



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

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

Elaborato finale

**Il femminismo in Italia: un'analisi tematica dei pensieri
degli uomini sul movimento femminista**

**Feminism in Italy: a thematic analysis about
men's thoughts on the feminist movement**

Relatrice:

Prof.ssa Maria Rosaria Cadinu

Correlatrice esterna:

Dott.ssa Daniela Di Michele

Laureanda: Gaia Bozzoli
Matricola: 1222907

Anno Accademico 2021-2022

Indice

Introduzione	1
1. Riferimenti teorici	2
1.1 Femminismo in Italia	2
1.2 Identificazione femminista	3
1.3 Identificazione femminista negli uomini	5
1.4 Rappresentazione del femminismo	6
1.5 Partecipazione maschile	8
2. Lo studio	11
2.1 Metodo	11
2.1.1 Partecipanti	11
2.1.2 Procedura	12
2.1.3 Strumenti	13
2.2 Risultati	14
3. Discussione	19
Bibliografia	23
Appendice	26

Introduzione

Il femminismo è un movimento “per porre fine al sessismo, lo sfruttamento e l'oppressione sessista” (hooks¹, 2000, p. viii). Da anni gli attivisti e le attiviste femministe portano avanti la lotta contro il patriarcato, le discriminazioni che genera e i vincoli di comportamento che impone a tutti gli individui. È nato come un collettivo di sole donne che si battevano per ottenere maggiori diritti, ma col tempo si è trasformato in un movimento più inclusivo ed intersezionale, senza perdere il suo focus sulla posizione femminile nella società. In particolare, negli ultimi anni, la ricerca si sta focalizzando sulla partecipazione e sul contributo maschile all'interno del movimento femminista. Molti studiosi, infatti, ritengono che una maggiore inclusione degli uomini nel femminismo possa portare ad un maggiore potenziale di azione collettiva, anche perché questi possono usare le loro posizioni di privilegio nella società per decostruire le norme di genere tradizionali. Perciò, si sta cercando di individuare le strategie più adatte ed efficaci per coinvolgere gli uomini nelle azioni femministe e per aumentare la loro volontà di identificarsi come femministi. Ad esempio, la rivista Elle UK nel 2014 ha lanciato una campagna in solidarietà al movimento femminista, pubblicando un'edizione speciale in cui venivano rappresentate celebrità, sia uomini che donne, mentre indossavano una maglietta con la scritta “This is what a feminist looks like”. Questa campagna è stata apprezzata da molti, poiché offriva e propagava un'immagine positiva degli uomini femministi (Silver et al., 2019). Le rappresentazioni di gruppi sociali a cui siamo esposti possono influenzare notevolmente l'opinione che noi abbiamo di quei determinati gruppi. Dunque, è fondamentale analizzare l'impatto di queste rappresentazioni e studiare le modalità più efficienti per trasformare la percezione delle persone.

A questo proposito, il nostro studio si pone come obiettivo quello di indagare quale sia l'opinione degli uomini circa il movimento femminista e quali siano le variabili che spingono all'identificazione femminista e alla collective action. Il presente elaborato, nello specifico, mira ad investigare la rappresentazione che gli uomini italiani hanno del femminismo e delle persone femministe, in modo da individuare le strategie adatte per farli avvicinare al movimento per la parità di genere.

¹ L'autrice vuole espressamente che il suo nome venga scritto in minuscolo.

1. Riferimenti teorici

1.1 Femminismo in Italia

Sono molte le problematiche che le donne italiane si trovano ad affrontare quotidianamente a causa delle discriminazioni di genere. L'Italia, infatti, è uno dei paesi europei con il più alto tasso di divario tra occupazione maschile e femminile, 47,7% versus 56,5% (Eurispes, 2021). Non solo, oltre ad essere meno occupate le donne vengono anche mediamente retribuite meno rispetto agli uomini e sono state anche la fascia di popolazione più penalizzata dall'impatto dell'emergenza sanitaria da Covid-19 (ISTAT, 2020). La fragilità della posizione femminile nel mondo del lavoro risiede, in parte, in una cultura familiare che non è ancora in grado di distribuire con equità i compiti, con ripercussioni sulle opportunità di carriera. Secondo i dati prodotti dalla Commissione Europea nel 2021 (Eurispes, 2021), la quantità di ore settimanali dedicate alle attività domestiche all'interno delle coppie eterosessuali è fortemente squilibrata: le donne passano molto più tempo a badare ai figli e alle faccende di casa rispetto agli uomini. Dunque, è ancora molto radicata la convinzione che la famiglia sia un aspetto della vita destinato esclusivamente alle donne.

In aggiunta, uno dei problemi principali che le donne devono affrontare nel nostro paese è l'elevato tasso di stupri e molestie sessuali, unite alle statistiche sconcertanti riguardo i femminicidi e le aggressioni di matrice misogina e maschilista. Da un'indagine condotta da Save The Children (Ipsos, 2020), a 800 ragazzi e ragazze di 14-18 anni residenti in Italia, il 70% delle ragazze adolescenti dichiara di aver subito molestie e apprezzamenti sessuali in luoghi pubblici, mentre il 39% dei ragazzi e delle ragazze in Italia risultano essere esposti online a contenuti che giustificano la violenza contro le donne. Nonostante queste elevate percentuali, sono ancora relativamente poche le donne che sporgono denuncia, poiché temono la reazione dei loro aggressori (dato che nella maggior parte dei casi si tratta di partner, ex, familiari o amici) e le critiche e i pregiudizi provenienti dalle altre persone. Per quanto riguarda i femminicidi, invece, nel 2021 tra tutti gli omicidi commessi, 118 erano donne, di cui 102 assassinate in ambito familiare/affettivo (AGI, 2022). Il primo presidente della Cassazione Pietro Curzio, a proposito di questi dati, ha dichiarato che questo fenomeno "è costante negli ultimi anni, si inquadra in un preoccupante incremento dei reati all'interno della famiglia ed è sintomo evidente di una tensione irrisolta nei rapporti di genere, di un'uguaglianza non metabolizzata" (AGI, 2022).

Inoltre, a livello mediatico, in Italia, le donne spesso vengono rappresentate con abiti succinti e in pose provocanti, come testimoniato dal documentario “Il corpo delle donne” di Lorella Zanardo (2009). Le figure femminili vengono viste solamente come decorazioni, modi per abbellire una scena e attirare l’attenzione dello spettatore (soprattutto se maschio). Fino a pochi anni fa, infatti, era molto diffusa l’immagine della showgirl, una ragazza che doveva necessariamente avere un aspetto perfetto e l’unica sua altra qualità doveva essere quella di saper ballare o comunque muoversi in modo seducente. Numerosi sondaggi mostravano come la showgirl fosse considerata il primo modello a cui aspirare tra le giovani ragazze italiane (Poggioli, 2008). Secondo Benini (2013) “i mezzi di comunicazione in Italia sono principalmente focalizzati sull’egemonia della cultura della bellezza nella rappresentazione delle donne ... e nella sessualizzazione della cultura, causando così la saturazione del panorama mediatico attraverso un discorso sessuale e pornografico” (p. 89). Come possiamo aspettarci che le donne non vengano più sessualizzate in contesti quotidiani e senza il loro consenso, se questo è il modo in cui vengono sempre rappresentate dai media e se questi sono i contenuti a cui tutti siamo esposti fin dalla tenera età?

Questi sono, in breve, i motivi per cui abbiamo ancora bisogno del movimento femminista: per poter creare un mondo in cui le possibilità di vita di ognuno possano aprirsi senza limitazioni legate all’identità di genere. E ciò include anche i ruoli di genere che vengono imposti agli uomini e che li obbligano a comportarsi e a presentarsi agli occhi degli altri in un determinato modo. La lotta alle discriminazioni di genere, dunque, non è fondamentale solo per le donne, ma anche per gli uomini, di conseguenza è molto importante che anche questi partecipino nel trasformare la nostra società patriarcale.

1.2 Identificazione femminista

Secondo la teoria dell’identità sociale (Tajfel, 1979), il proprio senso di sé dipende da una serie di identità in cui le persone si riconoscono, che variano dalla dimensione personale a quella pubblica. La nostra identità sociale è basata sui gruppi a cui apparteniamo ed è costituita dalla concezione che abbiamo di noi stessi come membri di un gruppo. Questo perché i gruppi ci danno la sensazione di appartenere al mondo sociale e ci permettono di categorizzare il mondo in “noi” e “loro”, un processo semplicistico che ci aiuta ad analizzare la realtà che ci circonda, ma che, allo stesso tempo, può portare alla formazione e al radicamento di stereotipi e pregiudizi.

L’identificazione femminista riflette la scelta di un individuo di assimilare al proprio concetto di sé i valori e i punti di vista del femminismo (Silver et al., 2019). Williams e Wittig (1997) hanno

teorizzato che l'identità femminista è un tipo di identità sociale, sia che ci si definisca femministi nel privato che nel pubblico, poiché indica l'appartenenza ad un gruppo sociale. Inoltre, gli studiosi della teoria dell'identità sociale hanno evidenziato che una persona è molto più portata ad identificarsi con un gruppo se ha la percezione che il gruppo possa contribuire positivamente al proprio concetto di sé, viceversa, sarà più restia ad associarsi con il gruppo in questione. Ciò implica che ci debba essere una valutazione positiva del gruppo.

Per quanto riguarda la parità di genere, molte persone la supportano, ma nonostante ciò sono restie a definirsi femministe: infatti la ricerca ha mostrato che sia uomini che donne sono riluttanti nell'associarsi al movimento femminista, anche se le donne tendono ad accettare maggiormente l'etichetta di "femminista" (Williams & Wittig, 1997).

Le donne giovani hanno la tendenza a supportare cause per le pari opportunità tra uomini e donne, eppure contemporaneamente cercano di prendere le distanze dal femminismo e soprattutto dall'identità femminista (Rich, 2005). È noto che i membri di gruppi stigmatizzati esperiscono marginalità psicologica (Frable et al., 1990) e perciò sono maggiormente portati a ripudiare la loro identità sociale, per evitare di essere esposti alle critiche degli altri (Richman & Wegner, 1999). Tutto ciò è applicabile anche all'ambito del femminismo: l'identificazione femminista è stigmatizzata e svalutata socialmente, dunque il definirsi pubblicamente femminista espone le persone alle critiche degli altri e ai pregiudizi che la società ha riguardo le persone femministe (Zucker, 2004). Questa conseguenza negativa potrebbe rendere ancora più grande la dedizione a perseguire gli obiettivi del movimento femminista (Zucker, 2004). Allo stesso tempo, però, l'identificazione pubblica genera negli individui un senso di collettività (Zucker, 2004), ci si sente parte di un gruppo con cui si condividono obiettivi e ideali. Inoltre, il riconoscersi in un gruppo stigmatizzato aumenta la capacità dei membri che ne fanno parte di riconoscere le disuguaglianze e le ingiustizie che subiscono (Gurin & Townsend, 1986). Per tutti questi motivi, per quanto riguarda le minoranze, è molto importante l'atto di identificarsi socialmente con il proprio gruppo. Dunque, è fondamentale capire le motivazioni che, nelle donne, generano riluttanza ad identificarsi come femministe.

