



SUI GENERI: IDENTITÀ E STEREOTIPI IN EVOLUZIONE?

a cura di *Norma De Piccoli e Chiara Rollero*

[cirsde}
centro interdisciplinare di ricerche
e studi delle donne e di genere

SUI GENERI:

Identità e stereotipi in evoluzione?

a cura di

Norma De Piccoli e Chiara Rollero

SUI GENERI: Identità e stereotipi in evoluzione?

a cura di

Norma De Piccoli e Chiara Rollero

Collana “Studi di Genere. Convegni” – Vol. 3

© 2018

CIRSDe – Centro Interdisciplinare di Ricerche e Studi delle Donne e di Genere

Università degli Studi di Torino

www.cirsde.unito.it

cirsde@unito.it

Copertina: progetto grafico di Simonetti Studio

Image by www.ximenachapero.com for the <http://usvreact.eu/> project

ISBN: 9788875901226

ISSN: 2610-9999

INDICE

| | |
|---|------------|
| Presentazione <i>Norma De Piccoli</i> | 1 |
| PARTE I: Stereotipi di genere | 5 |
| Rappresentazioni sociali e stereotipi di genere. il ruolo della formazione e dell'università. <i>Alessandra Fermani, Natascia Mattucci, Angelo Carrieri</i> | 6 |
| Gli antecedenti biologici, psicologici e sociali dell'auto-oggettivazione. Uno studio cross-culturale. <i>Silvia Gattino, Chiara Rollero, Norma De Piccoli, Angela Fedi, Mihaela Boza</i> | 18 |
| Quando la cena diventa pesante: le conseguenze degli stereotipi di genere a tavola. <i>Anna Rita Graziani, Nicoletta Cavazza, Margherita Guidetti</i> | 35 |
| "Women are wonderful" effect. Ruolo dell'uguaglianza sociale di genere e dei comportamenti stereotipati. <i>Fridanna Maricchiolo, Amba Brizi, Kuba Krysz</i> | 45 |
| Atteggiamenti sessisti e rappresentazioni di una carica politica declinata al maschile o al femminile fra studenti cinesi. Primi risultati di ricerca. <i>Gilda Sensales, Alessandra Areni, Wenting Yang</i> | 60 |
| PARTE II: Stereotipi oltre il genere femminile | 70 |
| Doppia identità minoritaria: intersezionalità di genere e orientamento sessuale. <i>Marah Dolfi, Patrizia Meringolo, Elena Redolfi</i> | 71 |
| Ostracismo e orientamento sessuale: una rassegna sulle conseguenze del fenomeno. <i>Daniele Paolini, Mauro Giacomantonio, Marco Salvati, Roberto Baiocco</i> | 80 |
| Gener(ar)e: una riflessione sulla questione intersex/dsd dal punto di vista genitoriale <i>Marta Prandelli</i> | 91 |
| PARTE III: Vecchi e nuovi media: dalla pubblicità ai social network | 109 |
| Parole ostili online. Una ricerca sui profili facebook di personaggi pubblici maschili e femminili. <i>Terri Mannarini, Maria Giuseppina Pacilli</i> | 110 |

