



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

**Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione,  
DPSS**

**Dipartimento di Psicologia Generale, DPG**

**Corso di Laurea Triennale in Scienze Psicologiche dello Sviluppo,  
della Personalità e delle Relazioni Interpersonali**

**Elaborato finale**

**Immagine corporea e *photo investment*: analisi delle  
proprietà psicometriche della versione italiana della *Photo  
Investment Scale* e relazione con l'insoddisfazione corporea**

***Body image and photo investment: analysis of the psychometric  
properties of the Italian version of the Photo Investment Scale and  
relationship with body dissatisfaction***

***Relatrice: Prof.ssa Marta Ghisi***

***Correlatore: Dott. Paolo Mancin***

***Laureanda: Alessia Coccato***

***Matricola: 1220754***

Anno Accademico 2021-2022



## INDICE

Introduzione .....	5
<b>1. CAPITOLO 1 .....</b>	<b>7</b>
<b>1. Relazione tra comportamenti basati sulle fotografie e immagine corporea negativa .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Immagine corporea negativa .....</b>	<b>8</b>
<b>1.1.1 Insoddisfazione corporea .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1.2 Il Modello Tripartito di Influenza .....</b>	<b>12</b>
<b>1.2 Comportamenti basati sulle fotografie .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2.1 Photo Posting.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.2 Photo Manipulation .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.3 Photo Investment .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.4 Body Image Control in photos.....</b>	<b>17</b>
<b>2. CAPITOLO 2 .....</b>	<b>19</b>
<b>2. Strumenti di valutazione necessari a valutare i comportamenti basati sulle fotografie .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Photo Investment Scale .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2. Investimento fotografico nei <i>selfie</i> altrui .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3. Altri strumenti per indagare i comportamenti sui <i>social media</i>.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.1.Photo Manipulation Scale Revised .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.2.Body Image Control in Photos questionnaire-Revised (BICPQ-R) .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.3.Appearance-Related Social Media Consciousness Scale (ASMC) .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.4.Concern about appearance on SNs Scale (CONAPP e CONAPP-S) .....</b>	<b>21</b>
<b>3. CAPITOLO 3 .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.Obiettivi e ipotesi .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2. Metodo .....</b>	<b>24</b>
<b>3.2.1.Partecipanti .....</b>	<b>24</b>
<b>3.2.2.Procedura .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2.3.Strumenti .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3.Analisi dei dati.....</b>	<b>29</b>
<b>3.4. Risultati.....</b>	<b>29</b>
<b>3.4.1.Coerenza interna.....</b>	<b>29</b>
<b>3.4.2.Validità convergente .....</b>	<b>29</b>
<b>3.4.3.Stabilità Temporale .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4.4.Correlazione con l'insoddisfazione corporea .....</b>	<b>30</b>
<b>3.5.Discussioni e conclusioni .....</b>	<b>30</b>
<b>4. Riferimenti bibliografici.....</b>	<b>35</b>
<b>4.1.Sitografia.....</b>	<b>45</b>



## Introduzione

L'immagine corporea è un costrutto multidimensionale, caratterizzato dalle percezioni, dai pensieri, dalle emozioni e dai comportamenti di un individuo nei confronti del proprio corpo (Cash & Pruzinsky, 2002). Se queste dimensioni assumono una connotazione negativa, si parla di immagine corporea negativa (Hartmann, 2019; Stice & Shaw, 2002). L'insoddisfazione corporea costituisce un aspetto dell'immagine corporea negativa ed è caratterizzata da una discrepanza percepita tra come l'aspetto fisico viene percepito dall'individuo nella vita reale e l'ideale corporeo che vorrebbe raggiungere (Grogan, 2016; Halliwell & Dittmar, 2006). L'insoddisfazione corporea può portare a conseguenze negative, come esperire emozioni negative verso sé stessi e mettere in atto comportamenti disfunzionali (Cash & Pruzinsky, 2002), che possono poi sfociare in disturbi dell'immagine corporea, come i disturbi alimentari (Thompson et al., 1999). Infatti, la presenza di un'immagine corporea negativa e di insoddisfazione corporea è tipica di alcuni disturbi psicologici come l'Anoressia Nervosa (AN), la Bulimia Nervosa (BN), e il Disturbo da Dismorfismo Corporeo (DDC) (Sadibolova et al., 2019). Il Modello Tripartito d'Influenza (Thompson et al., 1999) ha delineato tre fonti primarie che influiscono sull'insoddisfazione corporea: i coetanei, i genitori e i *mass media*. Tra questi ultimi, sono inclusi i *social media*, piattaforme *online* sempre più diffuse nella popolazione generale. In particolare, i siti di *social network* basati sulle fotografie, come *Instagram* e *Facebook*, assumono un ruolo rilevante in quanto svolgono un ruolo importante nel possono portare a diffondere attraverso le immagini ciò che nella società è considerabile attraente, ovvero gli ideali di bellezza irraggiungibili, i quali vanno a ridimensionare il modo in cui le persone si percepiscono e si rapportano con il proprio aspetto fisico (Neumark-Sztainer et al, 2011).

Tra le dimensioni legate all'utilizzo dei *social media* con un'influenza significativa sull'immagine corporea negativa e sui comportamenti alimentari disfunzionali (Chang et al., 2019), vi sono i "comportamenti basati sulle fotografie" quali *Photo Posting*, *Photo Manipulation*, *Photo Investment* e *Body Image Control in photos*. In letteratura sono stati sviluppati diversi strumenti per valutare questi comportamenti: la *Photo Manipulation Scale* (PMS; Mc Lean et al., 2015) e la *Photo Manipulation Scale – Revised* (PMS-R; Gioia et al., 2021), il *Body Image Control in Photos questionnaire* -

*Revised* (BICPQ-R; Boursier & Manna, 2019), *l'Appearance-Related Social Media Consciousness Scale* (ASMC; Choukas-Bradley & Galla, 2020), *Concern about appearance on SNS Scale* (CONAPP; González-Nuevo et al., 2021) e la *Photo Investment Scale* (PIS; McLean et al., 2015). Tra questi la PIS rappresenta uno degli strumenti più diffusi per l'indagine dell'investimento delle fotografie, ovvero l'impegno e lo sforzo messi nella scelta delle fotografie da pubblicare online, il quale ha dimostrato una relazione unica con l'immagine corporea negativa (McLean et al., 2015).

Il presente studio si pone l'obiettivo di contribuire alla validazione della PIS all'interno della popolazione italiana analizzandone alcune proprietà psicometriche (coerenza interna, validità convergente e stabilità temporale) e di indagare la relazione tra investimento delle fotografie e insoddisfazione corporea.

Il primo capitolo descriverà a livello teorico il costrutto di immagine corporea, in particolare dell'immagine corporea negativa e della relativa dimensione dell'insoddisfazione corporea. Nello specifico, verrà prestata attenzione al legame fra insoddisfazione corporea e i disturbi psicologici associati e comportamenti basati sulle fotografie.

Il secondo capitolo rappresenterà una rassegna di alcuni strumenti già presenti in letteratura che indagano e valutano i comportamenti basati sulle fotografie. Nello specifico, verranno descritti: la *Photo Manipulation Scale* (PMS; Mc Lean et al., 2015) e la *Photo Manipulation Scale – Revised* (PMS-R; Gioia et al., 2021), il *Body Image Control in Photos questionnaire - Revised* (BICP-R; Boursier & Manna, 2019), *l'Appearance-Related Social Media Consciousness Scale* (ASMC; Choukas-Bradley & Galla, 2020), la *Concern about appearance on SNS Scale* (CONAPP e CONAPP-S; González-Nuevo, 2021) e la *Photo Investment Scale* (PIS; McLean et al., 2015).

Il terzo e ultimo capitolo presenterà lo studio condotto. Nello specifico, verranno descritti il metodo utilizzato per la conduzione dello studio, le analisi statistiche condotte su un campione di partecipanti femmine e i risultati ottenuti. Verrà poi dedicata una parte alla discussione dei risultati emersi, alla luce degli studi esistenti sull'argomento; infine, verranno esposti i limiti e le potenziali prospettive future.

## CAPITOLO 1

### **1. Relazione tra comportamenti basati sulle fotografie e immagine corporea negativa**

L'immagine corporea è un costrutto multidimensionale introdotto ufficialmente nel 1935 da Schilder, il quale l'ha definita come l'immagine e la rappresentazione del proprio corpo nella propria mente, ovvero il modo in cui il corpo viene rappresentato dalla persona stessa (Schilder, 1935). Secondo Slade l'immagine corporea risulta avere una componente percettiva (come la persona visualizza e giudica il proprio corpo), una attitudinale (cosa pensa la persona del proprio corpo), una affettiva (i sentimenti riguardo al proprio corpo) e una comportamentale (pratiche relative all'attività fisica, al piano alimentare), descrivendola come “l'immagine che abbiamo nella nostra mente della forma, dimensione, taglia del corpo, sentimenti che proviamo rispetto a queste caratteristiche e alle singole parti del nostro corpo” (Slade, 1994). Più recentemente Cash definisce l'immagine corporea come “un'insieme di percezioni e atteggiamenti di ciascuno collegati al proprio corpo che includono pensieri, convinzioni, sentimenti e comportamenti” (Cash, 2002). Quindi, a seguito delle diverse definizioni che si sono susseguite negli anni, l'immagine corporea è attualmente definita come una rappresentazione mentale caratterizzata dall'insieme di percezioni, emozioni, pensieri e comportamenti che un individuo sviluppa riguardo al suo corpo (Grogan, 2016). Non sempre questi componenti hanno una connotazione positiva, come nel caso in cui l'individuo riconosce la presenza di una discrepanza tra l'aspetto fisico reale e quello ideale. In questo caso, si parla di insoddisfazione corporea, la quale, rappresenta uno dei maggiori fattori di rischio e di mantenimento dei disturbi legati all'immagine corporea e all'alimentazione (Thompson et al., 1999).

Negli ultimi anni la divulgazione dei *social media* è aumentata, in particolare negli adolescenti e nei giovani adulti. In Italia, per esempio, *Instagram* ha mostrato un incremento del 14,2 % di utenti in più da marzo 2019 a marzo 2020 (Agcom, 2020). Il crescente aumento dei *social media* è stato confermato tra gli adolescenti dell'UE tra i 12 e i 18 anni, dei quali l'87 % dichiara di usare *Facebook* e 8 su 10 di usare *Instagram* e *Snapchat* (Apestaartjaren, 2018). All'interno dei *social media* si possono pubblicare fotografie di sé stessi (come i *selfie*), mettere “mi piace”, commentare,

condividere contenuti, visualizzare annunci pubblicitari ed esporsi a immagini che raffigurano corpi altrui, le quali possono influenzare la percezione del proprio corpo, diventando pericolosi per l'immagine corporea.

