
Il corpo oggettivato: media, benessere psicofisico e differenze di genere

*Antonios Dakanalis, Valentina Elisabetta Di Mattei,
Antonio Prunas, Giuseppe Riva, Lucio Sarno, Chiara Volpato
e Maria Assunta Zanetti*

In accordo con la teoria dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts, 1997) sono stati esaminati gli effetti dell'esposizione a immagini mediatiche sessualmente oggettivanti sul processo dell'auto-oggettivazione e sul benessere psicofisico di giovani adulti. Per le donne l'esposizione a immagini oggettivanti conduce all'auto-oggettivazione/sorveglianza del corpo, aumentando così la vergogna per l'aspetto, che a sua volta è collegata all'insorgenza di disordini alimentari. Gli stessi risultati (seppur più deboli) sono emersi tra gli uomini. Le donne hanno ottenuto punteggi medi significativamente superiori in tutte le variabili precedentemente denominate. Differenze di genere sono emerse anche nel ruolo della sorveglianza e della vergogna come variabili mediatrici. Le implicazioni pratiche vengono discusse.

L'oggettivazione è una forma particolare di deumanizzazione che fa sì che un individuo venga pensato e trattato come oggetto, strumento, merce (Volpato, 2011). Tale processo comporta una sorta di «frammentazione strumentale nella percezione sociale, una divisione della persona in parti che servono scopi e funzioni specifici dell'osservatore» (Gruenfeld, Inesi, Magee e Galinsky, 2008, p. 111).

Negli studi psicosociali l'attenzione dei ricercatori si è concentrata su una forma particolare di oggettivazione, quella sessuale. Tale concetto, formulato da Kant nella *Metafisica dei Costumi*, è stato ap-

profondito dal pensiero femminista, che si è focalizzato sulla riduzione della donna a oggetto sessuale (Papadaki, 2007). L'*oggettivazione sessuale* indica la valutazione di una persona sulla base del possibile utilizzo 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 nella sua interezza» (Bartky, 1990, 26). Heflick e Goldenberg (2009) hanno a questo proposito mostrato che, quando gli osservatori si concentrano esclusivamente sull'aspetto fisico di una donna, la giudicano meno umana; Loughnan, Haslam, Murnane, Vaes, Reynolds e Suitner (2010) hanno invece documentato che donne e uomini oggettivati sono giudicati intellettualmente meno capaci e moralmente meno degni di considerazione rispetto a donne e uomini presentati in modo non oggettivato.

Catharine MacKinnon ha osservato che «le donne vivono nell'oggettivazione sessuale come i pesci nell'acqua» (1989, 124). L'oggettivazione costituisce infatti per esse un'esperienza quotidiana alla quale è impossibile sfuggire, ma che, proprio per la sua pervasività, è difficile da concettualizzare. Per documentare scientificamente ciò che le donne conoscono da sempre, Swim, Hyers, Cohen e Ferguson (2001) hanno condotto tre studi chiedendo a studenti e studentesse di registrare per alcuni giorni qualsiasi «incidente» (atteggiamenti, commenti o comportamenti sessisti, atti di oggettivazione sessuale) subito da loro stessi, da altri o relativo al genere di appartenenza. I risultati, in linea con altre ricerche (Moradi, Dirks e Matteson, 2005), hanno confermato che l'oggettivazione sessuale costituisce un'esperienza che connota maggiormente la vita delle donne rispetto a quella degli uomini, diminuendo il loro benessere psicofisico, provocando insicurezza, rabbia, depressione, disordini alimentari.

Un ruolo decisivo nella cultura dell'oggettivazione sessuale è giocato dai *mass media* (American Psychological Association [APA], 2007; Calogero, Tantleff-Dunn e Thompson, 2010): analisi di film, annunci pubblicitari, programmi televisivi, video musicali, giornali e periodici concordano nell'indicare che il corpo femminile è il principale bersaglio dell'oggettivazione sessuale (Baker, 2005; Fouts e Burggraf, 2000; Goffman, 1979; Hatton e Trautner, 2011; Sommers-Flanagan, Sommers-Flanagan e Davis, 1993). Nei media le donne sono giovani, sottili, levigate; ogni deviazione dagli standard estetici imperanti è bandita come imperfezione intollerabile (Kilbourne, 1994). Nei periodici femminili, rispetto a quelli maschili, è stato negli ultimi decenni documentato un incremento vertiginoso dei messaggi legati all'aspetto fisico e riguardanti diete e perdita di peso (Anderson e Di Domenico, 1992; Malkin, Wornian e Chrisler, 1999), intervallati da articoli sui prodotti di bellezza o da consigli su come migliorare l'attrattività sessuale (Carpenter, 1998; Durham, 1998). La diffusione dei messaggi che definiscono la piacevolezza dell'aspetto fisico secondo canoni il più delle volte irrealistici è presente anche nella televisione (Dakanalis, 2011; Pacilli e Mucchi-Faina, 2010) e nonostante il fatto che maschi e femmine «risentono entrambi dei modelli televisivi», nelle donne «all'aumentare delle ore di fruizione televisiva aumenta l'interesse per gli interventi di chirurgia estetica» (Pacilli e Mucchi-Faina, 2010, 36).

La disegualianza di genere nel trattamento oggettivante esercitato dai media è testimoniata da un interessante lavoro pionieristico compiuto da Archer, Iritani, Kimes e Bamos (1983). Dopo aver creato un indice di preminenza facciale, gli autori hanno esaminato 1750 foto pubblicate su giornali americani, 3500 immagini tratte da periodici di altri paesi (compresi due settimanali italiani), 920 ritratti di artisti noti e 80 schizzi di artisti dilettanti. I risultati mostrano che, nei media e nelle opere d'arte, gli uomini sono ritratti in modi che sottolineano la testa e i particolari del viso, mentre le donne in modi che enfatizzano il corpo. La stessa evidenza emerge dall'osservazione dell'archivio di immagini costruito da Ico Gasparri, che dal 1990 al 2011 ha fotografato i cartelloni pubblicitari che oggettivano la donna nelle strade

di Milano (Gasparri, 2011). Studi e indagini concordano nel porre in luce che, nei visual media, il corpo femminile è sessualizzato, mercificato e oggettivato in modo quantitativamente e qualitativamente diverso da quello maschile (Baker, 2005; Copeland, 1989; Hatton e Trautner, 2011; Rudman e Hagiwara, 1992; Sommers-Flanagan et al., 1993). Presentare gli uomini con maggior preminenza facciale significa ribadire l'associazione tra uomini e qualità intellettuali, e donne e qualità fisiche ed emotive, confermando in modo sottile l'antico legame tra uomo e cultura, donna e natura. Archer et al. (1983) hanno denominato il fenomeno «face-ism», anche se sarebbe probabilmente più corretto parlare di un «face-ism» relativo agli uomini contrapposto a un «body-ism» relativo alle donne (Unger e Crawford, 1996).

