

Università degli Studi di Perugia

Dipartimento di Scienze Politiche

Corso di laurea in Sociologia e politiche sociali



Tesi di laurea

ONLINE SEXUAL HARASSMENT: UNA RICERCA SPERIMENTALE.

Laureanda

Giulia Santoni

Relatrice

Prof.ssa Maria Giuseppina Pacilli

Anno Accademico 2016/2017

Indice

Introduzione.....	1
Capitolo Primo. Deumanizzazione e oggettivazione sessuale.....	4
1. Negare l'umanità altrui: tra deumanizzazione esplicita e sottile.....	5
1.1. L'animalizzazione.....	8
1.2. La demonizzazione.....	9
1.3. La meccanizzazione.....	10
1.4. La biologizzazione.....	11
1.5. L'oggettivazione sessuale come forma di deumanizzazione.....	12
2. L'oggettivazione sessuale e le riflessioni teoriche sul tema.....	14
3. Le ricerche sui processi cognitivi sottostanti l'oggettivazione sessuale.....	16
4. La dualità mente-corpo e i ruoli di genere.....	17
5. Discriminazioni di genere e sessismo.....	19
6. Sessualizzazione e media.....	21
6.1. Stereotipi di genere nei mass media.....	24
6.2. L'oggettivazione sessuale nei prodotti televisivi.....	26
7. Il fenomeno dell'auto-oggettivazione.....	29
7.1. La teoria della consapevolezza del corpo oggettivato di Nita Mary McKinley.....	31
7.2. La teoria dell'auto-oggettivazione sessuale di Fredrickson e Roberts.....	32
7.3. Le conseguenze dell'auto-oggettivazione sessuale sulla persona.....	33
Capitolo Secondo. Hate speech e online sexual harassment.....	37
1. Nuove modalità comunicative nell'era digitale.....	38
2. I social network: relazioni virtuali tra identità reali. Il caso di Facebook.....	40
3. Oltre le opportunità: i rischi legati ad uno scorretto utilizzo del web.....	42
4. Online hate speech.....	45

4.1. Odio online e odio offline a confronto.....	48
4.2. Strategie per il contrasto all'hate speech.....	50
4.3. "Parole O_Stili": una campagna di sensibilizzazione.....	52
5. Oggettivazione e sessismo nel web. La nuova frontiera dell'online hate speech.....	54
6. Cyber-sessismo e la teoria della mascolinità.....	56
7. Online sexual harassment.....	58
7.1. Alcuni studi sull'online sexual harassment.....	60
7.2. Sexual Solicitation.....	61
7.3. Image-Based Sexual Harassment.....	63
7.4. Online Gender-Based Hate Speech.....	66
7.5. Rape Threats.....	68
7.6. Revenge Porn.....	69
8. Il cyberbullismo.....	71
8.1. Cyberbullismo e bullismo a confronto.....	74
8.2. I fattori di rischio del cyberbullismo.....	75
8.3. Il ruolo di insegnanti e genitori.....	77
9. Possibili soluzioni per il contrasto all'hate speech.....	78
Capitolo Terzo. La ricerca.....	81
1. Obiettivi e ipotesi della ricerca.....	82
2. Partecipanti.....	83
3. Disegno della ricerca e procedura.....	83
4. Gli strumenti della ricerca.....	84
5. Risultati.....	86
6. Riflessioni conclusive.....	91
Conclusioni.....	93
Bibliografia.....	95

Introduzione

La volontà di trattare il tema dell'odio in rete e, nello specifico dell'*online sexual harassment* nasce dal desiderio di approfondire la natura, le cause e le finalità di questi fenomeni, sempre più diffusi all'interno del web. Inoltre, il lavoro svolto si prefigge di individuare possibili soluzioni di contrasto ai comportamenti ostili che si verificano nel mondo online e, di stimolare l'interesse per ulteriori studi futuri sul tema.

È importante che questi fenomeni non siano trascurati, poiché sebbene si manifestino all'interno della rete, e non colpiscano fisicamente chi ne è vittima, le conseguenze a livello psicologico possono essere deleterie. Inoltre, costituiscono un danno anche per l'intera società, poiché si configurano come pratiche deumanizzanti che, inevitabilmente, generano ripercussioni a livello sociale.

Un'ulteriore motivazione per cui tali fenomeni andrebbero studiati in modo più approfondito, è legata al ruolo attribuito ad Internet. Troppo spesso, infatti, si finisce per colpevolizzare il web e i servizi che offre, per il tipo di comportamenti che vengono messi in atto al suo interno. Ciò che si auspica è, non solo una riscoperta del valore della rete, ma anche un approccio più critico e consapevole alla stessa e, quindi, la promozione di un'educazione ad un utilizzo sicuro del web e delle nuove tecnologie.

Dal momento che il target maggiormente colpito da questo tipo di fenomeni risulta essere il genere femminile, si cercherà di analizzare il problema tenendo conto delle disuguaglianze di genere presenti nella società.

Nel primo capitolo di questo lavoro, l'attenzione sarà posta sulla letteratura inerente i fenomeni della deumanizzazione e dell'oggettivazione sessuale, con particolare riferimento ai principali modelli teorici e di ricerca empirica.

Si affronterà il tema della deumanizzazione, in tutte le sue sfaccettature, cercando di mettere in luce la sua stretta connessione con il fenomeno dell'oggettivazione sessuale, che sarà analizzato sia dal punto di vista delle riflessioni teoriche, che dal punto di vista dei processi cognitivi sottostanti. Particolare attenzione sarà posta alle caratteristiche

culturali e sociali dei due fenomeni, cercando di affrontare il discorso partendo dalla riflessione sulle discriminazioni di genere presenti nella sfera sociale.

Inoltre, si parlerà di sessualizzazione, analizzando il fenomeno in relazione al ruolo svolto dai media nella diffusione di immagini sessualizzate e di rappresentazioni stereotipiche, che ancora una volta ripropongono e rafforzano quel modello culturale patriarcale su cui si fonda una società di stampo fortemente sessista, dove le disuguaglianze tra uomini e donne sono ancora presenti e largamente diffuse.

Infine, sarà analizzato il fenomeno psicologico dell'auto-oggettivazione, che deriva da un'interiorizzazione dello sguardo oggettivante altrui. Si è scelto di affrontare questo tema, poiché, spesso, l'esposizione continua ad immagini sessualizzate, veicolate da parte dei media e del web, genera conseguenze psicologiche negative negli individui.

Il secondo capitolo sarà interamente dedicato al mondo online e ai comportamenti negativi che vengono messi in atto nella rete e, in particolar modo nei siti di *social networking*.

In un primo momento si cercherà di mettere in luce i principali cambiamenti apportati dall'avvento di Internet nel modo di comunicare e di interagire tra gli individui e, ci si soffermerà sulle opportunità offerte dalla rete, con particolare riferimento ai *social network sites*.

In un secondo momento si passerà all'analisi dei principali rischi legati ad uno scorretto utilizzo del web, cercando di individuare di volta in volta le differenze tra i vari fenomeni che rientrano all'interno dell'ampia categoria dei comportamenti negativi messi in atto nella rete, con particolare attenzione ai temi dell'*online hate speech*, dell'*online sexual harassment* e del *cyberbullismo*, evidenziando anche la stretta connessione tra gli stessi.

Dopo un'ampia trattazione del fenomeno dell'*online sexual harassment* in tutte le sue sfaccettature e, dei fenomeni ad esso connessi, si parlerà di possibili strategie da mettere in atto per contrastare tali comportamenti negativi.

Il terzo capitolo avrà ad oggetto la ricerca sperimentale da noi condotta al fine di indagare come la sessualizzazione possa influenzare in modo negativo la percezione di un target vittima di *online sexual harassment*. Sarà così presentato un caso di molestia sessuale messo in atto all'interno del social network Facebook, raccontato dalla vittima stessa dell'episodio, attraverso la pubblicazione di un post.

In particolare, si vuole mettere in luce che l'aspetto fisico sessualizzato o non sessualizzato della vittima e, il tipo di commenti espressi a favore o contro di essa, incidano direttamente sulla percezione di quel target che ha subito l'episodio negativo. L'auspicio è che i dati emersi dalla ricerca possano offrire degli spunti per la formulazione di strategie di contrasto a questo tipo di comportamenti ostili messi in atto nel mondo online e, possano suscitare l'interesse per ulteriori studi e riflessioni sul tema.

Capitolo Primo

DEUMANIZZAZIONE E OGGETTIVAZIONE SESSUALE

Il seguente capitolo ha lo scopo di affrontare i fenomeni della deumanizzazione e dell'oggettivazione sessuale, attraverso un excursus tra i principali modelli teorici e di ricerca empirica. Ponendo particolare interesse alle caratteristiche culturali e sociali di tali pratiche, si vuole mettere in luce come sia fondamentale affrontare il discorso partendo dalle disuguaglianze e dalle discriminazioni di genere, tuttora presenti nella società contemporanea.

Nel primo paragrafo l'attenzione è focalizzata sul fenomeno della deumanizzazione, che si configura come la più estrema delle strategie delegittimanti, messa in atto da tempi antichi nei confronti dei gruppi minoritari, tra cui anche le donne, al fine di mantenere la subordinazione del genere femminile. Il fenomeno sarà analizzato in modo dettagliato in tutti i suoi aspetti e manifestazioni, anche al fine di dimostrare la sua stretta connessione con l'oggettivazione sessuale.

Nel secondo paragrafo sarà affrontato nello specifico il tema dell'oggettivazione sessuale, a partire dalle prime riflessioni filosofiche, fino alle teorizzazioni più recenti.

Il terzo paragrafo è dedicato ad analizzare il fenomeno dal punto di vista dei processi cognitivi, al fine di evidenziare come la nostra mente reagisca alla moltitudine di stimoli percettivi sessualizzati che provengono dal mondo esterno. Saranno, inoltre, illustrate le principali ricerche empiriche compiute in questo ambito.

Il quarto e il quinto paragrafo cercheranno di definire il contesto culturale e sociale in cui si iscrive l'oggettivazione sessuale, al fine di dimostrare che il fenomeno pone le sue radici in una società di stampo fortemente sessista e, carica di pregiudizi e stereotipi che continuano a perpetuare le asimmetrie di genere.

Nel sesto paragrafo si parlerà di sessualizzazione, in particolar modo in relazione al ruolo svolto dai media, che costituiscono uno dei principali veicoli di diffusione di rappresentazioni sessuali e stereotipiche delle donne all'interno della società. La

diffusione di tali immagini fortemente sessualizzate conduce ad oggettivare le donne e a perpetuare l'asimmetria di potere all'interno della sfera sociale.

Il settimo paragrafo è dedicato al fenomeno psicologico dell'auto-oggettivazione, che si verifica ogni qual volta lo sguardo oggettivante investe il Sé e viene interiorizzato da chi lo subisce. Nell'era digitale l'esposizione a immagini di donne sexy e provocanti, rispondenti a canoni di perfezione irrealistici e irraggiungibili, contribuisce ad accrescere il fenomeno dell'auto-oggettivazione, con conseguenze deleterie sul benessere psicofisico di chi ne è vittima.

1. Negare l'umanità altrui: tra deumanizzazione esplicita e sottile

La deumanizzazione si configura come la strategia delegittimante più estrema, alla quale si è da sempre ricorso per giustificare l'inferiorità del genere femminile.

Gli studi in psicologia sociale hanno iniziato ad approfondire la relazione tra oggettivazione e deumanizzazione, sia da un punto di vista empirico che psicologico, in tempi piuttosto recenti.

Deumanizzare significa anzitutto privare qualcuno della propria umanità, ridurlo a cosa, animale, spirito o mostro, in modo da legittimare qualsiasi azione venga compiuta su di esso, anche la più nociva.

Allport (1954) ha definito la deumanizzazione come il tipo estremo di pregiudizio, che colpisce individui o gruppi posti fuori dall'orizzonte morale, vale a dire quell'orizzonte che racchiude i gruppi considerati civili e meritevoli di attenzione e compassione (Volpato, 2011).

La deumanizzazione si configura come un processo sociale e psicologico che può verificarsi in due modi distinti, seppur pericolosi in egual misura.

Si parla di *deumanizzazione esplicita* nel momento in cui ci si trova di fronte ad atti atroci e comportamenti apertamente violenti nei confronti di un gruppo di individui; si parla di *deumanizzazione sottile* quando si tende a percepire l'altro come meno umano, e i comportamenti che ne sono alla base risultano meno evidenti, tanto che spesso avvengono nella quotidianità anche senza la piena consapevolezza degli attori sociali.

Gli studi psicosociali hanno analizzato il modo in cui si compiono atti di deumanizzazione esplicita, tentando di capire il perché vengano compiute azioni crudeli nei confronti di individui dell'*outgroup*.

Nel contesto delle relazioni intergruppi, pensare l'altro come meno umano può essere un'attenuante per compiere su di esso atti estremi e talmente immorali che sarebbe impensabile infliggere ad essere umani. Infatti, nel momento in cui un individuo è privato della dimensione dell'umanità, lo si pensa come incapace di provare emozioni e sofferenza e, anche tutte le reazioni empatiche provate nei suoi confronti si annullano. In questo modo la deumanizzazione si fa strumento per tutto ciò che di negativo si vuole compiere sulle altre persone.

Tra gli studi sulla deumanizzazione esplicita è opportuno ricordare le ricerche d'archivio, che attraverso l'analisi di documenti hanno permesso di individuare le modalità in cui le ingiustizie più disumane sono state messe in atto.

L'esempio più eclatante è quello della pubblicistica antisemita di Hitler che nel suo *Mein Kampf* descrive con rappresentazioni animalesche i gruppi sociali considerati inferiori e pericolosi per la purezza della razza ariana. Un altro studio è stato compiuto sul testo di Primo Levi *Se questo è un uomo*, che ha permesso di analizzare il modo in cui le vittime dello sterminio nazista erano privati dell'umanità attraverso un pericoloso processo di bestializzazione, destinato a sfociare anche nella più brutale deumanizzazione meccanicistica.

Dagli studi psicosociali sulla deumanizzazione esplicita sono emerse tre funzioni del fenomeno: 1) giustificare la violenza intergruppi, in quanto annulla l'empatia provata nei confronti dell'*outgroup*; 2) legittimare lo status quo, poiché rassicura i gruppi favoriti sul fatto che non avverrà un capovolgimento della situazione dove saranno loro le vittime delle atrocità; 3) prendere la distanza da una situazione troppo coinvolgente che genera angoscia, aiutando chi ricopre una posizione di potere a prendere decisioni nocive nei confronti di altri esseri umani.

L'altra faccia del fenomeno riguarda la *deumanizzazione sottile* che consiste nella negazione parziale dell'umanità altrui e si manifesta in modo sottile e inconsapevole, senza azioni apertamente ostili nei confronti degli altri esseri umani. La forma più rilevante è costituita dall'*infra-umanizzazione*, un processo per cui gli individui

percepiscono gli appartenenti a gruppi estranei come meno umani degli appartenenti al proprio gruppo (Volpato, 2011).

Tra le ricerche condotte su questa forma di deumanizzazione sottile ricordiamo quella dello psicologo belga Leyens e colleghi (2000) che si sofferma sulla distinzione tra emozioni primarie e emozioni secondarie. Le prime possono essere provate indistintamente dagli esseri umani come dagli animali e sono il piacere, la paura, la tristezza, la rabbia, la fame, la gioia; le seconde, invece, sono tutte quelle emozioni complesse e specificatamente umane, quali la nostalgia, la speranza, la vergogna, il rimorso, l'orgoglio. Nel momento in cui si nega ad un individuo o ad un gruppo di individui la capacità di provare emozioni secondarie, quindi proprie dell'esperienza umana, si sta compiendo un processo di infraumanizzazione. Dopo una lunga serie di studi, è emerso che si tende ad attribuire le emozioni primarie sia ai membri dell'*ingroup* che dell'*outgroup*, mentre si è soliti riservare le emozioni secondarie soltanto ai membri dell'*ingroup*. Perciò nel momento in cui si compie un processo di infra-umanizzazione, si favorisce l'*ingroup* conferendogli una posizione etnocentrica e, si svaluta l'*outgroup* privandolo di alcuni tratti di umanità.

Un altro modello, teorizzato dallo psicologo australiano Haslam (2006), noto come "modello bidimensionale di umanità", parla di due dimensioni: unicità umana e natura umana. Le caratteristiche unicamente umane distinguono gli esseri umani dagli animali, poiché questi ultimi non sono dotati di razionalità, finezza, sensibilità, cultura. Le caratteristiche legate alla natura umana, invece, distinguono gli esseri umani dalle macchine, poiché sono quelle caratteristiche ritenute centrali per definire il genere umano, ad esempio flessibilità, emotività, vitalità, calore. Negando la dimensione dell'unicità umana, si compie una *deumanizzazione animalizzante*, negando la dimensione della natura umana si compie una *deumanizzazione meccanicistica*. Oggi gli studi sulla deumanizzazione sottile sono in crescita, proprio perché il fenomeno si manifesta per lo più in modo del tutto invisibile e inconsapevole all'interno delle dinamiche sociali, seppur gli effetti siano ugualmente significativi.

Come sottolinea Volpato (2012), esistono molteplici forme di deumanizzazione: si parlerà così di animalizzazione, di demonizzazione, di meccanizzazione, di biologizzazione e di oggettivazione sessuale.

1.1. L'animalizzazione

L'animalizzazione è una pratica attraverso cui viene negata l'umanità altrui, che si verifica quando una persona è assimilata ad un animale. È una forma di deumanizzazione in quanto nega all'altro quelle caratteristiche proprie degli esseri umani, quelle qualità che sanciscono la superiorità umana sugli altri viventi (Volpato, 2013).

La metafora animalistica definisce le persone come irrazionali, istintive, rozze e violente, con conseguenti effetti negativi sull'individuo. Chi è vittima della deumanizzazione animalistica prova umiliazione e vergogna, chi ne è artefice, invece, prova disgusto, disprezzo e distacco empatico. Associare qualcuno ad una fiera selvaggia, rende più facile compiere atti spregevoli su di esso e di conseguenza ogni forma di violenza agita su quella persona, assumerà connotazioni meno negative.

Nel corso della storia, i gruppi sociali colpiti da questa forma di deumanizzazione sono stati molteplici, e a seconda che venissero assimilati ad animali domestici o a bestie selvagge, i trattamenti sono stati differenti.

I contesti in cui si è messa in atto questa pratica deumanizzante vanno dallo scenario coloniale, ai conflitti tra grandi potenze, alla lotta contro quei gruppi considerati socialmente inferiori.

Tra questi gruppi sociali compaiono anche le donne, basti pensare alle figure mitologiche presenti nella letteratura greca, quali le arpie, le erinni e le sirene. Un esempio di deumanizzazione animalizzante nei confronti delle donne, compiuta nell'antichità riguarda la tassonomia delle donne elaborata da Semonide nel VII° secolo a.C., che le classificava in base alla loro provenienza dal mondo animale distinguendole in donna scrofa, volpe, cagna, gatta, cavalla, scimmia, tutte nefaste per l'uomo, ad eccezione della donna nata dall'ape, unica dotata di saggezza, laboriosa e anche disposta a farsi rubare il miele.

Molte di queste metafore sono usate tuttora nel linguaggio comune come forme discriminanti ed offensive nei confronti del genere femminile. A tal proposito, risulta interessante uno studio di Irene Lòpez-Rodrìguez, condotto nel 2009, con lo scopo di fare una classificazione degli appellativi animali utilizzati nella lingua spagnola e in quella inglese per indicare le donne. Ne è emerso che per ogni classe di metafore, quelle riconducibili al mondo degli animali domestici, o di quelli da compagnia o ancora di

quelli selvaggi, corrispondesse uno specifico ruolo femminile. La caratteristica comune ad ogni classe era la subordinazione del genere femminile rispetto a quello maschile.

Anche il filosofo e teologo Sant'Agostino nel IV° secolo d.C. definiva la donna “una bestiakkné salda né costante”, rimarcando la vicinanza del genere femminile al mondo animale, e per questo dotata di irrazionalità e istintività.

Nella società contemporanea l'animalizzazione si presenta in tutta la sua negatività associata alla sessualizzazione. I media trasmettono quotidianamente immagini di donne animalizzate, ad esempio nelle pubblicità, spesso le donne sono rappresentate come animali o paragonate ad essi. Inoltre, non manca nella pornografia un filone, noto con il nome di *animal porn*, che vede le donne assimilate al mondo animale, dove protagoniste femminili intrattengono dei rapporti sessuali con gli animali.

1.2. La demonizzazione

La deumanizzazione demonizzante si verifica tutte le volte in cui una persona è associata ad una creatura sovranaturale, come un mostro, un demone, un diavolo o una strega.

È soprattutto nel Medioevo che i mostri iniziano ad assumere delle connotazioni negative e ad essere ritenuti pericolosi in virtù del loro distacco evidente dalla natura umana. Nell'occidente cristiano, la lotta a tutto ciò che risulta essere sovranaturale e disumano raggiunge il suo apice, basti pensare alla lotta alle streghe, che colpisce tutte quelle donne che per caratteristiche fisiche o per status sociale vengono incolpate di compiere sortilegi e malefici e, per questo condannate e giustiziate.

Nel II° secolo d.C. Tertulliano indicava la donna come “la porta del diavolo”, che aveva indotto l'uomo in tentazione quando nemmeno il demonio era riuscito in tale opera.

Nel 1486 viene redatto il *Malleus Maleficarum*, documento che sancisce la continuità tra la natura femminile e la natura demoniaca delle streghe; nel *Malleus* le donne sono descritte come esseri imperfetti, diverse per natura dagli uomini e dotate di minor fede, come indica la stessa etimologia del termine latino *foemina*, composto da *fe* e *minus*. Ad essere incolpate di stregoneria sono donne anziane, giovani vedove, curatrici ed erbarie, demonizzate per il solo fatto di non aderire al ruolo di genere tradizionale.

Sebbene si immagini la demonizzazione come un fenomeno riletto al passato, è frequente che in alcune società contemporanee, ad esempio alcuni paesi dell'Africa centrale, le donne, con l'accusa di stregoneria, siano ancora vittime di persecuzioni e violenze.

1.3. La meccanizzazione

La deumanizzazione meccanicistica è quel fenomeno per cui vengono negati ad una persona i tratti propri della natura umana, ovvero la capacità di provare emozioni, il calore, la vitalità e la profondità.

Tale forma di negazione dell'umanità risulta essere un fenomeno sempre più diffuso nelle società contemporanee e conduce a percepire le persone che ne sono vittime alla stregua di macchine, automi, robot. Di conseguenza, in quanto tali, non vengono più pensate come persone capaci di provare emozioni, ma sono percepite come fredde, superficiali, passive e impersonali. Come avviene per le altre forme di deumanizzazione, anche la meccanizzazione annulla l'empatia nei confronti di chi ne è colpito e porta a concepire quest'ultimo essenzialmente come una macchina, il cui valore è legato soltanto alla funzionalità.

Esempio lampante dell'applicazione della metafora meccanicista riguarda il mondo dell'industria, in particolare del Taylorismo, dove la produzione a catena annulla la personalità degli operai, che da soggetti attivi, diventano automi, quasi robot, cui è richiesto soltanto di ripetere meccanicamente delle operazioni standardizzate, senza possibilità di esprimere la propria personalità. Negli ambiti in cui si attiva un processo di standardizzazione delle procedure, qual è l'ambiente industriale, le relazioni interpersonali e la creatività di ciascun individuo perdono importanza, tanto da essere totalmente annullate.

Un essere umano, nel momento in cui è colpito da deumanizzazione meccanicistica diventa un automa programmato, alienato e privo di soggettività e non sono rari gli episodi in cui anche le donne ne siano colpite; ad esempio la stessa diffusione, ad opera dei media e del web, di rappresentazioni femminili fortemente sessualizzate dove le

donne sono ritratte in pose volgari e abiti sexy, tende a far percepire le stesse come robot, fredde e incapaci di provare emozioni.

1.4. La biologizzazione

La biologizzazione ha avuto una grande diffusione nel corso dell'Ottocento, parallelamente all'affermazione del razzismo scientifico e delle teorie darwiniane ed ha i suoi nuclei concettuali nelle metafore legate alla malattia, alla protezione dell'igiene, alla purezza, e trasforma l'altro in microbo, virus, bacillo, morbo, pestilenza, cancro, tumore, sporczia, inquinamento (Volpato, 2011). Questo tipo di deumanizzazione è stato alla base di numerosi genocidi compiuti nello scorso secolo, basati su pratiche di epurazione nei confronti di chi era ritenuto biologicamente inferiore o pericoloso in quanto impuro. Nel corso del tempo anche il comportamento delle donne è stato più volte investito dalla biologizzazione, contribuendo in questo modo all'esclusione sociale del genere femminile.

Il caso più ricorrente è quello della patologizzazione del ciclo mestruale, che da normale aspetto fisiologico caratteristico del corpo femminile, diventa una malattia. Ad esempio, alcuni studi scientifici condotti in ambito psicologico sostengono che gli atteggiamenti e i comportamenti delle donne si modificano in relazione al periodo del ciclo mestruale. Basti pensare alla *sindrome premestruale*, termine utilizzato per la prima volta dalla ginecologa Katharina Dalton nel 1953, per indicare quell'ipotetico periodo del ciclo mestruale in cui le donne sarebbero colpite da stati psicologici negativi e da sintomi fisici quali mal di testa, irritabilità, stanchezza e tensione.

Già Lombroso nell'Ottocento sosteneva che durante la fase mestruale le donne potessero essere colte da raptus di pazzia criminale e nella seconda metà del Novecento, in Inghilterra è stata perfino introdotta l'attenuante di sindrome premestruale in caso di omicidio, paragonando tale condizione a quella di infermità mentale.

Alcuni studi condotti nelle società occidentali mostrano come la correlazione tra influssi ormonali tipici del ciclo mestruale e sintomi fisici e psicologici non abbia basi solide, in quanto spesso tali sintomi sono dettati da altre cause. D'altra parte, il più delle volte,

proprio perché tali malesseri fisici e psicologici sono automaticamente ricondotti alla sindrome premestruale, non si indaga su quale potrebbe essere la vera causa scatenante degli stessi.

Emerge come la biologizzazione del comportamento femminile possa diventare una forma di discriminazione nei confronti delle donne che si pone in un continuum con l'oggettivazione sessuale, poiché la pretesa di interpretare la loro condotta in relazione alle variazioni ormonali fisiologiche, conduce alla valutazione delle stesse essenzialmente in base alle funzioni corporee.

Ancora una volta soffermarsi sulla naturalità del comportamento femminile, rafforza il binomio natura-cultura, che sancisce l'appartenenza delle donne al primo polo e quella degli uomini al secondo, con l'effetto di giustificare nuovamente la stratificazione sociale compiuta sulla base del genere.

1.5. L'oggettivazione sessuale come forma di deumanizzazione

L'oggettivazione è una forma particolare di deumanizzazione che fa sì che un individuo sia pensato e trattato come oggetto, strumento, merce (Volpato, 2011).

Nello specifico gli studi psicosociali si sono soffermati sull'oggettivazione sessuale, fenomeno per cui il valore di una persona è stimato essenzialmente in relazione al suo corpo e alle sue capacità di attrazione sessuale.

Il fenomeno dell'oggettivazione si configura come forma di deumanizzazione nella misura in cui l'altro, ridotto a oggetto di consumo e strumento per il perseguimento dei propri fini, è privato della propria umanità e diviene interscambiabile e privo di soggettività. Un individuo oggettivato è ridotto a merce e le sue qualità fisiche sono strumentalizzate.

Il primo lavoro compiuto per approfondire la relazione tra oggettivazione sessuale e deumanizzazione è quello di Heflick e Goldenberg (2009) che hanno esaminato come il focus sull'aspetto fisico di una donna, influenzi la percezione sociale.

