



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

**Dipartimento di Filosofia, Sociologia
Pedagogia e Psicologia Applicata**

**Corso di laurea magistrale in Psicologia sociale,
del lavoro e della comunicazione**

Tesi di laurea magistrale

**Immagini sessualizzanti su Instagram
e il loro ruolo sulla soddisfazione
corporea in donne lesbiche e bisessuali**

**Sexualizing images on Instagram and their influence
on body satisfaction in lesbian and bisexual women**

Relatrice

Prof.ssa Maria Rosaria Cadinu

Laureanda:

Michela

Marrosu

Matricola:

2053816

Anno Accademico 2022/2023

INDICE

Introduzione.....	1
Cap.1: Sessualizzazione e rapporto con il proprio corpo: l'influenza dei social media network e dell'orientamento sessuale.....	3
1.1 <i>La sessualizzazione: componenti, processi e conseguenze.....</i>	3
1.1.1 L'ipersessualizzazione.....	4
1.1.2 La soggettivazione sessuale.....	7
1.2 <i>L'immagine corporea e il suo ruolo nella promozione del benessere globale dell'individuo.....</i>	10
1.2.1 La costruzione dell'immagine corporea.....	11
1.2.2 L'importanza dell'immagine corporea nel benessere generale della persona.....	15
1.3 <i>I social media e il loro ruolo nel rapporto con la propria immagine corporea.....</i>	19
1.3.1 Social media network, sessualizzazione e immagine corporea.....	20
1.4 <i>Orientamento sessuale e influenza sulla costruzione dell'immagine corporea.....</i>	26
1.4.1 La biculturalità.....	26
Cap. 2: La ricerca.....	30
2.1 <i>Obiettivi e ipotesi della ricerca.....</i>	30
2.2 <i>Disegno sperimentale.....</i>	30
2.2.1 Variabile indipendente.....	30
2.2.2 Variabili dipendenti.....	31
2.3 <i>Partecipanti.....</i>	31
2.4 <i>Materiali.....</i>	32
2.5 <i>Ipotesi dell'esperimento.....</i>	37
Cap.3: I risultati.....	39
3.1 <i>Analisi correlazionale.....</i>	39
3.2 <i>Soddisfazione Peso e Fisico.....</i>	40
3.3.1 <i>Soddisfazione per il proprio fisico.....</i>	40
3.3.2 <i>Soddisfazione per il proprio fisico.....</i>	41
3.3 <i>Acceptance of Cosmetic Surgery.....</i>	41
3.4 <i>Identificazione con la comunità LGBTQ+ e il gruppo delle donne.....</i>	42
Capitolo 4: Conclusione.....	43
Bibliografia.....	48

Introduzione

I primi studi a interessarsi al corpo e alla sua immagine prendono il via dagli inizi del '900, fino a sviluppare intorno agli anni Vento il termine “immagine corporea” e inserirlo all'interno della letteratura scientifica.

Le ricerche sul tema si sono nel corso del ventesimo e ventunesimo secolo evolute ed ampliate fino ad arrivare ai giorni nostri. Si possono evidenziare come temi principali: la soddisfazione per il peso, il livello di accuratezza nella percezione della corporatura, soddisfazione per la propria apparenza, soddisfazione per il corpo, valutazione della dell'apparenza, preoccupazioni sul corpo, autostima per il proprio fisico, percezione del corpo e sua accettazione (Grogan, 2021).

All'interno del presente elaborato viene considerato, specificatamente, l'insoddisfazione per il proprio corpo, definita come “i pensieri e i sentimenti negativi di una persona verso il proprio corpo” e scomposta in due sottodimensioni: la soddisfazione per il proprio fisico e per il proprio peso. In particolare, riprendendo scopi e strumenti dell'esperimento precedente di Guizzo e colleghi (2021), viene indagata l'influenza che i contenuti sessualizzanti visti tramite social network – per questo studio è stato utilizzato specificatamente Instagram - possono avere sulla soddisfazione per il proprio corpo in un campione composto unicamente da donne.

L'elemento di distinzione rispetto all'esperimento di Guizzo e colleghi è da ricercare all'interno del campione considerato, in cui sono presenti esclusivamente donne appartenenti alle minoranze sessuali. A seguito dell'analisi della letteratura è stato sottolineato come le lesbiche risultino meno colpite dagli standard di bellezza promossi, ma presentino livelli simili alle donne eterosessuali e bisessuali nell'auto-

oggettificazione derivante dalla sessualizzazione (Hill & Fisher, 2008).

L'esperimento si concentra quindi sulle tematiche precedentemente illustrate utilizzando come condizione sperimentale un video contenente degli screen di finti account Instagram. Le partecipanti sono state assegnate randomicamente a una delle due condizioni: una sessualizzante contenente immagini di donne in intimo e in atteggiamenti provocanti; nella seconda, quella neutra, le foto ritraevano donne completamente vestite e in pose non suggestive. È stato operato un confronto tra la soddisfazione per il fisico e per il peso, rilevata prima e dopo essere state sottoposte alla condizione sperimentale. Inoltre, sono state anche considerate altre dimensioni quali: l'identificazione con la comunità LGBTQ+ e delle donne, la frequenza d'utilizzo di Instagram, l'intenzione di sottoporsi a interventi di chirurgia estetica e le domande socio-demografiche.

Capitolo 1: Sessualizzazione e rapporto con il proprio corpo: l'influenza dei social media network e dell'orientamento sessuale.

1.1 La sessualizzazione: componenti, processi e conseguenze

Il termine sessualizzazione è indicativo della percezione del valore della persona come totalmente attribuibile al suo sex appeal – al suo corpo – escludendo tutti gli altri aspetti che la caratterizzano. Il criterio principe per stabilire e attestare la propria attrattività è basato su quanto si possa essere definiti sessualmente attraenti (APA, 2007). L'American Psychological Association nel report "Task Force on the Sexualization of Girls" (2007) riporta gli assiomi secondo i quali si può utilizzare il termine sessualizzazione. Tra gli aspetti, oltre i primi due principi riportati sopra, viene inclusa anche l'oggettificazione - ovvero la trasformazione della persona in un oggetto, privo di arbitrio e pronto per il proprio uso e consumo - e l'imposizione inappropriata della sessualità su una persona. Per l'APA, per poter parlare di sessualizzazione è sufficiente sia presente anche solo una delle quattro condizioni elencate.

La sessualizzazione è un fenomeno che interessa principalmente le donne, nonostante negli ultimi decenni sia aumentato il numero di immagini e contenuti che vedono anche gli uomini rappresentati in pose sensuali o allusive. Nonostante ciò, risulta più comune l'*over* sessualizzazione e l'oggettificazione del genere femminile, presente in qualsiasi tipo di media (pubblicità, social, televisione o cinema): il corpo femminile viene continuamente mostrato e giudicato. Anche quando non rilevante, basta la presenza di una donna perché il suo aspetto fisico sia oggetto di discussione. Un esempio eclatante sono i commenti ricevuti dalle atlete, il cui focus spesso non risulta essere la performance sportiva quanto l'aspetto estetico. Goldsmith (2012) descrive come durante le Olimpiadi

di Londra furono diverse le critiche sui fisici delle atlete, accusate di essere troppo grasse, e ai capelli di Gabby Douglas, ginnasta medaglia d'oro. Analizzare i commenti rivolti alle atlete permette facilmente di evidenziare come l'interesse dell'opinione pubblica non sia rivolto alle capacità e alla performance del corpo femminile, ma il suo aspetto. Questo avviene indipendentemente dalla tipologia di contesto, dal livello della competizione e dal talento dell'atleta.

La rappresentazione mediatica delle sportive, rispetto alla controparte maschile, risulta, quindi, maggiormente oggettificante e sessualizzante. L'enfasi sull'aspetto estetico incide anche su quelle che sono le aspettative dello spettatore sulla performance: l'attenzione sull'attrattività delle atlete piuttosto che sulle loro abilità li porta ad avere minori attese verso le gare e riduce l'intenzione di seguirle attivamente nella loro attività sportiva, incidendo quindi anche sulla possibilità di messa in onda e di ricevere copertura mediatica (Darvin & Sagas, 2017). Ciò comporta dei danni a livello della carriera professionale delle atlete, che di conseguenza hanno meno possibilità di ottenere sponsor e investimenti.

1.1.1 L'ipersessualizzazione

Un altro elemento che caratterizza la sessualizzazione è il continuo incremento di contenuti sessualizzanti all'interno della società occidentale. Questo ha portato a parlare di ipersessualizzazione della cultura, introducendo i termini "porno chic" e "pornographication" per definire come aspetti appartenenti al mondo della pornografia si siano inseriti all'interno nell'arte e nella cultura mainstream. L'espressione "porn chic" viene utilizzata da Lynch (2012) per indicare come le nuove mode nell'abbigliamento e nel fashion vengano influenzate dai contenuti dei video e dei film pornografici: anche all'interno dei settori dei negozi dedicati alle ragazzine nei marchi di fast fashion si possono vedere magliette e capi con scritte allusive quali "juicy" o "babygirl".

Una delle componenti principali della sessualizzazione è l'oggettivazione sessuale. Secondo la definizione di Lych (2012) può essere scomposta in due processi differenti e distinti per genere: al femminile è un'espressione utilizzata per descrivere il modo in cui il corpo viene considerato dalle donne come qualcosa di diversificato, di esterno, separato dal sé, oggetto privilegiato dello sguardo maschile; rivolto al maschile, invece, descrive un processo differente, riferito al modo attraverso il quale i media e la socializzazione tra pari trasmettono e insegnano il messaggio che il corpo femminile è un oggetto. Il termine descrive sempre un procedimento d'apprendimento, ma si distingue da una parte per essere un'autopercezione, un'autovalutazione, in cui si impara a personificare lo sguardo esterno, una percezione dell'altro (Lynch, 2012); nel secondo caso è invece riferito al rapporto all'altro – o in questo caso – all'altra. Per quanto riguarda la prima tipologia di processo, durante l'adolescenza le ragazze imparano a osservarsi da una prospettiva maschile: il corpo non è né sentito né vissuto, è oggettificato. Viene messo in atto un processo di alienazione in cui il rapporto con il proprio corpo è definito in base alla visione che si pensa possa avere dall'esterno. Imparano quindi a giudicarlo secondo non le sue funzionalità ma secondo come appare e quanto rispetta i canoni che guidano lo sguardo maschile. Franzoi, in riferimento a questo processo, nel suo articolo del 1995 differenzia le modalità con cui si può percepire e valutare il corpo. Secondo la sua teoria può essere visto come un *processo* (capacità fisiche e funzionalità interne) o come un *oggetto* (aspetto fisico). Per Franzoi, gli individui nel considerare il corpo come processo piuttosto che oggetto riescono meglio ad evidenziarne i lati positivi e le peculiarità, aumentando la propria autostima. Ma è stato anche evidenziato come le donne, rispetto agli uomini, sono culturalmente e socialmente maggiormente spinte a valutare il corpo per il suo aspetto piuttosto che le sue funzionalità, in accordo con i processi descritti da Lynn (2012). Inoltre, i risultati sperimentali hanno evidenziato una correlazione tra donne

che rimarcano la propria femminilità (es. con l'abbigliamento o il trucco) e la difficoltà a distanziarsi dalla visione del corpo come oggetto, patendo le conseguenze negative che la ricerca ossessiva della bellezza ideale comporta. Secondo Franzoi questo legame deriva da una maggiore aderenza agli standard culturali e alla loro accettazione rispetto a donne che si presentano meno conformi agli stereotipi di genere.

L'auto-oggettificazione viene operazionalizzata e misurata tramite il concetto di sorveglianza del corpo, inteso come la preoccupazione e lo scrutinio verso la propria apparenza. Tra le sue conseguenze spesso si identificano ansia e sentimenti di vergogna, disordini alimentari, depressione e disfunzioni sessuali (Morandi & Huang, 2008).