| | |
|---|------------|
| “A cosa stai pensando?” Differenze di genere nell’uso “strumentale” o “esperienziale” di Facebook (FB). | |
| <i>Renata Metastasio, Ambra Brizi, Alessandro Biraglia, Lucia Mannetti</i> | 121 |
| La sessualizzazione delle bambine e dei bambini. | |
| <i>Federica Spaccatini, Maria Giuseppina Pacilli e Carlo Tomasetto</i> | 133 |
| Gli stereotipi di genere nella pubblicità televisiva: evoluzione o regressione? | |
| <i>Roberta Rosa Valtorta, Alessandra Sacino, Cristina Baldissarri, Chiara Volpato</i> | 147 |
| PARTE IV: Il genere nei vari contesti sociali | 163 |
| Prevenire la violenza sessuale: fattori psicosociali alla base della legittimazione della violenza. Analisi di un percorso di formazione. | |
| <i>Mara Martini, Norma De Piccoli</i> | 164 |
| Il genere come contesto: verso una psicologia di genere tout court? | |
| <i>Laura Migliorini, Nadia Rania</i> | 175 |
| Il comportamento di aiuto nei casi di Intimate Partner Violence (IPV): Antecedenti, processi ed esiti. | |
| <i>Stefano Pagliaro, Maria Giuseppina Pacilli e Anna Costanza Baldry</i> | 185 |
| Rappresentazioni di genere in politica. Il Ministro e la Ministra: tra valutazione di efficacia, stereotipi di genere, prescrizioni di ruolo e sessismo linguistico. Primi risultati di un’indagine empirica. | |
| <i>Gilda Sensales, Alessandra Areni, Antonio Chirumbolo</i> | 197 |
| PARTE V: Il gap di genere nel mondo del lavoro | 216 |
| Discriminazioni di genere e barriere professionali: ipotesi intervento di public engagement per favorire l’uguaglianza di genere. | |
| <i>Chiara Annovazzi, Maria Cristina Ginevra, Sara Elli, Daria Meneghetti e Elisabetta Camussi</i> | 217 |
| Macchina a guida completamente automatizzata: piace di più agli uomini o alle donne e perché? | |
| <i>Alessandro Brizi, Renata Metastasio, Ambra Biraglia, Lucia Mannetti</i> | 234 |
| La discriminazione di genere, una “rivoluzione incompiuta”. | |
| <i>Giulia Buscicchio, Patrizia Milesi</i> | 243 |
| Un’analisi sugli effetti della discriminazione di genere ed età sul benessere delle donne lavoratrici over 50 in Italia. | |
| <i>Fabio Paderi, Paola Castello e Claudia Manzi</i> | 254 |
| Elenco degli Autori e delle Autrici | 266 |

MACCHINA A GUIDA COMPLETAMENTE AUTOMATIZZATA: PIACE DI PIÙ AGLI UOMINI O ALLE DONNE E PERCHÉ?

Ambra Brizi, Renata Metastasio, Alessandro Biraglia, Lucia Mannetti

Abstract

In recent years, research regarding the use of fully autonomous cars (FACs) has been intensified. This research has revealed gender difference in the acceptance of FACs: men imagine themselves using this type of cars more than women (Schoettle and Sivak, 2014); they would buy the car with higher probability than women (Payre, Cestac and Delhomme, 2014) and would pay more to own one (Kyriadikis, Happee and de Winter, 2015).

In order to verify if these trends highlighted in the international literature also exist in Italy, we conducted a survey with 160 participants (39% men) with a driving license. In addition to measures of use and possession of the fully autonomous cars, various dimensions have been investigated that may be considered such as antecedents of the intention to use and/or purchase (perceived advantages of and worries about FACs). In addition, we measured the attitude towards technological information, which is a stable characteristic.

The results of our research confirm the trends highlighted in international literature: compared to women, men are more in favour of FACs, are more interested in owning one, and have a more positive attitude towards using it, a greater awareness of the benefits it brings, lower fear of risks and lower concern for the problems arising from its use.

Gender differences are not significantly moderated by the individual characteristics we measured, while they appear to be mediated by favourable attitudes towards information technology. Overall, the results appear in line with a stereotypical view of women described as less practical to technological innovation.

Keywords

Fully autonomous cars (FACs); gender differences; advantages and worries towards FACs; attitudes towards FACs; use of technology.

1. Introduzione

Negli ultimi anni sono aumentate le indagini interessate allo studio di un prodotto molto innovativo quale l'auto a guida completamente automatizzata. L'introduzione di questo tipo di autovetture è sostenuta da argomentazioni che riguardano, da un lato, la presunta riduzione degli incidenti e dei conseguenti costi e, dall'altro, la ipotizzata riduzione dei consumi e la razionalizzazione del traffico. Le vetture completamente automatizzate, in

stato di avanzata progettazione, avrebbero secondo i loro fautori anche il vantaggio di consentire spostamenti autonomi a persone che per limitazioni fisiche permanenti o temporanee sono impossibilitate a guidare. Oltre al cambiamento a livello sociale, l'interesse emergente per questo tipo di vettura riguarda la riduzione della produzione di CO₂ traducibile, oltre in un taglio dei costi di viaggio, in un vantaggio per l'ambiente.