Lo studio ha fatto in modo che l'oggettivazione sessuale venisse indotta, richiedendo ai partecipanti, di entrambi i generi, di soffermarsi sul corpo delle donne e di giudicarle sulla

base dell'aspetto fisico. In particolare, durante la campagna elettorale per l'elezione del presidente degli Stati Uniti del 2008 si è richiesto ad un gruppo di studenti della Florida, sia maschi sia femmine, di esprimere giudizi sulla candidata alla vicepresidenza Sarah Palin e sull'attrice Angelina Jolie focalizzandosi o sulla persona in generale o soltanto sull'aspetto fisico, misurando anche la competenza attribuita alle stesse e quanto fossero percepite "umane". Dai risultati è emerso che quando il focus era posto sull'aspetto fisico, sia Palin che Jolie venivano percepite come meno umane, fredde e poco competenti. Ciò non accadeva quando il focus era posto sulla persona nella sua totalità.

Emerge dunque, che nel momento in cui una donna è oggettivata, è percepita come dotata di minor umanità, misurata in base ai tratti legati alla natura umana che vengono ad essa attribuiti. Inoltre, è stato mostrato come l'attribuzione di poca competenza ad un target femminile, conseguentemente a un processo di oggettivazione, influenzi anche la percezione della competenza attribuita alle donne più in generale.

Da ricerche successive (Heflick, Goldenberg & Puvia, 2011) è emerso che quando il target è maschile questo non viene percepito come meno competente, meno umano e freddo, nemmeno se il focus è posto sull'aspetto fisico.

Alcuni studi, inoltre, hanno indagato l'influenza della dimensione della moralità sull'attribuzione di minore o maggiore umanità, mostrando come l'esposizione a immagini sessualizzate relative a un target femminile, porti a percepire quel target come meno dotato di *moral patiency*, ovvero di meno capacità di provare emozioni fisiche e psicologiche proprie della natura umana e di conseguenza a connotarlo come immorale.

Un altro aspetto analizzato nei lavori riguardanti l'ambito di studio sulla relazione tra deumanizzazione e oggettivazione sessuale riguarda il tema degli insulti, poiché da questi è possibile cogliere quella che è l'idea di umanità all'interno di una determinata cultura e quali sono quegli elementi che sanciscono la "non-umanità" di una persona. Il dato emerso dai lavori condotti è che l'insulto è diverso a seconda che il target offeso sia maschile o femminile. Se gli insulti sono diretti agli uomini, colpiscono la sfera della competenza o riguardano figure femminili ai quali questi sono legati (ad esempio madri, sorelle, figlie), se sono diretti alle donne minano tutti l'aspetto fisico e la dimensione della sessualità.

2. L'oggettivazione sessuale e le riflessioni teoriche sul tema

Per oggettivazione sessuale si intende quel fenomeno per cui le parti del corpo di una persona o le sue funzioni sessuali sono artificiosamente separate dal resto della persona, ridotte allo status di mero strumento e considerate come in grado di rappresentarla nella sua interezza (Bartky, 1990).

Come si evince dalla definizione di Sandra Bartky, l'oggettivazione sessuale implica una frammentazione simbolica del corpo, che è ridotto ad oggetto per il perseguimento dei fini altrui. È il corpo che prende il posto della persona stessa.

Sebbene i media abbiano un ruolo cruciale nella diffusione di immagini oggettivanti, affrontare il tema dell'oggettivazione sessuale significa non solo soffermarsi sulle rappresentazioni sessuali di cui i media si fanno veicolo, ma tener conto anche delle dimensioni culturali del fenomeno. Il mezzo principale tramite cui l'oggettivazione si esprime è proprio lo sguardo oggettivante che permea i contesti culturali.

Le prime riflessioni teoriche sul tema si hanno a partire dal 1785, quando l'espressione *oggettivazione sessuale* compare per la prima volta in ambito filosofico ad opera di Immanuel Kant.

Il filosofo tedesco nella sua opera "*Metafisica dei costumi*" lo indica come un fenomeno per cui una persona viene considerata un mezzo per il soddisfacimento del piacere sessuale altrui. Chi viene oggettivato è considerato uno strumento attraverso il quale raggiungere i propri fini ed è ridotto alla stregua di un oggetto, privo di umanità, soggettività e autonomia. Secondo Kant, si può sfuggire all'oggettivazione soltanto se si considera la propria persona e qualsiasi altra, sempre come un fine in sé e mai come mezzo.

Successivamente, il discorso sul tema dell'oggettivazione sessuale è ripreso nell'ambito del pensiero femminista, in particolare da Andrea Dworkin (1974;1981) e Catharine MacKinnon (1987;1989) che si sono fatte portavoce di una battaglia contro la pornografia sempre più dilagante. La loro riflessione è costruita a partire dalle differenze di genere e dall'asimmetria di potere presenti nella società, condizioni che sono ulteriormente peggiorate a causa della diffusione della pornografia, dove le donne sono descritte come oggetti del piacere, fruibili proprio in quanto prive di umanità e soggettività. Il primo

passo per porre fine alla disuguaglianza di genere, secondo le pensatrici in questione, è proprio eliminare la pornografia (Papadaki, 2007).

Un'altra teoria di rilievo per il tema dell'oggettivazione sessuale è quella della filosofa femminista americana Sandra Bartky. Nel suo testo *Femininity and domination. Studies in the phenomenology of oppression* (1990) la filosofa dà una definizione del fenomeno alquanto completa, nella quale è possibile distinguere l'oggettivazione come *processo*, ovvero la frammentazione della persona nelle sue parti sessuali, dall'oggettivazione come *esito*, ovvero la riduzione della persona a mero strumento.

Per la filosofa americana Martha Nussbaum l'oggettivazione sessuale è composta da sette dimensioni, di cui parla nel suo saggio *Objectification* (1995): 1) *strumentalità*, proprio perché l'altro è pensato come uno strumento per il raggiungimento dei fini altrui; 2) *negazione dell'autonomia*, in quanto si ritiene che l'altro non possieda una propria soggettività, autonomia e capacità di autodeterminazione; 3) *inerzia*, infatti l'oggetto non è in grado di agire; 4) *fungibilità*, in quanto un oggetto può essere scambiato con altri oggetti; 5) *violabilità*, l'oggetto può essere disintegrato dal momento che non possiede né confini, né una propria integrità; 6) *proprietà*, poiché un oggetto può appartenere a qualcuno e, per tale motivo può essere usato, venduto, o prestato; 7) *negazione della soggettività*, poiché l'oggetto è un'entità inumana, priva di sentimenti ed emozioni.

Nussbaum ritiene che tra le sette dimensioni, quella più pericolosa sia la strumentalità, in quanto nel momento in cui una persona diventa strumento, è passibile di essere utilizzata da chi ha bisogno di quello strumento per raggiungere i propri fini.

Tra le riflessioni teoriche più recenti sul fenomeno dell'oggettivazione, troviamo quella di Gruenfeld e colleghi (2008), che si sono soffermati sull'aspetto della strumentalità e, attraverso sei studi hanno evidenziato la relazione presente tra potere e oggettivazione sessuale; il potere altera la percezione sociale e provoca un aumento dell'approccio strumentale.

Infine, un altro apporto alle teorie sull'oggettivazione sessuale lo si deve alla filosofa greca Evangelia Papadaki (2012), che ha distinto come l'oggettivazione sessuale possa manifestarsi in modo intenzionale, quando un individuo volutamente intende negare l'umanità altrui, o in modo non intenzionale, quando nonostante non ci sia la volontà, di fatto si oggettiva l'altro.

Il contributo di Papadaki è molto importante, poiché mostra come l'oggettivazione possa manifestarsi in modo automatico e talvolta inconsapevole, per cui l'individuo che compie l'oggettivazione può anche non rendersi conto del comportamento che ha inconsciamente messo in atto e, che è scattato a causa di un automatismo dettato dall'adesione a codici culturali patriarcali densi di credenze stereotipiche sulle donne.

3. Le ricerche sui processi cognitivi sottostanti l'oggettivazione sessuale

Nel momento in cui si affronta il tema dell'oggettivazione sessuale è opportuno fare riferimento anche al funzionamento della mente umana e, ai processi cognitivi che si attivano automaticamente negli individui quando si oggettiva una persona.

Gli studi che si sono soffermati sull'argomento in questione hanno cercato di mettere in luce il modo in cui la nostra mente decodifica ed interpreta le informazioni che provengono da uno stimolo percettivo sessualizzato.

Quando si percepisce una persona alla stregua di un oggetto, significa che la nostra mente ha compiuto un processo psichico inaccurato, per cui la persona è stata erroneamente collocata in una categoria mentale sbagliata, che è appunto quella degli oggetti.

Per comprendere meglio la questione, è opportuno fare una distinzione tra due stili percettivi di cui la mente si avvale: la percezione locale e la percezione globale.

Uno stile percettivo globale comporta un focus di tipo olistico o gestaltico, per cui prima l'attenzione è posta sullo stimolo nella sua totalità e, soltanto successivamente sugli elementi di cui lo stimolo è composto.

Invece, uno stile percettivo locale comporta fin da subito un focus sui singoli dettagli che compongono lo stimolo.

L'elaborazione di tipo globale è alla base del riconoscimento delle persone, poiché per riconoscere una persona non basta soffermarsi sulle singole parti che compongono il suo corpo, ma occorre tener conto anche delle relazioni esistenti tra i vari elementi.

Lo stesso non avviene per il riconoscimento degli oggetti, che possono essere facilmente identificati anche focalizzando l'attenzione soltanto sui singoli dettagli che compongono il tutto.

Gervais e colleghi (2013) hanno messo in luce che nel momento in cui si oggettiva qualcuno, la mente mette in atto un'elaborazione della percezione di tipo locale, soffermandosi dunque essenzialmente sui dettagli e perdendo di vista la persona nella sua globalità. Ne deriva che le donne sessualizzate sono percepite dalla nostra mente nel medesimo modo in cui sono percepiti gli oggetti.

Dagli studi sui processi cognitivi sottostanti l'oggettivazione sessuale emerge anche che tale fenomeno è ormai talmente radicato nella società e, diffuso a livello culturale da essere attivato in modo automatico dalla nostra mente.

Il fatto che a livello cognitivo le rappresentazioni di donne sessualizzate siano collocate automaticamente nella stessa categoria degli oggetti, influenza inevitabilmente anche il comportamento degli individui.

È proprio per questo che il fenomeno non è trascurabile e, in virtù del fatto che risulta spesso invisibile agli occhi dei molti, va posta una particolare attenzione al suo riconoscimento nella quotidianità, in modo da poter essere efficacemente contrastato.

4. La dualità mente-corpo e i ruoli di genere

Poiché ogni qual volta si oggettiva qualcuno si pensa che il suo corpo, o parti di esso, siano scindibili dal resto della persona, ciò che avviene esattamente è una separazione concettuale tra la sua anima/mente e il suo corpo.

La dualità anima/mente-corpo non è, tuttavia, un fenomeno figlio della contemporaneità, ma risale a tempi molto antichi.

Basti pensare a Platone, il primo a sostenere una concezione dualista, dove l'anima, immortale e divina, esiste da prima del corpo e, in quanto centro della vita intellettuale ed etica dell'uomo, può conoscere la verità. Lo stesso non avviene per il corpo, elemento negativo, che incatena l'anima, rendendola prigioniera.

Anche Cartesio, nella sua teoria distingue tra *res cogitans*, ovvero la sostanza psichica e pensante, che esiste al di fuori dello spazio e, *res extensa*, ovvero l'estensione materiale, che non può essere pensata se non in relazione allo spazio.

L'elemento distintivo del discorso intorno al tema della contrapposizione mente-corpo è che la mente si carica di significati positivi, poiché è pura, immateriale ed eterna, il corpo, invece, assume una connotazione negativa, in relazione alla sua materialità e corruttibilità.

È proprio nella distinzione e opposizione socialmente determinata tra natura-cultura, corpo-mente, che si può individuare uno dei miti di legittimazione delle disuguaglianze di genere, così come uno dei motivi per cui il modello culturale del patriarcato si è perpetrato nel tempo (Pacilli, 2014).

All'interno del binomio natura-cultura, le donne e gli uomini occupano dei ruoli distinti. I ruoli socialmente assegnati alle donne, poiché sono organizzati intorno alle funzioni riproduttive e si caratterizzano per l'orientamento alla cura, afferiscono alla sfera della natura, mentre, quelli assegnati agli uomini, poiché si contraddistinguono per l'orientamento al potere, afferiscono alla sfera della cultura. Questa assegnazione di ruoli distinti in base al genere, è riconosciuta a livello sociale e da essa traggono legittimazione le discriminazioni e l'asimmetria di potere all'interno della società.

È opportuno vedere come si costruiscano socialmente i ruoli sociali e perché ci si trovi di fronte a stereotipi maschili e femminili, ciascuno con proprie caratteristiche e peculiarità. Gli stereotipi sono rappresentazioni mentali, prodotto del normale funzionamento della mente umana, che si formano poiché gli esseri umani pensano il mondo fisico e sociale suddividendolo in categorie che sono associate a funzioni e ruoli diversi. Un esito del processo di categorizzazione è la tendenza a percepire come più diversi tra loro, di quanto non lo siano in realtà, gli elementi appartenenti a due categorie distinte, e più simili tra loro, di quanto effettivamente siano, gli elementi appartenenti alla stessa categoria. Perciò, nel momento in cui la realtà sociale è suddivisa nelle categorie di uomini e donne, si tenderà a percepire le donne più simili tra di loro e lo stesso accadrà per gli uomini.

L'etimologia stessa del termine, *stereos*, "solido" e *typos*, "modello", indica che lo stereotipo è un modello alquanto resistente al cambiamento, le cui proprietà principali sono rigidità e replicabilità; tutti gli stereotipi sono appresi molto presto, nei primi anni

di vita e oltre ad essere utilizzati in modo automatico da tutti gli individui, ne influenzano anche atteggiamenti e comportamenti.

Gli stereotipi di genere prescrivono come uomini e donne si debbano comportare e, fanno sì che gli individui si conformino a ruoli socialmente costruiti, mantenendo così una struttura sociale basata sulla disegualianza e sull'asimmetria di potere (Volpato, 2013). Questo tipo di stereotipi, inoltre, è dannoso in quanto ostacola le pari opportunità. Infatti, in ogni ambito della vita sociale gli stereotipi maschili sottolineano l'orientamento al compito, al potere, al perseguimento dei propri fini, gli stereotipi femminili, invece, evidenziano le capacità di cura, l'emotività, la moralità.

Si tratta delle due dimensioni, di *agency* e *communality*, i cosiddetti *Big Two*, che costituiscono due diverse modalità di agire nella sfera sociale e, che caratterizzano rispettivamente gli uomini e le donne.

Secondo la teoria dei ruoli sociali di Eagly (1987) i contenuti stereotipici sono legati alla posizione sociale di uomini e donne (Valtorta, Sacino, Baldissarri & Volpato, 2016), per cui ogni individuo è portato a sviluppare quelle capacità che sono fondamentali per ricoprire il proprio ruolo sociale.

È per questo che le donne devono possedere qualità *communal*, quali il calore, la gentilezza, l'espressività, che gli permettono di ricoprire adeguatamente ruoli domestici e di cura, mentre gli uomini non possono non avere quelle caratteristiche *agentic*, fondamentali per ottenere successo e potere, e coerenti al ruolo sociale tradizionale maschile.

Tutto ciò non fa che perpetuare l'asimmetria di potere in quanto, si ritiene comunemente opportuno e necessario che al vertice della gerarchia sociale si trovino individui autocentrati, competenti e ambiziosi ma, dotati di poco calore ed emotività, con la conseguente e frequente esclusione di donne da incarichi importanti.

5. Discriminazioni di genere e sessismo

Nonostante i passi avanti compiuti nell'ultimo secolo, le disuguaglianze di genere all'interno della società continuano ad essere presenti in ogni contesto di vita, basti

pensare al mondo del lavoro, o alla politica, o al mondo dei media e del web, dove quotidianamente sono veicolate rappresentazioni sessualizzate che rimarcano la subordinazione del genere femminile a quello maschile. Le difficoltà di cambiamento sono dovute soprattutto allo stampo fortemente sessista della società, che ostacola il progresso verso un'effettiva parità di genere.

Nel corso della storia per giustificare l'asimmetria presente tra uomini e donne e, per far sì che tale condizione venisse mantenuta e accettata, sono state messe a punto una serie di ideologie legittimanti, alcune più evidenti e manifeste, altre più subdole e sottili.

Il sessismo si configura come ideologia legittimante al fine di perpetuare il controllo delle donne da parte degli uomini. Nella contemporaneità il sessismo agisce per lo più in modo invisibile, e si esprime in forme indirette e sottili.

Si parla di *sessismo moderno* o *neossessismo* proprio per indicare queste forme di discriminazione caratterizzate dalla sottovalutazione della disparità di genere. Per il neossessismo l'asimmetria di potere tra uomini e donne è una questione ormai superata, per cui non vale più la pena lottare, in quanto si pensa che l'uguaglianza sia ormai stata raggiunta. La conseguenza di questo atteggiamento è che non riconoscendo l'esistenza del problema, si contribuisce al mantenimento della discriminazione.

Tuttavia, occorre fare una distinzione tra due diverse forme di sessismo, la prima caratterizzata da aperta ostilità nei confronti del genere femminile, la seconda operante in modo più sottile.

Il *sessismo ostile* si esprime attraverso comportamenti e atteggiamenti di avversione verso le donne che non accettano lo status quo, in quanto vede in queste ultime una minaccia per la supremazia maschile. Secondo questa tipologia di sessismo, il genere femminile è inferiore per natura, perciò è impensabile ogni forma di parità.

Esempi lampanti di sessismo ostile nella contemporaneità ci pervengono in particolar modo dal mondo politico, ad esempio dal comportamento di molti deputati che hanno dichiarato aperto disprezzo e avversione nei confronti dell'introduzione delle quote di genere, e più in generale nei confronti delle donne in Parlamento. Tuttavia, il sessismo ostile ha operato in particolar modo nel passato, basti pensare alle tesi sull'inferiorità femminile sostenute da scienziati e medici nel corso dell'Ottocento, o alla più recente ideologia fascista, caratterizzata da una marcata avversione contro le donne.

L'altra faccia del sessismo è rappresentata dal *sessismo benevolo*, che può essere considerato una sorta di pregiudizio sottile, in quanto è accettato più facilmente a livello sociale, ma il cui fine ultimo è sempre quello di perpetuare l'asimmetria di genere all'interno della società. Consiste nel riconoscere alle donne tutte quelle qualità mancanti agli uomini, tanto da adularle e da ritenerle creature meravigliose bisognose di protezione. Proprio perché mascherato, il sessismo benevolo, talvolta non è riconosciuto nemmeno dalle stesse donne, per cui diventa difficile agire contro di esso. La causa risiede nella concezione stereotipica, ormai consolidata, per cui le donne, debbano ricoprire un ruolo sociale che si distingue per tratti *communal*, mentre il potere e la carriera siano elementi propri del ruolo sociale maschile. Queste norme di genere, da norme culturali derivanti dalla tradizione, finiscono per essere percepite come naturali, per cui viene meno ogni tentativo di opporsi alle stesse.

Le credenze sessiste relative ai ruoli tradizionali danno vita a strategie che hanno lo scopo di legittimare lo status quo, per evitare un'inversione di ruoli tra gruppo dominante e dominate. Tra queste strategie sono da ricordare: 1) l'attribuzione di tratti stereotipati alle donne, che rimandano alla dimensione del corpo e all'emotività; 2) l'esclusione sociale, motivata dalla presunta incapacità o inadeguatezza delle donne a ricoprire alcuni tipi di incarichi; 3) l'accostamento delle donne ad altri gruppi delegittimati; 4) la definizione del genere femminile attraverso etichette politiche, come ad esempio l'etichetta "femminista" (Volpato, 2013).

Nel prossimo paragrafo, sarà mostrato il ruolo svolto dai media nella perpetuazione delle asimmetrie di genere all'interno della società, e sarà messo in luce come anche all'interno di questi dispositivi si ripresentino incessantemente ruoli tradizionali e stereotipati del maschile e del femminile.

6. Sessualizzazione e media

Con il termine sessualizzazione si fa riferimento a quel processo, ancora in atto, per cui la società è diventata sempre più satura di rappresentazioni sessuali.

Nella cultura contemporanea le immagini sessualizzate diventano più esplicite, più diffuse e, soprattutto più accessibili grazie anche ai nuovi mezzi di comunicazione di massa e al crescente utilizzo del web da parte di una porzione più ampia di popolazione. Nei mass media e nella rete il corpo femminile è fortemente sessualizzato poiché è quotidianamente utilizzato per attirare l'attenzione di chi guarda e, per vendere prodotti. L'esposizione continua a immagini mediatiche che descrivono le donne come oggetti sessuali influenza il comportamento degli attori sociali e, la percezione che questi ultimi hanno di sé. Inoltre, alimenta concezioni stereotipiche dei ruoli di genere, accrescendo così l'asimmetria di potere all'interno della sfera sociale.

Il documentario *Il corpo delle donne*, dal quale successivamente è stato realizzato anche un libro (Zanardo, Cantù & Malfi Chindemi, 2010) mostra proprio come nella realtà italiana l'oggettivazione sessuale nei media sia in crescita.

Lorella Zanardo ritiene che l'immagine svalutante delle donne, divulgata dai media costituisca un vero problema per il genere femminile e per la società più in generale. È proprio a sostegno di questa tesi che ha deciso di realizzare un video denuncia di circa 25 minuti per mostrare in modo provocatorio come nella televisione italiana l'oggettivazione sessuale raggiunga il suo apice. In particolare si è soffermata sulle giovani ragazze cariche di *sex appeal* che finiscono per ricoprire ruoli ornamentali e circoscritti in ogni programma televisivo e, su come la televisione proponga incessantemente corpi di donna ipersessualizzati e chirurgicamente modificati, contribuendo ad imporre quei canoni così innaturali, come ideali di bellezza da raggiungere ad ogni costo.

Viene spontaneo domandarsi per quale motivo gli attori sociali non facciano nulla per ribellarsi a questa trasmissione incessante e continua di immagini stereotipate e oggettivanti che sono fonte di umiliazione per il genere femminile.

Probabilmente la causa primaria è che la stessa televisione, il web, le riviste e i cartelloni pubblicitari trovino supporto in una cultura patriarcale e fortemente sessista. Infatti, le società occidentali pongono in primo piano l'aspetto estetico e la bellezza fisica e soprattutto alle donne è richiesto di conformarsi a quei modelli di perfezione, trasmessi appunto dai media.

L'importanza prioritaria attribuita all'aspetto fisico delle donne emerge già dai messaggi trasmessi in modo assillante e ripetitivo all'interno dei programmi televisivi destinati ai più piccoli. In questo modo anche bambini e bambine interiorizzano fin dall'infanzia

L'idea della donna-oggetto e fanno propria la convinzione per cui il valore individuale di ciascuna persona sia misurabile essenzialmente in base all'aspetto estetico.

I media hanno un grande potere in quanto riescono a influire sulla percezione sociale attraverso il linguaggio e le immagini utilizzate, che vengono accuratamente selezionate in base al messaggio che si vuole trasmettere. Inoltre, i canali mediatici assicurano una trasmissione di queste stesse immagini su larga scala, in modo da renderle facilmente accessibili e fruibili. Nel momento in cui le informazioni trasmesse sono cariche di stereotipi e pregiudizi, l'effetto del messaggio mediatico non è positivo, in quanto influisce negativamente sui processi cognitivi ed emotivi di chi lo recepisce, alimentando quegli stessi stereotipi e pregiudizi.

Va anche sottolineato che i media, attraverso la sovrarappresentazione di alcuni fenomeni rispetto ad altri, provocano distorsioni di quella che è la realtà, così che chi ne fruisce tenderà a recepire quel messaggio alterato, come se fosse lo specchio della realtà.

È così che quei corpi perfetti di modelle, soubrette e altri personaggi mediatici, manipolati con trucchi tecnologici al limite dell'impossibile, una volta interiorizzati dalle persone, diventano per le stesse dei modelli con i quali confrontarsi quotidianamente. Da questo confronto emerge l'inevitabile scarto tra il proprio aspetto fisico e quei corpi tanto artefatti quanto desiderabili, a tal punto che le persone faranno di tutto per tentare di ridurre questa discrepanza.

L'interiorizzazione dei modelli mediatici può essere intesa come l'introiezione di specifici disvalori mediatici a tal punto che questi diventano dei principi guida della propria esistenza (Thompson & Stice, 2001).

Sebbene Fredrickson e Roberts (1997) nell'elaborazione della teoria sull'oggettivazione sessuale sottolineino come le rappresentazioni sessualizzate veicolate all'interno dei canali mediatici contribuiscano notevolmente a perpetuare l'oggettivazione nei confronti delle donne, ci sono ancora pochi studi dedicati all'influenza dei contenuti sessualizzanti dei media sull'attivazione di processi di auto-oggettivazione. Tra le poche ricerche condotte in quest'ambito, occorre ricordare gli studi di Harrison e Fredrickson, di Aubrey e di Harper e Tiggemann.

Da un primo studio di Harrison e Fredrickson (2003) è emerso che tra ragazze adolescenti un'elevata lettura di riviste a contenuto sportivo andava di pari passo con un'alta insoddisfazione per la propria immagine corporea e vergogna per il proprio aspetto fisico.

Nelle riviste così come nelle trasmissioni televisive dedicate allo sport, le rappresentazioni delle atlete, infatti, evidenziano fisicità statuarie ed in linea con gli standard di bellezza estetica. Un secondo studio condotto con lo stesso gruppo di ragazze ha mostrato come la visione di un video dai contenuti sessualizzanti provocava un incremento delle esperienze di auto-oggettivazione.

Nel 2006 Aubrey conduce una ricerca che mette in luce come l'esposizione a messaggi mediatici oggettivanti sia strettamente correlata all'attivazione del processo di auto-oggettivazione sia negli uomini che nelle donne.

Harper e Tiggemann (2008), tramite un disegno sperimentale hanno dimostrato come l'esperienza dell'auto-oggettivazione si attivi in modo diverso a seconda che la rappresentazione alla quale si è esposti sia sessualizzata o meno. La ricerca è stata condotta con un gruppo di novanta ragazze universitarie australiane, che sono state esposte sia ad un'immagine pubblicitaria ritraente una modella, sia ad immagini nelle quali non erano presenti persone. Nel primo caso l'auto-oggettivazione era più elevata con i conseguenti malesseri legati ad una percezione negativa del proprio aspetto estetico. Dagli esigui, ma significativi studi condotti emerge come il ruolo dei media sia cruciale non soltanto per la compromissione del benessere psicofisico di chi è esposto a messaggi mediatici oggettivanti, ma anche per l'attivazione di esperienze di auto-oggettivazione sessuale. Questo si configura come un aspetto interessante e significativo, che andrebbe senz'altro trattato in modo più approfondito.

6.1. Stereotipi di genere nei mass media

Gli studi che analizzano come i media presentano uomini e donne, mostrano concordi che in tutti i paesi e in tutti i tipi di media, le donne sono sottorappresentate rispetto agli uomini (Volpato, 2013).

Le ricerche condotte per indagare la presenza e l'incidenza degli stereotipi di genere all'interno dei media e di come uomini e donne siano rappresentati in modo da incarnare i ruoli tradizionali, sono iniziate intorno agli anni Settanta del Novecento. McArthur e Resko nel 1975 hanno condotto un'indagine per analizzare la presenza di

rappresentazioni stereotipiche negli spot pubblicitari della televisione americana. L'indagine, che ha preso in considerazione il ruolo di uomini e donne presenti nella pubblicità, la loro età e il tipo di prodotto pubblicizzato, è stata successivamente presa a modello da vari Paesi nel mondo che hanno realizzato altri studi sul tema.

