



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

Corso di laurea in Scienze e tecniche psicologiche

Tesi di laurea triennale

**SE MI GUARDI, MI NASCONDO: STRATEGIE DI COPING O
CONSEGUENZA?**

**IL RUOLO DI FOCUS REGOLATORIO E AGENCY NELLE PRATICHE DI
BODY-CONCEALING**

**If you look at me, I conceal: coping strategy or outcome? Exploring the role of
regulatory focus and personal agency on body-concealing behaviors**

Relatrice

Prof.ssa Maria Laura Bettinsoli

Correlatrice

Dott.ssa Carmen Cervone

Laureanda: Elisa Benedet

Matricola: 2053277

Anno Accademico 2023/2024

ABSTRACT

This research aims to investigate the complex relationship between objectification, body concealment, regulatory focus and agency. Through a review of existing literature, the phenomenon of the objectification of the female body and its effects on women's lives have been explored. The present study intends to examine how self-objectification influences the adoption of behaviors related to concealing or exposing one's body, in relation to certain personal variables such as regulatory focus, as a moderator, and the sense of agency. The methodology involves a representative sample of women only and an anonymous online questionnaire. The target of the research is to investigate whether the adoption of a prevention regulatory focus is associated with higher levels of concealing, while a promotion regulatory focus is associated with higher levels of exposing. It is further hypothesized that adopting exposing strategies is associated with higher levels of personal agency. Data analysis demonstrates that women in objectifying condition show higher levels of concealing compared to participants in the control condition. However, the analysis does not fully confirm the hypothesis on regulatory focus: adopting a promotion regulatory focus is associated with greater exposing behaviors, but the prevention focus does not follow the hypothesized direction. The levels of agency reported by participants are slightly higher in those who adopt exposing strategies more frequently.

INDICE

CAPITOLO I: Lo stato dell'arte.....	3
1.1 L'oggettivazione sessuale del corpo femminile.....	3
1.1.1 Il costrutto di auto-oggettivazione.....	4
1.1.2 Il legame tra oggettivazione e benessere delle donne	5
1.2 Il Body concealment	8
1.3 Il focus regolatorio.....	11
CAPITOLO II: La ricerca	13
2.1 Obiettivi e ipotesi	13
2.2 Metodo.....	15
2.2.1 Partecipanti.....	15
2.2.2 Materiale e procedura.....	15
2.3 Analisi e risultati	20
CAPITOLO 3: Discussione e conclusioni.....	23
3.1 Discussione dei risultati	23
3.2 Limiti della ricerca e prospettive future	26
BIBLIOGRAFIA	29
APPENDICE.....	35

CAPITOLO I

Lo stato dell'arte

1.1 L'oggettivazione sessuale del corpo femminile

Nel panorama contemporaneo, l'oggettivazione del corpo femminile si manifesta come un fenomeno sempre più pervasivo e insidioso, in grado di esercitare un'influenza fortemente negativa nella vita e nella salute mentale delle donne. L'oggettivazione rappresenta una specifica forma di deumanizzazione. Deumanizzare significa negare l'umanità all'altro, escludere individui o gruppi dalla loro dimensione umana. Nell'oggettivazione dunque l'individuo è considerato, e di conseguenza trattato, come un oggetto, come uno strumento o una merce (Volpato, 2014).

Negli ultimi anni la psicologia sociale si è concentrata su una specifica forma di oggettivazione, quella sessuale. L'oggettivazione sessuale fa riferimento alla valutazione di una persona, e in particolare di una donna, sulla base delle sue funzioni sessuali che “vengono separate dal resto della sua personalità e ridotte allo stato di mero strumento o guardate come se fossero capaci di rappresentarla della sua interezza” (Bartky, 1990, citato in Volpato, 2014, p. 259). Ciò significa che le qualità sessuali della donna vengono considerate come l'unica o la principale caratteristica della persona, trascurando la sua complessità e la sua unicità in quanto essere umano. L'oggettivazione sessuale si può manifestare con diverse modalità: dallo sguardo sessualizzato, ai commenti a sfondo sessuale non richiesti, ai contenuti mediatici che rappresentano il corpo femminile come mero oggetto da guardare, fino ai comportamenti di stalking e alle molestie sessuali (Calogero et al, 2020). Una delle modalità privilegiate e più sottili attraverso cui può esprimersi l'oggettivazione sessuale è lo sguardo oggettivante/sexuale (*objectifying/sexual gaze*), che si riferisce allo sguardo, da parte dell'uomo, orientato esclusivamente sul corpo della donna o su parti di esso. Lo sguardo oggettivante può avvenire sia in maniera diretta, durante interazioni con colleghi, amici o sconosciuti, sia in maniera indiretta, ad esempio tramite l'esposizione ai social media (Fredrickson e Roberts, 1997). Si può facilmente intuire come l'oggettivazione sessuale sia un fenomeno che interessa in maniera nettamente maggiore la vita delle donne (Swim et al., 2001).

1.1.1 Il costrutto di auto-oggettivazione

All'interno di contesti e culture in cui il corpo femminile è concepito come un oggetto sessuale, la prima conseguenza psicologica che emerge è l'interiorizzazione, da parte delle donne, di questa prospettiva. Le ripetute esperienze di oggettivazione sessuale portano cioè le donne ad adottare la prospettiva degli osservatori esterni. In questo modo iniziano a trattare sé stesse come oggetti da valutare sulla base del proprio aspetto fisico e attribuiscono maggiore importanza a come appare esteriormente il proprio corpo piuttosto che a come si sentono. L'interiorizzazione di questa prospettiva dell'osservatore è nota come *self-objectification* - auto-oggettivazione. Quando la donna si auto-oggettiva, comincia anche ad agire come prima "sorvegliante" di sé stessa. Questo si traduce in una particolare attenzione rivolta al proprio aspetto esteriore, che caratterizza la maggior parte delle donne e che diventa una strategia adottata per controllare il modo in cui gli altri le percepiranno e dunque per gestire l'esperienza di oggettivazione (Fredrickson & Roberts, 1997).

La teoria proposta da Fredrickson e Roberts prevede l'esistenza di differenze individuali nello sperimentare l'auto-oggettivazione, è possibile infatti distinguere tra l'auto-oggettivazione di stato e l'auto-oggettivazione di tratto. L'auto-oggettivazione di stato, che sperimenta la maggioranza delle donne, si riferisce alla temporanea attivazione di processi di auto-oggettivazione in risposta a specifiche situazioni, ad esempio in contesti in cui l'attenzione è rivolta al corpo, quando ci si sente osservate o durante esperienze di *catcalling*. Al contrario, l'auto-oggettivazione di tratto si riferisce alla tendenza individuale, relativamente stabile nel tempo, a interiorizzare la prospettiva degli altri sul proprio corpo, si tratta quindi di una preoccupazione cronica per il proprio aspetto, indipendentemente dal contesto in cui sono inserite (Bailey et al., 2016; Miner-Rubino et al., 2002).

L'epoca dei social media offre nuove opportunità per comprendere come le donne si auto-oggettivano. Le analisi dei contenuti delle immagini dei media mostrano come le donne siano costantemente raffigurate attraverso immagini che evidenziano le loro parti del corpo e la loro funzione sessuale: i volti sono spesso omessi, gli abiti sono provocanti, le pose seducenti (Bell et al., 2018). Sulla base di queste analisi, i social media diventano un terreno particolarmente fertile nel favorire esperienze di auto-oggettivazione. Sono

molteplici gli studi che dimostrano come l'esposizione a contenuti mediatici sessualmente oggettivanti si associ a livelli di auto-oggettivazione più elevati rispetto a quelli che si registrano dopo l'esposizione a contenuti neutri (ad esempio Wand, 2016; Aubrey et al., 2009).

1.1.2 Il legame tra oggettivazione e benessere delle donne

Vivere in una società sessualmente oggettivante e internalizzare tale prospettiva comporta, come dimostrano numerosi studi, molteplici conseguenze sul benessere delle donne (Fredrickson e Roberts, 1997).

Per comprendere meglio il processo di auto-oggettivazione e le esperienze emozionali negative legate al corpo quali vergogna, inadeguatezza e insoddisfazione corporea, McKinley (1995) ha identificato tre dimensioni dell'auto-oggettivazione. La prima dimensione riguarda l'auto-sorveglianza (*self-surveillance*), ovvero la tendenza a preoccuparsi per il proprio corpo e, di conseguenza, monitorarlo costantemente per gestire l'oggettivazione. La seconda dimensione è legata all'internalizzazione degli standard culturali: la donna deve confrontarsi con gli standard di bellezza della società a cui appartiene i quali, se non vengono raggiunti, generano un profondo senso di vergogna. Infine, la terza dimensione riguarda le tendenze associate al controllo (*control belief*), ovvero la convinzione di avere il pieno controllo su come appare il proprio corpo tramite impegno e volontà (McKinley e Hyde, 1996; Calogero, Rachel M., 2012).

L'auto-oggettivazione dunque causa diverse conseguenze, psicologiche ed esperienziali, nonché rischi per la salute mentale delle donne. Di seguito verranno riportate gli effetti maggiormente discussi in letteratura, che si verificano a una frequenza nettamente maggiore tra le donne.