Con l'introduzione e l'aumento dei *social media* si è sviluppato un interesse verso gli effetti che questi hanno soprattutto sull'immagine corporea (Miller & Tiggemann, 2010; Slater & Tiggemann, 2013). Infatti, i *media* al giorno d'oggi svolgono un ruolo importante nel determinare ciò che nella società è attraente, aumentando la diffusione di ideali di bellezza irraggiungibili che vanno a ridimensionare il modo in cui le persone si percepiscono e si rapportano con il proprio aspetto fisico (Neumark-Sztainer et al, 2011).

In particolare, i *selfie* hanno acquisito un ruolo importante come strategia di autopresentazione, insieme alla propensione degli utenti a presentare il sé ideale (Bell et al., 2018). Attorno alla condivisione dei *selfie*, infatti, si susseguono una serie di "comportamenti basati sulle fotografie", i quali implicano la modifica, l'impegno e le preoccupazioni associate alla pubblicazione dei *selfie*, il confronto dei propri e altrui *selfie* (Lonergan et al, 2020) e le modalità e i comportamenti di controllo dell'immagine corporea attraverso le fotografie.

Infine, la pubblicazione dei *selfie* e la modifica di essi sono stati associati a un'immagine corporea negativa e comportamenti alimentari disfunzionali (Chang et al., 2019).

### **1.1 Immagine corporea negativa**

L'immagine corporea negativa è caratterizzata da cognizioni, emozioni, percezioni e comportamenti negativi nei confronti del proprio aspetto fisico (Alleva et al., 2018). Nello specifico, la componente cognitiva si riferisce a pensieri e credenze riguardanti il proprio aspetto fisico; quella percettiva a un'errata e distorta valutazione della forma, delle dimensioni e del peso del proprio corpo; quella affettiva a emozioni e sentimenti negativi nei confronti del proprio corpo; infine, quella comportamentale a comportamenti disfunzionali rivolti al proprio aspetto fisico, come il *body checking* e il *body avoidance* (Gaudio et al., 2014; Lewer et al., 2017). Nel dettaglio, il *body checking* consiste in un continuo e costante controllo del proprio corpo come specchiarsi frequentemente, misurare le dimensioni del proprio corpo e controllare

ripetutamente il proprio aspetto fisico, mentre il *body avoidance* fa riferimento all'evitamento di situazioni e contesti che potrebbero aumentare o scatenare le preoccupazioni per il proprio aspetto fisico, portando talvolta la persona a mettere in atto comportamenti protettivi come indossare vestiti larghi, non mostrarsi svestiti, rifiutare di pesarsi per nascondere il corpo e le sue forme (Rosen et al., 1991).

Quindi, l'immagine corporea negativa scaturisce da una rappresentazione negativa del proprio corpo e aspetto fisico ed è maggiormente espressa attraverso l'insoddisfazione corporea (Cash, 2002). Essa è anche caratterizzata da un eccessivo investimento cognitivo e comportamentale nei confronti del proprio aspetto fisico per giungere a una definizione del proprio senso di sé (Cash, 2002).

La presenza di un *Body Image Disturbance* (BID) è tipica di alcuni disturbi psicologici come l'Anoressia Nervosa (AN), la Bulimia Nervosa (BN), e il Disturbo da Dismorfismo Corporeo (DDC) (Gaudio et al., 2014; Sadibolova et al., 2019). L'importanza dell'immagine corporea negativa all'interno di questi disturbi ha portato alcuni ricercatori a riconoscerli come Disturbi dell'Immagine Corporea (Cororve & Gleaves, 2001; Phillipou et al 2018). L'AN e la BN, insieme al disturbo da ruminazione, al disturbo alimentare evitante/restrittivo, il pica e il disturbo da alimentazione incontrollata o disturbo da *binge eating*, rientrano nella prima edizione del *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – first edition* (DSM-5; APA, 2013), tra i disturbi dell'alimentazione e della nutrizione, con comportamenti che determinano un alterato consumo o assorbimento di cibo e che danneggiano in modo significativo il benessere sociale e psicofisico dell'individuo (American Psychiatric Association [APA], 2013). Invece, il DDC è caratterizzato da una grave preoccupazione per uno o più difetti percepiti nell'aspetto fisico, i quali appaiono agli altri in modo lieve o non osservabile, con conseguente disagio e compromissione del funzionamento sociale e/o lavorativo (Phillips et al., 2015). Il DDC è classificato nel DSM-5 nella categoria "Disturbo Ossessivo-Compulsivo e Disturbi Correlati" insieme a disturbo ossessivo-compulsivo, tricotillomania, disturbo da accumulo e disturbo da escoriazione. Infatti, il DCC è caratterizzato dal fatto che, durante il decorso del disturbo, la persona sviluppa e inizia a mettere in atto comportamenti ripetitivi o mentali in risposta alle preoccupazioni relative all'aspetto fisico (APA, 2013). Questi disturbi si differenziano per la tipologia di preoccupazione che li caratterizza: mentre

i/le pazienti con AN e BN sono preoccupati per la forma del proprio aspetto fisico e lo percepiscono come più grasso di quello che è realmente (Artoni et al., 2021), nel DDC i/le pazienti sono maggiormente preoccupati per alcune caratteristiche specifiche del proprio aspetto fisico, come il viso, i capelli e la pelle (APA, 2013).

### **1.1.1 Insoddisfazione corporea**

L'insoddisfazione corporea emerge a causa della distorsione dell'immagine corporea, della sua percezione e, quindi, delle preoccupazioni corporee (Cohen et al., 2017). La discrepanza psicologica tra la percezione che una persona ha del proprio corpo e il suo corpo ideale (Halliwer & Dittman, 2006) può portare ad un sentimento negativo verso sé stessi e a comportamenti nocivi per la propria salute (Cash & Pruzinsky, 2002; Thompson, 2004). Questa insoddisfazione gioca anche un ruolo essenziale negli atteggiamenti alimentari disordinati poiché provoca un disagio emotivo e psicologico; l'impegno con i siti di *social media* basati sulle foto, come Instagram, è associato a una scarsa immagine corporea (Fardouly et al., 2017). L'interiorizzazione degli standard socioculturali dell'aspetto esercitata dai *social media* è stata implicata nello sviluppo dell'insoddisfazione corporea soprattutto tra le donne (Ferguson, 2014). In una metanalisi di 25 studi sperimentali, Groesz, Levine e Murnen (2002) sono giunti a sostenere che la visualizzazione degli ideali nei *social media* può portare all'insoddisfazione corporea.

Tale distorsione può essere percettiva (incapacità percettiva di valutare accuratamente le dimensioni corporee) o affettiva (relativa alle emozioni, paure, stati d'animo, sensazioni evocate dall'immagine corporea all'insoddisfazione corporea) (Garner & Garfinkel, 1981).

È emerso che gli individui più sensibili all'influenza di fonti primarie, quali i *social media* e i pari sui livelli di insoddisfazione del corpo, sembrano essere gli adolescenti, nei quali l'esposizione a modelli di bellezza ideale sembra predire alti livelli di insoddisfazione corporea (Knauss et al., 2007).

Il corpo cambia in modo significativo durante l'adolescenza e gli adolescenti devono far fronte a questi cambiamenti (Markey, 2010). Sebbene molti adolescenti mostrino una certa insoddisfazione per il proprio corpo durante questo periodo, un alto livello di insoddisfazione per il proprio corpo rappresenta una minaccia significativa per il

benessere degli adolescenti; quelli più insoddisfatti del loro aspetto fisico corrono un rischio maggiore di manifestare disturbi alimentari (Markey 2010). Sebbene lo scattare, modificare e condividere i *selfie* permetta agli adolescenti di esplorare ed esprimere le loro identità online (Chang et al., 2019), ci possono essere anche conseguenze negative.

La letteratura esistente ha indicato che le donne in età da *college* che hanno riportato maggiori comportamenti sui *social media* basati sulle foto, hanno riportato maggiori atteggiamenti e comportamenti alimentari disfunzionali (Mabe et al., 2014). Una ricerca preliminare trasversale sulla relazione con il disordine alimentare e l'immagine corporea ha rilevato che le ragazze adolescenti che hanno riferito un maggiore investimento fotografico (sforzo nella scelta di un *selfie* e nel monitoraggio dei like/commenti) e la manipolazione delle foto (modifica digitale di un *selfie*) hanno riportato maggiori preoccupazioni per l'alimentazione e l'immagine corporea (McLean et al., 2015).

Questo è coerente con alcune ricerche successive che hanno trovato che le attività sui *social media* basate sulle foto coincidono con l'insoddisfazione corporea (Cohen et al., 2018; Fardouly et al., 2017; Lonergan et al., 2019; Mingoia et al., 2017). Quelli che sono insoddisfatti del loro aspetto possono essere più propensi a coltivare la loro immagine in un ambiente online, come la modifica digitale e la scelta del "miglior" *selfie* da presentare sui *social media* (Cohen et al., 2018; Fox & Rooney, 2015). Per quanto riguarda gli adulti, essi possono avere una maggiore autoefficacia nella costruzione della loro immagine *online*, senza dipendere dalle risposte dei pari.

Di conseguenza, i comportamenti dei *social media*, la manipolazione delle foto e l'investimento fotografico possono essere comportamenti che si informano a vicenda per gli adolescenti, ma processi distinti negli adulti, inoltre gli adolescenti potrebbero essere più propensi a manipolare tali foto a causa della conoscenza e dell'abilità nell'uso di applicazioni di *photo-editing*.

### 1.1.2 Il Modello Tripartito di Influenza

Tra i vari fattori implicati nello sviluppo dell'immagine corporea, diverse evidenze empiriche hanno sostenuto l'importanza del ruolo svolto dalle variabili socioculturali (Stice,2002).