La proliferazione delle immagini femminili sessualizzate nei media accomuna tutti i paesi occidentali, ma è particolarmente accentuata in Italia (Volpato, 2011). Secondo i risultati dell'indagine «Women and Media in Europe» (CENSIS, 2006), nella nostra televisione il modello sessista è in crescita e l'immagine della donna risulta fortemente oggettivata, come ha documentato Lorella Zanardo (2010), che ha raccolto una serie di immagini televisive italiane che ostentano donne ridotte a puri e semplici «pezzi di carne» da sfruttare per far salire l'audience.

Diverse ricerche hanno posto in evidenza l'impatto negativo della sessualizzazione sulle prospettive di carriera (Glick, Larsen, Johnson e Branstiter, 2005) e sull'interazione sociale (Saguy, Quinn, Dovidio e Pratto, 2010); i costi più alti sono però quelli che incidono sul benessere psicofisico delle persone oggettivate (Calogero et al., 2010). Proprio per spiegare le conseguenze psicologiche di tale fenomeno, Fredrickson e Roberts (1997) hanno proposto la *teoria dell'oggettivazione*, secondo la quale *l'oggettivazione sessuale* conduce all'*auto-oggettivazione* caratterizzata da una costante e persistente *sorveglianza del corpo*, che, a sua volta, provoca *stati ansiosi ed emozioni negative legate all'aspetto*, fa *diminuire le esperienze motivazionali di picco* e riduce la *consapevolezza degli stati interni*. Questa catena di relazioni contribuisce alla diffusione degli *stati depressivi*, delle *disfunzioni sessuali* e dei *disordini alimentari*.

1. Le conseguenze dell'oggettivazione sessuale

La teoria dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts, 1997) postula che le ripetute esperienze di oggettivazione sessuale portino le donne a interiorizzare la prospettiva dell'osservatore (*auto-oggettivazione*), vale a dire a trattare se stesse come oggetto da guardare e valutare sulla base dell'aspetto fisico. In altre parole, le donne imparano a pensare a se stesse come a corpi disponibili per l'uso e il piacere altrui e a definirsi in termini non di capacità e di competenze, ma di apparenza fisica.

L'auto-oggettivazione, costruito apparentato al concetto neuropsicologico della «visione allocentrica del corpo» (Riva, 2011), tende a ridursi con l'aumento dell'età (Tiggemann e Lynch, 2001) e si caratterizza per la costante e persistente *sorveglianza*

del corpo, che induce le donne a monitorare e confrontare regolarmente il proprio aspetto con quello culturalmente accettato, esercitando una sorta di controllo sul modo in cui gli altri potrebbero trattarle sulla base del loro aspetto fisico¹ (Calogero et al., 2010; McKinley e Hyde, 1996).

La prima conseguenza del processo psicologico dell'auto-oggettivazione/sorveglianza è l'aumento delle esperienze emozionali negative legate al corpo. Per quanto ne sappiamo, in ogni epoca storica le persone, specialmente le donne, hanno cercato di adattare il corpo ai canoni di bellezza del proprio tempo (Ehrenreich e English, 1978). Questi standard, che sono specifici per ciascun genere e variano da cultura a cultura (Rucker e Cash, 1992), se vengono interiorizzati², influenzano la rappresentazione corporea del soggetto, i suoi comportamenti alimentari (Cash e Pruzinsky, 1990; Dakanalis, 2011) e/o predispongono alla manifestazione di episodi depressivi (Ohring, Graber e Brooks-Gunn, 2002).

Le ricerche che indagano il ruolo dei mass media dimostrano che l'aumento dei disordini alimentari nel tempo (Pyle, Halvorson, Neuman e Mitchell, 1986) coincide con la crescente tendenza alla magrezza (riduzione del peso ideale) di modelle e concorrenti dei concorsi di bellezza (Morris, Cooper e Cooper, 1989; Wiseman, Gray, Mosimann e Ahrens, 1992), che, assieme ai *celebrity*, costituiscono il 94% dei personaggi presenti nelle copertine delle riviste più popolari tra le adolescenti, le giovani donne e i soggetti affetti da disturbi alimentari (Malkin et al., 1999; Thomsen, McCoy e Williams, 2001; Williams, Thomsen e McCoy, 2003). Secondo Gerbner, Gross e Morgan (2002), la ripetuta esposizione ai contenuti multimediali condurrebbe gli spettatori ad accettare la rappresentazione mediatica come reale: in questo senso le donne accettano i canoni estetici trasmessi come normativi e vivono la deviazione da essi come anormalità (Kilbourne, 1994). Data la discrepanza sempre maggiore fra gli ideali di bellezza e le forme e dimensioni corporee delle donne (Spitzer, Henderson e Zivian, 1999) non sorprende che anche quelle oggettivamente magre (in base al *Body Mass Index*) si percepiscano in sovrappeso (Kjærbye-Thygesen, Munk, Ottesen e Krüger Kjær, 2004), sorvegliano ossessivamente il proprio corpo e si vergognano reputandosi incapaci di conformarsi agli standard socioculturali di bellezza (McKinley e Hyde, 1996). Gli studiosi delle emozioni sottolineano la funzione adattiva della vergogna (Lewis, 1992), emozione che incentiva l'individuo a riparare al fallimento percepito. Così, la restrizione alimentare

¹ In questo contesto ci si riferisce agli stereotipi riguardo al peso corporeo, i quali sembrano influenzare le modalità altrui di comportamento e di relazione nei confronti del soggetto il cui peso devia da quello culturalmente accettato e trasmesso (Blaine e McElroy, 2002). In questo senso, le donne fin da piccole imparano a conformarsi agli standard socioculturali di bellezza in modo da evitare eventuali atteggiamenti negativi soprattutto da parte degli uomini sulla base delle loro dimensioni e forme corporee (Calogero et al., 2010; McKinley e Hyde, 1996).