Effetti sull'umore e sulla soddisfazione corporea

L'auto-oggettivazione comporta dapprima l'aumento di esperienze emozionali negative legate al corpo, come vergogna, ansia per il proprio aspetto fisico e insoddisfazione corporea. Il confronto pervasivo del proprio aspetto con quello culturalmente accettato, unito al forte impatto dello sguardo sessualizzante (Fredrickson

e Roberts, 1997), risulta essere un terreno fertile per la nascita e il proliferarsi del sentimento di *body shame*, la vergogna per il proprio corpo (Quinn et al., 2006). In un esperimento condotto da Fredrickson et al. (1998), gli autori hanno mostrato come le donne a cui è stato chiesto di indossare un costume da bagno, forniscono descrizioni di sé maggiormente legate al loro corpo e, di conseguenza, riportano livelli più elevati di *body shame* rispetto alle donne che indossano un maglione.

Il costante *body surveillance* porta poi a una diffusa e aspecifica sensazione di minaccia, che genera nelle donne sentimenti di ansia. A questo proposito Fredrickson e Roberts (1997) hanno distinto un'ansia legata alla propria apparenza -*appearance anxiety* - e un'ansia legata alla propria sicurezza - *safety anxiety*. L'ansia per lo sguardo e la valutazione degli altri sul proprio corpo si traduce in comportamenti di preoccupazione e controllo continuo per adattare il proprio aspetto al contesto in cui ci si trova. L'ansia tuttavia non si limita all'aspetto esteriore, ma si estende fino alla percezione di sicurezza: le donne devono rimanere costantemente vigili alla possibilità di subire danni anche fisici e questa continua attenzione diventa fonte di ansia quotidiana per molte (Fredrickson e Roberts, 1997; Calogero et al., 2020).

Fredrickson e Roberts (1997) identificano un'altra conseguenza psicologica dell'auto-oggettivazione, la riduzione da parte delle donne della consapevolezza enterocettiva. Con questo termine ci si riferisce alla consapevolezza circa i propri stati interni, ovvero le sensazioni fisiche quali sazietà, fame, stanchezza ed emozioni (Calogero, Rachel M., 2012). La riduzione della consapevolezza enterocettiva si attribuisce all'estrema concentrazione che le donne ripongono sul loro aspetto esteriore, esaurendo le risorse disponibili per l'elaborazione delle sensazioni interne (Fredrickson e Roberts, 1997).

Effetti sulla cognizione e attenzione

L'oggettivazione comporta delle conseguenze negative sull'attenzione e sulle capacità cognitive delle donne. Diversi studi dimostrano infatti come le performance in determinati compiti risultano compromesse in soggetti che si auto-oggettivano (Fredrickson et al., 1998). Csikszentmihalyi (1990) definisce *flow experience* le esperienze di stati emozionali di picco, ovvero quelle esperienze di totale assorbimento

nell'esecuzione di un'attività fisica o mentale particolarmente gratificanti e piacevoli per l'individuo, in cui l'attenzione è esclusivamente orientata all'attività. Vivere in una cultura che oggettiva riduce nelle donne la possibilità di esperire questi stati emozionali di picco, perché troppo concentrate a monitorare il proprio corpo (Dakanalis et al., 2012; Fredrickson e Roberts, 1997). La diminuzione delle performance cognitive è imputabile al fatto che parte dell'attenzione necessaria all'esecuzione del compito viene invece orientata al proprio corpo e alla preoccupazione per come questo appare.

Effetti sulla salute mentale

L'accumulo e il peggioramento delle esperienze e dei sentimenti finora analizzati può rappresentare un importante fattore di rischio per la salute mentale delle donne. Verranno di seguito analizzati tre disturbi psicologici che colpiscono le donne e che possono essere ricondotti all'esperienza oggettivante dettata dalla società: i disturbi del comportamento alimentare, le disfunzioni sessuali e gli stati depressivi (Fredrickson e Roberts, 1997).

Secondo la teoria proposta da Fredrickson e Roberts (1997), i disturbi alimentari rappresentano una risposta adattiva che le donne utilizzano per fronteggiare il sentimento di impotenza derivante dal non potersi sottrarre dall'oggettivazione del loro corpo. In questo senso, sono proprio i momenti in cui le donne sperimentano i maggiori livelli di vergogna che fungono da motivatori per mettere in atto comportamenti alimentari disordinati. Uno studio condotto da Choma et al. (2009) dimostra che il rapporto tra auto-oggettivazione e disturbi alimentari è mediato dalla vergogna per il corpo e dalla *risoluzione dell'aspetto*, una strategia di coping caratterizzata da "sforzi per cambiare l'aspetto fisico" (Cash et al., 2005, p. 197), in linea quindi con i comportamenti dannosi mirati a controllare e modificare l'aspetto (diete drastiche, vomito, esercizio eccessivo) tipici dei disturbi alimentari.

Lo studio di Choma et al. del 2009 dimostra inoltre come la vergogna per il proprio corpo media anche la relazione tra auto-oggettivazione e depressione. In questo caso la relazione tra auto-oggettivazione e depressione risulta mediata inoltre dall'*evitamento*, una strategia di coping caratterizzata dal "tentativo di evitare minacce ai pensieri e ai sentimenti dell'immagine corporea" (Cash et al., 2005, p. 197). Alcuni comportamenti

dell'evitamento, come l'isolarsi dagli altri, sono anche comportamenti caratteristici della depressione.

La teoria dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts, 1997) ha largamente esaminato anche i problemi legati alla vita sessuale delle donne. L'attenzione cronica sul proprio corpo, la vergogna e l'ansia derivanti dall'oggettivazione, ostacolano notevolmente la soddisfazione sessuale, il piacere e il divertimento legato all'esperienza. La narrazione che considera le donne come oggetti da utilizzare per il soddisfacimento sessuale altrui, porta queste ultime a dirigere il focus esclusivamente all'esperienza e al piacere maschile. Inoltre, vista la ridotta consapevolezza enterocettiva, si sostiene che, durante un rapporto sessuale, la donna si concentrerà di più su come appare il proprio corpo piuttosto che sulle sensazioni interne del suo organismo, sul piacere e sulle sue necessità. In questo senso l'insensibilità enterocettiva potrebbe essere un forte ostacolo al piacere sessuale delle donne (Fredrickson e Roberts, 1997). Donne con bassa soddisfazione corporea riportano maggiori preoccupazioni durante le interazioni sessuali con i loro partner, livelli più bassi di desiderio ed eccitazione, diminuzione del piacere e anche comportamenti sessuali a rischio (Woertman e Van Den Brink, 2012).

In conclusione, si può affermare che vivere in una società oggettivante ha per le donne una quantità consistente di effetti negativi, che vanno dall'esperire sensazioni soggettive negative come vergogna, ansia e insoddisfazione corporea fino all'insorgere di disturbi alimentari, depressione e disfunzioni sessuali.

1.2 Il Body concealment

Tra gli effetti precedentemente analizzati, il sentimento di vergogna derivante dall'oggettivazione gioca un ruolo fondamentale nel promuovere l'adozione di comportamenti di concealing. La body shame infatti genera un intenso desiderio di nascondersi e sottrarsi dallo sguardo sessualizzante degli altri (Fredrickson e Roberts, 1997). Il concetto di *body concealing* rappresenta quell'insieme di comportamenti o atteggiamenti legati al voler nascondere il proprio corpo per far fronte alle sfide legate all'immagine corporea (Cervone et al, 2024), come può essere l'oggettivazione sessuale.

Questi comportamenti possono assumere forme diverse, tra queste l'utilizzo di abiti per nascondere determinate parti del corpo (Jewett et al., 2016).

Non tutte le donne rispondono all'oggettivazione sessuale allo stesso modo, la qualità dell'esperienza può dipendere infatti da diverse combinazioni di età, classe sociale e altri attribuiti fisici e personali (Fredrickson e Roberts, 1997). Ne potrebbe derivare che, se per alcune donne nascondere il proprio corpo può essere una conseguenza negativa dovuta al sentimento di vergogna, per altre può rappresentare una strategia di coping utilizzata per fronteggiare tale fenomeno. Inoltre, alcune donne potrebbero rispondere all'oggettivazione mettendo in atto una strategia complementare, ovvero il *body exposing*, comportamenti ed atteggiamenti legati al voler esporre il proprio corpo agli altri. Per alcune donne infatti, i contesti oggettivanti possono offrire l'opportunità di sentirsi attraenti e quindi di convalidare socialmente il loro aspetto (Breines et al., 2008b). Al contempo, le donne possono esibire il loro corpo come forma di auto-determinazione, prendere il controllo della loro immagine come atto di empowerment personale (Gill, 2007). In questo senso, mettere in atto strategie di exposing potrebbe associarsi ad un forte senso di agency. L'agency rappresenta "la sensazione di controllo sulle azioni e sulle loro conseguenze" (Moore, 2016, p. 1).