Inoltre, i media hanno un ruolo privilegiato nel promuovere modalità di valutazione del corpo basate sull'oggettificazione e la sessualizzazione. Nella metanalisi di Ward (2016), comprensiva di 135 studi, vengono evidenziate le conseguenze della sessualizzazione sulle donne: l'aumento dell'insoddisfazione per il proprio corpo e dell'auto-oggettificazione e una maggiore tendenza ad avere credenze sessiste e alla misoginia interiorizzata, nonché una crescita della tolleranza verso la violenza di genere.

Per quanto concerne invece entrambi i generi, sempre secondo quanto riportato dalla metanalisi di Ward (2016), l'esposizione a media con contenuti altamente sessualizzanti le figure femminili, porta a percepirle come dotate di una minore competenza, moralità e umanità.

Nell'articolo viene, quindi, sottolineato come i media incidano sullo sviluppo delle ragazze e nel rapporto che queste hanno con l'appartenenza di genere e la percezione del proprio corpo. Sono due le prospettive da considerare, secondo i risultati della metanalisi condotta da Ward: una prima è relativa a una difficoltà all'identificazione con un gruppo, quello delle donne, considerato inferiore e meno competente, deumanizzato e

oggettificato; dall'altra il complicato rapporto con il proprio corpo. Se la sessualizzazione nei media promuove la tendenza a porre su di sé una visione dal di fuori, da osservatori, da uomini promuove quindi il costante giudizio del corpo, una monitoraggio continuo affinché questo rientri negli standard condivisi, il cui l'essere sensuali è uguale a essere valide. Uno studio di Reichart Smith (2016) ha indagato, all'interno del mondo dello sport, la relazione tra auto-oggettificazione, autostima e immagini sessualizzate di sportive, utilizzando un campione formato da studentesse impegnate agonisticamente in diverse tipologie di sport. I risultati dello studio hanno evidenziato come mostrare alle giovani donne immagini di altre atlete impegnate in attività sportive riducesse l'auto-oggettificazione e promuovesse una maggiore soddisfazione per il proprio corpo, contrariamente a quando le stesse atlete venivano mostrate in immagini sessualizzate.

1.1.2 La soggettivazione sessuale

All'interno dei processi che descrivono la sessualizzazione ha però trovato spazio un altro termine, che mostra una condizione opposta a quelle descritte fin ora: la soggettivazione sessuale, in cui il potere femminile nella sessualizzazione viene, in minima parte, riconquistato. È l'esperienza di ricercare e di utilizzare lo sguardo e il desiderio maschile: la propria oggettificazione non è più passiva ma diventa consapevolmente ricercata (Lynch, 2012). A questo riguardo, le correnti femministe si scagliano su posizioni verticalmente opposte, per cui lo scontro nasce dalla difficoltà nel definire quanto la soggettivazione sessuale possa essere riconosciuta come *empowerizzante* o quanto invece vada a rimarcare la figura della donna oggetto alla mercè dell'uomo; quanto il potere che ci si riconosce sia reale o un modo per adattarsi a un mondo al maschile in una maniera in qualche modo più accettabile. Nell'articolo di Liss e colleghe (2011) questa contraddizione viene portata alla luce. Il venire considerate attraenti porta a una serie di

privilegi che possono essere considerati positivamente e lusingare chi li riceve. La sessualizzazione può essere quindi riconosciuta come segno della propria bellezza, in quanto porta a sensazioni di apprezzamento e piacere che compiaccono la persona. Dall'altra, il privilegio ricevuto può anche venire interpretato come sessismo benevolo: le attenzioni e i favori ricevuti vengono messi in atto dagli uomini perché considerano la donna come inferiore e fragile, come qualcosa da proteggere e considerato meritevole d'attenzioni in funzione della propria avvenenza.

È quindi veramente possibile considerare come appagante per una donna ottenere il cosiddetto *pretty privilege* ?

L'accettazione della sessualizzazione, alle condizioni attuali, mantiene e promuove il sistema e gli stereotipi di genere. Il senso di *empowerment* provato è momentaneo e non cancella tutte le conseguenze negative promosse dalla l'auto-oggettificazione sessualizzante. Un esempio lampante è la continua sorveglianza rispetto al corpo: nell'articolo di Liss e colleghe (2011) viene descritto come le donne che maggiormente riportavano piacere nella sessualizzazione riportassero livelli più alti di autostima, ma contemporaneamente questa avesse un effetto di moderazione nel rapporto con il cibo. L'aumento dei livelli di auto-oggettificazione e, conseguentemente, di sorveglianza verso il proprio corpo aumenta la tendenza ad avere delle abitudini alimentari a rischio di disturbo e, in generale, un rapporto peggiore con la propria alimentazione. Questo effetto può essere interpretato considerando che la sessualizzazione è in accordo con le norme sociali e culturali che definiscono i canoni di bellezza. Nella maggior parte dei casi, è un corpo magro a venire considerato attraente: questo spinge le donne che ricercano la sessualizzazione e le attenzioni maschili a cercare di sottostare a questi canoni. Dieta ed allenamento diventano quindi fondamentali per riuscire a mantenere gli standard di bellezza socialmente e culturalmente presenti e continuare a ricevere conferme sulla

propria attrattività dall'esterno.

Da non sottovalutare sono anche le conseguenze a livello sociale e nella costruzione del proprio status. Le energie vengono concentrate sulla cura maniacale del corpo, sulla sua sorveglianza. È poco lo spazio che rimane per coltivare altri lati del sé, oltretutto in contrasto con l'immagine della donna che viene culturalmente trasmessa (Johnson & Yu, 2021). Nelle narrazioni attuali, il valore non viene definito in base alle proprie competenze. Le diverse tipologie di media (televisione, cinema, social network, riviste) sono tutte d'accordo nel promuovere una figura femminile il cui successo è attestato grazie alla propria attrattività. Alle donne viene insegnato quindi non solo ad auto-oggettificarsi, ma come la sensualità sia La Qualità da ricercare e rincorrere (Grower, Ward & Trekels, 2019). Lo studio interculturale di Trekels e colleghi (2018) dimostra come la lettura di magazine rivolti a donne e l'utilizzo dei social aumenti i comportamenti auto-sessualizzanti. Risulta fondamentale, quindi, considerare il valore educativo dei media e la necessità di promuovere un cambio di narrativa e di messaggi trasmessi.

Un esempio dell'influenza dei media e dei loro contenuti è lo studio di Hust e colleghi (2015) sulla comparazione degli effetti sull'accettazione del mito dello stupro, l'intenzione di ricerca di segni di consenso e il rifiuto di attività sessuali non richieste dipendenti dall'esposizione a tre delle serie televisive crime più famose e conosciute (Law & Order, CSI e NCIS). I risultati hanno evidenziato come la visione di Law & Order fosse associata a un aumento della seconda e della terza variabile dipendente e una minore aderenza alle credenze associate allo stupro. Mentre per CSI e NCIS, serie in cui mancano storyline incentrate sul punto di vista della vittima, i risultati ottenuti sono stati contrari. Le conclusioni di questo studio, in cui la semplice visione di una serie televisiva andava a influenzare le convinzioni riguardanti il consenso nelle attività sessuali, sottolineano nuovamente la responsabilità sociale che deve essere attribuita ai media nel rispetto degli

spettatori e nella costruzione di significati che hanno un risvolto nella nostra quotidianità.

1.2 L'immagine corporea e il suo ruolo nella promozione del benessere globale dell'individuo.

Nonostante le prime ricerche riguardanti il corpo e la sua immagine risalgono ai primi anni del '900, è agli inizi degli anni Venti dello stesso secolo che il termine "immagine corporea" inizia ad apparire negli articoli scientifici. Tra le definizioni più importanti ed influenti nate in questo periodo si deve necessariamente citare Schilder, che descrive l'immagine corporea come uno schema del corpo, un'immagine tridimensionale che ciascuno ha di sé (Schilder, 1934). Un altro importante contributo è quello di Prince, in cui all'interno dello studio di un caso, analizza lo stato dissociativo di una sua paziente, caratterizzato dalla perdita della coscienza del suo corpo e delle sue sensazioni. Prince, nel descrivere la condizione della paziente, si riferisce a questi episodi come "alla perdita dell'immagine visiva del suo corpo", caratterizzata dall'incapacità della paziente di collocare il suo corpo all'interno dello spazio (Prince, 1923).

Gli studi di Schilder e di Prince hanno dato avvio al filone sul tema, permettendo di allargare i temi di ricerca fino agli aspetti percettivi del corpo e indagando la costruzione di schemi rappresentativi all'interno della mente.

Nel 1950 la ristampa del lavoro di Schilder, pubblicato nel 1935, *The Image and Appearance of the Human Body*, segna una svolta nelle ricerche sul tema, permettendo di andare oltre la sua definizione precedente e assumere una visione più generale e interpersonale. L'immagine corporea non è solo l'auto-percezione del corpo, ma nella sua costruzione influiscono fortemente le attitudini e l'interazione con gli altri. L'elemento chiave che lo porta ad espandere la definizione iniziale è l'instabilità nell'immagine che si crea, in particolare viene fatto riferimento alla percezione della propria corporatura e

dell'effetto che ha su questa l'interazione con gli altri. Schilder amplia quindi la definizione precedente, incorporando al suo interno questi nuovi aspetti e descrivendo l'immagine corporea come “la fotografia del nostro stesso corpo che si forma nella nostra mente, quindi, il modo in cui il corpo appare a noi stessi”.

Il lavoro di Schilder ha permesso alle ricerche successive di espandere sempre di più il concetto di immagine corporea e cosa potesse rientrare all'interno del suo campo di studi. La definizione a cui, ad oggi, la maggior parte degli studi si riferisce è l'immagine corporea come “le credenze e le convinzioni riguardanti la propria apparenza, i sentimenti e le percezioni associate al proprio corpo” (Wade, 2015). La definizione non fa riferimento esclusivamente all'apparenza fisica ma anche alle funzionalità fisiche e all'integrità biologica. Per quanto riguarda la percezione dell'aspetto esteriore, può venire scomposto in due elementi: il primo, relativo alla percezione della propria apparenza, ad esempio la rappresentazione mentale dei propri tratti somatici, e il secondo legato invece alle reazioni e attitudini associate con questa (Cash, 2012).

1.2.1 La costruzione dell'immagine corporea

L'immagine corporea è, quindi, un costrutto multidimensionale. Gli elementi principali che la caratterizzano, secondo Cash (2012), comprendono: la soddisfazione soggettiva, i sentimenti verso il corpo, le cognizioni, intese come l'investimento sulla propria apparenza e le convinzioni sul proprio corpo, e i comportamenti.

Gli interessi delle ricerche sull'immagine corporea si concentrano principalmente su temi quali: la soddisfazione per il peso, il livello di accuratezza nella percezione della corporatura, soddisfazione per la propria apparenza, soddisfazione per il corpo, valutazione della dell'apparenza, preoccupazioni sul corpo, autostima per il proprio fisico, percezione del corpo e sua accettazione (Grogan, 2021). Tema fondamentale al

centro di molte ricerche è l'insoddisfazione per il corpo, definita come "i pensieri e i sentimenti negativi di una persona verso il proprio corpo". Comprende valutazioni negative sulla propria corporatura, taglia, forma, tono muscolare e peso ed è spesso correlato alla percezione di una mancanza di sovrapposizione tra il proprio corpo e quello ideale desiderato.

L'insoddisfazione per il corpo si lega alla costruzione dell'immagine ideale, che per le teorie socioculturali, trova una sua spiegazione nella teoria dell'influenza tripartita di Thompson et al. (1999). Il modello prevede tre elementi fondamentali: famiglia, media e gruppo dei pari. Questi assolvono una funzione fondamentale nella trasmissione di messaggi relativi all'apparenza, tramite sia commenti diretti verso il fisico sia tramite modalità indirette. La pressione percepita porta a interiorizzare il corpo ideale culturalmente definito e paragonarsi ad esso, promuovendo l'insoddisfazione per il proprio corpo perché discrepante e differente da quello promosso e desiderato.

