



L'immagine della Donna tra vecchi e nuovi media

Milano, mercoledì 6 marzo 2024

h 10.00/13.00

presso Sala Convegni Intesa Sanpaolo, Piazza Belgioioso 1

Convegno in presenza, posti limitati, per iscrizioni eventi@consumersforum.it

L'OPINIONE DEI CITTADINI

Risultati dell'indagine Ipsos



CONTENUTI

1. LA RELAZIONE CON I MEDIA →

2. LE TEMATICHE DI GENERE →

3. IL RUOLO DELLA DONNA →

3.1 La donna nel mondo della pubblicità

3.2 La donna nel mondo del cinema e delle serie tv

3.3 La donna nella televisione

3.4 La donna nel mondo della stampa

3.5 La donna nel mondo della politica

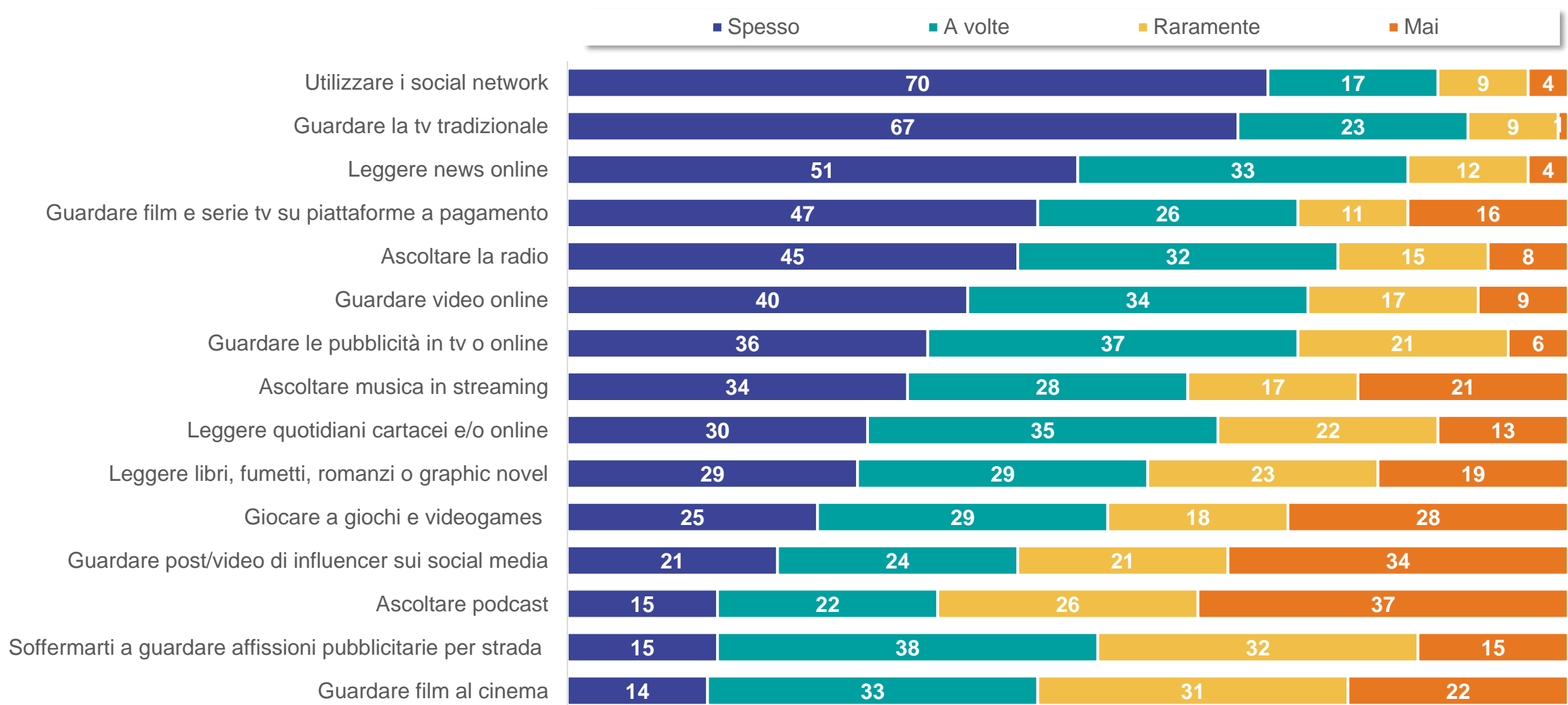
4. SOCIAL E INTELLIGENZA ARTIFICIALE →

LA RELAZIONE CON I MEDIA

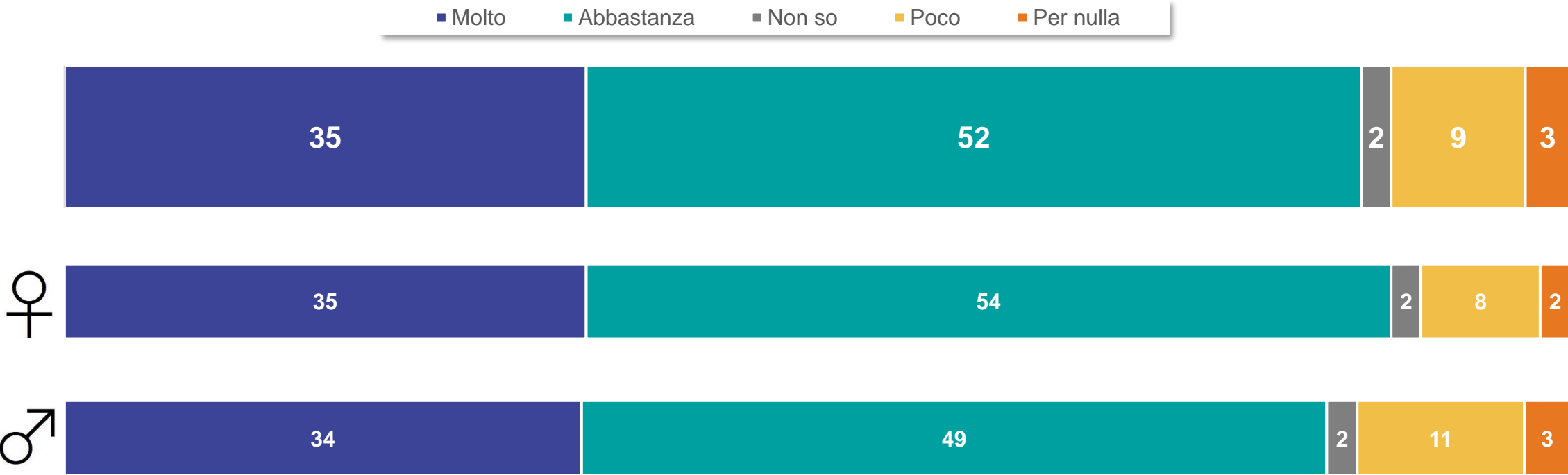