È importante sottolineare che attualmente non sono state identificate ricerche che affrontano specificatamente il fenomeno del body concealing nell'ambito dell'auto-oggettivazione. Questo fenomeno è infatti stato studiato principalmente in merito a patologie fisiche (vedi Jewett et al., 2016). Tuttavia, la letteratura su concetti correlati a tale fenomeno può fornire importanti spunti di riflessione per comprendere questa pratica e la sua origine.

Da sempre l'abbigliamento gioca un ruolo predominante nella vita delle donne (Crane, 1999). Oggi assume un ruolo ancora più significativo come strumento per gestire gli aspetti legati alla propria apparenza (Tiggemann e Andrew, 2012). In uno studio condotto da Montemurro e Gillen (2013), si dimostra come le donne siano preoccupate per l'impressione che possono dare agli altri tramite la scelta dei loro abiti e come ritengono di dover prestare attenzione al loro modo di vestire.

Un fenomeno ampiamente studiato in questo contesto è il *body image*, un "fenomeno multidimensionale che include attitudini, percezioni ed esperienze che ogni

individuo ha sul proprio aspetto fisico” (Cash et al., 2005, p. 191). Questa concezione deriva da eventi che determinano pensieri ed emozioni sull’immagine corporea, come gli standard culturali sull’aspetto fisico. Nel contesto di una minaccia per l’immagine corporea, come l’oggettivazione, gli individui adottano strategie di coping cognitive e comportamentali per fronteggiare le esperienze stressanti. Studi dimostrano che le donne utilizzano strategie di coping di evitamento e correzione dell’aspetto, come nascondere parti del corpo non gradite, per rispondere alle minacce legate all’immagine corporea (Cash et al., 2005). Inoltre, lo studio dimostra anche come le donne con maggiori livelli di coping evitante sperimentano anche maggiore insoddisfazione corporea.

La *body dissatisfaction* è un altro concetto che può essere analizzato per comprendere il fenomeno del body concealment. Il legame tra insoddisfazione corporea e strategie di evitamento è infatti stato confermato da altri studi. Ad esempio, uno studio condotto da Trautmann et al. (2007) ha evidenziato come le donne con elevati livelli di insoddisfazione corporea mettono maggiormente in atto comportamenti di evitamento dell’abbigliamento, come evitare abiti scollati o aderenti a favore di abiti più larghi e che distolgono l’attenzione dalla propria forma fisica.

Un’altra dimensione importante nella comprensione del body concealing è la *body shame*. In uno studio condotto da Choma et al. (2009), ad esempio, si riscontra come una maggiore vergogna per il proprio aspetto fisico sia associata ad un maggiore utilizzo delle strategie di coping per l’immagine corporea e in particolare a quelle strategie di evitamento e di correzione dell’aspetto già identificate da Cash (2005). Questa evidenza si riscontra in maniera ancora più significativa in quelle donne molto attive fisicamente, le quali potrebbero essere soggette più spesso a situazioni di confronto e valutazione sul loro corpo. Questo aspetto indurrebbe ad una maggiore auto-oggettivazione e quindi ad una maggiore necessità di mettere in atto strategie di coping (Bailey et al., 2016).

1.3 Il focus regolatorio

Nella gestione dell'oggettivazione e nell'utilizzo di strategie di concealing o exposing, le donne potrebbero essere influenzate dalle strategie di coping e dalle modalità di regolazione che adottano. La teoria del focus regolatorio (Higgins, 1997) offre una base teorica per comprendere come le persone dirigono le attività e i comportamenti verso gli obiettivi e le strategie che utilizzano per raggiungerli. Secondo questa teoria, esistono due forme distinte di auto-regolazione: il focus di promozione e il focus di prevenzione. Queste due forme di regolazione possono essere attivate sulla base dei propri obiettivi e delle situazioni circostanti, ma è possibile anche identificare un focus regolatorio cronico per ogni persona. Il focus regolatorio orientato alla promozione si caratterizza per la ricerca e il perseguimento di risultati positivi, la persona sarà dunque orientata alla realizzazione e al guadagno. Al contrario, il focus regolatorio orientato alla prevenzione si caratterizza per la tendenza ad evitare risultati negativi, la persona sarà dunque orientata alla sicurezza e alla prevenzione del fallimento.

Entrambe le forme di regolazione sono strategie valide per il perseguimento di uno scopo, non esiste infatti una strategia considerata in assoluto più valida dell'altra. Ciò che distingue i due orientamenti di focus regolatorio possono essere le diverse conseguenze che l'utilizzo di una strategia piuttosto dell'altra comporta. La teoria suggerisce, ad esempio, che gli individui possano sperimentare risposte emotive differenti o che i due focus abbiano diverse implicazioni non solo su aspetti clinici ma anche su questioni sociali (Higgins, 1997). Ad esempio, rispetto alle donne con un focus di promozione, le donne con un focus di prevenzione riferiscono intenzioni più forti ad impegnarsi in comportamenti finalizzati a ridurre la discriminazione di genere (Quinn e Olson, 2004, citati in Higgins, 1997, p. 499).

La connessione tra genere e focus regolatorio non è stata ampiamente studiata, tuttavia può rappresentare un ulteriore elemento per comprendere i pregiudizi di genere e le conseguenze che comportano nella vita delle donne (Gutermuth e Hamstra, 2022). La teoria formulata da Higgins (1997) presuppone che ogni individuo sviluppi un focus predominante attraverso l'esperienza di successi e fallimenti e tramite processi di apprendimento sociale. Allo stesso modo, anche molte delle differenze di genere sono il risultato di quello che gli individui hanno imparato su ciò che una donna o un uomo di

successo deve o non deve essere o fare. A questo proposito, studi dimostrano che le donne tendono ad avere un orientamento alla prevenzione più forte rispetto agli uomini, che propendono maggiormente per un orientamento alla promozione. Le donne sarebbero dunque più inclini a evitare esiti negativi, mentre gli uomini al raggiungimento degli obiettivi, con ovvie ripercussioni sul comportamento e sulle credenze relative ai ruoli di genere (Gutermuth e Hamstra, 2022).

Nonostante non vi siano ricerche in letteratura che indagano il legame tra focus regolatorio e oggettivazione, questa strategia autoregolativa è stata ampiamente documentata in relazione ad alcune conseguenze che, come precedentemente esposto, possono essere legate all'auto-oggettivazione. Ad esempio, studi documentano che gli individui orientati alla promozione, rispetto a quelli orientati alla prevenzione, riferiscono di mangiare in modo più salutare per sentirsi bene (Joireman et al., 2012). Al contrario, gli individui orientati alla prevenzione utilizzano in maniera maggiore il cibo come strumento di regolazione dell'umore in seguito ad eventi o emozioni negative e cioè come strategia di evitamento (Pula et al., 2014). Sulla base di ciò, Pfattheicher¹ e Sassenrath (2014) hanno identificato una correlazione positiva tra il focus di prevenzione e l'*emotional eating* ("mangiare in risposta ad emozioni negative") e una correlazione positiva tra il focus di promozione e l'*external eating* ("mangiare in risposta a stimoli esterni attraenti").

Come è stato precedentemente esposto, il contesto situazionale può influenzare il focus della persona (Higgins, 1997) e uno di questi contesti può essere una situazione di minaccia stereotipica (Seibt e Förster, 2004). In accordo con quanto già descritto, auto-oggettivarsi può comportare una riduzione della performance in matematica poiché le donne si trovano ad affrontare una minaccia stereotipica, ovvero la preoccupazione di confermare gli stereotipi di genere negativi (ad esempio, le donne sono inferiori agli uomini in matematica) (Gervais et al., 2001). Gli studi condotti da Seibt e Förster (2004) hanno dimostrato che l'attivazione di stereotipi negativi o positivi inducono un determinato orientamento motivazionale, influenzando le prestazioni. Nello specifico, l'attivazione di uno stereotipo negativo favorisce "un'elaborazione cauta, avversa al rischio", al contrario dell'attivazione di uno stereotipo positivo che invece promuove un'elaborazione più rischiosa. In questo senso, un contesto di minaccia stereotipica può attivare un focus regolatorio di prevenzione.

CAPITOLO II

La ricerca

2.1 Obiettivi e ipotesi

Nel seguente studio si intendono indagare alcune strategie comportamentali, legate al nascondere o all'espone il proprio corpo, che le donne mettono in atto in situazioni in cui quest'ultimo risulta essere al centro dell'attenzione e soggetto ad osservazione esterna. L'obiettivo primario della ricerca è dunque quello di esplorare, attraverso l'analisi di un questionario, il legame esistente tra la percezione del proprio corpo e alcune caratteristiche personali in situazioni di oggettivazione. In particolare, ci si propone di investigare il ruolo del focus regolatorio e il legame con l'agency nella tendenza delle donne a mettere in atto strategie di nascondimento o di esposizione del proprio corpo.

Ipotesi 1: oggettivazione e strategie di concealing

La prima ipotesi riguarda una conseguenza dell'oggettivazione: si ipotizza che subire oggettivazione sessuale porti ad un aumento delle strategie di concealing. Nella presente indagine si suppone quindi che le partecipanti nella condizione oggettivante mettano in atto strategie di nascondimento del corpo in misura maggiore rispetto alle partecipanti nella condizione non oggettivante. Si ipotizza che i comportamenti di concealing possano essere utilizzati dalle donne anche come strategie di gestione dell'oggettivazione, e non essere necessariamente solo una conseguenza negativa.