Nel 1978 Erving Goffman, per dimostrare come negli spot pubblicitari uomini e donne svolgano attività diverse e dicano cose diverse, conduce una ricerca analizzando 508 fotografie provenienti da quotidiani e magazine da cui emerge come il ruolo delle donne sia subordinato rispetto a quello degli uomini e come questa disuguaglianza tra i generi emerga in vari modi, sia nella postura degli stessi, sia nella gestualità, sia in altri tipi di comportamenti non verbali. Gli uomini predominano la scena, mentre le donne sono collocate in secondo piano.

Da una sintesi delle ricerche condotte in questo ambito, compiuta da Furnham e Paltzer (2010), giunge la conferma che nei mass media delle società occidentali vi è una grande disparità tra le rappresentazioni degli uomini e quelle delle donne. Queste ultime, a differenza dei primi svolgono sempre ruoli marginali, sono presentate come semplici utilizzatrici del prodotto e mai come esperte, sono giovani, belle e sorridenti. I risultati sono stati successivamente confermati anche da una metanalisi, effettuata da Eisend (2010), su 64 studi pubblicati tra il 1973 e il 2007.

Dunque, anche nei mass media, come all'interno delle relazioni sociali, gli stereotipi di genere sono più saldi che mai, per cui in linea con la teoria dei ruoli sociali, gli uomini sottolineano la dimensione dell'*agency*, mentre le donne sottolineano la dimensione della *communality*. I tratti *agentic* attribuiti agli uomini fanno sì che anche nei mass media questi ultimi siano ritratti in posizioni di prestigio, mentre svolgono in modo attivo delle azioni che dominano la scena. Le donne, invece, coerentemente alle qualità *communal* ad esse attribuite, assumono ruoli decorativi e secondari oltre che essere rappresentate in modi sessualizzanti. È così che le figure femminili all'interno della televisione sono presenti per lo più in spot pubblicitari, dove svolgono la funzione di utilizzatrici di prodotti poco costosi e che rimandano alla dimensione della casa, quali cibi, detersivi, cosmesi, oppure, in programmi in cui svolgono una mera funzione di abbellimento o fanno da supporto ad uomini che si muovono in primo piano.

A comprovare ulteriormente il fatto che i media propongano una visione stereotipata dei ruoli sociali e collochino le donne in posizione subordinate, vi sono anche i fenomeni del

faceism e del *body-ism*. Si tratta di due modi di inquadrare i personaggi che si muovono sulla scena; nel caso del *faceism* l'attenzione è posta sul volto, nel caso del *body-ism* il focus diventa il corpo. Archer e colleghi (1983), attraverso uno studio sperimentale hanno valutato le immagini trasmesse dai mass media di varie parti del mondo in base ad un indice di preminenza facciale, per misurare quanto uomini e donne fossero rappresentati ponendo attenzione sul volto o sul corpo. I risultati di questa ricerca mostrano come non solo nei media, ma anche nelle opere d'arte gli uomini siano ritratti prevalentemente ponendo il focus su testa e viso, mentre per le donne il focus si sposta sul corpo o parti di esso. È un'ulteriore conferma del fatto che agli uomini sono attribuite caratteristiche *agentic*, poiché la testa simbolizza le qualità intellettuali, mentre alle donne sono attribuite caratteristiche *communal*, in quanto il corpo rimanda alle qualità emotive. Inoltre, focalizzare l'attenzione sul corpo di una persona induce a percepire la stessa come meno intelligente e competente.

Gli innumerevoli studi condotti in quest'ambito dimostrano che i media agiscono riflettendo e rafforzando quel modello culturale patriarcale su cui si fonda una società dove le disuguaglianze di genere sono ancora forti e difficili da abbattere.

6.2. L'oggettivazione sessuale nei prodotti televisivi

Nei media il corpo delle donne è il principale bersaglio di rappresentazioni oggettivanti, infatti, programmi televisivi, cartoni animati, riviste, videogiochi e video musicali sono saturi di immagini femminili sessualizzate fino all'eccesso.

In ogni canale mediatico la bellezza fisica delle donne è messa in primo piano e il loro corpo è sessualizzato e mercificato.

Va precisato il fatto che all'interno dei media, i corpi femminili appaiono tutti perfettamente uguali e tutti aderenti a canoni standard di bellezza alquanto irrealistici.

La presenza di corpi sessualizzati abbonda già nei cartoni animati, dove le protagoniste femminili sono tutte giovani, snelle, ammiccanti e sexy, oltre che sempre vestite alla moda.

In questo ambito sono state condotte interessanti ricerche, tra cui quella effettuata da Rumble e colleghi (2000), che ha preso in analisi 23 film animati prodotti dalla Disney nell'arco di 60 anni. Ne è emerso che tutti i personaggi femminili avevano un aspetto fisico migliore rispetto a quelli maschili e che alla bellezza fosse associata anche la magrezza.

Un'ulteriore conferma giunge da uno studio realizzato nel 2006 da Klein e Shiffman, dai cui risultati emerge anche un altro aspetto interessante: i personaggi più belli dal punto di vista estetico sono rappresentati anche come più felici, intelligenti e orientati verso gli altri.

Una ricerca che si è focalizzata su un format televisivo italiano particolarmente seguito dalle bambine di tutto il mondo è quella di Pierozzi (2012), che ha preso in esame il cartone animato *Winx Club*. Le protagoniste sono delle fatine che attraverso pozioni ed incantesimi combattono i malvagi. L'elemento che si nota a prima vista è che sono tutte estremamente simili, infatti, si distinguono soltanto per il taglio e il colore dei capelli, mentre visi e corpi sono uguali. In particolare, il corpo di queste ragazze si distingue per la magrezza, la sensualità e per le gambe lunghissime e affusolate, il viso per i tratti armoniosi e gli occhi grandi. L'abbigliamento è sexy e la maggior parte dei discorsi che si scambiano queste ragazze-fate sono inerenti all'aspetto fisico e al modo di vestire. Inoltre, l'irrinunciabile ricorso alla magia, mosso anche dalle poche capacità che le fatine dimostrano e sostengono di avere in qualsiasi attività quotidiana e, i modi di comportarsi spesso frivoli, sembrano voler indicare che a tanta bellezza delle sei ragazze, corrisponda altrettanta incompetenza e superficialità.

Anche da quei programmi televisivi in cui gli episodi si configurano come vere e proprie lezioni di *fashion style*, si evince l'enfasi che i media pongono sull'aspetto fisico femminile. In questi show che sono nati in America, ma che sono stati successivamente realizzati anche in Italia, l'adeguatezza dell'immagine corporea ai canoni di bellezza standard è vista come un elemento imprescindibile, tanto che le protagoniste subiscono una serie di offese e di commenti sprezzanti da parte dei conduttori per la loro noncuranza nei confronti dell'aspetto estetico, fino a che non viene compiuta su di loro una "trasformazione". In particolare, le donne in questione sono segnalate alla trasmissione per mano di amici, familiari, colleghi che reputano il loro modo di vestire troppo maschile o di cattivo gusto. La trasformazione che i conduttori compiono si configura come una

normalizzazione della donna, secondo l'adesione ai canoni tradizionali di bellezza e ai criteri di femminilità socialmente accettati. Tutto ciò non fa che accrescere la possibilità che non solo le protagoniste del programma, ma anche le spettatrici, vivano esperienze di auto-oggettivazione a seguito della percezione dello scarto tra la propria immagine e quella promossa dal programma televisivo.

Occorre, inoltre, richiamare l'attenzione ai video musicali, in quanto molto spesso diventano un altro campo d'azione di rappresentazioni femminili oggettivanti. Una ricerca in questo ambito è stata condotta da Aubrey e Frisby (2011) che analizzando 147 video tra i primi delle classifiche musicali americane, hanno evidenziato che le donne svolgevano il più delle volte una mera funzione di ornamento sessuale, facendo da cornice agli uomini, e che erano rappresentate in modo molto più provocante rispetto a questi ultimi.

Da un altro studio condotto da Ward e colleghi (2013) per esaminare la rappresentazione delle donne nere in video musicali hip hop, è emerso che la maggior parte delle volte le inquadrature erano focalizzate su parti sessualizzate del corpo femminile e che le donne erano vestite in modo sexy. Inoltre, le stesse avevano atteggiamenti provocanti nei confronti degli uomini presenti nel video, che oltre ad occupare una posizione di primo piano, si dimostravano anche noncuranti della presenza delle stesse.

Negli ultimi venti anni, i videogiochi sono diventati una delle forme prevalenti di intrattenimento per bambini e adulti (Burgess, Stermer e Burgess 2007). La disparità di genere e le rappresentazioni oggettivanti dominano la scena all'interno di questi dispositivi dediti al divertimento.

Burgess e colleghi (2007) hanno condotto un lavoro per evidenziare il modo in cui i personaggi maschili nei videogiochi siano sovrarappresentati rispetto a quelli femminili, e come questi ultimi siano fortemente sessualizzati. Ne è emerso che i personaggi donne svolgono ruoli d'azione in modo più sporadico rispetto agli uomini e che in ogni caso, quando sono presenti, l'enfasi è posta sull'aspetto fisico che si mostra alquanto irrealistico e oggettivato. Basti pensare a Lara Croft, l'eroina dal corpo esile e slanciato, ma dai glutei e dal seno abbondanti.

L'oggettivazione sessuale in questi canali mediatici raggiunge livelli eclatanti, tanto che le immagini del corpo femminile sono al limite dell'irrealtà, con conseguenze deleterie sul benessere psicofisico delle donne che ne sono esposte.

7. Il fenomeno dell'auto-oggettivazione

È interessante approfondire anche il fenomeno dell'auto-oggettivazione, per la sua stretta connessione con quello dell'oggettivazione sessuale.

Come precedentemente osservato, nell'era digitale, la sovrabbondanza di rappresentazioni femminili sessualizzate e oggettivate, altera non solo la percezione che gli attori sociali hanno nei confronti di quel target sessualizzato, ma anche la percezione che chi si identifica in quel target ha nei confronti di se stesso.

Ogni qual volta lo sguardo oggettivante investe il Sé e viene interiorizzato da chi lo subisce si parla di auto-oggettivazione. Si tratta di un processo psicologico, conseguenza del processo culturale e sociale dell'oggettivazione sessuale.

A vivere quest'esperienza psicologica sono soprattutto le donne, sebbene il fenomeno sia in costante aumento anche tra il genere maschile. Tuttavia, fino ad oggi le ricerche si sono soffermate sull'auto-oggettivazione in quanto esperienza femminile, in riferimento alle disuguaglianze di genere presenti nella società e al modello culturale patriarcale su cui tali disuguaglianze poggiano le basi.

Il fenomeno si configura come una condizione psicologica in cui viene fatta esperienza di un Sé alterato, poiché interiorizzando lo sguardo dell'altro si assume una prospettiva esterna al Sé, e si verifica in questo modo una sorta di sdoppiamento della propria persona. Questo sguardo esterno può essere quello di persone vicine e significative, ad esempio familiari, amici, partner, oppure può assumere le caratteristiche di uno sguardo sociale che emerge dalle pratiche culturali proprie di una società, le quali definiscono i canoni standard di bellezza.

Per spiegare l'influenza dello sguardo altrui nel modo in cui le persone tendono a percepirsi, nel 1902 il sociologo statunitense Charles Horton Cooley ha elaborato il concetto di *looking-glass-self* (*il Sé che si guarda allo specchio*). Secondo Cooley, il Sé, per la sua natura relazionale e sociale, può svilupparsi soltanto in una dimensione intersoggettiva, seguendo una dinamica relazionale circolare. Ciò significa che gli altri influenzano il modo in cui vediamo noi stessi, ma che anche noi possiamo influenzare il modo in cui ci vedono gli altri (Yeung & Martin, 2003).

Vivere l'esperienza dell'auto-oggettivazione può essere nocivo poiché chi ne è colpito tende ad attribuirsi valore soltanto in relazione alle proprie qualità fisiche e al *sex appeal*

posseduto. Proprio per tale motivo, chi fa esperienza di auto-oggettivazione può sviluppare disturbi dell'umore, disturbi alimentari, diminuzione dell'autostima, depressione e talvolta può anche maturare comportamenti autolesivi.

È utile ribadire che un ruolo cardine nel processo di auto-oggettivazione è compiuto dai media e dal crescente utilizzo del web, che propongono continuamente immagini di donne sessualizzate, dai corpi procaci e sensuali, che incarnano l'ideale di bellezza dei canoni contemporanei. Questi stessi canoni di bellezza, ostentati e incoraggiati dalla televisione, da internet e dalle riviste diventano un punto di riferimento per molte donne e ragazze, che sentono la necessità di accostarsi ad ogni costo, in quanto reputano che l'adesione a quegli standard possa essere un elemento distintivo per le loro capacità di attrazione.

Ma la percezione dello scarto tra il proprio corpo e quei modelli irrealistici di bellezza, genera insoddisfazione e desiderio di rimediare a quell'inadeguatezza. È così che l'esperienza dell'auto-oggettivazione si collega con l'accrescimento dell'interesse nei confronti della chirurgia estetica, che viene percepita come una possibile arma nella lotta alle "imperfezioni". Il corpo reificato diventa oggetto da manipolare, trasformare, modellare, dunque un vero proprio progetto a cui si è condannate a lavorare potenzialmente all'infinito (Pacilli, 2014).

Alcune ricerche mostrano come il nesso tra auto-oggettivazione e chirurgia estetica sia oggi più evidente che mai. Calogero e colleghi (2010) hanno mostrato come il desiderio di ricorrere ad interventi di chirurgia estetica aumenti in relazione agli episodi di oggettivazione sessuali vissuti e in relazione alla vergogna e al senso di inadeguatezza provati per il proprio aspetto fisico. Da un altro studio, di Henderson-King e Henderson-King (2005) è emerso che il ricorso alla chirurgia estetica sia mosso non tanto dal desiderio di diventare attraenti, quanto piuttosto dalla paura di perdere le proprie capacità attrattive in relazione ad un corpo che cambia con il passare del tempo.

Analizzando l'esperienza dell'auto-oggettivazione da un punto di vista psicosociale è opportuno fare una distinzione tra due aspetti che vengono definiti da Miner-Rubino, Twenge e Fredrickson (2002) rispettivamente *auto-oggettivazione di stato*, la quale si verifica soltanto in modo temporaneo a seguito dell'esposizione a immagini sessualizzate e, *auto-oggettivazione di tratto*, ossia perdurante nel tempo, che per innescarsi non ha bisogno di elementi provenienti dal contesto, in quanto si configura come una caratteristica individuale per cui si tende stabilmente a riflettere sul proprio sé lo sguardo

oggettivante altrui e a misurare costantemente l'adeguatezza del proprio aspetto fisico. Non è improbabile che da un'auto-oggettivazione di stato si possa passare ad un'auto-oggettivazione di tratto, se l'esposizione a rappresentazioni femminili sessualizzate si protrae per lungo tempo.

Da un punto di vista teorico, le due principali teorie sull'auto-oggettivazione sessuale sono quella elaborata da McKinley e Hyde (1996) e quella elaborata da Fredrickson e Roberts (1997).

7.1. La teoria della consapevolezza del corpo oggettivato di Nita Mary McKinley

Nell'ambito della riflessione sull'oggettivazione sessuale, Nita Mary McKinley nel 1994 introduce il concetto di *Objectified body consciousness (consapevolezza del corpo oggettivato)*, che riprenderà successivamente nel 1996 insieme a Hyde individuando tre dimensioni che lo caratterizzano.

La prima dimensione è *la sorveglianza del proprio corpo*, per cui quotidianamente le donne sono portate a preoccuparsi per il proprio aspetto estetico; la seconda riguarda *la vergogna per il proprio corpo*, conseguente alla percezione dell'inadeguatezza del proprio aspetto fisico; infine, la terza dimensione è quella delle *credenze associate al controllo*, ovvero la convinzione di poter governare e manipolare il proprio aspetto fisico in base a come si desidera che sia.

McKinley approfondisce il concetto di sorveglianza, servendosi della riflessione sul tema, condotta da Foucault (1975). Per il filosofo francese, la sorveglianza è un elemento che possiede una funzione cruciale per il controllo e per l'esercizio del potere. Egli per spiegare in modo più chiaro questa funzione, introduce la metafora del Panopticon, la prigione ideale proposta da Bentham nel diciottesimo secolo. Il Panopticon è un edificio circolare dove le celle dei prigionieri sono disposte a cerchio lungo la struttura cilindrica, mentre la guardia si trova al centro. Per i prigionieri la sensazione è quella di essere perennemente osservati, mentre la guardia rimane nell'oscurità, guardando senza essere vista. Progressivamente lo sguardo disciplinare viene interiorizzato dai prigionieri che imparano così a controllare se stessi (Loughnan & Pacilli, 2014).

Allo stesso modo, secondo McKinley le donne non conoscono il momento preciso in cui sono investite dallo sguardo oggettivante della società, e così tendono ad imporre un controllo automatico e costante su se stesse e ad interiorizzare i giudizi di questo sguardo esterno, che investe il proprio corpo o parti di esso.

Questa continua sorveglianza imposta su di sé conduce le donne a percepire il proprio aspetto fisico come un qualcosa che deve essere continuamente perfezionato e corretto in tutto ciò che viene percepito come difetto.

Il tutto è sostenuto e amplificato, dalla convinzione che affonda le radici in un sistema culturale patriarcale per cui il corpo delle donne debba essere continuamente migliorato, e quindi costantemente controllato, attraverso un'incessante auto-sorveglianza sul proprio aspetto fisico e il confronto di quest'ultimo con quello culturalmente accettato.

Le conseguenze di questa auto-disciplina del proprio corpo sono alquanto dannose, poiché il tentativo di perseguire canoni ideali di bellezza, che si configurano come un'irraggiungibile perfezione, può compromettere seriamente lo stato di benessere psicofisico e la vita sociale.

7.2. La teoria dell'auto-oggettivazione sessuale di Fredrickson e Roberts

Con l'intento di mostrare gli innumerevoli effetti negativi della sessualizzazione e le conseguenze psicologiche del fenomeno, nel 1997 Barbara Fredrickson e Tomi-Ann Roberts propongono la teoria dell'auto-oggettivazione sessuale pubblicando sulla rivista *Psychology of Women Quarterly*, l'articolo dal titolo *Objectification Theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks*. Prima di tutto occorre precisare, che le due studiose, nell'ambito della loro teorizzazione utilizzano spesso i termini oggettivazione e auto-oggettivazione sessuale come sinonimi.

Secondo la teoria dell'oggettivazione sessuale elaborata da Fredrickson e Roberts, oggettivare una donna significa ridurla ad oggetto sessuale, e in quanto tale privarla della propria umanità e considerarla disponibile per il soddisfacimento del piacere altrui. Le due studiose ribadiscono che lo studio del fenomeno non possa essere affrontato se non tenendo conto del contesto sociale e culturale in cui la persona si muove, poiché il modo

di pensare e percepire il proprio corpo si configura come l'esito di un processo relazionale e socioculturale. È proprio per questo che gli studi condotti da Fredrickson e Roberts utilizzano come campionesse donne americane che vengono osservate mentre agiscono nel proprio contesto culturale.

L'intento delle due studiose è quello di mettere in luce le conseguenze psicologiche dell'oggettivazione sessuale, e non di indagarne le cause scatenanti.

Inoltre, le due autrici sostengono che le donne siano guardate tanto quanto sono guardati gli uomini, ma la differenza risiede nel fatto che lo sguardo cui sono sottoposte le prime è uno sguardo oggettivante che si manifesta non soltanto nell'ambito delle relazioni sociali ma anche all'interno dei media che propongono costantemente immagini di donne ridotte a meri corpi sessualizzati.

È proprio in una società caratterizzata dalla sessualizzazione della cultura che secondo le due studiose si iscrive il fenomeno dell'auto-oggettivazione.

7.3. Le conseguenze dell'auto-oggettivazione sessuale sulla persona

Se l'essere sottoposti continuamente ad esperienze di oggettivazione sessuale conduce gli individui all'interiorizzazione dello sguardo altrui e quindi all'auto-oggettivazione, quali sono le conseguenze di quest'ultimo fenomeno?

Gli effetti dell'auto-oggettivazione si presentano quotidianamente, a causa dell'esposizione sempre più massiccia a rappresentazioni sessuali che circolano non solo nei media, ma soprattutto nel web, in particolare nei social media e nei social network. Le conseguenze possono essere molteplici, ma in primo luogo, ad essere compromesso è il benessere psicofisico delle donne.

In particolare, è possibile individuare quattro aree nelle quali l'auto-oggettivazione agisce negativamente (Pacilli, 2014):

- 1) *la vergogna*, che nasce dal continuo confronto con le immagini sessualizzate dei media e della rete, che propongono modelli inarrivabili di bellezza e, dal conseguente disagio nel percepire la discrepanza tra questi ultimi e il proprio corpo;

2) *l'ansia*, collegata al timore che il proprio aspetto fisico possa essere commentato, ad esempio nei social network e, valutato come inadeguato;

3) *gli stati motivazionali di picco*, che Maslow (1964) definisce come quella condizione per cui si è completamente immersi in una data esperienza dal punto di vista motivazionale;

4) *consapevolezza degli stati interni*, una condizione psicologica, per la quale si è in grado di riconoscere gli stimoli e le sensazioni provenienti dal proprio corpo.

Alla base dei malesseri psicofisici associati all'auto-oggettivazione, vi è l'interiorizzazione di modelli ideali e irrealistici di bellezza, che rispecchiano i canoni di perfezione propri di ciascuna cultura, e che si configurano come principi guida ai quali si deve necessariamente aderire.

L'insoddisfazione nasce nel momento in cui si avverte il proprio aspetto fisico come inadeguato in quanto privo di quelle caratteristiche che rispecchiano gli standard tradizionali di bellezza e, si può manifestare in vari fasi del ciclo di vita, dall'infanzia, all'adolescenza, all'età adulta.

Da alcune ricerche emerge come il disagio per il proprio aspetto fisico, in particolare in relazione al peso sia presente già in bambine con meno di cinque anni. Ad esempio, uno studio condotto nel 2010 in Emilia Romagna da Ricca e colleghi evidenzia come bambini e bambine di età compresa tra i sette e i dodici anni mostrassero disagio per il proprio aspetto fisico; tutti, ma in particolare le bambine desideravano un peso corporeo inferiore. Nella fase adolescenziale i disturbi legati all'insoddisfazione provata per la propria immagine corporea si fanno più evidenti, sia per i cambiamenti fisici che investono il proprio corpo, sia per il crescente utilizzo dei nuovi media e dei social network in particolare, che hanno un ruolo cruciale nel processo di auto-oggettivazione di ragazze e ragazzi. La conseguenza più diretta è l'accrescimento dei disordini alimentari tra i giovanissimi.

Da una ricerca longitudinale condotta nel 2006 da Neumar-Sztainer e colleghi, prendendo in esame il comportamento di 2500 ragazzi e ragazze per un periodo di 5 anni, è emerso che tra il genere femminile è più diffuso il ricorso a diete e ad abitudini alimentari non salutari. Anche da altri studi emerge che le ragazze siano più insoddisfatte del proprio corpo rispetto ai propri coetanei maschi, tuttavia, si insinua un dubbio dietro questo dato, mosso dal fatto che i ragazzi nei paesi occidentali tendono a non lamentarsi apertamente

del proprio aspetto fisico, cosa che invece non accade tra il genere femminile. La relazione tra auto-oggettivazione e disturbi alimentari è stata individuata nella *consapevolezza propriocettiva*, per cui si è in grado di recepire gli stimoli e i segnali che il corpo ci invia. Nel momento in cui tutta l'attenzione è posta sull'aspetto fisico, le persone non riescono più a percepire le sensazioni provenienti dal proprio interno, tra cui anche lo stimolo della fame. Quando la soppressione del sintomo della fame avviene in modo ripetuto, può insorgere il disordine alimentare.

Nell'età adulta il disagio provato per la propria immagine corporea si fa certamente più presente tra le donne che tra gli uomini. Questo perché è socialmente e culturalmente diffusa l'idea per cui una donna sia attraente e dotata di sex appeal soltanto per un periodo limitato del proprio ciclo vitale. Non a caso, nel linguaggio comune ricorrono termini per indicare donne adulte che curano meticolosamente il proprio aspetto fisico, quali "tardona" o "pantera", mentre non ci sono termini che identificano la stessa condizione al maschile.

L'idea radicata nella cultura per cui una donna abbia valore soprattutto in relazione al proprio corpo e per come appare agli altri genera nelle donne adulte e anziane una grande insoddisfazione corporea. Inoltre, da studi condotti sul tema emerge che sebbene il fenomeno dell'auto-oggettivazione tenda a ridursi con il passare degli anni, non scompare mai del tutto dalla vita delle donne.

Tra le altre conseguenze dell'auto-oggettivazione è possibile individuare i disturbi depressivi, che talvolta, nelle forme più gravi, possono sfociare anche in atti di autolesionismo, e i problemi inerenti la sfera sessuale. Infatti, l'esperienza dell'auto-oggettivazione comporta una dissociazione dal proprio corpo e un focus cognitivo ed emotivo sul proprio aspetto fisico; questa attenzione diventa maggiore durante l'attività sessuale, momento in cui si è particolarmente esposti allo sguardo del partner. L'automonitoraggio del proprio corpo durante la performance sessuale è stato definito dai sessuologi Masters e Johnson (1970) con il termine *spectatoring*, che consiste nell'osservarsi da una prospettiva terza. Di conseguenza l'insoddisfazione e la vergogna per il proprio aspetto fisico, ridurrà il coinvolgimento emotivo e le sensazioni di benessere.

Infine, occorre evidenziare come l'auto-oggettivazione comporti anche il peggioramento delle attività motorie e cognitive, poiché si configura come un'esperienza dissociativa,

caratterizzata da un distanziamento psicologico dal proprio corpo. In quanto tale, provoca un'interruzione del flusso delle risorse attentive che si spostano dalla performance che si sta svolgendo al proprio aspetto fisico, compromettendo la riuscita di quell'attività.

Capitolo secondo

HATE SPEECH E ONLINE SEXUAL HARASSMENT

L'intento di questo capitolo è quello di affrontare la tematica dell'odio in rete e in particolare dell'*online sexual harassment*, per cercare di comprendere sia qual è il ruolo specifico svolto dal web nella perpetuazione di questi comportamenti negativi, sia quali sono le possibili cause e soluzioni al problema.

Nel primo e nel secondo paragrafo si cercherà di illustrare quelli che sono stati i cambiamenti apportati dall'avvento di Internet a livello di interazione e di comunicazione tra gli individui. In particolare si farà riferimento all'approccio che i giovani hanno con le nuove tecnologie e con i siti di social networking, che come vedremo svolgono un ruolo fondamentale nella costruzione della propria identità e nella presentazione di sé agli altri. Nel terzo paragrafo si tratterà dei pericoli che si celano dietro un approccio scorretto alla rete, cercando di individuare di volta in volta le differenze tra i vari fenomeni che rientrano all'interno dell'ampia categoria dei comportamenti negativi messi in atto nel web. Come sottolineano Henry e Powell (2015) la letteratura sulle varie forme di criminalità diffuse nel cyberspazio è molto ampia, si parla infatti di *cyberbullying*, *cyber-deception*, *cyber-pornography*, *cyber-violence*, *hate speech*, *cyberstalking* e *cyberharassment*. Tuttavia, manca nella letteratura univocità nella definizione dei vari fenomeni, per cui, spesso, ci si trova di fronte a una molteplicità di etichette che vengono utilizzate per descrivere la stessa tipologia di fenomeno.

Il quarto paragrafo, sarà interamente dedicato all'*online hate speech*, fenomeno di grande attualità, che sta diventando sempre di più un'emergenza sociale a livello globale, a causa delle conseguenze deleterie che ha non solo su chi ne è il diretto bersaglio, ma anche sulla società più in generale. Si cercherà di fare un confronto con il più tradizionale odio "offline" e si illustreranno alcune possibili strategie di contrasto al problema.

Nel quinto e nel sesto paragrafo, l'attenzione sarà focalizzata sul cyber-sessismo, e si cercherà di spiegare il motivo per cui il genere femminile rappresenta il target principale

dei discorsi d'odio e delle molestie sessuali messe in atto nel web, facendo riferimento in particolar modo alle teorie della mascolinità.