Il Modello Tripartito d'Influenza (Thompson et al., 1999) delinea tre fonti primarie che incrementano l'insoddisfazione corporea che, a sua volta, favorisce l'insorgenza dei disturbi alimentari: i coetanei, genitori e i *mass media*. Queste tre fonti rinforzerebbero l'attuale *standard* di bellezza irrealistico, ponendo soprattutto enfasi alla magrezza, attraverso commenti o azioni che supportano tale ideale (Hohlstein et al., 1998), influenzando così sull'insoddisfazione corporea, soprattutto nelle ragazze adolescenti (Fallon, 1990; Heinberg, 1996). Tuttavia, queste tre fonti influirebbero indirettamente sull'insoddisfazione corporea attraverso due meccanismi di mediazione: l'interiorizzazione dell'ideale di magrezza e il confronto sociale (Thompson et al., 1999). L'interiorizzazione dell'ideale di magrezza riguarda l'accettazione dei canoni di magrezza presentati dalla società e i conseguenti comportamenti messi in atto per adeguarsi a questi canoni irraggiungibili che la società impone (Thompson et al., 1999). L'esposizione a pressioni socioculturali sull'aspetto può portare all'interiorizzazione di ideali di aspetto (Eggermont & Rousseau, 2018). Gli individui approvano personalmente gli standard di aspetto in base ai quali gli altri li giudicano e applicano questi standard per fare autovalutazioni legate all'aspetto (Rodgers et al., 2015). Misurare l'interiorizzazione significa quindi valutare il grado di accettazione di un ideale di bellezza (Engeln-Maddox, 2006). Attraverso il confronto sociale è possibile attestare il proprio aspetto fisico confrontandosi con altre persone e dunque avvertire una certa differenza con l'ideale di bellezza interiorizzato (Fitzsimmons-Craft et al., 2014). Quando gli individui interiorizzano gli ideali di apparenza promossi dai media, si impegnano in valutazioni di apparenza confrontando il proprio aspetto con lo standard di apparenza interiorizzato (Rousseau et al., 2017). La fonte più importante di influenza sociale sono i media, che comprendono la televisione, i giornali, il mondo dello spettacolo e quello della moda (Tiggemann & Pickering, 1996; Turner et al., 1997); recentemente è stato rivolto molto interesse alle nuove forme di media, ovvero i *social media* (Loeber et al., 2016; Munsch, 2014). I

comportamenti associati all'interiorizzazione dell'ideale di magrezza e all'insoddisfazione del corpo includono l'impegno frequente in attività legate alle foto, come la modifica e la pubblicazione di *selfie* (Cohen, Newton-John & Slater, 2018), e l'auto-sorveglianza (Fox & Rooney, 2015). Nello studio di Rousseau (2021) viene estesa la teoria socioculturale applicandola allo studio del comportamento *selfie* degli adolescenti; avendo interiorizzato l'ideale magro/muscolare, è stato ipotizzato che gli adolescenti -1012 ragazze e ragazzi con età compresa tra i 14 e i 18 anni, di 10 scuole secondarie in Belgio- si impegnassero in pratiche di *selfie* (*selfie-taking/posting* ed *editing*) come mezzo per valutare e migliorare il loro aspetto, valutando le associazioni tra l'esposizione degli adolescenti ai contenuti dell'aspetto nei media tradizionali e sociali e la loro auto-presentazione sui *social media*. I risultati hanno mostrato che una maggiore esposizione ai media dell'apparenza era associata a una maggiore interiorizzazione dell'ideale di magrezza/atletismo e al confronto sui *social media*; un maggiore confronto dell'aspetto sui *social media* era associato a più pratiche di *selfie-taking/posting*, *photo investment* e *photo manipulation*.

Quindi una maggiore esposizione a questi contenuti idealizzati porta gli individui a interiorizzare questi ideali e a manifestare comportamenti basati sulle fotografie. Le pratiche di generazione e condivisione di contenuti idealizzati perpetuano e rafforzano gli ideali culturali irrealistici dell'aspetto (Rousseau, 2021). Inoltre, esistono altre forme di influenza sociale non incluse nel Modello Tripartito (Thompson et al., 1999), come ad esempio il mondo del fitness e dello sport in generale e altri adulti che sono intorno a noi come gli insegnanti, i fidanzati, i parenti (Tiggemann, 2012).

## **1.2 Comportamenti basati sulle fotografie**

Impegnarsi in comportamenti basati sulle fotografie nei *social media* è associato a un'immagine corporea negativa e insoddisfazione corporea (Grogan, 2016; Holland & Tiggemann, 2016). Diversi studi suggeriscono che impegnarsi in questi comportamenti è associato a livelli elevati di insoddisfazione corporea, disturbi alimentari, auto-oggettivazione, ma anche ansia e depressione (Choukas-Bradley et al., 2018; Cohen et al., 2018; Lonergan et al., 2019; McLean et al., 2015). Il *body checking* e il *body avoidance* sono fattori importanti per il mantenimento del disturbo alimentare (Fairburn et al., 2008) e possono estendersi nei contesti *online* attraverso il

monitoraggio ossessivo e la selezione delle fotografie personali o l'evitamento di pubblicare *selfie*; inoltre, la correzione compulsiva dell'aspetto e il camuffamento, sono anch'essi fattori di mantenimento dei disturbi dell'immagine corporea (Veale, 2004).

Non esiste in letteratura una definizione uniforme di “comportamenti basati sulle fotografie” nei *social media*, ma implicano la pubblicazione dei selfie (*Photo Posting*), la manipolazione di foto (*Photo Manipulation*), l'investimento nelle foto (*Photo Investment*) e un continuo automonitoraggio dell'immagine corporea nelle foto (*Body Image Control in photos*) (Lonergan et al, 2020).

### **1.2.1 Photo Posting**

Il *Photo Posting* riguarda la pubblicazione di *selfie* sui *social media*, ovvero il postare e rappresentare foto di sé; è una forma di auto-presentazione online e quest'ultima prevede la preparazione, dietro le quinte, di fotografie che ritraggono sé stessi e la conseguente pubblicazione delle immagini di sé preferite che vengono percepite per rappresentarsi al meglio (Hogan, 2010).

In uno studio di Cohen et al., (2018) si era ipotizzato che una maggiore attività di *selfie* sui *social media*, tra cui il *Photo Posting*, sia correlata a una minore soddisfazione corporea e ad una maggiore alimentazione disordinata, piuttosto che l'uso generale di essi. I partecipanti erano 259 donne di età compresa tra 18-29 anni, provenienti da varie località in Australia con un indice di massa corporea medio; in questo campione è stato trovato che una maggiore pubblicazione di *selfie* è associata a una maggiore soddisfazione corporea, ma questa associazione positiva non è stata riscontrata nel campione di adolescenti di McLean et al. (2015). Le immagini incentrate sull'aspetto, come i *selfie*, ricevono più rinforzi positivi sotto forma di "mi piace" e commenti rispetto alle immagini neutre (Bakhshi et al., 2014), conseguentemente coloro che postano più selfie è probabile che ricevano più rinforzi positivi sul loro aspetto, portando così a un aumento della soddisfazione corporea. Vi è una relazione tra la quantità e la qualità delle attività di *selfie* con la soddisfazione del corpo; pubblicare *selfie* online potrebbe non avere necessariamente un impatto negativo sull'immagine corporea, poiché la frequenza di postare *selfie* potrebbe essere associata positivamente

alla soddisfazione corporea. Tuttavia, il modo in cui si interagisce con i propri *selfie* prima di pubblicarli online potrebbe essere più importante per i risultati dell'immagine corporea (Cohen, Newton-John & Slater, 2018). Le persone con una minore soddisfazione corporea tendono a investire di più nella selezione e nella presentazione delle loro foto prima di pubblicarle *online*, perché si preoccupano di più (Cohen, Newton-John, & Slater, 2018).

### **1.2.2 Photo Manipulation**

Il *Photo Manipulation* riguarda la manipolazione delle foto, ovvero la modifica digitale di un *selfie* e rappresenta un ulteriore passaggio nel *backstage* della preparazione delle fotografie per la presentazione online di sé stessi (McLean et al., 2015). La prevalenza di applicazioni e programmi per computer e cellulari semplifica il processo per gli utenti dei *social media* di presentare l'immagine di sé più favorevole; queste applicazioni e programmi forniscono una serie di strumenti e strategie come la correzione e modifica delle imperfezioni, la regolazione degli effetti fotografici, uso di filtri, lo scatto di più foto, etc. (Chae, 2017; Mills et al., 2018). La correzione compulsiva dell'aspetto e il camuffamento, anch'essi fattori di mantenimento dei disturbi dell'immagine corporea (Crino, Hay & Mitchison, 2013; Veale, 2004). La manipolazione dei *selfie* può fornire agli adolescenti l'opportunità di emulare l'aspetto di modelli mediatici idealizzati (Crane & Knobloch-Westerwick, 2012). Nello studio di Lonergan et al. (2020) tra le varie ipotesi è stato in primo luogo ipotizzato che alcuni comportamenti basati su foto, tra cui la manipolazione dei *selfie*, sarebbero associati a una maggiore probabilità di soddisfare i criteri per tutti i disturbi alimentari. Il campione comprendeva un totale di 4209 (53% ragazze adolescenti), l'età variava dai 12 ai 18 anni per i ragazzi e dagli 11 ai 19 anni per le ragazze e la maggior parte dei partecipanti (89,2%) ha riferito di essere nata in Australia. Il 21,6% del campione ha soddisfatto il criterio per almeno un disturbo alimentare. L'ipotesi che i comportamenti basati sulle foto sarebbero stati associati a maggiori probabilità di diagnosi di disturbo alimentare è stata ampiamente supportata e tutti i comportamenti, tra i quali la manipolazione di foto, hanno aumentato le probabilità di soddisfare i criteri diagnostici per la maggior parte dei disturbi alimentari (Lonergan et al., 2020). Questi dati

estendono i risultati precedenti, ovvero che la manipolazione delle foto è collegata alle preoccupazioni alimentari nelle ragazze adolescenti (McLean et al., 2015).

### **1.2.3 Photo Investment**

Il *Photo Investment* si riferisce agli sforzi coinvolti nella selezione e nella presentazione dei *selfie* prima di pubblicarli online (McLean et al., 2015).

