



Dibattiti pubblici senza equilibrio di genere: la percezione delle giovani donne in Italia

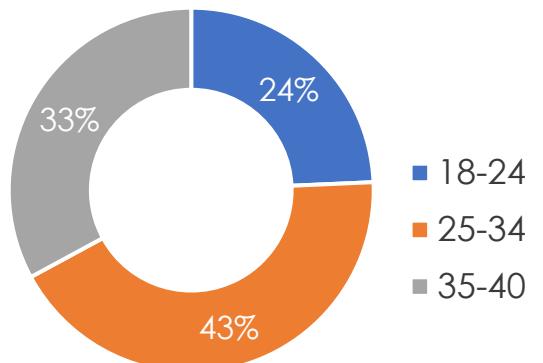
IL CENTRO DI RICERCA GRAMMATICA E SESSISMO UNIVERSITÀ DI ROMA TOR VERGATA

- Ricerca e formazione: per riflettere intorno al genere, partendo dalla categoria grammaticale, ma estendendosi a vari aspetti della società civile e della cultura.
- Il Centro, sotto la direzione di Francesca Dragotto, e la vice direzione di Stefania Cavagnoli, entrambe linguiste, coinvolge esperte ed esperti di diverse discipline, per attività di ricerca, formazione, divulgazione e collaborazione con enti esterni.

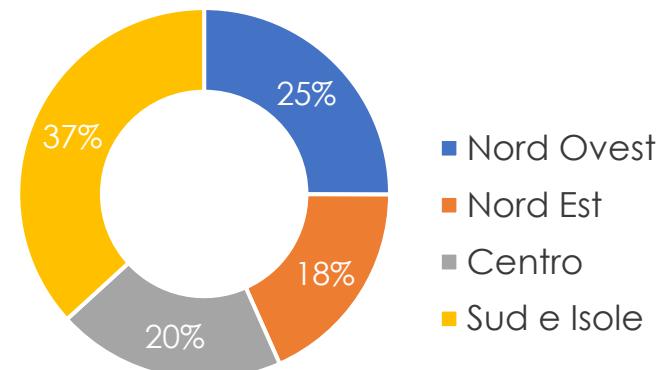
NOTA METODOLOGICA

- Campione di 1000 donne tra i 18 e i 40 anni residenti in Italia
- Interviste effettuate nel mese di agosto 2021
- Campione rappresentativo per classi di età (18-24, 25-34, 35-40) e area geografica (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole)
- Questionario di 10 domande somministrato on-line (CAWI)

Classi d'età



Ripartizione geografica

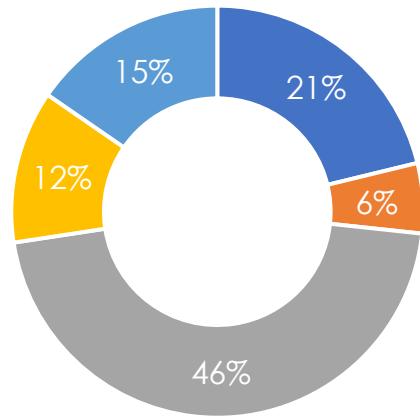




IL CAMPIONE

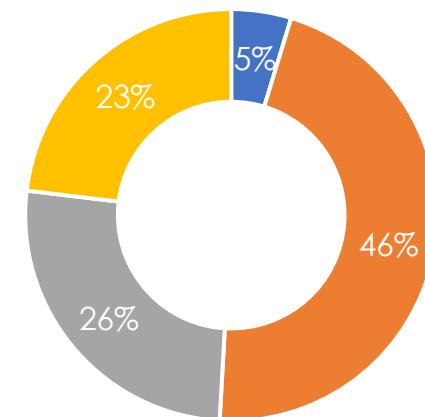
Quasi la metà delle intervistate è una lavoratrice dipendente mentre 1 intervistata su 5 è disoccupata o in cerca di prima occupazione. Il 46% delle intervistate ha il diploma di scuola superiore, mentre quasi la metà (49%) ha conseguito almeno la laurea triennale

Situazione occupazionale



- Studentessa
- In cerca di prima occupazione
- Lavoratrice dipendente
- Lavoratrice aut./Lib. Prof.
- Disoccupata

Titolo di studio

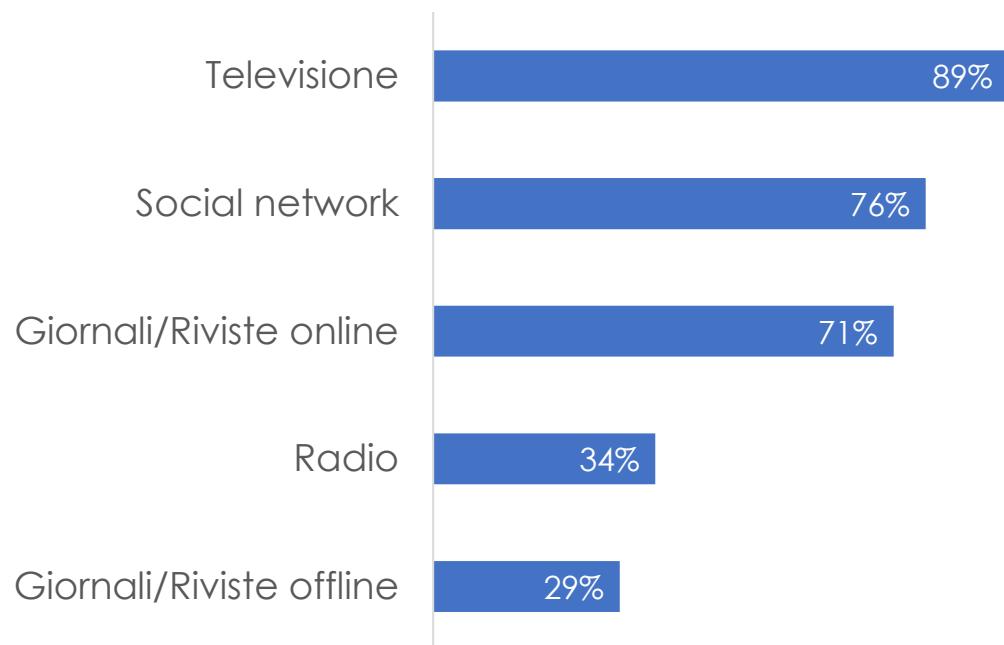


- Fino a licenza media
- Diploma di scuola secondaria di II grado
- Laurea triennale
- Laurea magistrale/a ciclo unico o titolo superiore