Il settimo paragrafo sarà interamente incentrato sul tema dell'*online sexual harassment*, ovvero di quelle molestie compiute nel web sulla base del genere o dell'orientamento sessuale, cercando di esaminare tutte le sfaccettature che il fenomeno può assumere. Inoltre, saranno ripercorsi i principali studi condotti per indagare la natura, le cause e la diffusione del problema.

Nell'ottavo paragrafo sarà affrontato il fenomeno del cyberbullismo, per la sua stretta connessione con le molestie sessuali online. Infatti, bersaglio di online sexual harassment sono sempre più giovani ragazze, che diventano frequentemente vittime di comportamenti molesti ripetuti nel tempo, messi in atto sia da sconosciuti che da componenti del gruppo dei pari.

Infine, nel nono paragrafo si cercherà di individuare possibili strategie per il contrasto a questi fenomeni, che contribuiscono a diffondere l'idea per cui la rete sia un luogo negativo e pericoloso da condannare. Il nodo cruciale ruoterà intorno alla riscoperta del web come valore e come spazio positivo di interazione, condivisione e comunicazione, dal quale è auspicabile che si avvii il contrasto ai comportamenti ostili e molesti diffusi nel mondo online.

1. Nuove modalità comunicative nell'era digitale

L'avvento del web ha sancito l'inizio dell'era digitale ed ha apportato notevoli cambiamenti nel modo di intendere la comunicazione e l'interazione tra individui.

La rete, infatti, annullando le distanze spazio-temporali ha dato vita a nuove modalità comunicative, dove lo spazio non è più quello fisico, ma è il cosiddetto *cyberspazio*, quel luogo di scambio e di confronto tra identità virtuali.

Dopo 25 anni dalla nascita del primo sito Web, il *World Wide Web*, ad opera dell'informatico inglese Tim Berners-Lee, l'utilizzo del web, dei *social media* e dei *social network sites* è cresciuto in modo esponenziale tra tutta la popolazione mondiale.

Con il termine *social media* si fa riferimento all'insieme di quegli strumenti che rientrano nella categoria delle tecnologie del Web 2.0, con il termine *social network sites* si fa, invece, riferimento più nello specifico a piattaforme web che consentono di costruire un profilo personale pubblico o semipubblico, di articolare una lista di altri utenti con cui condividere qualche tipo di connessione, di vedere e incrociare la propria lista di contatti con le liste di altri utenti (Boyd & Ellison, 2007). Come afferma Bennato (2011), i siti di social network rappresentano la componente relazionale dei social media, per cui si configurano come un genere mediale a sé. Non a caso, il termine *social network* è utilizzato anche nel mondo offline, soprattutto in ambito sociologico, per indicare un insieme di individui legati tra di loro da legami sociali di varia natura.

In tutto il mondo l'utilizzo di questi nuovi modelli comunicativi è in costante crescita, in quanto sono considerati non solo dei mezzi attraverso i quali esprimere la propria identità e confrontarla costantemente con quella degli altri, ma anche strumenti per costruire ed allargare la propria rete sociale, nei quali la comunicazione non prevede limiti spazio-temporali e soprattutto è a costo zero.

Dal report *Digital in 2017*, l'ultima edizione della raccolta dati sul mondo digitale, promossa dall'agenzia creativa *We are social*, fondata a Londra nel giugno 2008, e dalla piattaforma *Hootsuite*, nata nello stesso anno a Vancouver, emerge che nel 2016 l'utilizzo di Internet ha continuato la sua inarrestabile crescita a livello globale. I dati raccolti da gennaio 2016 a gennaio 2017 riguardanti l'intera popolazione mondiale evidenziano un incremento nell'ultimo anno del 10% di utenti Internet, del 21% di utenti social media, del 5% di utenti mobile e del 30% di utenti social media da mobile. Inoltre, emerge che al primo posto tra le piattaforme social più utilizzate a livello globale, da ben dieci anni si trovi Facebook. Per quanto riguarda lo scenario italiano si evince che rispetto all'anno precedente gli utenti Internet sono cresciuti del 4%, arrivando a 39,21 milioni di persone, mentre l'utilizzo dei social media ha visto un incremento del 17% con 28 milioni di persone totali. Dal report sopracitato, emerge che in Italia il 51% degli utenti online utilizza dai propri dispositivi mobile, applicazioni di messaging e che tra le 5 piattaforme social più utilizzate al primo posto si trovi Youtube, seguito da Facebook, Whatsapp, Facebook Messenger e Instagram. Il dato più interessante riguarda l'utilizzo di Facebook, che viene utilizzato ogni giorno dal 74% di Italiani, mentre la media globale si attesta

intorno al 55%. Ciò indica che sebbene in Italia si utilizzino meno piattaforme rispetto ad altri paesi, questo utilizzo sia più frequente.

I dati appena illustrati indicano che dal momento in cui Internet ha fatto il suo ingresso nella società, il suo utilizzo è sempre più cresciuto, fino a diventare un elemento imprescindibile all'interno della vita quotidiana. Nel prossimo paragrafo si cercherà di affrontare i cambiamenti che sono stati apportati a livello di interazione interpersonale a seguito della nascita del web.

2. I social network: relazioni virtuali tra identità reali. Il caso di Facebook

Spesso, soprattutto tra le generazioni più giovani, le relazioni virtuali mediate dai social network sono viste come una valida alternativa all'interazione face to face. Lo schermo di pc, smartphone e tablet dà forza e protezione a quei ragazzi e quelle ragazze che nella vita reale hanno difficoltà ad interagire con i propri pari.

Una ricerca condotta da Schmitt, Dayanim e Matthias nel 2008, mostra come gli adolescenti nel mondo online riescano a parlare di sé con meno difficoltà rispetto a quando si trovano a dover interagire di persona con altri soggetti. Infatti queste piattaforme digitali, permettono ai ragazzi non solo di sperimentare nuove modalità di costruzione della propria identità al riparo dallo sguardo dei genitori, ma anche di esercitarsi nella presentazione di sé agli altri in modo da allargare la propria rete sociale. In particolare è interessante analizzare il modo in cui Facebook, il social network più famoso e utilizzato dai giovani di tutto il mondo, permette agli adolescenti di confrontarsi con 3 dimensioni fondamentali per la costruzione del proprio Sé:

- la propria *auto-rappresentazione*, che prende corpo nell'immagine che l'utente sceglie per il profilo e con cui intende identificarsi;
- la propria *auto-narrazione*, che si rintraccia nella definizione della propria pagina personale, la quale contiene informazioni, come gusti, tendenze, passioni, che riguardano l'utente e che quest'ultimo sceglie di voler rendere note agli altri;

- le *narrazioni condivise* con gli “amici”, ovvero fotografie, note, frasi che l’utente sceglie di far comparire sulla propria bacheca o diario, rendendole accessibili a coloro che fanno parte del social network (Biolcati, Cani, Badio, 2013).

Facebook nasce nel 2004 a Cambridge come programma per un Ateneo universitario ad opera di alcuni ragazzi, ma nel giro di poco tempo raggiunge un successo planetario, basti pensare che dopo otto mesi dalla sua fondazione il sito di social networking conta già un milione di iscritti.

Esplode in Italia nell’autunno del 2008 e da quel momento i suoi utenti sono cresciuti in modo esponenziale, a tal punto che nel contesto nazionale il suo utilizzo prevale su tutti gli altri siti di social networking.

Sebbene le norme di Facebook ne vietino l’utilizzo ai minori di 13 anni, questa imposizione il più delle volte non è rispettata e, gli stessi genitori permettono ai propri figli di iscriversi al social network, talvolta, senza prestare troppa attenzione agli utilizzi che ne vengono fatti.

Ma perché tra i giovanissimi l’iscrizione a queste piattaforme digitali si configura sempre più come un elemento imprescindibile della propria esistenza? Probabilmente perché come afferma Boyd (2010) i social network si configurano come uno strumento utile non solo per comunicare, ma anche per sviluppare forme sociali e culturali proprie, segregate dalla società degli adulti. È in questi luoghi virtuali che i giovani si sentono di poter agire liberamente e di poter esprimersi senza dover temere il giudizio degli altri.

Da una recente ricerca qualitativa condotta tra studenti del nord Italia di età compresa tra i 14 e i 17 anni, al fine di indagare la relazione esistente tra disuguaglianze sociali e modalità di accesso ad Internet (Micheli, 2013), emerge la percezione che i ragazzi hanno delle opportunità offerte dal web.

La ricerca basata sull’analisi di 53 interviste discorsive semi-strutturate individuali, mette in luce due diversi approcci al web e ai siti di *social networking*, distinti sulla base della provenienza sociale.

In particolare, le opportunità percepite dai ragazzi frequentanti i licei e provenienti da famiglie della borghesia o di classe media, afferiscono alla sfera del sapere. Questi percepiscono i social network e in particolare Facebook come una risorsa e ne dichiarano soprattutto un utilizzo strumentale e costruttivo. Ad esempio ritengono utili i “gruppi di Facebook” per tenersi costantemente in contatto con i propri compagni di classe per

questioni riguardanti l'ambito scolastico e, sostengono che il social network possa essere un luogo dove accrescere le proprie conoscenze grazie ai contenuti dei post pubblicati da Istituzioni o da personaggi noti, ma anche dagli stessi amici. È interessante la distinzione che viene compiuta da questi ragazzi tra *uso utile* di Facebook e *uso da condannare*, che evidenzia una sorta di distanza critica assunta nei confronti del web, e di scetticismo che talvolta però nasconde l'intento di voler prendere le distanze dal prototipo di giovane che utilizza incessantemente la rete.

D'altra parte, i ragazzi frequentanti gli istituti professionali e provenienti da famiglie di classe operaia o media, vedono in Facebook uno strumento di socializzazione, una risorsa per allargare la propria rete amicale e fare nuove conoscenze. Tra le principali opportunità percepite da questi giovani vi è quella di fare una prima conoscenza virtuale con nuove persone, che poi si potranno frequentare anche nella vita reale. Inoltre, queste ragazze e questi ragazzi sottolineano le possibilità offerte da Facebook per intraprendere relazioni sentimentali, in quanto è più facile attraverso il ricorso al social network presentarsi al prossimo e tentare un primo approccio. Alcuni ritengono che il web e, in particolare i siti di social networking, siano elementi irrinunciabili, in quanto è grazie a questi che riescono a dar sfogo ad emozioni che sarebbero destinate a rimanere nascoste nella vita reale.

Per concludere, si può certamente affermare che l'avvento dell'era digitale abbia apportato cambiamenti significativi a livello socioculturale soprattutto tra i più giovani, influenzando notevolmente il modo di percepire e di intendere le relazioni.

Tuttavia, come approfondiremo nel prossimo paragrafo, i social network non offrono solo opportunità ai propri utenti, ma nascondono anche dei rischi legati ad un utilizzo scorretto del web, rischi che spesso non vengono riconosciuti dai più giovani a causa di un mancato distacco critico nei confronti della rete e dei servizi che offre.

3. Oltre le opportunità: i rischi legati ad uno scorretto utilizzo del web

Se da un lato il web e più nello specifico i siti di *social network* appaiono spesso come una risorsa, in quanto permettono una comunicazione comoda e veloce e, facilitano

l'interazione sociale soprattutto tra i più giovani, talvolta questi dispositivi possono diventare altamente pericolosi. La rete diventa spesso scenario di litigi, di gelosie, di cattiverie che generano complicazioni e conseguenze talvolta anche gravi (Micheli, 2013).

L'origine del problema risiede nel fatto che tutto ciò che è nel web è destinato a rimanere a disposizione di un pubblico vastissimo per un tempo quasi infinito. Per descrivere questa condizione Boyd (2011) individua quattro caratteristiche tipiche dei contenuti mediali: 1) *persistenza*, poiché i contenuti mediali, dal momento che sono registrati ed archiviati, sono destinati a permanere in rete per tempi molto lunghi; 2) *replicabilità*, poiché nel web i contenuti possono essere replicati, anche alterando la loro forma originale; 3) *scalabilità*, poiché in base all'interesse suscitato, i contenuti mediali possono raggiungere una visibilità per così dire infinita ; 4) *ricercabilità*, dato che qualsiasi contenuto presente nel web può diventare accessibile grazie ai motori di ricerca .

Proprio per questi motivi è importante prestare particolare attenzione durante l'uso dei social network ed occorre aver maturato abilità e competenze tali da poter essere in grado di muoversi consapevolmente nel web. Ad essere esposti maggiormente a situazioni di rischio sono proprio i giovani, in quanto frequentemente gestiscono le proprie informazioni personali con troppa ingenuità e superficialità.

È infatti solito che gli adolescenti, usufruendo delle piattaforme digitali, non preservino in modo adeguato la propria privacy e diffondano online informazioni personali in modo sbagliato, informazioni che talvolta vengono utilizzate da terzi per gli scopi più disparati. Ma perché i giovani agiscono in questo modo? La risposta risiede principalmente nella concezione di privacy, che è cambiata nel tempo. Se per le generazioni passate la sfera privata coincideva con determinati ambiti, quali quello religioso, quello familiare o domestico, per cui si verificava una sorta di polarizzazione nel condividere o no le informazioni relative a tali aree tematiche (Marwick, Murgia-Diaz & Palfrey, 2010), lo stesso non avviene per i giovani di oggi. Infatti, le nuove generazioni, grazie anche alle possibilità offerte dalle impostazioni dei social network e in particolare da Facebook, possono modulare il livello di riservatezza, decidendo di volta in volta quali informazioni condividere e con chi, senza fare una selezione a priori in base al contenuto di tali dati personali.

Va prestata attenzione anche al fatto che spesso gli adolescenti si preoccupino più di preservare le proprie informazioni personali dallo sguardo dei genitori, che da quello dei molti estranei presenti nel web.

I pericoli online aumentano quando bambini e adolescenti non possiedono quelle competenze necessarie per una navigazione in rete sicura e, non sono in grado di gestire adeguatamente la propria privacy, esponendosi inconsapevolmente a situazioni rischiose e compromettenti.

Come precedentemente accennato, è difficile compiere una distinzione chiara tra le varie tipologie di fenomeni negativi che prendono vita nel cyberspazio, tanto che anche nella letteratura manca univocità nella definizione di questi stessi fenomeni. Ci si trova, infatti, di fronte ad etichette che spesso si sovrappongono, tanto da rendere difficile la comprensione di quali siano le specificità e le differenze reciproche.

Si parla così di *online hate speech*, per indicare tutte quelle espressioni d'odio di cui il web si fa veicolo, espressioni che seppur presenti anche nel mondo offline, grazie alla rete si trasmettono con più facilità su larga scala, diventando più influenti rispetto a quando si verificano nel mondo reale. I target dei discorsi d'odio possono essere molteplici, ad esempio gruppi etnici, gruppi religiosi, gruppi politici, soggetti con disabilità, donne o ancora gay, lesbiche e transessuali.

Quando i comportamenti ostili messi in atto nel web, sono compiuti sulla base del genere o dell'orientamento sessuale, si può parlare più nello specifico di *online sexual harassment*. All'interno di questa tipologia di *cyberharassment*, gli studiosi individuano ulteriori sottotipi, ciascuno distinguibile per proprie specificità, ma ad ogni modo fortemente interrelati. Si parlerà così di *Sexual Solicitation*, di *Image-Based sexual Harassment*, di *Gender-Based Hate Speech*, di *Rape Threats* e di *Revenge Porn* (Powell & Henry, 2017).

Un altro fenomeno facente parte della più ampia categoria di molestie online è individuabile nel *cyberbullismo*, entro il quale rientrano tutti quegli atti di molestia effettuati tramite l'utilizzo di mezzi elettronici, quali le email, le chat, o i blog (Genta, Brighi & Guarini, 2010), compiuti a scapito di bambini e adolescenti. La specificità che lo contraddistingue dalle altre tipologie di *cyberharassment* è proprio il target che ne è vittima. Se si pensa al bullismo, che ha da sempre caratterizzato essenzialmente le generazioni più giovani, ad eccezione di quello compiuto in ambito militare (Ziccardi,

2016), il cyberbullismo può essere pensato come un'evoluzione della forma tradizionale del fenomeno.

Tra gli altri rischi derivanti da un utilizzo scorretto della rete, è possibile individuare: il *cambiamento di identità*, o *identità fake*, che spesso diventa un vero e proprio strumento per compiere atti di molestia a scapito di altri utenti del web; la *violazione/manipolazione di informazioni*, generalmente messa in atto da criminali con spiccate abilità informatiche, che può configurarsi come *hucking*, quando sono attuati comportamenti di furto o devastazione in rete, oppure come *lurking*, quando l'artefice del reato agisce in modo invisibile, spiando gli altri utenti senza mai rendere nota la sua presenza; l'*abuso o distribuzione di informazioni*, o *spamming*, che consiste nell'invio di messaggi, solitamente di carattere commerciale indesiderati dall'utente e che rappresentino disturbo per quest'ultimo; *blog, pagine e siti che incitano a comportamenti disfunzionali*, come autolesionismo, satanismo, assunzione di sostanze stupefacenti o abitudini alimentari sbagliate, ad esempio i *siti pro-mia*, che incitano alla bulimia, o i *siti pro-ana*, che incitano all'anoressia (R. Biolcati, D. Cani, E. Badio, 2013).

Come vedremo nel prossimo paragrafo, talvolta è la rete stessa a stimolare e amplificare le esternazioni ostili nei confronti di individui o gruppi, a tal punto da generare un clima d'odio diffuso tra gli utenti digitali. Queste manifestazioni d'odio, sebbene avvengano nel mondo virtuale, bersagliano persone reali e, come è possibile immaginare, le conseguenze a livello individuale possono essere devastanti.

4. Online hate speech

La questione dell'odio online è un tema di grande attualità, che si trova al centro di numerosi dibattiti diffusi a livello globale.

Nel momento in cui si parla di *online hate speech* si fa riferimento a tutte quelle manifestazioni d'odio che popolano la rete, rintracciabili in blog, chat e social network dove gli individui interagiscono virtualmente con altri individui, le quali possono essere compiute sulla base dell'etnia, dell'orientamento religioso, dell'orientamento politico, del genere o dell'orientamento sessuale.

Tuttavia, anche il fenomeno dell'*online hate speech* si è modificato negli anni e soprattutto è cambiato il target degli individui maggiormente bersagliati dal linguaggio d'odio.

È interessante il discorso tenuto dalla Sottosegretaria di Stato alla Presidenza del Consiglio Maria Elena Boschi in apertura al Convegno "*Sicurezza e linguaggio dell'odio. Tutela della persona e protezione dei dati personali*" che ha avuto sede a Roma il 14 settembre 2017. Boschi durante il suo intervento parla di un *hate speech moderno*, che si distingue da quello più tradizionale basato sulla religione o sull'origine etnica e, che vede come bersagli nuove categorie di soggetti. Il tutto emerge da un'analisi dei dati raccolti dall'Osservatorio fondato nel 2015 presso il Dipartimento delle Pari Opportunità, la quale ha messo in luce che le più recenti manifestazioni d'odio presenti nei social network sono agite sulla base dell'orientamento sessuale, del genere, dell'età e anche nei confronti dei soggetti con disabilità. Proprio perché i dati mostrano che il fenomeno si sta lentamente modificando, in quanto cambia il target di vittime colpite, al fine di poter agire efficacemente per contrastarlo è opportuno tenere conto di questi cambiamenti.

Un altro elemento da non trascurare è la vicinanza e la similarità tra l'odio online e l'odio offline. Spesso si tende a considerare la comunicazione online diversa da quella offline e a concepirla come meno reale, proprio perché mediata da dispositivi tecnologici. Tuttavia, ciò che viene detto nella rete ha sempre le sue ripercussioni nel mondo reale, proprio perché, anche se nascoste da uno schermo, ad interagire sono persone in carne ed ossa e non mere identità virtuali.

L'*hate speech* è certamente un fenomeno che pone le sue radici in tempi assai lontani, ben prima della rivoluzione digitale, ed ha il fine chiaro di offendere, deumanizzare, molestare, degradare e vittimizzare il bersaglio, oltre a cercare di fomentare insensibilità e brutalità contro le persone prese di mira (Ziccardi, 2016). Tuttavia, si ritiene che l'avvento di Internet abbia contribuito ad accrescere le dimensioni del fenomeno, in quanto ha offerto uno strumento attraverso il quale diffondere su larga scala esternazioni violente e discorsi d'odio che prima dello sviluppo delle nuove tecnologie, sarebbero rimasti confinati ad un contesto ristretto.

La connessione tra l'aumento delle manifestazioni d'odio e l'avvento di Internet è al centro di un dibattito ancora acceso. Si possono individuare due posizioni, la prima che

identifica la rete come zona neutrale, la seconda che considera la rete un facilitatore di espressioni d'odio (Ziccardi, 2016).

Chi segue l'approccio della neutralità della rete, sostiene che lo sviluppo di Internet e il diffuso utilizzo dei social media e dei social network, non abbiano influito sulla natura delle manifestazioni d'odio già presenti nella società, ma abbiano soltanto offerto un nuovo mezzo attraverso cui veicolare espressioni ed esternazioni violente già esistenti. Inoltre, i sostenitori di questa tesi ritengono che le cause dell'aumento delle manifestazioni d'odio siano da rintracciare in cambiamenti sociali, indipendenti dall'avvento dell'era digitale, quali nuovi costumi, nuove modalità educative, e perfino patologie. Sostenere questa posizione, significa ritenere che la rete di comunicazione moderna, in quanto zona neutra, non abbia bisogno di ulteriori regolamentazioni per la limitazione dell'*hate speech online*.

Chi segue il secondo approccio, ritiene che l'avvento di Internet abbia favorito l'*hate speech*, non solo facilitando la veicolazione di espressioni violente, ma anche contribuendo ad un innalzamento generalizzato dei toni, stimolando sentimenti di odio e generando un clima di ostilità diffuso. Sostenere questa tesi, può essere controproducente, in quanto conduce a percepire il web come qualcosa di estremamente negativo, da condannare in tutti i suoi aspetti. D'altra parte, riconoscere che a seguito dello sviluppo delle nuove tecnologie le persone abbiano mutato il loro modo di esprimersi, significa sostenere che i comportamenti degli esseri umani possano modificarsi e subire dei cambiamenti grazie a nuove abitudini imposte dall'avvento dell'era digitale.

Senza altro, a seguito dello sviluppo tecnologico e del crescente utilizzo del web da parte di tutta la popolazione mondiale, le manifestazioni di ostilità, circolando in rete, raggiungono un pubblico ben più vasto di quanto potesse avvenire prima dell'avvento di Internet. Inoltre, le espressioni d'odio persisteranno ben più a lungo, rimbalzando da un social network all'altro anche in base all'interesse che quelle stesse espressioni susciteranno nel web. Ziccardi (2016), sottolinea che se l'argomento delle manifestazioni d'odio rispecchia le tendenze del momento e il "*sentiment*" della rete, ovvero ciò che suscita interesse negli utenti, sarà più probabile una sua permanenza online prolungata nel tempo e una sua presenza su molteplici piattaforme sociali.

Come precedentemente affermato, Internet ha per sua natura un'altissima capacità diffusiva e amplificatrice di tutto ciò che circola al suo interno ed è questo il dato

preoccupante nel momento in cui si parla di odio online. Tuttavia, non si può per tale motivo condannare la rete, in quanto il problema non risiede nelle caratteristiche del web in sé per sé, ma nei comportamenti che vengono messi in atto da chi vi si muove. Per evitare la diffusione di manifestazioni d'odio nelle piattaforme digitali bisognerebbe in primo luogo limitare o ancor meglio riuscire ad annullare tali comportamenti, educando ad un utilizzo consapevole e non nocivo dei dispositivi digitali.

Essendo l'*online hate speech* un fenomeno relativamente recente, riconducibile all'avvento dell'era digitale, soltanto negli ultimi anni, a seguito delle evidenti emergenze presenti a livello globale, si è iniziato a studiare il fenomeno e cercare di formulare specifiche strategie per contrastarlo.

4.1. Odio online e odio offline a confronto

Come precedentemente accennato, non si può certo sostenere che l'*hate speech* sia un fenomeno nuovo, tipico della contemporaneità, infatti, l'odio è un sentimento che fa parte della storia dell'umanità e le esternazioni ostili nei confronti di individui, gruppi o minoranze sono da sempre esistite, anche prima dell'avvento di Internet. L'era digitale e le nuove tecnologie cambiano soltanto le modalità attraverso cui tali esternazioni si esprimono e si diffondono.

Tuttavia, è possibile individuare alcune differenze tra il linguaggio d'odio tradizionale e quello tipico dell'era digitale.

Un report dell'Unesco del 2015 intitolato "*Countering Online Hate Speech*" individua quattro caratteristiche principali che contraddistinguono l'odio nel web.

Prima fra tutte vi è la *permanenza*, dimensione individuata da Boyd (2011), che consiste nella possibilità dei messaggi di odio di rimanere online per molto tempo, passando in modo virale da un social network all'altro e diventando così visibili per un pubblico vastissimo. Il fatto che una discussione carica di esternazioni violente rimbalzi da una piattaforma digitale ad un'altra, aumenta anche il rischio di dare adito a numerosi altri dibattiti dal contenuto ostile.

Ad esempio Facebook, per il modo in cui è strutturato, permette ai suoi utenti di esprimere commenti in relazione a contenuti pubblicati anche da sconosciuti, tanto da creare delle vere e proprie catene dove i messaggi, a meno che non vengano segnalati, rimangono il più delle volte incensurati. Questo permette agli aggressori di offendere la persona che si è presa a bersaglio, passando per così dire inosservati. Ovviamente, più il contenuto di queste esternazioni riscuote successo e rimane presente nella rete, più gli aggressori si sentono potenti. La conseguenza è l'aumento dei discorsi d'odio e l'accrescimento del danno potenziale per la vittima. Se il contenuto di questi commenti venisse segnalato e rimosso quando è ancora alle origini, il danno sarebbe senz'altro limitato.

Un'altra caratteristica distintiva dell'*hate speech* nel mondo digitale è il suo essere *itinerante*, poiché anche nel momento in cui un contenuto è stato rimosso può sempre tornare alla luce sotto diverse forme, con diversi nomi o in altre piattaforme digitali. Ad esempio un sito web oscurato, può tornare a rivivere in modo imprevedibile o in un paese dove le norme sull'*hate speech* siano meno rigorose e lascino più libertà di espressione online, o in un servizio di web hosting con politiche meno restrittive.

Un altro aspetto rilevante nella distinzione tra *hate speech* tradizionale e *online hate speech* è l'*anonimato*. La convinzione che circola tra gli utenti della rete di potersi muovere liberamente ed esprimere i propri pensieri rimanendo anonimi, accresce la possibilità che vengano compiute manifestazioni d'odio. È proprio la percezione di impunità e anonimato ad accrescere le dimensioni del fenomeno poiché fa sì che le persone, pensando di non poter essere scoperte, si sentano più a loro agio ad esprimere giudizi ostili nel web. In realtà, nonostante ancora pochi ne siano al corrente, ogni azione che si compie in rete lascia delle tracce che consentono anche successivamente di identificare colui che ne è stato l'artefice. Inoltre, spesso gli aggressori in rete si nascondono dietro falsi nomi e false identità, costruendo dei veri e propri profili al fine di non essere identificati, ma, anche in questo caso le possibilità di non essere rintracciati sono davvero minime e, richiedono grandi abilità tecniche da parte di chi decide di mettere in atto queste strategie.

Infine, un ulteriore fattore che contraddistingue l'odio in rete è la *transnazionalità*, che si configura come uno dei principali problemi che l'autorità giudiziaria incontra nel contrasto al linguaggio d'odio in rete, ed è legata al fatto che nella duplice relazione tra vittima e aggressore, si inserisce un terzo elemento, appunto il web o più nello specifico

il social network, per cui, nel momento in cui si dovrà ricorrere alla legge, si dovrà fare riferimento non solo alle normative dei Paesi dei due soggetti coinvolti nella relazione ma anche a quella del Paese dove ha sede legale la piattaforma digitale in questione. Anche per quanto riguarda la tutela diretta della vittima entra in gioco questa triangolazione, ad esempio se si volesse rimuovere un contenuto offensivo dalla rete lo si potrebbe fare soltanto in una dimensione dialogante con le giurisdizioni dei Paesi coinvolti.

