). *L'altra rivoluzione: Dal Sessantotto al femminismo*. Rosenberg & Sellier.
- Brown, R., & Pehrson, S. (2023). *Psicologia sociale dei gruppi: Dinamiche intragruppo e intergruppi* (3. ed). Il Mulino.
- Burkett, E., & Brunell, L. (2024). Feminism. In *Encyclopedia Britannica*.
<https://www.britannica.com/topic/feminism>
- Burn, S., Aboud, R., & Moyles, C. (2000). The Relationship Between Gender Social Identity and Support for Feminism. *Sex Roles*, 42, 1081–1089.
<https://doi.org/10.1023/A:1007044802798>
- Cirant, E. (2005). 'Io Non Sono Femminista, Ma ...' Immagini Di Giovani Donne Nello Specchio Incrinato Dell'Identità Di Genere. *Donne e Uomini Che Cambiano. Relazioni di Genere, Identità Sessuali e Mutamento sociale*.

- Conlin, S. E., & Heesacker, M. (2018). Feminist men?: Examining men's feminist self-identification, activism and the impact of language. *Journal of Gender Studies*, 27(8), 928–942. <https://doi.org/10.1080/09589236.2017.1371007>
- Crowe, J. (2011). *Men and Feminism: Some Challenges and a Partial Response*.
- Dafaure, M. (2022). Memes, trolls and the manosphere: Mapping the manifold expressions of antifeminism and misogyny online. *European Journal of English Studies*, 26(2), 236–254. <https://doi.org/10.1080/13825577.2022.2091299>
- Day, K., & Wray, R. (2018). *Fourth-wave feminism and postfeminism: Successes and failures*.
- De Vettor, M. (2023). *Redpill e pensiero paranoide: Un'indagine qualitativa sull'ideologia redpill online*. Università degli studi di Padova.
- Demaria, C. (2016). Intersezionalità e femminismo transnazionale tra costruttivismo, post-strutturalismo e 'performance' epistemologiche. *Scienza & Politica. Per una storia delle dottrine*, Vol 28, No 54 (2016). <https://doi.org/10.6092/ISSN.1825-9618/6219>
- Dickel, V., & Evolvi, G. (2023). "Victims of feminism": Exploring networked misogyny and #MeToo in the manosphere. *Feminist Media Studies*, 23(4), 1392–1408. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2029925>
- Eisele, H., & Stake, J. (2008). The Differential Relationship of Feminist Attitudes and Feminist Identity to Self-Efficacy. *Psychology of Women Quarterly*, 32(3), 233–244. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00432.x>
- Farci, M., & Righetti, N. (2019). Italian men's rights activism and online backlash against feminism. *RS*, 765–781. <https://doi.org/10.1423/96115>
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147–166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>

- Glick, P., & Fiske, S. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491–512. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491>
- Henley, N. M., Meng, K., O'Brien, D., McCarthy, W. J., & Sockloskie, R. J. (1998). Developing a Scale to Measure the Diversity of Feminist Attitudes. *Psychology of Women Quarterly*, 22(3), 317–348. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1998.tb00158.x>
- Lin, J. L. (2017). Antifeminism Online. In U. U. Frömming, S. Köhn, S. Fox, & M. Terry (A c. Di), *Digital Environments* (pp. 77–96). Transcript Verlag; JSTOR. <http://www.jstor.org/stable/j.ctv1xxrxw.9>
- Magaraggia, S. M. (2015). Il moto ondoso dei femminismi: Abbiamo avvistato la quarta ondata? In *Genere e partecipazione politica*. F. Angeli.
- Mashtalir, K., Kapitan, O., & Department of Law, Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine. (2022). GENDER EQUALITY AS A COMPONENT OF THE EQUALITY PRINCIPLE IN SOCIETY. *Journal of Community Positive Practices*, 22(4), 96–111. <https://doi.org/10.35782/JCPP.2022.SI.8>
- Nicolla, S. (2023). Has feminism “gone too far?” A mixed-methods exploration of perceptions of digital feminist activism. *Feminist Media Studies*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2285712>
- Rampton, M. (2015). Four waves of feminism. *Pacific University Oregon*.
- Ramsey, L. R., Haines, M. E., Hurt, M. M., Nelson, J. A., Turner, D. L., Liss, M., & Erchull, M. J. (2007). Thinking of Others: Feminist Identification and the Perception of Others' Beliefs. *Sex Roles*, 56(9), 611–616. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9205-5>
- Scarcelli, C. M. (2022). *Media digitali, genere e sessualità*.