² L'interiorizzazione può essere intesa come «l'introduzione di specifici (dis)valori mediatici al punto che questi diventano dei principi di guida della propria esistenza» (Pacilli e Mucchi-Faina, 2010, 32).

permetterebbe di ridurre il gap tra il peso attuale e quello ideale e la sottostante emozionalità negativa. Paradossalmente, però, l'impossibilità di mantenere la dieta o la perdita di peso nel tempo possono amplificare l'esperienza della vergogna (Dakanalis, 2011; Noll e Fredrickson, 1998). Oltre alla relazione tra la vergogna e il *dieting*, in letteratura è ampiamente documentata anche la relazione tra vergogna e alimentazione emozionale: è il predittore più robusto della bulimia, del disturbo da alimentazione incontrollata e il principale fattore di mantenimento delle abbuffate (Dakanalis, 2011; Stice, 2002).

Come sopra accennato, l'auto-oggettivazione suscita nelle donne non soltanto vergogna, ma anche una particolare forma di ansia sociale, legata all'aspetto fisico, in quanto quest'ultimo è il potenziale bersaglio del giudizio altrui in qualsiasi contesto e momento (Dion, Dion e Keelan, 1990; Hart, Flora, Palyo, Fresco, Holle e Heimber, 2008).

Secondo Fredrickson e Roberts (1997), la costante sorveglianza del corpo, che consiste nella focalizzazione dei pensieri sull'aspetto fisico, limita le risorse percettive, portando nel tempo a insensibilità e riduzione della consapevolezza interocettiva, ovvero della capacità di rilevare e interpretare accuratamente le sensazioni fisiologiche, come gli stimoli della fame e l'*arousal* sessuale.

Un'altra conseguenza dell'auto-oggettivazione è la riduzione delle esperienze di stati motivazionali di picco, o *flow experience*, vale a dire delle esperienze di totale assorbimento nell'esecuzione e nello scorrere fluido di una certa attività fisica o mentale, vissute dall'individuo come momenti particolarmente gratificanti e piacevoli (Csikszentmihalyi, 1990). Il continuo richiamo esercitato da uno sguardo esterno o interno sull'aspetto fisico ostacola la possibilità di provare tali picchi che si associano al benessere psicologico.

L'accumulo di queste esperienze e stati negativi, a sua volta, contribuisce all'insorgenza di diversi disturbi che, nella società occidentale, colpiscono prevalentemente le donne (si veda figura 1): disturbi del comportamento alimentare, stati depressivi, disfunzioni sessuali (Calogero e Thompson, 2009; McKinley e Hyde, 1996; Moradi et al., 2005; Szymanski e Henning, 2007; Tiggemann e Kuring, 2004).

La teoria dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts, 1997) è stata corroborata da una lunga serie di lavori empirici volti a esaminare i legami tra processo di auto-oggettivazione, immagine corporea, comportamenti alimentari, stati depressivi, soddisfazione sessuale e prestazioni intellettuali (Calogero et al., 2010).

Hanno aperto la strada due lavori sperimentali effettuati da Fredrickson, Roberts, Noll, Quinn e Twenge (1998), che hanno proposto il paradigma del «costume da bagno». I risultati del primo esperimento hanno mostrato che le ragazze poste nella condizione di auto-oggettivazione, che avrebbe reso saliente il giudizio sociale sul loro corpo (dovevano provare un costume da bagno davanti a uno specchio a figura intera), focalizzavano maggiormente l'attenzione su di esso, mostravano livelli più bassi di autostima, provavano più alti livelli di vergogna e consumavano in misura minore i cibi offerti rispetto alle ragazze della condizione di controllo (che prova-

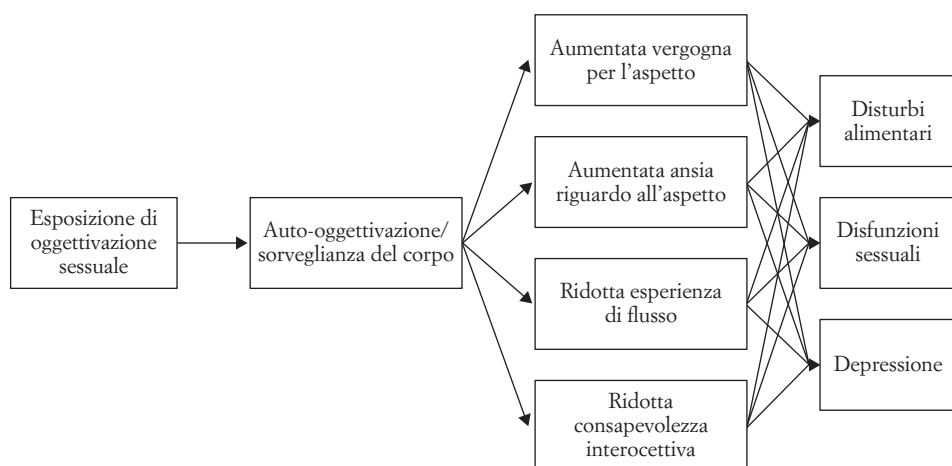


FIG. 1. *L'antecedente e le conseguenze del processo psicologico dell'auto-oggettivazione, secondo la teoria dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts, 1997).*

vano un maglione). Il secondo esperimento al quale hanno partecipato 42 donne e 40 uomini, ha replicato i risultati del primo relativi a vergogna e consumi alimentari solo per le donne: si è avuta così conferma che il fenomeno dell'auto-oggettivazione riguarda soprattutto il genere femminile. È emerso un altro risultato interessante: le ragazze della condizione sperimentale hanno fornito prestazioni peggiori nei test di matematica rispetto a quelle della condizione di controllo, confermando l'ipotesi che il pensiero ossessivo sul corpo e il confronto con gli standard culturali dominanti lasciano poche risorse cognitive disponibili per altre attività. Per i ragazzi non sono invece emerse differenze tra le due condizioni. In seguito altre ricerche hanno esteso i risultati ad altri campi cognitivi, come le capacità linguistiche, il ragionamento logico, le abilità spaziali e la memoria autobiografica (Gapinski, Brownell e LaFrance 2003; Huebner e Fredrickson, 1999; Quinn, Kallen, Twenge e Fredrickson, 2006).