4.2. Strategie per il contrasto all'hate speech

Senza ombra di dubbio il fenomeno dell'*online hate speech* richiede interventi mirati ed immediati in quanto oltre a generare conseguenze dannose negli individui che ne sono vittime, impoverisce l'intera società poiché si configura come una pratica deumanizzante e degradante, con inevitabili ripercussioni a livello sociale.

Trovare soluzioni al fenomeno è, inoltre, fondamentale per far sì che Internet possa essere uno luogo potenzialmente positivo da utilizzare con sicurezza e consapevolezza per arricchire la conoscenza, per condividere dati e informazioni, ma anche per comunicare senza violare la dignità del prossimo e nel rispetto dei diritti umani.

L'Unesco, nel report già sopracitato "*Countering Online Hate Speech*", suggerisce delle strategie da mettere in atto e degli strumenti da utilizzare per il contrasto all'odio in rete. Il primo livello su cui agire è senz'altro quello dell'educazione, poiché educare ad una comunicazione non ostile è fondamentale per costruire una società giusta e basata sul rispetto del prossimo. Proprio per questo è importante iniziare la lotta al linguaggio ostile, in primo luogo all'interno della scuola dove sarebbe utile inserire dei veri e propri percorsi educativi che insegnino a bambini e ragazzi a muoversi responsabilmente nel web. Molto spesso, infatti, ciò che manca è un'effettiva conoscenza del fenomeno dell'*hate speech*, per cui gli utenti dei social network si trovano privi delle armi adeguate per combatterlo. Tuttavia l'educazione ad un uso corretto di Internet e delle piattaforme digitali non dovrebbe limitarsi al contesto scolastico, ma andrebbe allargata anche alle università, ai luoghi di lavoro e all'interno delle Istituzioni.

In secondo luogo, poiché spesso i primi a veicolare espressioni d'odio nei social network per fini elettorali sono gli stessi *opinion makers*, bisognerebbe chiarire la loro precisa responsabilità in relazione all'espansione del fenomeno.

A livello giurisdizionale sarebbe utile rivedere le normative che regolano le sanzioni dell'*hate speech*, in modo che il fenomeno sia formalizzato come crimine in tutti gli stati e di conseguenza possa essere sottoposto a sanzione penale.

Infine, si suggerisce anche di perfezionare delle misure tecniche per la gestione del linguaggio d'odio in rete, in modo da poter filtrare quelle espressioni e manifestazioni ostili che abbondano nei social network o, addirittura di utilizzare algoritmi per influenzare i discorsi in rete e la loro visibilità.

Tra gli strumenti di reazione indicati dall'Unesco emerge in primo luogo l'auspicio ad intraprendere un'attività di *monitoring* da compiere sul web da parte della società civile, in modo da elaborare una mappatura delle espressioni ostili che circolano in rete, e di conseguenza individuare le zone dove si concentrano maggiormente episodi di ostilità.

Anche la denuncia alle Istituzioni dei casi più estremi di manifestazioni d'odio presenti nella rete e più nello specifico nei social network, potrebbe essere una reazione efficace. In particolare è all'interno delle organizzazioni non governative che andrebbero coordinati tali processi di denuncia.

Un'ulteriore azione prevede l'intervento delle società informatiche con l'attuazione di campagne di sensibilizzazione contro l'*online hate speech*, in modo congiunto all'elaborazione di strategie per contrastare attivamente il fenomeno.

Infine, l'ultima modalità di reazione al problema si riassume nell'espressione inglese "*Media and Information Literacy*", che consiste nel far sì che gli stessi utenti che popolano il web, attraverso un percorso di training, sviluppino quell'etica e quelle capacità necessarie per esprimere le proprie idee nella rete, sì in modo libero, ma anche rispettoso dei diritti umani.

È interessante un recente studio di Cohen-Almagor (2014) sul tema del contrasto all'*online hate speech*. L'autore promuove un approccio originale per fronteggiare il problema, ritenendo che alla base delle esternazioni violente ed ostili presenti nella rete ci siano le attività di propaganda d'odio che minano gruppi discriminati anche nel mondo reale, come ad esempio le minoranze etniche o, gli omosessuali.

La proposta di Cohen-Almagor è quella di combattere l'odio in rete, non soltanto ricorrendo al *more speech*, ossia al dialogo, ma anche attraverso la promozione di standard di responsabilità sociale e morale. È importante secondo l'autore che a tutti gli essere umani vengano garantiti gli stessi diritti e il rispetto della propria persona, ma tutto ciò è possibile soltanto attraverso una maggiore comunicazione e una comprensione di quelli che sono i problemi legati alle manifestazioni d'odio in rete. Soltanto dopo un pieno riconoscimento del problema, si può giungere ad una lotta congiunta contro lo stesso.

4.3. “Parole O_Stili”: una campagna di sensibilizzazione

È utile ribadire che l'educazione ad un uso consapevole e civile della rete, è il primo passo da compiere per la lotta al linguaggio d'odio nei social media e nei social network.

Parole O_Stili è un progetto di sensibilizzazione contro l'odio in Rete, pensato da ATS Parole Ostili e dal MIUR con l'idea di combattere le pratiche e le espressioni ostili all'interno delle piattaforme digitali, in modo da ridefinire lo stile di comunicazione nel web.

Dallo stesso slogan del progetto “La ferita provocata da una parola non guarisce” si comprende l'importanza attribuita al potere delle parole. Queste, infatti, possono dar valore, arricchire, unire, ma d'altra parte possono anche allontanare, umiliare e uccidere. È proprio per tale motivo che è importante scegliere con cura il linguaggio da utilizzare e, pensare prima di esprimere qualsiasi giudizio, poiché un'espressione non meditata può portare a conseguenze anche molto gravi.

La campagna di sensibilizzazione ha visto la luce in due giornate di lavoro che si sono svolte a Trieste il 17 e il 18 febbraio 2017, alle quali hanno partecipato anche la Presidente della Camera dei Deputati Laura Boldrini e la Presidente della Regione Friuli Venezia Giulia Debora Serracchiani.

È interessante l'intervento di Boldrini, durante la prima giornata di Parole O_Stili, focalizzato sull'importanza della consapevolezza all'interno della rete, poiché è dalla stessa rete che devono provenire gli anticorpi per salvaguardare gli utenti dai pericoli che popolano l'ambiente digitale. La Presidente si sofferma sul fatto che è anzitutto

fondamentale creare una comunità consapevole, responsabile e rispettosa, poiché educare ad un comportamento giusto e dignitoso, può portare più vantaggi di quanto potrebbe fare una semplice legge.

Inoltre, Boldrini sottolinea che quello dell'online hate speech è un fenomeno in continua espansione che colpisce sempre più il genere femminile. Per cui va prestata molta attenzione a questa pratica, poiché in questo caso, l'*hate speech* assume anche una connotazione sessista, dove l'aggressore bersaglia la donna proprio per il suo genere ed esprime commenti molesti in relazione al suo corpo, al suo abbigliamento, al suo modo di presentarsi nel web.

In Italia, i dati raccolti dall'Osservatorio Nazionale contro le Discriminazioni nei media e internet (Osservatorio Media e Internet) mostrano che i discorsi pronunciati nei social network afferiscono sempre più alla sfera dell'odio e, dunque, è importante non solo fornire agli utilizzatori della rete gli strumenti necessari per una navigazione sicura, ma anche promuovere uno stile di comunicazione basato sul valore delle parole e sul rispetto dei diritti umani.

È proprio con questa finalità che nei due giorni di lavoro di *Parole O_Stili* è stato presentato il *Manifesto della comunicazione non ostile*, articolato nei seguenti dieci punti:

- 1) *Virtuale è reale.* Dico o scrivo in rete solo cose che ho il coraggio di dire di persona.
- 2) *Si è ciò che si comunica.* Le parole che scelgo raccontano la persona che sono: mi rappresentano.
- 3) *Le parole danno forma al pensiero.* Mi prendo tutto il tempo necessario a esprimere al meglio quel che penso.
- 4) *Prima di parlare bisogna ascoltare.* Nessuno ha sempre ragione, neanche io. Ascolto con onestà e apertura.
- 5) *Le parole sono un ponte.* Scelgo le parole per comprendere, farmi capire, avvicinarmi agli altri.
- 6) *Le parole hanno conseguenze.* So che ogni mia parola può avere conseguenze, piccole o grandi.
- 7) *Condividere è una responsabilità.* Condivido testi e immagini solo dopo averli letti, valutati, compresi.

- 8) *Le idee si possono discutere. Le persone si devono rispettare.* Non trasformo chi sostiene opinioni che non condivido in un nemico da annientare.
- 9) *Gli insulti non sono argomenti.* Non accetto insulti e aggressività nemmeno a favore della mia tesi.
- 10) *Anche il silenzio comunica.* Quando la scelta migliore è tacere taccio.

Per diffondere il Manifesto anche tra gli studenti, è stato promosso un progetto educativo intitolato “*Condivido*”, rivolto a ragazzi, genitori e insegnanti delle scuole secondarie. È, infatti, importante che il problema dell’*online hate speech*, in tutte le sue sfaccettature, sia conosciuto dalle nuove generazioni, e che l’educazione ad un approccio sicuro al web e ad un utilizzo consapevole di social media e social network cominci sin dai primi contatti con tali dispositivi tecnologici.

5. Oggettivazione e sessismo nel web. La nuova frontiera dell’online hate speech

Come precedentemente accennato, è possibile individuare una tipologia di comportamenti ostili e molesti tipici del mondo online, agiti sulla base del genere.

Quando il linguaggio d’odio nei social media e nei social network bersaglia donne e ragazze si configura come forma di sessismo online o cyber-sessismo. Sebbene il fenomeno sia sempre più diffuso e presente nella quotidianità, ci sono ancora pochi studi sul tema, probabilmente perché spesso si manifesta in forme sottili che fanno apparire il problema meno grave di quanto sia realmente.

Tuttavia, il sessismo online appare come una nuova modalità di espressione del dominio maschile sul genere femminile, come un nuovo modo di perpetuare le disuguaglianze e le discriminazioni presenti nella società.

Il sessismo nel web si configura come una pratica che non solo colloca le donne in una posizione di subalternità rispetto agli uomini, ma che prevede un continuo focus sulla corporeità femminile e sulla sua sessualità.

Uno studio sul dominio di genere nel web italiano, condotto da Ombretta Frau e Juliet Guzzetta (2015) si sofferma su come sia percepita e commentata la presenza online delle

donne. Emerge che sia che si tratti di donne dello spettacolo, di politiche, di giornaliste, di scrittrici o di personalità accademiche, i commenti rivolti alle stesse nei social, sia da parte di lettori che di lettrici, hanno tutti ad oggetto il corpo e la sfera sessuale.

Martha Nussbaum in *Objectification and Internet Misogyny* (2010), in un dialogo con la filosofa Rae Helen Langton osserva che sia la riduzione al corpo, che la riduzione all'apparenza sono due aspetti dell'oggettivazione sessuale online e che troppo spesso le donne in Internet, soprattutto nei siti di gossip, sono trattate come se non fossero altro che foto e, considerate soltanto in relazione al proprio aspetto fisico. L'oggettivazione sessuale nel web e i commenti sessisti, colpiscono non soltanto quelle donne che ne sono i bersagli diretti, ma anche tutte coloro che cercano di difendere pubblicamente le vittime di queste pratiche moleste, diventando così un'aggressione al genere femminile in generale.

L'unico elemento che contraddistingue il dominio di genere virtuale da quello tradizionale, è la mancanza di fisicità. Tuttavia, non per questo il fenomeno deve essere sottovalutato, in quanto le conseguenze delle molestie online possono essere letali sia perché hanno effetti negativi sulla vittima dal punto di vista psicologico, sia perché talvolta dalla molestia virtuale si può passare a quella fisica e reale. Basti pensare ai casi in cui ex-fidanzati o ex-mariti, agendo per vendetta, hanno utilizzato il web per incitare allo stupro delle proprie ex-fidanzate o ex-mogli e per fornire informazioni personali delle stesse.

Scrittrici, giornaliste e blogger americane e inglesi che hanno spesso trattato il tema della misoginia nel web, spiegano che il più delle volte i commenti dei lettori sono rivolti non al contenuto degli scritti ma all'autrice che li ha composti. In particolare, Amy Wallace e Amanda Hess hanno dimostrato che questi commenti, spesso accompagnati da immagini sessualizzate e pornografiche, bersagliavano il corpo delle autrici, ponendo il focus sugli aspetti sessuali delle stesse.

Hess, nel suo articolo "*Why Women Aren't Welcome on the Internet*" (2014), pubblicato sul Pacific Standard, decide di trattare il tema del cyber-sessismo partendo dal racconto di un episodio di cui è stata vittima. La giornalista spiega che durante una vacanza a Palm Springs, una mattina viene svegliata all'alba da un'amica che la avvertiva del fatto che era stato creato un account Twitter al fine di inviarle minacce di stupro e di morte. Dopo un primo momento di disorientamento e di paura, decide di avvertire la polizia

californiana per denunciare l'accaduto. È emblematica la reazione dell'agente che, dopo aver ascoltato la narrazione del fatto, domanda perplesso cosa fosse Twitter. Successivamente, dietro le pressioni di Hess per identificare il molestatore attraverso l'indirizzo IP, altri poliziotti hanno esclamato "Cos'è l'indirizzo IP?"

Il caso di Amanda Hess mette in luce che spesso il sessismo online e le molestie compiute nel web sono sottovalutate, in quanto sono considerate come qualcosa confinato al mondo virtuale e che per tale motivo non può avere alcun impatto nel mondo reale.

Sebbene ad oggi manchino delle teorie volte a delineare le cause e i fattori specifici del *cyber-sexismo* e degli abusi sessuali nel web, è possibile indagare la natura del fenomeno ricorrendo al concetto di mascolinità, introdotto inizialmente da Raewyn Connell e poi ripreso successivamente da altri studiosi e studiose.

6. Cyber-sexismo e la teoria della mascolinità

Un aiuto per la comprensione dei fenomeni del *cyber-sexismo* e dell'*online sexual harassment*, di cui si tratterà in modo approfondito nei prossimi paragrafi, può essere individuato nella teoria della mascolinità elaborata dalla sociologa australiana Raewyn Connell (1987).

La studiosa da più di trent'anni dedicata allo studio delle questioni di genere si è impegnata nella costruzione di un impianto teorico alquanto innovativo al fine di spiegare le dinamiche relazionali esistenti tra uomini e donne. Secondo Connell, ma anche secondo altre studiose e studiosi dopo di lei, all'interno di ogni società è individuabile un *ordine di genere* che si configura come un modello socialmente e culturalmente costruito delle relazioni di potere tra uomini e donne, organizzate proprio intorno alla differenza di genere, dove i primi si trovano in posizioni dominanti, mentre le seconde in posizioni subordinate. È proprio partendo dai concetti di mascolinità e femminilità e dalla stratificazione sociale compiuta sulla base del genere che è possibile comprendere perché il target principale di umiliazioni e molestie sessuali nel web siano proprio le donne.

Inoltre, Connell ritiene che all'interno dello stesso genere maschile sia presente un'ulteriore struttura gerarchica dove alcune mascolinità risultano essere subordinate

rispetto ad altre. Al vertice di tale gerarchia è collocata la forma egemone di mascolinità che corrisponde alla costruzione sociale del maschile dominante in una determinata società e in un determinato momento storico. Per cui tutti quegli uomini che non possiedono quei requisiti minimi di mascolinità saranno collocati in una posizione di subordinazione ed emarginazione rispetto agli altri.

Riguardo a questo aspetto, Ann Bartow (2009), osserva che quando ad essere bersagliati dalle molestie sessuali online sono gli uomini, i discorsi pronunciati contro di essi riguardano la sfera della sessualità e sono volti a screditare gli stessi sulla base del loro orientamento sessuale o, di atteggiamenti effeminati che cozzano con l'ideale di mascolinità dominante.

Interessante, è il contributo di Martha Nussbaum (2010) che per spiegare il fenomeno delle molestie sessuali online ricorre al termine concettualizzato da Friedrich Nietzsche "*Ressentiment*". Secondo la studiosa, molti dei discorsi d'odio nel web, pronunciati a scapito delle donne, sono mossi dal bisogno di soddisfare le necessità di chi oggettiva. L'oggettivazione, secondo Nussbaum è legata proprio al risentimento, ovvero un'emozione che scaturisce dalla percezione di debolezza, che ha l'obiettivo di portare altre persone ad un livello più basso del proprio, in modo da poter esercitare facilmente il proprio potere su di esse. Per Nussbaum il *Ressentiment* può essere concepito come l'espressione delle norme di mascolinità della società contemporanea, che si basa proprio su una struttura gerarchica dove gli uomini occupano una posizione dominante. Questo sentimento di ostilità è provato dal genere maschile soprattutto nei confronti di quelle donne che non accettano la propria subordinazione e lottano anche nel mondo online per ridurre le asimmetrie e le discriminazioni di genere all'interno della società.

Dopo aver cercato di individuare le possibili cause delle manifestazioni d'odio nel web agite soprattutto a scapito delle donne, nei prossimi paragrafi sarà affrontato nello specifico il tema dell'*online sexual harassment*, anche attraverso un'analisi degli studi che sono stati condotti per indagare il fenomeno.

7. Online sexual harassment

Nel momento in cui si parla di *online sexual harassment* si fa riferimento a quella sottocategoria delle molestie online, o *cyberharassment*, compiute sulla base del genere o dell'orientamento sessuale. Si configura come un problema in espansione che caratterizza l'era digitale e limita la libertà e l'uguaglianza nel web. Può essere considerato una dimostrazione del fatto che nonostante i progressi compiuti per ridurre le discriminazioni di genere e l'asimmetria di potere all'interno della società, occorre fare ancora numerosi passi avanti per ottenere un'effettiva uguaglianza tra uomini e donne all'interno della società.

Il *sexual harassment* si configura come una forma di discriminazione che si esprime tramite quelle attenzioni di natura sessuale non richieste e non gradite che umiliano, offendono e intimidiscono chi ne è vittima. Da studi condotti per indagare il fenomeno nel mondo offline, emerge che ad esserne maggiormente colpite siano le donne.

Nel momento in cui questo tipo di discriminazione si manifesta nel web e nei social network si parla di *online sexual harassment*, che include molteplici comportamenti tenuti nella rete a scapito del genere femminile.

Come afferma Mary Anne Franks (2012) sia che si manifesti nel mondo online che nel mondo offline, il *sexual harassment* indica che la presenza delle donne in un determinato spazio non è gradita o che la loro presenza sarà tollerata soltanto a certe condizioni, ovvero che siano disposte ad essere sessualizzate e umiliate.

Il termine inglese può essere tradotto nella lingua italiana con l'espressione "molestie sessuali nel web" e raggruppa molteplici tipi di condotte tenute in Internet quali commenti volgari e umilianti, richieste di carattere sessuale, l'invio di immagini pornografiche o dal contenuto sessuale esplicito, minacce di violenza e di morte.

Anche i luoghi della rete dove possono prendere forma questi tipi di molestie sono vari, ad esempio social network, forum pubblici, chat rooms, email, messaggi privati e siti di Dating. Inoltre, il web fa sì che il fenomeno acquisisca dimensioni ancora più grandi, sia perché espande l'audience che risulta essere gratis e illimitata, sia perché rende indelebili e quindi difficili da dimenticare i post e i commenti offensivi pubblicati nelle piattaforme digitali.

Le molestie sessuali online si configurano come dei veri e propri crimini d'odio (*hate crimes*), in grado di provocare ferite a livello psicologico talvolta inguaribili. Minano la reputazione di chi ne è vittima e generano inevitabilmente paura, angoscia e vergogna.

Un dato non trascurabile è che spesso i molestatore sono dei perfetti sconosciuti, che hanno adescato il proprio bersaglio online, ad esempio dopo averlo individuato all'interno di un social network tra i contatti degli amici o anche all'interno della stessa cerchia di amici virtuali.

Powell e Henry (2015) utilizzano l'espressione *Technology-Facilitated Sexual Violence and Harassment (TFSV)*, per indicare l'insieme di quei comportamenti aggressivi che vengono messi in atto, con l'ausilio delle nuove tecnologie, soprattutto a scapito delle donne. Inoltre, le due studiose, identificano quattro tipologie, che possono essere considerate dei sottotipi del più ampio fenomeno dell'*online sexual harassment* (Powell & Henry, 2017):

- 1) *Sexual Solicitation*;
- 2) *Image-Based Harassment*;
- 3) *Gender-Based Hate Speech*;
- 4) *Rape Threats*.

È opportuno, inoltre, parlare anche di un altro fenomeno che, sebbene non rientri nella classificazione operata dalle due studiose, afferisce ugualmente alla sfera dell'*online sexual harassment*: il *Revenge Porn*. Probabilmente, Powell e Henry hanno scelto di trattare separatamente il fenomeno, poiché si contraddistingue dai sottotipi precedentemente elencati, per il suo carattere fortemente vendicativo e per il fatto che è agito sempre da parte di ex partner a scapito di ex mogli o ex fidanzate.

Occorre ricordare che non c'è univocità nella letteratura sul tema, riguardo l'utilizzo di queste definizioni e che spesso i sottotipi non solo sono interconnessi tra di loro, ma si sovrappongono a tal punto da diventare difficilmente discernibili. Nonostante ciò, nei prossimi paragrafi si cercherà di analizzare nello specifico ciascuna di queste tipologie di *online sexual harassment*, anche attraverso una rassegna degli studi effettuati per indagare il fenomeno.

Occorre sottolineare che ad oggi le ricerche sul tema delle molestie sessuali online sono ancora esigue, nonostante la notevole crescita del fenomeno a livello globale. Questa carenza è ancora più evidente se si considera il contesto nazionale italiano, infatti, i

principali studi volti ad indagare la natura, le cause e le finalità *dell'online sexual harassment* provengono proprio dal panorama internazionale.

7.1. Alcuni studi sull'online sexual harassment

Gli studi sul tema dell'*online sexual harassment*, talvolta si rivelano carenti, poiché non sempre indagano se la natura delle molestie subite in rete sia effettivamente di carattere sessuale. Inoltre, alcune ricerche sono orientate ad indagare la diffusione del fenomeno delle molestie sessuali online senza però focalizzarsi sulle varie sfaccettature che il problema può assumere.

Nell'ambito di questi studi l'attenzione è stata spesso posta su bambini e adolescenti, anche in relazione al crescente utilizzo dei dispositivi tecnologici da parte delle nuove generazioni, ed è emerso che già in questa fascia d'età le femmine rispetto ai maschi sono più colpite dal problema.

Non mancano però studi sperimentali condotti al fine di indagare la presenza del fenomeno tra gli adulti e i giovani adulti, che hanno messo in luce, non solo che il problema è in continua crescita, ma anche che è molto diffuso tra gli studenti universitari e tra ragazzi e ragazze frequentanti i college, dove ancora una volta il genere femminile risulta essere maggiormente bersagliato.

Ad esempio, da uno studio condotto nel 2001 tra studenti universitari americani da Goodson, McCormick e Evans, è emerso che il 15,8% dei ragazzi e delle ragazze presi a campione, durante l'utilizzo di Internet e in particolare delle chat room si è sentito vittima di molestie sessuali. Inoltre, il fenomeno risultava essere maggiormente diffuso tra le ragazze.

Anche la ricerca condotta da Mary Ballard e Kelly Welch (2015) conferma che il bersaglio principale del *sexual harassment online* sono le donne. Le due studiose hanno voluto analizzare la presenza del fenomeno tra i partecipanti di un gioco online (MMOG), al quale possono prendere parte simultaneamente un numero elevato di giocatori. Il 52% dei partecipanti ha dichiarato di essere stata vittima di cyberbullismo durante il gioco online, mentre il 23% ha affermato di essere stato bersaglio di molestie sessuali. Ancora

una volta tra il genere femminile si attestano tassi più elevati di *sexual harassment*, mentre per quanto riguarda il cyberbullismo sembra che il fenomeno sia distribuito equamente tra maschi e femmine.

Tra gli studi che si sono focalizzati anche sulle differenze tra le varie forme di *sexual harassment online*, è utile ricordare quello di Staude-Muller, Hansen e Voss (2012). Lo studio ha preso a campione soggetti tedeschi di età compresa tra i 10 e i 50 anni e ha messo in luce che il 68,3% di questi dichiara di aver subito episodi di *sexual harassment online*. Nello specifico i partecipanti affermano che altri utenti del web hanno posto loro domande intime e inerenti la sfera sessuale e, hanno inviato loro immagini o altro materiale pornografico. Inoltre, anche questa indagine conferma che le donne sono bersagliate più degli uomini da tali tipi di molestie.

Significativo è anche lo studio condotto nel 2015 da Powell e Henry che ha indagato la presenza del *sexual harassment online* tra partecipanti australiani e inglesi. Gli esiti hanno mostrato che il 20% dei soggetti australiani presi a campione aveva subito almeno una volta nella vita molestie sessuali nel web, mentre tra gli inglesi la percentuale si attestava intorno al 16,6%. In entrambi i campioni il target maggiormente colpito era femminile. Per quanto riguarda le tipologie di molestie online più diffuse lo studio ha evidenziato l'invio di immagini, commenti, messaggi e email di carattere sessuale non graditi e le ripetute richieste sessuali effettuate tramite email o tramite messaggi.

Altri studi sono stati condotti al fine di indagare nello specifico i sottotipi di *online sexual harassment* di cui si è parlato in precedenza e, verranno trattati nei paragrafi seguenti.

7.2. Sexual Solicitation

La prima forma di *online sexual harassment*, individuata da Powell e Henry (2017) è definita *Sexual Solicitation*.

Secondo le due studiose, questa tipologia di *online sexual harassment* prende forma ogni qualvolta il molestatore richiede alla vittima di parlare di sesso o di fare qualcosa inerente la sfera sessuale, o ancora, di intraprendere una relazione intima. L'elemento distintivo di

questa forma di molestia sessuale nel web, può essere individuato nel fatto che viene messa in atto con l'intento di avere un approccio di tipo intimo o sessuale con la vittima. Gli spazi virtuali in cui può essere messa in atto la *sexual sollicitacion* sono molteplici e vanno dai siti di social media, ai social network, alle chat rooms, ai messaggi privati, alle email, ai siti di dating.

Sebbene non ci siano degli studi empirici che dimostrino la correlazione tra l'aumento dell'utilizzo di siti di dating e l'espansione dell'*online sexual harassment*, è un dato certo che negli ultimi dieci anni l'utilizzo di applicazioni, servizi o siti di dating sia cresciuto notevolmente. Una ricerca del Pew Center Study del 2015 mostra che questi siti sono stati utilizzati almeno una volta dal 15% della popolazione americana adulta.

Inoltre, gli studi condotti per indagare il fenomeno della *sexual sollicitation* dimostrano che spesso questa forma di molestia sessuale, si manifesta sovrapposta ad altre tipologie di *online sexual harassment*.

Il fenomeno del *sexting* può essere considerato una forma di *sexual sollicitation*, dal momento che si configura come una pratica che prevede lo scambio di immagini o messaggi di testo dai contenuti sessualmente espliciti, sia tra due persone che tra più soggetti simultaneamente. La pratica è molto di moda tra le giovani generazioni, anche se il rischio di gravi ripercussioni è alto, poiché i contenuti scambiati possono facilmente giungere ad estranei ed essere utilizzati per gli scopi più disparati. Inoltre tale pratica, non sempre avviene con il consenso di tutti i soggetti coinvolti nel "gioco", ma può prevedere anche costrizioni agite a scapito di una o più persone.