Ipotesi 2: il focus regolatorio

La seconda ipotesi riguarda il legame tra concealing/exposing e focus regolatorio: si ipotizza che possedere un focus regolatorio orientato alla prevenzione sia associato a un aumento delle strategie di concealing, al contrario possedere un focus regolatorio orientato alla promozione sia associato a un aumento delle strategie di exposing. L'orientamento del focus regolatorio dovrebbe quindi moderare la tendenza ad utilizzare comportamenti di nascondimento o di esposizione del corpo. Ci si aspetta perciò che le partecipanti che posseggono un focus regolatorio orientato alla prevenzione, registreranno

livelli di concealing più elevati. Al contrario, le partecipanti che posseggono un focus regolatorio orientato alla promozione, dovrebbero prediligere maggiormente strategie di exposing.

Prima di procedere con l'indagine, è stato condotto un piccolo studio pilota (N = 52). Lo studio, nonostante avesse un numero insufficiente di partecipanti per trarre delle conclusioni definitive, ha mostrato come il legame ipotizzato tra i due orientamenti di focus regolatorio e i comportamenti di concealing/exposing, non fosse in realtà esistente. Al contrario, il pre-test ha evidenziato come possedere alti livelli di regolazione, sia nella direzione della promozione sia in quella della prevenzione, fosse associato a più bassi livelli di concealing. Per interpretare questo risultato inaspettato, abbiamo quindi sviluppato un'ipotesi alternativa. Si ipotizza dunque che entrambe le strategie di regolazione siano funzionali alla gestione dell'auto-oggettivazione e che, invece, bassi livelli di focus regolatorio, sia di prevenzione sia di promozione, predicano alti livelli di concealing. Per verificare questa ulteriore ipotesi, secondo cui per gestire l'auto-oggettivazione sia sufficiente avere delle buone strategie di regolazione (indipendentemente dal loro orientamento), è stata inserita una seconda scala che analizza le strategie di coping: se, come suggerito dal pretest, è sufficiente avere una qualsiasi strategia regolatoria, le strategie di coping dovrebbero seguire gli stessi pattern del focus regolatorio.

Ipotesi 3: l'agency

La terza ipotesi riguarda il legame con l'agency: si ipotizza che il senso di agency si associ maggiormente all'exposing piuttosto che al concealing. Nel presente studio, ci si aspetta dunque che le partecipanti che mettono in atto maggiormente strategie di exposing, registreranno livelli più elevati di agency rispetto alle partecipanti che mettono in atto più strategie di concealing.

2.2 Metodo

2.2.1 Partecipanti

Il questionario è stato somministrato ad un totale di 756 partecipanti. Tuttavia, dopo l'eliminazione di coloro che non hanno completato integralmente il questionario (N = 356), degli uomini, di coloro che non hanno accettato il consenso e di coloro che hanno fallito l'attention check, le analisi hanno preso in considerazione 229 partecipanti. Poiché l'indagine interessa esclusivamente le donne, gli uomini che hanno ricevuto il link del questionario sono stati reindirizzati ad un altro studio.

Il range considerato per la somministrazione del questionario è compreso tra i 18 e i 66 anni. L'età media del campione è di 28.86 anni (SD = 10.99).

Per quanto riguarda l'istruzione, nessuna partecipante afferma di possedere la licenza elementare, 5 persone la licenza media (2,2 % del campione totale), 8 persone il diploma di scuola dell'obbligo (3,5 %), 104 il diploma di scuola superiore (45,4 %), 57 la laurea triennale (24,9 %), 46 la laurea magistrale, quinquennale o a ciclo unico (20 %) e infine 9 persone affermano di possedere come titolo di istruzione più alto il master o il dottorato (4 %).

Per quanto riguarda invece l'occupazione, 79 partecipanti dichiarano di essere studentesse (34,5 % del campione totale), 33 studentesse/lavoratrici (14,4 %), 84 lavoratrici dipendenti (36,7 %), 20 lavoratrici autonome (8,7 %), 6 si dichiarano invece disoccupate (2,6 %) e le restanti 7 partecipanti (3 %) hanno scelto l'opzione "Altro" indicando, per esempio casalinga. Il campione si distribuisce normalmente rispetto allo status socio-economico (M = 55.75; SD = 17.91).

2.2.2 Materiale e procedura

La modalità di indagine consiste nella somministrazione di un questionario ad un campione di sole donne. Il questionario è stato costruito su Qualtrics (<https://www.qualtrics.com>) e diffuso tramite passaparola e distribuzione del codice QR in luoghi pubblici quali bar e aule studio dell'Università di Padova. La durata di compilazione era di dieci/quindici minuti circa.

Per prima cosa viene chiesto ai partecipanti di indicare il loro genere di appartenenza, per escludere automaticamente dallo studio coloro che indicano un genere diverso da quello femminile. Prima di iniziare la compilazione del questionario, i partecipanti leggevano il consenso informato. Successivamente, il questionario è stato strutturato nelle sezioni di seguito descritte.

BLOCCO A: La manipolazione

In questa prima sezione avviene la manipolazione dello studio. Tramite randomizzazione le partecipanti vengono suddivise in due gruppi: il gruppo sperimentale (N = 124) e il gruppo di controllo (N = 105). Alle partecipanti del gruppo sperimentale viene chiesto di immaginare di essere nella seguente situazione: “Immagina che in questo momento ti stiano video-registrando (es. intervista televisiva, live Instagram) e senti che stai venendo valutata per il tuo aspetto fisico”. Viene chiesto loro, tramite una domanda aperta, di descrivere la situazione immaginata e come si sentono a riguardo. Alle partecipanti del gruppo di controllo viene invece chiesto di immaginare di essere nella seguente situazione: “Immagina che in questo momento ti stiano audio-registrando (es. intervista radiofonica, live podcast) e senti che stai venendo valutata per le tue opinioni”. Anche a loro viene chiesto, tramite una domanda aperta, di descrivere la situazione immaginata e come si sentono a riguardo. Nella condizione sperimentale vengono inseriti elementi che inducono l’oggettivazione, come il fatto di essere video-registrate e il fatto di essere valutate sulla base del proprio aspetto fisico. Nella condizione di controllo l’oggettivazione non viene attivata. Si specifica che, una volta indagate tutte le variabili, alla fine del questionario, è stato chiesto di ripensare alla situazione immaginata e specificare se fosse qualcosa di realmente accaduto (N = 65) o se invece fosse una situazione inventata (N = 164) e quanto fosse stato difficile immaginare tale scenario (M = 55,75; DS = 1,18).

BLOCCO B: L’oggettivazione

Una volta ipotizzato lo scenario, viene chiesto alle partecipanti di immaginare come si sentirebbero poste in quella situazione. Per indagare la tendenza a considerare il proprio corpo come un oggetto da guardare e valutare, viene utilizzata la scala OBCS

(*Objectified Body Consciousness Scale*) di McKinley e Hyde (1996). La scala originaria è composta da 24 items suddivisi in 3 subscale: sorveglianza del corpo, vergogna del corpo e credenze sul controllo dell'aspetto. Nella presente indagine viene utilizzata solo la subscale relativa alla sorveglianza del corpo, che si riferisce al “pensiero persistente e al monitoraggio abituale del proprio corpo come se fosse visto da un osservatore esterno” (Dakanalis et al., 2017, p. 253).

Viene quindi chiesto alle partecipanti di indicare il loro grado di concordanza o discordanza tramite l'utilizzo di una scala Likert a 5 punti (da 1= Fortemente in disaccordo a 5= Fortemente d'accordo) rispetto ad otto affermazioni (ad esempio, “In questa situazione penserei a come appare il mio corpo” o “In questa situazione mi preoccuperei che gli abiti che indosso mi stiano bene”; $\alpha = .87$).

BLOCCO C: Il concealing/exposing

Dopo aver valutato il livello di auto-oggettivazione, si procede ad esaminare la propensione ad adottare strategie di concealing o strategie di exposing. Tramite dieci items (Cervone et al., 2024) viene quindi indagata la tendenza delle partecipanti, all'interno della situazione che hanno precedentemente descritto, a:

- nascondere il proprio corpo (5 items, ad esempio, “In questa situazione vorrei indossare vestiti che nascondano il mio fisico”; $\alpha = .81$)
- esporre il proprio corpo (5 items, ad esempio, “In questa situazione vorrei indossare vestiti che attirino l'attenzione sul mio corpo”; $\alpha = .89$).

Viene quindi chiesto di indicare il proprio grado di concordanza o discordanza tramite l'utilizzo di una scala Likert a 5 punti (da 1= Fortemente in disaccordo a 5= Fortemente d'accordo) rispetto alle dieci affermazioni.