Molte variabili predicono l'identificazione femminista. Tra le principali si possono trovare il supporto verso gli obiettivi del femminismo e gli atteggiamenti nei confronti del movimento femminista (Cowan et al., 1992). Inoltre, uno studio di Williams e Wittig (1997) ha evidenziato che anche l'esposizione al femminismo, la valutazione positiva delle persone femministe e la fiducia nell'azione collettiva possono determinare l'identificazione femminista.

Tajfel (1982) ha suggerito che un individuo deve vedere i membri di un gruppo sotto una luce positiva, per potersi identificare con esso. I risultati ottenuti dalla ricerca confermano questa teoria: infatti

diversi studi hanno dimostrato che una rappresentazione più favorevole delle persone femministe porta ad una maggiore identificazione femminista (Roy et al. 2007; Williams & Wittig, 1997).

Redford (2018), a proposito di ciò, ha introdotto il concetto di “prototipo femminista”: ovvero la persona femminista centrale che viene in mente quando si pensa agli individui femministi e che rappresenta quell'intero gruppo di persone. I tratti attribuiti al prototipo variano da individuo a individuo (Gerrard et al., 2005), perché dipendono dai valori di ogni singola persona. Alcuni tratti possono essere positivi, mentre altri negativi, di conseguenza, le persone possono sviluppare degli atteggiamenti favorevoli o sfavorevoli nei confronti del prototipo di una categoria sociale (Redford et al., 2018). Inoltre, secondo il prototype - willingness model (PWM; Gerrard et al., 2008), gli atteggiamenti degli individui nei confronti del prototipo sono in grado di predire la loro volontà di mettere in atto comportamenti legati ad esso. Se un individuo ha un atteggiamento positivo verso la persona prototipica di una categoria, che si comporta in un determinato modo, allora questo sarà maggiormente portato a comportarsi coerentemente con il prototipo. I dati ottenuti dallo studio di Redford (2018) confermano le supposizioni del PWM: infatti, hanno trovato che gli atteggiamenti nei confronti dei prototipi femministi influenzano l'identificazione femminista, e, di conseguenza, la volontà di prendere parte a comportamenti a supporto del femminismo. Più la rappresentazione del prototipo è positiva, maggiori sono l'identificazione femminista e l'intenzione di mettere in atto comportamenti femministi. Questi risultati sono in accordo con quelli ottenuti da Zucker (2004) nel suo studio, in cui ha trovato che l'identificazione femminista è uno dei predittori più significativi dell'attivismo femminista.

Sempre in base al PWM, gli atteggiamenti verso i prototipi sono tra i predittori della volontà di agire come il prototipo. Ciò è supportato dallo studio di Roy et al. (2007), nel quale si è osservato che le partecipanti che avevano letto informazioni positive riguardo le persone femministe avevano un livello di identificazione femminista maggiore rispetto a coloro che erano state esposte a informazioni negative.

1.3 Identificazione femminista negli uomini

Alcuni uomini supportano gli obiettivi e i valori del femminismo e perciò si definiscono femministi, altri, invece, pensano che le discriminazioni di genere non esistano o che non impattino così fortemente le vite delle donne. In mezzo a questi due poli possiamo trovare anche tutti quegli uomini che sono d'accordo con la causa femminista, ma allo stesso tempo non vogliono definirsi usando il termine “femminista” (Olson, et al., 2008; Silver et al., 2019), e ciò può essere dovuto a molti fattori.

Come abbiamo già visto, uno dei predittori principali dell'identificazione femminista è la valutazione e percezione delle persone femministe. Nelle donne questa ha un potere predittivo maggiore rispetto agli uomini (Williams & Wittig, 1997), ma è comunque un aspetto rilevante. Uno studio di Wiley et al. (2013) ha mostrato che i partecipanti maschi esposti a informazioni positive riguardo gli uomini femministi tendevano a vedere questi ultimi in modo più positivo, anche se partivano da una percezione negativa nei loro confronti. In più, questi partecipanti sentivano anche maggiore solidarietà nei confronti delle persone femministe e mostravano una volontà più grande di mettere in atto comportamenti a favore del femminismo. Questi risultati evidenziano che le credenze negative riguardo gli uomini femministi possono essere cambiate (Wiley et al., 2013). Ciò può essere fatto tramite la diffusione della nozione che anche gli uomini possono essere femministi e di immagini positive riguardo gli uomini femministi.

Inoltre, sembrano essere molto influenti gli stereotipi riguardo gli uomini femministi, poiché sono completamente in contrasto con le norme di genere a cui dovrebbero attenersi gli individui maschi (Silver et al., 2019). Questo suggerisce che il rapporto che gli uomini hanno con le norme tradizionali di mascolinità è associato alla loro volontà o meno di definirsi femministi (Silver et al., 2019).

Altri studiosi suggeriscono che la riluttanza degli uomini ad adottare l'etichetta femminista derivi dal fatto che questi non sono ancora disposti ad andare contro ad un sistema che garantisce loro dei privilegi e benefici (Olson, et al., 2008; Ruthig et al., 2017), nonostante abbiano opinioni a favore della parità di genere.

È inoltre possibile che gli uomini che non hanno la certezza di adottare un'identità femminista non abbiano ideali e valori totalmente in linea con quelli femministi, anche se a livello esplicito possono affermare il contrario. Infatti, una ricerca ha evidenziato che gli uomini che si identificano come femministi dedicano un impegno maggiore al perseguire gli obiettivi femministi, rispetto agli uomini che dicono di avere opinioni femministe ma che non adottano l'etichetta femminista (Rhodebeck, 1996).

L'identificazione femminista negli uomini predice la *collective action* a favore della parità di genere, soprattutto se al posto del termine "femminista" vengono utilizzati termini meno stigmatizzanti come "parità di genere" (Conlin & Heesacker, 2018). L'associazione positiva tra l'etichettamento e l'attivismo femminista replica negli uomini un pattern consistentemente osservato nelle donne (come spiegato precedentemente) e sfida la credenza che gli uomini non possono essere femministi (Conlin & Heesacker, 2018).

1.4 Rappresentazioni del femminismo

Numerose ricerche hanno trovato che il livello di identificazione femminista è correttamente predetto da una valutazione positiva generale delle persone femministe (Liss et al., 2001; Moore & Stathi, 2019; Roy et al., 2007)

È stato dimostrato che un ritratto positivo delle persone femministe porta ad una maggiore identificazione femminista nelle donne, al contrario, una rappresentazione negativa porta a minore identificazione femminista (Moore & Stathi, 2019). In aggiunta, le donne esposte a stereotipi femministi positivi hanno un comportamento maggiormente non conforme ai ruoli di genere tradizionali e un livello di autostima mediamente più alto rispetto a donne non esposte ad uno stereotipo positivo (Roy et al., 2007). L'immagine che viene creata dai media delle persone femministe, dunque, è un predittore importante dell'identificazione degli spettatori e delle azioni in favore della parità di genere. Ed è anche una spinta, nelle donne, ad allontanarsi dalla concezione tradizionale di ciò che una donna dovrebbe essere e di come dovrebbe comportarsi.

L'esposizione al femminismo tramite l'istruzione, l'educazione e le relazioni interpersonali crea condizioni favorevoli all'identificazione femminista. Al contrario, l'esposizione ai mass media e alla associazione comune e distorta tra femminismo ed "estremismo" ostacola il definirsi femministi (Williams & Wittig, 1997). Questo perché nella nostra società è molto diffusa la disinformazione riguardo le basi del femminismo: infatti è ancora prevalente la nozione che il movimento femminista sia una lotta e un attacco contro tutti gli uomini. Non solo, molti sono convinti che gli obiettivi delle femministe siano stati già tutti raggiunti, e che non ci sia più bisogno di un movimento a sostegno della parità di genere (La Stampa, 2016).

Ruthig et al. (2017) hanno investigato come la Zero-Sum Perspective (ZSP) possa essere un ostacolo alla parità di genere. La ZSP afferma che un guadagno da parte di un gruppo implichi necessariamente una perdita da parte di un altro gruppo. Applicata alla discriminazione di genere, la ZSP rifletterebbe la credenza che ogni risultato e obiettivo ottenuto dalle donne, e dal femminismo in generale, porterebbe a degli svantaggi per gli uomini (perdita di privilegi e status o aumento di pregiudizi nei loro confronti). Dallo studio è risultato che questo tipo di visione è comune sia a uomini che donne, anche se gli uomini mostrano livelli maggiori di ZSP. Probabilmente è anche a causa di questa prospettiva che molti uomini pensano che il femminismo coincida con l'odio verso gli uomini e con la volontà di prevaricare sull'altro genere.

Le attiviste femministe vengono spesso rappresentate e descritte come radicali estremiste, ciò fa sì che le persone, soprattutto le donne, siano maggiormente restie nell'identificarsi come femministe e nell'essere associate alle attiviste (Williams & Wittig, 1997). Anche gli uomini femministi sono

soggetti a numerosi stereotipi. Generalmente si pensa che abbiano più amiche che amici, che siano meno attraenti, più femminili e che siano gay (Anderson, 2009), molto spesso usato come termine per insultare o stigmatizzare. Di conseguenza, vengono visti come meno maschilisti e meno aderenti alle norme tradizionali di mascolinità, ovvero: la posizione prioritaria delle amicizie maschili rispetto a quelle femminili, l'oggettivazione delle donne e l'abilità di attrarre molti individui del genere opposto a scopi sessuali (Flood, 2008). Ciò rappresenta un rischio per gli uomini, i quali, di conseguenza, sono più riluttanti nell'essere associati a questo tipo di immagine, perché in contrasto con quello che la società ha imposto loro di essere.

L'orientamento sessuale spesso è legato agli stereotipi riguardo le persone femministe. Le donne femministe, infatti, sono tradizionalmente considerate lesbiche, mentre gli uomini femministi sono ritenuti gay (Anderson, 2009). Pertanto, persone eterosessuali potrebbero essere dissuase dall'identificarsi come femministe per evitare di perdere opportunità con individui del genere opposto, a causa dell'associazione comune tra supporto per il femminismo e omosessualità.

Inoltre, le donne femministe sono considerate più maschiliste rispetto alle donne non femministe e agli uomini femministi (Anderson, 2009). Nel loro caso, però, l'attribuzione di qualità tipicamente maschili rappresenta uno svantaggio (Williams & Wittig, 1997), poiché non conforme al ruolo stereotipico delle donne nella società, ovvero più deboli e remissive. Dalla ricerca, quindi, risulta che sia gli uomini femministi che le donne femministe, nell'immaginario comune, non si attengono alle norme sociali tipiche del proprio genere, e questo fa sì che vengano entrambi valutati in modo negativo.