Di seguito, dopo una breve analisi della letteratura sul tema, presenteremo una indagine preliminare condotta su automobilisti Italiani ambosessi allo scopo di verificare se le differenze di genere evidenziate nella letteratura internazionale si confermano anche in Italia e di esplorare diverse dimensioni che possono essere considerate antecedenti dell'intenzione di uso e/o acquisto di una vettura completamente automatizzata.

2. Accettabilità *a priori* di veicoli completamente automatizzati

La recente letteratura internazionale sulla accettabilità delle vetture completamente automatizzate si presenta ancora limitata e difficilmente comparabile, sia per popolazioni studiate che per gli strumenti utilizzati. Tuttavia da un certo numero di questi studi emerge una differenza di genere che vede gli uomini, forse sorprendentemente, orientati in modo più positivo verso questo tipo di vettura. In particolare, gli uomini troverebbero più facile immaginarsi alla guida di una vettura di questo genere (Ernst e Young, 2013; Schoettle e Sivak, 2014); riterrebbero più elevata la probabilità di comprarla e guidarla (Payre, Cestac e Delhomme, 2014) e sarebbero disposti a pagare di più per possederla (Kyriadikis, Happee e de Winter, 2015) soprattutto uomini appartenenti ad un livello sociale elevato (Bansal, Kockelman e Singh, 2016).

I risultati delle ricerche appaiono, comunque, contrastanti soprattutto se si considera, da un lato, le indagini sugli aspetti emotivi di utilizzo di una vettura automatica e, dall'altro, lo scopo di utilizzo.

Mentre, infatti, in una recente ricerca condotta in Germania, Hohenberg, Sporrle e Welp (2016) hanno fornito una prima spiegazione di tali differenze di genere evidenziando come la minore disponibilità delle donne sia prevalentemente attribuibile alle emozioni negative da loro associate all'uso di una vettura completamente automatizzata, Piao, McDonald, Henry, Vaa e Tveit (2005) prima e Rodel e colleghi (2014) poi, hanno

verificato come siano le donne a voler pagare di più per un veicolo automatizzato poiché in grado di fornire maggiore sicurezza stradale. Gli uomini, invece, sembrano apprezzare in egual modo, la guida «tradizionale» con veicoli privi di accessori sia una guida «autonoma» priva di sforzo.

Al fine di studiare quali siano le reazioni in Italia, in assenza di precedente letteratura su tale fenomeno, abbiamo condotto una ricerca su 160 rispondenti che verrà esposta nei prossimi paragrafi.

3. Scopo della presente ricerca

Le principali preferenze ed atteggiamenti in merito all'utilizzo di vetture completamente automatiche sono state indagate somministrando ai partecipanti allo studio un questionario volto ad indagare le possibili differenze di genere sull'atteggiamento verso l'uso di una vettura completamente automatica, il diverso interesse per il possesso di una VCA, possibili differenze di genere negli antecedenti di acquisto come i vantaggi attesi da una VCA e le preoccupazioni per i possibili problemi di una VCA ed, infine, come caratteristica stabile, potenzialmente in grado di spiegare/mediare le differenze di genere, l'atteggiamento nei confronti dell'uso della tecnologia informatica.

4. Metodo

4.1 Partecipanti

All'indagine hanno partecipato tramite compilazione di un questionario on-line, 182 soggetti (69 maschi; 113 femmine) di età compresa tra i 18 e i 70 anni (51% tra 18 e 30 anni e 49% tra i 31 e i 70 anni). La maggior parte dei partecipanti (86%) ha conseguito la patente tra i 18 e i 20 anni. Per quanto riguarda il livello di istruzione, il 57% ha la laurea o titolo postlaurea; il 35% ha il diploma.

4.2 Questionario

Il questionario si apriva con la richiesta di leggere il testo che segue nel quale si invita il lettore ad immaginare se stesso/a alla guida di una «vettura completamente automatica».