1



L'ESPOSIZIONE AI MEDIA



IL LIVELLO DI INFLUENZA DEI MEDIA SULLE NOSTRE OPINIONI E I NOSTRI COMPORTAMENTI



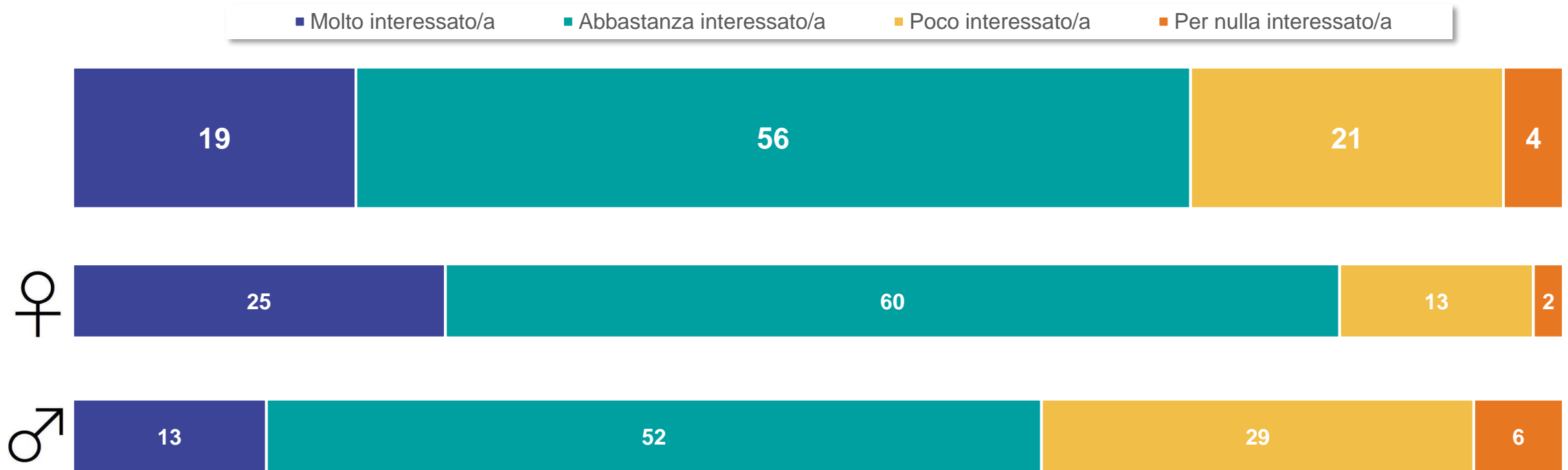
LE TEMATICHE DI GENERE

2

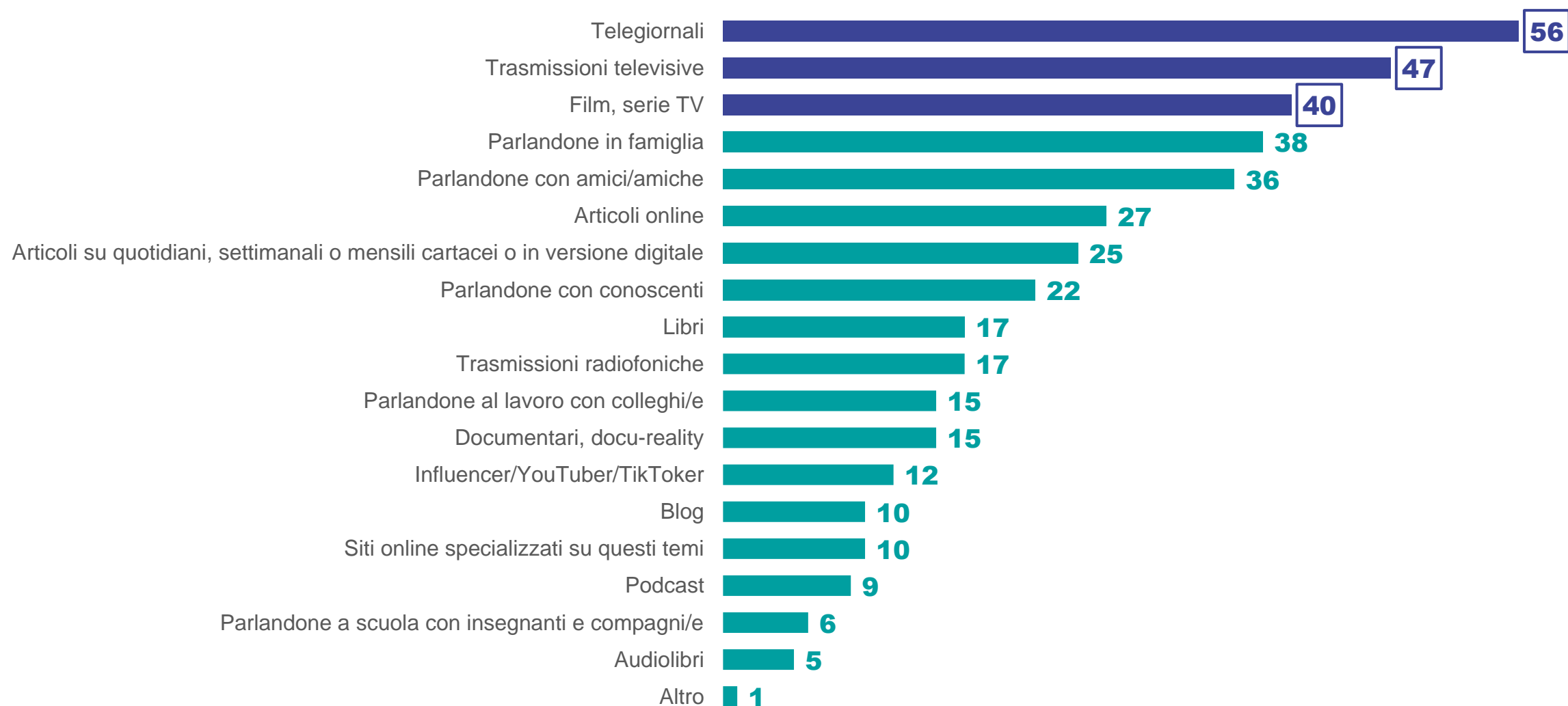


TORNA AI CONTENUTI

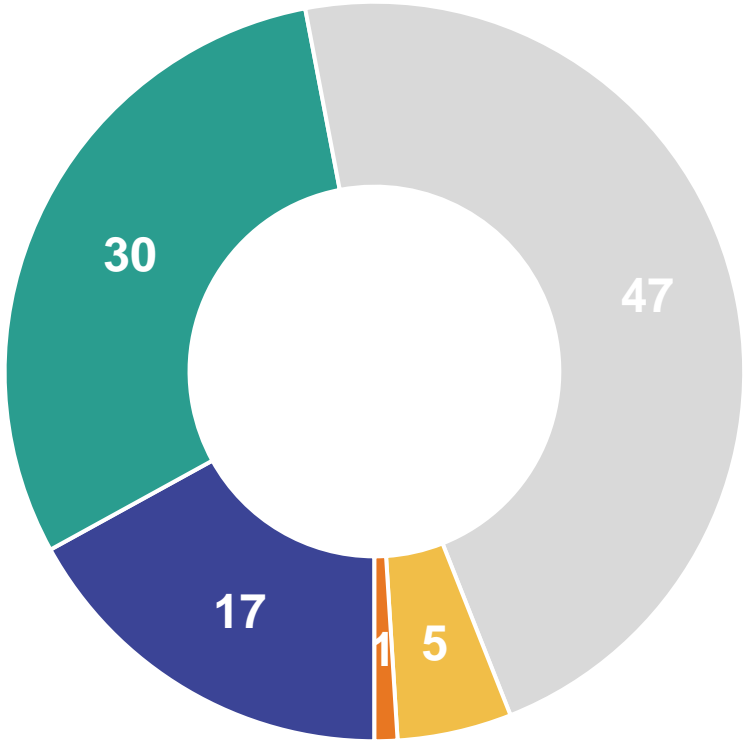
IL LIVELLO DI INTERESSE PER LE TEMATICHE DI GENERE



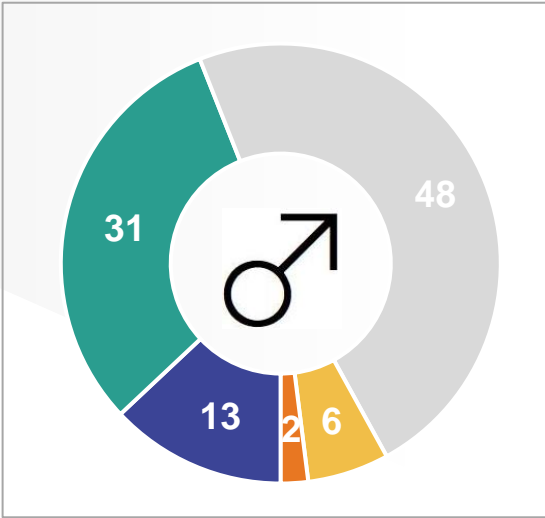
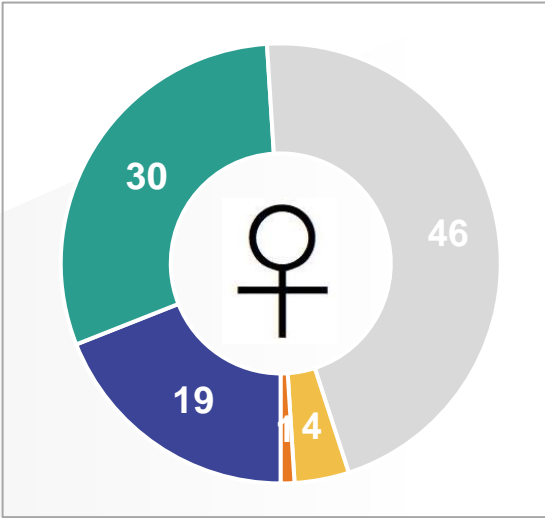
I PUNTI DI CONTATTO CON LE TEMATICHE DI GENERE



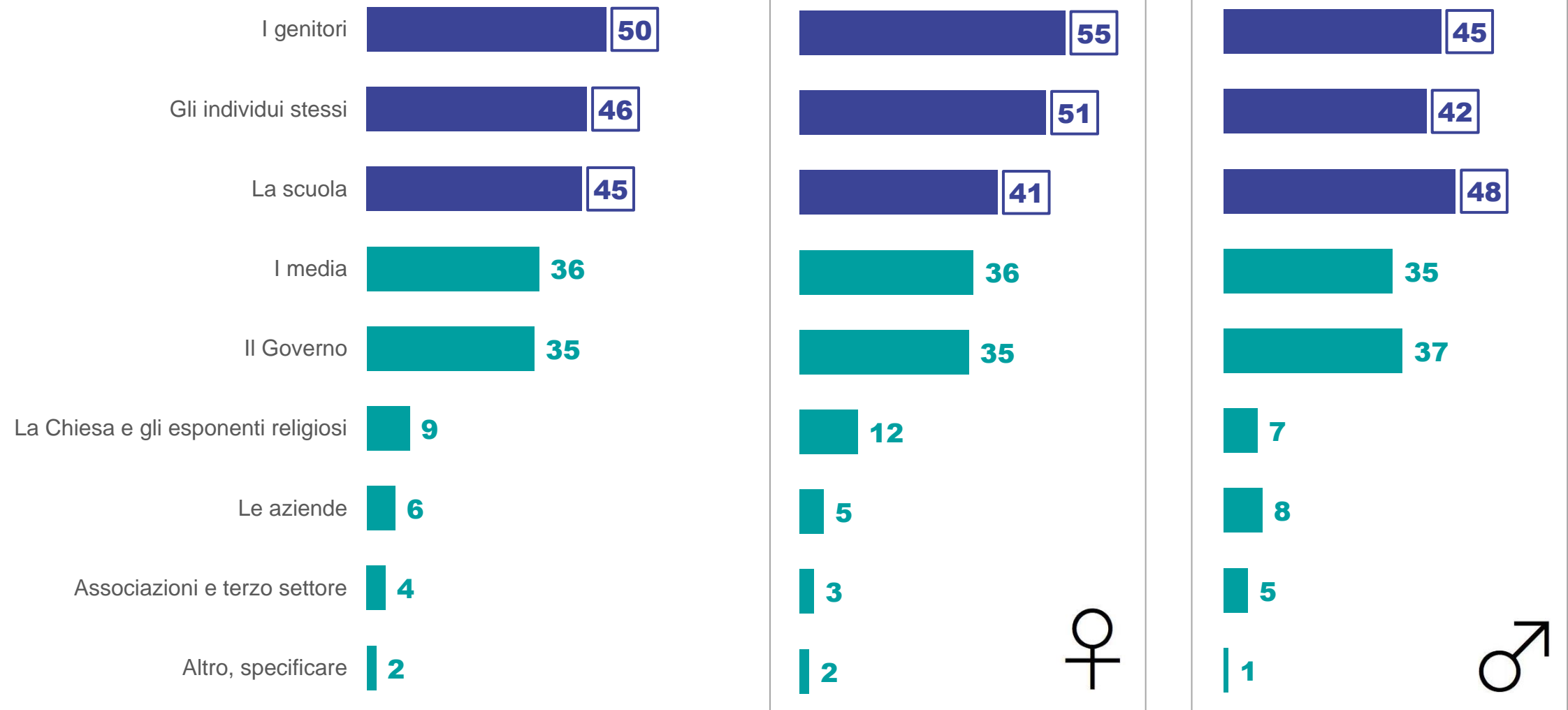
L'EVOLUZIONE DELL'INTERESSE PER LE TEMATICHE DI GENERE



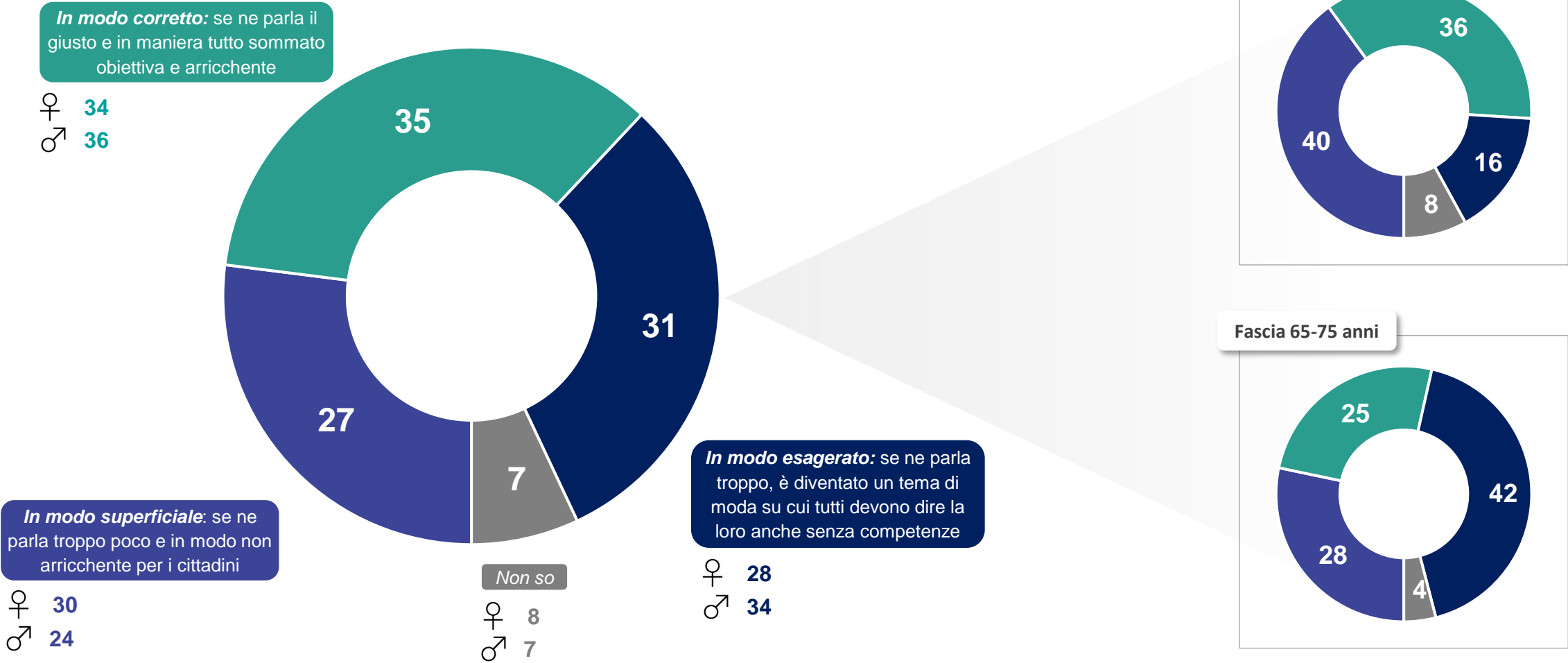
■ Aumentata molto ■ Aumentata un po' ■ Rimasta stabile
■ Diminuità un po' ■ Diminuita molto