Per la scuola cognitivo-comportamentale, invece, una delle teorie più influenti sulla costruzione dell'immagine corporea è il modello di Thomas Cash (2012). In primis è caratterizzato dalla distinzione in due categorie dei fattori che incidono sulla sua costruzione, ovvero in determinanti storiche/evolutive - appartenenti quindi al bagaglio dell'individuo, come esperienze pregresse e tratti individuali - e in determinanti prossimali, legate invece alla situazione contingente.

Le determinanti storiche/evolutive vengono poi, a loro volta, suddivise in quattro categorie:

- la socializzazione culturale: è il mezzo attraverso il quale vengono trasmessi i significati e i valori rappresentativi dall'apparenza fisica. Questi comunicano le aspettative e gli standard legati agli standard di bellezza, ma anche gli effetti legati alla loro assenza e

presenza, rinforzando conseguentemente le aspettative legate agli stereotipi di genere. I risvolti principali legati a questi messaggi sono: comunicare, stabilire e rafforzare l'importanza assunta dall'aspetto - come, ad esempio, il privilegio legato all'attrattività - la trasmissione di standard da internalizzare e innestare il confronto con questi. La socializzazione culturale permette di comunicare modalità e attraverso il proprio corpo ai canoni trasmessi, come la dieta o l'utilizzo di procedure di chirurgia cosmetica. Secondo Cash (2012), l'interiorizzazione delle norme culturali produce le basi per la costruzione delle proprie attitudini verso l'immagine corporea, predisponendo anche le modalità di interazione e reazione con il proprio aspetto fisico e la risposta ad avvenimenti che hanno come centro il corpo.

- influenze interpersonali: anche le interazioni con le persone appartenenti alla propria rete sociale (famigliari, gruppo dei pari, conoscenti...) riflettono e rinforzano le norme culturali. Se i messaggi espressi dai media sono impersonali, in questo caso molto spesso la comunicazione può essere direttamente rivolta verso il corpo del ricevente, risultando quindi più efficace nel veicolare le norme. Gli standard culturali e le attitudini verso il corpo vengono appresi per osservazione, ad esempio modellando il comportamento e le aspettative verso il proprio corpo seguendo quelli dei propri genitori, in considerazione di quanto l'avvenenza venga considerata una qualità fondamentale all'interno della propria cultura familiare.

- caratteristiche fisiche: come, ad esempio, il peso o i cambiamenti legati alla pubertà che influenzano fortemente la costruzione dell'immagine corporea e possono avere degli effetti stabili nel tempo (es. la paura di riprendere il peso perso).

- variabili di personalità: i fattori di differenza individuale sono un altro elemento che influisce sulla costruzione dell'immagine corporea. Ad esempio, bassa autostima e affettività negativa potrebbero predisporre la persona a valutare in modo maggiormente

negativo il proprio aspetto, rispetto a chi possiede alti livelli d'autostima generale e affettività positiva. Allo stesso modo un attaccamento sicuro e una buona rete di supporto sociale, che attribuisce peso agli aspetti non legati all'aspetto fisico della persona, possono invece avere un effetto positivo, fungendo da moderatori rispetto ad elementi che potrebbero incidere negativamente sullo sviluppo della propria immagine corporea.

Un altro elemento di differenza che condiziona fortemente la creazione e le attitudini verso la propria immagine corporea è l'appartenenza di genere. Si è osservato, ad esempio, come l'aderenza, per le donne, ai ruoli di genere nelle relazioni sociali con il genere maschile fosse correlata ad una maggiore cura del proprio aspetto, un'internalizzazione degli standard di bellezza e credenze mal adatte sulla propria apparenza.

Le determinanti storiche/evolutive contribuiscono, quindi, alla creazione delle attitudini verso l'immagine corporea, come la sua valutazione e la cura e l'impegno investiti verso di questa.

Per quanto riguarda i fattori prossimali, si intendono sia tutte quelle situazioni, ad esempio commenti degli altri rivolti al proprio aspetto, che rendono salienti nel momento contingente gli schemi relativi all'immagine corporea. Se sono già state vissute dall'individuo situazioni simili, vengono riprovati i sentimenti, i pensieri e le aspettative associati allo schema richiamato. Un altro elemento riguarda le emozioni legate alle considerazioni sull'immagine del corpo, intese sia a livello di valutazione che d'investimento. Le emozioni non sono però statiche e rigide o costantemente focus privilegiato della propria attenzione, ma influenzate dalle situazioni contingenti e dai processi cognitivi che permettono di renderle più o meno salienti.

Un aspetto fondamentale riguarda anche le strategie di coping utilizzate per controllare i sentimenti e pensieri negativi legati alla propria immagine corporea. Cash e colleghi

(2005) individuano tre tipologie di comportamenti legati all'immagine corporea percepita: l'evitamento di situazioni che potrebbero innescare sentimenti e pensieri negativi; il ricorso a strategie per migliorare la propria apparenza; infine, strategie di accettazione razionale positiva in cui la persona cerca di razionalizzare e accettare positivamente la propria esperienza.

La costruzione dell'immagine corporea risulta, quindi, un processo integrato in cui si osserva l'interazione tra fattori socioculturali, cognitivi e neurofisiologici. La loro azione viene influenzata e moderata da variabili di personalità e la storia soggettiva. Il rapporto con il proprio corpo è quindi singolare e specifico, anche se in larga parte determinato da elementi contestuali e socioculturali. Un esempio di questo meccanismo è l'insoddisfazione per il proprio corpo. Questa deriva dal confronto con gli standard culturalmente definiti, confrontanti poi con modelli appresi tramite la socializzazione. Ma per risultare influenti questi devono essere accettati e considerati come valori importanti dall'individuo (Rodin et al., 1984).

1.2.2 L'importanza dell'immagine corporea nel benessere generale della persona

Il ruolo dell'immagine corporea risulta quindi fondamentale, influenzando globalmente la vita di ciascun individuo. L'insoddisfazione per il proprio corpo è risultata come positivamente correlata con outcome negativi sia a livello fisico che psicologico. Ad esempio, lo studio di Andrew et al. (2012) ha evidenziato come l'apprezzamento per il proprio corpo fosse positivamente correlato con azioni preventive per la propria salute come il ripararsi dai raggi solari nelle ore più calde o utilizzare la crema solare, prenotare visite per lo screening dei seni e in generale il sottoporsi a visite mediche di controllo. Inoltre, è risultato negativamente correlato alla ricerca di strategie che portino alla perdita di peso.

L'insoddisfazione per l'immagine corporea durante l'entrata nell'adolescenza è risultata correlata a una più bassa autostima e predittiva di differenti problematiche quali: sintomi depressivi, un BMI (indice di massa corporea) più alto, meno attività fisica, disturbi alimentari, una dieta poco equilibrata e la ripetizione di comportamenti che hanno l'obiettivo di perdere peso (Tort-Nasarre et al., 2021). Lo studio longitudinale di Neumark-Sztainerha e colleghi (2006) ha confermato come l'insoddisfazione per il proprio corpo sia correlata con comportamenti che mettono a rischio la salute, quali modalità nocive di controllo del peso, *binge eating* e, contrariamente alle aspettative, minori tentativi di rafforzare e promuovere il proprio benessere fisico, come lo svolgere attività sportiva e inserire nella propria dieta frutta e verdura. Anche nel caso di comportamenti di controllo del peso positivi, questi si presentano in concomitanza con forme maladattive, quali *dieting*, *binge eating*, *fasting*, il calcolo delle calorie e l'autoinduzione del vomito. L'esercizio fisico, se presente, non viene svolto in funzione del piacere personale o del raggiungimento dell'ottimale funzionamento fisico ma l'obiettivo prevalente risulta essere la perdita di peso e l'aumento della propria attrattività fisica.

La capacità di non evitare, ma accettare, le percezioni, le sensazioni, i sentimenti e i pensieri correlati all'immagine corporea, senza che questi influenzino negativamente altre aree della persona, viene detta flessibilità dell'immagine corporea (Sandoz et. al, 2013). Questa caratteristica permette di evitare di attuare comportamenti contrari ai propri valori e desideri nel tentativo di sfuggire a emozioni negative correlate all'insoddisfazione per il proprio corpo. È stata infatti evidenziata una correlazione negativa tra la flessibilità e i disordini alimentari. Perseguire una dieta, bulimia e pensieri ansiosi sul cibo sono risultati positivamente correlati con un'immagine del corpo inflessibile, indipendentemente dal BMI. Lo studio sottolinea anche come misurare il livello di flessibilità permetta di

attestare il livello di rischio e predire futuri disturbi alimentari. In un'ottica preventiva permetterebbe di misurare la probabilità di incorrere in problematiche legati al cibo e attuare delle strategie tempestive, precedenti alla comparsa del disturbo.

Il focus degli studi riguardanti l'immagine corporea si è progressivamente orientato verso un approccio positivo, andando ad indagare non solo gli aspetti critici e le influenze negative, ma anche il suo ruolo nel contribuire e nel promuovere il benessere globale dell'individuo. È stato evidenziato come lo studio esclusivo sugli aspetti negativi del rapporto con il corpo è da una parte limitante, in quanto non permette una visione totale del fenomeno ma si concentra su un solo aspetto specifico, e dall'altra ne riduce le possibilità applicative. Trovare strategie per cancellare gli aspetti negativi significa ridurre il sintomo ma non promuovere la salute, fermarsi a un'immagine neutra del corpo e rinunciare ad accrescere il benessere dell'individuo tramite la promozione di una nuova fondamentale risorsa.

L'immagine corporea positiva viene definita come l'amore e l'accettazione per il proprio corpo, amato nella sua completezza e unicità e nelle sue funzionalità. Anche gli aspetti del fisico incoerenti con le norme socialmente prescritte non provocano vergogna e non ledono all'autostima ma sono accolti con comprensione dalla persona, in quanto l'enfasi non è posta sull'aspetto estetico ma sulle funzionalità del corpo. L'individuo ricerca quelle che sono informazioni positive mentre rigetta e riformula tutto ciò che possa costituire un attacco o promuovere una visione negativa di sé, andando a ricercare questo stesso atteggiamento anche nelle persone che lo circondano, costruendo una rete sociale positiva (Wood-Barcalow et al, 2010).

Nello studio di Swami e colleghi (2018) vengono messi in relazione i diversi fattori che costituiscono l'immagine corporea positiva e il benessere, tenendo conto per quest'ultimo

di tre dimensioni: benessere emotivo, sociale e psicologico. Tanto è più alto il punteggio per ogni singola variabile tanto più il punteggio globale aumenta. Per quanto riguarda l'immagine corporea le misure incluse sono l'apprezzamento per il proprio corpo, la flessibilità dell'immagine corporea e l'orgoglio per il corpo. Tra le misure incluse una è connessa all'opinione esterna, ovvero indica la percezione dell'opinione altrui verso il proprio fisico. I risultati hanno mostrato come un'immagine corporea positiva è associata con tutte le misure del benessere, ma l'apprezzamento per il proprio corpo risulta come il maggior predittore di tutti e tre gli indici del benessere. Lo studio include tra le misure anche il benessere sociale, sottolineando come un'immagine corporea positiva sia fortemente associata anche con questo fattore, non solo con le dimensioni emotive e psicologiche.

I risultati dello studio rimarcano l'importanza di promuovere un buon rapporto con il corpo, in quanto elemento con una forte influenza sugli aspetti generali di vita.