Noll e Fredrickson (1998), basandosi sui risultati degli esperimenti descritti (Fredrickson et al., 1998), hanno testato e dimostrato in due campioni di studentesse universitarie il ruolo della vergogna come mediatore della relazione tra auto-oggettivazione e comportamenti alimentari disturbati (sintomi anoressici e bulimici). Gli stessi risultati si sono ritrovati in diversi campioni non clinici di giovani adulti (Calogero e Thompson, 2009; Moradi et al., 2005; Tiggemann e Kuring, 2004; Tiggemann e Lynch, 2001; Tiggemann e Slater 2001).

Nel complesso, nel caso dei disturbi alimentari, i dati sul ruolo delle variabili previste dalla teoria non sono omogenei (Moradi e Huang, 2008). I risultati contraddittori concernenti il ruolo della consapevolezza interocettiva, dell'esperienza di flusso e dell'ansia per l'aspetto fisico potrebbero essere dovuti: a) alla difficoltà

di misurare tali costrutti e/o all'utilizzo di misure diverse con insufficienti proprietà psicometriche (Moradi e Huang, 2008) e *b*) al fatto che, a differenza della vergogna, tali costrutti non sembrano essere importanti predittori dei disordini alimentari, in quanto risulterebbero associati più agli stati depressivi (si veda, figura 1) con una specifica connotazione di genere (Szymanski e Henning, 2007; Tiggemann e Kuring, 2004).

2. L'oggettivazione al maschile

La teoria dell'oggettivazione, nata dall'interesse per la sessualizzazione del corpo femminile, è stata fin dai primi studi applicata anche al genere maschile, per il quale si assiste attualmente a un incremento di modelli oggettivanti (Ricciardelli, Clow e White, 2010; Rohlinger, 2002; Thompson, 2000; Volpato, 2011), come mostrato dall'introduzione nel linguaggio comune del termine *metrosexual* e dall'analisi delle riviste, effettuata da Kolbe e Albanese (1996). Aubrey (2006), ad esempio, ha mostrato l'esistenza di una relazione tra l'esposizione a immagini sessualizzate veicolate dai media e il processo di auto-oggettivazione in universitari di entrambi i generi, in contrasto con i risultati di Johnson, McCreary e Mills (2007), che non hanno trovato per gli uomini effetti significativi di auto-oggettivazione. Globalmente, finora, i dati empirici hanno indicato, coerentemente con le formulazioni teoriche, che gli uomini riportano livelli minori di auto-oggettivazione, sorveglianza dell'aspetto fisico e vergogna rispetto alle donne (Moradi e Huang, 2008).

Le cose stanno però cambiando in modo veloce. Iper-sessualizzazione della donna e iper-mascolinizzazione dell'uomo (APA, 2007; Ricciardelli et al., 2010) sembrano andare nella nostra società di pari passo e rinforzarsi reciprocamente (Volpato, 2011). Secondo ricerche statunitensi, la percentuale di uomini che sperimentano insoddisfazione per il proprio corpo è triplicata in meno di trent'anni (Pope, Phillips e Olivardia, 2000). Anche in questo caso è rilevante il ruolo giocato dai mass media (Cafri, Thompson, Ricciardelli, McCabe, Smolak e Yeselis, 2005; Morry e Staska, 2001), che veicolano, in molte occasioni, messaggi che sottolineano la forza fisica e la dominanza sessuale. Si è trovato, per esempio, che i corpi maschili presentati dai media sono aumentati di volume nel corso degli anni (dal 1950 al 1990) per l'incremento della massa muscolare (Spitzer et al., 1999). Di conseguenza, non dovrebbe sorprendere il fatto che anche il genere maschile valuti negativamente le dimensioni corporee, sperimenti emozioni negative riguardo all'aspetto e incorra in disordini alimentari, tra cui la cosiddetta *reverse anorexia* (Cafri et al., 2005; Morry e Staska, 2001; Pope, Katz e Hudson, 1993; Tiggemann e Kuring, 2004; Zanetti e Giardini, 2004): questo termine è utilizzato per descrivere i comportamenti patologici finalizzati sia alla diminuzione di peso sia all'aumento della massa muscolare, quali l'esercizio fisico compulsivo, l'uso di sostanze dopanti e il controllo eccessivo dell'alimentazione (Pope et al., 1993).

Lo studio che ha sperimentalmente mostrato gli effetti dell'oggettivazione al maschile è stato effettuato da Hebl, King e Lin (2004). Le autrici hanno ripetuto, con una modifica, il paradigma del «costume da bagno» (Fredrickson et al., 1998), mostrando come lo stato di auto-oggettivazione incida negativamente sia sulle prestazioni femminili sia su quelle maschili: tutti i partecipanti nella condizione sperimentale «costume da bagno» hanno dichiarato di aver provato maggior vergogna per il proprio aspetto e raggiunto risultati più scarsi nel compito di matematica rispetto a quelli inseriti nella condizione di controllo. Le autrici attribuiscono il risultato a un cambiamento nella manipolazione dell'auto-oggettivazione per gli uomini, ai quali è stato fatto provare un costume, e non degli short, cosa che, a loro parere, ha posto gli uomini in una condizione di auto-oggettivazione simile a quella subita dalle donne.

3. Lo studio

Numerosi studi hanno dimostrato l'esistenza di legami tra auto-oggettivazione, vergogna per la propria immagine e disordini alimentari in campioni Americani ed Australiani di entrambi i generi (Moradi e Huang, 2008). Tuttavia, fino a questo momento, non è stato testato un modello completo che consideri l'esposizione a immagini mediatiche sessualmente oggettivanti come antecedente dei processi psicologici di auto-oggettivazione e delle loro conseguenze. La ricerca che qui proponiamo ha lo scopo di colmare questo gap.

In particolare, dato che il fenomeno dell'oggettivazione sessuale è particolarmente accentuato nei media italiani (CENSIS, 2006; Volpato, 2011; Zanardo 2010), obiettivo principale del presente studio è esaminare gli effetti dell'esposizione a tali immagini oggettivanti come antecedente dei processi psicologici di auto-oggettivazione e delle loro conseguenze, soffermandosi soprattutto sulle differenze di genere.

Considerando le patologie alimentari prevalenti nella popolazione generale italiana (Favaro, Ferrara e Santonastaso, 2003) e i dati sempre più allarmanti su restrizioni alimentari e meccanismi di compensazione per controllare il peso in studenti universitari (Tylka e Subich, 2002), nel presente studio abbiamo esaminato per la prima volta, in un campione di studenti Italiani, le relazioni tra: l'esposizione a immagini sessualmente oggettivanti (contenute nelle riviste e nei programmi televisivi italiani), la manifestazione del processo di auto-oggettivazione (sorveglianza del corpo), l'emozionalità negativa (vergogna) e i disordini alimentari. Particolare attenzione è stata rivolta alle differenze di genere nelle principali variabili dello studio e nelle loro interrelazioni.