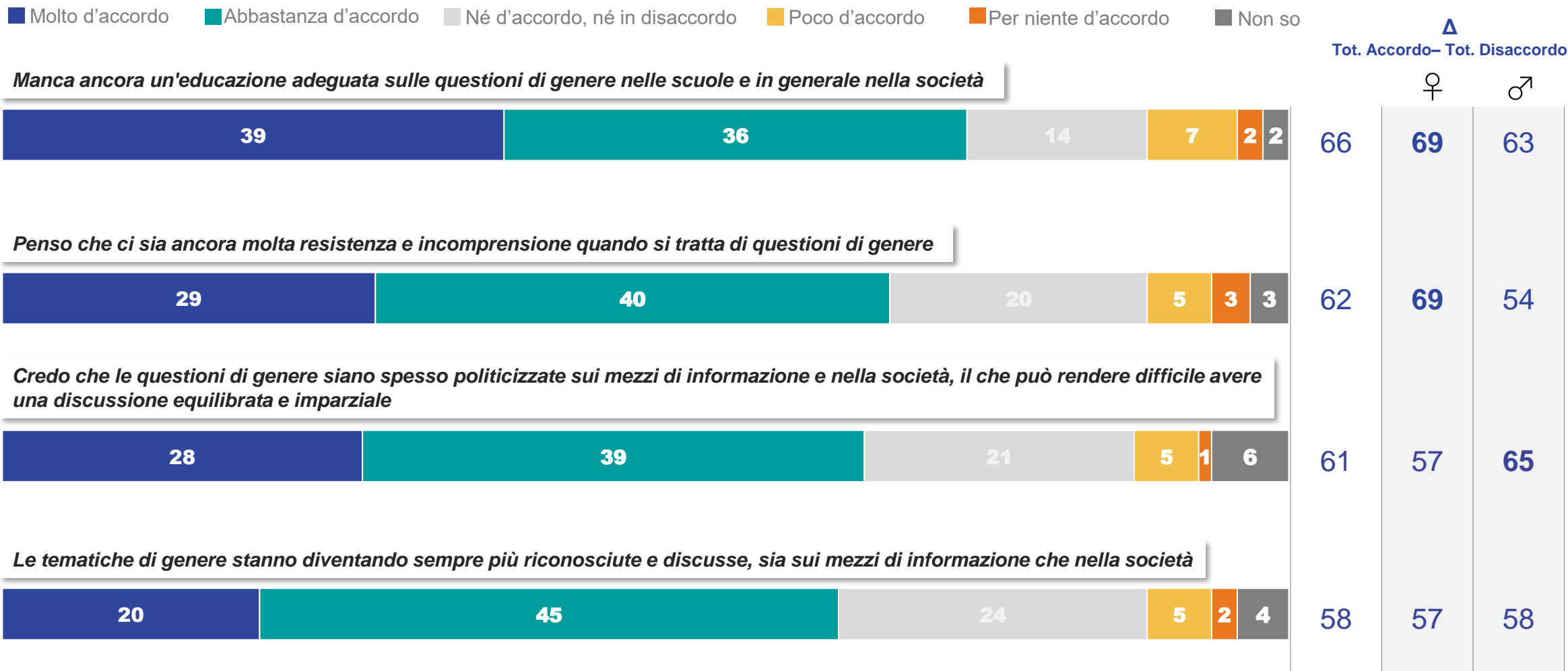
I SOGGETTI INCARICATI DEL SUPERAMENTO DEGLI STEREOTIPI DI GENERE



GIUDIZIO SU COME I MEDIA TRATTANO LE TEMATICHE DI GENERE



OPINIONI GENERALI SULLE TEMATICHE DI GENERE



IL RUOLO DELLA DONNA

3

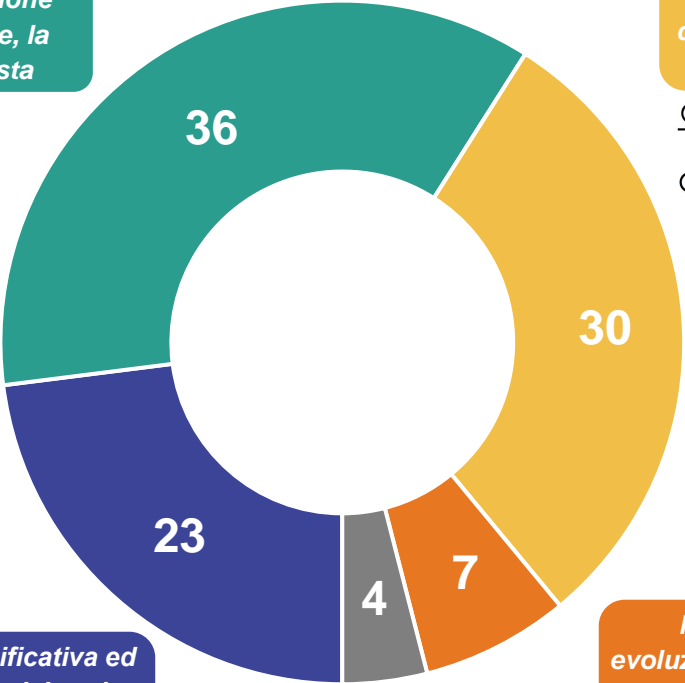


TORNA AI CONTENUTI

LA PERCEZIONE DELL'EVOLUZIONE DEL RUOLO DELLA DONNA IN TRENT'ANNI IN SOCIETÀ

C'è stata una evoluzione abbastanza sensibile, la strada è quella giusta

♀ 33
♂ 38



C'è stata giusto una timida evoluzione ma le donne devono affrontare ancora troppe sfide

♀ 35
♂ 25

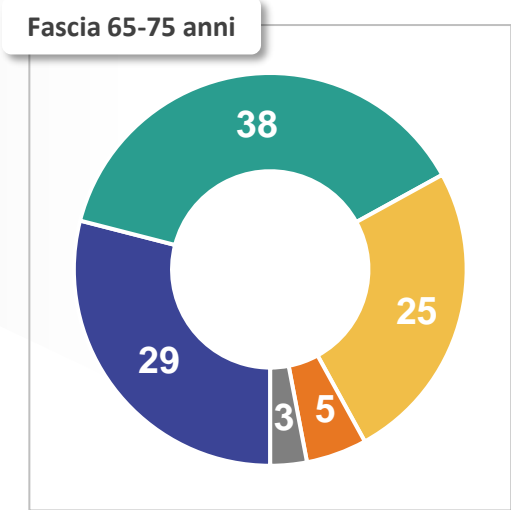
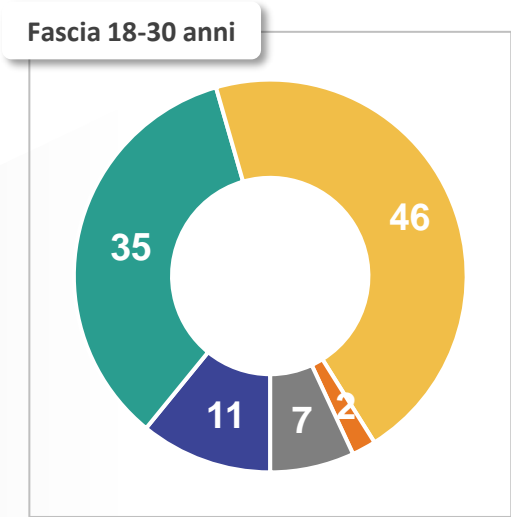
Non c'è stata alcuna evoluzione, il ruolo della donna è ancora del tutto simile a quello che era in passato

♀ 9
♂ 6

Sì, c'è stata una significativa ed evidente evoluzione del ruolo della donna nella nostra società, molti i successi ottenuti

♀ 20
♂ 26

Non so
♀ 3
♂ 5



Rispetto a trent'anni fa, secondo te oggi in Italia c'è stata una evoluzione del ruolo della donna?
Scegli la risposta che più si avvicina al tuo punto di vista.
Base: totale popolazione.
Valori %.



LA PERCEZIONE DELL'EVOLUZIONE DEL RUOLO DELLA DONNA IN TRENT'ANNI NEI MEDIA

C'è stata una evoluzione abbastanza sensibile, la strada è quella giusta

♀ 29
♂ 38

C'è stata giusto una timida evoluzione ma la rappresentazione delle donne sui media deve affrontare ancora troppe sfide

♀ 45
♂ 27

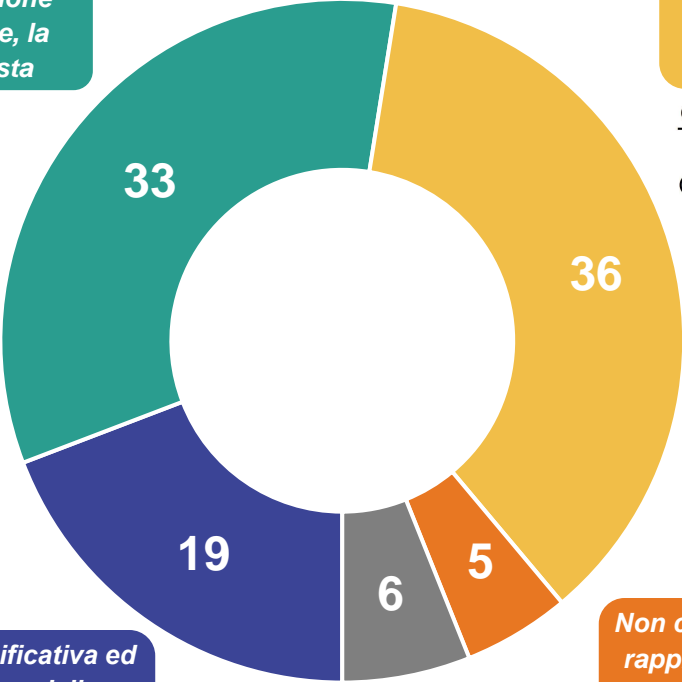
Sì, c'è stata una significativa ed evidente evoluzione della rappresentazione della donna sui media, molti i successi ottenuti

♀ 15
♂ 24

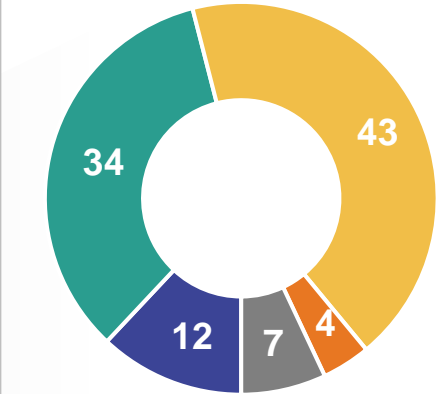
Non c'è stata alcuna evoluzione, la rappresentazione della donna sui media è ancora del tutto simile a quella che era in passato

♀ 5
♂ 5

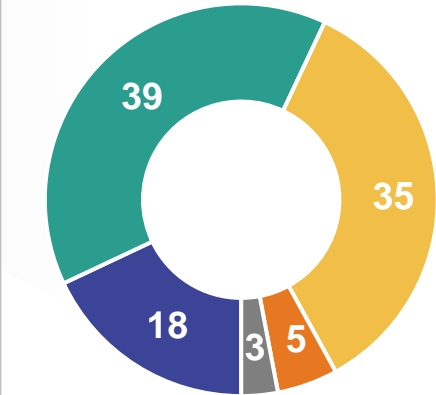
Non so
♀ 5
♂ 6



Fascia 18-30 anni



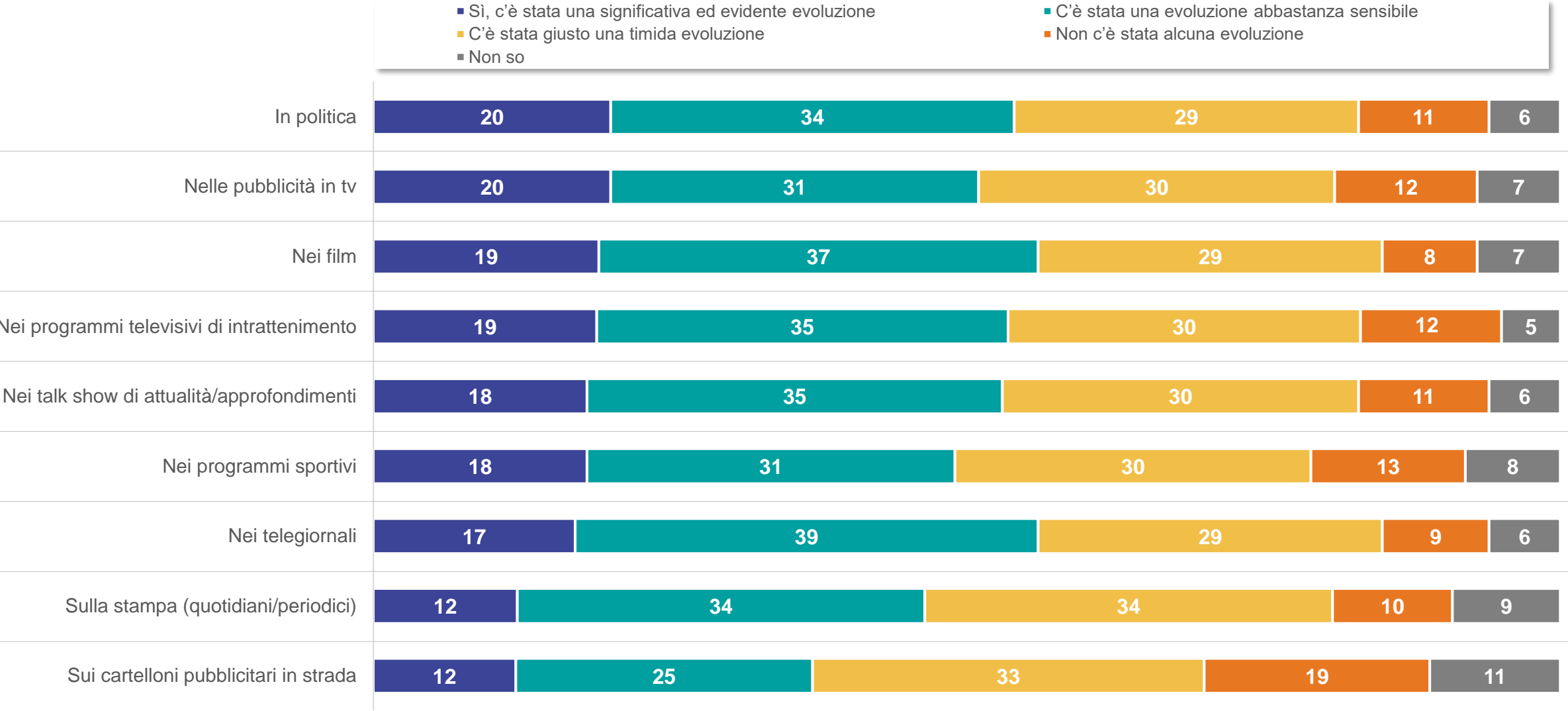
Fascia 65-75 anni



Rispetto a trent'anni fa, secondo te oggi nei media (tv, stampa, radio, cinema, social ecc.) c'è stata una evoluzione della rappresentazione della donna? Scegli la risposta che più si avvicina al tuo punto di vista.
Base: totale popolazione. Valori %.