Baumgartner, Valkenburg e Peter nel 2010 hanno intrapreso uno studio sul fenomeno, prendendo a campione 1026 Olandesi di età adulta ed è emerso che nei precedenti sei mesi il 4,6% dei partecipanti uomini era stato vittima di sollecitazioni sessuali, mentre tra le partecipanti donne la percentuale saliva al 6,7%. Tra gli adolescenti invece la percentuale delle vittime maschi e femmine era rispettivamente del 5,6% e del 19,1%, a dimostrazione che ancora una volta il target maggiormente colpito è costituito dal genere femminile.

Un altro studio sulla *sexual sollicitation* è stato condotto da Drouin, Ross e Tobin nel 2015, con lo scopo di indagare quanto fosse diffusa la pratica del *sexting* tra gli studenti universitari americani. Le studiose hanno condotto un sondaggio tra 480 ragazzi e ragazze dal quale è emerso che 1 studente su 5 era stato coinvolto nella pratica del *sexting* e che

le ragazze avevano più probabilità dei maschi di incorrere nel problema. Le differenze relative al genere si annullavano, invece, quando ad essere coinvolte nel *sexting* erano soggetti vittime anche di altre forme di violenza tradizionale.

Infine, è interessante ricordare lo studio condotto nel 2002 da Brian Spitzberg e Gregory Hoobler con l'intento di dimostrare come talvolta la *sexual solicitation* prende la forma di *cyber-obsessional relation pursuit* (COP), che consiste nel tentativo ossessivo di entrare in intimità con la vittima, con la continua invasione della privacy fisica o simbolica di quest'ultima. Il sondaggio compiuto da Spitzberg e Hoobler tra ragazzi americani del college ha portato alla luce che il 31% degli stessi aveva avuto esperienza di questa forma di *sexual solicitation*. Talvolta, la COP può anche sfociare in un altro tipo di molestia virtuale: il *cyberstalking*. Questo si verifica quando gli atteggiamenti molesti diventano talmente ripetuti e prolungati nel tempo da costringere la vittima a vivere nel terrore.

7.3. Image-Based Sexual Harassment

Il secondo sottotipo di *online sexual harassment* è definito *Image-Based Sexual Harassment* (Powell & Henry, 2017) e prende forma ogni qual volta al centro dell'atteggiamento molesto ci sono immagini o foto sessuali che disturbano la vittima e generano umiliazione ed imbarazzo. L'elemento distintivo di questo aspetto delle molestie sessuali online è rappresentato proprio dalla presenza di immagini pornografiche, che sono inviate alla vittima da parte di un molestatore, conosciuto o sconosciuto.

All'interno di questa sottocategoria, è possibile individuare ulteriori tre forme di *image-based sexual harassment*, distinguibili ma tra loro correlate:

- 1) l'invio di immagini di nudo o video pornografici non graditi dalla vittima; talvolta si tratta di veri e propri *selfies* osceni del molestatore o, di foto ritraenti i genitali dello stesso, fenomeno largamente diffuso nella contemporaneità e noto con il nome di *dick pics*;
- 2) la diffusione in rete di immagini o video manipolati attraverso Photoshop e altri programmi, ritraenti la vittima in pose e atteggiamenti sessuali o pornografici;

- 3) la creazione di siti o di pagine all'interno di social network con lo scopo di denigrare e sminuire donne e ragazze, sulla base delle proprie caratteristiche fisiche o, dei propri comportamenti o, del modo di vestirsi; il termine inglese che contraddistingue questa pratica "*slut-shame*", può essere tradotto letteralmente in italiano con l'espressione "onta della squaldrina" ed ha origine in ambito filosofico femminista, proprio per indicare quel processo tramite il quale le donne che si discostano dal ruolo di genere tradizionale e socialmente accettato vengono attaccate e denigrate.

La pratica del *sexting*, precedentemente individuata come una manifestazione di *sexual solicitation*, può configurarsi anche come una forma di *image-based sexual harassment*, in quanto prevede lo scambio di immagini sessualmente esplicite e talvolta la costrizione della vittima ad inviare al molestatore proprie foto intime. Ciò dimostra che queste sottocategorie non possono essere pensate se non interconnesse l'una all'altra, e che quasi nella totalità dei casi si presentano in modo sovrapposto e congiunto.

Senz'altro la messa a punto di nuovi dispositivi tecnologici dotati di *webcam* e di fotocamera integrata, ma anche l'invenzione di software e programmi sempre più sofisticati che permettono la manipolazione di foto e video, ha contribuito all'aumento delle dimensioni dell'*Image-based sexual harassment*. Tuttavia, il fenomeno esisteva anche prima di queste innovazioni in campo tecnologico, la differenza è che prima video e foto potevano essere presi soltanto da siti pornografici, per cui non era possibile distribuire immagini manipolate raffiguranti la vittima in pose o atteggiamenti osceni.

Talvolta lo scambio di foto o messaggi a contenuto sessuale, tramite smartphone o altri dispositivi tecnologici, si configura come un modo di flirtare moderno, accettato tra gli adulti. Tuttavia quando la condivisione di questi contenuti avviene senza il consenso di entrambe le parti, assume la forma di molestia sessuale online.

Ad essere vittime dell'*Image-based sexual harassment* sono ancora una volta più donne che uomini, le quali affermano di ricevere spesso immagini sessuali esplicite durante l'utilizzo di social network o di siti di dating.

Dallo studio condotto nel 2015 da Powell e Henry emerge proprio che le partecipanti donne sono state spesso coinvolte in questa forma di molestia online, soprattutto a seguito dell'utilizzo di siti di dating. Una donna riferisce di aver ricevuto una richiesta sessuale esplicita, correlata dall'immagine dei genitali del molestatore, mentre stava utilizzando il

suo solito sito di incontri. L'episodio si è ripetuto successivamente ad opera di un altro uomo, il quale, in seguito alle proteste della donna, ha iniziato ad insultarla con termini quali "stronza" e "puttana". Un'altra partecipante dello stesso studio ha raccontato di come un ex amico abbia tentato in modo molesto un approccio sessuale, inviandole foto dei propri genitali e un video che lo ritraeva durante un atto di masturbazione.

Per quanto riguarda la manipolazione di immagini e video pornografici, ad esserne maggiormente colpite sono le celebrità, infatti, spesso si vedono circolare in rete, sia nei social network che in altre piattaforme digitali, foto pornografiche alle quali è stato sostituito il volto originale con quello delle star.

Come è possibile immaginare, a questa forma di molestia spesso se ne associano anche altre, come l'hate speech o le minacce di stupro, poiché questi video e queste foto postate nei social network generano inevitabilmente commenti a catena talvolta anche molto aggressivi.

Anche la terza forma di *Image-based sexual harassment* costituisce una pratica di molestia online molto diffusa e attuale, che preoccupa per la sua crescente espansione. È frequente che sui social network, in particolare su Facebook, siano create pagine o gruppi chiusi con lo scopo di pubblicare immagini di donne comuni o celebri al fine di denigrarle ed esprimere commenti sessisti, o in relazione al loro aspetto fisico o al loro modo di vestire e di presentarsi. Ad esempio, una moda preoccupante che sta prendendo piede tra le giovani generazioni è quella di postare nei social network foto di ragazze, anche facenti parte del gruppo dei pari, per poi indire una votazione pubblica sull'aspetto fisico delle stesse, con conseguenze immaginabili su coloro che ne sono bersaglio.

L'esempio proposto da Powell e Henry (2017) riguarda la pagina Facebook riservata a soli uomini "*Melbourne Men's Society*", composta da ben 7000 membri, nata con lo scopo di competere con la pagina tutta al femminile creata sei mesi prima "*The Melbourne Gal Pals*". Nel gruppo maschile vengono postate immagini dal contenuto sessuale e foto di donne rubate sia dal gruppo femminile che da altri profili Facebook senza il consenso delle dirette interessate. Queste immagini sono successivamente commentate volgarmente e esplicitamente da tutti i partecipanti.

L'*hate speech* agito a scapito del genere femminile all'interno del web e in particolare dei social network, sia in pagine pubbliche che nei cosiddetti gruppi chiusi, è un'altra

sfaccettatura del fenomeno delle molestie sessuali online, di cui si tratterà in modo più approfondito nel paragrafo seguente.

7.4. Online Gender-Based Hate Speech

Come precedentemente accennato, quando i discorsi d'odio in rete bersagliano le donne, l'*hate speech* si carica di contenuti sessisti ed assume la connotazione di *Gender-Based Hate Speech*. La particolarità di questo aspetto dell'*online sexual harassment*, può essere individuata nel fatto che i molestatori pronunciano discorsi d'odio contro il target preso di mira, in spazi pubblici del mondo online, ad esempio blog, forum o social network e attaccano quel target essenzialmente sulla base della propria appartenenza di genere o, sulla base dell'orientamento sessuale. L'intento è quello di sminuire quel target, umiliarlo e sancire la sua inferiorità.

Danielle Citron (2014), afferma non solo che il target principale dei discorsi d'odio in rete siano le donne, ma anche che ad essere più colpite siano le lesbiche e le donne nere. Come affermano Powell e Henry (2017), le donne nel web sono bersagliate sia per il fatto stesso di essere donne che per il loro orientamento sessuale. Inoltre, anche coloro che non incarnano i ruoli di genere tradizionali sono quotidianamente vittime dei discorsi d'odio online, poiché sono percepite come una minaccia per la mascolinità egemone.

Come osserva Karla Mantilla (2015) i termini maggiormente utilizzati nel web per indicare le donne sono "fiche", "sgualdrine", "puttane", mentre quando ad essere bersagliato è il loro aspetto fisico, le stesse vengono definite "grasse" o "brutte". Mantilla definisce questo tipo di comportamento *gendertrrolling* e afferma che tale pratica sia la continuazione nel mondo virtuale delle molestie o gli abusi sessuali che colpiscono le donne negli altri contesti di vita. Inoltre, aggiunge che una delle conseguenze principali del *gendertrrolling* è che le donne avranno paura non soltanto a muoversi nel mondo online, ma anche in quello offline per timore di incontrare i loro molestatori virtuali.

Un'interessante analisi dei contenuti offensivi che minano il genere femminile nel web, è stata compiuta da Megarry (2014), che partendo dalle esternazioni d'odio e dagli insulti diretti alle donne all'interno di Twitter, ha cercato di mettere in luce come il *sexual*

harassment online sia una dimostrazione del fatto che anche nella rete siano presenti forti discriminazioni di genere. Dall'analisi è emerso che gran parte dei commenti rivolti al genere femminile avevano ad oggetto l'aspetto fisico, in particolare le parti sessuali del corpo e, che le donne erano bersagliate da commenti volgari e umilianti.

Anche nel contesto nazionale italiano, non mancano esempi di come il *gender-based hate speech* sia un fenomeno sempre più diffuso nel web. Un caso celebre è quello della Presidente della Camera dei Deputati Laura Boldrini, ripetutamente vittima di insulti sessisti, molti dei quali motivati dal fatto che la stessa sia impegnata attivamente nella lotta alle discriminazioni di genere. Basta visitare la pagina Facebook di Boldrini per imbattersi in commenti volgari e sprezzanti, quali, per citare alcuni esempi, “sei una prostituta”, “vattene coccolanegri”, “spero ti uccidano”, “mi auguro che prima o poi qualcuno ti violenti”.

L'*online hate speech* infatti, molto spesso bersaglia proprio quelle donne che lottano per la parità di genere e per l'eliminazione delle discriminazioni all'interno della società. Un altro esempio proviene dalle accuse e minacce mosse nei confronti della giornalista italiana Marina Terragni, che in un articolo all'interno del suo blog “Io donna”, aveva preso le difese della Sottosegretaria di Stato alla Presidenza del Consiglio Maria Elena Boschi, dopo che la stessa era stata vittima di un servizio offensivo delle Iene. Terragni dopo la pubblicazione del suo articolo ha ricevuto oltre trecento commenti di natura sessuale, scritti sia da uomini che da donne, che la definivano una “cagna femminista”, un “deforme aborto disumano” e la minacciavano ripetutamente di morte.

È evidente che nonostante le nuove politiche di controllo messe in atto all'interno dei social network, il fenomeno dell'odio online, soprattutto nei confronti del genere femminile, costituisca ancora un dato allarmante e in costante aumento.

Il problema maggiore è che in molti stati non esistono ad oggi leggi che riconoscano il potenziale distruttivo del *gender-based hate speech* e che formalizzino il fenomeno come crimine, per cui la lotta allo stesso diventa ancora più difficile.

Tra i pochi studi empirici compiuti sino ad oggi sul tema, occorre ricordare quelli condotti per indagare la presenza del *gender-based hate speech* tra gli utilizzatori dei videogiochi online.

Jeffrey Kuznekoff e Lindsay Rose, in uno studio del 2013 effettuato tra 245 giocatori online, hanno mostrato come le voci pre-registrate femminili ricevessero insulti e commenti violenti tre volte di più che le voci maschili.

Un'altra ricerca è stata successivamente condotta da Ballard e Welch (2015), prendendo ad esame i comportamenti tenuti dai partecipanti di un gioco online (MMOG). L'esito della ricerca ha evidenziato che il 48% dei partecipanti era stato vittima di commenti di natura sessuale e che ad essere maggiormente colpite dalla violenza online erano proprio le donne, mentre ad esprimere esternazioni ostili nei confronti di altri giocatori e giocatrici erano soprattutto gli uomini.

Senz'altro il *gender-based hate speech* costituisce sempre più un'emergenza sociale, per cui è auspicabile che crescano anche gli studi volti ad indagarne la natura, la diffusione, l'impatto sulle vittime e le possibili soluzioni al problema.

7.5. Rape Threats

Il quarto sottotipo di online sexual harassment individuato da Powell & Henry (2017), è costituito dalle *Rape Threats*, ovvero le minacce di stupro e di morte, che colpiscono ogni giorno sempre più donne all'interno del web. Questo fenomeno è fortemente interconnesso con quello del *gender-based hate speech* e, in un certo qual modo, può esserne considerato l'espressione più estrema. Quando i discorsi d'odio si fanno più violenti e non si limitano soltanto a sminuire, offendere e umiliare, ma si caricano di forti intimidazioni, allora si configurano come *Rape Threats*.

Il fenomeno colpisce in particolar modo giornaliste, scrittrici o blogger che affrontano i temi della misoginia e dell'asimmetria di genere presente nella società. Il problema principale è che tali minacce, proprio perché avvengono all'interno di blog e social network, spesso non sono prese sul serio e di conseguenza non sono affrontate nel modo opportuno.

Sovente, si tende a percepire le minacce di stupro o di morte semplicemente come degli scherzi messi in atto dagli utenti del web per fini goliardici, tuttavia gli effetti di tale pratica possono essere molto pericolosi, sia per la paura e l'umiliazione che suscitano in

chi ne è vittima, sia perché talvolta generano comportamenti violenti destinati a perseverare per lungo tempo.

A differenza del *Rape Jokes*, dove le intimidazioni sono rivolte ad un gruppo di individui nel suo insieme (ad esempio il genere femminile o, uno specifico gruppo etnico), le *Rape Threats* solitamente si configurano come minacce *ad personam*.

Dallo studio condotto da Powell e Henry nel 2015 è emerso che il 9% delle partecipanti australiane e il 9,6% di quelle inglesi avesse ricevuto delle minacce di stupro, o attraverso commenti all'interno di social network o attraverso messaggi privati o email. Inoltre, tra le partecipanti inglesi la fascia d'età che risultava essere maggiormente colpita era quella tra i 20 e i 24 anni, mentre per quanto riguarda le Australiane ad essere più bersagliate dalle minacce di stupro erano le donne tra i 40 e i 44 anni.

Senz'altro quello delle *Rape Threats* è un fenomeno che non va affatto sminuito e trascurato e che andrebbe preso in considerazione più seriamente ogni qual volta si manifesta nel web. Le minacce di stupro talvolta, dal mondo virtuale sono poi traslate nel mondo fisico e reale, per cui la vittima può correre seri pericoli anche nello svolgimento delle sue attività quotidiane.

Nel prossimo paragrafo, sarà invece analizzato un altro fenomeno che sta prendendo piede soprattutto tra i giovani, noto con il nome di *Revenge Pornography* o più comunemente *Revenge Porn*, e che si contraddistingue dalle forme di *online sexual harassment affrontate* fino ad ora, per il suo carattere fortemente vendicativo.

7.6. Revenge Porn

Il *Revenge Porn* o *Revenge Pornography* si configura come una pratica vendicativa, messa in atto soprattutto a scapito di donne e ragazze, da ex-fidanzati o da ex-mariti, con l'intento di infliggere un danno psicologico e sociale alle stesse.

Il fenomeno è in crescente aumento e consiste nel pubblicare foto o video di nudo dell'ex partner, su siti pornografici, ma anche sui più comuni social network. Sebbene, per certi versi possa essere considerato come una forma di *Image-based sexual harassment*,

l'aspetto distintivo del *Revenge Porn* è che viene messo in atto per scopi di vendetta. Inoltre, il target è sempre rappresentato da un'ex partner.

Come è facilmente deducibile, le conseguenze sul benessere psicofisico della vittima possono essere deleterie, tanto da rendere difficile anche lo svolgimento delle attività scolastiche o lavorative quotidiane. Chi ne è artefice agisce proprio allo scopo di attaccare l'immagine e di conseguenza danneggiare la reputazione dell'ex partner, con l'intento di vendicare la fine di una relazione.

Talvolta viene coinvolta anche la famiglia della vittima, con l'invio del materiale pornografico a genitori, fratelli, sorelle, figli e amici, al fine di compromettere ogni tipo di relazione affettiva della donna.

Inoltre, non è trascurabile il fatto che alla pubblicazione del materiale pornografico sul web, sono solitamente allegati anche nome e cognome della vittima, il suo indirizzo e i suoi recapiti telefonici, in modo da renderla facilmente rintracciabile anche da parte di sconosciuti. Questo fa sì che oltre al danno psicologico, si aggiunga anche il rischio di subire attacchi fisici e di essere bersaglio di *stalking* nel mondo offline.

Uno studio condotto dall'organizzazione non-profit *Cyber Civil Rights Initiative* ha dimostrato che il 90% delle persone colpite dal *Revenge Porn* sono di genere femminile, e che spesso a tale tipo di violenza se ne aggiungono simultaneamente altri.

È noto il caso di Marianna Taschinger, una studentessa che dopo essersi fotografata nuda su richiesta del fidanzato, a soli 22 anni ha visto pubblicare le sue foto intime in un sito pornografico, con tanto di indicazioni sul suo profilo Facebook e di indirizzo di casa. La vergogna e la paura suscitate dall'accaduto furono talmente grandi che la ragazza smise addirittura di uscire di casa (Ziccardi, 2016).

Un altro caso noto è quello di una donna del Maryland che nel 2012 è stata vittima di *Revenge Porn*, a seguito della diffusione di false notizie ad opera dell'ex marito. Quest'ultimo aveva distribuito delle email dove fingendosi sua moglie, proponeva di intrattenere rapporti sessuali con lei e con le due figlie. Quasi cinquanta uomini si presentarono a casa della donna in risposta alle false richieste, e la paura sia per se stessa che per le figlie fu talmente grande che si videro costrette a cambiare Stato (Ziccardi, 2016).

Questi sono soltanto degli esempi delle innumerevoli vicende di questo tipo che quotidianamente colpiscono donne di tutto il mondo, ma nonostante ciò non esistono ancora delle leggi in grado di contrastare il fenomeno.

Il primo ostacolo che si incontra è al momento dell'identificazione del problema, poiché spesso la vittima per vergogna o per timore di ripercussioni tende a non parlare dell'accaduto e a non denunciare il fatto. Solitamente foto e video sono ottenuti inizialmente con il consenso della vittima nell'ambito della relazione sentimentale, e soltanto in un secondo momento diventano delle vere e proprie armi nelle mani dell'aggressore. Molte ragazze raccontano di essersi fidate del proprio partner nel momento in cui sono state fotografate, in quanto erano state rassicurate del fatto che quei contenuti sarebbero rimasti privati. Ma l'incubo è iniziato dopo la fine della relazione, quando quelle foto o quei video sono diventati oggetto di vendetta e fonte di umiliazione e paura (Citron & Franks, 2014).

Il *Revenge Porn* può essere inserito all'interno della più ampia categoria dell'*online sexual harassment*, in quanto si configura come una vera e propria molestia sessuale messa in atto nei confronti della vittima al fine di umiliarla, intimidirla e causare danni psicologici e sociali alla stessa.

Se fino ad ora, si è cercato di mettere in luce il fenomeno dell'*online sexual harassment*, mostrando tutte le sue sfaccettature, nei prossimi paragrafi si parlerà di *cyberbullismo*, pratica strettamente connessa a quella delle molestie sessuali online, che talvolta trova espressione insieme alle stesse. Infatti, sempre più spesso, bersaglio delle molestie sessuali in Internet sono giovani ragazze, vittime di comportamenti aggressivi e umilianti, compiuti non solo da sconosciuti, ma anche da componenti del gruppo dei pari.

8. Il cyberbullismo

Il *cyberbullismo*, o bullismo elettronico, tecnologico, o digitale, può essere considerato uno dei maggiori rischi per i giovani che navigano in rete. Nella letteratura, il termine *cyberbullismo* è utilizzato prevalentemente per indicare quei comportamenti nocivi,

messi in atto in modo continuativo nel cyberspazio, a scapito di adolescenti ma anche di bambini, soprattutto da parte di membri del gruppo dei pari.

Il fenomeno è stato descritto dalla letteratura internazionale soltanto a partire dagli anni 2000, poiché i ricercatori hanno notato la sua rapida espansione su scala mondiale. La causa di questa veloce diffusione è da rintracciarsi oltre che nei cambiamenti socio-culturali, anche nel rapporto che adolescenti e bambini hanno con le nuove tecnologie e con i nuovi mezzi di comunicazione. La generazione digitale, infatti, utilizza gli oggetti tecnologici fin dalla prima infanzia con estrema facilità, basti pensare che l'interesse per i tradizionali giochi sia stato surclassato da quello per i videogiochi.

Il discorso sul cyberbullismo è strettamente connesso con il tema delle molestie sessuali online affrontato sino ad ora, tanto che talvolta i due fenomeni appaiono sovrapposti e difficilmente distinguibili. Sempre più adolescenti sono vittime di episodi di *online sexual harassment*, messi in atto da membri del gruppo dei pari, in modo ripetuto e prolungato nel tempo.

All'interno del contesto italiano, è noto il caso di Carolina Picchio, la giovane ragazza che nel 2013 si è tolta la vita dopo che era stato distribuito online un video che la ritraeva vittima di una violenza di gruppo. È proprio a Carolina e a tutte le ragazze che come lei si sono tolte la vita a causa di questi atti molesti compiuti nel web, che è stata dedicata la legge italiana contro il cyberbullismo, L. 29 maggio 2017, n.71.

Chi è vittima di bullismo digitale, è bersaglio di azioni violente di varia natura e di molestie ripetute nel tempo, caratterizzate da un alto tasso di aggressività. Tra i comportamenti più comuni è possibile individuare l'invio di messaggi offensivi o minacciosi, la diffusione di notizie false al fine di compromettere la reputazione della vittima, pubblicazione di foto o video umilianti, la creazione di falsi profili o pagine su social network al fine di compiere azioni moleste nei confronti di altri utenti del web. Questi atti sono spesso compiuti da componenti del gruppo dei pari del giovane che ne è colpito e chi ne è artefice talvolta opera da solo, talvolta insieme ad altri soggetti.

Bambini e adolescenti trascorrono sempre più tempo in Internet e questo aumenta le possibilità che vengano esposti a situazioni dannose. Ad accrescere il rischio vi è il fatto che spesso i giovani sono troppo ingenui durante la navigazione online e, inconsapevoli dei pericoli che possono correre, rivelano molte informazioni personali ad un pubblico vastissimo. Il cyberbullismo si configura come una forma di violenza compiuta all'interno

del web, che talvolta può anche sovrapporsi ad altri tipi di comportamenti nocivi caratterizzanti il mondo online.

Una categorizzazione delle forme che può assumere il problema è stata fatta da Nancy Willard nel 2004, nel suo *Center for Safe and Responsible use of Internet*. Per esplicitare le molteplici sfaccettature del fenomeno, Willard ha individuato nove categorie:

- 1) *Flaming*: stile comunicativo utilizzato dai giovani in Internet caratterizzato da lessico volgare e da termini forti e violenti;
- 2) *Harassment*: molestie verbali ripetute e frequenti che hanno lo scopo di ferire la vittima;
- 3) *Denigration*: insieme di messaggi o diffusione di informazioni false volte a denigrare un soggetto e a rovinarne la reputazione;
- 4) *Impersonation*: appropriazione indebita dell'identità virtuale di un altro soggetto;
- 5) *Troll*: insieme di atteggiamenti provocatori che hanno come bersaglio un gruppo online con lo scopo di destabilizzarne l'equilibrio;
- 6) *Exposure*: pubblicazione di informazioni personali, intime ed imbarazzanti riguardanti la vittima;
- 7) *Trickery*: ingannare la vittima con comportamenti che sono volti a conquistarne la fiducia, per poi rendere note le informazioni che sono state confidate;
- 8) *Exclusion*: atteggiamento di ostracizzazione nei confronti della vittima che viene esclusa da un gruppo online;
- 9) *Cyberstalking*: minacce costanti e ripetute volte a denigrare e ad incutere paura alla vittima, e consistenti anche in ricatti, al fine di ottenere un guadagno per sé.

Un'interessante ricerca condotta in Canada nel 2009 da Mishna, Saini e Solomon ha voluto indagare qual è la percezione che hanno i giovani del fenomeno del cyberbullismo. Sono stati organizzati sette focus group con 38 studenti di un grande centro urbano, di età compresa tra i 10 e i 13 anni. È emerso che i partecipanti consideravano il problema molto serio ed assai più pericoloso del tradizionale bullismo sia perché il cyberbullismo non si esaurisce a scuola, ma continua anche all'interno della propria casa e in ogni momento della giornata, sia perché il cyber bullo si sente protetto dall'anonimato.

I giovani coinvolti nell'indagine hanno coniato l'espressione "*colui che si nasconde dietro la tastiera*" proprio per indicare l'aggressore che agisce nell'anonimato, sottolineando che il fatto che si non si tratti di una comunicazione face to face, renda più

facile esprimere commenti forti e offensivi. La lontananza fisica dalla vittima e la percezione di anonimato hanno, infatti, un effetto disinibitorio. È proprio questo che rende il cyberbullismo ancora più cruento del tradizionale bullismo, poiché chi ne è artefice, rimanendo nascosto dietro lo schermo del proprio pc o del proprio smartphone, si sente più al sicuro e più a suo agio nell'esprimere commenti aggressivi.

È possibile, inoltre, compiere una distinzione tra *cyberbullismo diretto* e *cyberbullismo indiretto*: il primo si riferisce agli attacchi esercitati direttamente dall'oppressore su bambini e adolescenti tramite messaggi, email, SMS, MMS, commenti su social network, il secondo consiste nell'usufruire di terze persone che con o senza consenso agiscono le molestie sulle vittime del cyberbullo.

8.1. Cyberbullismo e bullismo a confronto

Il cyberbullismo rappresenta la nuova frontiera del bullismo. Questo nuovo tipo di bullismo, attraverso i dispositivi di comunicazione tecnologica come, per esempio, la posta elettronica, la messaggistica istantanea, i blog, gli SMS, i telefoni cellulari, gli MMS e i siti web, facilita una comunicazione istantanea, diffusa, pervasiva, anonima (Gatti, Lerda & Rando, 2013).

Come osservano Pisano e Saturno (2008) tra il bullismo tradizionale e quello elettronico sono presenti alcune evidenti differenze.

Il dato più allarmante della nuova forma di molestia online è costituito dal fatto che le vittime possano essere perseguitate in qualsiasi momento della giornata e della settimana, e in qualsiasi luogo, proprio perché gli attacchi avvengono tramite strumenti tecnologici che non concedono tregue.

