

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Ufficio Stampa

Via VIII febbraio 2, 35122 Padova - tel. 049/8273041-3066-3520 fax 049/8273050

e-mail: stampa@unipd.it per la stampa: <http://www.unipd.it/comunicati>

Padova, 8 gennaio 2014

RUOLO DELLA DONNA IN TV QUANDO È OGGETTO AUMENTANO LE MOLESTIE

Possono i messaggi veicolati dai mezzi di comunicazione di massa, in particolare dalla televisione, avere un effetto sul nostro comportamento?

In particolare, nel corso dell'ultimo decennio si è assistito ad una crescente diffusione di modelli femminili oggettivati in molti programmi della televisione italiana; nello stesso periodo, nel nostro paese sono pericolosamente aumentati gli episodi di molestia sessuale e di violenza contro le donne. E' possibile che i due fenomeni siano in qualche modo causalmente associati?

I programmi televisivi che propongono una immagine oggettivante della donna (quando, cioè, le donne sono relegate al ruolo di oggetti o di mera decorazione) creano un contesto normativo che legittima la molestia, rappresentando in tal modo un concreto pericolo per la sicurezza e la dignità delle donne.

È quanto emerge da uno studio condotto da Silvia Galdi, Anne Maass e Mara Candiu del Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione dell'Università di Padova, *Objectifying Media: their effect on gender role norms and sexual harassment of women*, e pubblicato in questi giorni sulla prestigiosa rivista «Psychology of Women Quarterly».

«Abbiamo messo a punto due studi sperimentali – spiega la dottoressa Galdi – per verificare se esiste una relazione causale tra esposizione a programmi televisivi che propongono un'immagine oggettivante della donna e comportamenti di molestia sessuale. I risultati dimostrano che anche una breve esposizione a materiale televisivo veicolante un modello svilente e denigrante del ruolo femminile aumenta il comportamento di molestia. Questa relazione è da attribuirsi al fatto che la visione di tale materiale favorisce una maggiore adesione alle norme tradizionali riguardanti il ruolo maschile.»

I due studi sono stati realizzati chiedendo a partecipanti maschi, di età compresa tra i 18 e i 48 anni, suddivisi casualmente in tre gruppi sperimentali, di vedere un video clip della durata di 3 minuti. A seconda della condizione sperimentale, un video comprendeva sequenze di un documentario sulla natura (condizione di controllo), un altro comprendeva sequenze tratte da programmi televisivi che proponevano donne oggettivate (condizione TV oggettivante), un terzo video proponeva sequenze che descrivevano donne in ruoli professionali di prestigio (condizione donne professioniste). Subito dopo la visione del video, tutti i partecipanti hanno compilato un questionario, volto a rilevare il loro grado di adesione alle norme tradizionali riguardanti il ruolo maschile.

Il comportamento di molestia sessuale è stato invece misurato in termini quantitativi registrando il numero totale di barzellette sessiste inviate dagli stessi partecipanti ad una interlocutrice fittizia nel corso di una successiva interazione via Internet.

Dai risultati dei due studi è emerso che solo i partecipanti esposti al video oggettivante manifestano una maggiore adesione alle norme tradizionali riguardanti il ruolo maschile, adesione che, a sua volta, aumenta il comportamento di molestia (maggior numero di barzellette sessiste inviate).

cm



La ricercatrice Silvia Galdi