Una maggiore esposizione ai media dell'apparenza è stata associata a un maggiore investimento in *selfie* attraverso l'interiorizzazione dell'ideale magro/atletico in un campione di 1012 ragazze e ragazzi adolescenti d'età compresa tra i 14 e i 18 di 10 scuole secondarie in Belgio (Rousseau, 2021). Ciò supporta un'ipotesi iniziale dello studio secondo cui, considerando il ruolo della coscienza corporea, c'è un'associazione positiva tra internalizzazione e investimento in *selfie* (Rousseau, 2021) e il Photo Investment rappresenta una forma di coscienza corporea oggettivata (Cohen et al., 2018). Nella teoria dell'oggettivazione si sostiene che l'interiorizzazione degli ideali di apparenza promossi dai *social media* induce gli individui ad adottare la prospettiva di un osservatore sul corpo (Fredrickson & Roberts, 1997; Hyde & McKinley, 1996). Espandendo la teoria dell'oggettivazione (Hyde & McKinley, 1996), l'interiorizzazione degli ideali di apparenza può indurre un'attenzione autocosciente sul corpo e sull'aspetto. Gli individui consapevoli del proprio corpo sono preoccupati di come il loro corpo appare e viene valutato dagli altri. Gli adolescenti possono investire di più nella selezione e nella presentazione dei *selfie* prima di condividerli online per evitare una valutazione negativa da parte dei coetanei e degli altri utenti social, poiché una volta interiorizzato l'ideale magro/muscoloso sarebbero più consapevoli del modo in cui vengono valutati dagli altri utenti dei *social media* (Rousseau, 2021). Questa relazione positiva suggerisce che la coscienza corporea oggettivata può estendersi all'ambiente online (Rousseau, 2021).

#### **1.2.4 Body Image Control in photos**

Il *Body Image Control in photos* è una grande attenzione rivolta all'aspetto corporeo che comprende comportamenti come il controllo e il monitoraggio dell'immagine corporea, potenzialmente legati all'auto-oggettivazione (Butkowski et al., 2019; de Vries & Peter, 2014; Eggermont & Vandenbosch, 2012; Fox & Vendemia, 2016). Il bisogno socialmente costruito di controllare il proprio corpo per la sorveglianza, per cercare l'approvazione degli altri e per soddisfare standard di bellezza ben definiti aumenta il rischio d' insoddisfazione del corpo (Moradi & Huang, 2008). Uno studio di Boursier et al. (2020) ha valutato gli effetti diretti e indiretti delle convinzioni di controllo dell'aspetto e del controllo dell'immagine corporea nelle foto sull'uso problematico dei *social media* da parte di 693 adolescenti di età compresa tra i 13 e i 19 anni - 310 maschi (45%) e 383 femmine (55%) -, provenienti da diverse scuole superiori italiane. I risultati hanno dimostrato l'associazione tra le credenze di controllo dell'aspetto e il monitoraggio dell'immagine corporea nell'ambiente online. Le ragazze nel presente studio hanno mostrato tassi più elevati di credenze di controllo dell'aspetto rispetto ai ragazzi. Questo studio ha mostrato un maggiore impegno da parte delle ragazze in relazione al tempo trascorso sui *social media* e sul controllo dell'immagine corporea, investendo molto tempo nella creazione di autoritratti come un modo per esprimere la propria identità e per evitare commenti negativi. Il modo in cui le ragazze interagiscono con il proprio corpo e le proprie foto sembra essere fortemente associato ad un uso dei *social media* problematico (Cohen et al., 2018).



## CAPITOLO 2

### 2. Strumenti di valutazione necessari a valutare i comportamenti basati sulle fotografie

#### 2.1 Photo Investment Scale

La *Photo Investment Scale* (PIS; McLean et al., 2015) è lo strumento più diffuso per la valutazione del costrutto di investimento nelle fotografie e le sue proprietà psicometriche nella versione originale sono state analizzate in lingua inglese. È composta da otto *item* che valutano l'investimento e lo sforzo che i partecipanti spendono per scegliere le fotografie che ritraggono sé stessi da condividere sui *social media* e le preoccupazioni relative a queste in seguito alla pubblicazione (McLean et al., 2015). Gli *item* sono stati presentati lungo una scala visuo-analogica da 0 a 100 e sono stati ancorati da affermazioni opposte; un esempio di *item* è "È facile scegliere la foto" e "È difficile scegliere la foto". Punteggi più elevati riflettono un maggiore investimento nella condivisione di fotografie attraverso i *social network*. Nella versione originale, la coerenza interna è risultata adeguata (alfa [ $\alpha$ ] di *Cronbach* uguale a 0,85) ed è emersa una buona stabilità temporale (*Intraclass Correlation* [ICC] = 50,93,  $p < 0,001$ ). Questo strumento è stato tradotto e utilizzato anche nella popolazione belga (Rousseau, 2021). Diversamente dalla versione originale (McLean et al., 2015), la versione belga è composta da 8 singoli *item* su una scala *Likert* a cinque punti, da 1 ("per nulla") a 5 ("moltissimo"; Rousseau, 2021). Anche questa versione ha dimostrato una buona coerenza interna ( $\alpha$  di *Cronbach* = 0,73; Rousseau, 2021).

#### 2.2. Investimento fotografico nei *selfie* altrui

Oltre al costrutto di *photo investment*, è stato introdotto il concetto di investimento nei *selfie* di altrui, ovvero esaminare e confrontarsi con i *selfie* di altri pubblicati *online*. Questo costrutto viene attualmente valutato attraverso tre *item* analizzati con una scala *Likert* da 1 ("per niente") a 7 ("moltissimo"), strutturati da Lonergan e colleghi (2020). Questa misura ha dimostrato una buona coerenza interna tra adolescenti maschi ( $\alpha$  di *Cronbach* = 0,77) e femmine ( $\alpha$  di *Cronbach* = 0,75).

### **2.3. Altri strumenti per indagare i comportamenti sui *social media***

In letteratura esistono numerosi altri strumenti che sono stati sviluppati e validati per valutare e indagare i comportamenti basati sulle fotografie sui *social media*.

#### **2.3.1. Photo Manipulation Scale Revised**

La *Photo Manipulation Scale – Revised* (PMS-R) è una versione rivisitata e tradotta in lingua italiana (Gioia et al., 2021) della *Photo Manipulation Scale* (PMS) realizzata da McLean e collaboratori (2015). La PMS nella sua versione originale è un questionario *self-report* composto da 10 *item* che indagano il grado in cui gli individui manipolano le fotografie prima di pubblicarle sui *social media* (McLean et al., 2015). In essa viene chiesto ai partecipanti di attribuire un punteggio da 1 (“mai”) a 5 (“sempre”) ad affermazioni come: “Quanto spesso modifichi o usi applicazioni per rendere la pelle omogenea?” oppure “Quanto spesso ti rendi più magro/a?”. Per quanto riguarda le proprietà psicometriche, la PMS ha una buona coerenza interna ( $\alpha$  di *Cronbach* = 0,85) e adeguata stabilità temporale (ICC = 0,74,  $p < 0,003$ ; McLean et al., 2015).

La PMS-R (Gioia et al., 2021) è invece composta da 8 *item* e da tre sottoscale che indagano specifici aspetti della manipolazione fotografica relativamente all’utilizzo di filtri fotografici (*Photo filter use*), la manipolazione dell’aspetto fisico nelle fotografie (*Body manipulation*) e la manipolazione di connotati del viso (*Facial manipulation*). La PMS-R ha una buona coerenza interna sia per quanto riguarda il suo punteggio totale ( $\alpha$  di *Cronbach* = 0,80) che nelle sue sottoscale (da 0,67 a 0,75; Gioia et al., 2021).

#### **2.3.2. Body Image Control in Photos questionnaire-Revised (BICP-R)**

Il *Body Image Control in Photos questionnaire - Revised* (BICP-R) è un questionario *self-report* composto da 16 *item*, valutati mediante una Scala *Likert* a 5 punti, da 1 (“mai”) a 5 (“sempre”), che indaga la gestione e il controllo dell’immagine corporea raffigurata all’interno delle fotografie *online* e *offline*. Gli *item* indagano cinque differenti fattori che indagano il controllo dell’aspetto fisico messo in atto da un individuo mediante la realizzazione e pubblicazione di *selfie* (*Selfie*), l’utilizzo di filtri *privacy* durante la condivisione dei contenuti (*Privacy*) e i comportamenti messi in atto per apparire sessualmente attraenti (*Sexual attraction*), per ottenere *feedback*

positivi (*Positive body image*) ed evitare quelli negativi (*Negative body image*) dagli altri utenti. Per quanto riguarda le proprietà psicometriche, l' $\alpha$  di *Cronbach* è risultata adeguata al punteggio totale (0,89) e per le sue sottoscale (da 0,65 a 0,77; Boursier & Manna, 2019).

### **2.3.3. Appearance-Related Social Media Consciousness Scale (ASMC)**

In uno studio di Choukas-Bradley e collaboratori (2020) viene riportato lo sviluppo e la validazione dell'*Appearance-Related Social Media Consciousness Scale* (ASMC) per gli adolescenti attraverso tre studi. L'ASMC è un questionario *self-report* composto da 13 *item*, valutati mediante una scala *Likert* a 7 punti, da 1 (“mai”) a 7 (“sempre”), che misura i comportamenti, le cognizioni e le emozioni degli adolescenti legate alle esperienze sui *social media* basate su fotografie, con potenziali implicazioni per la salute mentale. I 13 *item* indagano la misura in cui i pensieri e i comportamenti degli individui riflettono la consapevolezza continua del fatto che potrebbero sembrare attraenti per un pubblico di *social media*. Utilizzando questo strumento, i *social media* di riferimento sono risultati essere quelli basati su fotografie e applicazioni come *Facebook*, *Snapchat* e *Instagram*. Esempi di *item* sono: “Quando le persone mi fotografano, penso a come apparirò se le foto vengono pubblicate sui *social media*”, “Durante il giorno, passo il tempo a pensare a quanto potrei apparire attraente quando le persone vedono le mie foto sui *social media*”, “Prima di pubblicare immagini sui *social media*, le ritaglio o applico filtri per farmi sembrare migliore”.

Per quanto riguarda le proprietà psicometriche i punteggi ottenuti nella ASMC hanno dimostrato una forte coerenza interna in maschi e femmine ( $\alpha$  di *Cronbach* = 0,92 nel campione completo;  $\alpha$  di *Cronbach* = 0,90 per le ragazze e  $\alpha$  di *Cronbach* = 0,91 per i ragazzi), validità convergente con misure dell'immagine corporea e affidabilità *test-retest* dopo una settimana ( $r = 0,83$ ;  $p < .001$ ; Choukas-Bradley et al., 2020).