Sono state formulate le seguenti ipotesi:

Ipotesi 1): In accordo con la formulazione originale della teoria dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts, 1997) e con i risultati delle ricerche (Moradi e Huang, 2008), ci aspettiamo che gli uomini riportino livelli minori di auto-oggettivazione/

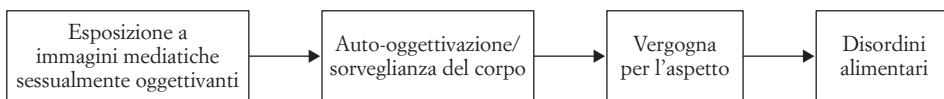


FIG. 2. Rappresentazione grafica del modello oggetto di studio.

sorveglianza del corpo, di vergogna e, di conseguenza, di disordini alimentari rispetto alle coetanee.

Ipotesi 2a): Sulla base dei risultati degli studi finora condotti nei campioni femminili (Aubrey, 2006; Moradi et al., 2005; Noll e Fredrickson, 1998; Tiggemann e Lynch, 2001; Tiggemann e Slater 2001), ipotizziamo che l'esposizione alle immagini oggettivanti, contenute nelle riviste e nei programmi televisivi, conduca le femmine all'interiorizzazione della prospettiva dell'osservatore e al persistente monitoraggio del proprio corpo (auto-oggettivazione/sorveglianza), e che tale processo psicologico scateni emozioni negative (vergogna per l'aspetto), le quali potrebbero essere alla base di comportamenti alimentari disturbati. La rappresentazione grafica del modello con le interrelazioni tra le variabili viene presentata in figura 2.

Ipotesi 2b): Inoltre sulla base dei dati relativi all'incremento della sessualizzazione del corpo maschile nei media, ci aspettiamo che i legami tra le variabili precedentemente denominate (Ipotesi 2a) emergano anche negli uomini (si veda figura 2).

4. Metodo

Partecipanti

Hanno partecipato allo studio 232 studenti iscritti ai primi anni dell'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano, di cui 113 maschi e 119 femmine, di età tra i 20 e i 23 anni ($M = 20.60$; $DS = 1.04$), provenienti dal Nord Italia (82.3%), dal Centro (7.8%) e dal Sud (9.9%).

A tutti i partecipanti è stato somministrato un questionario anonimo, costituito dagli strumenti di seguito descritti.

Strumenti

a) *Frequenza di esposizione a riviste e programmi televisivi popolari*. Seguendo la procedura raccomandata da Clark e Tiggemann (2006), i partecipanti sono stati invitati a riferire la loro frequenza di esposizione (in una scala a tre punti: 0 = *mai*, 1 = *qualche volta*, 2 = *ogni volta che va in onda/esce in edicola*) a 30 riviste e a 30 programmi televisivi popolari tra adulti di giovane età (selezionati sulla base dei dati pubblicati da luglio a dicembre 2011 nel sito della rivista *Prima comunicazione*: primaonline.it e nel tvblog.it).

b) *L'Eating Disorder Inventory-2* (EDI-2; Garner, 1995). Dei 91 item che costituiscono l'EDI-2, sono stati utilizzati 23 item (modalità di risposta graduata da *sem-*

pre a mai), ovvero quelli relativi alle tre scale comportamentali associate all'anoressia e alla bulimia. La scala dell'*impulso alla magrezza* valuta l'eccessiva preoccupazione per la dieta, il desiderio di perdere peso e la paura di aumento ponderale. La scala della *bulimia* indaga la tendenza a pensare e ad avere attacchi di sovralimentazione incontrollabile ed episodi di vomito autoindotto. La scala dell'*insoddisfazione per il corpo* misura la scontentezza per la forma del proprio corpo in generale e per le dimensioni di quelle parti che sono maggiormente coinvolte nelle patologie alimentari.

c) *L'Objectified Body Consciousness Scale* (OBCS) è uno strumento di auto-valutazione, costituito da 24 item (modalità di risposta da 1 = *fortemente in disaccordo* a 7 = *fortemente d'accordo*), che si articola in tre dimensioni (*sorveglianza del corpo*, *vergogna per l'aspetto*, *credenze di controllo dell'aspetto fisico*), con buone proprietà psicometriche evidenziate sia in campioni femminili che maschili (McKinley, 1998; McKinley e Hyde, 1996). Per gli obiettivi del presente studio sono state utilizzate le seguenti scale: 1) *sorveglianza del corpo* (8 item), che misura l'interiorizzazione della prospettiva dell'osservatore (auto-oggettivazione), ovvero il grado in cui il soggetto pensa se stesso come oggetto da valutare sulla base dell'aspetto fisico (esempio di *reverse item*: «mi preoccupo raramente di come appaio alle altre persone»); 2) *vergogna per il proprio aspetto* (8 item), che indaga le emozioni negative che si scatenano quando il soggetto avverte che il suo aspetto non è conforme agli standard socioculturali di bellezza (ad es. «quando non riesco a tenere sotto controllo il mio peso, non mi sento a posto»). Le scale sono state inserite nel questionario anonimo dopo la verifica della corrispondenza tra il testo italiano e quello della versione originale mediante *back translation*³.