- Scheufele, D. A. (2008). Spiral of Silence Theory. In W. Donsbach & M. Traugott, *The SAGE Handbook of Public Opinion Research* (pp. 175–183). SAGE Publications Ltd.
<https://doi.org/10.4135/9781848607910.n17>
- Simic, Z. (2010). ‘Door Bitches of Club Feminism’?: Academia and Feminist Competency. *Feminist Review*, 95(1), 75–91. <https://doi.org/10.1057/fr.2009.60>
- Szymanski, D. M. (2004). Relations Among Dimensions of Feminism and Internalized Heterosexism in Lesbians and Bisexual Women. *Sex Roles*, 51(3), 145–159.
<https://doi.org/10.1023/B:SERS.0000037759.33014.55>
- Twenge, J. M., & Zucker, A. N. (1999). What is a Feminist?: Evaluations and Stereotypes in Closed- and Open-Ended Responses. *Psychology of Women Quarterly*, 23(3), 591–605.
<https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1999.tb00383.x>
- Watson, J., & Casey, S. (2023). A male feminist walks into a bar: Male feminist capital and the “bloke turn” in feminism. *Feminist Media Studies*, 23(6), 2728–2744.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2084439>
- Weis, A. S., Redford, L., Zucker, A. N., & Ratliff, K. A. (2018). Feminist Identity, Attitudes Toward Feminist Prototypes, and Willingness to Intervene in Everyday Sexist Events. *Psychology of Women Quarterly*, 42(3), 279–290. <https://doi.org/10.1177/0361684318764694>
- Wiley, S., Srinivasan, R., Finke, E., Firnhaber, J., & Shilinsky, A. (2013). Positive Portrayals of Feminist Men Increase Men’s Solidarity With Feminists and Collective Action Intentions. *Psychology of Women Quarterly*, 37(1), 61–71.
<https://doi.org/10.1177/0361684312464575>

Allegato:

(titolo) Cosa ne pensi del femminismo?

Benvenuto/a, compilando il seguente questionario prenderai parte ad una ricerca volta ad indagare l'opinione delle persone riguardo al movimento femminista e ai temi che esso affronta.

Questa ricerca fa parte di un progetto di ricerca per lo svolgimento di una tesi di laurea per il corso di Comunicazione all'Università degli studi di Padova.

La compilazione del questionario richiede meno di 10 minuti, e ricorda che tutte le domande sono **completamente anonime**, quindi sentiti libero/a di rispondere in totale sincerità.

Ricorda inoltre che la finalità è comprendere cosa pensano le persone, quindi rispondi sinceramente evitando di modificare le risposte per paura del giudizio altrui.

- (0) Con la compilazione di questo questionario, acconsentite al trattamento dei vostri dati personali da parte della sottoscritta in qualità di responsabile del trattamento, per fini strettamente legati alla mia tesi di laurea in Comunicazione presso l'Università di Padova. I dati forniti verranno utilizzati esclusivamente per scopi accademici e saranno trattati nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali (Regolamento UE 2016/679).

Il conferimento dei dati è facoltativo e il loro trattamento avverrà nel pieno rispetto dei principi di liceità, correttezza, trasparenza e limitazione delle finalità.