Alti livelli di benessere conducono al *flourishing*. Il concetto di *flourishing* viene introdotto da Keyes (2007) per descrivere uno stato caratterizzato da alti livelli di benessere edonico, eudaimonico e sociale, in cui la persona raggiunge le sue potenzialità in armonia con il contesto sociale in cui vive. Il termine può venire tradotto letteralmente come completa fioritura, a rappresentare il raggiungimento da parte dell'individuo della migliore condizione possibile. Secondo Keyes, per poter parlare di *flourishing*, è necessario raggiungere dei punteggi molto alti per almeno cinque dei fattori da lui indicati e che vengono raggruppati in tre macrocategorie: l'edonia (emozioni positive e soddisfazione per la vita), il funzionamento psicologico positivo (auto-accettazione, crescita personale, scopo di vita, gestione dell'ambiente, relazioni positive e autonomia) e il funzionamento sociale positivo (l'integrazione sociale, l'accettazione sociale, il contributo sociale, l'attualizzazione sociale e la coerenza sociale).

Secondo Swami et al. (2018), raggiungere un'immagine corporea positiva potrebbe essere un elemento chiave nella promozione del *flourishing*, vista la forte influenza dimostrata dai dati dello studio sul benessere globale individuale. Anche il BMI è risultato come un predittore significativo delle dimensioni del benessere. Un'interpretazione suggerita per questo risultato deriva: in primo luogo dai problemi di salute legati a un BMI con valori più alti rispetto alla media; e, secondariamente, viene considerata la misura esterna sulla percezione dell'opinione altrui, con il timore di venire discriminati per il proprio peso, che porta a una riduzione del benessere riportato.

Lo studio longitudinale di Andrew e colleghi (2016), mette in luce come, in un campione di ragazze adolescenti, un'immagine corporea positiva sia predittiva rispetto a comportamenti orientati alla promozione della salute a distanza di un anno dalla prima misurazione. In particolare, si è osservata la crescita dei comportamenti legati a un'alimentazione intuitiva, ovvero guidata dalle richieste e dai segnali del corpo. Considerare il proprio corpo per le sue funzioni e le sua abilità spinge a essere più sensibili e concentrati verso le sue richieste, piuttosto che seguire un'alimentazione basata sulla necessità di modificarlo o costruita in base indicazioni esterne. Inoltre, l'apprezzamento per il proprio corpo è risultato come predittivo del decremento di comportamenti quali il consumo di alcool e sigarette e i tentativi di seguire diete dimagranti.

1.3 I social media e il loro ruolo nel rapporto con la propria immagine corporea

Il tempo passato online è sempre in continua crescita arrivando a toccare le sei ore per gli utenti italiani nei primi mesi del 2023. In particolare, il tempo di utilizzo dei social media raggiunge circa due ore in media (un'ora e quarantotto minuti). Negli anni i media online, infatti, diventati sempre più popolari, arrivando a superare il consumo di media

tradizionali come la televisione (Starri, 2023).

Boyd and Ellison (2007) definiscono i social network come servizi del web che permettono agli individui: di costruire un profilo pubblico o parzialmente pubblico all'interno di confini delimitati dal sistema; costruire una lista di utenti con cui condividere una connessione; vedere e attraversare la suddetta lista e quelle appartenenti agli altri all'interno del sistema.

L'aspetto principale per cui i social differiscono dai media tradizionali è, infatti, la loro interattività e la possibilità di creare collegamenti con altri fruitori dello stesso mezzo. Gli utenti non si limitano a consumare e osservare passivamente ciò che viene proposto, ma sono loro in primis costruttori di contenuti e a loro volta possono interagire direttamente con quelli proposti dagli altri, mettendo "mi piace" ed altre reazioni ai contenuti o scrivendo dei commenti.

1.3.1 Social media network, sessualizzazione e immagine corporea

Diverse ricerche hanno sottolineato come i social media network, rispetto ad altre tipologie di media, abbiano una maggiore influenza sulla costruzione della propria immagine corporea. Nello studio di Vandebosch ed Eggermont (2012) si è indagato il ruolo dell'esposizione a diverse tipologie di media sessualizzanti quali video musicali, programmi televisivi in prima serata e l'utilizzo di social network, e la loro incidenza sull'internalizzazione degli standard di bellezza, l'auto-oggettificazione e la sorveglianza sul proprio corpo in un campione di adolescenti. Lo studio ha evidenziato delle differenze nel modo in cui i diversi media influenzassero le variabili dipendenti. L'internalizzazione degli standard di bellezza è risultata correlata a tutte le tipologie di media considerati, ad eccezione dei programmi televisivi. La spiegazione data dagli autori a questo risultato fa riferimento a come la varianza spiegata dalla visione di contenuti televisivi sia già contenuta dalle altre variabili. Quindi, per questa singola variabile, l'influenza viene

esercitata in modo più significativo ed efficiente dagli altri media considerati nello studio. Inoltre, un elemento che distingue la televisione è come questa sia l'unico mezzo in cui le immagini sessualizzanti sono racchiuse all'interno di una cornice narrativa. Le informazioni, quindi, vengono fornite all'interno di un contesto, e questo, secondo gli autori, potrebbe fornire uno scudo contro gli effetti diretti derivanti dall'esposizione alle immagini.

Un altro elemento d'interesse all'interno della ricerca è il fatto che gli unici media che presentano una correlazione diretta con la *body surveillance* sono i social media network. Secondo lo studio le reazioni comportamentali come, ad esempio, il monitoraggio del corpo, possono scaturire non solo dall'esposizione ad altre immagini ma anche dall'osservarsi allo specchio o in foto. Postare contenuti personali all'interno dei social media sposta il focus dell'attenzione sul sé e sul modo in cui si appare.

I social media e i loro contenuti possiedono un enorme potere nel determinare il rapporto con l'immagine corporea. Tiggerman e Slater (2017) propongono uno studio longitudinale sul legame tra Facebook e preoccupazione verso la propria immagine corporea in un campione di ragazze adolescenti. Alle partecipanti vengono proposti dei questionari sull'uso di Facebook, in particolare i tempi di utilizzo e il numero di amici - indici dei livelli di *engagement* con il social - e una misura della preoccupazione verso la propria immagine corporea. Gli stessi questionari vengono riproposti in due tempi diversi, il secondo a una distanza di due anni dal primo.

Lo studio ha evidenziato come il numero di amici su Facebook predicesse l'incremento del desiderio di dimagrire nei risultati della seconda misurazione. La correlazione con uno solo degli indici dell'*engagement* può essere spiegata da una parte considerando la quantità di *following* come una misura più valida della qualità dell'interazione e dell'*engagement* rispetto al tempo passato sul social; dall'altra parte, l'aumento del

numero di contatti accresce il numero di persone a cui paragonarsi e la possibilità di post che rendano saliente l'immagine corporea. Inoltre, un alto numero di amici rende più probabile la visualizzazione di contenuti di persone che non si conoscono personalmente, così da impedire la comparazione tra l'immagine reale e l'immagine idealizzata che si propone sui social. Questo rende il paragone ancora più duro e lesivo per le adolescenti, che erroneamente utilizzano questi contenuti come standard per la comparazione tra pari. Le adolescenti non considerano come le foto di sé postate sui social media siano, per la maggior parte, non solo rigorosamente selezionate ma spesso anche editate e modificate, sia per quanto riguarda i tratti facciali sia per le proporzioni corporee. A differenza di media quali televisioni e giornali, il confronto viene considerato tra pari, non mettendo in conto la possibilità di modifiche e alterazioni dell'immagini, portando come risultato all'aumento della l'insoddisfazione corporea e del senso di colpa per non riuscire ad arrivare ad uno standard considerato come conseguibile (Saiphoo & Vahedi, 2019; Mingoia et al., 2017).

Lo studio di Salomon e Spears Brown (2019) indaga come l'utilizzo auto-oggettificante degli adolescenti su tre dei social network più popolari – Twitter, Instagram e Facebook – possa risultare correlato al *body surveillance* e al *body shame*, ovvero se la presenza di un atteggiamento oggettificante risultasse predittivo di queste due ultime variabili. Nel confronto tra maschi e femmine si è evidenziato come le ragazze postassero un numero più alto di foto per tutte le tipologie indagate (foto con altri, foto della faccia etc). Questo dato è riconducibile alla continua ricerca delle donne di feedback positivi sul loro aspetto estetico, spesso considerato come indice del loro valore e del loro status.

Inoltre, gli adolescenti che hanno riportato di passare più di 4 ore a settimana sui social e che postavano un numero più alto di foto di loro stessi sui social, hanno riportato più alti livelli di *body surveillance* rispetto ai coetanei che, al contrario, spendevano meno tempo

sui social e postavano con una minore frequenza. La *body surveillance* è poi risultata predittiva del *body shame*.

I risultati sono interpretabili facendo riferimento a come il tempo passato sui social e il postare foto di sé, porti inevitabilmente a guardarsi e valutarsi con occhio esterno, immaginando il giudizio altrui sui propri contenuti e preoccupandosi di come il proprio corpo appare. Questo atteggiamento viene associato a una crescita dei sentimenti negativi verso il corpo.

Viene riportata anche una differenziazione degli effetti basata sul genere dei partecipanti: l'auto-oggettificazione aveva dei risultati più importanti sulle adolescenti rispetto alla controparte maschile. Inoltre, il ruolo della *body surveillance* è risultato significativo solo per i ragazzi che ottenevano punteggi superiori a quelli standard, mentre, per le ragazze, gli effetti erano visibili anche per punteggi sotto o nella media.

Vista la natura dei social media, ovvero l'aspetto interattivo e costruttivo che li differenzia dai media tradizionali, è risultata fondamentale indagare anche l'influenza esercitata dalla tipologia di account scelti. Nello studio di Cohen et al. (2017), le cui partecipanti erano giovani donne dai 18 ai 29 anni, seguire account i cui contenuti vertevano sull'apparenza estetica (ad esempio *influencer* e celebrità) è risultato associato sia con l'internalizzazione dell'immagine ideale sia con la *body surveillance*. Mentre per gli account maggiormente incentrati sulla salute e il fitness sono state evidenziate delle correlazioni con l'idealizzazione della magrezza e presentavano un incremento della spinta verso il perseguimento di questo ideale. Seguire invece account incentrati su temi neutri, quindi non legati in alcun modo al corpo o la sua apparenza, come riguardanti viaggi, ad esempio, non sono risultati associati a nessuna delle variabili legate all'immagine corporea.

I risultati hanno quindi evidenziato come sia la tipologia di contenuti a influenzare

l'immagine corporea e non direttamente il mezzo in sé. Lo studio ha anche evidenziato come chi possedesse un account Instagram ottenesse punteggi molto superiori per la *body surveillance* rispetto a chi invece non si era mai iscritto al social network.

Un altro aspetto interessante della relazione tra immagine corporea e social network è legato alla *negative body talk*, definita come un processo sociale caratterizzato da commenti autodiretti e negativi sul proprio corpo e aspetto esteriore, spesso riferiti al peso (Engeln-Maddox et al., 2012). Diversi studi hanno dimostrato un'alta correlazione tra *negative body talk* e l'insoddisfazione per il peso, senso di colpa e disturbi alimentari, nonostante, per la maggior parte, siano donne normopeso a ingaggiare in questa tipologia di interazioni (Salk & Engeln-Maddox, 2012; MacDonald Clarke et al, 2010; Salk & Engeln-Maddox, 2011). I risultati dello studio di Arroyo e Bruner (2016) hanno evidenziato la correlazione tra la visione di post pubblicati dai propri amici legati a tematiche del fitness e *negative body talk*, risultati ottenuti anche controllando variabili quali la soddisfazione per il corpo, una dieta equilibrata, lo svolgere esercizio fisico e la frequenza di utilizzo dei social network. L'influenza che hanno i contenuti sul comportamento dell'individuo ha quindi un risultato che si alimenta all'interno della rete sociale, rinforzando la già presente abitudine a utilizzare modalità di interazione basate su commenti negativi sul proprio aspetto e peso.