«Immagina una macchina che è in grado di parcheggiare da sola. Tu non devi accelerare, frenare o sterzare il volante. La tua auto guida autonoma in città, campagna o autostrada e tiene la distanza dall'auto davanti a te, come pure la corsia automatica. Riconosce i segnali stradali (ad es., il limite di velocità) ed è in grado di adottare la velocità corretta (oltre i confini nazionali). Può reagire in modo autonomo verso ostacoli improvvisi (es., sollevamenti auto, lavori stradali temporanei) e può rilevare modifiche sulla strada (ad es., neve, allagamenti). Questa vettura è in grado di cambiare autonomamente corsia (sia a bassa che ad alta velocità) e fermarsi in situazioni critiche- e se necessario- guidare fin a raggiungere la corsia di emergenza. La tua auto riconosce se la tua condizione fisica è alterata (es., infarto o ictus) e prende il controllo della guida (accelera/frena e sterza). Nello stesso tempo la macchina è in grado di trasmettere una chiamata di emergenza. Con questa macchina puoi allontanarti dalla guida per un lungo periodo di tempo (ad es., dormire, guardare la TV). Durante tutto il tempo tu puoi prendere il controllo della vettura (ad es., frenare e sterzare). Se non desideri utilizzare il sistema automatico, puoi disattivarlo (ad es., interruttore on/off)».

Successivamente venivano presentate domande riguardanti: (1) l'atteggiamento positivo verso l'uso di una vettura completamente automatica (VCA); (2) l'interesse per il possesso di una VCA; (3) i vantaggi attesi da una VCA, (4) le preoccupazioni per i possibili problemi di una VCA; (5) l'atteggiamento nei confronti dell'uso della tecnologia informatica.

L'atteggiamento positivo verso l'uso di una vettura completamente automatica (VCA), veniva valutato mediante le seguenti quattro domande: «Saresti disposto a utilizzare una macchina così oggi?», «Quanto sarebbe utile per te una macchina così?», «La guida completamente automatizzata sarà più facile della guida manuale?» (1= per niente a 7= moltissimo); «Qual è tua opinione generale per quanto riguarda l'auto completamente automatizzata sopra descritta?» (1= estremamente negativa, 7= estremamente positiva). Successivamente è stato creato un punteggio medio totale di atteggiamento positivo verso la VCA (Cronbach's $\alpha = .84$).

L'interesse per il possesso e l'uso di una vettura completamente automatica era valutato mediante due item: «Quanto piacere ti darebbe guidare una macchina così?» (1 = Per niente, 7 = Moltissimo); «Quanto ti interesserebbe avere una macchina completamente

automatica come quella descritta in precedenza come veicolo di tua proprietà o presa in affitto?» (1 = per niente, 4 = Molto interessato).

I due item sono stati combinati in un indicatore unico dal momento che risultavano altamente correlati fra loro (Cronbach's $\alpha = .74$).

Per quanto riguarda i *vantaggi attesi*, veniva richiesto di indicare con quale probabilità l'uso della vettura completamente automatica avrebbe prodotto i seguenti otto vantaggi: minore congestione del traffico, ridotta gravità degli incidenti, una migliore risposta di emergenza per gli incidenti, tempo di viaggio più breve, minori emissioni inquinanti da parte del veicolo, maggiore risparmio di carburante, tassi di assicurazione inferiori, un minor numero di incidenti. I partecipanti erano invitati a rispondere per ognuno dei vantaggi utilizzando una scala da 1 = molti improbabile a 4 = molto probabile.

Successivamente è stato creato un punteggio totale di atteggiamento positivo verso la VCA (Cronbach's $\alpha = .84$).

Per quanto riguarda *le preoccupazioni per i possibili problemi* veniva richiesto di indicare quanto erano preoccupati per i seguenti dieci possibili problemi relativi ad una vettura completamente automatica: le conseguenze di un guasto delle apparecchiature o di un guasto del sistema di sicurezza, le responsabilità legali per guidatori e proprietari quanto il sistema è sicuro rispetto agli hacker, la privacy dei dati (rilevamento della posizione e della destinazione), l'interazione con i veicoli che hanno una guida manuale, l'interazione con i pedoni e ciclisti, l'imparare ad usare veicoli con pilota automatico, le prestazioni del sistema in caso di maltempo, che i veicoli a guida automatica si confondano in situazioni impreviste, che i veicoli a guida automatica non guidino bene quanto i guidatori umani in generale. I partecipanti erano invitati a rispondere per ognuno dei possibili problemi utilizzando una scala da 1 = per niente preoccupato a 7 = molto preoccupato. Successivamente è stato creato un punteggio totale di preoccupazione per i possibili problemi della VCA (Cronbach's $\alpha = .88$).