BLOCCO D: L'agency

In questa sezione del questionario viene presentata una scala di autovalutazione delle caratteristiche personali per indagare la percezione individuale riguardo a una serie di attributi: dominanza, autosufficienza, indipendenza, autonomia, sicurezza in sé stessi,

determinazione, assertività e competitività ($\alpha = .81$). Questa scala fornisce un modo per esplorare la percezione soggettiva di sé in relazione alla capacità di influenzare gli avvenimenti che accadono nella propria vita e alla percezione di controllo su questi. La scala valuta quindi quanto una persona si sente in grado di agire in modo autonomo e di avere un impatto su ciò che accade intorno a sé.

Le partecipanti sono invitate a valutare il grado in cui ciascuna di queste otto caratteristiche le descrive su una scala Likert da 1= Per nulla a 5= Completamente.

BLOCCO E: Il focus regolatorio

L'ultima variabile indagata riguarda il focus regolatorio. In questa sezione si valuta la presenza nelle partecipanti di un orientamento alla promozione piuttosto che un orientamento alla prevenzione nella ricerca di obiettivi e nella scelta di strategie. Nel presente studio, per indagare tale variabile, viene utilizzato il *Regulatory Focus Questionnaire* (RFQ) di Higgins (2001), che valuta l'orientamento dell'individuo verso gli esiti basandosi sulle sue esperienze passate di successo o fallimento (Kelly et al., 2010). Il Regulatory Focus Questionnaire è composto da 11 items che, per tale ricerca, sono stati tradotti in italiano. Nello specifico la scala è formata da:

- 6 item riflessivi che valutano il focus cronico sulla promozione (ad esempio, “Quanto spesso hai raggiunto degli obiettivi che ti hanno entusiasmato a lavorare ancora più duramente?”; $\alpha = .65$)
- 5 item riflessivi che valutano il focus cronico sulla prevenzione (ad esempio, “Rispetto alla maggior parte delle persone, solitamente ritieni di non essere capace di ottenere ciò che vuoi dalla vita?”; $\alpha = .71$). Per questa subscale è stato eliminato l'ultimo item (“Ho trovato pochissimi hobby o attività nella mia vita che catturano il mio interesse o mi motivano a metterci impegno”), passando da un'affidabilità di $\alpha = .61$ ad $\alpha = .67$.

Ai partecipanti viene chiesto di indicare con quale frequenza specifici eventi si verificano o si sono verificati nella loro vita, tramite una scala Likert a 5 punti (da 1= Mai o quasi mai a 5= Molto spesso).

BLOCCO F: Strategie di coping

Per poter confrontare i livelli di focus regolatorio con un'altra misura di regolazione, è stata inserita un'ulteriore scala: la Brief COPE, *Coping Orientation to Problems Experienced* e nello specifico la sua versione validata in italiano, I-Brief COPE. Tale scala di coping indaga diverse modalità con cui le persone rispondono allo stress, in particolare gli sforzi di “coping attivo” contro quelle risposte di coping che possono diventare disfunzionali (Bongelli et al., 2022).

La scala I-Brief COPE è composta da 28 items raggruppati in 6 sub-scale:

- subscale di attivazione (6 items, ad esempio “Ho agito per cercare di migliorare la situazione”; $\alpha = .78$)
- subscale di deattivazione (6 items, ad esempio “Ho rinunciato al tentativo di farcela”; $\alpha = .61$). Tuttavia, eliminando un item (“Ho detto delle cose per far uscire i miei sentimenti spiacevoli”) l'affidabilità della subscale è aumentata ad $\alpha = .68$
- subscale che valuta il ricorso al supporto sociale (3 items, ad esempio “Ho ricevuto supporto emotivo da altri”, $\alpha = .88$)
- subscale di reinterpretazione umoristica (2 items, ad esempio “Ho preso in giro la situazione”; $\rho = .77$)
- subscale che valuta il ricorso alla religione/spiritualità (2 items, ad esempio “Ho pregato o meditato”; $\rho = .83$)
- subscale che indaga l'uso di sostanze (2 items, ad esempio “Ho fatto uso di alcol o altre droghe per sentirmi meglio”; $\rho = .94$)

Alle partecipanti viene chiesto di valutare la frequenza con cui hanno messo in atto i comportamenti descritti dagli items tramite una scala Likert a 4 punti (da 1= Non l'ho fatto per niente a 4= L'ho fatto molto).

Tuttavia, dall'analisi fattoriale è emerso che nel presente studio non viene replicata la struttura della validazione italiana. Per questo motivo la misura di coping non verrà discussa (vedi Tabella 3 e 4 in appendice per risultati).

BLOCCO G: Informazioni demografiche

Al termine del questionario vengono raccolte alcune informazioni di carattere demografico. Alle rispondenti viene chiesto di fornire dei dettagli in merito alla propria età, inserendo un numero in cifre, al proprio livello di istruzione e all'occupazione, tramite domande a scelta multipla. Infine viene posta una domanda circa il proprio stato economico rispetto alla famiglia media italiana. Quest'ultimo viene indagato chiedendo alle rispondenti di posizionarsi lungo una linea che rappresenta un continuum tra "Molto peggio" (0) e "Molto meglio" (100).

Infine è stato steso il debriefing per ringraziare la rispondente della sua partecipazione e per chiarire brevemente gli obiettivi della ricerca. Viene poi lasciato il recapito istituzionale dei responsabili, in modo tale da permettere alle partecipanti che lo desiderassero di ottenere ulteriori informazioni o chiarificazioni circa l'indagine a cui hanno partecipato.

2.3 Analisi e risultati

Nel seguente paragrafo si definiscono le analisi effettuate sulla base delle ipotesi di ricerca, verranno quindi presentate le frequenze e le correlazioni tra le variabili dello studio.

Ipotesi 1: oggettivazione e strategie di concealing

Per verificare la prima ipotesi, secondo cui subire oggettivazione sessuale porta ad un aumento delle strategie di concealing, è stato eseguito un t-test a campioni indipendenti. L'analisi dei dati (vedi Tabella 1) conferma innanzitutto l'efficacia della manipolazione. Infatti, si può osservare che le donne nella condizione oggettivante si auto-oggettivano di più rispetto alle donne nella condizione di controllo. I risultati dimostrano l'effetto predetto sul concealing: le partecipanti riportano livelli significativamente più elevati di concealing nella condizione oggettivante. Contrariamente all'ipotesi, tuttavia, non si registra l'effetto anche sull'exposing. Nonostante si possa osservare una differenza a livello di medie tra le due condizioni, in cui quando oggettivate si mostrano di meno, questa differenza non può essere considerata significativa in quanto $p > .05$.

Dalla successiva analisi di correlazione (vedi Tabella 2), si può osservare infatti come l'auto-oggettivazione correli con il concealing ma non con l'exposing, in entrambe le condizioni.

	Controllo (<i>N</i> = 105)	Oggettivazione (<i>N</i> = 124)	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>d</i> [95% CI]
	<i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>M</i> (<i>SD</i>)			
OBCS	2.98 (0.87)	3.63 (0.77)	-5.96	< .001	0.79 [-0.86, -0.43]
Concealment	2.82 (0.91)	3.13 (0.98)	-2.43	.016	0.32 [-0.56, -0.06]
Exposure	2.39 (0.91)	2.23 (0.94)	1.30	.194	0.17 [-0.08, 0.40]
Agency	3.45 (0.62)	3.28 (0.80)	1.76	.079	0.23 [-0.02, 0.36]
Promotion	2.48 (0.60)	3.37 (0.65)	1.29	.196	0.17 [-0.06, 0.27]
Prevention	5.56 (0.81)	3.26 (0.75)	2.94	.004	0.39 [0.10, 0.51]

Tabella 1. Statistiche descrittive delle variabili per condizione

Ipotesi 2: il focus regolatorio

Per quanto riguarda l'ipotesi relativa al legame con il focus regolatorio, il quale dovrebbe fungere da moderatore nell'utilizzo di strategie di concealing piuttosto che di exposing, l'analisi del t-test dimostra che la manipolazione ha avuto un effetto su questa variabile (vedi Tabella 1). Infatti, si può osservare come le partecipanti nella condizione di controllo utilizzino in maniera significativamente maggiore il focus regolatorio orientato alla prevenzione, rispetto alla condizione oggettivante. Visto questo spostamento, il focus regolatorio di prevenzione non può essere considerato, come da ipotesi, un moderatore. Per questo motivo non si procede con l'analisi di moderazione.

L'analisi sulle correlazioni (vedi Tabella 2) dimostra l'esistenza di una correlazione negativa significativa tra il focus regolatorio di promozione e il concealing, in entrambe le condizioni. Ciò significa che utilizzare un focus orientato alla promozione può, in linea con le ipotesi, essere associato a minori strategie di concealing. Si può osservare inoltre che il focus regolatorio di promozione correla positivamente in maniera significativa con l'exposing nella condizione oggettivante ma non nella condizione di controllo.

Come ipotizzato quindi, quando le partecipanti subiscono oggettivazione, utilizzando un focus regolatorio di promozione, mettono in atto più strategie di exposing.