L'aspetto che distingue i social media network rispetto alle tipologie di media tradizionali è la possibilità di interazione diretta tra gli utenti, tramite l'utilizzo di like, commenti e risposte in chat privata. Questo diventa mezzo attraverso il quale ricevere conferma e testare la propria attrattività, tramite confronto tra pari, influenzando quindi la percezione della propria immagine corporea e i livelli di soddisfazione per il proprio aspetto fisico. Lo studio di Butkowski e colleghi (2019) si focalizza sugli effetti di questa modalità d'interazione, indagando in particolare il ruolo dei *selfie* postati su Instagram, quale possa

essere l'influenza dei social media feedback e come l'importanza e il significato attribuitigli possano avere delle ripercussioni sul benessere psicologico. I mi piace e i commenti, nonostante la velocità e anche la noncuranza con cui vengono messi, hanno una forte influenza sull'autostima e sulla percezione di sentirsi apprezzati dal gruppo dei pari, diventando un mezzo attraverso il quale attribuirsi un valore e attestare il livello della propria attrattività.

Lo studio si concentra quindi nell'analizzare la relazione tra l'investimento nei like nei commenti ricevuti sui selfie postati su Instagram e la *body image disturbance*, utilizzando come fattori principali l'insoddisfazione per il corpo (fattore percettivo), la spinta verso la magrezza (fattore attitudinale) e le tendenze verso comportamenti bulimici (fattore comportamentale). I risultati hanno trovato una correlazione diretta solo con il fattore attitudinale, la spinta verso la magrezza. Mentre per quanto riguarda l'insoddisfazione corporea, il suo effetto è mediato dalla *body surveillance*: maggiore è l'interesse verso il feedback dei propri selfie maggiore è il controllo e il giudizio attivo verso il proprio corpo e aumenta anche il numero di comportamenti legati al controllo del peso. Mentre il ruolo del fattore comportamentale non è stato riscontrato significativo in nessuna delle analisi. Instagram, rispetto ad altri social media network, pone l'enfasi su contenuti visivi quali foto e video postati dai suoi utenti. Un'analisi dei contenuti a confronto con gli altri social media, ha visto un maggior numero di foto sessualizzate su Instagram rispetto a Facebook. Inoltre, lo studio ha anche evidenziato come questa tipologia di fotografie sia maggiormente presente nei profili di donne con livelli più alti di auto-oggettificazione sessuale e che quindi tendono a cercare attenzioni e conferme da parte degli altri. Si è inoltre evidenziato come Instagram, rispetto a Facebook, sia un social con una maggiore connotazione sessualizzante: infatti è l'unico social media dove le foto sessualizzate degli utenti ricevono un numero di likes superiore a quello delle loro foto non sessualizzate

(Ramsey & Horan, 2018).

1.4 Orientamento sessuale e influenza sulla costruzione dell'immagine corporea

La principale differenziazione del nostro studio rispetto all'originale di Guizzo riguarda la composizione del campione. Infatti, abbiamo deciso di introdurre la variabile dell'orientamento sessuale, analizzando il ruolo che questo possa avere nell'influenza della sessualizzazione sulla soddisfazione per peso e fisico. In particolare, la nostra popolazione era composta esclusivamente da donne appartenenti alla comunità LGBTQ+. Questa scelta è stata dettata dalla considerazione di come un differente orientamento sessuali possa portare a processi di socializzazione più complessi e possa risultare un fattore protettivo per gli effetti negativi della sessualizzazione. Riconoscersi all'interno della comunità LGBTQ+, infatti, introduce nuovi aspetti all'interno del processo di socializzazione. In particolare, le donne appartenenti alle minoranze sessuali sperimentano i processi di biculturalità, ovvero, sono influenzate contemporaneamente dalla cultura dominante, quella eterosessuale, e la sottocultura, sottostando alle norme e alle ideologie coesistenti di entrambe, in particolare per quanto riguarda gli standard di bellezza e l'apparenza estetica (Hazzard et al, 2017).

1.4.1 *La biculturalità*

Nello studio della biculturalità per le donne appartenenti alle minoranze sessuali - ovvero tutti quelle donne che non si identificano come eterosessuali o provano attrazione o attività sessuali con individui dello stesso genere o con più di un genere - (Hazzard et al, 2017) sono state evidenziate due correnti principali, sostenute da due diverse autrici. Per

Dworking (1989), gli effetti della biculturalità sono molto limitati, in quanto le donne risultano ugualmente immerse in una società eteronormativa i cui messaggi e norme influenzano incessantemente la loro quotidianità. Brown (1987) sottolinea contrariamente il modo in cui la cultura femminile omosessuale si scagli contro queste norme, sostenendo come questa risulti più inclusiva nel considerare diverse tipologie di corpi, sia meno influenzata dagli standard di bellezza eteronormativi, promuovendo una maggiore accettazione rispetto alla diversità dall'ideale proposto. Questo porterebbe, secondo Brown (1987), a percepire minori livelli di insoddisfazione rispetto al peso e al fisico.

Lo studio qualitativo di Henrichs-Beck e colleghe (2015) in particolare pone il focus sul legame tra biculturalità e rapporto con il proprio seno, indagandolo in relazione con l'esternalizzazione della propria femminilità e il rapporto delle giovani donne del campione con gli standard eteronormativi. Dallo studio si è evinto come l'appartenenza a specifici sottotipi estetici presenti nella comunità - ad esempio l'appartenenza alle butch ovvero le lesbiche che assumono uno stile più stereotipicamente maschile - e, in particolare, quella a sottogruppi maggiormente affini con la binarietà legata alle norme associate a uomo/donna, percepisca e soffra una pressione più elevata nel confronto con gli standard di bellezza. Questo risultato è stato ottenuto paragonando questi sottogruppi alle sottocategorie che contrariamente presentano un aspetto più androgina o rifiutano la binarietà di genere.

Lo studio di Beck (2017) ha evidenziato come, prendendo in considerazione un campione di donne lesbiche, una maggiore identificazione con tratti stereotipicamente maschili sia predittiva di una più alta soddisfazione per il proprio aspetto sia globale sia per aree corporee, con una minore preoccupazione legata al peso e al sentirsi sovrappeso. Contrariamente, il riconoscersi in tratti considerate socialmente come appartenenti alla "categoria" femminile, è risultato predittivo di una considerazione più negativa del

proprio aspetto. Anche in questo studio (Beck, 2017) considerando la contrapposizione tra due sottotipi con caratteristiche opposte, considerando la rappresentazione estetica di sé come stereotipicamente femminile o maschile, ha confermato come le “butch” presentassero meno preoccupazione rispetto al proprio peso o aree del corpo rispetto alle “femme”. I risultati di questi due studi interpretano quindi il ruolo assunto dalla rappresentazione di genere nell’influenzare la percezione e i livelli di soddisfazione per il proprio corpo. Questi dati mostrano anche come, nonostante al confronto con campioni eterosessuali le donne appartenenti a minoranze sessuali mostrino una maggiore accettazione verso corpi diversi da quelli considerati come normativi per la società occidentale, l’influenza data dagli standard di bellezza promossi sia comunque presente e incisiva. Lo studio qualitativo di Smith e colleghi (2019), sottolinea non solo la presenza di standard di bellezza soprattutto in relazione al fisico, appartenenti a una cultura eteronormativa; ma le partecipanti raccontano anche come questi vengano trasmessi tramite l’utilizzo dei media evidenziando, nonostante il differente orientamento sessuale, l’influenza degli stessi processi di socializzazione. Nonostante, quindi, le partecipanti riportino la comunità LGBTQ+ come maggiormente supportiva e inclusiva verso diverse tipologie di corpi, non si sentono protette verso l’insoddisfazione per il proprio corpo e la pressione a conformarsi verso l’ideale estetico.

Altri studi come quello di Alvy (2013) sottolineano il ruolo protettivo dell’orientamento sessuale. La ricerca della studiosa ha mostrato come le lesbiche tendessero a scegliere nella rappresentazione del corpo ideale delle figure più prosperose rispetto alla componente eterosessuale del campione. Sono stati evidenziati anche minori livelli di insoddisfazione per il proprio corpo, nonostante in media le prime presentassero un BMI più alto.

In letteratura sono stati inoltre riportati risultati diversi all’interno della stessa

componente non eterosessuale. Nello studio di Hazzard e colleghi (2019) le donne eterosessuali, bisessuali e lesbiche riportavano livelli simili nelle restrizioni della dieta, della sopravvalutazione della propria figura e del proprio peso e nell'insoddisfazione per il proprio corpo. Allo stesso tempo le lesbiche riportavano minori livelli di pressione da parte del gruppo dei pari per quanto riguarda la loro apparenza fisica, rispetto alle donne eterosessuali e bisessuali presenti nel campione. Inoltre, le associazioni positive tra questa variabile con l'internalizzazione della magrezza quale ideale estetico e le restrizioni nella dieta risultavano più deboli. Lo studio di Hazzard e colleghi (2019) evidenzia quindi una differenza anche all'interno delle minoranze sessuali, per la quale le donne bisessuali risultano più a rischio rispetto alle lesbiche rispetto ai pericoli legati alla pressione tra pari.

Lo studio di Burnette e colleghi (2019) esamina la correlazione tra BMI e soddisfazione per il proprio corpo mettendo a confronto le donne bisessuali con lesbiche e donne queer. I risultati hanno dimostrato come questa associazione presentasse dei valori più alti per le prime, rispetto ai due gruppi con cui sono state messe a confronto. Gli autori spiegano questo risultato in parte riconducendolo al contatto con gli uomini eterosessuali, sottolineando come relazioni romantiche e sessuali con gli uomini possano incoraggiare l'internalizzazione dei canoni di bellezza, in particolare quelli relativi al peso.

Cap. 2: La ricerca

2.1 Obiettivi e ipotesi della ricerca

Lo studio oggetto del presente elaborato prende spunto dalla ricerca di Guizzo e colleghi (2021) su come l'esposizione a immagini sessualizzanti su Instagram possa incidere sulla soddisfazione per il proprio fisico e sull'intenzioni delle partecipanti di ricorrere alla chirurgia plastica. Il nostro studio riprende strumenti e scopi dell'esperimento precedente, ma concentrandosi su un campione differente. Infatti, le donne all'interno della popolazione scelta per lo studio appartengono alla comunità LGBTQ+, avendo un orientamento diverso da quello eterosessuale. Questa modifica rispetto all'esperimento originale è stata proposta a seguito della ricerca della letteratura, in cui venivano riportati minori livelli di insoddisfazione per il proprio corpo da parte delle donne non eterosessuali. Infatti, per le donne appartenenti alle minoranze sessuali, si parla di processi di biculturalità, in quanto contemporaneamente influenzate dalla cultura dominante eterosessuale e dalla sottocultura omosessuale.

Lo studio si propone quindi di indagare quali siano gli effetti delle immagini sessualizzanti su un campione di donne bisessuali e lesbiche sulla soddisfazione per il loro fisico e il peso e sulle intenzioni di ricorrere alla chirurgia estetica.

2.2 Disegno sperimentale

Il disegno sperimentale della ricerca ha visto presenti tre variabili dipendenti e una variabile indipendente a due livelli.

2.2.1 Variabile indipendente

La variabile indipendente è rappresentata dalle due condizioni a cui vengono sottoposte le partecipanti: infatti sono state loro assegnate casualmente a uno dei due video

predisposti per la ricerca. Un video mostrava immagini di ragazze a valore neutro, in cui apparivano completamente vestite e nelle tipiche pose da fotografia (condizione di controllo), mentre nella seconda condizione le ragazze apparivano in costume e in atteggiamenti provocanti.