Inoltre, i dati divulgati online possono essere trasmessi in modo virale rimbalzando da un social all'altro, rimanendo a disposizione degli spettatori per un tempo per così dire infinito. È proprio questo il primo elemento di differenza con il bullismo tradizionale, che veniva invece agito in un contesto per lo più circoscritto all'ambiente scolastico.

Un'altra differenza è individuabile nel tipo di aggressore, il bullo tradizionale è di solito uno studente, un membro del gruppo dei pari e comunque una persona conosciuta dalla vittima, il cyber bullo si muove nell'anonimato ed è questo uno dei motivi per cui tanti

adolescenti sono attratti da questo fenomeno che permette di esprimere con più facilità commenti umilianti e aggressivi, tenendo nascosta la propria identità. Se il bullo nel contesto reale non ha il coraggio di compiere le azioni più atroci, lo stesso non avviene quando l'aggressore si muove nel cyberspazio ed è protetto dallo schermo o dalla tastiera. Inoltre, quest'ultimo proprio perché manca il contatto fisico con la vittima al momento delle aggressioni, non può sapere quali siano le conseguenze su di essa; nel bullismo tradizionale invece c'è un feedback tra chi subisce la violenza e chi la agisce, anche se quest'ultimo è per lo più noncurante degli effetti nocivi delle proprie azioni.

Un altro aspetto da evidenziare riguarda la *presunta invisibilità* caratterizzante gli attacchi compiuti nel cyberspazio. Il bullo che agisce online, erroneamente reputa di poter compiere le azioni più atroci senza lasciar traccia, in realtà ogni apparecchio tecnologico lascia dei segni che possono facilmente essere seguiti dalla polizia postale. Nel bullismo tradizionale invece la visibilità ha un ruolo cardine nel dominio delle relazioni interpersonali, proprio perché la forza del bullo risiede nell'essere conosciuto e riconosciuto come tale dal gruppo dei pari.

Inoltre, se il bullo tradizionale è spesso protagonista di un processo di deresponsabilizzazione, in quanto tende a sbarazzarsi della responsabilità delle proprie azioni, nel bullismo elettronico si aggiunge anche un *processo di depersonalizzazione*, poiché l'oppressore talvolta tende ad attribuire le colpe delle proprie prepotenze ad un avatar.

Un ultimo elemento di differenza lo si può rintracciare nel *comportamento degli spettatori*; se nel bullismo tradizionale il pubblico è solitamente passivo, in quello elettronico può essere sia passivo che attivo, partecipando esso stesso alle aggressioni virtuali.

8.2. I fattori di rischio del cyberbullismo

Ma quali sono i fattori di rischio del cyberbullismo? Esistono degli elementi che aumentano la possibilità di incorrere nel fenomeno? Uno studio condotto in Canada nel 2012 da Mishna e colleghi, ha cercato di dare risposta a questi quesiti. Lo scopo è quello di esaminare la frequenza con cui il cyberbullismo si fa strada tra i giovani e quali fattori

contribuiscono a far entrare in contatto i giovani con tale fenomeno. Lo studio trasversale ha preso in esame 2186 studenti del sesto, settimo, decimo e undicesimo grado di una scuola di una grande città del Canada, ai quali è stato sottoposto un questionario da svolgere durante le ore scolastiche. Le variabili prese in considerazione sono: età, genere, uso della tecnologia, coinvolgimento dei genitori e sicurezza. Inoltre, sono state distinte tre categorie di studenti che sono entrati in contatto con il cyberbullismo, in base al loro ruolo di vittime, bulli o vittime-bulli, per poi compararle con quattro categorie di studenti rimasti estranei al fenomeno.

Dai risultati è emerso che più del 50% degli studenti è stato protagonista di cyber bullismo o come vittima o come oppressore o entrambi. Nei tre mesi precedenti, quasi un quarto dei ragazzi è stato vittima di bullismo elettronico, l'8% ha compiuto molestie virtuali su altri, mentre uno studente su quattro è stato sia vittima che oppressore. Non sono emerse differenze significative tra il genere maschile e quello femminile, se non che è più frequente che i maschi svolgano il ruolo di bulli, mentre le femmine sono solitamente coinvolte come vittime o come vittime-bulle.

Per quanto riguarda i fattori di rischio, il primo è correlato al tempo di utilizzo del computer o comunque dei dispositivi tecnologici da parte dei ragazzi: in tutte e tre le categorie sono apparsi significativi per i fenomeni di cyberbullismo non solo le ore trascorse in rete nell'arco della giornata, ma anche il fatto di confidare la propria password ai coetanei. Appare evidente come i giovani non riescano ormai a fare a meno delle nuove tecnologie, proprio perché la maggior parte della loro vita si svolge online ed è qui che trovano le maggiori possibilità di relazionarsi con i propri pari. Tuttavia, il crescente utilizzo della tecnologia da parte dei più giovani, va di pari passo con l'aumento della possibilità di imbattersi in situazioni di *cyberbullismo*.

Per quanto riguarda la variabile età, i risultati della ricerca mostrano come solitamente gli studenti più grandi siano bulli o vittime-bulli. Mentre, sul versante sicurezza online emerge che le vittime di cyberbullismo si sentano molto più insicure durante la navigazione in Internet, rispetto agli studenti non coinvolti nel fenomeno.

I risultati della ricerca mostrano che il fenomeno non sia affatto trascurabile, ma che anzi debba essere affrontato in modo consapevole, non soltanto dal punto di vista normativo, ma anche e soprattutto dal punto di vista educativo, in modo che i ragazzi acquisiscano quegli strumenti per approcciarsi alla rete in modo più sicuro e con maggior senso critico.

8.3. Il ruolo di insegnanti e genitori

Senza ombra di dubbio, scuola e famiglia svolgono un ruolo fondamentale nel contrasto al cyberbullismo e alle altre forme di comportamenti negativi messi in atto nel web ed è per questo che va auspicata una collaborazione costante e duratura nel tempo tra educatori e genitori (Beale & Hall, 2007)

La lotta contro il bullismo elettronico si configura come una vera e propria missione e richiede che non solo gli insegnanti e le famiglie cooperino, ma che anche gli stessi studenti lavorino insieme ai primi per eradicare il fenomeno. Prima di tutto è importante che il cyberbullismo sia conosciuto, poiché è questo il primo passo per combatterlo, soltanto in un secondo momento potranno essere messe in campo azioni volte a contrastarlo.

Beale e Hall (2007) ritengono che per misurare il grado di consapevolezza sulla diffusione del fenomeno tra gli studenti, gli insegnanti e i dirigenti scolastici possano ricorrere a strumenti di indagine quali focus group, questionari, *meetings* scolastici che coinvolgano anche educatori e genitori. È opportuno che a scuola bambini e ragazzi siano educati ad una navigazione in rete sicura ed è proprio per questo che i dirigenti scolastici dovrebbero far in modo che all'interno di ogni percorso di studio siano inserite anche lezioni mirate all'utilizzo consapevole di Internet e dei social network e al riconoscimento del bullismo elettronico.

È altresì importante la presenza di *counselors* all'interno degli istituti scolastici, affinché possano offrire un valido supporto ai giovani, vittime o agenti di molestie online e, alle loro famiglie, incoraggiando genitori e figli al dialogo reciproco. Inoltre, possono essere organizzati seminari e incontri anche con la collaborazione della polizia postale, in modo da fornire indicazioni chiare e dettagliate sul fenomeno e sul corretto utilizzo del web. Per una prevenzione che possa portare i suoi frutti, è infine fondamentale una collaborazione con gli altri istituti scolastici e con l'intera comunità locale in modo da costituire una task force contro il cyberbullismo.

I genitori, d'altra parte, possono fare moltissimo per i loro figli seguendo poche semplici, ma fondamentali accortezze.

Innanzitutto, proprio perché il cyberbullismo a differenza del bullismo tradizionale, perseguita i giovani anche all'interno delle loro case, è fondamentale che i genitori osservino i comportamenti di questi ultimi e dialoghino con loro sull'importanza della sicurezza in rete e sui rischi che si possono incontrare online.

Oggi i ragazzi utilizzano sempre più computer e tablet anche per fini scolastici, per cui è importante che i genitori monitorino le attività svolte in rete dagli stessi, per verificare se effettivamente si stia facendo un uso corretto di questi dispositivi tecnologici, al fine di scongiurare situazioni pericolose.

Inoltre, non è trascurabile il fatto che solitamente chi è vittima di cyberbullismo trova difficoltà a parlarne agli altri del proprio problema, in quanto è spesso spaventato e fragile e, proprio per tale motivo è importante che sia rassicurato e incoraggiato al dialogo.

In questo compito, la famiglia in primis, ma anche la scuola svolgono una funzione basilare, in quanto sono in grado di fornire il giusto supporto necessario al giovane per trovare la forza di parlare e uscire dall'incubo.

9. Possibili soluzioni per il contrasto all'hate speech.

L'approccio più opportuno per contrastare la diffusione dell'*online hate speech* e di tutti i comportamenti molesti ad esso correlati, è senz'altro quello di evitare una condanna a priori della rete e delle nuove tecnologie.

Come ampiamente discusso in precedenza, infatti, il problema non risiede nella rete in sé per sé, ma nei comportamenti che all'interno di essa vengono attuati.

L'era digitale ha apportato enormi cambiamenti nel modo di interagire, in quanto abbattendo le barriere spazio-temporali, ha offerto la possibilità di condividere simultaneamente con un numero illimitato di persone qualsiasi tipo di dato.

Tuttavia, occorre avvicinarsi all'utilizzo del web con senso critico e consapevolezza del potenziale posseduto dagli strumenti digitali di cui si fa uso, poiché se da un lato la rete è in grado di offrire opportunità uniche, dall'altro se usata con imprudenza può avere un potere altamente distruttivo.

Un interessante documento, approvato nel 2005 a Madrid, intitolato “*The Infrastructure of Democracy - Strengthening the Open Internet for a Safer World*”, sostiene proprio la tesi per cui Internet debba essere messo al centro della battaglia contro le manifestazioni d’odio nel web.

Il documento nello specifico individua alcuni motivi principali per fare della rete stessa il fulcro della lotta ai comportamenti negativi tenuti nel web.

Il primo motivo è che Internet rappresenta la base della società democratica moderna, in quanto i valori su cui poggia sono in linea con i valori tipici della Democrazia. La rete infatti favorisce la partecipazione, incoraggia lo scambio di idee, permette la libera espressione del pensiero e mette in comunicazione persone e culture molto lontane tra di loro, favorendo la formazione di forme di società più civili. Inoltre, può favorire lo sviluppo del Paese anche da un punto di vista economico.

Il secondo motivo è legato al fatto che la battaglia contro l’odio online e tutte le sue manifestazioni deve partire dalla comunità stessa, in quanto quest’ultima, se ben educata all’utilizzo consapevole delle nuove tecnologie, può fare molto di più di quanto sarebbero in grado di fare dei provvedimenti normativi. Uno sforzo centralizzato, infatti, non riuscirebbe combattere dei sistemi decentralizzati quali sono i movimenti d’odio all’interno del web.

In terzo luogo, la migliore strategia da adottare nei confronti dell’odio che circola in rete è l’assunzione di una prospettiva di apertura, in quanto sono proprio i luoghi aperti e trasparenti, quelli in grado di garantire migliore sicurezza e affidabilità. L’apertura e la condivisione di idee da parte di coloro che compongono la comunità digitale può essere un’arma da utilizzare nei confronti di chi agisce per generare ostilità e divisioni all’interno della rete stessa.

Infine, si rende necessaria una regolamentazione corretta della rete, in modo da non incorrere in errori normativi che possono generare più effetti negativi che positivi. Ad esempio la proposta mossa da molti centri di potere di abolire l’anonimato non è affatto auspicabile, in quanto avrebbe come conseguenza diretta la riduzione della libertà di espressione, che è alla base delle società democratiche.

I punti affrontati all’interno della Carta di Madrid, sottolineano il valore che la rete racchiude in sé, valore che non solo va riscoperto e non penalizzato, ma che deve anche

essere sfruttato con consapevolezza per il contrasto di quegli atteggiamenti d'odio che fanno della rete stessa il loro principale contesto di azione.

Promuovere un'educazione all'utilizzo consapevole e sicuro del web e dei dispositivi tecnologici è la migliore scelta che si possa fare per combattere l'online hate speech e tutti i comportamenti molesti e dannosi che ad oggi sono messi in atto nella rete.

Capitolo terzo

LA RICERCA

Nel primo capitolo sono stati affrontati i temi della deumanizzazione, dell'oggettivazione sessuale e della sessualizzazione e, si è visto come questi fenomeni producano effetti negativi non solo per chi ne è vittima, ma anche per l'intera società, in quanto contribuiscono al mantenimento delle discriminazioni di genere e delle asimmetrie di potere tra uomini e donne. Inoltre, particolare attenzione è stata rivolta al ruolo svolto dai mass media all'interno del processo di sessualizzazione delle donne, in quanto si configurano come dispositivi dove le immagini sessualizzate diventano sempre più esplicite e più accessibili. L'esposizione a queste rappresentazioni sessualizzate influenza negativamente sia la percezione che gli attori sociali hanno degli altri, sia la percezione che hanno di se stessi.

Nel secondo capitolo sono stati affrontati nello specifico i temi dell'*online hate speech* e dell'*online sexual harassment*, cercando di mettere in luce non solo quale sia la natura di questi fenomeni, ma anche quale sia il ruolo svolto dal web nella veicolazione di espressioni violente e di manifestazioni d'odio. In particolare, è emerso che le principali vittime di questi fenomeni che prendono vita nel mondo online siano proprio le donne.

In linea con quanto discusso fino ad ora, in questo capitolo sarà presentata una ricerca sperimentale, da noi condotta con l'intento di indagare come la sessualizzazione possa influenzare negativamente la percezione di un target vittima di *online sexual harassment*. Nello specifico la vittima di molestia sessuale online, avvenuta all'interno del social network Facebook, racconta, attraverso la pubblicazione di un post, l'episodio negativo di cui è stata protagonista.

1. Obiettivi e ipotesi della ricerca

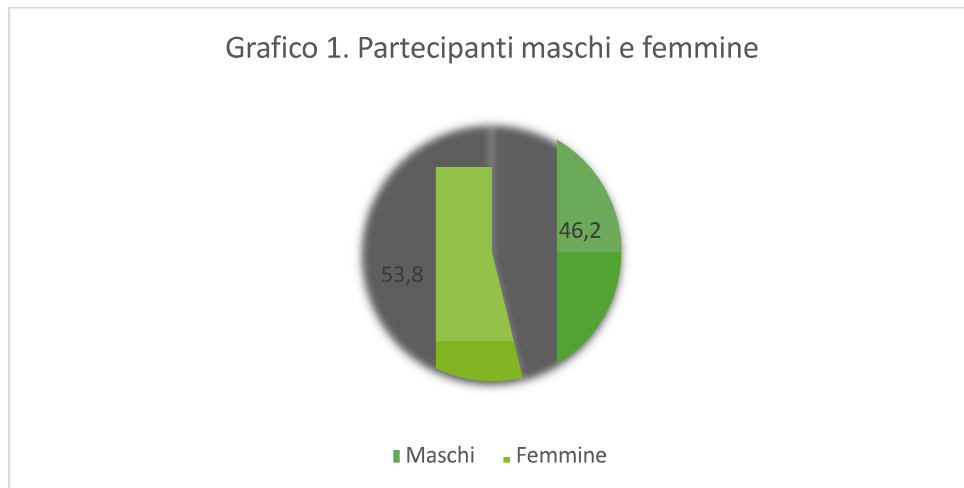
La ricerca da noi condotta ha l'obiettivo di indagare come l'aspetto fisico sessualizzato o non sessualizzato, unitamente al racconto di un episodio di *online sexual harassment* e, ai commenti espressi a favore o contro la vittima, possano influenzare la percezione del target che è stata vittima dell'episodio negativo.

In particolare, abbiamo ipotizzato che:

- 1) la sessualizzazione del target, conducesse a percepire questo come effettivamente più sessualizzato rispetto al target non sessualizzato;
- 2) la sessualizzazione potesse influire sulla percezione di gravità dell'episodio riportato, per cui ci aspettavamo che nel caso di target sessualizzato l'accaduto venisse percepito meno grave rispetto al caso di target non sessualizzato;
- 3) la sessualizzazione del target potesse influenzare l'attribuzione di responsabilità per l'episodio di molestia, per cui ci si aspettava un maggior biasimo rivolto alla vittima nel caso di target sessualizzato;
- 4) la sessualizzazione potesse influire negativamente sull'attribuzione di *moral patiency*, ovvero la capacità di provare piacere o dolore sia a livello fisico che psicologico per ciò che ci succede (Gray & Wegner, 2009), per cui ci si aspettava che la vittima sessualizzata venisse considerata come meno capace di esperire queste sensazioni;
- 5) la tipologia di commenti potesse avere un effetto diretto sull'attribuzione di *moral patiency* alla vittima, per cui si ipotizzava che la presenza di commenti negativi potesse portare a ritenere la vittima come dotata di minor *moral patiency*, rispetto a quando i commenti si dimostravano a favore della vittima;
- 6) la sessualizzazione avesse un effetto negativo sull'attribuzione di umanità, sia in termini di natura umana, sia in termini di unicità umana, in tal senso ci aspettavamo che il target sessualizzato venisse considerato come dotato di minor umanità, rispetto al target non sessualizzato;
- 7) la disponibilità delle persone a prestare aiuto alla vittima (*helping intention*), cambiasse sia in relazione alla sessualizzazione del target sia in relazione al tipo di commenti ricevuti, per cui ci aspettavamo minor disponibilità d'aiuto in caso di target sessualizzato e anche in caso di commenti negativi.

2. Partecipanti

La ricerca ha coinvolto un totale di 171 partecipanti (53.8% femmine e 46.2% maschi), di età compresa tra i 18 e i 61 anni ($M = 24.57$, $DS = 10.20$).



3. Disegno della ricerca e procedura

È stato adottato un disegno di ricerca sperimentale, in cui sono state manipolate due variabili indipendenti, ovvero la *sessualizzazione del target* e la *tipologia di commenti* lasciati dagli utenti che hanno letto il post della vittima in cui raccontava di un episodio spiacevole accaduto all'interno del social network Facebook. I commenti potevano essere a favore o contro il nostro target.

Si tratta di un disegno di ricerca tra i partecipanti, per cui questi ultimi sono stati assegnati casualmente ad una delle quattro condizioni sperimentali che sono derivate dall'intreccio delle due variabili indipendenti.

La raccolta dati è stata effettuata utilizzando il software online *survey monkey*, quindi è stato diffuso un link, secondo un campionamento a valanga.

I partecipanti hanno dato il proprio consenso, dopo essere stati informati del fatto che i dati sarebbero stati utilizzati soltanto in forma anonima e aggregata.

Prima di procedere alla compilazione del questionario i partecipanti hanno visto la foto del target e, successivamente hanno risposto ad una serie di item che abbiamo utilizzato come *manipulation check*, per verificare se effettivamente percepissero l'aspetto fisico del target sessualizzato o non sessualizzato così come era stato ipotizzato da noi.

In un secondo momento ai partecipanti è stata presentato il post pubblicato su Facebook dalla ragazza vista precedentemente in foto, dove quest'ultima raccontava così la propria esperienza:

“Oggi mi è successa questa cosa che mi ha molto turbata...Sono venuta a sapere che alcune mie foto, che avevo pubblicato sul mio profilo Facebook, sono state prese e pubblicate in un gruppo chiuso di ragazzi che le hanno commentate in modo piuttosto volgare...”

Successivamente il testo poteva essere accompagnato da commenti positivi, come *“Mi dispiace molto...come può la gente sentirsi in diritto di appropriarsi delle immagini altrui?”* o da commenti negativi, ad esempio *“Non mi dispiace per niente! Guarda come ti conci...non mi sorprende che ti accadano queste cose”*.

Dopo aver letto questo post, ai partecipanti è stato chiesto di rispondere ad alcune scale che sono state inserite proprio per andare ad indagare le variabili dipendenti di interesse.

4. Gli strumenti della ricerca

Il questionario somministrato ai fini della ricerca, era composto da più sezioni che avevano l'obiettivo di indagare le varie aree di interesse.

In particolare, sono state utilizzate le scale di misurazione illustrate di seguito.

Manipulation check. Questa scala di misurazione era finalizzata a verificare se effettivamente i partecipanti percepissero più sessualizzata la ragazza sessualizzata, rispetto a quella non sessualizzata. In questo senso è stato chiesto

di valutare attraverso 5 item quanto la ragazza ritratta in foto potesse essere considerata *sexy, maliziosa, sensuale, provocante e seducente*, su una scala che andava da 1 = *per niente* a 9 = *moltissimo* (α di Cronbach = .92).

Gravità. Per verificare il livello di gravità percepito rispetto all'episodio di harassment online sono stati utilizzati 3 item, in particolare i partecipanti hanno indicato su una scala che andava da 1 = *per niente* a 9 = *moltissimo*, quanto ritenessero *grave, accettabile, pericoloso* l'episodio narrato nel post della ragazza (α di Cronbach = .76).

Biasimo della vittima. Per misurare l'attribuzione di biasimo alla vittima abbiamo utilizzato una scala formata da 5 item, come ad esempio "*Quanto Anna dovrebbe sentirsi in colpa per quello che è accaduto?*" oppure "*Quanto sei dispiaciuto per quello che è accaduto ad Anna?*". I partecipanti hanno espresso il loro accordo con i nostri item su una scala da 1 = *per niente* a 7 = *moltissimo* (α di Cronbach = .86).

Biasimo nei confronti degli autori. Per misurare il biasimo nei confronti degli autori del fatto, è stata utilizzata la stessa scala usata per definire il biasimo rivolto alla vittima (α di Cronbach = .59).

Moral patiency. Per quello che riguarda l'attribuzione di *moral patiency* al target, ossia la capacità di provare sensazioni piacevoli o spiacevoli a livello fisico e psicologico, abbiamo utilizzato una scala composta da 8 item, come ad esempio "*Quanta sofferenza psicologica ha provato Anna per l'accaduto?*" oppure, "*Quanta vergogna può aver provato Anna per quello che è avvenuto?*" rispetto ai quali i partecipanti indicavano la loro opinione utilizzando una scala da 1 = *per niente* a 9 = *moltissimo* (α di Cronbach = .88).

Umanità. Per quanto riguarda la misurazione di questa dimensione, è stata considerata una scala con degli item che misurassero l'attribuzione sia di natura umana, sia di unicità umana. La scala è stata adattata e tradotta da quella utilizzata da Bastian e Haslam (2010) e, in particolare è stato chiesto ai partecipanti di valutare il target su 6 tratti di natura umana, come per esempio “...è una donna meccanica e fredda, sembra un robot” ($\alpha = .66$), e 6 tratti di unicità umana, ad esempio “...è una donna raffinata e colta” ($\alpha = .79$). I partecipanti dovevano esprimere la propria opinione su una scala che andava da 1 = *per niente* a 7 = *moltissimo*.

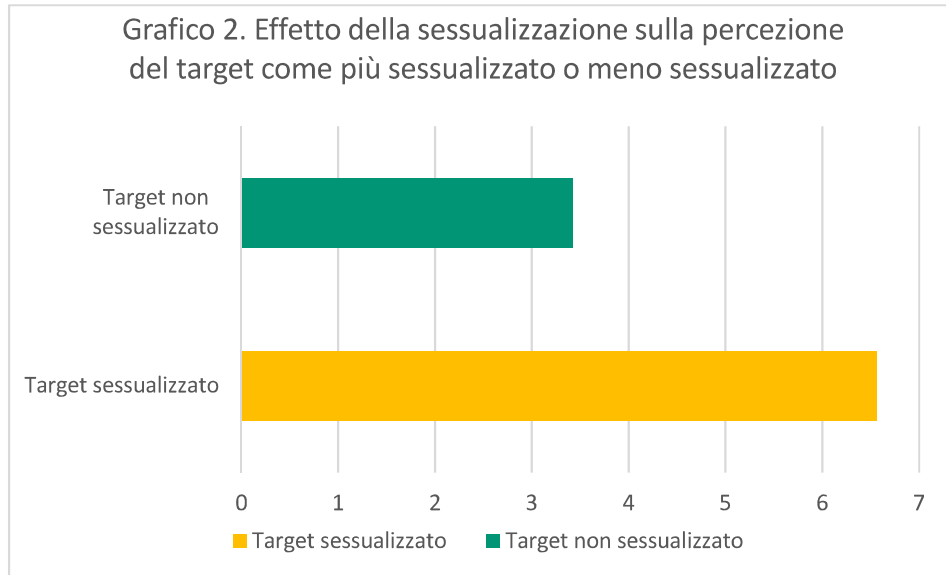
Helping intention. Infine ai partecipanti è stato chiesto di indicare con quale probabilità avrebbero messo in atto una serie di comportamenti di aiuto nel caso in cui la donna ritratta in foto fosse stata una loro amica su Facebook. In particolare i partecipanti hanno espresso la loro disponibilità a prestare aiuto mediante sei diverse azioni, come ad esempio “Avresti aiutato Anna a trovare i colpevoli” oppure, “Avresti ignorato l'accaduto”, rispondendo su una scala che andava da 1= *assolutamente improbabile* a 9= *assolutamente probabile* (α di Cronbach = .91).

5. Risultati

Per ognuna delle nostre variabili dipendenti presentate prima, è stata effettuata un'analisi della varianza univariata (ANOVA), considerando come variabili indipendenti la *sessualizzazione del target*, la *valenza dei commenti*, positivi o negativi e il *genere dei partecipanti*, che è stato introdotto per vedere se anche l'essere maschio o l'essere femmina influisse sull'attribuzione delle varie dimensioni sopracitate.

Manipulation check. Per quanto riguarda l'ANOVA condotta sul nostro *manipulation check*, in linea con la nostra prima ipotesi, emerge un effetto significativo della

sessualizzazione (vedi grafico 2), per il quale i target sessualizzati ($M = 6.56$, $DS = 1.63$) vengono percepiti come più sessualizzati dei target non sessualizzati ($M = 3.43$, $DS = 1.50$), $F(1,169) = 162.76$, $p < .001$, $\eta^2 = .49$.



Gravità. Dall'analisi condotta sulla gravità, diversamente da quanto ipotizzato inizialmente, emerge che la sessualizzazione del target non influisce sull'attribuzione di gravità. Tuttavia, emerge non solo un effetto significativo del genere dei partecipanti, ma anche una interazione significativa tra sessualizzazione e genere dei partecipanti, per cui la sessualizzazione congiuntamente al genere dei partecipanti influenza la percezione di gravità.

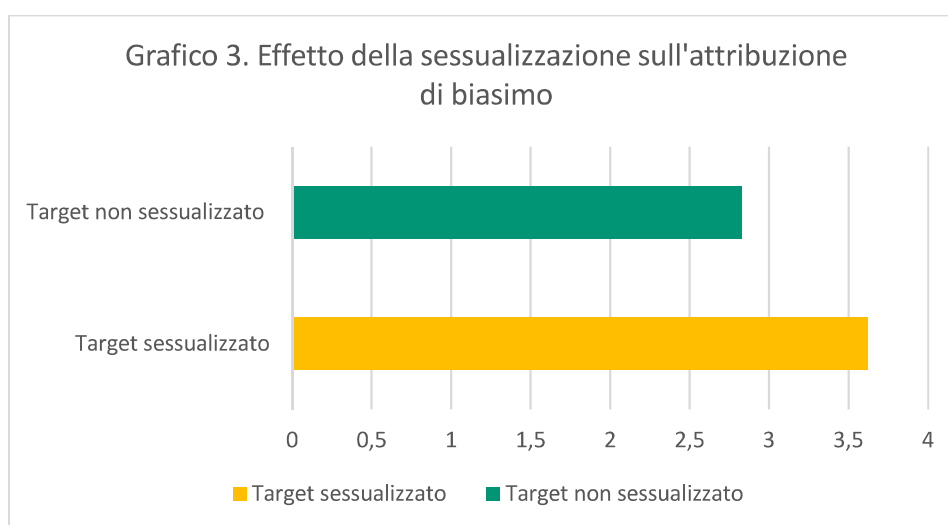
In particolare è emerso che le partecipanti femmine ritengono l'accaduto più grave ($M = 7.66$, $DS = 1.46$), rispetto ai partecipanti maschi ($M = 7.16$, $DS = 1.74$), $F(1,163) = 7.41$, $p = .007$, $\eta^2 = .043$.