Ipotesi 3: l'agency

La terza ipotesi dello studio, secondo cui fare exposing aumenterebbe il senso di agency, può essere in parte spiegata dall'analisi del t-test. Come mostrano i risultati nella Tabella 1, le partecipanti registrano livelli lievemente più elevati di agency nella condizione di controllo rispetto alla condizione oggettivante, nella quale fanno infatti più concealing. Tuttavia, essendo $p > .05$, non può essere considerato un vero e proprio effetto ma, poiché $p < .10$, si definisce una tendenza.

Dall'analisi di correlazione (vedi Tabella 2), si osserva una correlazione negativa tra l'agency e il concealing. Al contrario, si riscontra una correlazione positiva tra l'agency e l'exposing nella condizione oggettivante, dimostrando l'ipotesi secondo cui mettere in atto strategie di exposing aumenterebbe il senso di agency.

Tabella 2. Correlazioni tra le variabili: valori inferiori alla diagonale per la condizione di controllo e valori superiori alla diagonale per la condizione oggettivante

	OBCS	Concealment	Exposure	Agency	Promotion	Prevention
OBCS	1	.307***	-0,016	-.278**	-0,059	-0,054
Concealment	.298**	1	-.606**	-.204*	-.277**	-0,071
Exposure	0,128	-.403***	1	.243**	.300**	0,000
Agency	-0,070	-.233*	0,174	1	.327***	-.274**
Promotion	-0,134	-.317**	0,153	.421***	1	0,032
Prevention	0,012	-0,107	0,098	-0,073	-0,016	1

$p < .05$; * $p < .01$; ** $p < .001$ ***

CAPITOLO 3

Discussione e conclusioni

Nel seguente capitolo conclusivo verranno discussi i risultati ottenuti dallo studio sulla base delle ipotesi di partenza. In seguito, verranno delineati i limiti della ricerca e le possibili prospettive future.

3.1 Discussione dei risultati

Dall'analisi della letteratura si è potuto comprendere come porre le donne in una situazione in cui il corpo è al centro dell'attenzione e sottoposto al giudizio altrui, può portare queste ultime ad auto-oggettivarsi (Fredrickson & Roberts, 1997). La presente ricerca ha potuto confermare questo fenomeno. Infatti, i risultati dimostrano come le donne nella condizione oggettivante, alle quali viene chiesto di immaginare di essere video-registrate e valutate per il loro aspetto fisico, riportano livelli di auto-oggettivazione più elevati rispetto alle partecipanti nella condizione di controllo, le quali immaginano invece un audio-registrazione e una valutazione circa le loro opinioni. Questo risultato evidenzia un'importante differenza sulla percezione che le donne hanno del loro corpo quando quest'ultimo è al centro dell'attenzione rispetto a quando non viene considerato. La scala utilizzata nella presente ricerca indaga una particolare componente dell'auto-oggettivazione, la sorveglianza del corpo, ovvero il pensiero persistente e il monitoraggio abituale di questo (Dakanalis et al., 2015). Dunque si può affermare che, quando le donne sono sottoposte allo sguardo altrui, tendono a prestare molta attenzione al loro corpo, a monitorarlo e a preoccuparsi del loro aspetto, cosa che avviene in maniera nettamente inferiore in una situazione in cui si sentono libere dallo sguardo esterno, in linea con la letteratura (es. Fredrickson et al., 1998).

La prima ipotesi della ricerca riguardava il concealing, una possibile conseguenza dell'auto-oggettivazione. È stato ipotizzato che subire oggettivazione porti ad un aumento delle strategie di concealing. La ricerca ha confermato questa tesi: i risultati, infatti, dimostrano che le donne nella condizione oggettivante tendono a nascondere maggiormente il loro corpo rispetto alle donne nella condizione di controllo. Questo risultato è in linea

con numerosi studi, precedentemente analizzati, che evidenziano che le donne utilizzano strategie di coping di evitamento e di correzione dell'aspetto, come nascondere parti del corpo non gradite, di fronte a minacce per la propria immagine corporea (es. Cash et al., 2005).

Tuttavia, l'ipotesi viene confermata solo in parte poiché la manipolazione non ha portato effetti significativi anche sull'exposing. Infatti, tra le partecipanti non si registra una diminuzione significativa dei comportamenti di exposing nella condizione oggettivante. In questo senso non si può affermare che le donne, quando subiscono oggettivazione sessuale, riducono i comportamenti di esposizione del loro corpo. Questo risultato inatteso può essere imputabile a diversi fattori, quali ad esempio la modalità di costruzione della manipolazione. Alle partecipanti nella condizione oggettivante è stato chiesto di descrivere una situazione in cui sarebbero state video-registrate e valutate per il loro aspetto fisico. È possibile che questa formulazione, che implica un'osservazione esterna e una valutazione da parte di terzi, vada ad agire principalmente sulla componente cognitiva dell'auto-oggettivazione. Da studi precedenti (Cervone et al., 2024), si osserva come il body concealment sia associato prevalentemente alla componente cognitiva dell'auto-oggettivazione, legata appunto al preoccuparsi di come il proprio corpo appare agli altri. Al contrario, il body exposure risulta maggiormente associato alla componente identitaria dell'auto-oggettivazione, legata al valore che si attribuisce al proprio corpo piuttosto che alla propria interiorità. Una possibile spiegazione del risultato ottenuto può dunque risiedere nel fatto che la manipolazione non agisca su questa componente. Si può ipotizzare poi che, essendo l'exposing legato alla componente identitaria, sia anche meno suscettibile a cambiamenti sulla base alla situazione.

A sostegno di questa interpretazione, poiché non si è registrata una correlazione tra i comportamenti di exposing e l'auto-oggettivazione, un'ulteriore spiegazione può risiedere nella scelta della scala utilizzata per misurare i livelli di auto-oggettivazione, la OBCS. La scala utilizzata misura infatti il *body monitoring*, anche in questo caso una componente cognitiva dell'auto-oggettivazione. Inoltre, la presenza di un floor effect potrebbe spiegare l'assenza di una diminuzione significativa nei comportamenti di esposizione del corpo tra le partecipanti sottoposte a oggettivazione. Infatti, le medie relative ai comportamenti di exposing risultano particolarmente basse in entrambe le condizioni.

Per quanto riguarda la terza ipotesi, i risultati non hanno seguito la direzione immaginata. Si è ipotizzato innanzitutto che il focus regolatorio dovesse agire da moderatore nella messa in atto di strategie di concealing/exposing. Tuttavia, dai risultati è emerso che la condizione ha avuto un effetto sul focus regolatorio di prevenzione, spostando significativamente i livelli da una condizione all'altra. Una possibile spiegazione potrebbe essere legata alla scala di misurazione della variabile, la quale potrebbe non catturare accuratamente il costrutto. Infatti, la scala non solo si basa esclusivamente sulle esperienze passate (Kelly et al., 2010) ma presenta anche un'affidabilità bassa. In questo senso, la scala potrebbe non essere sufficientemente ben definita.

Dapprima si è ipotizzato che utilizzare un focus regolatorio orientato alla prevenzione si associasse a maggiori comportamenti di concealing, al contrario un focus regolatorio orientato alla promozione a maggiori comportamenti di exposing. L'ipotesi viene solo in parte confermata, in quanto non è stato possibile continuare l'analisi sul focus di prevenzione. Oltretutto, da una preliminare analisi risulta che le partecipanti che subiscono oggettivazione utilizzano il focus di prevenzione in maniera minore rispetto alle partecipanti nella condizione di controllo. Il focus di prevenzione si sposta quindi in direzione opposta a quella ipotizzata. Questo risultato è in contrasto anche con altri studi che dimostrano come le donne che subiscono oggettivazione tendono ad utilizzare maggiormente uno stile di coping evitante (Baggett et al., 2019). Per spiegare questo risultato inaspettato, si può supporre che l'utilizzo di comportamenti di concealing in risposta all'oggettivazione funga già di per sé da strategia di coping. In questo senso, nascondere il proprio corpo rappresenta, più che una conseguenza negativa dell'oggettivazione sessuale, una modalità che le donne utilizzano per fronteggiare l'esperienza oggettivante, probabilmente riducendo il senso di vergogna che deriva dall'esposizione del proprio corpo. Di conseguenza, il motivo per cui le donne oggettivate mostrano livelli più bassi di focus di prevenzione potrebbe essere legato al fatto che utilizzano il concealing come una strategia di coping, riducendo la necessità di adottare altre misure preventive.

Per quanto riguarda il focus regolatorio di promozione invece, in linea con l'ipotesi, risulta moderare la relazione tra auto-oggettivazione e comportamenti di concealing/exposing. In particolare, lo studio dimostra come utilizzare un focus di promozione si associ a più comportamenti di exposing nella condizione oggettivante. Si può affermare quindi che utilizzare un focus regolatorio orientato alla promozione possa portare le

donne a fronteggiare l'oggettivazione sessuale esponendo il loro corpo. Le donne che adottano un focus regolatorio di promozione potrebbero quindi trovare meno utile utilizzare misure di protezione, come il comportamento di concealing, e più importante invece adottare misure proattive come l'exposing.