L'EVOLUZIONE DELLA RAPPRESENTAZIONE DELLA DONNA



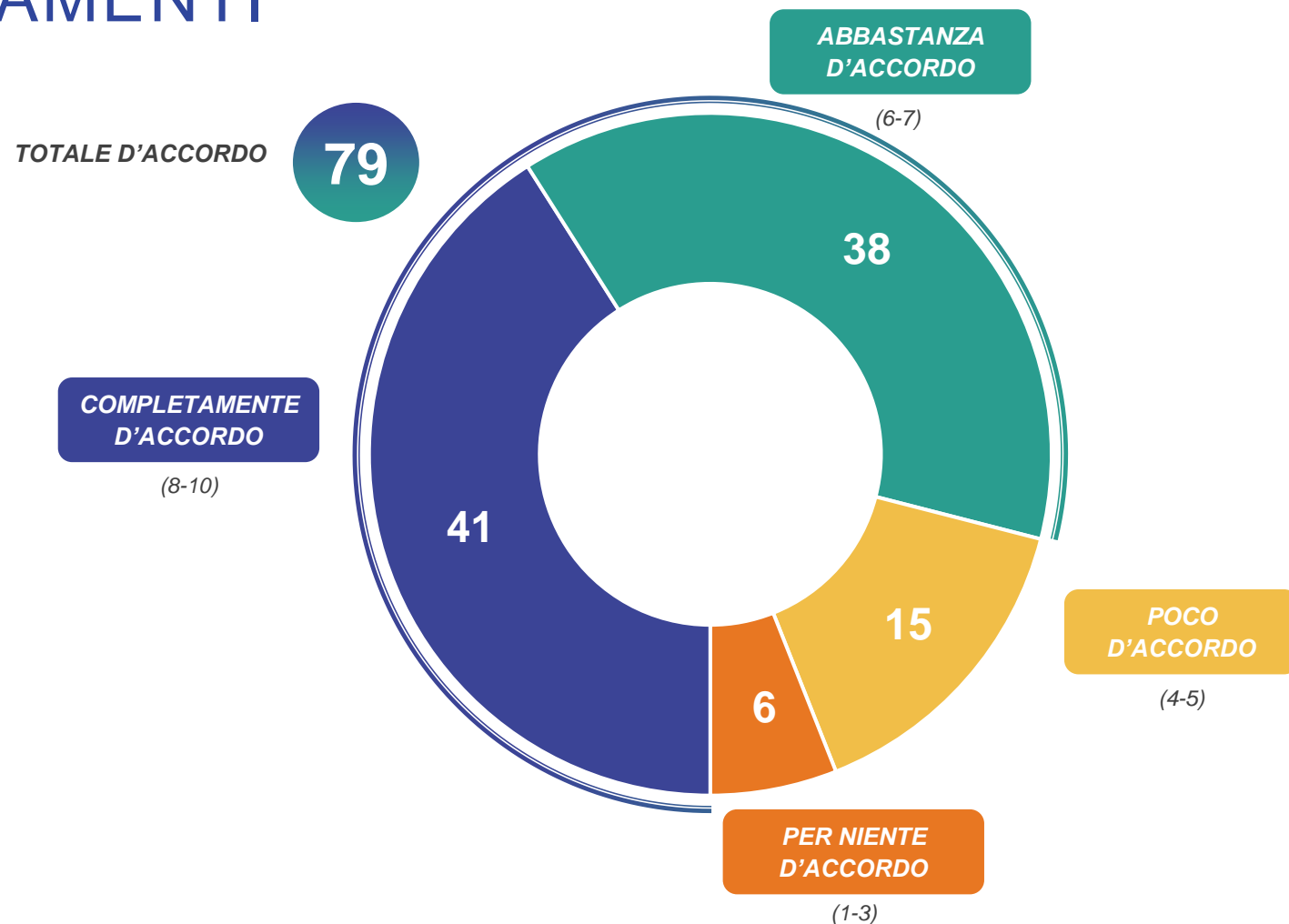
IL RUOLO DELLA DONNA

3.1

NEL MONDO DELLA PUBBLICITÀ



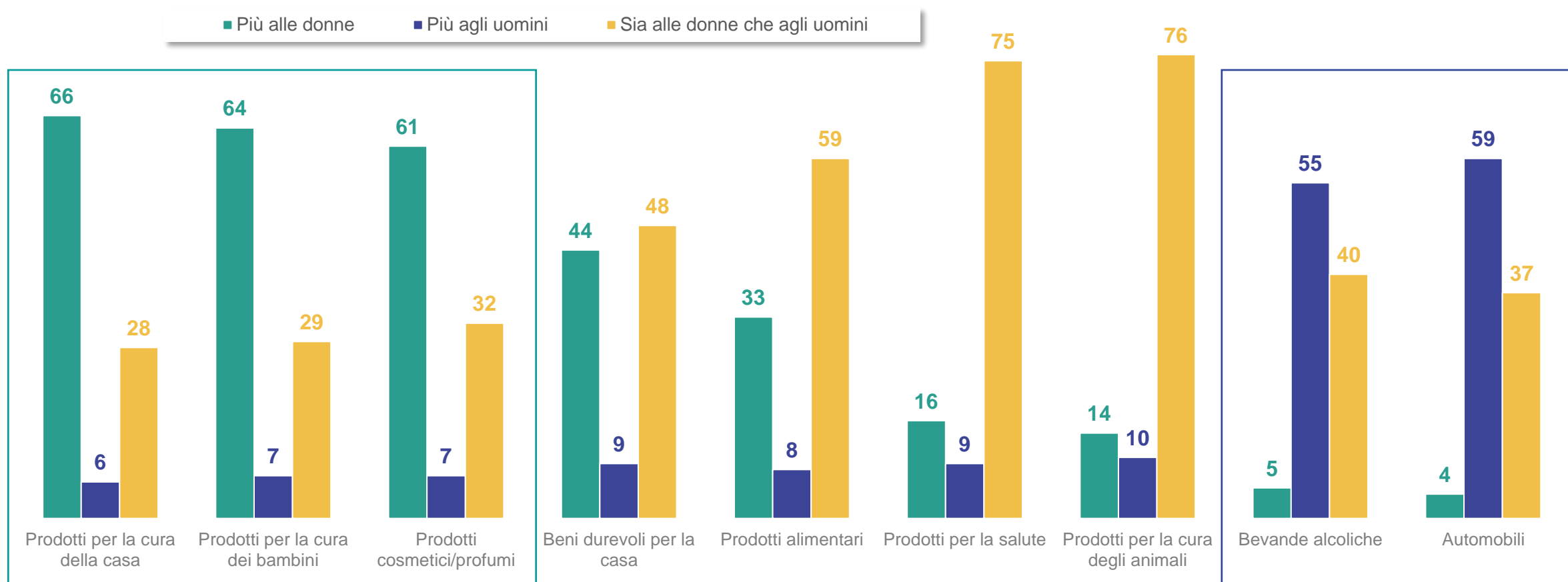
IL POTERE DELLA PUBBLICITÀ DI PLASMARE OPINIONI E COMPORTAMENTI



Quello che si vede nelle pubblicità ha il potere di cambiare il modo in cui le persone definiscono il ruolo dell'uomo e quello della donna e quindi anche il loro modo di comportarsi all'interno della società. Quanto sei d'accordo con questa affermazione con un voto da 1 "per niente d'accordo" a 10 "completamente d'accordo"?

Base: totale popolazione.
Valori %.

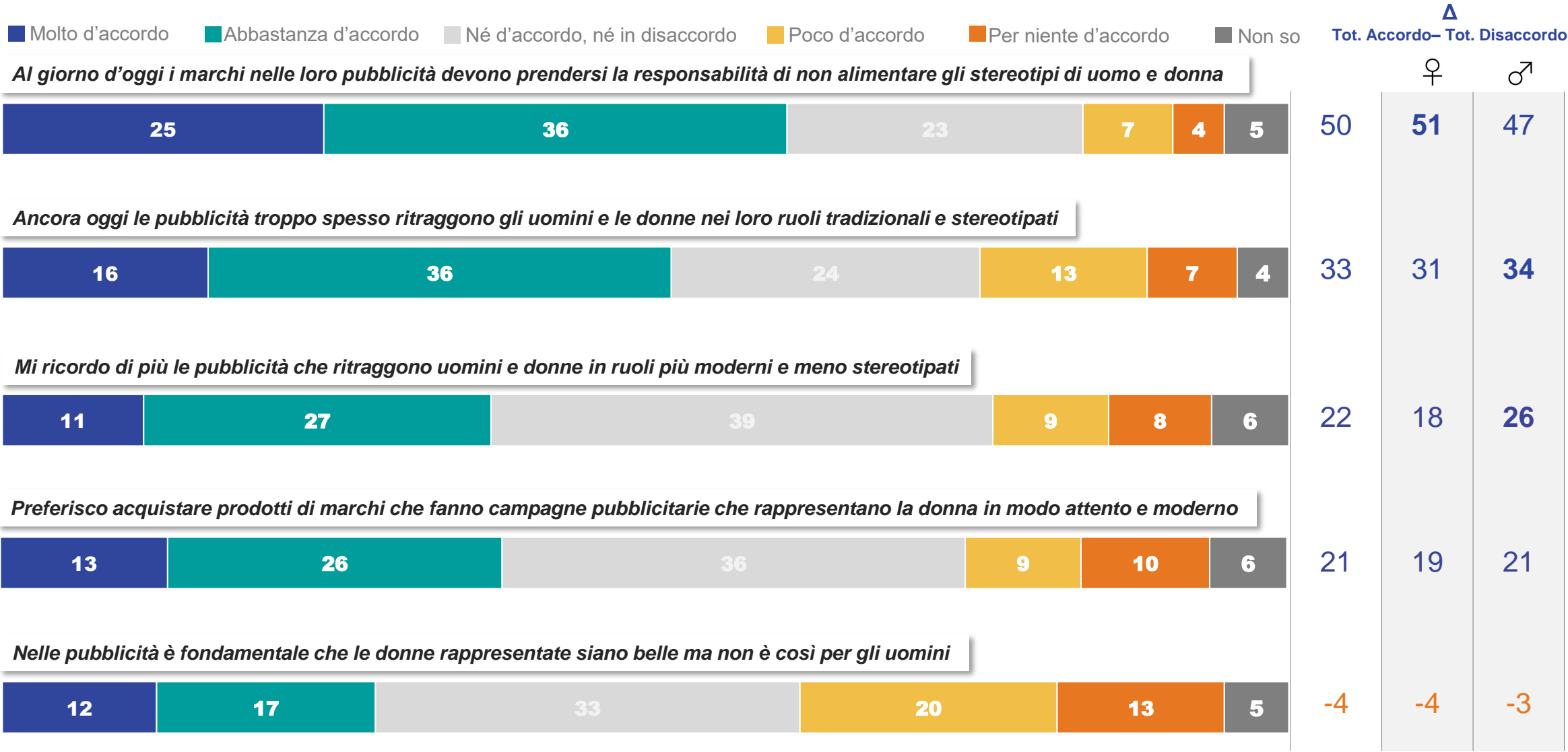
I TARGET DI RIFERIMENTO DELLE PUBBLICITÀ PER CATEGORIA DI PRODOTTO



Ad oggi secondo te a chi si rivolgono principalmente le pubblicità dei prodotti qui elencati? Più alle donne o più agli uomini?

Base: totale popolazione.
Valori %.