Calcolo degli indici e analisi preliminari

a) Per ciascun partecipante è stato calcolato un *indice di esposizione a immagini mediatiche sessualmente oggettivanti* capace di considerare tanto la frequenza di esposizione quanto l'intensità dell'oggettivazione sessuale delle riviste e dei programmi televisivi italiani. Per calcolare tale indice è stata seguita la procedura raccomandata da Aubrey (2006). Ad un campione di 10 giudici (non partecipanti alla ricerca e, nel nostro caso, equamente distribuiti in base al genere e all'età per evitare eventuali bias nella valutazione) è stato chiesto di quantificare, mediante una scala a 3 punti (da 0 a 2), l'intensità della sessualizzazione delle stesse 30 riviste e 30 programmi televisivi proposti nel questionario. I giudici (che avevano precedentemente partecipato a un seminario universitario di comunicazione massmediatica e appreso la teoria dell'oggettivazione e i modi per concettualizzare e operationalizzare l'oggettivazione sessuale) non erano stati informati circa gli obiettivi specifici del corrente studio. In caso di dubbi (ad esempio per scarsa familiarità con

³ I partecipanti allo studio fanno parte del campione per la validazione italiana dello strumento, in corso a cura degli autori.

l'oggetto da valutare), ai giudici è stata data la possibilità di consultare una copia della rivista o vedere una registrazione del programma. Dopo l'eliminazione degli elementi che avevano ricevuto punteggi estremamente bassi o pari a zero (come *Focus* e *The Mentalist*), 16 riviste e 16 programmi sono stati utilizzati nella misurazione finale. Per determinare l'accordo *inter-rater* abbiamo utilizzato il coefficiente di correlazione intraclassa (Bartko, 1976), che ha raggiunto un livello soddisfacente (.89). Per ciascuna delle 16 riviste e per ciascuno dei 16 programmi, il punteggio medio di intensità della sessualizzazione fornito dai giudici⁴ è stato moltiplicato per la frequenza di esposizione indicata da ciascun partecipante. I prodotti ottenuti sono stati quindi sommati per fornire un indice globale di esposizione alle immagini mediatiche sessualmente oggettivanti; tale decisione è stata presa in quanto non ci sono indicatori teorici o empirici che mostrano un rapporto diverso tra l'esposizione alle immagini sessualizzate contenute nelle riviste o nella televisione⁵ e i costrutti della teoria dell'oggettivazione⁶. A supporto della validità della misura, viene riportata la correlazione bivariata con il costrutto dell'auto-oggettivazione (McKinley, 1998; McKinley e Hyde, 1996) e con il punteggio composito costituito dalle subscale dell'interiorizzazione generale e atletica di *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3* (Stefanile, Nerini, Matera e Pisani, 2010): $r(232) = .56$ e $r(232) = .54$, $p < .001$. Le analisi di fedeltà nel tempo, condotte con il metodo test-retest a intervallo di tre settimane, in un campione di 50 femmine e 50 maschi, estratti casualmente dal campione, ha mostrato una elevata stabilità (.88).

b) Per ciascun partecipante, i punteggi attribuiti nelle tre scale comportamentali dell'EDI-2 sono stati utilizzati per creare un punteggio composito. Tale procedura è stata utilizzata in numerosi studi che ne hanno evidenziato le buone proprietà psicometriche (Adkins e Keel, 2005; Tiggemann e Lynch, 2001). Nel nostro campione, è stata riscontrata un'elevata consistenza interna (alfa = .94).

c) Per ciascun partecipante sono stati calcolati due punteggi: uno per la scala *sorveglianza del corpo* e uno per la scala *vergogna*, dopo aver eseguito l'analisi fattoriale, condotta a partire dai punteggi ottenuti nelle scale dell'OBCS.

L'analisi fattoriale, effettuata con la tecnica delle componenti principali e seguita da rotazione obliqua attraverso il metodo *direct oblimin* ha messo in evidenza (*scree plot* e criterio di Kaiser: autovalore > 1) una struttura a due fattori, che spiegano complessivamente il 93.5% della varianza campionaria e sono pienamente compatibili con quelli ottenuti nella versione originale americana (McKinley, 1998; McKinley e Hyde, 1996). I pesi fattoriali sono riportati in tabella 1. L'affidabilità della scala della sorveglianza, misurata mediante alfa di Cronbach, è pari a .89; quella della vergogna

⁴ L'elenco completo dei programmati televisivi e delle riviste, con i corrispondenti giudici, è disponibile presso gli autori.

⁵ Nel presente campione è emerso: $r(232) = .66$; $p < .001$.

⁶ Va specificato che non è stato costruito un indice differenziato per uomini e donne in quanto, anche le riviste e i programmi televisivi italiani selezionati si caratterizzano per la compresenza di immagini oggettivanti maschili e femminili (Aubrey, 2006).

TAB. 1. *Pesi fattoriali dell'analisi delle componenti principali (N = 232)*

Item	OBCS Fattori ruotati (direct oblimin)	
	Fattore 1-Sorveglianza	Fattore 2-Vergogna
1	.953	.007
2	-.016	.983
3	.978	-.005
5	.019	.955
7	.957	.012
8	-.003	.982
9	.978	-.019
11	.017	.968
13	-.025	.987
14	.970	-.009
15	.021	.974
16	.945	.014
17	-.022	.996
18	.953	-.009
20	.943	.005
22	-.003	.966

Nota. Il numero degli item riportati in tabella corrisponde a quello della scala originale dell'Objectified Body Consciousness Scale (McKinley, 1998; McKinley e Hyde, 1996).

è pari a .90. Coerentemente con i risultati di McKinley e Hyde (1996), è emerso che la sorveglianza correla con la vergogna $r(232) = .60, p < .001$. Inoltre, la sorveglianza e la vergogna correlano con il punteggio composito di SATAQ-3 $r(232) = .45$ e $r(232) = .55; p < .001$, con la sotto-scala «insoddisfazione per il corpo» $r(232) = .41$ e $r(232) = .62, p < .001$ e con i disordini alimentari $r(232) = .46$ e $r(232) = .68, p < .001$. Un sottogruppo di 75 donne e 75 uomini è stato rivalutato con le stesse scale a distanza di 3 settimane, al fine di testare l'attendibilità. La correlazione tra i punteggi nelle due valutazioni è stata elevata: .90 per la sorveglianza e .91 per la vergogna.

5. Risultati

Le medie e le deviazioni standard di tutte le variabili considerate sono presentate, separatamente per genere, in tabella 2. Mediante i *t*-test condotti si è rilevato che le donne hanno ottenuto punteggi significativamente più elevati degli uomini sia nell'esposizione alle immagini mediatiche sessualmente oggettivanti $t(230) = 8.96, p < .001, d^7 = 1.17$, sia nel processo psicologico di auto-oggettivazione/sorveglianza $t(230) = 3.35, p < .002, d = .44$ e nelle sue conseguenze: vergogna $t(230) = 2.96, p < .004, d = .39$ e disordini alimentari $t(230) = 2.82, p < .006, d = .37$. Tali dati confermano l'Ipotesi 1. Confrontando il punteggio medio di sorveglianza delle studen-

⁷ L'effect size è stato calcolato attraverso la formula proposta da Cohen (1988).