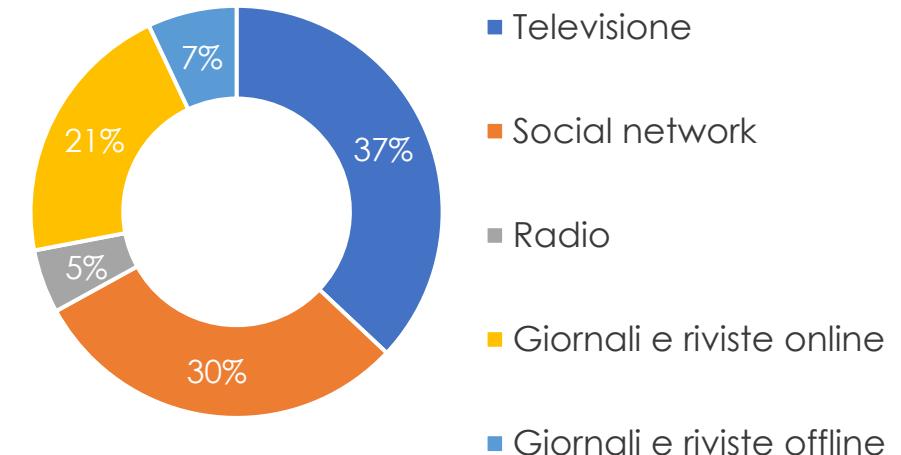
I CANALI INFORMATIVI UTILIZZATI

In generale, la televisione è il principale canale informativo, seguito dai social network e dai giornali/riviste online.

Totale indicazioni



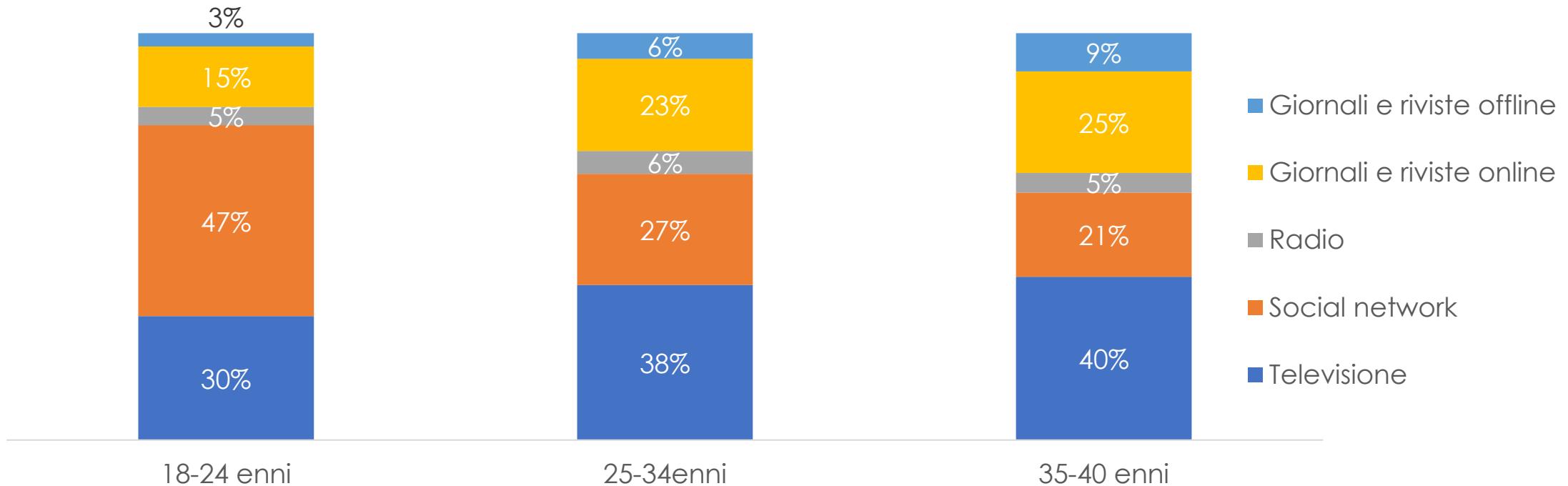
Canale informativo preferito





FOCUS: I CANALI DI INFORMAZIONE PREFERITI PER CLASSE DI ETÀ

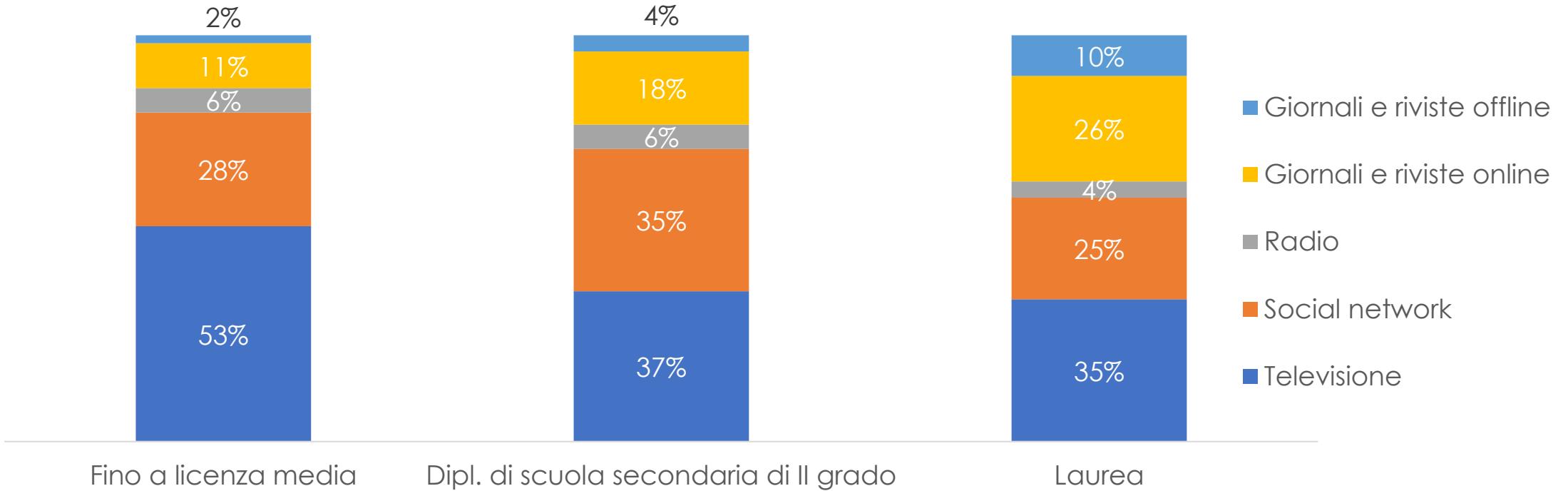
Se si analizza per età, i social network sono il canale più utilizzato tra le ragazze giovani, mentre la televisione diventa prevalente all'aumentare dell'età