OPINIONI SU PUBBLICITÀ E STEREOTIPI DI GENERE



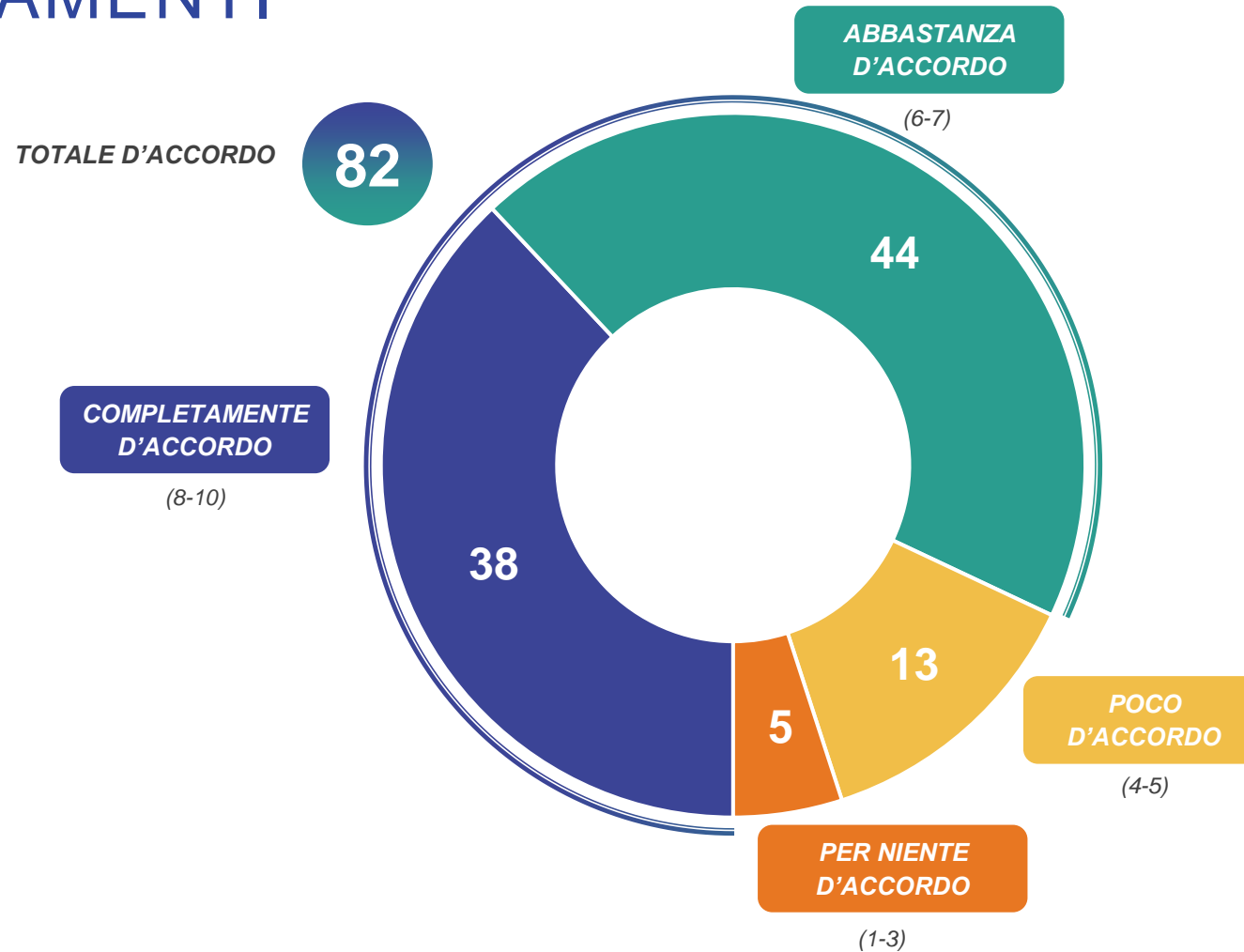
IL RUOLO DELLA DONNA

3.2

NEL MONDO DEL CINEMA E DELLE SERIE TV



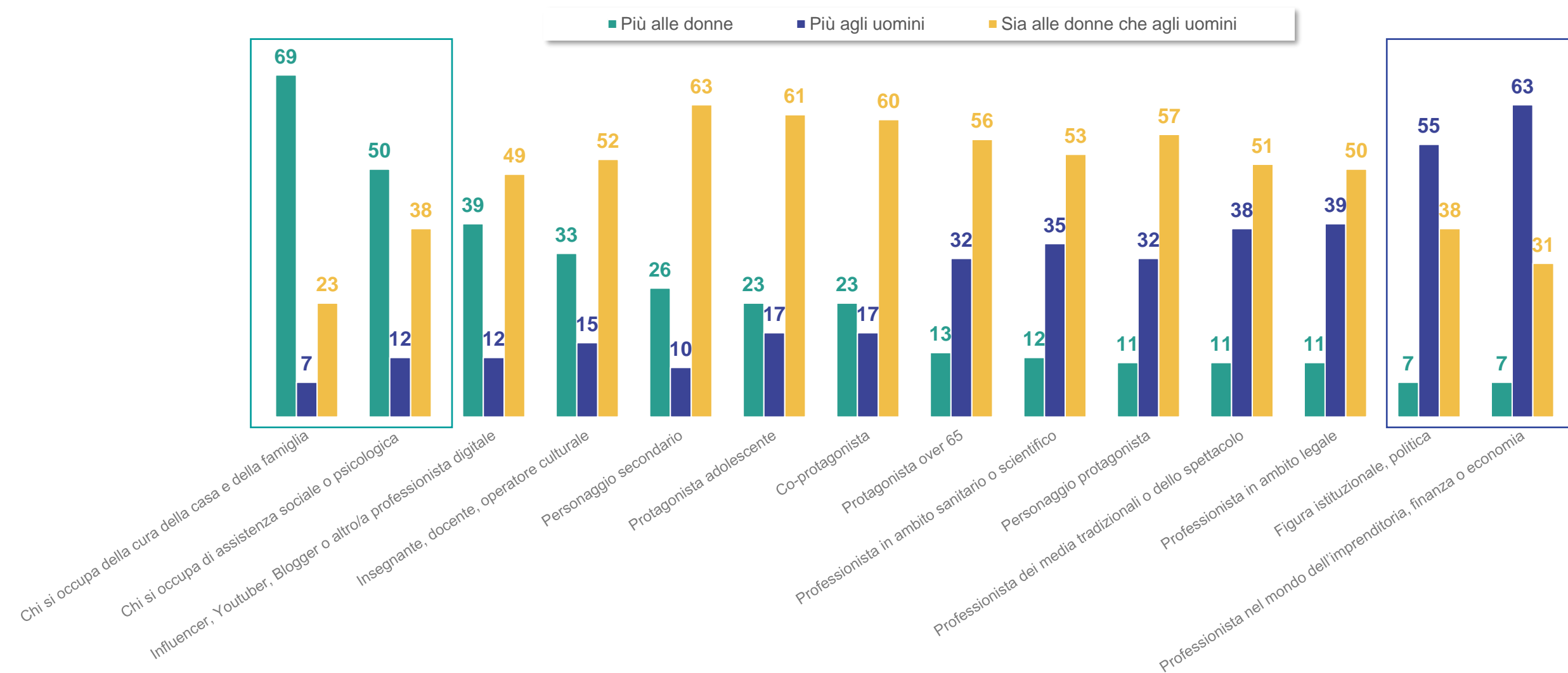
IL POTERE DI FILM E SERIE TV DI PLASMARE OPINIONI E COMPORTAMENTI



Quello che si vede nei film e nelle serie tv ha il potere di cambiare il modo in cui le persone definiscono il ruolo dell'uomo e quello della donna e quindi anche il loro modo di comportarsi all'interno della società. Quanto sei d'accordo con questa affermazione con un voto da 1 "per niente d'accordo" a 10 "completamente d'accordo"?

Base: totale popolazione.
Valori %.

ASSOCIAZIONI TRA RUOLI E GENERE: CHI È CHI



Per quella che è la tua percezione ad oggi nei film e nelle serie tv italiane solitamente da chi vengono interpretati i seguenti ruoli?

Più da uomini o più da donne?

Base: totale popolazione.

Valori %.