TAB. 2. *Statistiche descrittive delle variabili dello studio*

	Uomini		Donne	
	M (DS)	Min-Max	M (DS)	Min-Max
Esposizione a immagini mediatiche sessualmente oggettivanti	14.8 (8.32)	1.1-36.0	24.62 (8.44)*	7.1-56.1
Sorveglianza del corpo	30.72 (11.34)	8-55	35.61 (10.87)*	13-56
Vergogna per l'aspetto	27.43 (14.19)	8-48	32.88 (13.86)*	8-56
Disordini alimentari	16.19 (14.24)	0-59	22.26 (18.39)*	1-69

* $p < .01$.

TAB. 3. *Correlazioni fra le principali variabili di interesse distinte per il genere dei partecipanti*

	1.	2.	3.	4.
1. Esposizione a immagini mediatiche sessualmente oggettivanti	–	.54***	.10	.16
2. Sorveglianza del corpo	.53***	–	.47***	.24*
3. Vergogna per l'aspetto	.26**	.69***	–	.63***
4. Disordini alimentari	.15	.60***	.71***	–

Nota: Sotto la diagonale sono riportati i coefficienti di correlazione (r di Pearson) per le donne, sopra la diagonale per gli uomini; * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

tesse del nostro campione (tabella 2) con quello ottenuto dalle studentesse australiane della stessa fascia di età ($M = 29.48$, $DS = 7.10$, Tiggemann e Lynch, 2001; $M = 28.03$, $DS = 7.40$, Tiggemann e Slater, 2001), si può notare che le italiane risultano significativamente più auto-oggettivate: $t(118) = 6.14$, $p < .001$, $d = .67$ e $t(118) = 7.59$ $p < .001$, $d = .82$, rispettivamente. Risultati analoghi emergono dal confronto del punteggio medio ottenuto nella sorveglianza tra gli studenti del nostro campione (tabella 2) e i loro coetanei australiani ($M = 27.55$, $DS = 6.97$, Tiggemann e Kuring, 2004): $t(112) = 2.96$, $p < .005$, $d = .34$. Tuttavia, gli uomini italiani hanno ottenuto punteggi significativamente inferiori rispetto ai maschi omosessuali ($M = 36.07$, $DS = 7.54$; Martins, Tiggemann e Kirkbride, 2007): $t(112) = -5.01$, $p < .001$, $d = .56$.

Le analisi delle correlazioni bivariate fra le variabili centrali della ricerca, differenziate per genere, sono presentate in tabella 3. Per quanto riguarda le donne, la frequenza di esposizione alle riviste e ai programmi televisivi che trattano le persone come corpi disponibili per l'uso e il piacere altrui si associa positivamente alla propensione a considerarsi come oggetti da valutare sulla base dell'aspetto fisico, che, a sua volta, si associa con i sentimenti di vergogna e con i disordini alimentari. Inoltre, l'esposizione a immagini sessualmente oggettivanti è in relazione positiva con la vergogna, che, a sua volta, si associa con i disordini alimentari. Per quanto riguarda gli uomini, l'esposizione si associa con l'auto-oggettivazione/sorveglianza, ma non con la vergogna. La sorveglianza è in relazione con la vergogna ed entrambe con i disordini alimentari. I dati suggeriscono, in entrambi i generi, pattern di relazioni simili tra il processo psicologico dell'auto-oggettivazione e le sue conseguenze, ma diversi tra l'antecedente di tale processo (mass media) e l'emozionalità negativa.

Siccome l'obiettivo primario dello studio è quello di esaminare l'applicabilità del modello causale dei disturbi alimentari previsto dalla teoria dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts, 1997) nelle femmine e nei maschi italiani, la *path analysis* è stata condotta separatamente. Essa è stata impostata in modo che l'esposizione alle immagini mediatiche sessualmente oggettivanti porti all'interiorizzazione dello sguardo dell'osservatore e al persistente monitoraggio del proprio corpo (auto-oggettivazione/sorveglianza) e che tale processo psicologico provochi vergogna, la quale a sua volta causa comportamenti alimentari disturbati. Nella *path analysis*, i coefficienti di percorso associati alle frecce orientate esprimono la portata del nesso causale e corrispondono ai pesi beta o coefficienti parziali di regressione standardizzati, che vengono stimati dalle equazioni di regressione multipla utilizzando l'approccio dei quadrati minimi (Tabachnick e Fidell, 2001); per ogni equazione la variabile viene regredita su tutte le altre variabili, che si presume siano causalmente antecedenti (Pedhazur, 1997). Coerentemente con gli studi che hanno impiegato la medesima metodologia (Calogero e Thompson, 2009; Clark e Tiggemann, 2006; Jones, Vigfusdottir e Lee, 2004; Tiggemann e Miller, 2010), al fine di esaminare gli effetti di mediazione, è stato stimato un modello completo, con tutti i possibili coefficienti di percorso diretti e indiretti. In questa procedura l'indice di bontà dell'adattamento del modello viene descritto da R^2 . Il modello completo spiega il 54% della varianza per quanto riguarda le donne: $R^2 = .540, F(3, 115) = 45.97, p < .001$, e il 42.8% della varianza per gli uomini: $R^2 = .428, F(3, 109) = 27.19, p < .001$. In tabella 4 vengono mostrati i coefficienti parziali di regressione standardizzati, distinti per genere, mentre in figura 3 vengono tracciati soltanto i *pathway* statisticamente significativi.

Come si può osservare (figura 3a) nei maschi l'esposizione a immagini sessualmente oggettivanti veicolate dai mass media conduce alla sorveglianza del proprio corpo, aumentando così la vergogna per l'aspetto, che a sua volta è collegata all'insorgenza di disturbi alimentari, confermando così l'ipotesi 2b. Coerentemente con la teoria dell'oggettivazione, la mancanza di un *pathway* diretto dalla sorveglianza ai disturbi alimentari indicherebbe che la vergogna media completamente la relazione. Per confermare tale indicazione, sono state eseguite una serie di regressioni multiple, in accordo con la procedura raccomandata da Baron e Kenny (1986). Per considerare una variabile come mediatrice (M), occorre che il peso beta nella prima equazione di regressione con la sola variabile predittrice (YX) risulti significativo e che il suo valore si indebolisca risultando non significativo quando gli effetti del mediatore proposto vengono inclusi nell'ultima equazione di regressione (YX.M). I risultati delle regressioni effettuate con i valori corrispondenti, come anche i risultati del test di Sobel⁸, vengono riportati nella tabella 5. Come si può notare, nei maschi⁹ la vergogna media totalmente la relazione tra sorveglianza e disturbi alimentari: il

⁸ Il test di Sobel è stato calcolato dal programma statistico che si trova online: <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>.