1.5 Partecipazione maschile

Le opinioni riguardo la partecipazione e l'inclusione degli uomini all'interno del femminismo sono discordanti. Negli anni '80, ad esempio, periodo in cui si sono formati numerosi collettivi femministi in Italia, la presenza degli uomini non era ammessa. Il separatismo femminile si avvaleva di quello spazio nuovo, di sole donne, impegnate a creare un ordine sociale differente, fuori "dall'ordine simbolico fallocentrico" (Nardini, 2015). Ancora oggi diverse correnti di pensiero nel movimento femminista vogliono escludere gli uomini da ogni tipo di luogo e discorso femminista. Altre, invece, ritengono che la partecipazione maschile sia necessaria per arrivare ad un'effettiva parità di genere. Al di là delle discordanze riguardo questo argomento, è importante evidenziare come le imposizioni della società patriarcale in cui viviamo hanno conseguenze negative anche sugli uomini, nonostante siano comunque generalmente privilegiati rispetto alle donne. Il filosofo Gasparriani nel suo libro

“Perché il femminismo serve anche agli uomini” (2020) afferma che “il principale inganno che crea il sistema patriarcale nei pensieri e nei gesti degli uomini è l’illusione della loro libertà, l’idea che il mondo sia a loro disposizione per realizzare i loro desideri, la convinzione di non essere toccati da costrizioni e imposizioni legate al loro genere”. Fortunatamente, negli ultimi anni, si sono molto diffuse le informazioni riguardo tutte le discriminazioni che le donne subiscono, ma ancora scarseggiano lo spazio e le occasioni per parlare dei modi in cui anche gli uomini sono oppressi. Di conseguenza, loro stessi non sono coscienti di essere sottoposti a dei vincoli sociali e culturali.

Gli uomini imparano fin da bambini che “è meglio essere temuti piuttosto che essere amati” (hooks, 2004, p. 93), perché gli viene insegnato che bisogna sempre prevaricare sull’altro e che, nel farlo, non bisogna lasciarsi sopraffare dalle proprie emozioni, anzi, queste devono essere completamente censurate per poter mantenere integra la propria mascolinità. L’autrice hooks (2004) nel suo libro “The Will to Change: Men, Masculinity and Love” scrive: “Il primo gesto violento che il patriarcato esige dai maschi non è la violenza verso le donne. Invece, esige che tutti i maschi prendano parte ad azioni di automutilazione psichica, che uccidano le loro parti emotive” (p. 58). È un’affermazione cruda, ma che esprime nel dettaglio quello che gli uomini devono passare per poter essere considerati tali. Se un giovane ragazzo non riesce completamente a distaccarsi dalle proprie emozioni, sicuramente ci sarà un altro ragazzo disposto ad “aiutarlo” tramite scherni e nomignoli sminuenti (di natura misogina od omofoba), perché anche lui si sta impegnando per essere accettato come uomo (Baldoni, 2021).

A causa di questa precoce castrazione emotiva gli uomini imparano che non possono chiedere aiuto a nessuno, non possono piangere o mostrarsi troppo tristi, non possono essere in difficoltà, anzi devono sempre essere al massimo della forma. Devono seguire tutte queste regole ferree perché altrimenti non sono abbastanza uomini, altrimenti sono allo stesso livello delle donne. Tutto ciò li porta ad avere una relazione tossica con le persone che li circondano (partner, amici, familiari), ma specialmente con sé stessi (Baldoni, 2021). Molti ormai si sono abituati a nascondere e sopprimere ogni tipo di emozione non conforme a quelle considerate “mascoline”, a mandare giù ogni cosa, perché è quello che fa un vero uomo (Baldoni, 2021). Nonostante ciò, il non potersi mai mostrare per quello che si è veramente unito allo stress del dover essere costantemente performativi causano un malessere grave negli individui di genere maschile. Infatti, non è un caso che gli uomini siano la fascia di popolazione che commette maggiormente suicidi (ISTAT, 2021): in Italia nel 2019 il 78% delle persone dai 15 anni in su che si sono suicidate erano maschi. Si sentono obbligati a nascondere il loro malessere psicologico, perché è in conflitto con le aspettative di autonomia e forza dell’ideale di mascolinità (Plank, 2019).

Il femminismo e il suo obiettivo di decostruire la società patriarcale possono aiutare gli uomini a liberarsi da tutte queste imposizioni e a lasciar andare il senso di vergogna costante per non essere abbastanza: abbastanza coraggiosi, abbastanza grossi, abbastanza intelligenti, abbastanza sicuri di sé, abbastanza di successo (Baldoni, 2021). Un contributo fondamentale, però, deve venire anche da quegli uomini che hanno a loro disposizione una piattaforma per condividere questo tipo di messaggio. Un esempio è Justin Baldoni, un attore americano che ha sofferto a lungo e silenziosamente per gli standard di mascolinità che gli sono stati richiesti, e che proprio a causa di ciò ha deciso di dar vita ad un podcast, chiamato “Man Enough”, dove parla apertamente delle difficoltà che gli uomini devono affrontare e di come queste possono ricadere negativamente anche sulle donne. Un altro esempio può essere Park Jimin, uno dei membri della band coreana BTS. Jimin in varie interviste ha affermato che all’inizio della sua carriera sentiva l’immensa pressione di mostrarsi come un uomo forte e di non lasciar trapelare alcuna emozione che potesse rovinare quell’immagine. Col tempo ha imparato ad accettare ogni lato di sé e ha capito che la cosa più importante è essere completamente sé stessi, ed è ciò che promuove anche attraverso le sue azioni e canzoni. Questi possono sembrare solamente piccoli e insignificanti passi, ma in un mondo completamente governato dai social media azioni come queste possono ottenere grandi risultati ed aiutare almeno qualche persona. Inoltre, sarebbe importante che gli uomini provassero a riconoscere e decostruire i molteplici privilegi di cui godono (Braidotti, 2002), richiamandosi tra di loro quando si rendono conto di mettere in atto comportamenti sessisti o machisti. Essi dovrebbero porsi domande sul loro ruolo nei rapporti con gli altri e con il mondo, in modo da poter creare una nuova modalità di relazionarsi con le persone che non sia basata sulla cultura patriarcale della prevaricazione.

2. Lo studio

Come abbiamo visto, numerosi studi hanno svelato che una rappresentazione positiva delle persone femministe porta ad una maggiore volontà di identificazione femminista e di mettere in atto comportamenti femministi. Di conseguenza, promuovere prototipi femministi positivi può essere una strategia efficace per incoraggiare le persone ad etichettarsi come femministe. È fondamentale studiare l'immagine comune che le persone hanno del movimento femminista e dei suoi attivisti, per capire come questa immagine può influenzare le loro opinioni, la loro identità sociale e le loro azioni. È con questo proposito che abbiamo ideato e realizzato questo studio.

Il nostro scopo era quello di indagare quali fossero le rappresentazioni più comuni sul femminismo e sulle persone femministe in un campione di uomini italiani e come queste fossero collegate ad altre variabili quali la conformità alle norme tradizionali di mascolinità, il livello di sessismo moderno e di giustificazione dello status quo di genere, l'azione collettiva e l'identificazione femminista. A livello italiano c'è una scarsità di studi riguardo questo tema, perciò il nostro è un contributo per mandare avanti la ricerca sul movimento femminista in Italia. A nostro avviso, sono argomenti molto importanti da trattare, poiché tramite la ricerca e la sua applicazione nella realtà possiamo arrivare ad un maggiore coinvolgimento della popolazione, sia femminile che maschile, nella causa contro la disparità di genere.

2.1 Metodo

Lo studio prevede l'uso di un design correlazionale per indagare la relazione che lega diverse variabili in un campione di uomini italiani: rappresentazioni del femminismo, dei suoi obiettivi e delle persone femministe; orientamento politico; conformità alle norme tradizionali di mascolinità; sessismo moderno e giustificazione dello status quo di genere; azione collettiva a favore dell'uguaglianza di genere; identificazione femminista.

2.1.1 Partecipanti

Cinquecentoventiquattro persone hanno fatto accesso al questionario, undici di queste non hanno dato il consenso alla partecipazione e al trattamento dei dati e di conseguenza sono state eliminate, perciò in totale cinquecentotredici partecipanti hanno dato il consenso e hanno potuto procedere con il questionario. Sono stati inoltre rimossi $n = 61$ partecipanti in quanto si identificano come donne e il nostro studio era rivolto solamente a uomini. Inoltre, abbiamo eliminato $n = 109$ persone che hanno compilato fino al 39% del questionario, poiché avevamo solamente le loro informazioni

demografiche. Sono stati ulteriormente rimossi $n = 9$ partecipanti, perché non hanno risposto correttamente alle domande di attention check. Infine, durante la fase di analisi tematica abbiamo trovato dei doppioni: ovvero partecipanti che hanno fatto accesso due volte al questionario e l'hanno compilato in parte la prima volta e l'hanno completato interamente la seconda. In totale si trattava di $n = 21$ partecipanti, delle due compilazioni abbiamo tenuto quella completa.

Dunque, il campione finale era formato da 311 partecipanti di età compresa tra i 18 e i 55 anni ($Meia = 26.31$; $SD_{età} = 5.90$), di cui 232 hanno completato il questionario per intero o saltando i commenti finali. La stragrande maggioranza (97,6%) si identifica come uomo, mentre l'1.8% come non-binary e lo 0.6% come "altro" (genderfluid, incerto). Il 75.6% si dichiara eterosessuale e il resto del campione si divide tra omosessuali (12.3%), bisessuali (7.3%) e altro (4.2%: demisessuale, incerto o pansessuale). Per quanto riguarda l'occupazione, la maggior parte dei partecipanti allo studio lavora (41.0%), il 34.9% studia, il 19.6% studia e contemporaneamente lavora e il 4.5% è disoccupato. In aggiunta, la media dell'orientamento politico è 36.75 ($DS = 23.82$) e ciò indica che il nostro campione è tendente a sinistra, quindi probabilmente anche più sensibile a tematiche di disuguaglianze e diritti civili.

2.1.2 Procedura

Lo studio è stato condotto online e i partecipanti sono stati reclutati tramite la pubblicazione di annunci su piattaforme online (es. Instagram, Whatsapp, Telegram) e tramite passa parola tra i contatti personali delle sperimentatrici. Gli annunci contenevano il link per accedere allo studio e un messaggio in cui veniva specificato che la durata della compilazione del questionario sarebbe stata di circa 10 minuti e che i partecipanti avrebbero dovuto essere uomini maggiorenni. Ciascun partecipante, cliccando sul link, veniva indirizzato alla pagina del modulo informativo di consenso alla partecipazione e al trattamento dei dati, dove venivano descritte brevemente la finalità e la struttura dello studio.

I partecipanti hanno risposto ad alcune domande di carattere socio-demografico (età, genere, orientamento sessuale, livello di istruzione, occupazione attuale e orientamento politico) e successivamente hanno svolto tre compiti di associazione libera legati alle rappresentazioni di "femminismo", "persona femminista" e "obiettivi del movimento femminista".

In seguito, hanno dovuto indicare la loro esposizione a contenuti e discorsi femministi tramite social media, libri o persone femministe di loro conoscenza e hanno risposto ad una serie di item finalizzati a rilevare la loro conformità alle tradizionali norme sociali di mascolinità.