È in questa direzione che si sviluppa la terza ipotesi della ricerca: adottare strategie di exposing porterebbe a livelli più elevati di agency personale. Lo studio conferma dapprima che le donne, quando subiscono oggettivazione sessuale, riportano livelli più bassi di agency. Nonostante il risultato non possa essere considerato significativo, si registra l'esistenza di una tendenza. Dunque, sebbene i risultati non siano sufficientemente forti per confermare in modo definitivo l'ipotesi, una tendenza suggerisce che subire oggettivazione, e dunque mettere in atto più comportamenti di concealing, potrebbe effettivamente ad una diminuzione del proprio senso di agency. La successiva analisi conferma una correlazione positiva tra agency ed exposing e una correlazione negativa tra agency e concealing: rispondere all'oggettivazione esponendo sé stesse aumenta il senso di controllo e potere personale. Questo risultato è in linea con studi precedenti che mostrano come esporre il proprio corpo possa essere una forma di auto-determinazione (es. Gill, 2007).

3.2 Limiti della ricerca e prospettive future

Lo studio condotto presenta alcuni limiti che devono essere presi in considerazione nell'analisi dei risultati ottenuti. Tali aspetti sono importanti anche per delineare possibili studi futuri che possano indagare in maniera più approfondita il fenomeno in esame.

Il primo limite da considerare riguarda il campione e la sua rappresentatività. Il campione utilizzato potrebbe non essere abbastanza ampio o diversificato per rappresentare l'intera popolazione femminile. Infatti, la modalità di diffusione del questionario, distribuito per rete di conoscenze, può aver contribuito a creare un campione omogeneo dal punto di vista culturale, rendendo i risultati poco generalizzabili ad altre popolazioni o contesti. Studi futuri possono arginare questo limite ampliando il campione e analizzando come i risultati variano tra differenti culture o gruppi demografici. Interessante

sarebbe anche analizzare la variabile età, indagando gli effetti che comporta nella messa in atto di strategie di concealing piuttosto che di exposing. Questa analisi potrebbe offrire interessanti spunti di riflessione per comprendere non solo l'influenza dell'età dal punto di vista evolutivo ma anche i cambiamenti a livello di generazione e quindi l'influenza del contesto socio culturale in cui cresce una donna.

Un secondo limite è rappresentato dalla modalità di costruzione della manipolazione, che richiedeva alle partecipanti di rispondere a due domande aperte. Questa strutturazione potrebbe aver contribuito ad alimentare gli elevati livelli di turnover che sono stati registrati nello studio. Inoltre, più della metà delle partecipanti ha dichiarato di aver inventato la situazione descritta. Il fatto che la manipolazione fosse costruita sulla base di una situazione non vissuta in prima persona, può aver contribuito alla tendenza, nelle partecipanti, ad immaginare dei comportamenti diversi da quelli che avrebbero effettivamente messo in atto nella realtà.

Un terzo limite riguarda la scelta della scala per misurare i livelli di auto-oggettivazione, l'OBCS. Come precedentemente esposto, la scala si limita a misurare una componente cognitiva dell'auto-oggettivazione, la sorveglianza del corpo. Essendo il body exposure maggiormente legato alla componente identitaria dell'oggettivazione, l'assenza di risultati conformi alle ipotesi può essere imputabile a questo aspetto. Per superare questo limite, si potrebbero ampliare le analisi utilizzando delle scale che indaghino anche la componente cognitiva dell'oggettivazione.

Infine, uno dei principali limiti dello studio riguarda sicuramente la misurazione delle strategie di coping e i risultati relativi al focus regolatorio. Innanzitutto, il focus regolatorio di prevenzione non sembrava essere in relazione con i costrutti oggetti di studio, la sua affidabilità interna non era consistente e forniva dati contrastanti. Per questi motivi, non si è proceduto con l'analisi di moderazione. Inoltre, per verificare un'ulteriore ipotesi derivante dai risultati del pre-test condotto, si è introdotta un'ulteriore misura, una scala di coping. Tuttavia, anche questa variabile è stata esclusa dalle analisi in quanto non è stata replicata la struttura della validazione italiana. L'esclusione di queste misure, oltre a rappresentare un limite dal punto di vista metodologico, ha precluso la possibilità di verificare appieno le ipotesi formulate. Quindi, ricerche future dovrebbero esplorare ulteriormente le ipotesi alternative emerse dai risultati inattesi, per offrire nuove prospettive

teoriche e pratiche. Per affrontare questa questione complessa, sarebbe in primis opportuno individuare e utilizzare scale con un'affidabilità più elevata, al fine di ottenere una raccolta dati più precisa. Studi futuri possono in questo modo approfondire il ruolo delle strategie regolatorie e di coping nell'utilizzo di comportamenti di concealing/exposing. In secondo luogo, ricerche future potrebbero esplorare il ruolo di altre variabili intervenienti utili alle donne per fronteggiare l'oggettivazione.

In conclusione, la ricerca condotta pone al centro dell'attenzione come le donne poste in una situazione in cui il loro corpo è al centro dell'attenzione si auto-oggettivano e, di conseguenza, tendano a nascondere il proprio corpo. Nonostante i limiti dello studio e la presenza di risultati inattesi, in un'epoca in cui l'oggettivazione sessuale è così diffusa, la ricerca condotta sottolinea l'importanza di sviluppare interventi atti a ridurre l'impatto negativo dell'oggettivazione sulle donne. Ad esempio, programmi educativi o di supporto psicologico possono aumentare la consapevolezza sui danni dell'oggettivazione nonché promuovere un focus di promozione e strategie di coping proattive ed efficaci, al fine di migliorare il benessere psicologico delle donne.

BIBLIOGRAFIA

Aubrey, J. S., Henson, J. R., Hopper, K. M., & Smith, S. E. (2009). *A picture is worth twenty words (about the self): Testing the priming influence of visual sexual objectification on women's self-objectification*. *Communication research reports*, 26(4), 271-284. <https://doi.org/10.1080/08824090903293551>

Bailey, K. A., Lamarch, L., Gammage, K. L., & Sullivan, P. J. (2016). *Self-objectification and the use of body image coping strategies: The role of shame in highly physically active women*. *The American journal of psychology*, 129(1), 81-90. <https://doi.org/10.5406/amerjpsyc.129.1.0081>

Baggett, C., Nagoshi, C., & Nagoshi, J. (2020). *Don't Objectify Me!: Sexual Self-Monitoring, Coping, and Psychological Maladjustment*. In *Psycho-Social Aspects of Human Sexuality and Ethics*. IntechOpen. DOI: 10.5772/intechopen.90997

Bell, B. T., Cassarly, J. A., & Dunbar, L. (2018). *Selfie-objectification: Self-objectification and positive feedback ("likes") are associated with frequency of posting sexually objectifying self-images on social media*. *Body image*, 26, 83-89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.005>

Bongelli, R., Fermani, A., Canestrari, C., Riccioni, I., Muzi, M., Bertolazzi, A., & Burro, R. (2022). *Italian validation of the situational brief cope scale (I-brief cope)*. *Plos one*, 17(12), e0278486. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0278486>

Breines, J. G., Crocker, J., & Garcia, J. A. (2008). *Self-objectification and well-being in women's daily lives*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(5), 583-598. <https://doi.org/10.1177/0146167207313727>

Calogero, R. M. (2012). *Objectification theory, self-objectification, and body image*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384925-0.00091-2>

Calogero, R. M., Tylka, T. L., Siegel, J. A., Pina, A., & Roberts, T.-A. (2021). *Smile pretty and watch your back: Personal safety anxiety and vigilance in objectification theory*. *Journal of Personality and Social Psychology*, *121*(6), 1195–1222. <https://doi.org/10.1037/pspi0000344>

Cash, T. F., Santos, M. T., & Williams, E. F. (2005). *Coping with body-image threats and challenges: Validation of the Body Image Coping Strategies Inventory*. *Journal of psychosomatic research*, *58*(2), 190-199. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2004.07.008>

Cervone, C., Vezzoli, M., Ruzzante, D., Galdi, S., Formanowicz, M., Guizzo, F., & Suitner, C. (2024). *Body concealment: the flip-side of self-objectification*. Unpublished manuscript.

Choma, B. L., Shove, C., Busseri, M. A., Sadava, S. W., & Hosker, A. (2009). *Assessing the role of body image coping strategies as mediators or moderators of the links between self-objectification, body shame, and well-being*. *Sex Roles*, *61*, 699-713. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9666-9>

Crane, D. (1999). *Clothing behavior as non-verbal resistance: marginal women and alternative dress in the nineteenth century*. *Fashion theory*, *3*(2), 241-268.

Dakanalis, A., Timko, A. C., Clerici, M., Riva, G., & Carrà, G. (2017). *Objectified body consciousness (OBC) in eating psychopathology: Construct validity, reliability, and measurement invariance of the 24-item OBC scale in clinical and nonclinical adolescent samples*. *Assessment*, *24*(2), 252-274. <https://doi.org/10.1177/1073191115602553>

Davis, S. E. (2018). *Objectification, sexualization, and misrepresentation: Social media and the college experience*. *Social media+ society*, 4(3), 2056305118786727. <https://doi.org/10.1177/2056305118786727>

Dimas, M. A., Galway, S. C., & Gammage, K. L. (2021). *Do you see what I see? The influence of self-objectification on appearance anxiety, intrinsic motivation, interoceptive awareness, and physical performance*. *Body Image*, 39, 53-61. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.05.010>

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). *Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks*. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.