- Acconsento al trattamento

Parte 1:

- | |
|--|
| <p>1. Genere (donna, uomo, non binario)</p> <p>2. (fascia di età, riformulata post raccolta risposte) (<18, 18-22, 23-26, 26-35, 35-45, 45-60, >60)</p> |
| <p>3. Età</p> |
| <p>4. Professione</p> <p>(Studente
Studente lavoratore
Lavoratore dipendente
Lavoratore autonomo
Proprietario/a di azienda/attività
Disoccupato/a</p> |

Casalingo/a Pensionato/a Altro)
5. Ultimo titolo di studio conseguito o titolo in corso di conseguimento: (Licenza elementare Licenza media Diploma superiore Laurea triennale Laurea magistrale Dottorato di ricerca Nessuno Altro)
6. Dove abiti? (centro città, periferia, campagna, piccolo paese, altro)
7. Orientamento sessuale (Eterosessuale, omosessuale, bisessuale, asessuale, altro)

Parte 2:

Ora ti saranno presentate alcune affermazioni. Dovrai selezionare il tuo grado di accordo con ciò che viene affermato, selezionando tra le 5 opzioni proposte. Cerca di evitare la risposta "*indifferente*" a meno che non sia necessario.

Esempio di compilazione. Affermazione: "Le mele sono molto buone". Se a me non piacciono per nulla, selezionerò "molto contrario". Se a me piacciono un po', selezionerò "abbastanza d'accordo" ecc..

(risposte in scala likert: molto contrario, abbastanza contrario, indifferente, abbastanza d'accordo, molto d'accordo)

8. Tra uomini e donne ci deve essere uguaglianza.
9. Il femminismo ha portato alla perdita di valori importanti.
10. Gli uomini hanno la vita più facile delle donne.
11. Le donne dovrebbero essere protette da parte degli uomini.
12. Mi fa piacere quando si parla di femminismo in una conversazione.
13. È ipocrita quando nelle pubblicità invertono i ruoli tipicamente tradizionali dei generi (ad esempio, se in una pubblicità di falegnameria la protagonista è donna anziché uomo).
14. La maggior parte delle persone ha un'opinione negativa del movimento femminista.
15. La maggior parte delle persone femministe sono irragionevoli.
16. Nella nostra società non serve più il femminismo.
17. Mi considero femminista.
18. Se qualcuno si definisce femminista sono meno propenso/a ad ascoltare le sue opinioni.

19. Di solito, se una donna perde contro un uomo in una gara, dice che è stata discriminata.
20. Quasi sempre il movimento femminista pretende dagli uomini cose irragionevoli.
21. Il femminismo è importante per il progresso sociale.
22. Sostenere l'uguaglianza tra i generi significa anche essere femminista.
23. Gli uomini non dovrebbero mostrare le proprie emozioni perché è un segno di debolezza.
24. Le donne, rispetto agli uomini, tendono ad avere una maggiore sensibilità.
25. Le femministe odiano gli uomini.
26. C'è troppo femminismo nei media (tv, giornali, social media, ecc...).
27. Mi definisco come femminista davanti alle altre persone.
28. Mi dà fastidio quando qualcuno nomina il femminismo in una conversazione.
29. Il femminismo è ancora necessario nella società odierna.
30. Non mi piace quando gli altri pensano che io sia femminista.
31. Le donne hanno la vita più facile degli uomini.

Parte 3:

32. Indica negli ultimi 3 mesi quante volte hai fatto le seguenti attività:

(risposte: mai, una/due volte, tre o più volte)

- Partecipare a una manifestazione femminista
- Condividere (sui social o di persona) post o articoli sul femminismo
- Intervenire quando in una conversazione qualcuno ha detto delle frasi discriminatorie verso le donne
- Questa non è una domanda, serve ad eliminare i questionari non rilevanti. Per dimostrare che stai leggendo, seleziona "mai"
- Notare se è avvenuta una discriminazione tra le persone con cui sono in quel momento

Parte 4:

33. Ora ti verranno presentate una serie di coppie di parole. Per ognuna devi segnare, in una scala in cui gli estremi (1 e 5) sono una o l'altra parola, quale delle due ti è più facile associare all'idea di una persona femminista. Seleziona "3" se credi che nessuna delle due sia più adeguata dell'altra, mentre 2 o 4 se l'associazione non è particolarmente forte ma tende comunque verso una delle due parole.