Hanno poi espresso la loro preoccupazione nei confronti di vari temi sociali (Covid-19, crisi economica, crisi ambientale, disoccupazione, immigrazione, disuguaglianza economica,

disuguaglianza di genere e guerra in Ucraina) e il loro grado di accordo con un insieme di affermazioni mirate ad individuare il loro livello di sessismo moderno.

A seguire dovevano comunicare la frequenza con cui avevano compiuto determinate azioni a favore della parità di genere, facendo riferimento ai 12 mesi precedenti, e infine dovevano rispondere a delle domande riguardo la loro identificazione femminista.

Nella seguente sezione si approfondiscono gli strumenti e le scale utilizzate nello studio.

2.1.3 Strumenti

L'intero questionario è visionabile in Appendice.

- I. **Informazioni demografiche.** I partecipanti erano invitati a rispondere a quesiti di carattere sociodemografico che riguardano età, orientamento sessuale, livello di istruzione, occupazione attuale e facoltà di studio in caso si trattasse di studenti, genere con il quale si identificano. Quest'ultima variabile ci ha permesso di individuare ed escludere delle partecipanti donne che hanno erroneamente compilato il questionario.
- II. **Orientamento politico.** Per esprimere il loro orientamento politico i partecipanti dovevano far scorrere uno slider che si spostava dal valore "0", corrispondente a "Estrema sinistra", al valore "50", corrispondente a "centro", e al valore "100", corrispondente a "Estrema destra". Coloro che non si identificano con nessuno schieramento politico avevano l'opzione di selezionare la risposta "nessun orientamento".
- III. **Rappresentazione del femminismo, dei suoi obiettivi e delle persone femministe.** I partecipanti dovevano scrivere le prime tre parole che associavano ai concetti di "femminismo", "obiettivi del movimento femminista" e "persona femminista".
- IV. **Esposizione a contenuti e discorsi femministi.** I partecipanti erano invitati a segnalare se seguono pagine femministe sui social media e in caso di risposta affermativa dovevano scrivere degli esempi, mentre se non utilizzano account social potevano selezionare la risposta "Non ho un account social". In seguito, veniva chiesto loro se avessero mai letto libri su tematiche femministe, anche qui in caso affermativo dovevano scrivere un titolo come esempio. Infine, dovevano indicare, con la possibilità di selezionare più opzioni, se conoscono persone che si identificano come femministe e in quale contesto hanno a che fare con queste persone (familiare, scolastico, lavorativo). Se avessero selezionato una risposta affermativa sarebbe comparso un altro quesito riguardante la frequenza con cui avevano discusso di tematiche femministe con queste persone nei 6 mesi precedenti e avrebbero dovuto rispondere

ad una scala Likert a 5 punti (0 = “Mai”; 1 = “Raramente”; 2 = “Qualche volta”; 3 = “Spesso”; 4 = “Sempre”).

- V. **Conformità alle norme tradizionali di mascolinità.** Per misurare questo costrutto abbiamo usato la scala CMNI-30 (Levant, et al., 2020), composta da 30 item suddivisi in 10 sottoscale. Abbiamo escluso la sottoscala riferita al “Power over women” perché la consideriamo troppo esplicita: con molta probabilità le risposte a questi item sarebbero state influenzate dalla desiderabilità sociale e non avrebbero riflettuto i veri pensieri dei partecipanti. È per questo motivo che abbiamo preferito usare una scala di sessismo moderno. Inoltre, abbiamo sostituito la scala originale a 6 punti con una a 7 punti aggiungendo la risposta “né in accordo né in disaccordo”. Alla scala è stato aggiunto un item come attention check per verificare che i partecipanti stessero effettivamente leggendo le domande: coloro che non hanno risposto “Molto in disaccordo” (= 0) a questo item sono stati eliminati.
- VI. **Preoccupazioni, sessismo moderno e giustificazione del sistema di genere.** I partecipanti dovevano indicare su una scala da 0 a 100 il grado di preoccupazione che avevano rispetto a delle tematiche attuali (Covid-19, crisi economica e ambientale, disoccupazione, immigrazione, disuguaglianza economica e di genere e guerra in Ucraina). In seguito dovevano esprimere il loro grado di accordo a 17 item tramite una scala da 1 a 7. I primi 5 item sono presi dalla scala per il supporto della disuguaglianza economica (Wiwad, et al., 2019): abbiamo sostituito il termine “disuguaglianza economica” con “disuguaglianza di genere” e abbiamo tradotto gli item in italiano per adattare la scala al nostro studio. I seguenti 8 item sono presi dalla “Gender-specific System Justification Scale” (Verniers & Martinot, 2015): abbiamo selezionato 4 item del primo fattore (poiché gli altri 4 item erano già presenti nella misura utilizzata precedentemente) e tutti gli item del secondo fattore. I 4 item rimanenti provengono dalla Modern Sexism Scale (Ekehammar, et al., 2001)
- VII. **Collective action.** Abbiamo unito item di due scale differenti per rilevare l’azione collettiva a favore della parità di genere: i primi 5 provengono dalla “Self-Reported Willingness to Engage in Feminist Behaviors” (Weis, et al., 2018), abbiamo tradotto le frasi in italiano, le abbiamo adattate al passato e abbiamo sostituito il termine “feminism” con “parità di genere”. Questa scelta di cambio di vocabolo è stata fatta per adattare la scala a quella di Conlin & Heesacker (2018), da cui sono stati tradotti i restanti item. Alcuni di essi sono stati esclusi perché non pertinenti al nostro campione per il fatto che non è composto solamente da studenti. Abbiamo aggiunto un item con la funzione di attention check: abbiamo rimosso i partecipanti che non hanno selezionato la risposta “Spesso” (= 3).

VIII. **Identificazione femminista.** Per misurare questo costrutto abbiamo utilizzato la SIF (Szymanski, 2004), una scala composta da 4 item a cui i partecipanti dovevano rispondere attraverso una scala Likert a 5 punti in base al loro grado di accordo con le affermazioni proposte.

2.2 Risultati

In questo lavoro di tesi, sono presentati solamente i risultati relativi ai compiti di associazione libera legati alle rappresentazioni di “femminismo” e “persona femminista”. Abbiamo realizzato un’analisi tematica delle risposte date dai partecipanti, abbiamo assegnato ogni singola parola a codici e così si sono delineate le tematiche principali. Alcuni termini di difficile interpretazione sono stati letti alla luce delle altre parole usate dal partecipante, ad esempio: la parola “violenza” da alcuni era intesa come violenza di genere, quindi ingiustizie subite dalle donne, mentre altri l’hanno utilizzata per descrivere le azioni delle persone femministe.

Per i risultati relativi alle altre parti del questionario si rimanda ai lavori di tesi di Elena Folco e Lisa Bortolotti.

Rappresentazioni di “femminismo”

Dall’analisi tematica che abbiamo fatto delle parole scelte dai partecipanti per descrivere il femminismo sono emersi modi diversi di vedere il movimento per la parità di genere. Fondamentalmente, ci sono due grandi categorie di concetti che si contrappongono: le espressioni “positive” e le espressioni “negative”, che esprimono avversione nei confronti del movimento. In generale, si può rilevare una moltitudine di temi che descrivono aspetti diversi legati al femminismo:

- I. **Tematiche e obiettivi del femminismo.** Questo è il tema in cui si possono racchiudere la maggior parte dei termini utilizzati dai partecipanti. Molte parole si riferiscono ai traguardi effettivi che sono stati conquistati dal movimento nel corso della storia (“diritto di voto per le donne”, “diritto all’aborto” e “quote rosa”). Altre richiamano gli scopi teorici del femminismo: “uguaglianza” tra uomini e donne, “pari diritti” e opportunità, equo “rispetto” e “assenza di discriminazione” in base al genere. Altre parole ancora alludono agli obiettivi specifici che il movimento ha, ma che ancora non ha completamente raggiunto in Italia (“parità salariale” e “maggiore rappresentanza”). Inoltre, può essere individuato un sottotema legato alla libertà (sia come obiettivo del movimento che come scelta volontaria di partecipazione) e all’empowerment: infatti sono stati utilizzati molto spesso termini come “emancipazione”, “autonomia”, “indipendenza” e “autodeterminazione”.

- II. **Il femminismo riguarda le donne.** In questa categoria abbiamo incluso tutte le parole che rimandano alle donne: “femmine”, “femminile”, “ragazze”, “bambine”, “rosa” e “rosso”. La parola “donne” è decisamente una delle più utilizzate e ciò dimostra che il femminismo viene ancora oggi visto come un movimento che riguarda esclusivamente, o comunque per lo più, le donne.
- III. **Azione.** Questa tematica ingloba tutti i termini che descrivono il femminismo come una lotta, una battaglia. Molti hanno usato le parole “rivoluzione” e “riscatto”, a dimostrazione del fatto che il movimento vuole sfidare lo status quo e portare ad un cambiamento sociale. Emerge anche una buona conoscenza delle varie modalità di fare attivismo all’interno del movimento femminista: infatti si fa riferimento alla divulgazione dei contenuti del femminismo e alle proteste e manifestazioni che vengono organizzate. Alcune delle parole usate sono “manifestazioni”, “proteste”, “divulgazione” e “otto marzo”. Un altro aspetto importante che è delineato da questa categoria è il legame tra il femminismo e i concetti di “rabbia”, “forza” e “coraggio”. Non è visto come un semplice movimento divulgativo ed esclusivamente teorico, bensì come una lotta politica che implica azioni dure e violente derivate dalla rabbia nei confronti della società.
- IV. **Patriarcato.** Alcuni dei termini usati dai partecipanti richiamano ciò che il femminismo vuole contrastare: “sessismo”, “maschilismo tossico”, “oppressione”, “abusi”, “disparità”. Sono tutte parole che descrivono la realtà che soprattutto le donne, ma anche gli uomini, affrontano quotidianamente in Italia, ed è contro tutte queste ingiustizie che si è battuto e ancora si batte il movimento femminista. In questa tematica abbiamo incluso anche la risposta “uomini”. Potrebbe derivare da un pregiudizio del rispondente riguardo le battaglie del femminismo: molte persone, infatti, pensano erroneamente ed ingenuamente che tutti gli uomini siano i nemici designati del movimento.
- V. **Comunità.** Questa categoria appare in contrasto con la seconda tematica che abbiamo delineato, poiché qui emerge una visione del femminismo come un movimento che è utile a tutti, indipendentemente dall’identità di genere, e che mira all’inclusione. Tra le parole più ripetute possiamo individuare “unione”, “comunità”, “inclusione”, “amore”, “per tutti e tutte”, “accettazione” e “minoranze”.
- VI. **Politica.** Un’altra tematica emersa dalle risposte al questionario è quella della politica: il femminismo è considerato un movimento politico e sociale, fondato su dei valori e su un’ideologia che tendenzialmente si avvicinano a quelli della sinistra. I concetti più ricorrenti in questo tema sono “politica”, “movimento politico”, “valori”, “sinistra” e “ideologia”.