FOCUS: I CANALI DI INFORMAZIONE PREFERITI PER TITOLO DI STUDIO

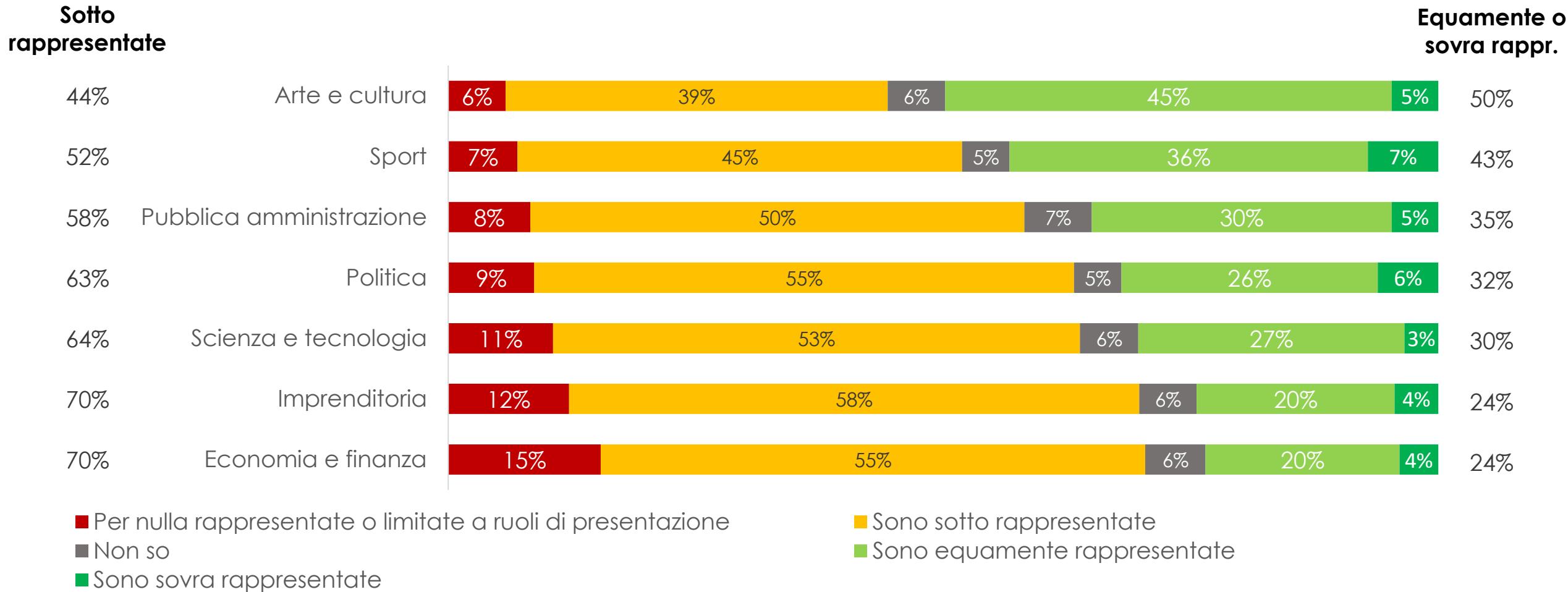
All'aumentare del titolo di studio, aumenta l'importanza dei giornali e riviste online mentre diminuisce quella dei social network e della televisione





La percezione della presenza delle donne nei dibattiti a tema...

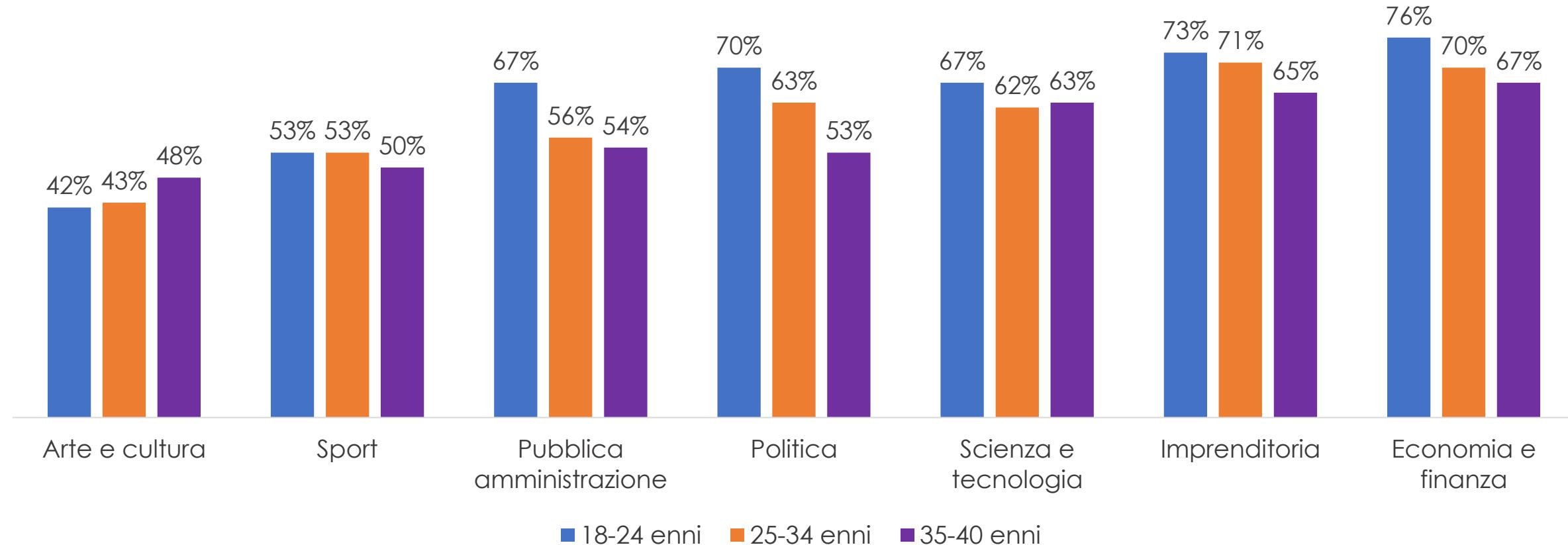
In generale, la percezione è che le donne siano per nulla o sotto-rappresentate in quasi tutti i settori, eccetto per arte e cultura.