Cerca di fare questo test d'istinto, selezionando l'associazione che la tua mente compie in modo automatico. Non rifletterci troppo.

Esempio: Immaginiamo di avere delle parole da associare all'idea di "roccia". Se le opzioni sono "Duro (1) vs. Soffice (5)", io selezionerò il numero "1".

Femminista
(risposte in scala 1 - 2 - 3 - 4 - 5) è...

- a. Pace – Litigio
- b. Sensibilità - Crudeltà
- c. Intelligenza - Stupidità
- d. Inclusione - Discriminazione
- e. Estremismo - Moderazione
- f. Irrazionalità - Razionalità
- g. Felicità - Insoddisfazione
- l. Fastidio – Piacere
- m. Uomo - donna
- n. Calma - Aggressività
- o. Unione – Vendetta

Parte 5:

34. Le seguenti caratteristiche sono più femminili che maschili, più maschili che femminili o appartengono in egual modo ad entrambi i sessi?

(risposte: *femminile, maschile, indifferente*)

- a. Simpatia
- b. Egoismo
- c. Gentilezza
- d. Intelligenza
- e. Aggressività
- f. Maleducazione

35. Indica se per svolgere al meglio le seguenti professioni influisce l'appartenenza all'uno o all'altro sesso.

(risposte: *donna, uomo, indifferente*)

- a. Dottore

- b. Insegnante
- c. Avvocato
- d. Presidente del consiglio
- e. Ingegnere
- f. Infermiere
- g. Autista

Parte 6:

36. Se non ti ritieni femminista, perchè? (*puoi selezionare più risposte*)

- Non sono abbastanza attivo/a nelle battaglie femministe.
- Non condivido gli ideali femministi.
- Non mi piace essere associato/a alle persone femministe.
- Credo che il femminismo non mi riguardi.
- Altro:

37. Se ti ritieni femminista, perché? (*puoi selezionare più risposte*) (in realtà nel questionario posizionata dopo la 36)

- Sono attivo/a nelle battaglie femministe.
- Sostengo l'uguaglianza dei generi.
- Condivido gli ideali femministi.
- Altro:

38. Seleziona la risposta che riflette meglio la tua opinione sulla responsabilità finanziaria degli uomini all'interno della famiglia

- Gli uomini dovrebbero essere i principali responsabili finanziari della famiglia.
- Gli uomini e le donne dovrebbero condividere ugualmente la responsabilità finanziaria.
- Neutrale
- Le donne dovrebbero essere le principali responsabili finanziarie della famiglia.
- Dipende dalla situazione
- Non ho un'opinione

39. Seleziona la risposta che meglio descrive il tuo atteggiamento verso le donne che perseguono carriere ambiziose e di successo

- Le donne dovrebbero concentrarsi sulla famiglia e non sul lavoro.
- Le donne possono perseguire una carriera, ma dovrebbero dare priorità alla famiglia.
- Le donne hanno il diritto di perseguire qualsiasi carriera che desiderano.
- Non ho un'opinione.
- Altro:

40. Personalmente ritieni che l'aspetto fisico sia più importante per gli uomini, per le donne o ti è indifferente?

- Per le donne
- Per gli uomini
- Indifferente

Domanda finale:

41. Hai qualcosa da aggiungere o qualche osservazione che ci tieni a condividere?

Scrivi pure ciò che pensi, ricorda che il questionario è completamente anonimo.

(risposta aperta, lunga)