- VII. **Accordo.** Diversi partecipanti hanno espresso pieno o parziale accordo e supporto nei confronti della causa femminista. I termini più usati sono: “giusto”, “importante” e “progresso”.
- VIII. **Teoria.** Alcune delle parole utilizzate fanno riferimento agli aspetti più teorici del femminismo e alle varie correnti di pensiero femminista (“intersezionalità”, “transfemminismo”, “radicale”, “post-femminismo” e “genere”).
- IX. **Persone.** In questa categoria abbiamo radunato le risposte che richiamano persone effettive che sono considerate femministe (sia personaggi storici famosi per essere femministi che conoscenti dei partecipanti). Alcuni esempi sono Frida Kahlo, Simone de Beauvoir, Virginia Woolf, “mia madre” e “influencer”.
- X. **Avversione.** In contrapposizione alle tematiche sopra elencate si pongono tutte le risposte al questionario che comunicano avversione nei confronti del femminismo. Tra le parole più frequenti troviamo “estremismo” ed “esasperazione”, ad indicare che molti pensano che sia una causa esagerata e che i problemi che vuole affrontare siano più gonfiati rispetto a quello che realmente sono. Ci sono anche alcuni aggettivi per descrivere le persone femministe (di cui una parte declinati solamente al femminile) come “isteriche” e “psicopatici”. Possiamo notare anche “misandria”, “fobia verso la figura maschile” e “maschio bianco etero cis”: espressioni che mettono in evidenza la visione pregiudicante che alcuni partecipanti hanno nei confronti del movimento. Questa emerge anche dal diffuso utilizzo di “disuguaglianza”, “imparità” e “vantaggi alle donne”. Un’altra delle parole più usate è “nazifemminismo”, il che ci fa intendere che molti dei partecipanti quando pensano al femminismo si fanno influenzare da una singola parte di attivisti. Nonostante si tratti di una minima parte del movimento, basta questo cattivo esempio a creare una brutta rappresentazione dell’intero movimento femminista.

Rappresentazioni di “persone femministe”

Per quanto riguarda il concetto di “persone femministe” i temi che abbiamo individuato attraverso l’analisi tematica differiscono solo leggermente da quelli individuati per “femminismo”. Di conseguenza, in questo paragrafo verranno descritti solamente i risultati che si scostano da quelli già precedentemente presentati.

In questa sezione del questionario viene usata molto più frequentemente la parola “donna”, specialmente come prima risposta delle tre possibili. Ciò può indicare che la rappresentazione più diffusa di una persona femminista sia un individuo di genere femminile, quindi anche in questo caso

possiamo dedurre che molti uomini sono convinti che il femminismo sia un movimento destinato e accessibile quasi esclusivamente alle donne.

Sono stati usati molti aggettivi per descrivere il temperamento di una persona femminista e soprattutto di un attivista: forte, tenace, coraggiosa, impegnata, combattiva, ribelle, testarda. Allo stesso tempo possiamo trovare termini come “empatica”, “aperta” (anche a livello mentale), “buona”, “altruista” e “gentile”. Alcune delle altre parole più utilizzate sono: “libera” (da pregiudizi e da costrutti sociali), “matura”, “intelligente”, “moralmente corretta”, “indipendente” e “consapevole”.

Da queste risposte emerge molto più spesso il collegamento tra l’essere femminista e l’aver un orientamento politico di sinistra. Compare spesso il termine “progressista” e saltuariamente anche “antifascista”. L’espressione più usata in assoluto per quanto riguarda il tema della politica è “idealista” o “ideali”, e ciò fa intendere che le persone femministe sono fortemente spinte dai loro valori e dalle loro idee.

In più, appaiono le parole “studio” e “libri”: termini legati al mondo intellettuale che mettono in evidenza il pensiero e il ragionamento che si trovano all’origine del movimento femminista e di cui sono tutt’ora i propulsori.

In questa sezione troviamo molti più riferimenti a persone reali: personaggi o gruppi di attiviste storiche (Emma Watson, Rita Levi Montalcini, suffragette e Femen), persone conosciute dai partecipanti (“la mia ragazza”, “mia mamma”) e riferimenti più generali a categorie di persone (“studentessa”, “uomo”, “donna giovane”, “non binary”, “queer”).

Tra i commenti che esprimono avversione nei confronti delle persone femministe abbiamo la ripetizione di “ipocrita”, “ottusa”, “isterica”, “estremista”, “rompiscatole”, “saccente”, “egocentrica”, “acida”, “pesante”, “nevrotica”, “stupida”, “facile” e “prevenuta”. Ci sono risposte che riflettono l’idea comune che le persone femministe odino gli uomini, tra cui: misandrica, sessista e odio verso il genere maschile. Qualcuno scrive persino “sensazione diversa da femminismo”, il che ci fa capire che la visione negativa che circonda il femminismo è più legata alle persone che lo sostengono, più che al movimento vero e proprio. È opportuno anche mettere in evidenza commenti più costruttivi come “mancanza di dialogo” e “mancanza di ascolto”, poiché indicano un avvicinamento o un certo interesse nei confronti della causa femminista, ma che viene smorzato dal comportamento delle persone con cui si è entrati in contatto: alcuni partecipanti, infatti, sottolineano la tossicità di alcune frange femministe estremiste sui social media.

3. Discussione

Dall'analisi tematica è emersa una visione dicotomica del femminismo e delle persone femministe. Innanzitutto, a livello generale, si può notare che i partecipanti vedono il femminismo come un movimento politico riservato prevalentemente alle donne, che si batte per raggiungere la parità di genere e l'uguaglianza di diritti e dignità tra uomini e donne. Mira alla libertà, all'emancipazione ed è composto da persone indipendenti e autodeterminate.

Il fatto che i termini più usati facciano riferimento alla categoria delle “tematiche e obiettivi del femminismo” evidenzia che buona parte degli uomini che hanno risposto al questionario collegano il movimento femminista direttamente agli scopi che vuole ottenere e ai temi di cui si occupa. Ciò mette in evidenza che una grande percentuale di partecipanti ha ben presente quali sono le finalità e i propositi del movimento. In più, svariati partecipanti hanno elencato diverse correnti di pensiero femminista, mostrando che sono molto informati riguardo il movimento femminista e le sue declinazioni teoriche. Questo lo si può vedere anche dal frequente ripetersi del termine “patriarcato”, il che dimostra la loro conoscenza di ciò che il femminismo vuole contrastare. Al contrario, un'altrettanta fetta di uomini che hanno risposto al questionario dimostra di avere parecchi pregiudizi riguardo ciò che concerne il movimento femminista e i suoi attivisti: infatti moltissimi hanno commentato che il femminismo è solo un modo per osteggiare tutti gli uomini e cercare di rendere questi inferiori rispetto alle donne. Hanno una rappresentazione distorta del movimento: invece che vederlo come un'opportunità per portare maggiori diritti ad una grande percentuale di popolazione, lo vedono come un tentativo per sottrarre diritti e privilegi ad un'altra parte di individui. Questi risultati sono in accordo con ciò che hanno teorizzato Ruthig et al. (2017) riguardo la Zero-Sum Perspective.

In aggiunta, alla luce del fatto che “donna” è una delle parole più utilizzate, possiamo dedurre che moltissimi uomini sono convinti che il movimento femminista sia riservato esclusivamente alle donne e porti benefici (se non addirittura privilegi) solamente a queste. Questo sembra essere uno dei pregiudizi più frequenti riguardo il femminismo e la sua diffusione nella popolazione maschile è palesata anche dai risultati di questo studio. Sarebbe importante ed opportuno capire perché questa visione sia così prevalente e, soprattutto, individuare delle strategie efficaci per informare correttamente le persone e renderle consapevoli dei principi di inclusione e di uguaglianza del movimento femminista. Inoltre, bisognerebbe cercare di includere maggiormente gli uomini negli spazi femministi, poiché anche loro gioverebbero della decostruzione del patriarcato e di tutte le forme oppressive presenti nella nostra società. È indubbiamente vero che le donne sono le principali vittime delle discriminazioni causate dal sistema patriarcale, ma anche gli uomini spesso ne soffrono le conseguenze. Il maschilismo tossico li obbliga a presentarsi costantemente in un determinato modo

e a nascondere le parti di sé stessi che sono considerate più vulnerabili, e che quindi li renderebbero più “deboli” agli occhi degli altri (Baldoni, 2021). Crescere in questo ambiente porta a sviluppare numerose insicurezze e spesso si tenta di domarle proiettandole sugli altri e prendendosi gioco di loro, nel tentativo di sentirsi superiori, più forti e più dominatori (Baldoni, 2021). Perciò il femminismo, e conseguentemente lo smantellamento degli schemi patriarcali, è fondamentale per il benessere di ogni individuo, a prescindere dall’identificazione di genere.

Dai termini utilizzati dai partecipanti è emersa anche una visione del femminismo come movimento che mira all’inclusione e all’uguaglianza di tutti gli individui, seppur meno diffusa rispetto alla concezione del femminismo descritta nel paragrafo precedente. Con grande probabilità gli uomini che hanno delineato questo tipo di rappresentazione sono entrati in contatto con fonti di informazione di matrice femminista, o comunque in un qualche modo conoscono il movimento e sono consapevoli dei suoi principi e dei suoi obiettivi. Il concetto più interessante emerso da questo tipo di risposte è quello di “comunità”: il femminismo appare un modo per unire le persone e farle sentire accumulate da qualcosa, che possono essere i traguardi condivisi o i vissuti simili di coloro che ne fanno parte, come aveva già suggerito Zucker (2004). Il fatto di condividere e avere in comune qualcosa con altre persone ci fa sentire parte di un gruppo e questo potrebbe essere uno dei motivi che spingono all’identificazione femminista.

La rappresentazione più prevalente nei partecipanti di una persona femminista è quella di una donna giovane con un carattere forte e deciso, è sicura dei suoi valori e dei suoi obiettivi e non vuole farsi mettere i piedi in testa da nessuno. È determinata e vuole continuare a lottare per i suoi diritti, non ha paura di esprimere la propria opinione e di far sentire la propria voce (sia letteralmente sia tramite proteste e manifestazioni). Risulta interessante pensare a come questa immagine comune di una donna femminista sia in netto contrasto con la concezione tradizionale della donna e ciò che la società vuole che le donne siano (i cosiddetti ruoli di genere). Quindi sembra che ci sia un legame tra l’essere femminista e lo scostarsi dalle aspettative e dalle imposizioni della società, anche se non si può inferire quale sia la causa e quale la conseguenza. Ciò è in accordo con i risultati ottenuti da Roy et al. (2007) a seguito del loro studio. È altresì molto diffusa anche la concezione di femminista come una persona gentile, aperta mentalmente, intelligente, altruista, empatica e moralmente giusta. Per molti, quindi, un individuo femminista è propenso allo studio e al ragionamento, tende ad informarsi riguardo i temi che lo interessano e fa divulgazione rispetto la parità di genere. Non si tratta semplicemente di persone che si inventano problemi inesistenti, bensì di persone che riflettono sulla realtà che le circonda e sulle problematiche che la affliggono per cercare di creare un mondo più equo per tutti, non solo per loro stesse.