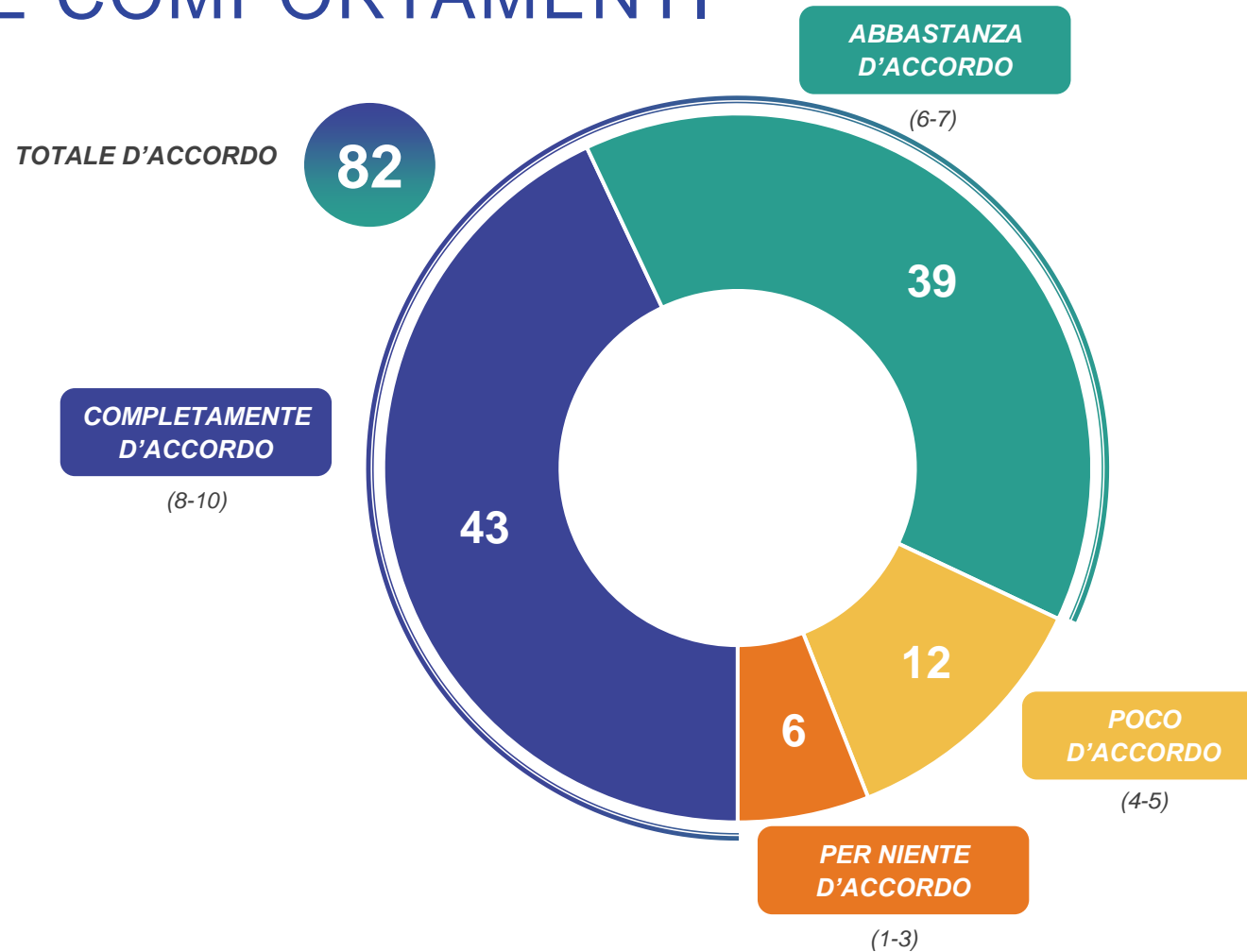
IL RUOLO DELLA DONNA

3.3

NEL MONDO DELLA TELEVISIONE



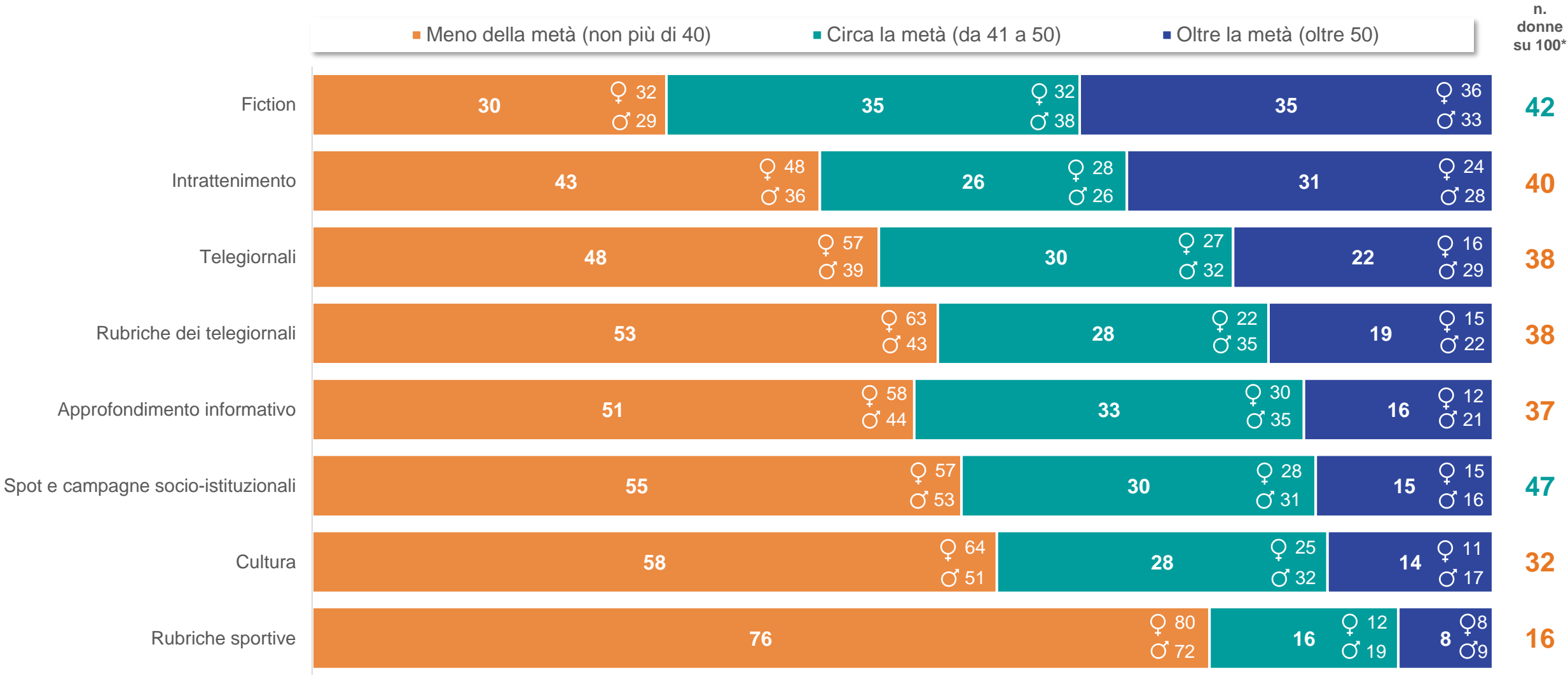
IL POTERE DEI PROGRAMMI TELEVISIVI DI PLASMARE OPINIONI E COMPORTAMENTI



Quello che si vede nei programmi televisivi ha il potere di cambiare il modo in cui le persone definiscono il ruolo dell'uomo e quello della donna e quindi anche il loro modo di comportarsi all'interno della società. Quanto sei d'accordo con questa affermazione con un voto da 1 "per niente d'accordo" a 10 "completamente d'accordo"?

Base: totale popolazione.
Valori %.

LA PERCEZIONE DELLA PRESENZA FEMMINILE IN TV



*Fonte: Primo rapporto annuale dell'Osservatorio per la parità di genere del Ministero della Cultura. Novembre 2022

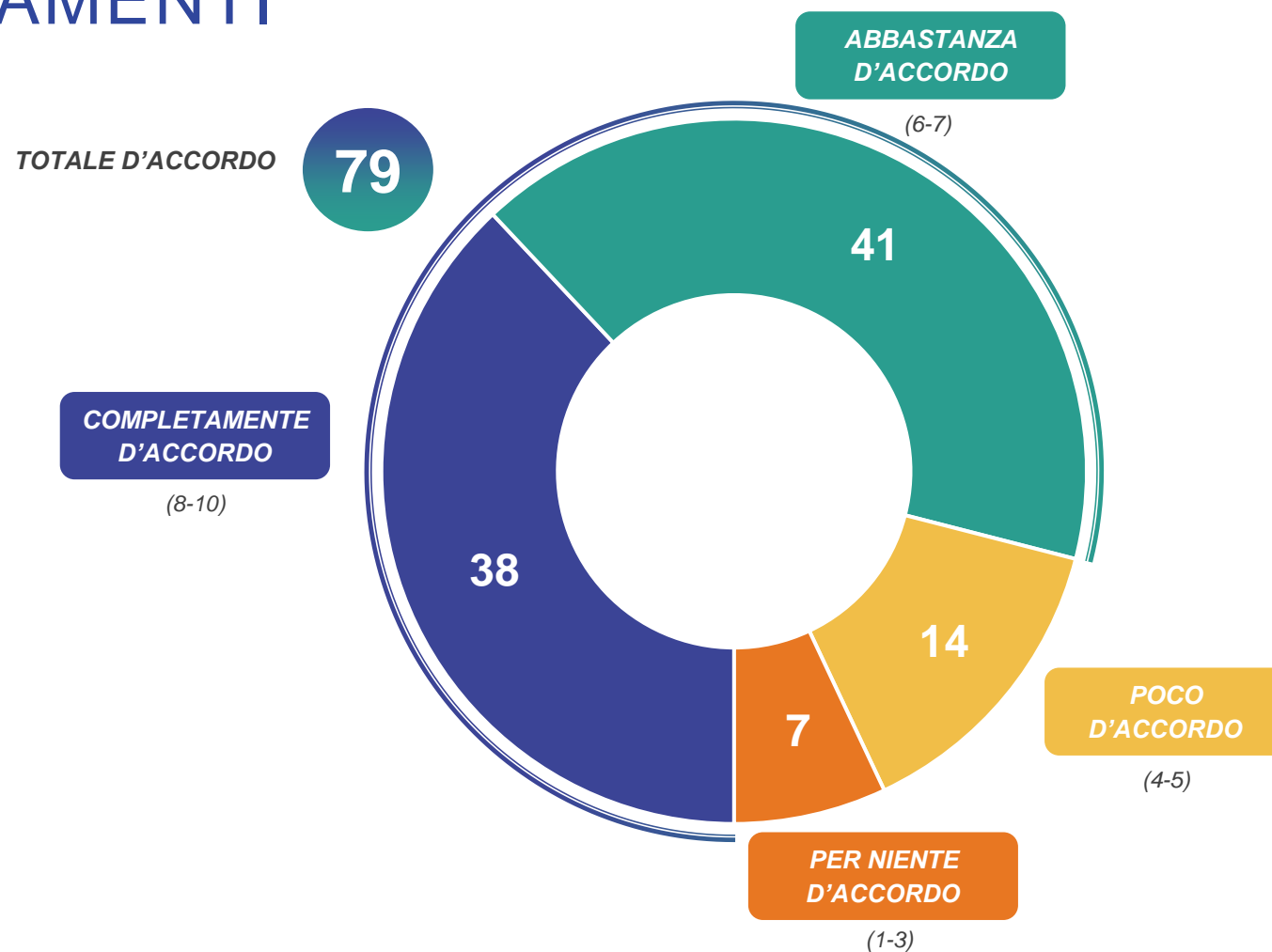
IL RUOLO DELLA DONNA

3.4

NEL MONDO DELLA STAMPA



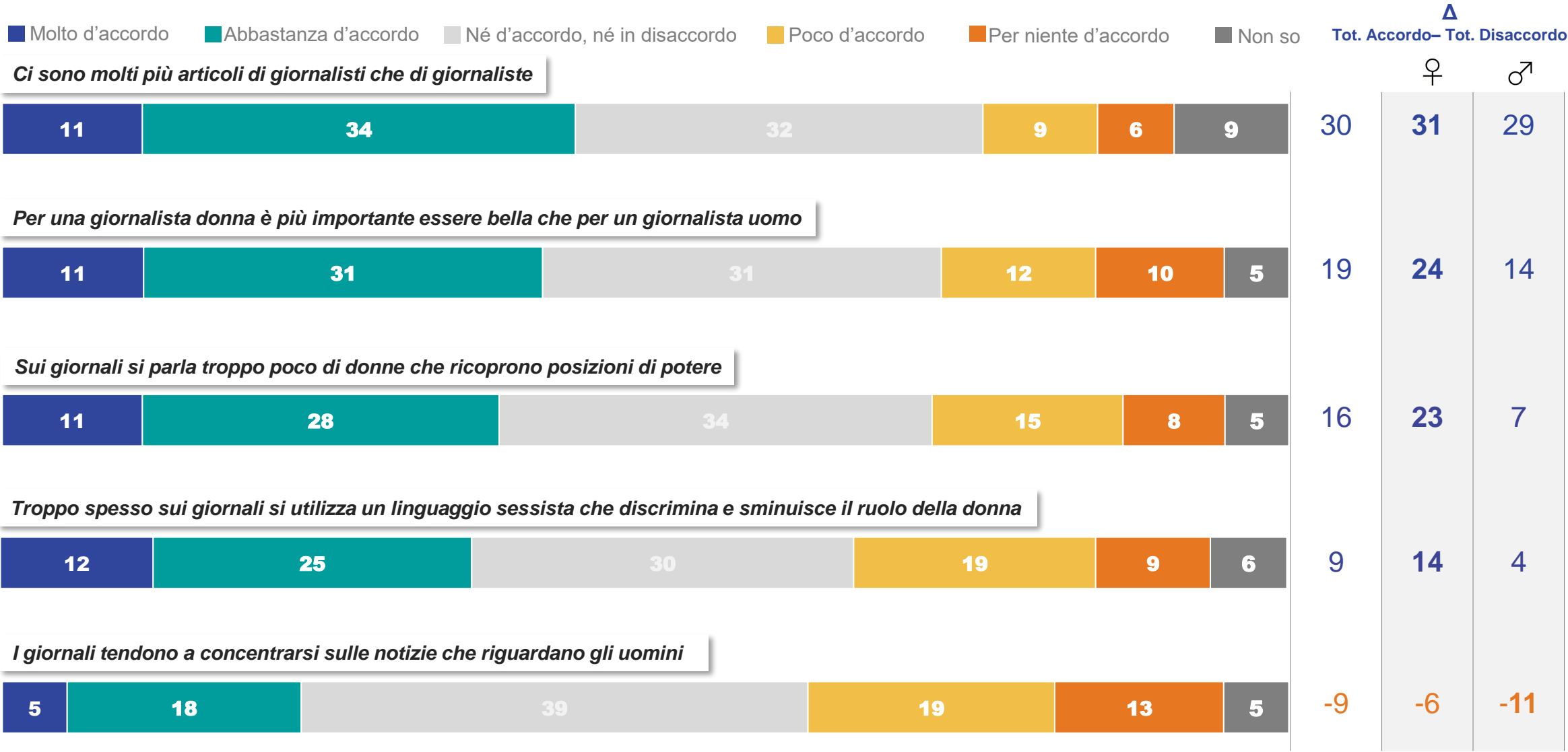
IL POTERE DELLA STAMPA DI PLASMARE OPINIONI E COMPORTAMENTI



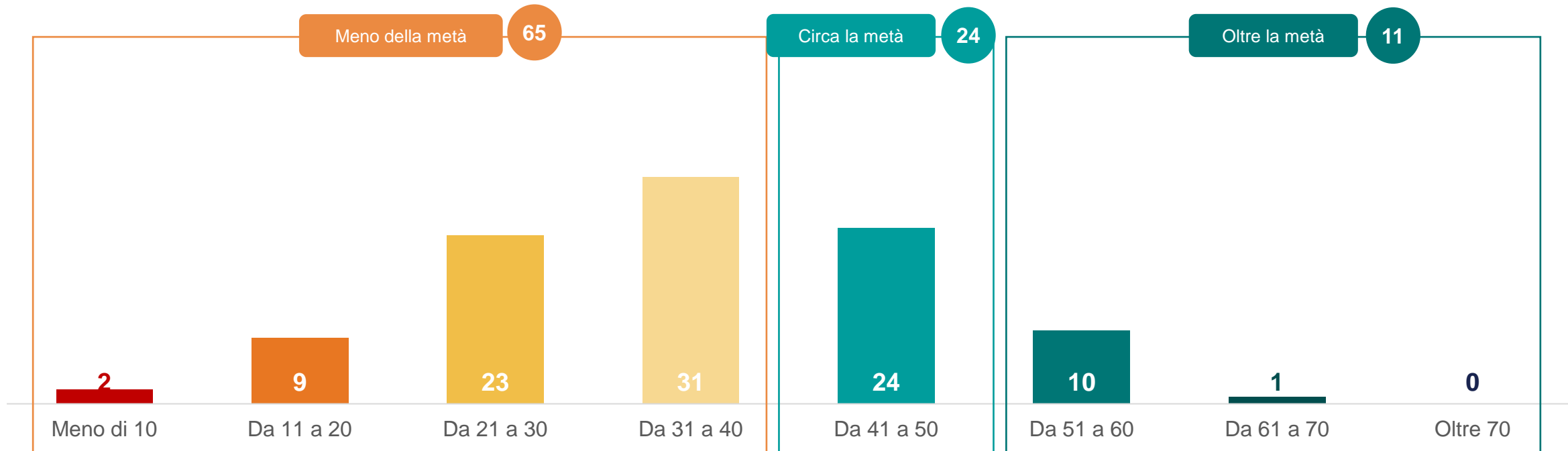
Quello che si legge sui giornali (online o cartacei) ha il potere di cambiare il modo in cui le persone definiscono il ruolo dell'uomo e quello della donna e quindi anche il loro modo di comportarsi all'interno della società. Quanto sei d'accordo con questa affermazione con un voto da 1 "per niente d'accordo" a 10 "completamente d'accordo"?

Base: totale popolazione.
Valori %.