Dove le donne sono meno rappresentate, focus in base all'età

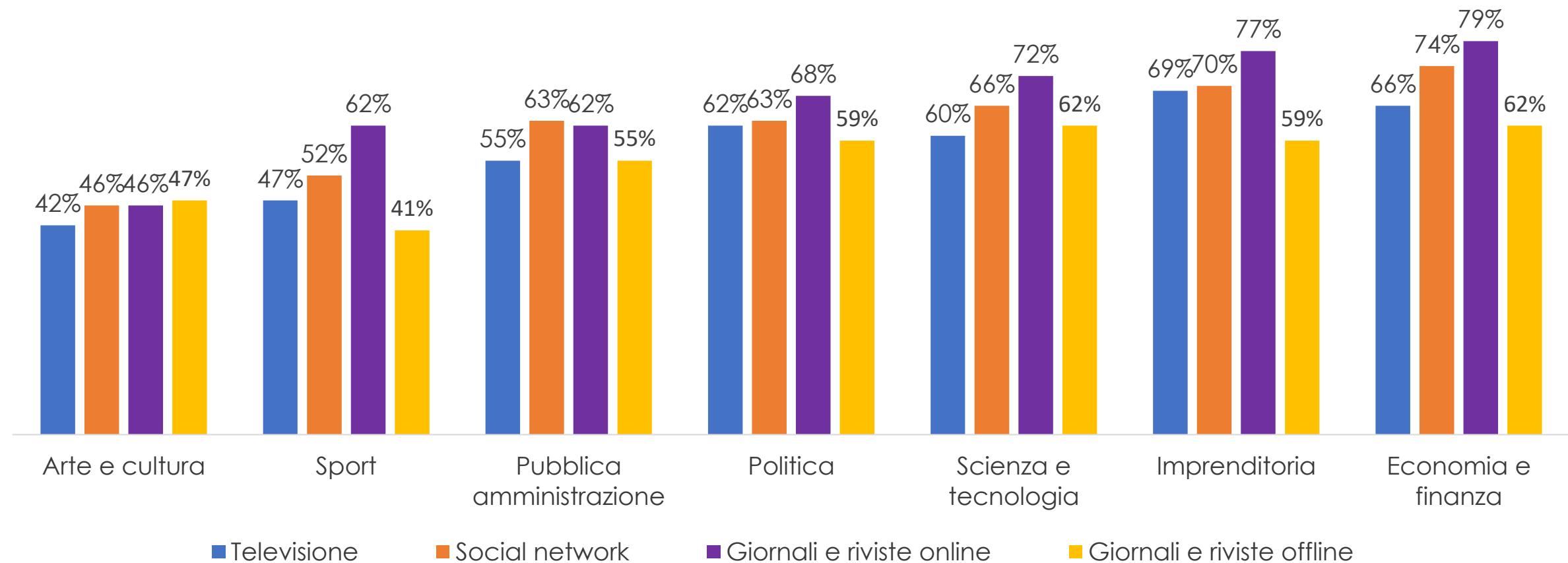
La sotto-rappresentazione delle donne nei vari settori è percepita più marcatamente dalle intervistate più giovani (18-24) ad eccezione dei settori relativi a Arte e cultura e Sport





Dove le donne sono meno rappresentate, focus in base al canale d'informazione principale

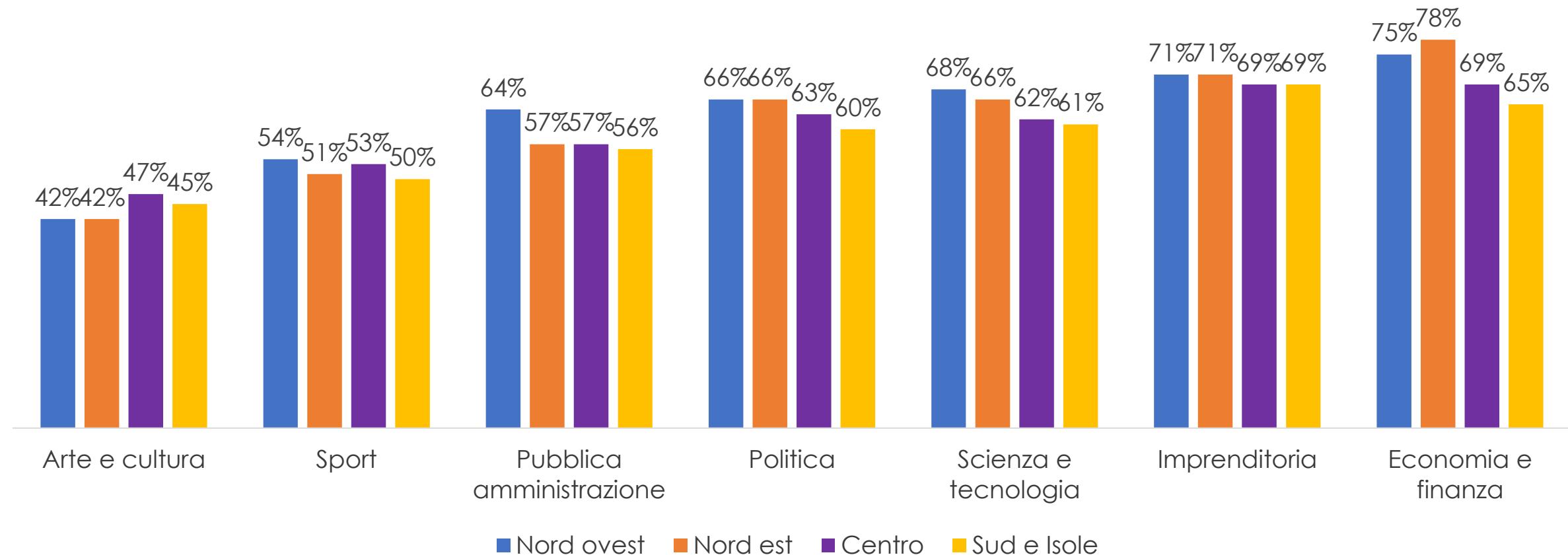
La sotto-rappresentazione delle donne nei vari settori è percepita più marcatamente da chi si informa tramite giornali e riviste online