L'atteggiamento nei confronti dell'uso della tecnologia informatica è stato valutato mediante i seguenti tre item: Mi piace usare la tecnologia per facilitarmi i compiti; Ho avuto esperienze negative quando ho tentato di utilizzare la nuova tecnologia invece di fare le cose alla vecchia maniera (invertito); ci sono compiti nella mia vita che sono stati facilitati dai computer che fanno il lavoro per me. I partecipanti rispondevano usando una scala da 1= completamente in disaccordo a 7= completamente d'accordo.

Successivamente è stato creato un punteggio medio totale di atteggiamento positivo verso la VCA (Cronbach's $\alpha = .67$).

4.3 Risultati

I diversi indici sono stati sottoposti ad analisi della varianza 2 (genere) x 2 (età: 18-30 vs 31-70), allo scopo di verificare se le differenze di genere fossero moderate dall'età.

Per l'atteggiamento positivo verso la VCA è emerso un effetto significativo del genere ($F_{1,178} = 11.102, p < .001$): gli uomini ($M=4.6$) hanno un atteggiamento più positivo delle donne ($M=3.9$). Né l'età né l'interazione risultano significative ($F < 1$).

Per l'interesse per il possesso e l'uso di VCA è emerso un effetto significativo del genere ($F_{1,178} = 9.710, p < .002$): gli uomini ($M=3.8$) hanno un interesse per il possesso maggiore delle donne ($M=3.1$). Né l'età né l'interazione risultano significative ($F < 1$).

Per i vantaggi percepiti della VCA è emerso un effetto significativo del genere ($F_{1,178} = 23.121, p < .000$): gli uomini ($M=3.1$) hanno una percezione di vantaggi più elevata delle donne ($M=2.6$). Né l'età ($F_{1,178} = 3.229, p < .07$) né l'interazione risultano significative ($F < 1$).

Per le preoccupazioni per i problemi della VCA è emerso un effetto significativo del genere ($F_{1,178} = 7.636, p < .016$): gli uomini ($M=4.3$) hanno una minore preoccupazione rispetto alle donne ($M=4.8$). Né l'età ($F_{1,178} = 2.626, p < .11$) né l'interazione risultano significative ($F_{1,178} = 2.391, p < .11$).

Per l'atteggiamento positivo verso la tecnologia informatica è emerso un effetto significativo del genere ($F_{1,178} = 19.646, p < .000$): gli uomini ($M=5.6$) hanno un atteggiamento più positivo delle donne ($M=4.7$). Né l'età né l'interazione risultano significative ($F < 1$).

Nel complesso queste analisi confermano le differenze di genere emerse nella letteratura internazionale e mostrano come tali differenze non siano moderate dall'età che non sembra influenzare affatto le reazioni nei confronti della VCA.

Per vedere se le differenze di genere emerse nei diversi indicatori di reazione nei confronti della VCA possano, come ipotizzato essere spiegate/mediate dal diverso atteggiamento nei confronti della tecnologia informatica, abbiamo ripetuto le precedenti Anova Genere x Età, introducendo l'atteggiamento nei confronti della tecnologia informatica come

covariata. Se l'effetto del genere è in parte o del tutto mediato da tale atteggiamento esso dovrebbe ridursi o diventare del tutto non significativo.

Per quanto riguarda i vantaggi percepiti della VCA, dopo l'introduzione della covariata ($\eta=.123$), l'effetto del Genere resta significativo, ma si riduce di entità (da $\eta = .115$ a $\eta = .058$), il che suggerisce una mediazione almeno parziale.