Dai risultati del questionario, dunque, sembra emergere una visione generalmente positiva del movimento femminista. Ciò potrebbe essere attribuibile al fatto che il nostro campione era composto per lo più da uomini con un orientamento politico tendente alla sinistra, quindi possibilmente con una visione più progressista e un'apertura mentale più ampia. Inoltre, trattandosi di un campionamento volontario, è altamente probabile che coloro che hanno risposto fossero già interessati alla causa del femminismo e, di conseguenza, avessero un atteggiamento favorevole nei confronti del movimento. Un altro aspetto importante emerso dalle risposte è il ruolo dei social media nella divulgazione delle informazioni riguardo il femminismo e nella rappresentazione che viene creata nella popolazione delle persone femministe e del movimento stesso. Al giorno d'oggi i social media sono non solo una delle fonti principali di informazione e di divulgazione, specialmente tra i giovani, bensì anche uno dei mezzi fondamentali per riunirsi in gruppi ed organizzare proteste o manifestazioni. Bisogna essere consapevoli di quanto i social media possano influenzare l'opinione popolare e la percezione che il pubblico ha di un determinato fenomeno, e sfruttare al massimo le potenzialità di queste piattaforme di comunicazione online, come hanno già fatto molti movimenti femministi (MeToo negli USA, #EleNão in Brasile). Sarebbe interessante proseguire le ricerche in questo ambito e capire come gli influencer e i loro contenuti condizionano l'immagine che le persone hanno del movimento femminista, anche per capire se si tratta di una raffigurazione generalmente positiva o negativa.

Per quanto riguarda nello specifico i commenti negativi, è necessario suddividerli tra coloro che non sono interessati al femminismo o pensano che sia sopravvalutato e inutile, e coloro che fanno critiche più "costruttive" e lo definiscono un movimento con delle basi buone e positive, ma che vengono mal interpretate e mal eseguite dalle persone che lo sostengono. Nel caso del primo tipo di partecipanti ci troviamo di fronte a uomini che non supportano il movimento femminista e sostengono che sia un modo che le donne usano per fare le "vittime" e cercare di ottenere una superiorità sugli uomini. Le problematiche denunciate dal femminismo, per loro, sono solo questioni gonfiate ed esagerate, sono problemi inventati che non riguardano la nostra società e perciò il movimento femminista non dovrebbe più esistere (alcuni addirittura lo definiscono "superato"). Per quanto riguarda il secondo tipo di commenti, invece, si può notare come la maggior parte delle critiche non vengano rivolte al femminismo e ai suoi valori e obiettivi, bensì alle persone femministe. Una buona percentuale dei partecipanti al questionario mostra di avere una rappresentazione negativa degli individui che sostengono la causa femminista (specialmente delle donne attiviste). Lo stereotipo più diffuso riguardo le attiviste sembra essere quello di una ragazza di brutto aspetto estetico, in sovrappeso, con i capelli corti blu o comunque tinti, sporca e con i peli, lesbica e vegana, che è perennemente arrabbiata con il mondo e che se la prende per questioni futili. È opportuno sottolineare come, nonostante l'espressione utilizzata da noi per riferirci alle persone femministe fosse gender neutral,

molti partecipanti abbiano comunque fatto riferimento a donne, in particolare quando si trattava di scrivere commenti negativi. Sarebbe molto interessante individuare il motivo di questa immagine comune e soprattutto capire se si tratta di un semplice stereotipo sugli individui che fanno attivismo femminista o dell'ennesimo modo in cui la società patriarcale cerca di ridicolizzare e mettere sotto una cattiva luce le donne che non sono conformi agli standard e ai ruoli di genere. In particolar modo, trovo molto suggestivo soffermarsi sul termine "facile", scritto da uno degli uomini che hanno risposto al questionario. Il riferimento alla promiscuità sessuale di una donna (reale o inventata che sia) è, senza dubbio, l'insulto più usato e diffuso per schernire gli individui di genere femminile. Di conseguenza, risulta quasi scontato il fatto che sia stata utilizzata una parola come questa per descrivere donne che nell'immaginario comune puntano all'indipendenza e all'emancipazione. Al contrario, ciò che sembra essere inaspettato è lo scarso uso di termini di questo genere, vista la loro larga prevalenza nella quotidianità. Anche ciò potrebbe essere attribuibile alla composizione del nostro campione di uomini sbilanciata a favore del movimento femminista.

In conclusione, è fondamentale includere gli uomini nella lotta femminista e informarli circa le discriminazioni che le donne subiscono in base alla loro identità di genere. Per farlo bisogna plasmare le rappresentazioni che questi hanno sia del movimento in generale che delle persone che ne fanno parte. Se si vuole cambiare il modo in cui la società tratta le donne, è inoltre importante agire sull'educazione degli uomini, fin da quando sono bambini, per far sì che crescano sentendosi davvero liberi e amati e che possano trattare le donne che li circondano con rispetto. Infine, tutti e tutte dobbiamo imparare ad analizzare e a decostruire gli schemi stereotipici che la società ci ha imposto. Ad ognuno di noi sono state insegnate, fin dall'infanzia, delle modalità corrette di comportamento in base al nostro genere di appartenenza, ponendoci dei vincoli su cosa possiamo e non possiamo essere o fare. È importante che le persone si rendano conto che questi schemi non sono "naturali", sono solo costrutti sociali e, in quanto tali, possono essere trasformati nel tempo. Perciò, continuando a sfidare le imposizioni della società e facendo notare le discriminazioni subite dalle persone più fragili, si potrà effettivamente arrivare ad una vera libertà.

Bibliografia

- AGI. (2022, Gennaio 21). *AGI Agenzia Italia*. Tratto da <https://www.agi.it/cronaca/news/2022-01-21/anno-giudiziario-curzio-allarme-femminicidi-15314998/#:~:text=AGI%20%2D%20%E2%80%9CNeI%202021%20in%20Italia,stati%20commessi%20295%20omicidi%20volontari>.
- Anderson, V. (2009). What's in a label? Judgments of feminist men and feminist women. *Psychology of Women Quarterly*, 33(2), 206–215.
- Baldoni, J. (2021). *Man Enough: Undefined my Masculinity*. HarperOne.
- Benini, S. (2013). Televised bodies: Berlusconi and the body of Italian women. *Journal of Italian Cinema and Media Studies*, 1(1).
- Braidotti, R. (2002). *Nuovi soggetti nomadi*. Roma: Luca Sossella Editore.
- 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.
- Cowan, G., Mestlin, M., & Masek, J. (1992). Predictors of feminist self-labeling. *Sex Roles*, 27, 321–330 (1992).
- Ekehammar, B., Akrami, N., & Araya, T. (2000). Development and validation of Swedish classical and modern sexism scales. *Scand J Psychol*, 41(4):307-14.
- Eurispes. (2021, Maggio 24). Donne e lavoro: a che punto siamo? I dati.
- Eurispes. (2021, Maggio 24). *Donne e lavoro: a che punto siamo? I dati*. Tratto da <https://www.leurispes.it/donne-e-lavoro-a-che-punto-siamo-i-dati/>
- Fagitz, E. (2017). *Post-feminism in Italy and the legacy of Berlusconi: an analysis of media representations of female subjectivity and sexuality in the age of Berlusconi*. Londra: Goldsmiths College, University of London.
- Flood, M. (2008). Men, sex, and homosociality: How bonds between men shape their sexual relations with women. *Men and Masculinities*, 10(3), 339–359.
- Frale, Blackstone, & Scherbaum. (1990). Marginal and mindful: Deviants in social interactions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 140–149.
- Gasparrini, L. (2020). *Perché il femminismo serve anche agli uomini*. Eris.

- Gerrard, M., Gibbons, F. X., Houlihan, A. E., Stock, M. L., & Pomery, E. A. (2008). A dual process approach to health risk decision making: The prototype–willingness model. *Developmental Review*, 28, 29–61.
- Gerrard, M., Gibbons, F. X., Stock, M. L., Vande Lune, L. S., & Cleveland, M. J. (2005). Images of smokers and willingness to smoke among African American pre-adolescents: An application of the prototype/willingness model of adolescent health risk behavior to smoking initiation. *Pediatric Psychology*, 30, 305–318.
- Gurin, P., & Townsend, A. (1986). Properties of gender identity and their implications for gender consciousness. *British Journal of Social Psychology*, 25, 139-148.
- hooks, b. (2000). *Feminism is for Everybody: Passionate Politics*. Pluto Press.
- hooks, b. (2004). *The Will to Change: Men, Masculinity and Love*. Washington Square Press.
- Ipsos. (2020, Novembre 24). *Violenza contro le donne*. Tratto da Save the Children: <https://www.savethechildren.it/press/violenza-contro-le-donne-il-70-delle-ragazze-dichiara-di-aver-subito-molestie-e-apprezzamenti>
- ISTAT. (2020). *Il mercato del lavoro 2020. Una lettura integrata*. Roma.
- ISTAT. (2021). *Indagine sulle cause di morte*. Tratto da I.Stat: <http://dati.istat.it/>
- La Stampa. (2016, marzo 5). Arrabbiate, brutte e pelose: ecco gli stereotipi (duri a morire) sulle femministe. *La Stampa*.
- La Stampa. (2016, marzo 5). *Arrabbiate, brutte e pelose: ecco gli stereotipi (duri a morire) sulle femministe*. Tratto da <https://www.lastampa.it/cronaca/2016/03/05/news/arrabbiate-brutte-e-pelose-ecco-gli-stereotipi-duri-a-morire-sulle-femministe-1.36737024>
- Levant, R. F., McDermott, R., Parent, M. C., Alshabani, N., Mahalik, J. R., & Hammer, J. H. (2020). Development and evaluation of a new short form of the Conformity to Masculine Norms Inventory (CMNI-30). *Journal of Counseling Psychology*, 67(5).
- Liss, M., O'Connor, C., Morosky, E., & Crawford, M. (2001). What Makes a Feminist? Predictors and Correlates of Feminist Social Identity in College Women. *Psychology of Women Quarterly*, 25(2):124 - 133.
- McLeod, S. A. (2019, Ottobre 24). *Social identity theory*. Tratto da Simply Psychology: www.simplypsychology.org/social-identity-theory.html

- Moore, A., & Stathi, S. (2019). The impact of feminist stereotypes and sexual identity on feminist self-identification and collective action. *The journal of social psychology*, 160(3):1-15.
- Nardini, K. (2015). Questioni non semplici: alcune domande a partire dai termini “uomini” e “femminismo”. *Narrativa*, 109-118.
- Olson, L. N., Coffelt, T. A., Ray, E. B., Rudd, J., Botta, R., & Ray, G. .. (2008). "I'm all for equal rights, but don't call me a feminist": Identity dilemmas in young adults' discursive representations of being a feminist. *Women's Studies in Communication*, 31(1), 104–132.
- Plank, L. (2019). *For the Love of Men: A New Vision for Mindful Masculinity*. St Martins Pr.
- Poggioli, S. (2008, dicembre 6). In Italy, Feminism Out, Women As Sex Symbols In. *NPR*.
- Redford, L., Howell, J. L., Meijs, M. H., & Ratliff, K. A. (2018). Implicit and explicit evaluations of feminist prototypes predict feminist identity and behavior. *Group Processes & Intergroup Relations*, 21(1), 3–18.
- Rhodebeck, L. A. (1996). The structure of men's and women's feminist orientations: Feminist identity and feminist opinion. *Gender and Society*, 10 (4), 386 – 403.
- Rich, E. (2005). Young women, feminist identities and neo-liberalism. *Women's Studies International Forum*, 28(6):495-508.
- Richman, L., & Wegner, D. M. (1999). Covering up what can't be seen: Concealable stigma and mental control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(3):474-86.
- Roy, R. E., Weibust, K. S., & Miller, C. T. (2007). Effects of stereotypes about feminists on feminist self-identification. *Psychology of Women Quarterly*, 31(2), 146–156.
- Ruthig, J., Kehn, A., Gamblin, B., & Vanderzanden, K. (2017). When Women's Gains Equal Men's Losses: Predicting a Zero-Sum Perspective of Gender Status. *Sex Roles*, 76(1-2).
- Silver, E., Chadwick, S., & van Anders, S. (2019). Feminist Identity in Men: Masculinity, Gender Roles, and Sexual Approaches in Feminist, Non-Feminist, and Unsure Men. *Sex Roles*, 80, 277–290.
- Szymanski, D. (51, 145–159). Relations Among Dimensions of Feminism and Internalized Heterosexism in Lesbians and Bisexual Women. *Sex Roles*, 2004.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.

- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 56-65.
- Verniers, C., & Martinot, D. (2015). The EJSAG, a gender - Specific system justification scale: Validation among adolescents and adults. *L'Année psychologique* , 115(1):107-140.
- 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.
- 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.
- Williams, R., & Wittig, M. (1997). “I’m not a feminist, but...”: factors contributing to the discrepancy between pro-feminist orientation and feminist social identity. *Sex Roles*, 37, 885–904.
- Wiwad, D., Mercier, B., Maraun, M. D., Robinson, A. R., Piff, P. K., & Akin, L. B. (2019). The Support for Economic Inequality Scale: Development and adjudication. *PLoS ONE*, 14(6).
- Zanardo, L. (Regia). (2009). *Il corpo delle donne* [Film].
- Zucker, A. N. (2004). Disavowing Social Identities: What it Means When Women Say, “I'm not a Feminist, But ...”. *Psychology of Women Quarterly*, 28(4):423 - 435.

Appendice

Si riporta l'intero questionario sottoposto ai partecipanti allo studio. I titoli in parentesi quadre non erano presentati ai partecipanti e sono stati aggiunti in questa sede solo per facilitare la comprensione del questionario.

MODULO INFORMATIVO DI CONSENSO ALLA PARTECIPAZIONE E AL TRATTAMENTO DEI DATI

Gentile partecipante, con il presente documento ti chiediamo di fornire il consenso informato a partecipare ad uno studio coordinato dalla Dott.ssa Daniela Di Michele e dalla Prof.ssa Mara Cadinu (Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione, Università di Padova) . L'obiettivo della ricerca è quello di indagare le rappresentazioni e i significati associati al femminismo e le norme sociali di genere nella popolazione italiana.

DESCRIZIONE

Ti sarà chiesto di rispondere ad alcune domande riguardanti la tua visione del femminismo e il tuo coinvolgimento in tematiche femministe. Inoltre, troverai domande relative ai tuoi atteggiamenti abituali, al tuo livello di preoccupazione per diversi temi sociali e al tuo orientamento politico. Infine, ti sarà chiesto di rispondere ad alcune domande di carattere socio-demografico, nel totale rispetto dell'**anonimato**. Il tempo richiesto per la compilazione è di circa **10-15 minuti**.

TRATTAMENTO DATI

Tutte le informazioni raccolte in questa ricerca saranno trattate nel rispetto delle vigenti leggi D.Lgs.196/2003 sulla privacy e UE GDPR 679/2016 sulla protezione dei dati personali e dell'art. 9 del Codice Deontologico degli Psicologi Italiani. I tuoi dati saranno analizzati in modo anonimo e aggregato con tutti i criteri che garantiscono la massima riservatezza, utilizzati unicamente ai fini della ricerca medesima. Le responsabili della ricerca sono la Prof.ssa Maria Rosaria Cadinu e la Dott.ssa Daniela Di Michele, afferenti al Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione (DPSS) dell'Università di Padova.

Le responsabili della ricerca si impegnano ad adempiere agli obblighi previsti dalla normativa vigente in termine di raccolta, trattamento e conservazione di dati sensibili. Ogni partecipante ha in ogni momento la facoltà di esercitare i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs.196/2003. I dati, raccolti ed elaborati in forma aggregata e anonima, potranno essere inseriti in pubblicazioni e/o presentati a congressi o seminari scientifici.

Il trattamento dei tuoi dati sarà avviato solo con la sottoscrizione di tale consenso.

DICHIARAZIONE DI CONSENSO INFORMATO:

Con la presente dichiaro:

Di essere **maggiorenne** e di aderire volontariamente alla realizzazione della ricerca in qualità di partecipante.

Di essere a conoscenza degli obiettivi e delle finalità di tale progetto di ricerca.

Di essere a conoscenza che lo studio è in linea con le vigenti leggi D. Lgs 196/2003 e UE GDPR 679/2016 sulla protezione dei dati e di acconsentire al trattamento ed alla comunicazione dei dati personali, nei limiti, per le finalità e per la durata precisati dalle vigenti leggi (D. Lgs 196/2003 e UE GDPR 679/2016). Il

responsabile della ricerca si impegna ad adempiere agli obblighi previsti dalla normativa vigente in termini di raccolta, trattamento e conservazione di dati sensibili.

Di essere consapevole di potermi ritirare dallo studio in qualunque momento, senza fornire spiegazioni, senza alcuna penalizzazione e ottenendo il non utilizzo dei dati.

Di essere consapevole che i dati saranno raccolti in forma **anonima** e analizzati in forma aggregata.

Di essere a conoscenza che i dati raccolti saranno utilizzati esclusivamente per scopi scientifici e statistici e con il mantenimento delle regole relative alla riservatezza.

Di essere a conoscenza che, poiché il questionario è anonimo, non è prevista la restituzione dei dati grezzi.

Di sapere che la protezione dei miei dati è designata con Decreto del Direttore Generale 4451 del 19 dicembre 2017, in cui è stato nominato un Responsabile della Protezione dati, privacy@unipd.it.

Per eventuali chiarimenti è possibile contattare la Prof.ssa Maria Rosaria Cadinu (e-mail: mara.cadinu@unipd.it) e la Dott.ssa Daniela Di Michele (e-mail: daniela.dimichele@phd.unipd.it).
Università degli Studi di Padova, Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione, Via Venezia 8 - 35131 Padova; Tel. +39 049 827 6578.

Proseguendo nella compilazione del questionario esprimo il consenso a partecipare alla ricerca.

Ti ringraziamo per il tuo prezioso contributo!

[Consenso]

Acconsenti alla partecipazione e all'utilizzo dei dati raccolti (secondo le modalità specificate nel consenso informato)?

- Sì, acconsento. (1)
- No, non acconsento. (2)

[Disclaimer]

Benvenuto! Ricorda che il questionario è **anonimo** e che non ci sono risposte giuste o sbagliate, ogni partecipante ha la sua legittima opinione!

Ricorda che non puoi uscire dal questionario e compilarlo in un secondo momento, quindi prenditi **15 minuti** in cui puoi dedicargli la giusta attenzione.

Quando sei pronto puoi proseguire.

[Informazioni Demografiche]

Per cominciare, ti chiediamo di rispondere ad alcune domande di carattere socio-demografico.

Età (in anni compiuti)

Genere

Con quale genere ti identifichi?

- Uomo (1)
- Donna (2)
- Non-binary (3)
- Altro (Specificare) (4) _____

Orientamento sessuale (ricorda che il questionario è anonimo)

- Eterosessuale (1)
- Omosessuale (2)
- Bisessuale (3)
- Altro (Specificare) (4) _____

Istruzione

Qual è il più alto titolo di studio che hai conseguito?

- Licenza Media (1)
- Diploma superiore (2)
- Laurea Triennale (3)
- Laurea Magistrale (4)
- Altro (Specificare) (5) _____

Occupazione

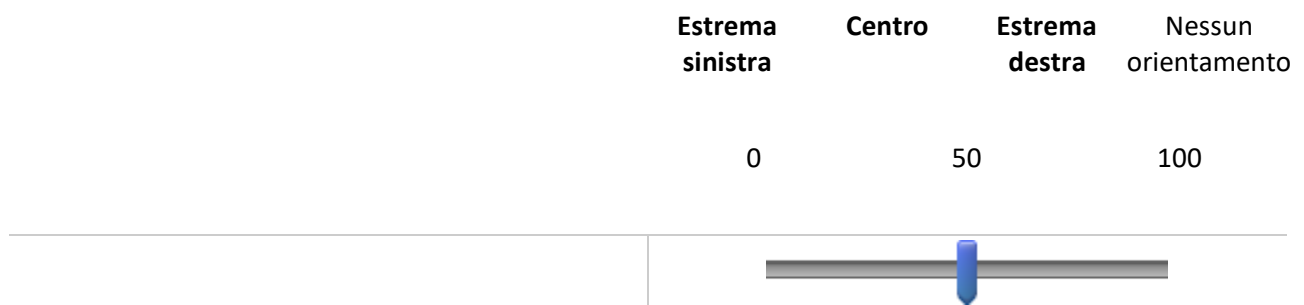
Qual è la tua attuale occupazione?

- Studente (1)
- Lavoratore (2)
- Studente\lavoratore (3)
- Disoccupato/Inoccupato (4)

Specificare la facoltà (in caso si trattasse di studenti o studenti/lavoratori)

Orientamento politico

Qual è il tuo orientamento politico?



[Associazione libera]

Ora ti chiediamo di fare un compito di associazione libera.

Pensa al "**femminismo**" e scrivi le prime tre parole/frasi che ti vengono in mente.

- 1. (1) _____
- 2. (2) _____
- 3. (3) _____

Ora pensa a una "**persona femminista**" e scrivi le prime tre parole/frasi che ti vengono in mente.

- 1. (1) _____
- 2. (2) _____
- 3. (3) _____

Ti chiediamo di pensare ora agli **obiettivi** del movimento femminista. Scrivi le prime tre parole/frasi che ti vengono in mente.

- 1. (1) _____
- 2. (2) _____
- 3. (3) _____

[Influenze]

Ora ti chiediamo di rispondere ad alcune domande sul tuo rapporto con il femminismo e persone femministe.

Segui qualche pagina femminista sui social (es. Facebook, Instagram, Twitter, ecc.)?

- Sì (1)
- No (2)
- Non ho un account social (3)

[in caso di risposta affermativa]

Quali pagine femministe segui? Fai qualche esempio.

Hai mai letto un libro su tematiche femministe?

- Sì (1)
- No (0)

[in caso di risposta affermativa]

Quali libri hai letto? Fai qualche esempio.

Conosci qualche persona che si definisce femminista? Puoi selezionare più opzioni.