2.2.2 Variabili dipendenti

Le variabili dipendenti all'interno della ricerca:

- 1 la soddisfazione per il proprio peso
- 2 la soddisfazione per il proprio fisico
- 3 l'intenzione di sottoporsi a chirurgia estetica

sono state valutate tramite l'utilizzo di questionari self report. Le prime due variabili (la soddisfazione per il proprio peso e fisico) sono state misurate prima e dopo la somministrazione del video al campione.

2.3 Partecipanti

Hanno preso parte alla ricerca 242 partecipanti, reclutati tramite la condivisione dell'annuncio presso le piattaforme social. Sono stati eliminati tutti coloro che non sono risultati conformi alle caratteristiche scelte per il campione, ovvero l'identificarsi come donne, possedere un account Instagram, un orientamento sessuale non eterosessuale e l'aver raggiunto la maggiore età. Sono state quindi tenute in considerazione le risposte di 203 partecipanti.

È stato inoltre inserito all'interno del questionario un compito di memoria, volto da un lato a sostenere la cover story dell'esperimento - presentato appunto come un test di memoria - e dall'altra a testare l'effettiva attenzione alla condizione sperimentale da parte delle partecipanti. Una persona è stata poi eliminata dal campione perché incapace di

rispondere correttamente. È stato inoltre inserito un timer per misurare la permanenza delle partecipanti nella pagina della condizione sperimentale, per escludere chi aveva tempi di permanenza molto superiori al blocco temporale inserito per passare alla parte successiva. Questo criterio ha portato all'eliminazione di dieci partecipanti.

Al termine del questionario, veniva chiesto alle partecipanti di indicare lo scopo della ricerca. Le risposte sono valutate con un punteggio da 0 a 2 in relazione all'accuratezza nell'indicare gli effettivi scopi dell'esperimento. L'assegnazione dello score più elevato comportava l'esclusione del soggetto dal pool di dati. Nessuna delle risposte si è rivelata totalmente conforme agli obiettivi sperimentali e perciò non c'è stata esclusione di alcuna partecipante.

Il campione è totalmente composto da donne, di età compresa tra i diciotto e i trentotto anni. Il 59,6% dei soggetti sono studentesse, il 13,8% lavoratrici, il 20,2% studentesse-lavoratrici e, infine, il 6,4% sono disoccupate. Per quanto riguarda il livello d'istruzione solo una piccola porzione del campione (il 2%) possiede solo la licenza media, il 47,8% ha ottenuto il diploma superiore, il 36% possiede una laurea triennale e il 13,3% una magistrale, 1% invece ha indicato altro.

Per quanto riguarda l'orientamento sessuale nessuna delle partecipanti è eterosessuale, il 20,2% si definisce lesbica, il 78,3 è bisessuale e l'1,5 ha risposto con altro.

Per quanto riguarda l'identificazione del campione con la comunità LGBTQ+ e quella femminile troviamo rispettivamente $M = 5.33$ con $DS = 1.352$ e $M = 6.04$ con $DS = 1.082$, dimostrando un livello di identificazione piuttosto elevato, considerando che la scala utilizzata partiva da un punteggio minimo di uno e un massimo di sette.

2.4 Materiali

L'esperimento è stato compiuto tramite l'utilizzo di un video reperito dalla precedente ricerca di Guizzo e colleghi (2021) e con l'integrazione di una cover story: nella sezione relativa al consenso informato veniva comunicato alle partecipanti di star prendendo parte a una ricerca riguardante le capacità mnemoniche, raccomandando loro di prestare particolare attenzione alle immagini che sarebbero apparse successivamente nel questionario. In seguito, è stato richiesto alle partecipanti di rispondere a delle domande relative all'identificazione con la comunità LGBTQ+ e al gruppo delle donne; all'IAP, con lo scopo di accertarsi che le partecipanti possedessero un account Instagram e quanto tempo passassero sui social; alla IAS, scala utilizzata per valutare la dipendenza dal social media; alla VAS, mezzo attraverso il quale è stata misurata la soddisfazione per fisico e peso. Terminata questa parte, veniva richiesto alle partecipanti di vedere il video, assegnandole in maniera randomizzata a una delle due condizioni sperimentali.

A seguito della visione veniva riproposta la VAS e la scala ACSS per verificare l'intenzione di sottoporsi a trattamenti di chirurgia estetica. Infine, le partecipanti sono state sottoposte al compito di memoria ed è stato chiesto di compilare le informazioni demografiche.

Una delle modifiche posta rispetto allo studio precedente è l'eliminazione di commenti riferiti o l'aspetto estetico delle donne ritratte o ad elementi neutri quali il background dell'immagine, che costituivano una delle variabili indipendenti. L'eliminazione di questa condizione è stata determinata dall'assenza di risultati nell'esperimento originale, non influenzando in alcun modo le variabili dipendenti e non presentano altre correlazioni significative.

- **Video:** le immagini che compongono il materiale visivo sono state ricavate dalla precedente ricerca di Guizza et al. (2021). Per le due condizioni sperimentali (una neutra

e una seconda sessualizzata) sono stati utilizzati due diversi video, nonostante l'identica struttura di questi. Entrambi erano infatti formati da finti screenshot di profili Instagram con foto di giovani donne ed entrambi della durata di 2 minuti e 46 secondi. Nella condizione sessualizzata (figura 2.1) le ragazze venivano mostrate in pose provocanti e in costume da bagno, contrariamente alla condizione neutra (figura 2.2) in cui erano completamente vestite e nelle pose tipiche presenti in foto. Le due categorie di foto non si distinguevano tanto per l'attrattività delle donne rappresentate in foto quanto per la sessualizzazione delle prime.

Le partecipanti sono state assegnate in maniera casuale a una delle due condizioni.

Figura 2.1

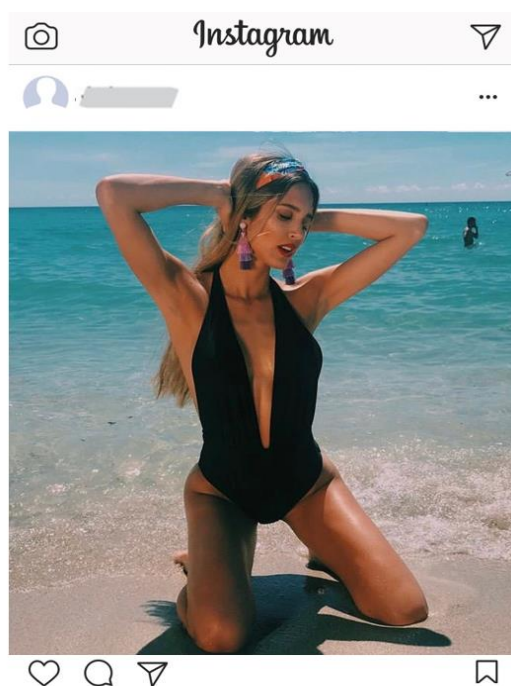


Figura 2.2



- **Identificazione con la comunità LGBTQ+:** è stata misurata tramite scala Likert a 7 punti (in cui 1 era uguale a “Per niente” e 7 a “Moltissimo”), quanto le partecipanti si sentissero parte della comunità e orgogliose di appartenervi. Sono stati utilizzati a questo scopo tre items (es “Mi sento legata alla comunità LGBTQ+”).

- **Identificazione con il gruppo delle donne:** è stata utilizzata per misurare quanto le partecipanti sentissero l’appartenenza con le altre donne come parte di sé. Anche in questo caso sono stati utilizzati tre items (es “Sono orgogliosa di appartenere al gruppo delle donne”) e una scala Likert a sette punti.

- **Instagram Addiction Proclivity (IAP; Tiggemann, & Barbato, 2018):** due domande hanno avuto la funzione di accertarsi che le partecipanti possedessero un account Instagram e il tempo effettivo passato sul social.

- **Instagram Addiction Scale (IAS; Kircaburun & Griffiths, 2018):** volta a misurare la dipendenza da Instagram delle partecipanti, la scala è composta da due fattori. Il primo riguarda gli effetti sociali della dipendenza, incidendo sulle relazioni e sulla capacità di portare avanti i compiti della quotidianità, e comprende 8 items (es. “Quanto spesso i tuoi voti o la tua prestazione accademica risentono negativamente del tempo che trascorri su Instagram?”); il secondo invece si riferisce ai comportamenti di compulsione (es “Quanto spesso provi a ridurre il tempo che trascorri su Instagram senza successo?”) e include 7 items. L’alfa di Cronbach per la scala totale è pari a $\alpha = .90$,

- **Visual Analogue Scale (VAS; Heinberg & Thompson, 1995):** la scala, separata per fisico e peso, permetteva alle partecipanti di indicare quanto si sentivano soddisfatte di queste due dimensioni tramite un termometro che andava da 0 (“Per Nulla”) a 100 (“Estremamente”).

- **Acceptance of Cosmetic Surgery Scale (ACSS, Stefanile, Nerini & Matera, 2014):** per lo studio è stata utilizzata solo una delle tre sottoscale (Intrapersonale, Sociale e Considerazione) che compongono l’adattamento italiano dello strumento. La sottoscala impiegata, la Considerazione, è composta da cinque items (es “Se potessi subire una procedura chirurgica gratuitamente, prenderei in considerazione di provare la chirurgia estetica”). L’alfa di Cronbach per questa sottoscala è pari $\alpha = .88$.

- **Compito di memoria:** alle partecipanti veniva chiesto di rispondere a tre domande riferite ai contenuti del video (es “Ora ti chiediamo di osservare le seguenti immagini tratte dal video con attenzione. Quale di queste è comparsa nel video?”). Il compito di memoria aveva come scopo quello di sostenere la cover story ma anche di testare

l'effettiva attenzione delle partecipanti ai contenuti del video. Per rendere maggiormente credibile la cover story, alle partecipanti è stato comunicato che i compiti aggiuntivi avevano come scopo quello di interferire con i processi attentivi.

- Domande socio-demografiche: nell'ultima sezione del questionario veniva chiesto alle partecipanti di rispondere a delle domande relative a informazioni di tipo socio-demografico quali genere, sesso alla nascita, età, l'orientamento sessuale, livello di istruzione, altezza e peso. Queste ultime sono state utilizzate per calcolare il BMI delle partecipanti. È stato anche richiesto di descrivere quale fosse, secondo le partecipanti, lo scopo della ricerca, in modo da escludere chi avesse indovinato i fini dell'esperimento.

2.5 Ipotesi dell'esperimento

Ipotesi 1

In accordo con i risultati con lo studio di Guizzo e colleghi. (2021), la prima ipotesi prevede una riduzione del punteggio della soddisfazione per il peso a seguito all'esposizione alla condizione sperimentale. Per la condizione neutra, invece, non sono previste variazioni nel punteggio per la soddisfazione per il peso.

Ipotesi 2

Sempre in accordo con l'esperimento di Guizzo, la seconda ipotesi si focalizza sulla soddisfazione per il fisico, per cui è previsto un decremento del punteggio dovuto alla visione del video sessualizzante. Anche in questo caso, per la condizione neutra non sono previste variazioni per la soddisfazione per il fisico.

Ipotesi 3

La terza ipotesi invece risulta l'elemento distintivo rispetto allo studio di Guizzo e colleghi (2021) prevede infatti che alti livelli d'identificazione con la comunità LGBTQ+ e il gruppo delle donne producano un effetto di moderazione tra l'esposizione alla condizione sperimentale e il punteggio per la soddisfazione per il fisico e il peso: in altri termini ci attendiamo che all'aumentare dei livelli di identificazione corrisponda una diminuzione dell'effetto della condizione sessualizzante sulla soddisfazione per il peso, per il fisico e per le intenzioni di sottoporsi a chirurgia estetica.

Ipotesi 4

La quarta ipotesi indaga il rapporto tra l'intenzione di sottoporsi a interventi di chirurgia estetica e l'esposizione alla condizione sessualizzante, prevedendo che la parte del campione sottoposta al video sessualizzante riporti un aumento per questa dimensione considerata.