Per quanto riguarda le preoccupazioni per la VCA l'effetto del Genere, dopo l'introduzione della covariata ($\eta=.117$), non è più significativo e la dimensione dell'effetto passa da $\eta = .042$ a $\eta = .009$, il che suggerisce una mediazione completa.

Per quanto riguarda l'interesse per il possesso e l'uso di VCA, l'effetto del Genere, dopo l'introduzione della covariata ($\eta=.192$), non è più significativo e la dimensione dell'effetto passa da $\eta = .052$ a $\eta = .009$, il che suggerisce una mediazione completa.

5. Discussione

I risultati della nostra indagine confermano i risultati della letteratura internazionale circa le differenze di genere nelle reazioni di fronte alla futura vettura completamente automatizzata. Gli uomini sono più favorevolmente orientati delle donne e, in particolare, sono disposti a spendere di più per la nuova vettura, sono più interessati a possederla, hanno un atteggiamento più positivo verso il suo uso, una maggiore consapevolezza dei vantaggi che comporta, minore paura dei rischi e minore preoccupazione per i problemi che possono derivare dal suo uso.

Le differenze di genere emerse non risultano essere moderate in modo significativo dalle caratteristiche individuali considerate, mentre sembrano essere mediate dall'atteggiamento favorevole verso la tecnologia informatica.

Nel complesso i dati sembrano confermare in parte una visione tradizionale e stereotipata delle donne come meno abituate all'innovazione tecnologica.

Tra gli sviluppi futuri si potrebbe pensare di studiare come possono essere modificati gli atteggiamenti, le preferenze e le intenzioni di acquisto di vetture completamente automatizzate creando alcune campagne pubblicitarie costruite ad hoc. Per esempio si potrebbe vedere se le donne vs. gli uomini sono più predisposte a comprare questo tipo di veicolo e/o mostrano atteggiamenti più positivi, se la campagna pubblicitaria comunica

i rischi evitati nell'uso di una VCA vs. i guadagni ottenuti. Alla luce della letteratura precedentemente esposta (Piao, et al., 2005 e Rodel et al., 2014), ci si aspetta un maggiore apprezzamento delle donne per pubblicità che sottolineano la riduzione dei rischi e la facilità d'uso della tecnologia utilizzata piuttosto che i vantaggi ottenibili con la VCA. Un limite della presente ricerca, riscontrabile anche nella letteratura di riferimento, rimane l'espressione di preferenze *a priori* dell'utilizzo delle vetture automatizzate in quanto la loro diffusione è ancora molto limitata.

Bibliografia

Bansal Prateek, Kockelman Kara M. e Singh Amit, "Assessing public opinions of and interest in new vehicle technologies: an Austin perspective", in *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, n. 67, 2016, pp. 1-14.

Hohenberger Christoph, Spörrle Matthias e Welpel Isabel M, "How and why do men and women differ in their willingness to use automated cars? The influence of emotions across different age groups", in *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, n. 94, 2016, pp. 374-385.

Kyriakidis Milton, Happee Riender e de Winter Joost CF, "Public opinion on automated driving: Results of an international questionnaire among 5000 respondents", in *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, n. 32, 2015, pp. 127-140.

Payre William, Cestac Julien e Delhomme Patricia, "Intention to use a fully automated car: Attitudes and a priori acceptability" in *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, n. 27, 2014, pp. 252-263.

Piao Jingchun, McDonald Mike, Henry Arnaud, Vaa Torgeir e Tveit Orjan, "An Assessment of User Acceptance of Intelligent Speed Adaptation Systems", in *Intelligent Transportation Systems, Proceedings IEEE*, 2005, pp. 1045-1049.

Rödel Christina, Stadler Susanne, Meschtscherjakov Alexander e Tscheligi Manfred, “Towards autonomous cars: the effect of autonomy levels on acceptance and user experience”, in *Proceedings of the 6th International Conference on Automotive User Interfaces and Interactive Vehicular Applications*, 2014, pp. 1-8.

Schoettle Brandon e Sivak Michael, “*A survey of public opinion about autonomous and self-driving vehicles in the US, the UK, and Australia*”, Michigan, USA, 2014, reperibile on line: <http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/108384/103024.pdf>.