- Sì, nella mia famiglia (1)
- Sì, tra i miei amici / amiche (2)
- Sì, la mia/ il mio partner (3)
- Sì, a lavoro (4)
- Sì, tra i miei compagni/e di scuola / università (5)
- Sì, in altri contesti (es. sport, associazioni, ecc.) (6)
- Non conosco nessuna persona femminista (7)

[in caso di risposta affermativa]

Negli ultimi 6 mesi, hai parlato di questioni femministe con almeno una di queste persone?

- Mai (0)
- Raramente (1)
- Qualche volta (2)
- Spesso (3)
- Sempre (4)

CMNI-30

Pensa ora al tuo modo di essere abituale.

Indica il tuo grado di accordo o disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni.

Ricorda, non ci sono risposte giuste o sbagliate, il questionario è anonimo.

	Molto in disaccordo (0)	Abbastanza in disaccordo (1)	Un po' in disaccordo (2)	Né d'accordo né in disaccordo (3)	Un po' d'accordo (4)	Abbastanza d'accordo (5)	Molto d'accordo (6)
Di solito esprimo le mie emozioni (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi piace parlare di ciò che provo (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando parlo con gli altri faccio riferimento alle mie emozioni (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Per me, la sensazione più bella al mondo è data dalla vittoria (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Farei di tutto per vincere (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In genere, devo ottenere quello che voglio (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se avessi molte/i partner sessuali starei bene (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se potessi, cambierei spesso partner sessuali (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sarebbe divertente frequentare più di una/o partner alla volta (9)

Per me, non va mai bene essere violento (10)

Penso che a volte la violenza sia necessaria (11)

Disapprovo qualsiasi tipo di violenza (12)

Sarebbe orribile se la gente pensasse che io sia gay (13)

Mi arrabbierei se la gente pensasse che io sia gay (14)

Diventerei furioso se qualcuno pensasse che io sia gay (15)

Avere un alto status non è una cosa importante per me (16)

Penso che sia una perdita di tempo cercare di essere una persona importante (17)

Non mi piacerebbe essere una persona importante (18)

Per me, il lavoro è al primo posto (19)

Mi sento bene quando il lavoro è la mia prima priorità (20)

Ho bisogno di dare la priorità al mio lavoro rispetto ad altre cose (21)

Mi pesa dover chiedere aiuto (22)

Non mi vergogno di chiedere aiuto (23)

Non chiedo mai aiuto (24)

Mi piace correre dei rischi (25)

Corro dei rischi (26)

Mi metto in situazioni rischiose (27)

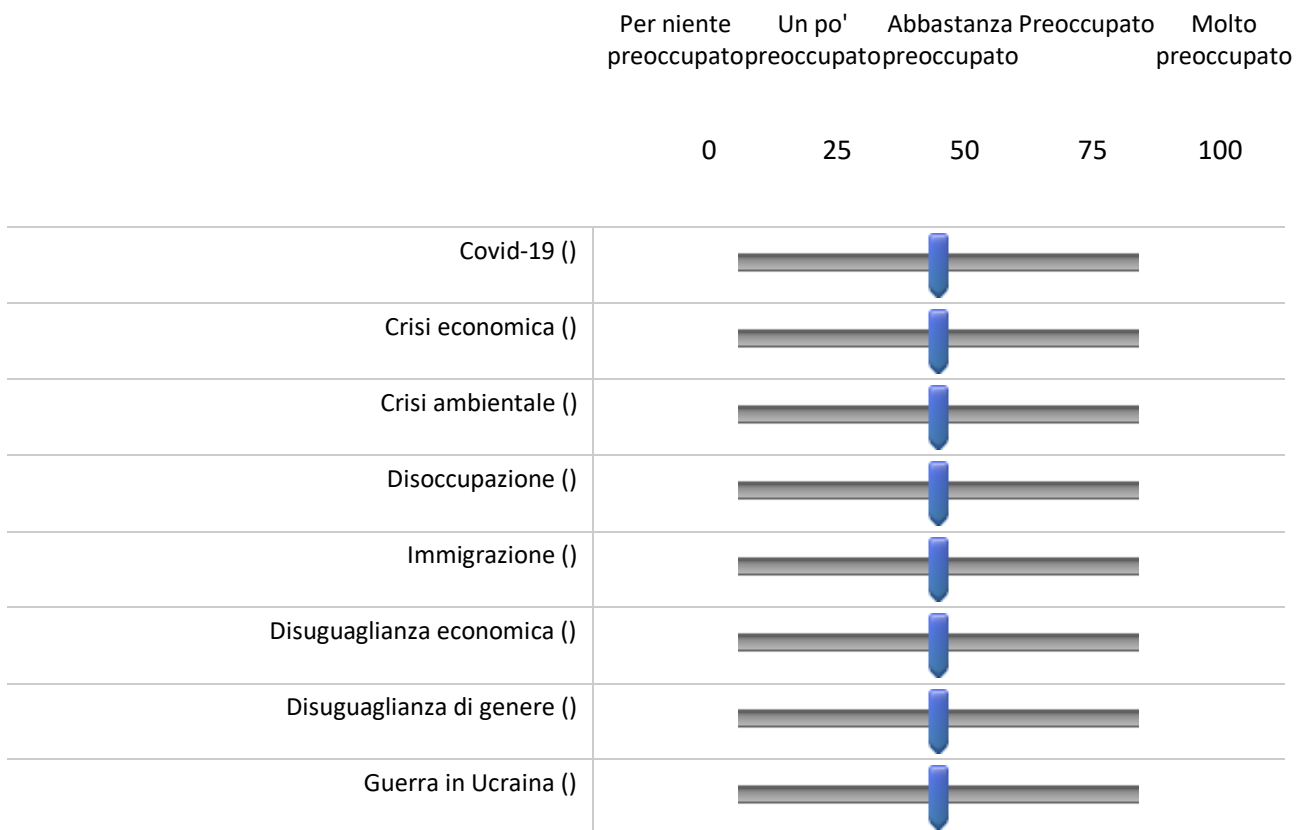


Se stai leggendo seleziona "Molto in disaccordo" (28)



[Preoccupazioni]

Ti chiediamo ora di indicare quanto ciascuno dei seguenti temi ti preoccupa, spostando il cursore lungo il continuum (0 = Per niente preoccupato; 100 = Molto preoccupato).



Indica il tuo grado di accordo/disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni.

	Molto in disaccordo (0)	Abbastanza in disaccordo (1)	Un po' in disaccordo (2)	Né d'accordo né in disaccordo (3)	Un po' d'accordo (4)	Abbastanza d'accordo (5)	Molto d'accordo (6)
Le conseguenze negative della disuguaglianza di genere sono state ampiamente ingigantite (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La disuguaglianza di genere è una delle cause dei problemi del mondo (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La disuguaglianza di genere non è più un problema (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono molto turbato dal livello di disuguaglianza di genere presente nel mondo al giorno d'oggi (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dobbiamo fare tutto il possibile per ridurre gli attuali livelli di disuguaglianza di genere a livello mondiale (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In una famiglia ci sono molte cose da fare. In generale, l'uomo e la donna fanno queste cose tanto quanto l'altro. (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sul lavoro, uomini e donne hanno le stesse possibilità di diventare leader. (7)

In generale, gli stipendi di uomini e donne corrispondono alle loro competenze. (8)

Il mondo professionale offre le stesse opportunità alle donne come agli uomini. (9)

I veri casi di molestie sessuali sono rari. (10)

Le donne esagerano quando si lamentano del comportamento che alcuni uomini hanno nei loro confronti. (11)

Se le donne restano al loro posto, la società è più armoniosa. (12)

Le persone esagerano quando dicono che la nostra società dà più potere agli uomini che alle donne. (13)

Le discriminazioni contro le donne non sono più un problema in Italia (14)

Il governo mette troppa enfasi sui problemi delle donne. (15)

Il movimento femminista non serve a niente e dovrebbe essere abolito. (16)

È facile comprendere il punto di vista dei gruppi femministi (17)

[Collective Action]

Facendo riferimento agli ultimi 12 mesi, indica con quale frequenza hai compiuto ciascuna delle seguenti azioni. Ricorda, il questionario è anonimo.

	Mai (0)	Raramente (1)	Qualche volta (2)	Spesso (3)	Molto spesso (4)
Ho condiviso con un/a amico/a un post a sostegno della parità di genere. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho commentato positivamente un post a sostegno della parità di genere. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho messo un like ad un post a sostegno della parità di genere. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho messo un like a commenti di altri sotto un post a sostegno della parità di genere. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho ricondiviso sulla mia pagina social un post a sostegno della parità di genere. (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi sono dato da fare per raccogliere informazioni su questioni riguardanti la parità di genere. (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Non ho permesso a nessuno di trattarmi diversamente a causa del mio genere. (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se altre persone mi hanno trattato diversamente a causa del mio genere, ho chiarito loro che non era necessario. (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho provato in modo consapevole ad usare un linguaggio uguale per tutti i sessi. (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho tenuto conto delle opinioni dei miei rappresentanti politici riguardo alle questioni di parità di genere. (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho seguito conferenze su questioni riguardanti la parità di genere. (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se stai leggendo seleziona "Spesso" (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>Ho corretto qualcuno per l'uso di un linguaggio discriminatorio sulla base del genere. (13)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ho parlato di questioni di parità di genere con la famiglia o gli amici, sottolineando la necessità di aumentare la parità di genere nella società. (14)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ho firmato una petizione a favore della parità di genere su una questione sociale (es. diritto all'aborto, equità salariale, rappresentanza in politica, ecc.). (15)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ho distribuito informazioni su questioni di parità di genere a scuola, all'università o al lavoro. (16)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ho fatto volontariato in gruppi che promuovono la parità di genere. (17)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ho fatto donazioni a organizzazioni per la parità di genere o a eventi per la promozione della parità di genere. (18)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ho partecipato a gruppi di discussione volti a discutere questioni o soluzioni per promuovere la parità di genere. (19)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ho scritto lettere a media pubblici nei casi in cui ritenevo necessario parlare di problemi di parità di genere. (20)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Se in un gruppo di sconosciuti (cioè persone che non conosco da molto tempo o bene) è stato fatto un commento contro la parità di genere, ho fatto in modo di ribattere. (21)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Ho fatto parte di un'organizzazione/collettivo che si occupa di questioni di parità di genere (22)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ho incoraggiato amici a raccogliere informazioni su questioni di parità di genere. (23)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho incoraggiato amici a unirsi a organizzazioni che si occupano di questioni di parità di genere. (24)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho partecipato a proteste su questioni di parità di genere. (25)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho organizzato eventi che trattano questioni di parità di genere. (26)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho partecipato a raccolte fondi, eventi di sensibilizzazione, ecc. che mirano a promuovere la parità di genere (27)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Identificazione femminista]

Indica il tuo grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni.

	Totalmente in disaccordo (0)	In disaccordo (1)	Né d'accordo né in disaccordo (2)	D'accordo (3)	Totalmente d'accordo (4)
Mi considero un femminista (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi identifico come femminista davanti alle altre persone (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I valori e i principi femministi sono importanti per me (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supporto gli obiettivi del movimento femminista (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Commenti]

Prima di concludere, se vuoi lasciare un commento in merito al questionario appena compilato puoi scriverlo qui.