Capitolo 3: Risultati

3.1 Analisi correlazionale

L'analisi correlazionale, i cui risultati sono visibili nella Tabella 3.1, ha evidenziato: una correlazione negativa tra la soddisfazione per il proprio peso successiva all'esposizione al video e l'ACCS ($r = -0.34$; $p < .001$) e BMI ($r = -0.55$; $p < .001$); una correlazione negativa tra la soddisfazione per il proprio fisico successiva all'esposizione al video e l'ACCS ($r = -0.32$; $p < .001$) e BIM ($r = -0.31$; $p < .001$). La correlazione è presente anche per le misure rilevate prima dell'esposizione al video.

È stata identificata anche una correlazione positiva, anche se di debole entità, tra l'identificazione con la comunità LGBTQ+ e l'identificazione con il gruppo delle donne ($r = 0.15$; $p < .05$). L'età ha invece una correlazione negativa con l'identificazione con la comunità LGBTQ+ ($r = -0.15$; $p < .05$) e con la Instagram Addiction Scale ($r = -0.19$; $p < .01$) (Tabella 3.2).

Tabella 3.1, correlazioni VAS peso e fisico post condizione sperimentale con ACSS e BMI.

Sono stati segnati con (**) i livelli di significatività $p \leq 0.1$ e con (*) i livelli di significatività pari a $p \leq .05$.

	VAS post peso	VAS post fisico
ACSS	-0.341**	-0.315**
BMI	-0.549**	-0.314**

Tabella 3.2, correlazioni tra identificazione con la comunità LGBTQ+ e gruppo delle donne ed età, e correlazioni tra IAS ed età.

Sono stati segnati con (**) i livelli di significatività $p \leq 0.1$ e con (*) i livelli di significatività pari a $p \leq .05$.

	Identificazione con il gruppo donne	Età
--	-------------------------------------	-----

Identificazione con la comunità LGBTQ+	0.146*	-0,147*
IAS	-	-0.194**

3.2 Soddisfazione Peso e Fisico

L'ipotesi all'origine dell'esperimento, in relazione ai risultati ottenuti da Guizzo e colleghi (2021) prevedeva una riduzione dei punteggi soddisfazione per il proprio peso e fisico (misurati prima dell'esposizione alla condizione sperimentale) in seguito alla visione del video sessualizzante. Per quanto riguarda la condizione neutra l'ipotesi prevedeva che i risultati rimanessero invariati a seguito dell'esposizione al video. È stata condotta una 2 (video neutro e sessualizzante) x 2 (tempo: prima e dopo l'esposizione al video) ANCOVA, considerando il BMI come variabile covariata.

3.2.1 Soddisfazione per il proprio peso

Contrariamente, per quanto riguarda la variabile “soddisfazione per il proprio peso”, è stato possibile notare una variazione significativa: considerando le medie dei due gruppi (Tabella 3.3), quello sottoposto alla condizione neutra (M pre-manipolazione = 43.466, DS = 31.366 e M post = 44.136, DS = 30,745) è statisticamente diverso dal secondo, sottoposto al video sessualizzante (M pre manipolazione = 46.200, DS = 31,271 e M post = 43,840, DS = 31,464). C'è quindi un effetto dovuto alla condizione ($F(1,200) = 8.202$, $p = 0.005$). L'ipotesi 1 è stata quindi confermata. In altre parole, le partecipanti sottoposte al video sessualizzante hanno mostrato un decremento della soddisfazione per il proprio peso, contrariamente alla parte del campione assegnato alla condizione neutra, che non

ha riportato variazioni significative.

Tabella 3.3, media della VAS peso pre e post somministrazione delle condizioni sperimentali

VAS PESO	Condizione neutra	Condizione sessualizzante
Pre manipolazione	43.47 (31.37) N = 103	46.20 (31.27) N = 100
Post manipolazione	44.14 (30.75) N = 103	43.84 (31.46) N = 100

3.2.2 Soddisfazione per il proprio fisico

Il test, per la variabile dipendente “soddisfazione per il proprio fisico” (VAS fisico) non ha visto nessuna variazione tra le medie (Tabella 3.4) a seguito dell’esposizione alla condizione sperimentale. La seconda ipotesi non è stata quindi confermata.

Tabella 3.4, media della VAS fisico pre e post somministrazione delle condizioni sperimentali

VAS FISICO	Condizione neutra	Condizione sessualizzante
Pre manipolazione	42.46 (26.57) N = 103	43.92 (27.79) N = 100
Post manipolazione	40.82 (26.90) N = 103	43.67 (29.03) N = 100

3.3 Acceptance of Cosmetic Surgery

L’ANCOVA 2 (video neutro e sessualizzante) x 1, utilizzando il BMI come covariata, non ha mostrato effetti significativi ($F(1,200) = 0.465$, $p = 0.496$), (Tabella 3.5).

Tabella 3.5, media ACSS per le due condizioni sperimentali

	Condizione neutra	Condizione sessualizzante
ACSS	3.60 (1.87) N = 103	3.42 (1.93) N = 100

Un'ulteriore analisi tramite ANOVA (Tabella 3.6) ha permesso di indagare il legame tra orientamento sessuale e intenzione di sottoporsi a interventi di chirurgia estetica. I risultati hanno evidenziato una differenza nelle medie dei punteggi delle donne bisessuali e lesbiche, mostrando come le prime ottenessero dei punteggi più alti e mostrassero una maggiore disposizione nell'intraprendere degli interventi di chirurgia estetica (M lesbiche = 2.893, DS = 1,682; M bisessuali = 3.668, DS= 1.911).

Tabella 3.6, media dell'ACSS per orientamento sessuale delle partecipanti

	Lesbiche	Bisessuali
ACSS	2.89 (1.68) N = 41	3.69 (1.91) N = 162

3.4 Identificazione con la comunità LGBTQ+ e il gruppo delle donne

Le variabili riguardanti l'identificazione con la comunità LGBTQ+ e il gruppo delle donne non presentavano alcuna correlazione con la soddisfazione per il peso e per il fisico, pertanto, non si è potuto testare la quarta ipotesi.

Capitolo 4: Conclusione

4.1 Discussione

La presente ricerca prende spunto dall'esperimento di Guizzo e colleghi (2021) sull'effetto che Instagram e le immagini sessualizzanti possono avere sulla soddisfazione per il proprio corpo. I risultati ottenuti da Guizzo e colleghi, in linea con le precedenti ricerche sul tema, hanno evidenziato come questa tipologia di contenuti porti ad un aumento dei livelli di insoddisfazione per il proprio corpo, indipendentemente dal BMI.

Per quanto riguarda l'esperimento oggetto del presente elaborato sono stati ripresi gli strumenti e gli scopi della ricerca precedente, differenziandosi per il campione e per la conseguente aggiunta di una nuova ipotesi. Infatti, la popolazione a cui è stato somministrato l'esperimento era composta esclusivamente da donne appartenenti a minoranze sessuali. La scelta di questo campione è stata operata a seguito dello studio delle letterature in cui è stato evidenziato come le donne appartenenti a minoranze sessuali riportassero minori livelli di insoddisfazione corporea, anche a fronte di BMI più alti (inserire citazione). Questi risultati sono stati interpretati facendo riferimento al concetto di biculturalità, ovvero come queste siano influenzate contemporaneamente dalla cultura mainstream, eterosessuale, ma anche dalla sottocultura derivante dall'appartenenza alla comunità LGBTQ+. Per questo all'interno del questionario è stata inserita una misura della propria identificazione con la comunità LGBTQ+, per identificare se una maggiore percezione di appartenenza potesse risultare un aspetto protettivo e condizionare l'effetto dei contenuti sessualizzanti sulla propria soddisfazione corporea.

I risultati ottenuti si trovano in linea con quelli del precedente lavoro Guizzo e colleghi (2021). Le partecipanti a cui è stata somministrata la condizione sessualizzante hanno riportato dei livelli più bassi nella soddisfazione per il proprio peso rispetto a quelle casualmente assegnate alla condizione neutra. Si trovano in accordo anche con quanto evidenziato dalla letteratura: la sessualizzazione nei media spinge le donne ad applicare su se stesse il giudizio e lo sguardo esterno, andando a paragonare quello che si è osservato allo specchio rispetto a ciò che viene proposto dalle immagini (Ward, 2016); inoltre la sessualizzazione spinge e si traduce in auto-oggettificazione di cui sono stati evidenziati come conseguenze stati d'ansia e depressione, sentimenti di vergogna, disturbi alimentari e disfunzioni sessuali (Morandi & Huang, 2008).

Importante anche considerare il social media network utilizzato all'interno dello studio, Instagram e il suo ruolo nel promuovere immagini sessualizzanti: lo studio di Ramsey & Horan (2018) evidenzia questa connotazione del social, i cui contenuti e immagini risultano essere a maggior contenuto sessuale rispetto ad altri utilizzati a confronto e come questi risultassero ricevere un numero di mi piace superiori a contenuti con una connotazione neutra. Quindi è importante considerare non solo l'incidenza generale dei social media nel promuovere il confronto e la *body surveillance* nei loro utenti, ma operare un confronto specifico nel come la struttura stessa del social possa portare a promuovere contenuti sessualizzanti e il loro ruolo nel promuovere l'insoddisfazione corporea, insito nella struttura di un social media come Instagram, basato principalmente su contenuti per immagini. È importante anche considerare come, diversamente da media quali televisione o magazine, in cui sono presenti immagini di celebrità, ideali di bellezza considerati come irraggiungibili - anche per la possibilità di essere modificati tramite strumenti professionali - nel caso di social media network

come Instagram il paragone avviene per la maggior parte del tempo tra pari, rendendolo ancora più duro e impattante (Saiphoo & Vahedi, 2019; Mingoia et al., 2017).

Come sottolineato precedentemente, l'elemento distintivo del nostro studio è caratterizzato dalla composizione del campione, le partecipanti infatti appartenevano tutte alle minoranze sessuali. La quarta ipotesi prevedeva infatti che il percepire una forte identificazione con la comunità LGBTQ+ potesse avere un effetto di moderazione tra la condizione sessualizzante e la sua influenza nella soddisfazione per il peso. Non è stato possibile testare questa ipotesi in quanto non è stata rilevata alcuna correlazione tra la soddisfazione per peso e fisico e l'identificazione con la comunità LGBTQ+.

Il risultato risulta coerente con parte della letteratura, che ha evidenziato come l'appartenenza alla comunità non protegga completamente le donne dall'influenza dei media e della sessualizzazione, nonostante promuova una maggiore consapevolezza e accettazione per corpi diversi da quelli promossi dall'ideale estetico eteronormativo (Smith et al, 2019; Beck, 2017). In particolare, le donne appartenenti a minoranze sessuali risultano ugualmente colpite dagli effetti della sessualizzazione, che promuove l'auto-oggettificazione, anche se nello studio di Hill & Fischer (2008) risulta una minore tendenza alla *body surveillance*.

Un'altra analisi che abbiamo messo in atto nell'analisi del campione è quella di confronto tra donne lesbiche e bisessuali, infatti in letteratura è stato evidenziato come le donne bisessuali risultino più a rischio nell'avere problematiche legate al rapporto con il loro corpo e minori livelli di soddisfazione per il proprio peso (Hazzard et al., 2019; Burnette et al., 2019). Questo risultato si trova in linea con i risultati nella ricerca, in quanto è stata evidenziata una maggiore tendenza da parte delle donne bisessuali di

sottoporsi a interventi di chirurgia estetica, riconfermando un più difficile rapporto con l'accettazione del proprio corpo rispetto alla controparte lesbica.