Per quanto riguarda l'interazione tra la sessualizzazione e il genere dei partecipanti essa è risultata essere significativa, $F(1,163) = 5.42$, $p = .021$, $\eta^2 = .032$. Dalla scomposizione della nostra interazione emerge un effetto significativo per le partecipanti femmine, $F(1,163) = 8.18$, $p = .005$, $\eta^2 = .048$. In modo particolare le partecipanti femmine considerano l'episodio molto più grave in caso di vittima non sessualizzata ($M = 8.26$, $DS = .83$), rispetto al caso di vittima sessualizzata ($M = 7.31$, $DS = 1.63$).

Biasimo. Dall'analisi effettuata sull'attribuzione di biasimo alla vittima, coerentemente con la nostra ipotesi numero 3, emerge un effetto significativo della sessualizzazione (vedi grafico 3), per il quale alle vittime sessualizzate ($M = 3.62$, $DS = 1.51$) viene attribuito più biasimo, rispetto a quelle non sessualizzate ($M = 2.83$, $DS = 1.25$), $F(1,163) = 11.92$, $p < .001$, $\eta^2 = .68$.

È inoltre emerso un effetto significativo del genere dei partecipanti, $F(1,163) = 4.57$, $p = .034$, $\eta^2 = .027$, per il quale le partecipanti femmine attribuiscono meno biasimo ($M = 3.17$, $DS = 1.56$), rispetto ai partecipanti maschi ($M = 3.44$, $DS = 1.32$).

Infine, è emersa un'interazione significativa tra la sessualizzazione del target e il genere dei partecipanti, $F(1,163) = 6.76$, $p = .010$, $\eta^2 = .04$. Nuovamente, come per la percezione di gravità, anche per il biasimo emerge un effetto significativo delle partecipanti femmine, $F(1,163) = 19.61$, $p < .001$, $\eta^2 = .107$. Nello specifico, le femmine tendono ad attribuire più biasimo al target sessualizzato ($M = 3.67$, $DS = 1.65$), rispetto al target non sessualizzato ($M = 2.33$, $DS = .89$).



Moral patiency. Dall'analisi effettuata, contro le nostre aspettative, emerge che la sessualizzazione non è significativa per l'attribuzione di *moral patiency*. Tuttavia, sono risultati significativi la valenza dei commenti e il genere dei partecipanti.

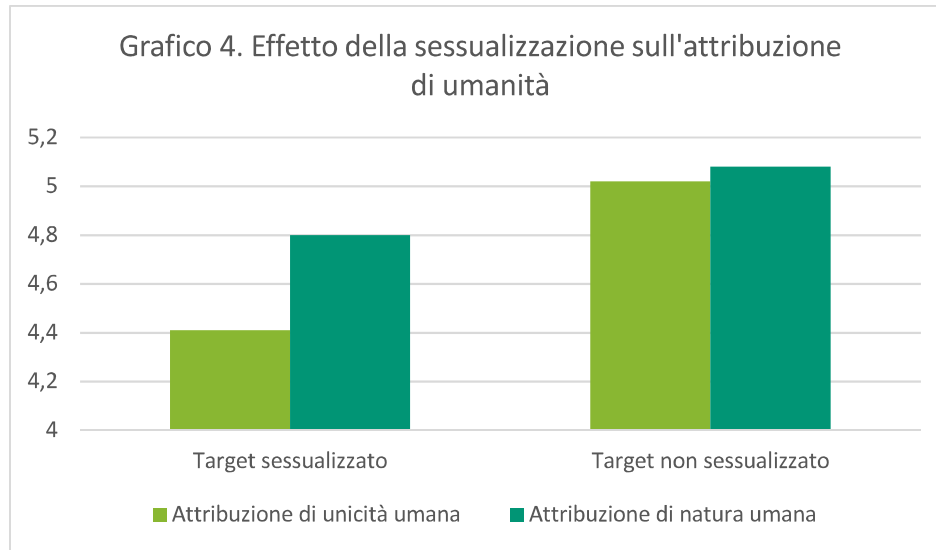
Per quanto riguarda i commenti, viene attribuita più *moral patiency* nel caso di commenti negativi ($M = 7.42$, $DS = 1.24$), rispetto al caso di commenti positivi ($M = 6.49$, $DS = 1.67$), $F(1,163) = 16.68$, $p < .001$, $\eta^2 = .093$.

Inoltre, è emerso un effetto significativo del genere dei partecipanti $F(1,163) = 10.02$, $p = .002$, $\eta^2 = .058$, per cui le partecipanti femmine attribuiscono più *moral patiency* ($M = 7.28$, $DS = 1.48$), rispetto ai partecipanti maschi ($M = 6.45$, $DS = 1.48$).

Umanità. Per quanto riguarda la dimensione dell'unicità umana, dall'analisi ANOVA condotta, in linea con la nostra ipotesi numero 6, emerge un effetto significativo della sessualizzazione (vedi grafico 4), $F(1,163) = 15.08$, $p < .001$, $\eta^2 = .085$. In particolare, è emerso che i target sessualizzati ($M = 4.41$, $DS = 1.02$) sono percepiti come meno umani in termini di unicità umana, rispetto ai target non sessualizzati ($M = 5.02$, $DS = .88$).

Per quanto riguarda la dimensione di natura umana, dall'analisi effettuata emerge sia un effetto significativo della sessualizzazione (vedi grafico 4), che un'interazione tra genere dei partecipanti e sessualizzazione. Coerentemente alle nostre aspettative, la sessualizzazione influisce significativamente anche sull'attribuzione di natura umana, $F(1,163) = 4.25$, $p = .041$, $\eta^2 = .025$, in particolare i target non sessualizzati ($M = 5.08$, $DS = .76$) sono percepiti come più umani in termini di natura umana dei target sessualizzati ($M = 4.80$, $DS = .86$).

Inoltre, è emerso l'effetto congiunto di sessualizzazione e genere dei partecipanti, $F(1,163) = 4.94$, $p = .028$, $\eta^2 = .029$, e anche in questo caso si trova un effetto significativo per le partecipanti femmine, $F(1,163) = 9.83$, $p = .002$, $\eta^2 = .057$. Nello specifico, queste ultime tendono attribuire minore natura umana ai target sessualizzati ($M = 4.74$, $DS = .76$), rispetto ai target non sessualizzati ($M = 5.29$, $DS = .77$). Lo stesso effetto non è emerso per i partecipanti maschi.



Helping intention. Per quanto concerne la disponibilità a prestare aiuto, dall'analisi ANOVA, emerge che, contrariamente alla nostra ipotesi numero 7, non si ha l'effetto della sessualizzazione. Si ha invece un effetto dei commenti e del genere dei partecipanti. Per quanto riguarda i commenti, troviamo che la presenza di commenti negativi fa sì che le persone siano più disponibili ad aiutare ($M = 5.81$, $DS = 2.26$), rispetto a quando i commenti sono positivi ($M = 4.79$, $DS = 2.56$), $F(1,163) = 8.09$, $p = .005$, $\eta^2 = .047$. Per quello che riguarda l'effetto del genere dei partecipanti, $F(1,163) = 11.79$, $p < .001$, $\eta^2 = .067$, è emerso che le femmine ($M = 5.84$, $DS = 2.31$), sono più inclini a prestare aiuto rispetto ai maschi ($M = 4.85$, $DS = 2.48$) in caso di episodi di online sexual harassment.

Biasimo nei confronti degli autori. Vedere come il biasimo venga attribuito anche nei confronti di chi è stato autore dell'episodio narrato dalla vittima, può risultare interessante, in quanto costituisce un indicatore indiretto di come le caratteristiche della vittima influiscano anche nell'attribuzione di responsabilità agli autori. Dall'analisi ANOVA effettuata per indagare questa dimensione emerge un effetto significativo della sessualizzazione e della tipologia dei commenti.

Per quanto riguarda l'effetto della sessualizzazione $F(1,163) = 7.92, p = .005, \eta^2 = .046$, contrariamente alle nostre aspettative, emerge che il biasimo nei confronti degli autori è maggiore nel caso di vittima sessualizzata ($M = 3.74, DS = .82$), che nel caso di vittima non sessualizzata ($M = 3.39, DS = .87$).

Per quanto riguarda i commenti, $F(1,163) = 7.08, p = .008, \eta^2 = .042$, emerge che il biasimo per gli autori aumenta quando i commenti sono negativi ($M = 3.74, DS = .80$), rispetto a quando i commenti sono positivi ($M = 3.40, DS = .89$).

6. Riflessioni conclusive

Dalla ricerca da noi condotta, in linea con la letteratura sulla sessualizzazione e sull'oggettivazione sessuale, è emerso che l'aspetto fisico del target vittima di un'esperienza di *online sexual harassment* e, la tipologia di commenti espressi a favore o contro, possano influenzare il modo di percepire il target che ha subito l'episodio.

Essi incidono infatti sull'attribuzione di umanità alla vittima, sulla dimensione di *moral patiency*, sul modo di percepire l'episodio, sull'attribuzione di responsabilità a vittima e autori e, quindi sulla conseguente disponibilità a prestare aiuto.

In particolare, abbiamo trovato non solo che i partecipanti tendono a percepire i target sessualizzati, come più sessualizzati rispetto a quelli non sessualizzati, ma anche che la sessualizzazione influisce in modo significativo sull'attribuzione di umanità alla vittima e sull'attribuzione di biasimo a vittima e autori. Per quanto riguarda questo aspetto, è emerso un dato alquanto inatteso, infatti, diversamente da quanto ci si aspetterebbe, dall'analisi effettuata è risultato che in caso di target sessualizzato la responsabilità attribuita agli autori è maggiore rispetto al caso di target non sessualizzato. Proprio per la particolarità di quanto emerso, questo aspetto necessita di essere studiato in modo più approfondito in futuro.

Inoltre, un altro elemento interessante emerso dall'analisi condotta è che, nonostante le femmine attribuiscono più gravità al fenomeno dell'*online sexual harassment* e siano più inclini a prestare il proprio aiuto in caso di episodi del genere, ogni qual volta si riscontra un effetto significativo della sessualizzazione, ad avere una percezione più negativa verso

i target sessualizzati, sono proprio le partecipanti femmine. Questo dato dovrebbe farci riflettere, poiché sebbene ci si aspetti maggiore empatia e solidarietà nei confronti dei membri dell'*ingroup*, i risultati della ricerca da noi condotta mostrano il contrario. Probabilmente, ciò accade perché le stesse donne hanno talmente tanto interiorizzato quei modelli sociali e culturali tipici di una società di stampo fortemente sessista, da essere più portate a questa discriminazione percettiva compiuta sulla base dell'aspetto fisico.

Un'altra particolarità emerge in relazione all'effetto dei commenti sulla disponibilità a prestare aiuto. A differenza di quanto ci si potrebbe aspettare, l'*helping intention* è minore in caso di commenti espressi a favore del target e, aumenta in presenza di commenti a sfavore. Probabilmente, questo accade perché la lettura di ulteriori aggressioni rivolte alla vittima, destabilizza chi legge e, di conseguenza stimola la disponibilità a prestare il proprio aiuto.

I dati emersi dalla ricerca da noi condotta, oltre che suggerire su quali aspetti possa essere utile focalizzarsi in ulteriori studi futuri, possono anche darci degli spunti per la sensibilizzazione al problema dell'*online sexual harassment* e per la messa a punto di strategie di intervento per il contrasto al fenomeno.

Conclusioni

Il lavoro svolto e, in particolar modo la ricerca sperimentale da noi condotta hanno messo in luce come la diffusione di immagini di donne sessualizzate, possa generare conseguenze negative sia a livello individuale, che a livello del più ampio contesto sociale, poiché la sessualizzazione altera la percezione che gli individui hanno di sé e degli altri.

Nel momento in cui un target è presentato in modo sessualizzato, lo stesso è percepito come dotato di minor umanità e come incapace di provare determinate sensazioni, quali piacere o dolore, sia a livello fisico che psicologico. Si mette così in moto un processo di deumanizzazione, che conduce a privare l'altro della propria dimensione di umanità.

Come ampiamente discusso, l'oggettivazione sessuale si configura come forma di deumanizzazione, in quanto riduce l'altro ad oggetto, strumento, merce per il perseguimento dei propri fini e, conduce a stimare il suo valore essenzialmente in relazione alle parti sessuali del suo corpo e alle sue qualità fisiche.

Studi condotti per analizzare il fenomeno evidenziano come il target maggiormente colpito sia costituito dal genere femminile, a dimostrazione che, nonostante i passi avanti compiuti per la riduzione delle disuguaglianze e delle asimmetrie di genere, la società contemporanea sia ancora fortemente sessista.

Un ruolo specifico nel mantenimento delle discriminazioni presenti all'interno della società è svolto dai media e dal web, in quanto dispositivi che si fanno veicolo di quelle stesse rappresentazioni sessuali e oggettivanti che sanciscono la superiorità del genere maschile su quello femminile. Ci si trova così di fronte ad un dominio di genere virtuale, che può essere pensato come una nuova modalità attraverso cui perpetuare il controllo delle donne da parte degli uomini. Per tale motivo, ancora una volta, il genere femminile rappresenta il target principale della sessualizzazione, dell'oggettivazione sessuale e dei comportamenti ostili messi in atto nel mondo online.

Alla luce del crescente aumento di episodi di *online sexual harassment* e di altri fenomeni negativi ad esso connessi, agiti soprattutto a scapito delle donne, è necessario non

trascurare il problema, ma anzi porre particolare attenzione allo stesso, al fine di elaborare possibili strategie di contrasto.

Come precedentemente affermato, l'obiettivo è quello di contrastare questi fenomeni, evitando una condanna a priori della rete e dei servizi che offre ed educando ad un utilizzo critico e consapevole della stessa.

Bibliografia

- Allport, G. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Addison Wesley.
- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D.D. & Barrios, M. (1983). Face-ism: Five Studies of sex difference in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 725-735.
- Aubrey, J.S. (2006) Effects of sexually objectifying media on self-objectification and body surveillance in undergraduates: Results of a 2-year panel study. *Journal of Communication*, 56, 366-386.
- Aubrey, J.S. & Frisby, C.M. (2011). Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing genere and genre. *Mass communication and society*, 14, 475-501.
- Ballard, M. E., & Welch, K.M. (2015). Virtual warfare cyberbullying and cyber-victimisation in MMOG Play. *Games and Culture*.
- Bartky, S. L. (1990). *Feminity and Domination. Studies in the phenomenology of oppression*. New York: Routledge.
- Bartow, A. (2009). Internet defamation as profit center: The monetization of online harassment. *Harvard Journal of Law and Gender*, 32, 383-429.
- Bastian, B., & Haslam, N. (2010). Excluded from humanity: The dehumanizing effects of social ostracism. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46, 107-113.
- Baumgartner, S. E., Valkenburg, P.M. & Peter, J. (2010). Unwanted online sexual solicitation and risky sexual online behavior across the lifespan. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 31, 439-447.
- Beale, A.V & Hall, K.R. (2007) Cyberbullying: What School Administrators (and Parents) Can Do. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, 81, 8-12.
- Bennato, D. (2011). *Sociologia dei media digitali. Relazioni sociali e processi comunicativi del web partecipativo*. Roma: Editori Laterza.
- Biolcati, R., Cani, D., Badio, E. (2013). Teenager and Facebook: Online privacy management. *Psicologia clinica dello sviluppo*, 17, 449-477.

- Boyd, D.M. (2010) Friendship. In Ito M., Baumer S., Bittanti M., Boyd, D., Cody, R., Herr, B. et al., *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge MA: MIT Press
- Boyd, D.M. (2011). *Social Network Site as Networked Publics. Affordances, Dynamics, and Implications*. In Z. Papacharissi (Ed.) *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge.
- Boyd, D.M., Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Burgess, M.C.R., Stermer, S.P. & Burgess, S.R. (2007). Sex lies, and videogames: The portrayal of male and female characters on videogame covers. *Sex Roles*, 57, 419-433.
- Calogero, R.M., Pina, A., Park, L.E. & Rahemtulla, Z.K. (2010). Objectification theory predicts college women's attitudes toward cosmetic surgery. *Sex Roles*, 63, 32-41.
- Citron, D.K & Franks, M.A. (2014). Criminalizing revenge porn. *Wake forest Law Review*, 345,1-38.
- Citron, D.K. (2014). *Hate crimes in cyberspace*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Cohen-Almagor, R. (2014). Countering hate on the Internet. *Annual Review of Law and Ethics*, 22, 431-433.
- Connell, R.W. (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. New York: Scribner's.
- Drouin, M., Ross, J. & Tobin, E. (2015). Sexting: A new digital vehicle for intimate partner aggression? *Computers in Human Behaviour*, 31, 412-418.
- Dworkin, A. (1974). *Woman hating: A radical look of sexuality*. Boston: Dutton.
- Dworkin, A. (1981). *Pornography: Men possessing women*. New York: Perigee.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social role interpretation*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Eisend, M. (2010). A meta-analysis of gender roles in advertising. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38, 418-440.
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir. Naissance de la prison*. Paris: Gallimard. (trad.ita. Sorvegliare e punire. Nascita della prigione. Torino: Einaudi, 1976).
- Franks, M. A., (2012). Sexual harassment 2.0. *Maryland Law Review*, 71, 655-704.

- Frau, O., Guzzetta, J. (2015). Il blog è mio e lo gestisco io. Dominio di genere nel web italiano. *Gender/sexuality/italy*, 2, 75-90.
- Fredrickson, B.L. & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206.
- Furnham, A. & Paltzer, S. (2010). The portrayal of men and women in television advertisements: An updated review of 30 studies published since 2000. *Scandinavian Journal of Psychology*, 51, 216-236.
- Gagliardone, I., Gal, D. & Alves, T.; and Martinez, G. (2015). *Countering online Hate Speech*. UNESCO.
- Gatti, A., Lerda, S. & Rando, L. (2013). Giovani contro: i rapporti asimmetrici del bullismo e cyberbullismo. Attualità dell'interpretazione adleriana. *Psicol. Indiv.*, 73, 51-96.
- Genta, M.L., Brighi, A., Guarini, A. (a cura di) (2009). *Bullying and cyberbullying in adolescence*. Roma: Carocci.
- Gervais, S.J., Bernard, P., Klein, O. & Allen, J. (2013). Toward a unified theory of objectification and dehumanization. *Objectification and (de)Humanization*, (a cura di) S.J. Gervais. New York: Springer, 1-23.
- Goffman, E. (1978). *Gender Advertisements*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Goodson, P., McCormick, D., & Evans, A. (2001). Searching for sexually explicit materials on the Internet: An exploratory study of college students' behavior and attitudes. *Archive of Sexual Behaviour*, 30, 101-118.
- Gray, K., & Wegner, D. M. (2009). Moral typecasting: divergent perceptions of moral agents and moral patients. *Journal of personality and social psychology*, 96, 505.
- Gruenfeld, D. H., Inesi, M. E., Magee, J. C. e Galinsky, A. D. (2008). Power and the objectification of social targets. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 111-127.
- Harper, B & Tiggemann, M. (2008). The effect of thin ideal media images on women's self-objectification, mood, and body image. *Sex Roles*, 58, 649-657.
- Harrison, K. & Fredrickson, B.L. (2003). Women's sport media. Self-objectification, and mental health in black and white adolescent females. *Journal of Communication*, 53, 216-232.

- Haslam, N. (2006). Dehumanization: An integrative review. *Personality and Social Psychology Review, 10*, 252-264.
- Heflick, N.A. & Goldenberg, J.L. (2009). Objectifying Sarah Palin: Evidence that objectification causes women to be perceived as less competent and less fully human. *Journal of Experimental Social Psychology, 45*, 598-601.
- Heflick, N.A., Goldenberg, J.L., Cooper, D.P. & Puvia, E. (2011). From women to objects: Appearance focus, target gender, and perceptions of warmth, morality and competence. *Journal of Experimental Social Psychology, 47*, 572-581.
- Henderson-King, D. & Henderson-King, E. (2005). Acceptance of cosmetic surgery: Scale development and validation. *Body Image, 2*, 137-149.
- Henry, N. & Powell, A (2015). Embodied Harms: Gender, Shame, and Technology-Facilitated Sexual Violence. *Violence Against Women, 21*, 758–779.
- Hess, A. (2014). Why Women Aren't Welcome on the Internet. *Pacific Standard*.
- Klein, H & Shiffman, K.S. (2006). Messages about physical attractiveness in animated cartoons. *Body Image, 3*, 353-363.
- Kuznekoff, J. H. & Rose, L.M. (2013). Communication in multiplayer gaming: Examining player responses to gender cues. *New Media & Society, 15*, 541-556.
- Leyens, J., Paladino, P. M., Rodriguez-Torres, R., Vaes, J., Demoulin, S., Rodriguez-Perez, A., et al. (2000). The emotional side of prejudice. The attribution of secondary emotions to ingroups and outgroups. *Personality and Social Psychology Review, 4*, 186–197.
- Lòpez-Rodríguez, I. (2009). Of women, bitches, chickens and vixens: Animal metaphors for women in english and spanish. *Cultura, lenguaje y representación / culture, language, representation, 7*, 77-100.
- Loughnan, S., & Pacilli, M. G. (2014). Seeing (and treating) others as sexual objects: Towards a more complete mapping of sexual objectification. *Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology, 21*, 1-17.
- MacKinnon, C. (1987). *Feminism Unmodified. Discourse on life and law*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- MacKinnon, C. (1989). *Toward a Feminist Theory of the State*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Mantilla, C. (2015). *How misogyny went viral*. Santa Barbara: Praeger Press.

- Marwick, A.E., Murgia-Diaz, D., Palfrey, J.G. (2010). Youth, privacy and reputation. *Harvard Public Law Working, 5*, 10-29.
- Maslow, A. (1964). Religions, values, and peak experience. New York: Viking.
- Masters, W.H., & Johnson, V.E. (1970). *Human Sexual Inadequacy*. New York: Bantam Books.
- McArthur, L. Z. & Resko, B. G. (1975). The portrayal of men and women in American television commercials. *Journal of Social Psychology, 97*, 209-220.
- McKinley, N.M & Hyde, J.S. (1996). The objectified body consciousness scales: development and validation. *Psychology of Women Quarterly, 20*, 181-2015.
- McKinley, N.M. (1994). *Women and objectified body consciousness*. Los Angeles, CA.
- Megarry, J. (2014). Online incivility or sexual harassment? Conceptualising women's experiences in the digital age. *Women's Studies International Forum, 47*, 44-65.
- Micheli, M. (2013). Facebook, adolescenti e differenze di classe. *Mediascape Journal, 2*, 91-105.
- Miner-Rubino, K., Twenge, J.M. & Fredrickson, B.L. (2002). Trait self-objectification in women: Affective and personality correlates. *Journal of Research in Personality, 36*, 147-172.
- Mishna, F. Saini, M. & Solomon, S. (2009). Ongoing and online: Children and youth's perceptions of cyber bullying. *Children and Youth Services Review 31*, 1222-1228.
- Mishna, F., Khoury-Kassabri, M. Gadalla, T & Daciuk, J. (2012). Risk factors for involvement in cyber bullying: Victims, bullism and bully-victims. *Children and Youth Services Review 34*, 63-70.
- Neumark-Sztainer, D., Paxton, S.J., Hannon, P.J., Haines, j. & Story, M. (2006). Does body satisfaction matter? Five-year longitudinal associations between body satisfaction and health behaviours in adolescent females and males. *Journal of Adolescent Health, 39*, 244-251.
- Nussbaum, M.C. (1995). Objectification. *Philosophy & Public Affairs, 24*, 249-291.
- Nussbaum, M.C. (2010). Objectification and Internet Misogyny. *The Offensive Internet: Speech, Privacy, and Reputation*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Pacilli, M.G. (2014). *Quando le persone diventano cose. Corpo e genere come unica dimensione di umanità*. Bologna: Il Mulino.

- Papadaki, E. (2007). Sexual objectification: From Kant to contemporary feminism. *Contemporary Political Theory*, 6, 330-348.
- Papadaki, E. (2012). Understanding objectification: Is there special wrongness involved in treating human being instrumentally? *Prolegomena*, 11, 5-24.
- Pierozzi, E. (2012). *La sessualizzazione dei bambini: una ricerca qualitativa su alcuni cartoni animati per l'infanzia*. Tesi di laurea in Psicologia Sociale non pubblicata, Università degli Studi di Perugia.
- Pisano & Saturno (2008). Le prepotenze che non terminano mai, *Psicologia Contemporanea*, 210, 40-45.
- Powell, A. & Henry, N. (2016). Technology-facilitated sexual violence victimisation: Results from an online survey of Australian adults. *Journal of Interpersonal Violence*.
- Powell, A. & Henry, N. (2017). *Sexual Violence in a Digital Age*. Uk: Palgrave Macmillan.
- Ricca, V., Rotella, F., Mannucci, E., Ravaldi, C., Castellini, G. et al. (2010). Eating behaviour and body satisfaction in Mediterranean children: The role of parents. *Clinical Practice & Epidemiology in Mental Health*, 6, 59-65.
- Rumble, A, Cash, T.F. & Nashville, T.N. (2000). *Beauty versus beast: Images of good and evil in children's animation films*. Poster presentato al meeting della Society for Personality and Social Psychology.
- Schmitt, K.L., Dayanim, S., Matthias, S. (2008). Personal homepage construction as an expression of social development. *Developmental Psychology*, 44, 496-506.
- Spitzberg, B.H & Hoobler, G. (2002). Cyberstalking and the technologies of interpersonal terrorism. *New Media & Society*, 4, 71-92.
- Staude-Muller, F., Hansen, B., & Voss, M. (2012). How stressful is online victimisation? Effects of victim's personality and properties of the incident. *European Journal of Developmental Psychology*, 9, 260-274.
- Thompson, J.K & Stice, E. (2001). Thin ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10, 181-183.
- Valtorta, R.R., Sacino, A., Baldissarri, C. & Volpato, C. (2016). L'eterno femminino. Stereotipi di genere e sessualizzazione nella pubblicità televisiva. *Psicologia sociale*, 2, 159-188.

- Volpato, C. (2011). *Deumanizzazione. Come si legittima la violenza*. Roma-Bari: Laterza.
- Volpato, C. (2012). La negazione dell'umanità: i percorsi della deumanizzazione. *Rivista internazionale di filosofia e psicologia*, 3, 96-109.
- Volpato, C. (2013). *Psicosociologia del maschilismo*. Roma-Bari: Laterza.
- Ward, L.M., Rivadeneyra, R., Thomas, K., Day, K. & Epstein, M. (2013). *A woman's worth. Analyzing the sexual objectification of black women in music videos. The Sexualization of girls and girlhood. Cause, Consequences and resistance*, a cura di E.L. Zurbriggen e T.A. Roberts, 39-62. New York: Oxford University Press
- We Are Social and Hootsuite (2017). *Digital in 2017: global overview*. Available at: www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview.
- Willard, N. (2004). Educator's guide to cyberbullying: Addressing the harm caused by online social cruelty. Retrieved July 11, 2005, from <http://cyberbully.org>.
- Yeung, K. & Martin, J.L. (2003). The looking glass self: An empirical test and elaboration. *Social Force*, 81, 843-879.
- Zanardo, L., Cantù C. & Malfi Chindemi M. (2010). *Il corpo delle donne*. Milano: Giangiacomo Feltrinelli Editore.
- Ziccardi, G. (2016). *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*. Milano: Raffaello Cortina Editore.