OPINIONI SU STAMPA E STEREOTIPI DI GENERE



PERCEZIONE DEL NUMERO DELLE GIORNALISTE SU 100



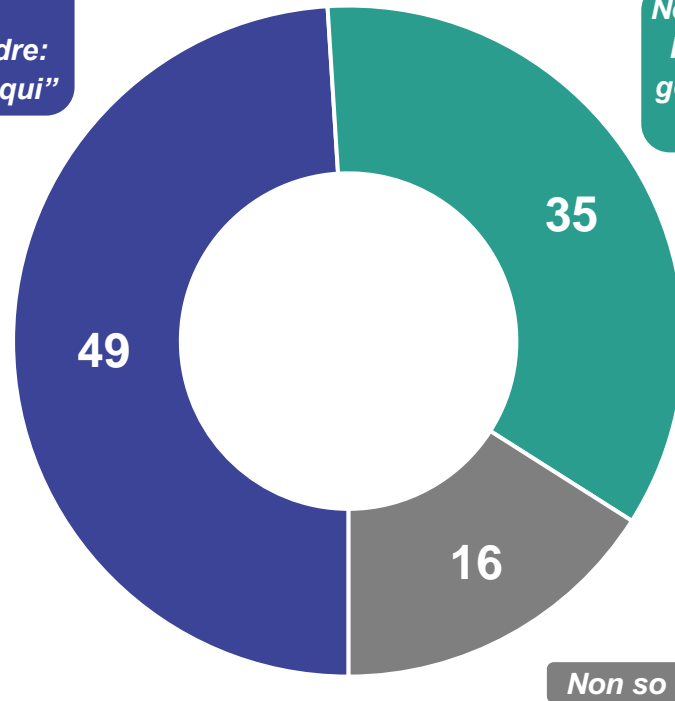
♀ 15.053 donne (pari al 42% del totale)

♂ 20.653 uomini (pari al 58% del totale)

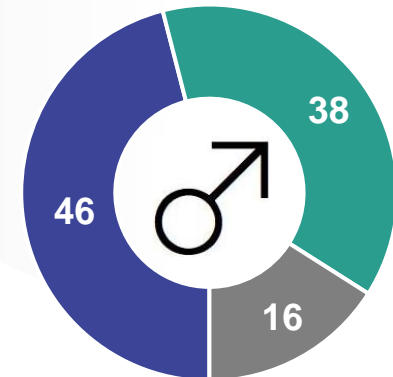
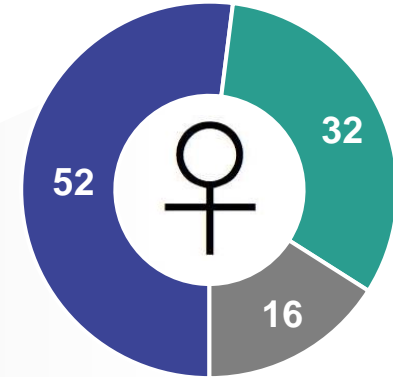
Fonte: Osservatorio sul Giornalismo. Dati 2018. III edizione Novembre 2020

IL LINGUAGGIO INCLUSIVO SIN DAL TITOLO | 1

Neonato abbandonato ad Aprilia, l'appello dell'ospedale alla madre: "se cambi idea siamo qui"

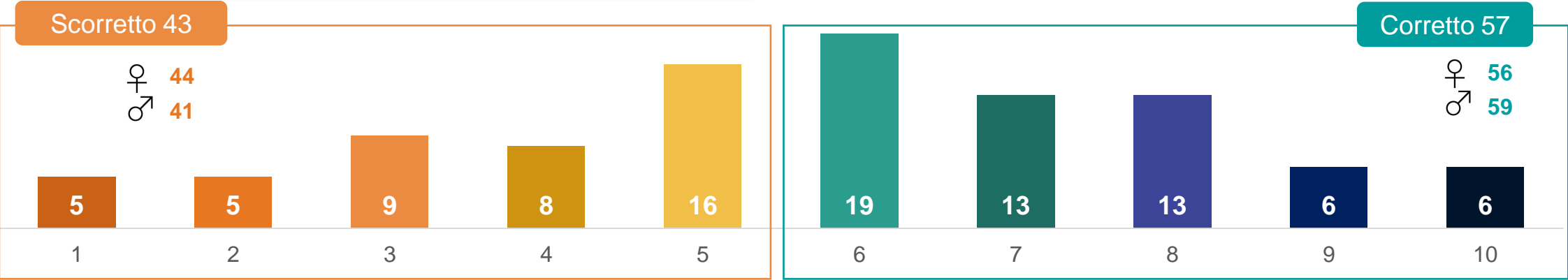


Neonato lasciato ad Aprilia, l'appello dell'ospedale ai genitori: "se cambiate idea siamo qui"

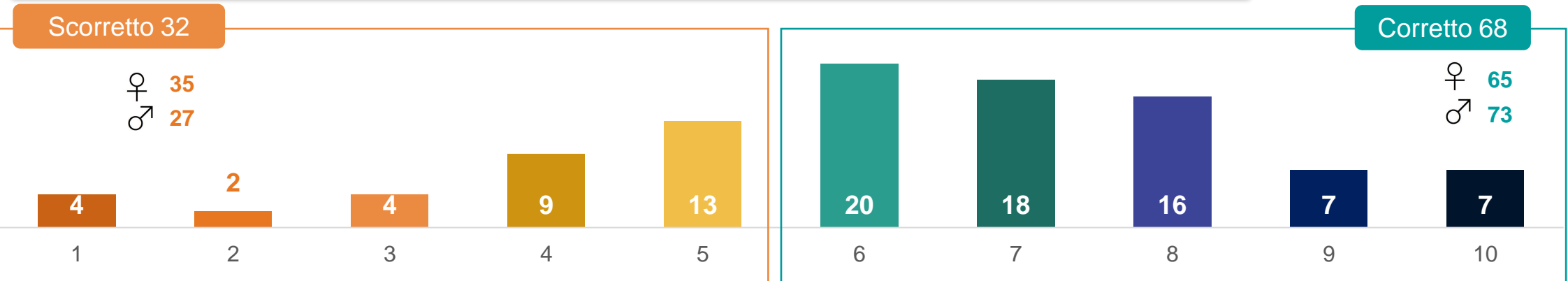


IL LINGUAGGIO INCLUSIVO SIN DAL TITOLO |2

“Un'altra donna alla guida della Capitaneria di Sanremo”



“Sara, Michela e Monica sono le prime comandati dell'Esercito italiano: le donne presto ai vertici”