Il presente studio ha quindi evidenziato gli effetti pervasivi che la sessualizzazione e la sua rappresentazione sui social hanno nei confronti del rapporto con il proprio corpo, in particolare per la soddisfazione per il proprio peso. Nonostante le premesse iniziali, è stato evidenziato come neanche l'appartenenza a una comunità e sottocultura notoriamente più supportiva verso tipologie di corpi differenti e distanziati dall'ideale estetico proposto dai media possa proteggere dagli effetti della sessualizzazione.

Sarebbe però opportuno, anche visti i precedenti risultati in letteratura, riproporre lo studio inserendo un confronto tra donne eterosessuali, lesbiche e bisessuali. Il confronto con le donne eterosessuali potrebbe evidenziare comunque un ruolo protettivo, per quanto marginale. Inoltre, sarebbe interessante indagare non solo la percezione di appartenenza alla comunità ma l'investimento e la partecipazione alle attività di attivismo e di aggregazione che la caratterizzano, in quanto è stata evidenziata una minore pressione tra pari nell'aderire agli standard estetici proposti nel gruppo delle donne lesbiche (Hazzard et al., 2019). Questo ulteriore elemento potrebbe essere uno spunto nell'indagare ulteriormente la relazione tra sottocultura, sessualizzazione e soddisfazione per il proprio corpo.

Il campione utilizzato inoltre era composto prevalentemente da studentesse universitarie (59,6%) sarebbe quindi opportuno ripetere l'esperimento con dei soggetti maggiormente variegati per professione ed età, in quanto anche per quanto riguarda questa caratteristica il campione era composto per l'84,3% da donne di età tra i 18 e 25 anni.

Un altro elemento di critica è relativo all'indice utilizzato per valutare la frequenza di utilizzo di Instagram e la dipendenza dal social, le domande dovrebbero essere riadattate

sia ai tempi di utilizzo generali sia utilizzando domande relative a un utilizzo più attivo del social, quali frequenza di contenuti postati, tipologia di account seguiti e numero di interazioni sul social.

Bibliografia

- Huxley, C. J., Halliwell, E., & Clarke, V. (2015). An Examination of the Tripartite Influence Model of Body Image: Does Women's Sexual Identity Make a Difference? *Psychology of Women Quarterly* 39(3), 337-348.
- Alvy, L. M. (2013). Do lesbian women have a better body image? Comparisons with heterosexual women and model of lesbian-specific factors. *Body Image* 10, 524-534.
- Andrew, R., Tiggemann, M., & Clark, L. (2014). Positive body image and young women's health: Implications for sun protection, cancer screening, weight loss and alcohol consumption behaviours. *Journal of Health Psychology*, 21, 28-34.
- Andrew, R., Tiggemann, M., & Clark, L. (2016). Predictors and health-related outcomes of positive body image in adolescent girls: A prospective study. *Developmental Psychology* 52.3.
- APA. (2007). Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls.
- Arroyo, A., & Brunner, S. R. (2016). Negative body talk as an outcome of friends' fitness posts on social networking sites: body surveillance and social comparison as potential moderators. *Journal of Applied Communication Research*, 216-235.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Brown, L. S. (1987). Lesbians, weight, and eating: New analysis and perspectives. *Lesbian Psychologies*.
- Burnette, B. C., Kwitowski, M. A., Trujillo, M. A., & Perrin, P. B. (2019). Body Appreciation in Lesbian, Bisexual, and Queer Women: Examining a Model of Social Support, Resilience, and Self-Esteem. *Health Equity*, 238-245.
- Butkowski, C. P., Dixon, T. L., & Weeks, K. (2019). Body Surveillance on Instagram: Examining the Role of Selfie Feedback Investment in Young Adult Women's Body Image Concerns. *Sex Roles*, 81, 385-397.
- Cash, T. (2012). Cognitive-Behavioral Perspectives on Body Image. *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, 334-342.
- Cash, T. F., Santos, M. T., & Fleming Williams, E. (2005). Coping with body-image threats and challenges: validation of the Body Image Coping Strategies Inventory. *Journal of Psychosomatic Research*, 58(2), 190-199.
- Choi, D., & DeLong, M. (2019). Defining Female Self Sexualization for the Twenty-First Century. *Sexuality & Culture* 23, 1350-1371.

- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image, 23*, 183-187.
- Darvin, L., & Sagas, M. (2017). Objectification in Sport Media: Influences on a Future Women's Sporting Event. *International Journal of Sport Communication, 10*, 178 -195.
- de Paula Nazareth, A., & de Castro, T. G. (2021). Historical-Conceptual Analysis OF Body Image in Scientific Psychology Sources (11900-1935). *Psicologia Em Estudo, 26*.
- Dworkin, S. H. (1989). Not in Man's Image: Lesbians and the Cultural Oppression of Body Image. *Women & Therapy, 8(1-2)*, 27-39.
- Engeln-Maddox, R., Salk, R. H., & Miller, S. A. (2012). Assessing Women's Negative Commentary on Their Own Bodies: A Psychometric Investigation of the Negative Body Talk Scale. *Psychology of Women Quarterly, 36*, 162-178.
- Franzoi, S. L. (1995). The body-as-object versus the body-as-process: Gender differences and gender considerations. *Sex Roles, Vol. 33*, 417-437.
- Goldsmith, B. (2012). Olympics-Fat? We are fit. Get over it, say women athletes. *Reuters*.
- Grogan, S. (2021). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. Routledge.
- Grower, P., Ward, M. L., & Trekels, J. (2019). Expanding Models Testing Media Contributions to Self-Sexualization. *Sage Open, 9(2)*, 1-14.
- Guizzo, F., Canale, N., & Fasoli, F. (2021). Instagram Sexualization: When posts make you feel dissatisfied and wanting to change your body. *Body Image vol. 39*, 62-67.
- Hazzard, V. M., Schaefer, L. M., Schaumberg, K., Bardone-Cone, A. M., Frederick, D. A., Klump, K. L., . . . Thompson, K. J. (2019). Testing the Tripartite Influence Model among heterosexual, bisexual and lesbian women. *Body Image 30*, 145-149.
- Heinberg, L. J., & Thompson, J. K. (1995). Body Image and Televised Images of Thinness and Attractiveness: A Controlled Laboratory Investigation. *Journal of Social and Clinical Psychology, vol. 14*, 325-338.
- Henrichs-Beck, C. L., Szymanski, D. M., Feltman, C. E., & Batchelor, T. C. (2015). Exploring Biculturalism and Beauty Standards Through Breast Discourse and Breast Experience of Sexual Minority Women. *Psychology of Sexual Orientation and Gender Diversity, 413– 425*.
- Hill, M. S., & Fischer, A. R. (2008). Examining Objectification: Lesbian and Heterosexual Women's Experiences With Sexual- and Self-Objectification. *The Counseling Psychologist, 745-776*.
- Hust, S. J., Garrigues Marett, E., Lei, M., Ren, C., & Ran, W. (2015). Law & Order, CSI, and NCIS: The Association Between Exposure to Crime Drama Franchises, Rape Myth Acceptance, and Sexual Consent Negotiation Among College Students. *Journal of Health Communication, .*

- Johnson, K. K., & Yu, U.-J. (2021). A Narrative Critical Review of Research on Self-Sexualization. *Clothing and Textiles Research Journal*.
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions, 7*(1), 158–170.
- Liss, M., Erchull, M. J., & Ramasey, L. R. (2011). Empowering or Oppressing? Development and Exploration of the Enjoyment of Sexualization Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin, 37*(1), 55-68.
- Lynch, A. (2012). *Porn Chic: Exploring the Contours of Raunch Eroticism*. Bloomsbury Publishing.
- MacDonald Clarke, P., Murnen, S. K., & Smolak, L. (2010). Development and psychometric evaluation of a quantitative measure of “fat talk”. *Body Image, 7*, 1-7.
- Moradi, B., & Huang, Y.-P. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly, 32*, 377–398.
- Neumark-Sztainer, D., Paxton, S. J., Hannan, P. J., Haines, J., & Story, M. (2006). Does Body Satisfaction Matter? Five-year Longitudinal Associations between Body Satisfaction and Health Behaviors in Adolescent Females and Males. *Journal of Adolescent Health, 39*, 244–251.
- Prince, M. (1923). A case of complete loss of all sensory functions excepting hearing but including coenesthesia and visual images of the body. *The Journal of Abnormal Psychology and Social Psychology, 18*(3), 238–243.
- Ramsey, L. R., & Horan, A. (2018). Picture this: Women's self-sexualization in photos on social media. *Personality and Individual Differences, 133*, 85-90.
- Reichert Smith, L. (2016). What's the Best Exposure? Examining Media Representations of Female Athletes and the Impact on Collegiate Athletes' Self-Objec. *Communication & Sport, 4*(3), 282–302.
- Rodin, J., Silberstein, L., & Striegel-Moore, R. (1984). Women and weight: A normative discontent. *Nebraska Symposium on Motivation, 32*, 267–307.
- Salk, R. H., & Engeln-Maddox, R. (2011). “If You're Fat, Then I'm Humongous!": Frequency, Content, and Impact of Fat Talk Among College Women. *Psychology of Women Quarterly, 35*, 18-28.
- Salk, R., & Engeln-Maddox, R. (2012). Fat Talk Among College Women is Both Contagious and Harmful. *Sex Roles, 66*, 636–645.
- Salomon, I., & Spears Brown, C. (2019). The Selfie Generation: Examining the Relationship Between Social Media Use and Early Adolescent Body Image. *Journal of Early Adolescence, 39*, 539–560.
- Sandoz, E. K., Wilson, K. G., Merwin, R. M., & Kellum, K. (2013). Assessment of body image flexibility: The Body Image-Acceptance. *Journal of Contextual Behavioral Science, 39*-48.

- Schilder, P. F. (1934). The somato-psyche in psychiatry and social psychology. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 29(3), 314-327.
- Schilder, P. F. (1950). *The image and appearance of the human body*. Routledge.
- Smith, M. L., Telford, E., & Tree, J. J. (2017). Body image and sexual orientation: The experiences of lesbian and bisexual women. *Journal of Health Psychology*, 1178-1190.
- Starri, M. (2023, Febbraio). *Digital 2023 - I dati italiani*. Retrieved from We are social: <https://wearesocial.com/it/blog/2023/02/digital-2023-i-dati-italiani/>
- Stefanile, C., Nerini, A., & Matera, C. (2014). The factor structure and psychometric properties of the Italian version of the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale. *Body Image*, 370-379.
- Swami, V., Weis, L., Barron, D., & Furnham, A. (2018). Positive body image is positively associated with hedonic (emotional) and eudaimonic (psychological and social) well-being in British adults. *The Journal of Social Psychology*, 158, 541-552.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M. N., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting Beauty: Theory, Assessment and Treatment of Body Image Disturbance*. American Psychological Association.
- Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). "You look great!": The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women's body image. *Body Image*, 61-66.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2017). Facebook and body image concern in adolescent girls: A prospective study. *International Journal of Eating Disorders*, 50.
- Tort-Nasarre, G., Pocallet, M., & Artigues-Barberà, E. (2021). The Meaning and Factors That Influence the Concept of Body Image: Systematic Review and Meta-Ethnography from the Perspectives of Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.
- Trekels, J., Karsay, K., Eggermont, S., & Vandenbosch, L. (2018). How Social and Mass Media Relate to Youth's Self-Sexualization: Taking a Cross-National Perspective on Rewarded Appearance Ideals. *Journal of Youth and Adolescence*, 47, 1440-1455.
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2012). Understanding Sexual Objectification: A Comprehensive Approach Toward Media Exposure and Girls' Internalization of Beauty Ideals, Self-Objectification, and Body Surveillance. *Journal of Communication*, 62.
- Wade, T. D. (2015). *Encyclopedia of Feeding and Eating Disorders*. Springer Singapore.
- Ward, L. M. (2016). Media and Sexualization: State of Empirical Research, 1995-2015. *The Journal of Sex Research*, 560-577.
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). "But I Like My Body": Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, 7, 106-116.