### **2.3.4. Concern about appearance on SNs Scale (CONAPP e CONAPP-S)**

All'interno di uno studio di González-Nuevo e collaboratori (2021) è stato sviluppato uno strumento, la *Concern about appearance on SNs Scale* (CONAPP), che permette di valutare la preoccupazione per l'aspetto fisico rappresentato nei *social media*. All'interno di questo strumento, sono indagate quattro aree teoriche:

- Preparazione delle fotografie: la pianificazione e la cura meticolosa delle fotografie.
- Confronto Sociale: il confronto sociale sui *social media* che può essere in relazione a celebrità, *influencer* o coetanei.
- Forte preoccupazione per la presenza sui *social media*: la preoccupazione di ottenere più *follower* indipendentemente dal numero attuale in linea con il desiderio di acquisire prestigio sociale.
- Influenza del coinvolgimento dei *social media* nella vita quotidiana: l'obiettivo di quest'area è quello di valutare l'impatto, sulla *routine* delle persone, dell'uso problematico dei *social media* e le conseguenze della preoccupazione per l'aspetto fisico sui *social media* come la mancanza di controllo, la perdita del senso del tempo, la preoccupazione per l'uso eccessivo dei *social media* e la generale trascuratezza di altre attività (Boursier et al., 2020; Charlton & Danforth, 2007; Van den Eijnden et al., 2016).

Sono state sviluppate due versioni del questionario: una lunga (CONAPP) e una più breve (CONAPP-S). La versione lunga della scala comprende 31 *item* con 6 opzioni di risposta su Scala *Likert*, da 1 ("Mai") a 6 ("Sempre"); la versione breve comprende sempre 6 opzioni di risposta su Scala *Likert*, da 1 ("Mai") a 6 ("Sempre"), però dei 31 *item* ne considera solo i dieci con il carico fattoriale più alto, ovvero il 6, 10, 12, 15, 16, 21, 24, 25 e 27. La formulazione degli *item* è tale da poter essere usata per qualsiasi *social media* che abbia una componente fotografica simile a *Instagram* o *Facebook*. Questo nuovo strumento e la sua versione breve consentono una valutazione affidabile e valida della preoccupazione per l'aspetto fisico. In termini di affidabilità, il CONAPP ha dimostrato un'eccellente coerenza interna: un coefficiente  $\alpha$  di *Cronbach* pari a 0,95 e un coefficiente omega ( $\omega$ ) di *McDonald* pari a 0,95 (McDonald, 1999). Allo stesso modo, anche il CONAPP-S ha dimostrato una coerenza interna eccellente, con un coefficiente  $\alpha$  di *Cronbach* pari a 0,92 e un coefficiente di  $\omega$  di *McDonald* pari a 0,92. Gli strumenti si sono anche rilevati tra loro correlati in modo forte ( $r = 0,91$ ;  $p < 0,001$ ; Cuesta et al., 2021).

## CAPITOLO 3

### LA RICERCA

#### 3.1. Obiettivi e ipotesi

L'immagine corporea è un costrutto complesso che nel corso del tempo ha acquisito un significato sempre più ampio. Una delle definizioni più utilizzate è quella di Cash (2002), che ha definito l'immagine corporea come un insieme di percezioni, pensieri, sentimenti e comportamenti legati al proprio corpo (Cash, 2002). Coloro che hanno una rappresentazione negativa del proprio corpo, ovvero un'immagine corporea negativa, provano una forte insoddisfazione per alcuni aspetti del proprio corpo (Cash, 2002). Tuttavia, l'immagine corporea negativa non si riferisce solo all'insoddisfazione corporea, ma anche a un eccessivo investimento cognitivo e comportamentale nel proprio aspetto fisico nel definire il proprio senso di sé (Cash, 2002), il quale può essere associato all'eccessivo utilizzo dei *social media* e il coinvolgimento in comportamenti basati sulle fotografie (Fardouly et al., 2017). Negli ultimi anni, l'enfasi sulla cultura dei *selfie* sull'aspetto fisico unita alla propensione degli utenti a presentare un sé ideale ha alimentato preoccupazioni sempre più crescenti riguardo all'impatto dei *selfie* sui disturbi dell'immagine corporea (Bell et al., 2018; Gray & Meier, 2014). Determinati ideali diffusi sui *social media*, come raggiungere un'elevata magrezza per le ragazze, possono indurre a mettere in atto comportamenti disfunzionali (e.g., comportamenti alimentari disfunzionali). Sono stati sviluppati numerosi strumenti volti a valutare i comportamenti basati sulle fotografie nei *social media* e le loro conseguenze, come la PMS-R (Gioia et al., 2021), il BICP-R (Boursier & Manna, 2019), l'ASMC (Choukas-Bradley & Galla, 2020), la CONAPP e CONAPP-S (González-Nuevo et al., 2021) e la PIS (McLean et al., 2015). Tra questi strumenti, la PIS non presenta ancora una validazione italiana nonostante sia uno strumento ampiamente utilizzato per indagare l'investimento nelle fotografie, costrutto psicologico che ha dimostrato un effetto unico nei confronti dell'immagine corporea negativa (McLean et al. 2015). Di conseguenza, il presente studio ha l'obiettivo di contribuire alla validazione della versione italiana della PIS (McLean et al., 2015). Il

questionario è stato quindi somministrato a un campione femminile tratto dalla popolazione generale e sono state svolte delle analisi per valutare la coerenza interna, la validità convergente e la stabilità temporale. In linea con quanto riscontrato nella versione originale della PIS (McLean et al., 2015), è stato ipotizzato che anche la versione italiana della PIS presenti una buona coerenza interna; allo stesso modo è stato ipotizzato che lo strumento possa dimostrare una stabilità temporale adeguata. Inoltre, rispetto la versione originale, è stata esplorata la validità convergente con l'ipotesi di trovare correlazioni da moderate a forti con altri strumenti che indagano i comportamenti basati sulle fotografie. Infine, è stata osservata la relazione con l'insoddisfazione corporea, con l'ipotesi di riscontrare una correlazione positiva simile a quella ravvisata negli studi che hanno impiegato la versione originale (e.g., Lonergan et al., 2019; McLean et al., 2015).

## **3.2. Metodo**

### **3.2.1. Partecipanti**

Alla ricerca hanno preso parte 278 persone appartenenti alla popolazione italiana femminile. Da questo campione sono state escluse 34 partecipanti poiché hanno riferito di non far uso di *Facebook*, *Instagram*, *Pinterest*, *Snapchat* e/o non pubblicare o condividere fotografie. Per quanto riguarda le analisi descrittive, le 244 partecipanti mostravano un'età media di 25,2 anni (DS = 8,38, *range* di età tra 18 e 65 anni) e una scolarità media di 14,5 anni (DS = 2,35, *range* di età tra 8 e 19 anni). Per quanto riguarda lo stato civile 108 delle partecipanti (44,3%) si è riconosciuta come *single*, 96 (39,3%) come fidanzate o non conviventi, 32 (13,1%) come sposate o conviventi, 3 (1,2%) come separate o divorziate e 5 (2,1%) non si sono riconosciute nelle categorie precedenti. In base all'occupazione, 144 (59,0%) delle partecipanti si sono identificate come studentesse, 39 (16,0%) come lavoratrici a tempo pieno, 20 (8,2%) come lavoratrici *part-time*, 3 (1,2%) come casalinghe, 5 (2,0%) come disoccupate, 1 (0,4%) come pensionata e 12 (4,9%) come lavoratrici a tempo determinato precario; 20 (8,3%) non si sono riconosciute in nessuna delle precedenti categorie.

Tra di loro, 97 partecipanti hanno compilato anche il *retest* a distanza di quattro settimane dalla prima compilazione. Per quanto riguarda le analisi descrittive, le 97

partecipanti mostravano un'età media di 24,3 anni (DS = 5,93, *range* di età tra 18 e 46 anni) e una scolarità media di 14,9 anni (DS = 1,99, *range* di età tra i 12 e i 19 anni). Per quanto riguarda lo stato civile 53 delle partecipanti (54,6%) si è riconosciuta come *single*, 32 (33,0%) come fidanzate o non conviventi, 10 (10,3%) come sposate o conviventi e 2 (2,1%) non si sono riconosciute nelle precedenti categorie. In base all'occupazione, 62 (63,9%) delle partecipanti si sono identificate come studentesse, 10 (10,3%) come lavoratrici a tempo pieno, 8 (8,2%) come lavoratrici *part-time*, 3 (3,1%) come disoccupate, 6 (6,2%) come lavoratrici a tempo determinato precario e 8 (8,3%) non si sono riconosciute in nessuna delle precedenti categorie.

### **3.2.2. Procedura**

La ricerca è stata condotta a seguito dell'approvazione del Comitato Etico della Ricerca Psicologica Area 17 dell'Università degli Studi di Padova. Le partecipanti sono state reclutate tramite conoscenze personali e attraverso l'uso dei *social media*: il *link* al questionario è stato diffuso dapprima condividendolo individualmente a persone conoscenti, attraverso *chat* di messaggistica, e successivamente anche attraverso l'uso di gruppi *Facebook*, *Whatsapp* e *Telegram*. La scelta dei gruppi su cui diffondere il questionario è stata fatta al fine di ottenere un campione italiano composto da persone con provenienza geografica, *background* culturale, *status* socioeconomico ed età (maggiorescenti) differenti. La durata media della compilazione della batteria di questionari *self-report* è stata di circa trenta minuti. Prima di procedere alla compilazione della batteria di questionari è esplicitato contestualmente di esprimere il proprio consenso attraverso il modulo di consenso informato in cui sono state comunicate informazioni relative alla riservatezza dei dati forniti e alla possibilità di interrompere la compilazione proposta in qualsiasi momento. Una parte delle partecipanti è stata ricontattata per la ricompilazione della PIS a distanza di quattro settimane. Per permettere di associare ciascuna compilazione in fase *test* con una in fase *retest* è stato chiesto alle partecipanti di inserire un codice identificativo creato con le iniziali di nome e cognome seguite dalla propria data di nascita. La durata della compilazione del questionario in fase *retest*, contenente la PIS, è stata di circa cinque minuti.

### 3.2.3. Strumenti

- Scheda Informativa

La batteria di *test* era preceduta da una scheda anagrafica nella quale venivano chieste una serie di informazioni personali, tra cui l'età, lo stato civile, l'occupazione, l'eventuale presenza di problemi psicologici, malattie fisiche e neurologiche e l'assunzione di farmaci. Successivamente, per quanto riguarda i *social media*, è stato presentato un elenco di piattaforme *online* ed è stato chiesto di indicarne l'uso attraverso una scala *Likert* da 1 ("quasi mai") a 10 ("sempre"); se una partecipante non avesse fatto uso di uno specifico *social media* avrebbe potuto selezionare la risposta "Non utilizzo questo social media/ Non ho un account". Riguardo ai comportamenti basati sulle fotografie veniva chiesto di inserire, attraverso una scala *Likert* da 1 ("mai") a 10 ("sempre"), la frequenza con cui scattavano fotografie personali e pubblicavano tali fotografie sui *social media*; in questo modo è stato possibile individuare le partecipanti attive nella pubblicazione, escludendo dalle analisi coloro le quali non condividevano fotografie personali.