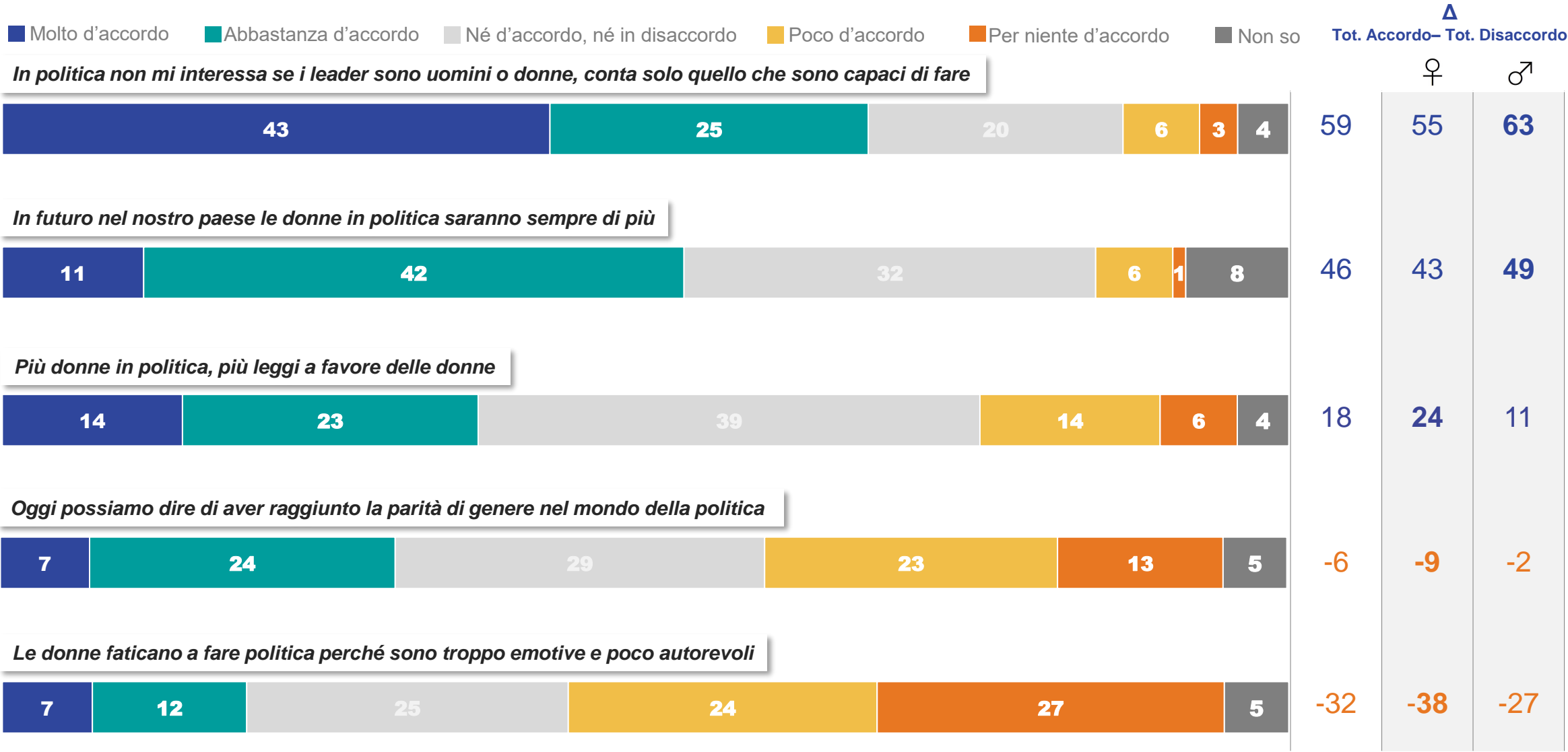
IL RUOLO DELLA DONNA

3.5

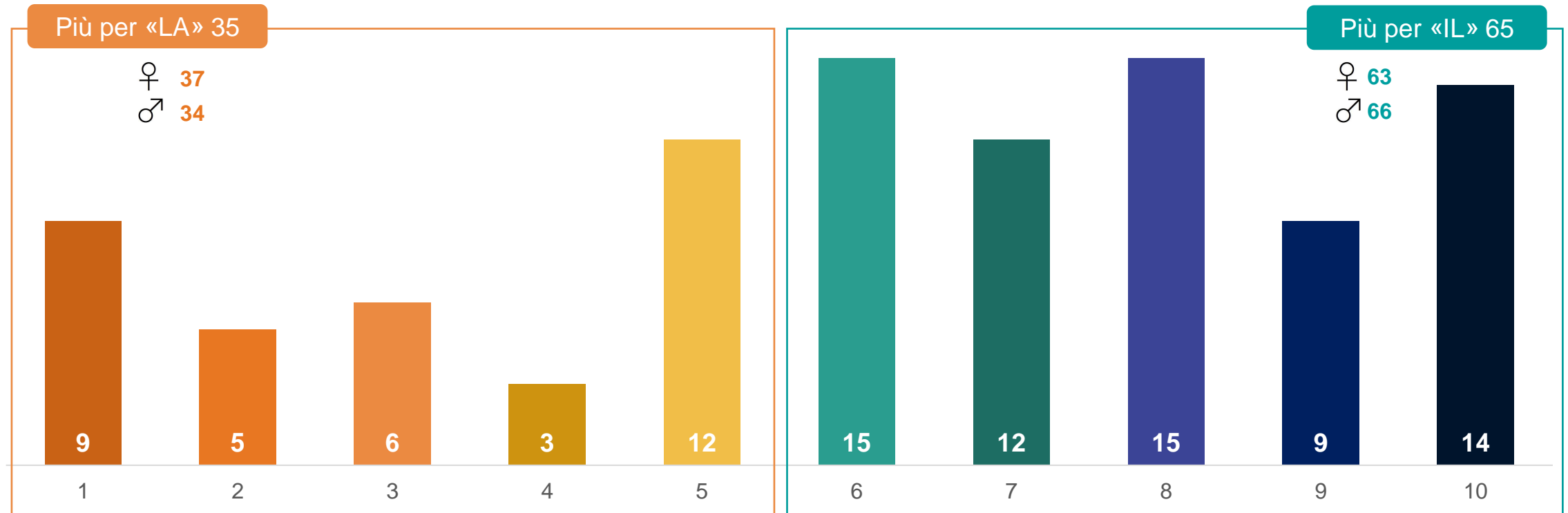
NEL MONDO DELLA POLITICA



OPINIONI SU POLITICA E STEREOTIPI DI GENERE



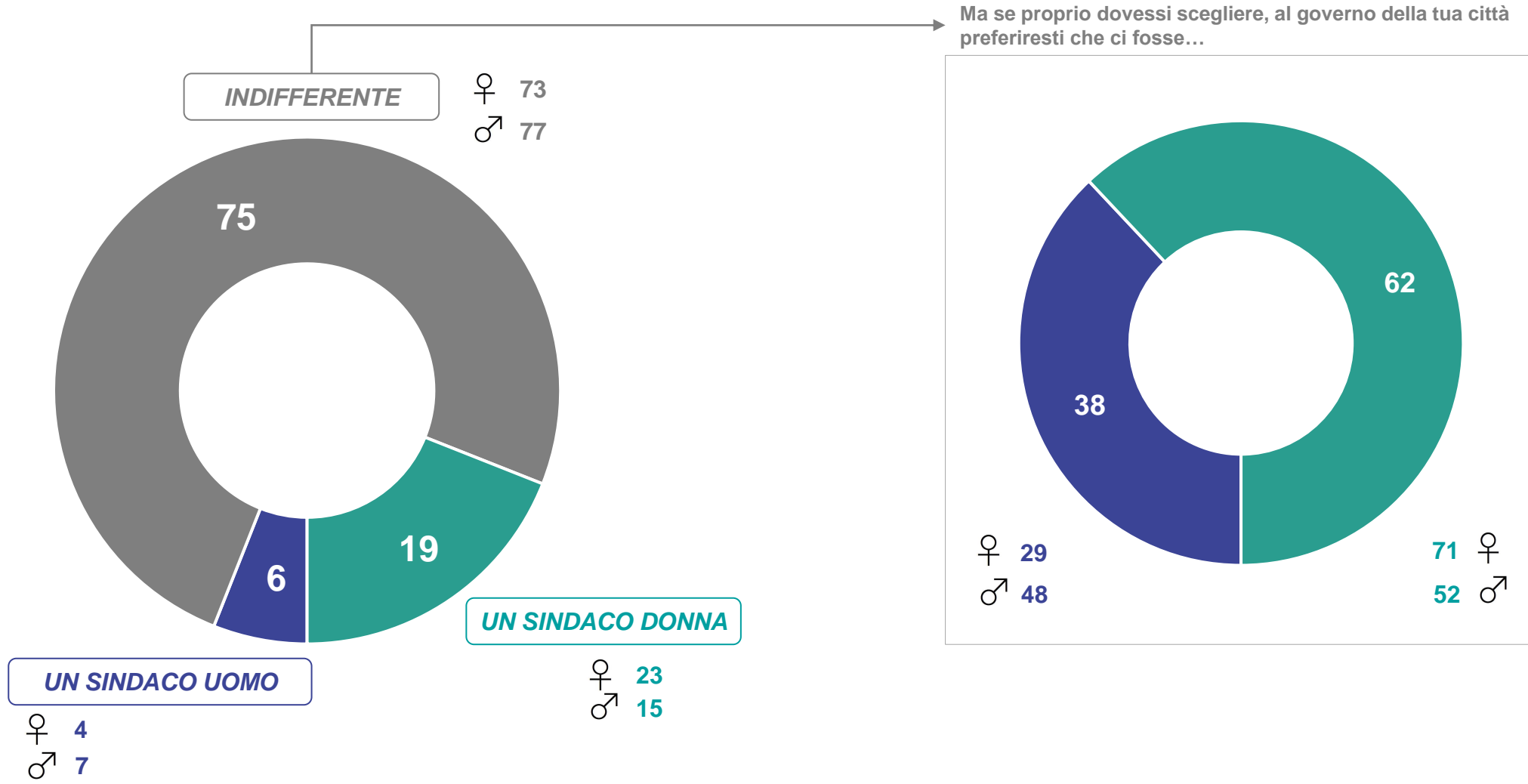
IL O LA PRESIDENTE MELONI?



Quando Giorgia Meloni è diventata Presidente del Consiglio ha chiesto espressamente di chiamarla IL Presidente e non La Presidente. Come giudica questa sua scelta? Risponda con un voto da 1 "pessima" a 10 "ottima".

Base: totale popolazione.
Valori %.

MEGLIO UN SINDACO UOMO O DONNA?



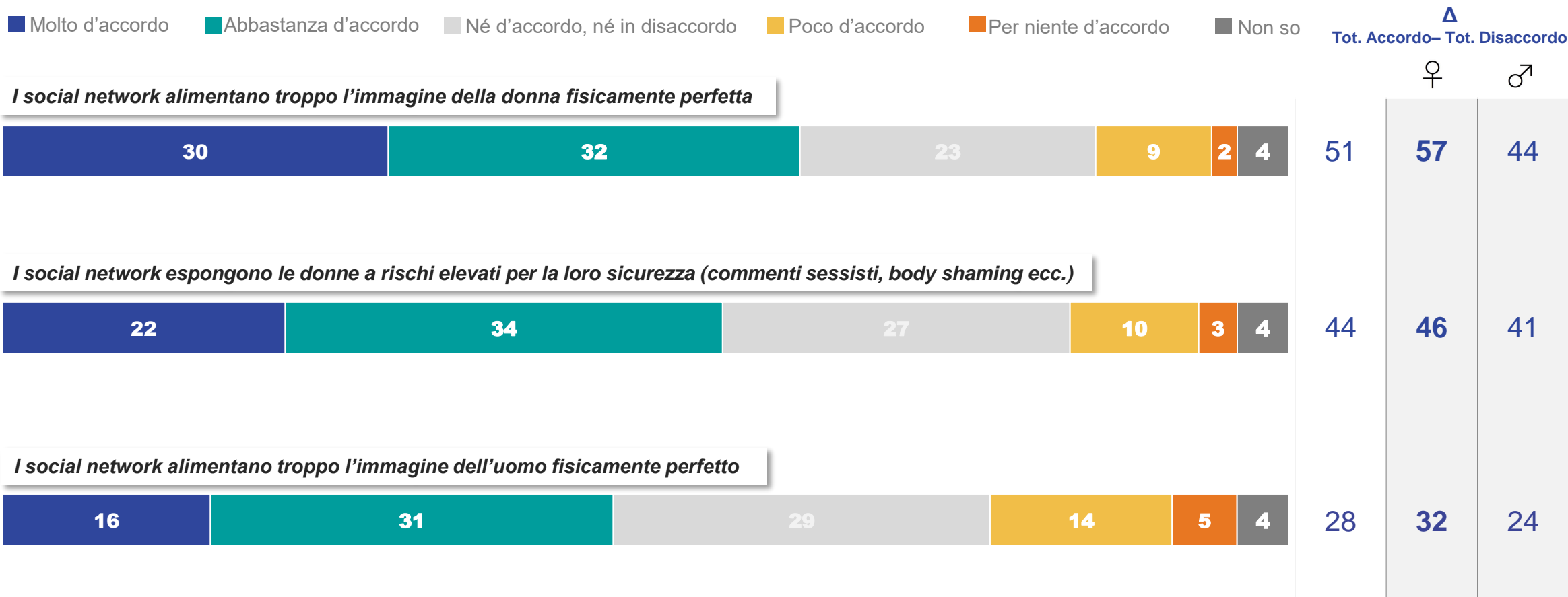
SOCIAL E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

4

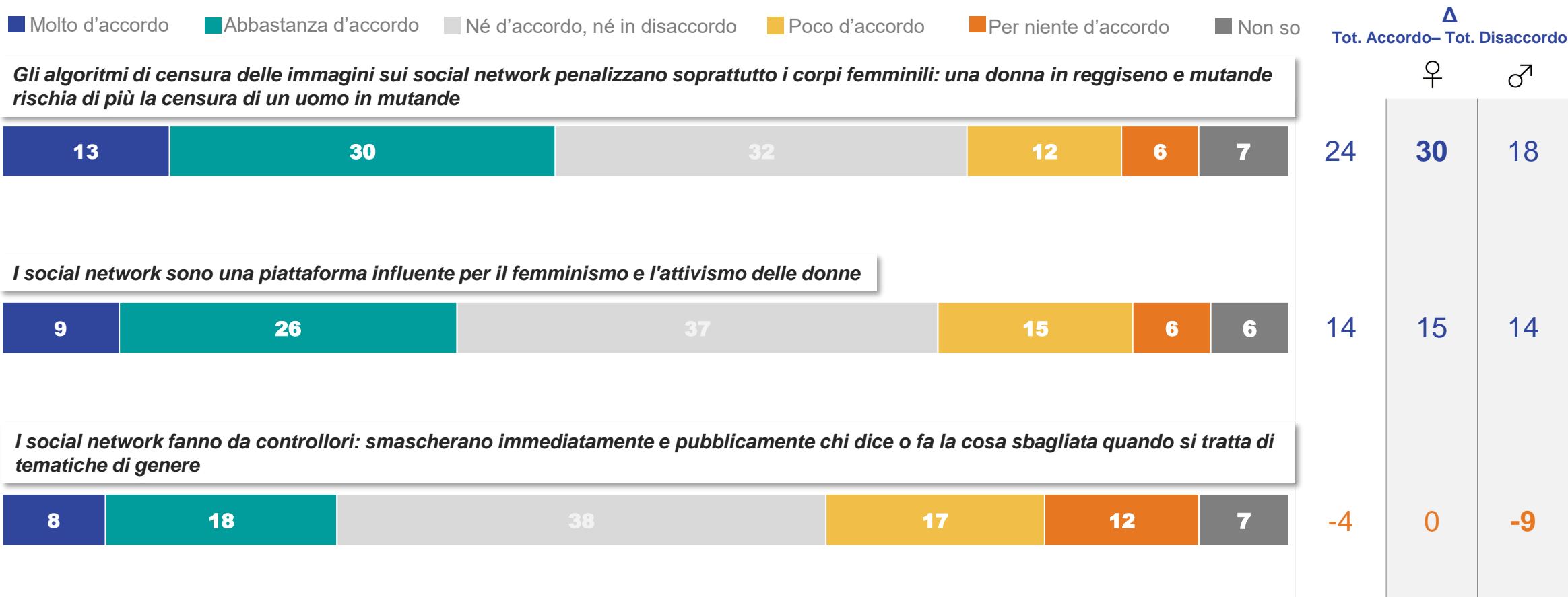


TORNA AI CONTENUTI

OPINIONI SU SOCIAL E STEREOTIPI DI GENERE | 1



OPINIONI SU SOCIAL E STEREOTIPI DI GENERE |2



METODOLOGIA E CAMPIONE

5



METODOLOGIA E CAMPIONE

1000 Italiani dai 18 ai 75 anni



8 – 12 Febbraio 2024

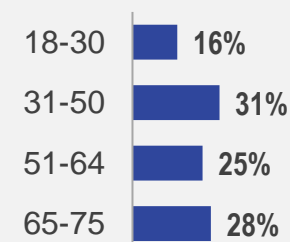


**Interviste realizzate
CAWI Ipsos Digital**

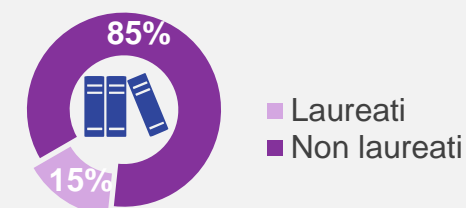
GENERE



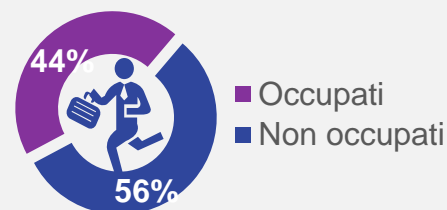
ETÀ



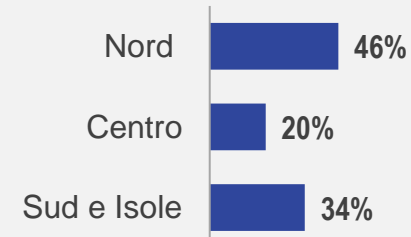
ISTRUZIONE



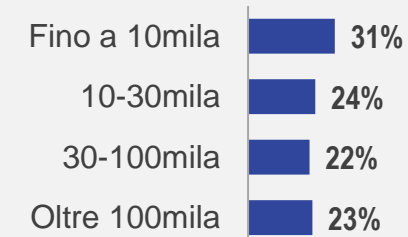
CONDIZIONE OCCUPAZIONALE



AREA GEOGRAFICA



AMPIEZZA CENTRO



NOTA INFORMATIVA: Sondaggio realizzato da Ipsos Srl per Consumers' Forum presso un campione di individui residenti in Italia dai 18 anni ai 75 anni secondo genere, età, livello di scolarità, condizione lavorativa e zona di residenza. Sono state realizzate 1.000 interviste mediante sistema CAWI, tra l'8 e il 12 febbraio 2024. Il documento informativo completo riguardante il sondaggio sarà inviato ai sensi di legge al sito www.agcom.it

THANK
YOU

GAME CHANGERS