Dove le donne sono meno rappresentate, focus in base alla provenienza geografica

Non ci sono invece differenze significative per quanto riguarda la provenienza geografica delle intervistate

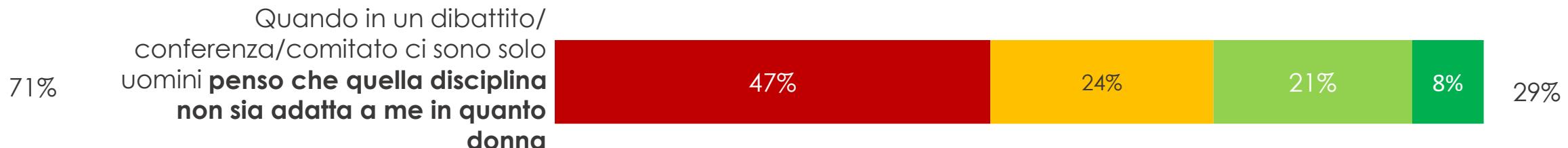
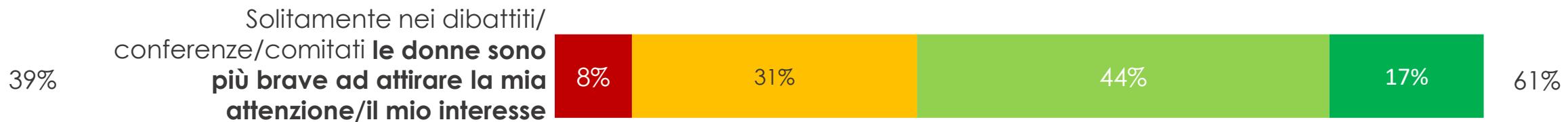




Quanto sei d'accordo con queste affermazioni?