- Photo Investment Scale (Mc Lean et al., 2015)

La *Photo Investment Scale* (PIS; McLean et al., 2015) è lo strumento più diffuso per la valutazione del costrutto di investimento nelle fotografie e le sue proprietà psicometriche nella versione originale sono state analizzate in lingua inglese. È composta da otto *item* che valutano l'investimento e lo sforzo che i partecipanti spendono per scegliere le fotografie che ritraggono sé stessi da condividere sui *social media* e le preoccupazioni relative a queste in seguito alla pubblicazione (McLean et al., 2015). Gli *item* sono stati presentati lungo una scala visuo-analogica da 0 a 100 e sono stati ancorati da affermazioni opposte; un esempio di *item* è "È facile scegliere la foto" vs. "È difficile scegliere la foto". Punteggi più elevati riflettono un maggiore investimento nella condivisione di fotografie attraverso i *social media*. Nella versione originale, la coerenza interna è risultata adeguata (alfa [ $\alpha$ ] di *Cronbach* uguale a 0,85) ed è emersa una buona stabilità temporale (*Intraclass Correlation* [ICC] = 50,93,  $p < 0,001$ ).

- Body Image Control in Photo questionnaire-Revised (BICP-R; Boursier & Manna, 2019)

Il *Body Image Control in Photos questionnaire - Revised* (BICP-R) è un questionario *self-report* composto da 16 *item*, valutati mediante una Scala *Likert* a 5 punti, da 1 (“mai”) a 5 (“sempre”), che indaga la gestione e il controllo dell’aspetto fisico raffigurato all’interno delle fotografie *online* e *offline*. Gli *item* indagano cinque differenti fattori relativi al controllo dell’aspetto fisico messo in atto da un individuo mediante la realizzazione e pubblicazione di *selfie* (*Selfie*), l’utilizzo di filtri *privacy* durante la condivisione dei contenuti (*Privacy*) e i comportamenti messi in atto per apparire sessualmente attraenti (*Sexual attraction*), per ottenere *feedback* positivi (*Positive body image*) ed evitare quelli negativi (*Negative body image*) dagli altri utenti. Per quanto riguarda le proprietà psicometriche, l’ $\alpha$  di *Cronbach* è risultata adeguata per il punteggio totale (0,89) e per le sue sottoscale (da 0,65 a 0,77; Boursier & Manna, 2019).

- Photo Manipulation Scale- Revised (PMS-R; Mc Lean et al., 2015; versione italiana a cura di Gioia et al., 2021)

La *Photo Manipulation Scale – Revised* (PMS-R) è una versione rivisitata e tradotta in lingua italiana (Gioia et al., 2021) della *Photo Manipulation Scale* (PMS) realizzata da McLean e collaboratori (2015). La PMS nella sua versione originale è un questionario *self-report* composto da 10 *item* che indagano il grado in cui gli individui manipolano le fotografie prima di pubblicarle sui *social media* (McLean et al., 2015). In essa viene chiesto ai partecipanti di attribuire un punteggio da 1 (“mai”) a 5 (“sempre”) ad affermazioni come: “Quanto spesso modifichi o usi applicazioni per rendere la pelle omogenea?” oppure “Quanto spesso ti rendi più magro/a?”. Per quanto riguarda le proprietà psicometriche, la PMS ha una buona coerenza interna ( $\alpha$  di *Cronbach* = 0,85) e adeguata stabilità temporale (ICC = 0,74,  $p = 0,003$ ; McLean et al., 2015).

La PMS-R (Gioia et al., 2021) è invece composta da 8 *item* e da tre sottoscale che indagano specifici aspetti della manipolazione fotografica relativamente all’utilizzo di filtri fotografici (*Photo filter use*), la manipolazione dell’aspetto fisico nelle fotografie

(*Body manipulation*) e la manipolazione di connotati del viso (*Facial manipulation*). La PMS-R ha una buona coerenza interna sia per quanto riguarda il suo punteggio totale ( $\alpha$  di *Cronbach* = 0,80) che nelle sue sottoscale (da 0,67 a 0,75; Gioia et al., 2021).

- Eating Disorder Inventory (EDI-3) (EDI-3; Garner, 2004; versione italiana a cura di Giannini et al., 2008)

L'EDI-3 è un questionario *self-report* che mira a indagare i comportamenti alimentari disfunzionali e la psicopatologia generale associata; il profilo psicologico che genera è utile per la valutazione di individui con un disturbo alimentare confermato o sospetto. Lo strumento è composto da 91 *item* che descrivono atteggiamenti, emozioni e comportamenti riferiti all'alimentazione e alla considerazione di sé stessi; agli *item* si ha la possibilità di rispondere attraverso una scala *Likert* che va da 1 ("mai") a 6 ("sempre"). Gli *item* sono suddivisi in 12 scale primarie e dalla somma dei punteggi di una o più scale risultano sei punteggi composti. Vi sono tre sottoscale specifiche che valutano i comportamenti e gli atteggiamenti riguardanti la forma, il peso e l'alimentazione e sono classificate come scale di "rischio di disturbo alimentare": *Body Dissatisfaction* (BD), *Drive for Thinness* (DT) e *Bulimia* (B). Il punteggio composto ricavato dalla somma di queste sottoscale, chiamato il Rischio di disturbo alimentare (*Eating Disorder Risk Composite*, EDRC) fornisce un punteggio globale dei sintomi legati all'alimentazione e stima il livello / il rischio di sviluppare un disturbo alimentare. Vi sono poi nove scale psicologiche che misurano costrutti psicologici più generali come *Bassa autostima*, *alienazione personale*, *insicurezza interpersonale*, *alienazione interpersonale*, *deficit interocettivi*, *disregolazione emotiva*, *perfezionismo*, *ascetismo* e *paure di maturità*. Nell'EDI-3 sono presenti anche tre scale di validità o stile di risposta che misurano la validità dei dati per determinare la probabilità che i punteggi siano interpretabili, esse sono: *Infrequenza*, *Impressione negativa* e *Incoerenza*. Per quanto riguarda le proprietà psicometriche la versione originale ha riportato una buona coerenza interna, con un  $\alpha$  di *Cronbach* compreso tra 0,90 e 0,97 e una buona stabilità *test-retest* ( $r = 0,98$ ) (Garner, 2004). Nella versione italiana la coerenza interna è risultata compresa tra 0,55 e 0,92 per il gruppo non clinico e tra 0,70 e 0,94 per quello clinico (Giannini et al., 2008).

### **3.3. Analisi dei dati**

Le analisi dei dati sono state condotte utilizzando il *software* statistico *Jamovi*, per *Windows* nella versione 2.2.5 (Core Team, 2021; The jamovi project, 2021). Per prima cosa sono state condotte le analisi descrittive sul campione raccolto ( $n = 244$ ) in fase *test* e in fase *retest*. Successivamente è stata condotta un'analisi esplorativa delle seguenti caratteristiche psicometriche dello strumento: coerenza interna, validità convergente e stabilità temporale. Infine, è stata indagata la correlazione con l'insoddisfazione corporea.

Allo scopo di calcolare la coerenza interna è stato calcolato il coefficiente omega ( $\omega$ ) di *McDonald*: al fine di dimostrare una coerenza interna accettabile il valore ottenuto deve essere superiore a 0,70 (Nunnally, 1978). In seguito, sono state condotte analisi di correlazione attraverso il calcolo del coefficiente  $r$  di *Pearson* allo scopo di valutare la validità convergente e la stabilità temporale; in base alla classificazione di Cohen (1992), correlazioni inferiori o uguali a 0,10 sono state considerate deboli, attorno a 0,30 sono state considerate moderate e vicino a 0,50 sono state considerate forti. Per osservare la validità convergente dello strumento sono state prese in considerazione costrutti teoricamente simili (PMS-R, BICP-R).

Infine, per valutare l'associazione con l'insoddisfazione corporea è stata presa in considerazione la sottoscala BD dell'EDI-3 ed è stato calcolato il coefficiente  $r$  di *Pearson*.

### **3.4. Risultati**

#### **3.4.1. Coerenza interna**

La coerenza interna è stata calcolata con i coefficienti omega ( $\omega$ ) di *McDonald*: la PIS ha dimostrato una coerenza interna molto buona, pari a 0,83.

#### **3.4.2. Validità convergente**

Allo scopo di valutare la validità convergente, è stato calcolato il coefficiente di correlazione  $r$  di *Pearson* della PIS con il punteggio totale della PMS-R e del BICP-R. La PIS ha dimostrato correlazioni significative e positive con la PMS-R e il BICP-

R: di moderata intensità con la PMS-R ( $r = 0,30, p < 0,001$ ) e di forte intensità con il BICP-R ( $r = 0,57, p < 0,001$ ).

### **3.4.3. Stabilità Temporale**

Al fine di osservare la stabilità temporale del questionario, è stata calcolata la correlazione tra la PIS compilata in fase *test* e il suo *retest* a distanza di quattro settimane; è stata osservata una correlazione forte, significativa e positiva ( $r = 0,86, p < 0,001$ ).

### **3.4.4. Correlazione con l'insoddisfazione corporea**

Per quanto riguarda la sottoscala BD dell'EDI-3 è emersa una correlazione moderata con il punteggio totale della PIS ( $r = 0,29, p < 0,001$ ).

## **3.5. Discussioni e conclusioni**

Le varie definizioni di immagine corporea che si sono susseguite nel tempo (Cash & Pruzinsky, 2002; Cash, 2012; Schilder, 1935; Slade, 1994) hanno messo in rilevanza la natura multidimensionale e sfaccettata di questo costrutto. La maggior parte degli studi condotti si è focalizzata sull'immagine corporea negativa e, più specificatamente, sull'insoddisfazione corporea; quest'ultima rappresenta una svalutazione verso il proprio corpo o alcune parti di questo (Thompson, 2004) che si traduce in emozioni e pensieri negativi verso il proprio aspetto fisico (Grogan, 2016; Tiggemann, 2004) e può rappresentare un fattore di rischio per l'insorgenza di disturbi legati all'immagine corporea come BN, AN e DDC (Attie & Brooks-Gunn, 1989; Barker & Galambos, 2007; Killen et al., 1996). Come accennato precedentemente, l'uso dei *social media* sta diventando un'attività quotidiana comune per le persone (Villanti et al., 2017). Tra i vari *social media*, *Facebook* e *Instagram* sono le piattaforme più diffuse (Marks et al., 2020): *Facebook* risulta essere il più utilizzato (Bullas, 2014; Holland & Tiggemann, 2016), mentre *Instagram* sta acquisendo grandissima popolarità (Holland & Tiggemann, 2016). Per quanto concerne la relazione con l'immagine corporea negativa vi sono numerosi studi che hanno approfondito la relazione tra *social media* e disturbi dell'immagine corporea (Burnell et al., 2021; Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016; Modica, 2019). In particolare, l'uso attivo dei *social*

*media* che implica comportamenti basati sulle fotografie (come *Photo Posting*, *Photo Manipulation*, *Photo Investment* e *Body Image Control in photos*) è emerso come più specificatamente associato a un'immagine corporea negativa e a insoddisfazione corporea (Grogan, 2016; Holland & Tiggemann, 2016).