Gervais, S. J., Vescio, T. K., & Allen, J. (2011). *When what you see is what you get: The consequences of the objectifying gaze for women and men*. *Psychology of women quarterly*, 35(1), 5-17. DOI: 10.1177/0361684310386121

Gill, R. (2007). *Postfeminist media culture: Elements of a sensibility*. *European journal of cultural studies*, 10(2), 147-166.

Gutermuth, D., & Hamstra, M. R. (2024). *Are there gender differences in promotion–prevention self-regulatory focus?* *British Journal of Psychology*, 115(2), 306-323.

Haws, K. L., Dholakia, U. M., & Bearden, W. O. (2010). *An assessment of chronic regulatory focus measures*. *Journal of Marketing Research*, 47(5), 967-982.

Higgins, E. T., Friedman, R. S., Harlow, R. E., Idson, L. C., Ayduk, O. N., & Taylor, A. (2001). *Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus prevention pride*. *European Journal of Social Psychology*, 31(1), 3-23.

Jewett, L. R., Malcarne, V. L., Kwakkenbos, L., Harcourt, D., Rumsey, N., Körner, A., ... & Fortin, P. (2016). *Development and validation of the Body Concealment Scale for Scleroderma*. *Arthritis care & research*, 68(8), 1158-1165. DOI 10.1002/acr.22819

Joireman, J., Shaffer, M. J., Balliet, D., and Strathman, A. (2012). *Promotion orientation explains why future-oriented people exercise and eat healthy – evidence from the two-factor consideration of future consequences-14 Scale*. *Pers. Soc. Psychol. Bull.* 38, 1272–1287. DOI: 10.1177/0146167212449362

McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). *The objectified body consciousness scale: Development and validation*. *Psychology of women quarterly*, 20(2), 181-215.

Miner-Rubino, K., Twenge, J. M., & Fredrickson, B. L. (2002). *Trait self-objectification in women: Affective and personality correlates*. *Journal of Research in Personality*, 36(2), 147-172. DOI: 10.1006/jrpe.2001.2343

Montemurro, B., & Gillen, M. M. (2013). *How clothes make the woman immoral: Impressions given off by sexualized clothing*. *Clothing and Textiles Research Journal*, 31(3), 167-181. DOI: 10.1177/0887302X13493128

Moore, J. W. (2016). What is the sense of agency and why does it matter? *Frontiers in psychology*, 7, 209433. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01272>

Noll, S. M., & Fredrickson, B. L. (1998). *A mediational model linking self-objectification, body shame, and disordered eating*. *Psychology of women quarterly*, 22(4), 623-636.

Ouschan, L., Boldero, J. M., Kashima, Y., Wakimoto, R., & Kashima, E. S. (2007). *Regulatory focus strategies scale: A measure of individual differences in the endorsement of regulatory strategies*. *Asian Journal of Social Psychology*, 10(4), 243-257. <https://doi.org/10.1111/j.1467-839X.2007.00233.x>

Pfattheicher, S., & Sassenrath, C. (2014). *A regulatory focus perspective on eating behavior: how prevention and promotion focus relates to emotional, external, and restrained eating*. *Frontiers in psychology*, 5, 117912. DOI: 10.3389/fpsyg.2014.01314

Pula, K., Parks, C. D., and Ross, C. F. (2014). *Regulatory focus and food choice motives. Prevention orientation associated with mood, convenience, and familiarity*. *Appetite* 78, 15–22. DOI: 10.1016/j.appet.2014.02.015

Quinn, D. M., Kallen, R. W., Twenge, J. M., & Fredrickson, B. L. (2006). *The disruptive effect of self-objectification on performance*. *Psychology of women quarterly*, 30(1), 59-64. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2006.00262.x>

Sartori, R. (2007). *Response bias e response style negli strumenti self-report*. DiPAV quaderni. Fascicolo 20, 2007, 1000-1008.

Schooler, D. (2015). *The woman next to me: Pairing powerful and objectifying representations of women*. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 15(1), 198-212. DOI: 10.1111/asap.12070

Seibt, B., & Förster, J. (2004). *Stereotype threat and performance: how self-stereotypes influence processing by inducing regulatory foci*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 38–56. DOI: 10.1037/0022-3514.87.1.38

Swim, J. K., Cohen, L. L., & Hyers, L. L. (1998). *Experiencing everyday prejudice and discrimination*. In *Prejudice* (pp. 37-60). Academic Press. DOI: 10.1016/B978-012679130-3/50037-5

Tiggemann, M., & Andrew, R. (2012). *Clothes make a difference: The role of self-objectification*. *Sex Roles*, 66, 646-654. DOI 10.1007/s11199-011-0085-3

Trautmann, J., Worthy, S. L., & Lokken, K. L. (2007). *Body dissatisfaction, bulimic symptoms, and clothing practices among college women*. *The Journal of Psychology*, 141(5), 485-498. <https://doi.org/10.3200/JRLP.141.5.485-498>

Volpato, C. (2013). *Negare l'altro: la deumanizzazione e le sue forme*. *Psicoterapia e scienze umane*: XLVII, 2, 2013, 311-328. DOI: 10.3280/PU2013-002012

Volpato, C. (2014). *Deumanizzazione: Come si legittima la violenza*. Gius. Laterza & Figli Spa.

Ward, L. M. (2016). *Media and sexualization: State of empirical research, 1995–2015*. *The Journal of Sex Research*, 53(4-5), 560-577. <https://doi.org/10.1080/00224499.2016.1142496>

Woertman, L., & Van den Brink, F. (2012). *Body image and female sexual functioning and behavior: A review*. *Journal of sex research*, 49(2-3), 184-211. DOI: [10.1080/00224499.2012.658586](https://doi.org/10.1080/00224499.2012.658586)

APPENDICE

	Controllo (<i>N</i> = 105)	Oggettivazione (<i>N</i> = 124)	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>d</i> [95% CI]
	<i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>M</i> (<i>SD</i>)			
Coping Activation	3.12 (0.44)	3.02 (0.52)	1.68	.094	0.22 [-0.02, 0.23]
Coping Deactivation	2.16 (0.55)	2.32 (0.59)	-2.06	.041	0.27 [-0.31, -0.01]
Coping Social support	2.89 (0.76)	2.85 (0.83)	0.40	.687	0.05 [-0.17, 0.25]
Coping Humor	2.23 (0.81)	2.34 (0.96)	-0.92	.358	0.12 [-0.34, 0.12]
Coping Religion	1.57 (0.75)	1.76 (0.91)	-1.68	.093	0.22 [-0.41, 0.03]
Coping Substance	1.57 (0.78)	1.50 (0.84)	0.66	.506	0.09 [-0.14, 0.28]

Tabella 3. Medie e deviazioni standard per le strategie di coping (I-Brief COPE)

Tabella 4. Correlazioni tra le variabili e le strategie di coping (I-Brief COPE): valori inferiori alla diagonale per la condizione di controllo e valori superiori alla diagonale per la condizione oggettivante

	OBCS	Concealment	Exposure	Agency	Promotion	Prevention	Coping Activation	Coping Deactivation	Coping Social support	Coping Humor	Coping Religion	Coping Substance
OBCS	1	.307***	-0,016	-.278**	-0,059	-0,054	-0,048	.400**	.196*	.252**	-.226*	0,137
Concealment	.298**	1	-.606**	-.204*	-.277**	-0,071	-0,162	0,175	-0,151	0,095	-.325**	0,039
Exposure	0,128	-.403***	1	.243**	.300**	0,000	.227*	-0,062	0,171	0,079	.186*	0,043
Agency	-0,070	-.233*	0,174	1	.327***	-.274**	.347**	-.284**	-.191*	-0,097	.271**	0,153
Promotion	-0,134	-.317**	0,153	.421***	1	0,032	.327**	-.442**	.192*	-0,094	0,109	-0,063
Prevention	0,012	-0,107	0,098	-0,073	-0,016	1	-0,157	-.277**	0,084	-0,001	-.218*	-.470**
Coping Activation	0,015	-0,051	0,096	.234*	.274**	-.261**	1	-.214*	0,120	0,098	.276**	.191*
Coping Deactivation	.306**	.393**	-0,130	-.277**	-.385**	-0,063	-0,100	1	0,010	.251**	0,015	.295**
Coping Social support	0,080	-0,088	0,034	-0,030	0,072	0,025	0,154	-0,009	1	0,111	-0,035	0,025
Coping Humor	0,015	-0,048	0,103	0,075	0,073	-0,028	0,047	0,122	-.195*	1	-0,010	0,167
Coping Religion	-0,055	0,081	0,101	0,121	0,188	-0,007	.246*	-0,095	0,151	-0,010	1	0,088
Coping Substance	.245*	0,090	-0,048	-0,079	-0,033	-.316**	0,083	.310**	-0,055	.202*	0,011	1

p < .05; * p < .01; ** p < .001***