In disaccordo

In accordo



■ Per nulla d'accordo

■ Non del tutto d'accordo

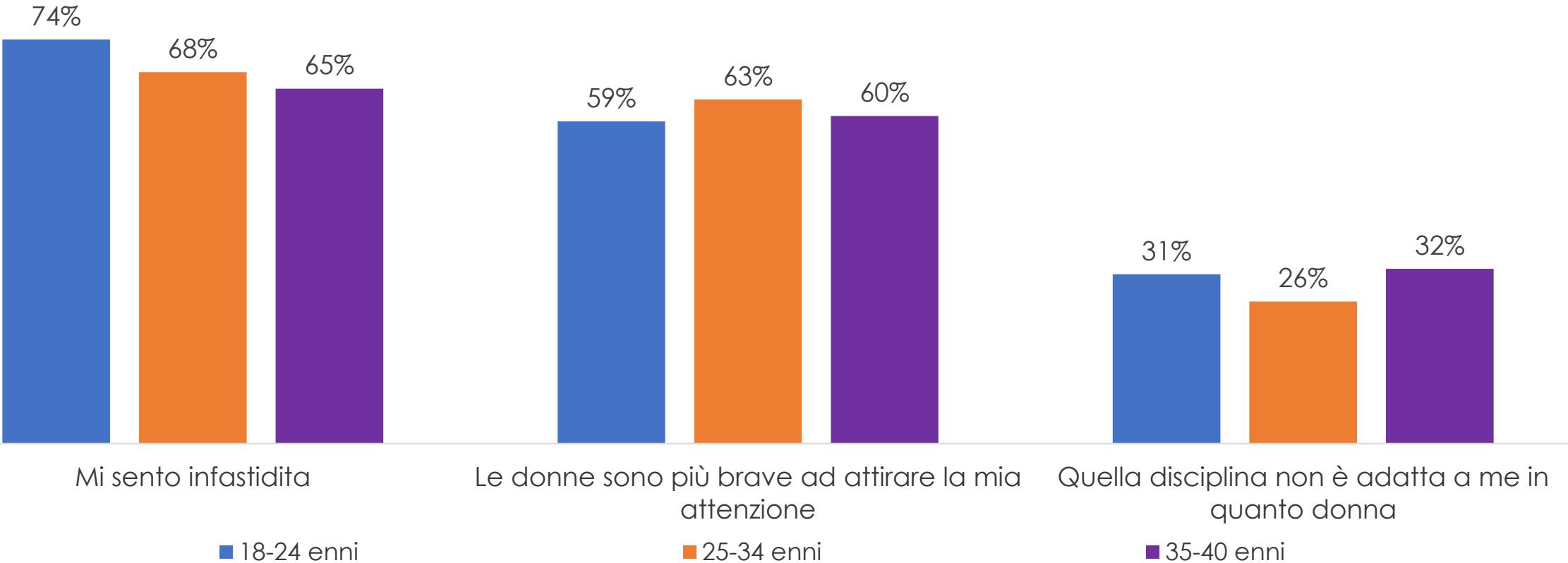
■ Molto d'accordo

■ Del tutto d'accordo



Maggior grado di accordo, focus in base all'età

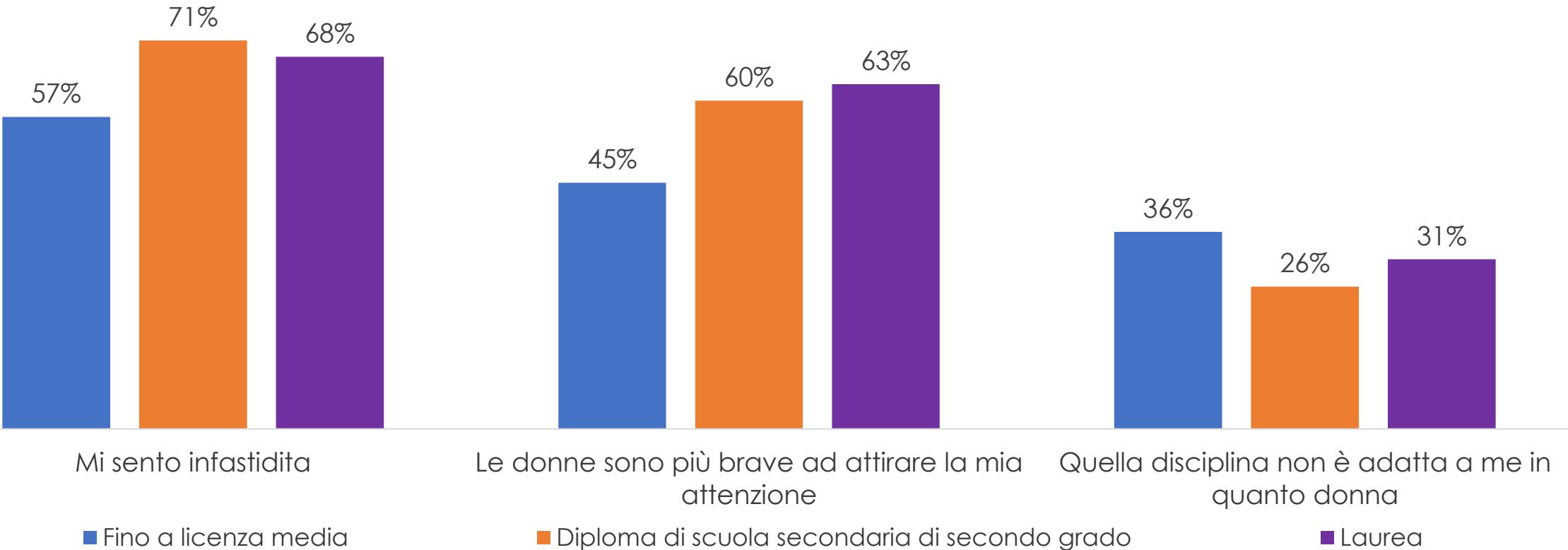
Sono le ragazze più giovani a sentirsi più infastidite di fronte ad un panel di soli uomini.





Maggior grado di accordo, focus in base al titolo di studio

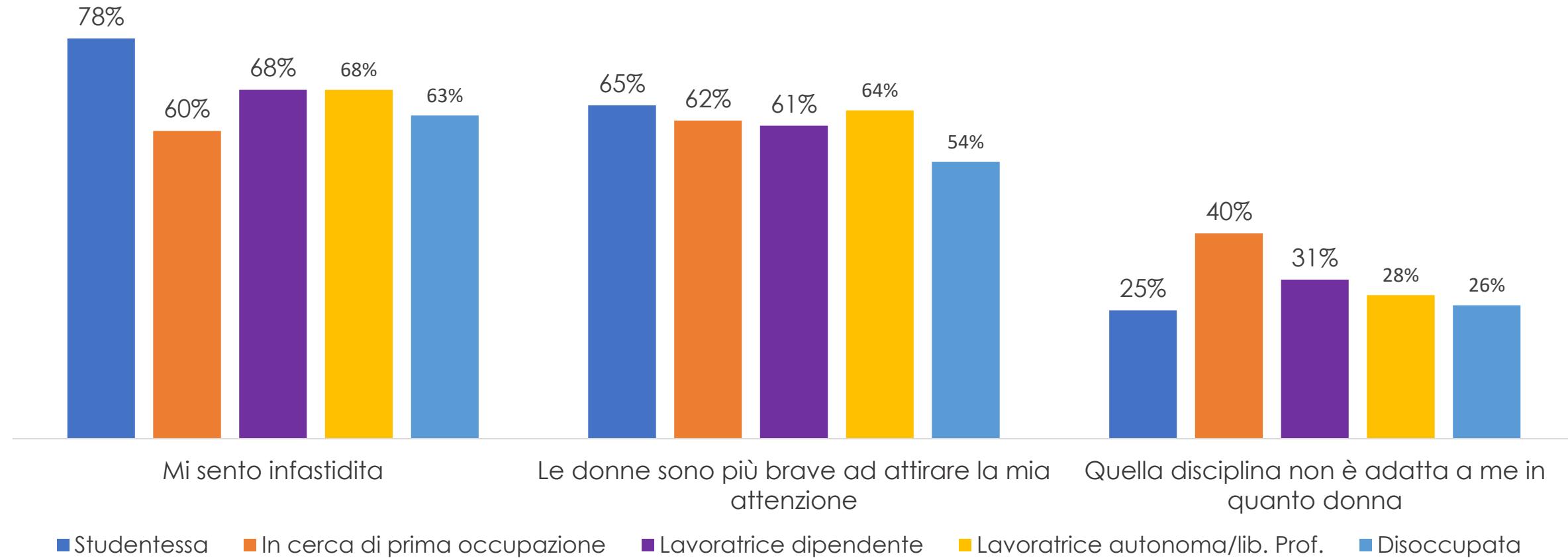
Le donne diplomate o laureate mostrano una maggiore sensibilità di genere: sono più attente alla composizione dei panel e sono meno a rischio di essere influenzate negativamente dai panel di soli uomini





Maggior grado di accordo, focus in base alla situazione occupazionale

Le donne che stanno cercando la prima occupazione sono quelle che rischiano di essere maggiormente influenzate in negativo dai panel di soli uomini