Il presente studio si è posto come obiettivo quello di contribuire, all'interno della popolazione italiana, alla validazione della PIS, lo strumento utilizzato per la valutazione del costrutto di investimento nelle fotografie, il quale riflette le preoccupazioni di una persona sulla qualità delle fotografie e lo sforzo impiegato nella scelta delle fotografie personali prima di pubblicarle (McLean et al., 2015). Sono state indagate alcune proprietà psicometriche della scala nella popolazione italiana femminile, quali coerenza interna, validità convergente e stabilità temporale. Inoltre, è stata osservata la relazione tra l'investimento nelle fotografie e l'insoddisfazione corporea all'interno del campione raccolto. Inoltre, è stata osservata la relazione tra l'investimento delle fotografie e l'insoddisfazione corporea, per evidenziare quanto già emerso in studi precedenti.

Complessivamente, le analisi condotte hanno evidenziato buone proprietà psicometriche, molto simili alla versione originale dello strumento (McLean et al., 2015). La coerenza interna è risultata essere molto buona, in accordo con quella ottenuta nella versione originale (McLean et al., 2015). Di conseguenza, tutti gli *item* presenti misurano allo stesso modo il costrutto indagato. Anche per quanto riguarda la stabilità temporale sono emersi valori buoni come nella versione originale; lo strumento si è rilevato essere temporalmente stabile, dimostrando di valutare un costrutto di tratto stabile nel tempo. Quindi, le proprietà psicometriche ottenute nella validazione dello strumento nella versione italiana sono in linea con quanto già emerso nella versione originale dello strumento (McLean et al., 2015) e in alcuni studi successivi che l'hanno utilizzata (Cohen et al., 2018; Lonergan et al., 2019). Rispetto alla versione originale è stata anche esplorata la validità convergente. Dato che sono state riscontrate correlazioni positive da moderate a forti tra la PIS, la PMS-R e il BICP-R, è possibile affermare che lo strumento valuta un costrutto affine a quello di manipolazione delle fotografie e controllo dell'aspetto fisico all'interno di esse. Complessivamente, i risultati emersi permettono di considerare il *photo investment*

come un costrutto unitario, che descrive una tendenza generale e stabile nel tempo nell'approcciarsi alle fotografie da condividere *online* (McLean et al., 2015). Allo stesso modo, questo costrutto emerge come indipendente da costrutti affini, anche se strettamente legato a essi.

Per quanto riguarda l'associazione con l'insoddisfazione corporea, nel presente studio è stata riscontrata un'associazione con l'insoddisfazione corporea moderata. Questo risultato è coerente con quelli di studi precedenti, in cui è stata riscontrata una forza di associazione simile (Cohen et al., 2018; Lonergan et al., 2019). Quindi, è possibile ipotizzare che le attività sui *social media* basate sulle fotografie, nello specifico l'investimento nelle fotografie, possano incidere sull'insoddisfazione corporea (Fardouly et al., 2017; Mingoia et al., 2017) e le persone insoddisfatte del loro aspetto fisico possano essere più propense a coltivare la loro immagine in un ambiente *online* attraverso un maggiore investimento nelle fotografie (Cohen et al., 2018; Fox & Rooney, 2015).

Nonostante i risultati interessanti, questo studio presenta alcuni limiti. Innanzitutto, la ricerca si focalizza su aspetti preliminari attraverso un'analisi esplorativa delle caratteristiche psicometriche dello strumento nella popolazione italiana femminile. Inoltre, come nella versione originale (McLean et al., 2015), sono state escluse le partecipanti che non condividevano fotografie sui *social media*; tuttavia, non sono state indagate le motivazioni del mancato uso dei *social media* o della mancata condivisione di fotografie personali *online*, la quale potrebbe giustificare un particolare atteggiamento nei confronti delle fotografie. Infine, data la natura *cross-sectional* dello studio, non è stato possibile definire la presenza di causalità nella relazione tra insoddisfazione corporea e *photo investment*.

Studi futuri potrebbero avvalersi di un campione maschile e approfondire la struttura fattoriale e le proprietà psicometriche di questa versione italiana all'interno di un campione di adolescenti. Inoltre, potrebbe essere esplorata la relazione della PIS e altre dimensioni legate all'immagine corporea, come quelle dell'immagine corporea positiva.

In conclusione, il presente studio ha permesso di affermare che la PIS è uno strumento affidabile e stabile nel tempo per la valutazione dell'investimento nelle fotografie nella popolazione italiana. Inoltre, emergendo una correlazione positiva con l'insoddisfazione corporea, ha permesso di avvalorare l'ipotesi per cui sia necessario includere l'investimento nelle fotografie in interventi clinici anche nella popolazione italiana. Ad esempio, è possibile proporre l'implementazione di interventi di psicoeducazione riguardo i comportamenti basati sulle fotografie e la relazione con l'immagine corporea, che mirino a prevenire e controllare la dimensione dell'insoddisfazione corporea e ad "alfabetizzare" l'utente relativamente all'uso, alla gestione e all'interpretazione dei contenuti basati sulle fotografie presenti sui *social media*. Una psicoeducazione preventiva sarebbe, inoltre, particolarmente importante in età adolescenziale, periodo in cui il corpo cambia in modo significativo e gli adolescenti devono far fronte a questi cambiamenti (Markey, 2010).



#### 4. Riferimenti bibliografici

Alleva, J. M., Diedrichs, P. C., Halliwell, E., Martijn, C., Stuijzand, B. G., Treneman-Evans, G., & Rumsey, N. (2018). A randomised-controlled trial investigating potential underlying mechanisms of a functionality-based approach to improving women's body image. *Body Image*, 25, 85–96.

American Psychiatric Association (APA) (2013), DSM-5. *Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali*, traduzione italiana Raffaello Cortina, Milano, 2014.

Artoni, P., Chierici, M. L., Arnone, F., Cigarini, C., De Bernardis, E., Galeazzi, G. M., Minneci, D. G., Scita, F., Turrini, G., De Bernardis, M., & Pingani, L. (2021). Body perception treatment, a possible way to treat body image disturbance in eating disorders: a case-control efficacy study. *Eating and Weight Disorders*, 26(2), 499–514.

Attie, I., & Brooks-Gunn, J. (1989). Development of eating problems in adolescent girls: A longitudinal study. *Developmental Psychology*, 25(1), 70-79.

Barker, E. T., & Galambos, N. L. (2007). Body dissatisfaction, living away from parents, and poor social adjustment predict binge eating symptoms in young women making the transition to university. *Journal of Youth and Adolescence*, 36(7), 904-911.

Bakhshi, S., Shamma, D. A., and Gilbert, E. (2014). "Faces engage us: photos with faces attract more likes and comments on Instagram". In Proceedings of the 32nd Annual ACM conference on Human Factors in Computing Systems. Toronto, ON: ACM, 965–974.

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.

Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Objectified Body Consciousness, Body Image Control in Photos, and Problematic Social Networking: The Role of Appearance Control Beliefs. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–11.

- Boursier, V., & Manna, V. (2019). The Body Image Control Through Self-Portraits. 40–63.
- Burnell, K., Kurup, A. R., & Underwood, M. K. (2021). Snapchat lenses and body image concerns. *New Media and Society*.
- 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(5–6), 385–397.
- Cash, T.F. (2002) A “*Negative Body Image*”, Evaluating Epidemiological Evidence, cap. 31, pp. 269-276, tratto da Cash, T., Pruzinsky, T. *Body Image: a Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. New York: The Guilford Press.
- Cash, T.F. & Pruzinsky, T. (eds) (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: Guilford Press.
- Chae, J. (2017). Virtual makeover: Selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison. *Computers in Human Behavior*, 66, 370–376.
- Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., & Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls’ selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body Image*, 29, 90–99.
- Charlton, J. P., & Danforth, I. D. W. (2007). Distinguishing addiction and high engagement in the context of online game playing. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1531–1548.
- Choukas-Bradley S. & Galla B. M., (2020). The Appearance-Related Social Media Consciousness Scale: Development and validation with adolescents. *Body Image*, 33, 164-174.
- Cohen, J. (1992). A Power Primer. *Psychological Bulletin*, 112, 155-159.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2018). ‘Selfie’-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior*, 79, 68–74.

- 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.
- Cororve M.B. & Gleaves D.H., (2001). Body Dysmorphic Disorder: A Review of Conceptualizations, Assessment, and Treatment Strategies. *Clinical Psychology Review*, 21(6), 949-970.
- de Vries, D. A., Peter, J., Nikken, P., de Graaf, H. (2014) The effect of social network site use on appearance investment and desire for cosmetic surgery among adolescent boys and girls. *Sex Roles*, 71, pp. 283-295. *Developmental Psychology*, 40, 823-835.
- Eggermont S., Rousseau A., (2018). Media ideals and early adolescent's body image: Selective avoidance or selective exposure? *Body Image*, 26, 50-59.
- Engelm-Maddox R., (2006). Buying Beauty Standard or Dreaming of a New Life? Expectations Associated with Media Ideals. *Society for the Psychology of Women*, 30(3), 258-266.
- Fairburn, C.G., Cooper, Z. & O'Connor, M. (2008). Eating disorder examination (edition 16.0D). In C.G. Fairburn (Ed.), *Cognitive behavior therapy and eating disorders* (pp. 265-308). New York. Guilford Press.
- Fallon, A. (1990). Culture in the mirror: Sociocultural determinants of body image. In T.F. Cash & T. Pruzinsky (eds). *Body Image: Development, deviance and change* (pp. 80-90). New-York: Guilford Press.
- Fardouly, J., Pinkus, R.T. & Vartanian, L.R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image*, 20: 31–39.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5.
- Ferguson C.J., Munoz M.E., Garza A. & Galindo M., (2014). Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body

dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(1), 1-14.

Fitzsimmons-Craft, E. E., Bardone-Cone, A. M., Bulik, C. M., Wonderlich, S. A., Crosby, R. D., & Engel, S. G. (2014). Examining an elaborated sociocultural model of disordered eating among college women: The roles of social comparison and body surveillance. *Body Image*, 11(4), 488–500.

Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161–165.

Fox, J., Vendemia, M.A., (2016). Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 593-600.

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.

Garner, D. M. (2004). *Eating Disorder Inventory-3. Professional Manual. Psychological Assessment Resources.*

Garner, D.M. & Garfinkel, P. (1981). Body image in anorexia nervosa: measurement, theory and clinical implications. *International Journal of Psychiatry in Medicine*, 11, 263-284.

Gaudio, S., Brooks, S.J., & Riva, G. (2014). Nonvisual multisensory impairment of body perception in anorexia nervosa: a systematic review of neuropsychological studies. *PLoS One*, 9(10): e110087.

Gioia, F., McLean, S., Griffiths, M. D., & Boursier, V. (2021). Adolescents' selfie-taking and selfie-editing: A revision of the photo manipulation scale and a moderated mediation model. *Current Psychology*.

Giannini, M., Pannocchia, L., Dalle Grave, R., & Muratori, F. (2008). *Adattamento italiano dell'EDI-3. Eating Disorder Inventory-3. Giunti O.S*

- Groesz L.M., Levine M.P., Murnen S.K., (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: a meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16.
- Grogan S. (2016). *Body Image: understanding body dissatisfaction in men, women and children*. 3rd ed. New York, NY: Routledge/Taylor & Francis Group.
- González-Nuevo, C., Cuesta, M., & Muñiz, J. (2021). Concern about appearance in Instagram and Facebook: Measurement and links with eating disorders. *Cyberpsychology. Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(2).
- Halliwel, E. & Dittmar, H. (2006). Associations between appearance- related self-discrepancies and young women's and men's affect, body image, and emotional eating: 119 A comparison of fixed item and respondent-generated self-discrepancy measures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32, 447-458.
- Hartmann, A. S. (2019). Der Body Image Disturbance Questionnaire. 65: 142–52.
- Hogan B., (2010). The presentation of self in the age of social media. Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386.
- Holland, G. & Tiggemann, M., (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100-110.
- Killen, J. D., Taylor, C. B., Hayward, C., Haydel, K. F., Wilson, D. M., Hammer, L. & Strachowski, D. (1996). Weight concerns influence the development of eating disorders: A 4-year prospective study. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 64(5), 936-940.
- Knauss, C., Paxton, S.J. & Alsaker, F.D., (2007). Relationships amongst the body dissatisfaction, internalisation of the media body ideal and perceived pressure from media in adolescent girls and boys. *Body Image*, 4, 353-360.

Knobloch-Westerwick, S. & Crane, J., (2012). A losing battle: Effects of prolonged exposure to thin-ideal images on dieting and body satisfaction. *Communication Research*, 39, 79-102.

Lonergan A.R., Bussey K., Fardouly G., Griffith S., Murray S.B., Hay F., Mond J., Trombetti N. & Mitchison D., (2020). Protect me from my selfie: Examining the association between photo-based social media behaviors and self-reported eating disorders in adolescence. *International Journal of Eating Disorders*, 53(5), 755-766.

Lewer, M., Bauer, A., Hartmann, A.S., & Vocks, S. (2017). Different Facets of Body Image Disturbance in Binge Eating Disorder: A Review. *Nutrients*, 9(12).

Lonergan, A. R., Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Giffiths, S., Muray, S. B., & Mitchison, D. (2019). Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. *Body Image*, 28, 39–43.

Loeber, S., Burgmer, R., Wyssen, A., Leins, J., Rustemeier, M., Munsch, S., & Herpertz, S. (2016). Short-term effects of media exposure to the thin ideal in female inpatients with an eating disorder compared to female inpatients with a mood or anxiety disorder or women with no psychiatric disorder. *International Journal of Eating Disorders*, 49(7), 708–715.

Mabe, A. G., Forney, K. J., & Keel, P. K. (2014). Do you "like" my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *The International journal of eating disorders*, 47(5), 516– 523.

Markey C.N., (2010). Invited commentary: Why body image is important to adolescent development. *Journal of Youth and Adolescence*, 39, 1387-1391.

Marks, R. J., De Foe, A., & Collett, J. (2020). The pursuit of wellness: Social media, body image and eating disorders. *Children and Youth Services Review*, 119.

McDonald, R.P., (1999). *Test Theory: A Unified Treatment*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

McKinley, N.M. & Hyde, J.S. (1996). The Objectified Body Consciousness Scale Development and Validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 181-215.

- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015a). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132–1140.
- Meier, E.P. & Gray, J., (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17, 199-206.
- Mills, J., Musto, S., Williams, L. & Tiggemann, M. (2018). Selfie harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 27, 86-92.
- Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Wilson, C., & Gleaves, D. H. (2017). The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: A metaanalytic review. *Frontiers in Psychology*, 8(AUG), 1–10.
- Mitchison, D., Crino, R. & Hay, O. (2013). The presence, predictive utility, and clinical significance of body dysmorphic symptoms in women with eating disorders. *Journal of Eating Disorders*, 1(1), 20.
- Modica, C. (2019). Facebook, body esteem, and body surveillance in adult women: The moderating role of self-compassion and appearance-contingent self-worth. *Body Image*, 29, 17–30.
- Moradi, B., & Huang, Y.-P. (2008). Objectification Theory and Psychology of Women: A Decade of Advances and Future Directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32(4), 377– 398.
- Munsch, S. (2014). Study protocol: psychological and physiological consequences of exposure to mass media in young women - an experimental cross-sectional and longitudinal study and the role of moderators. *BMC Psychology*, 2(1).
- 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. *The Journal of adolescent health: official publication of the Society for Adolescent Medicine*, 39(2), 244–251.

- Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric theory 3E*. Tata McGraw-hill education.
- Pelosi, A., Zorzi, G., & Corsano, P. (2014). Body Image Control in Photos Questionnaire (BICPR). [Database record]. *APA PsycTests*.
- Phillipou A., Rossell S.L. & Castle D.J., (2018). Anorexia nervosa or starvation? *European Journal of Neuroscience*, 48(11),3317-3318.
- Phillips, K. A., & Castle, D. J. (2015). Body dysmorphic disorder. *Widiger, TA.; Frances, AJ.; Pincus, HA*.
- Rodgers, R.F., McLean, S.A., & Paxton, S.J. (2015). Longitudinal Relationships Among Internalization of the Media Ideal, Peer Social Comparison, and Body Dissatisfaction: Implications for the Tripartite Influence Model. *Developmental Psychology*, 51, 706-713.
- Rosen, J. C., Srebnik, D., Saltzberg, E., & Wendt, S. (1991). Development of a body image avoidance questionnaire. *Psychological Assessment: A Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 3(1), 32–37.
- Rousseau, A. (2021). Adolescents’ selfie-activities and idealized online self-presentation: An application of the sociocultural model. *Body Image*, 36, 16–26.
- Rousseau, A., Eggermont, S., & Frison, E. (2017). The reciprocal and indirect relationships between passive Facebook use, comparison on Facebook, and adolescents’ body dissatisfaction. *Computers in Human Behavior*, 73, 336–344.
- Sadibolova R., Ferrè R. E., Linkenauger U. S. & Longo R. M., (2019), Distortions of perceived volume and length of body parts. *Cortex: A Journal Devoted to the Study of the Nervous System and Behavior*, 111,74-86.
- Schilder, P. (1935). *The Image and Appearance of the Human Body*. London: Kegan Paul.
- Slade, P.D. (1994). What is body image? *Behaviour Research and Therapy*, 32(5), 497-502.

- Smith, A.R., Hames, J.L., & Joiner, T.E. (2013). Status update: Maladaptive Facebook usage predicts increases in body dissatisfaction and bulimic symptoms. *Journal of Affective Disorders*, 149 (1), 235-240.
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 128, 825-848.
- Thompson, J.K. (2004). The (mis)measurement of body image: ten strategies to improve assessment for applied and research purposes, *Body image: an international Journal of Research*, 1, 7-14.
- Thompson, J. K., Coovert, M. D., & Stormer, S. M. (1999). Body image, social comparison, and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation. *International Journal of Eating Disorders*, 26(1), 43–51.
- Thompson, J. K., Heinberg, L., Altabe, M. & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Tiggemann, M. (2004). Body image across the adult life span: Stability and change. *Body Image*, 1, 29–41.
- Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63, 79–90.
- Tiggemann, M., & Pickering, A. S. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders*, 20(2), 199–203.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46, 630–633.
- Tiggemann, M., & Williams, E. (2012). The role of self-objectification in disordered eating, depressed mood, and sexual functioning among women: A comprehensive test of objectification theory. *Psychology of Women Quarterly*, 36(1), 66–75.

Turner, S. L., Hamilton, H., Jacobs, M., Angood, L. M., & Dwyer, D. H. (1997). The influence of fashion magazines on the body image satisfaction of college women: an exploratory analysis. *Adolescence*, 32(127), 603–614.

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, 869-887.

Van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487.

Veale, D. (2004). Advances in a cognitive behavioural model of body dysmorphic disorder. *Body Image*, 1, 113-125.

Villanti, A.C., Johnson,A.L., Ilakkuvan ,V., Jacobs, M.A., Graham, A.L., Rath J.M., (2017). Social media use and access to digital technology in US young adults in 2016. *Journal of Medical Internet Research*, 19(6).

#### 4.1. Sitografia

Apestaartjaren. (2018). Research rapport apestaartjaren 7. Report, Mediaraven and mediawijs Ghent, May. Available at: <https://www.apestaartjaren.be/>

Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), Osservatorio sulle comunicazioni N.2/2020, Luglio 2020, pp.12  
<https://www.agcom.it/documents/10179/27289736/Documento+generico+15-07-2022+1657899614449/cef98947-1fd5-4508-aeaa-25bdcd10dc5f?version=1.0> consultato il 30/07/2021

Bullas, J. (2014). 22 social media facts and statistics you should know in 2014.

<http://www.jeffbullas.com/2014/01/17/20-socialmedia-facts-and-statistics-you-should-know-in-2014/>

R Core Team (2021). R: *A Language and environment for statistical computing*. (Version 4.0) [Computer software]. Retrieved from <https://cran.r-project.org>. (R packages retrieved from MRAN snapshot 2021-04-01)

The jamovi project (2021). *jamovi*. (Version 2.2) [Computer Software]. Retrieved from <https://www.jamovi.org>.