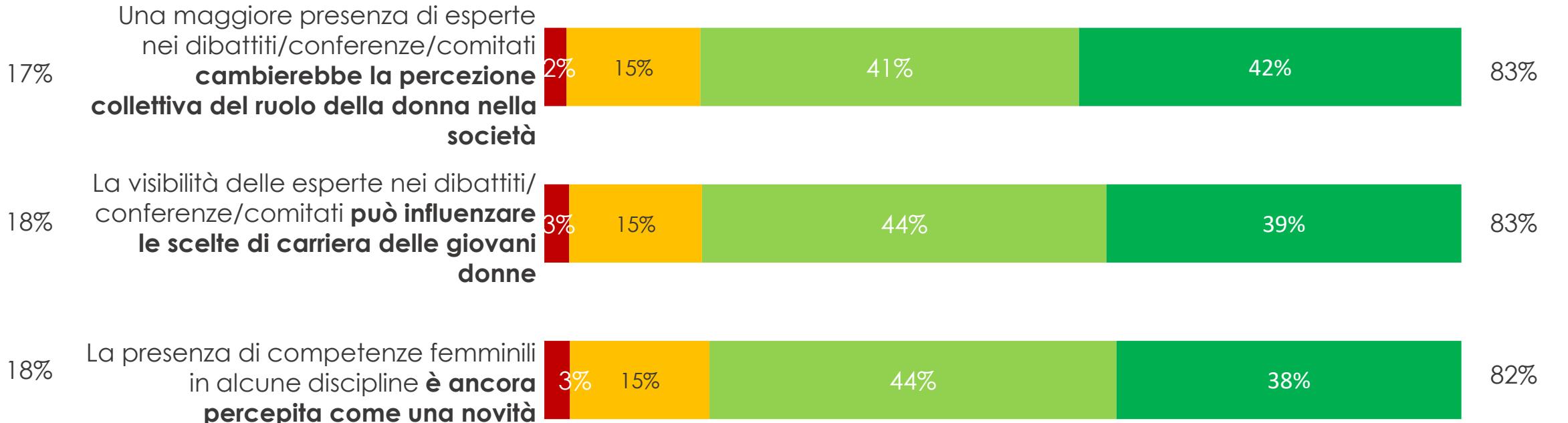




Quanto sei d'accordo con queste opinioni?

La grande maggioranza delle intervistate è molto o del tutto d'accordo con le seguenti opinioni

In disaccordo



■ Per nulla d'accordo

■ Non del tutto d'accordo

■ Molto d'accordo

■ Del tutto d'accordo

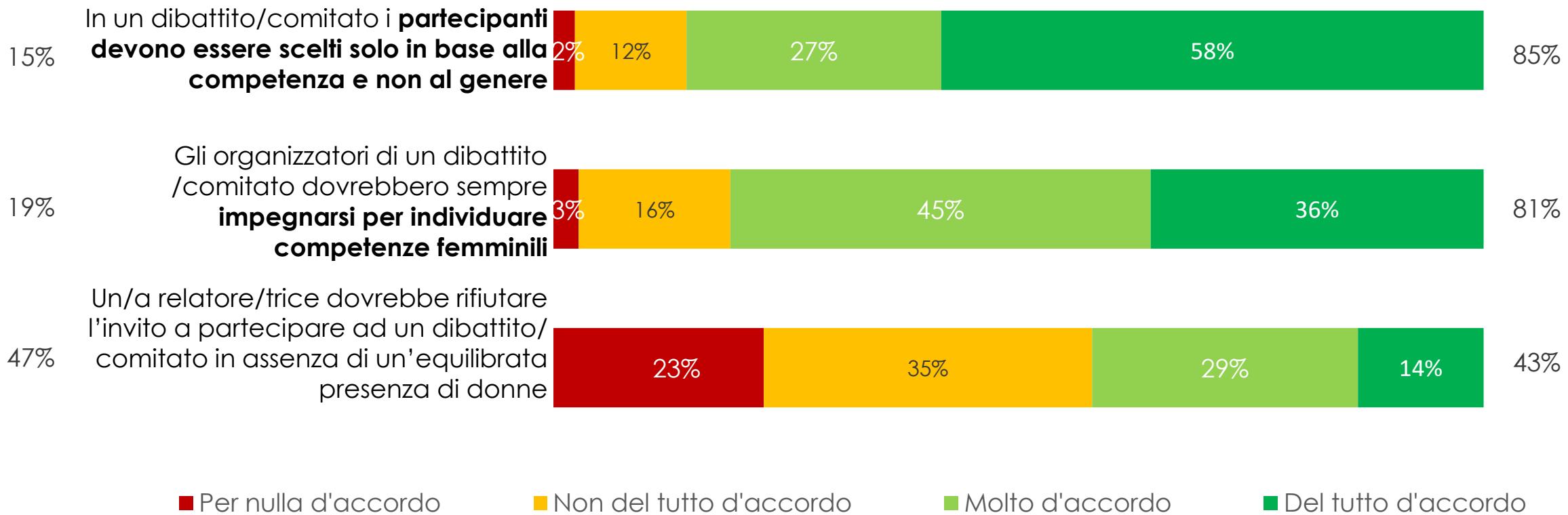


Quanto sei d'accordo con queste scelte organizzative?

L'ampio grado di accordo espresso nelle due scelte organizzative si dimezza nel momento in cui a decidere non è l'ente organizzatore ma il/la relatore/relatrice invitato/a.

In disaccordo

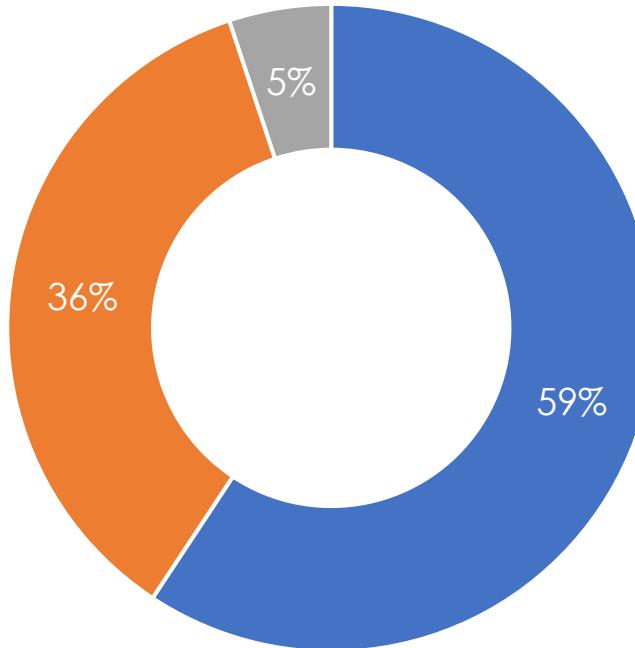
In accordo





Se in un dibattito/conferenza/comitato di tuo interesse non ci fossero donne tra i relatori...

Quasi 6 intervistate su 10 parteciperebbero comunque all'evento.

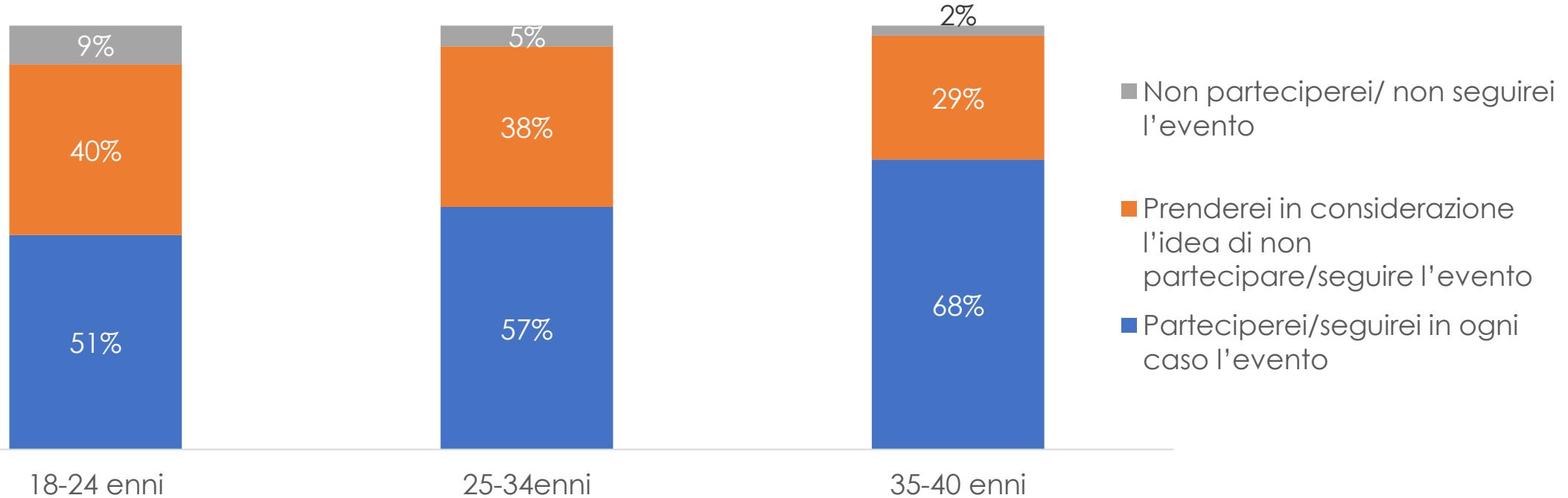


- Parteciperei/seguirei in ogni caso l'evento
- Prenderei in considerazione l'idea di non partecipare/seguire l'evento
- Non parteciperei/ non seguirei l'evento



Se in un dibattito/conferenza/comitato di tuo interesse non ci fossero donne tra i relatori...

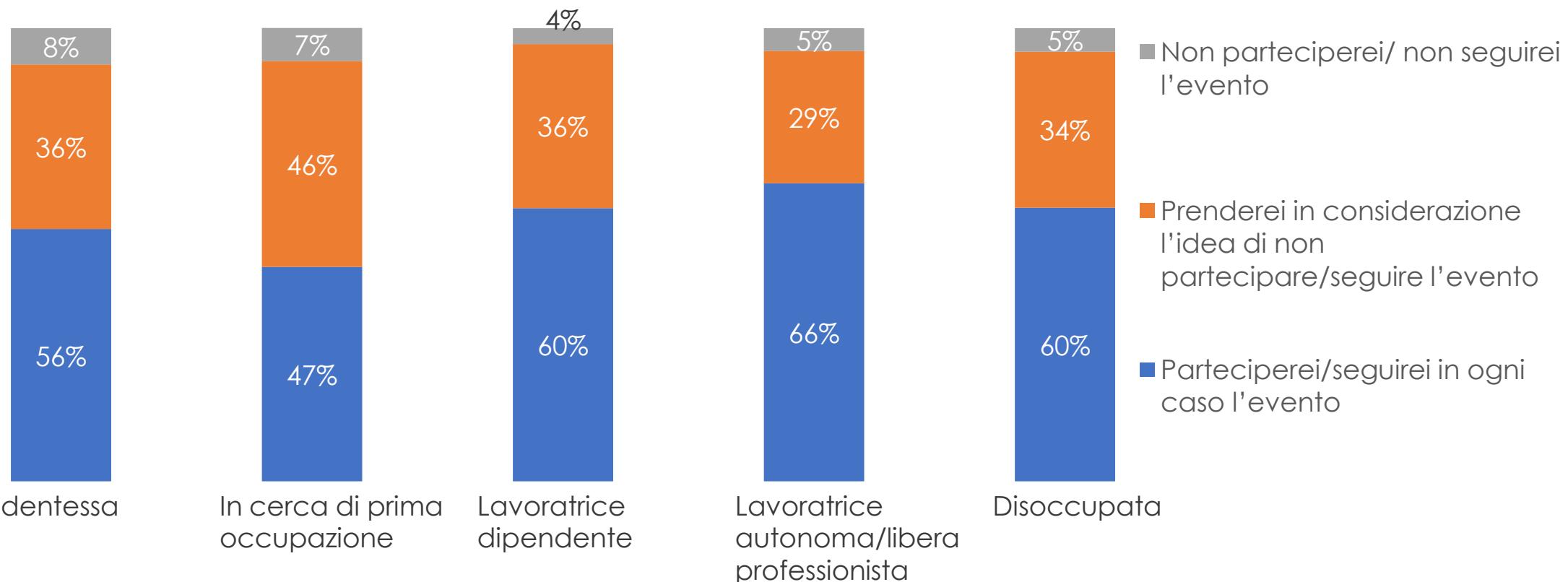
Sono le donne più giovani a valutare più concretamente la possibilità di non partecipare.





Se in un dibattito/conferenza/comitato di tuo interesse non ci fossero donne tra i relatori...

Le lavoratrici autonome e le libere professioniste sono le più convinte a partecipare nonostante una non equa rappresentanza di genere tra i relatori.





In breve...

- Le donne tra i 18 e i 40 anni sono molto consapevoli della non rappresentazione femminile nei dibattiti. Ciò è molto evidente su tematiche riguardanti l'imprenditoria, l'economia e la finanza
- Sono le ragazze più giovani ad esprimere una sensibilità maggiore sui temi riguardanti l'equità di genere
- Quasi 7 donne su 10 si trovano a disagio dinanzi a un convegno completamente al maschile (*manel*)
- 4 donne su 10, in cerca di prima occupazione, pensano di non essere adatte nella disciplina presentata
- Le giovani credono sia necessaria una maggior presenza femminile nei convegni per migliorare la percezione della donna nella società, influenzando positivamente le donne nelle scelte di carriera
- Quasi 6 intervistate su 10 non ritengono che una donna invitata ad un *manel* debba rifiutare di partecipare. Solo il 5% delle intervistate non seguirebbe l'evento come uditrice