⁹ Nella relazione esposizione ai media oggettivanti-sorveglianza-vergogna, la sorveglianza non soddisfa la 1ª condizione prevista da Baron e Kenny (1986).

TAB. 4. Coefficienti parziali di regressione standardizzati (pesi beta)

Pathway	Uomini	Donne
EO-SC	.54**	.53**
EO-VA	.04	.15*
EO-DA	-.03	-.05
SC-VA	.43**	.21**
SC-DA	.01	.19**
VA-DA	.42**	.34**

Nota: EO = Esposizione a immagini mediatiche sessualmente oggettivanti; SC = Sorveglianza del corpo; VA = Vergogna per l'aspetto; DA = Disordini alimentari; * $p < .05$; ** $p < .001$.

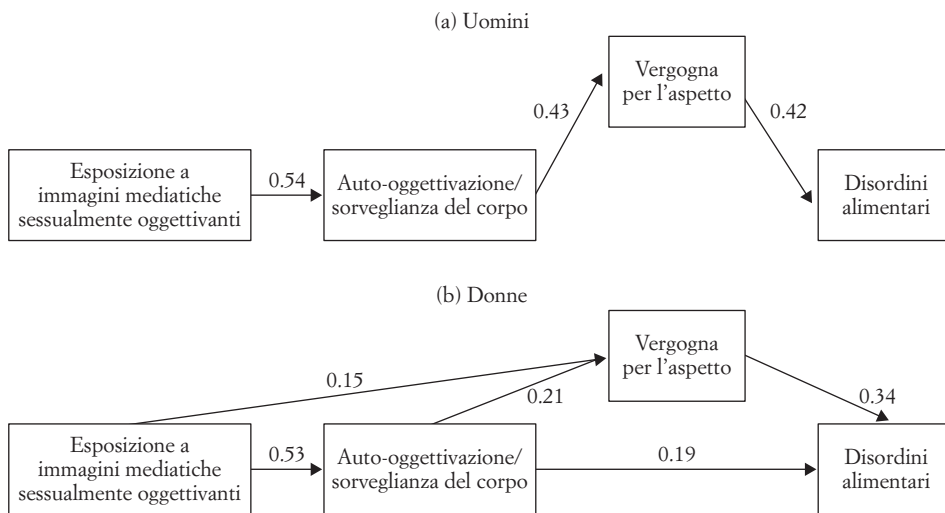


FIG. 3. Rappresentazione grafica del modello teorico esaminato con i rispettivi pesi beta ($p < .05$) dei pathway che sono risultati essere statisticamente significativi negli uomini (a) e nelle donne (b).

valore di beta (inizialmente .24, $p < .05$) si riduce quando gli effetti del mediatore vengono controllati (.02, *ns.*), risultando non statisticamente significativo.

Anche nel caso delle femmine (figura 3b), l'esposizione a immagini mediatiche oggettivanti conduce alla sorveglianza, che suscita vergogna, che, a sua volta, determina disordini alimentari, confermando così l'Ipotesi 2a. Tuttavia, a differenza dei maschi, nelle femmine abbiamo la presenza di *pathway* diretti dall'esposizione alle immagini mediatiche sessualmente oggettivanti alla vergogna e dalla sorveglianza ai disordini alimentari (figura 3b), indicando l'esistenza di mediazioni parziali. Come si può osservare nella tabella 5, dove vengono riportati i risultati sia delle regressioni (secondo la procedura di Baron e Kenny, 1986) che del test di Sobel, sia la sorveglianza che la vergogna mediano parzialmente le rispettive relazioni tra l'esposizione alle immagini oggettivanti e la vergogna e tra la sorveglianza e i disordini ali-

TAB. 5. *Analisi di mediazione*

Mediazione	$b(YX)$ $\beta; T$	$b(MX)$ $\beta; T$	$b(YM.X)$ $\beta; T$	$b(YX.M)$ $\beta; T$	z
SC-VA-DA (F)	.60***; 8.1	.69***; 10.3	.56***; 6.3	.21**; 2.4	4.10***
EO-SC-VA (F)	.26**; 2.8	.53***; 6.8	.21***; 2.3	.15*; 2.0	3.31***
SC-VA-DA (MA)	.24*; 2.6	.47***; 5.6	.48***; 5.1	.02; 0.2	3.92***

Nota: X = Predittore; Y = Criterio; M = Mediatore; F = Femmine; MA = Maschi; EO = Esposizione a immagini mediatiche sessualmente oggettivanti; SC = Sorveglianza del corpo; VA = Vergogna per l'aspetto; DA = Disordini alimentari; * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

mentari: in entrambi i casi il valore di beta (inizialmente .26, $p < .01$ e .60, $p < .001$) si riduce quando gli effetti della sorveglianza e della vergogna vengono controllati (.15, $p < .05$ e .21, $p < .01$), risultando però ancora statisticamente significativo.

6. Discussione

«Nella società occidentale il corpo femminile è troppo spesso ridotto a oggetto sessuale, minimizzato in una sorta di gigantesca sineddoche, in cui una parte è sufficiente a indicare l'intera persona, che perde così la sua integrità psicofisica» (Volpato, 2011, 111). Il mezzo privilegiato dell'oggettivazione sessuale, che si esprime in una grande varietà di forme, è lo sguardo oggettivante, che porta le persone a interiorizzare la prospettiva dell'osservatore, vale a dire a trattare se stesse come oggetti da valutare sulla base dell'aspetto fisico. Una delle conseguenze più insidiose dell'auto-oggettivazione e della persistente sorveglianza del corpo che la caratterizza è la frammentazione della coscienza, che può incidere sulle prestazioni cognitive: monitorare ossessivamente il corpo lascia poche risorse cognitive disponibili per altri interessi e attività mentali e fisiche, contribuendo così ad abbassare i risultati scolastici e le aspirazioni delle ragazze nei campi cognitivamente più impegnativi, limitando aspirazioni, opportunità di formazione e affermazione professionale (Volpato, 2011).

L'esposizione alle immagini sessualizzate delle donne, ma sempre più anche degli uomini (Aubrey, 2006; Morry e Staska, 2001; Rohlinger, 2002), influenza il concetto che i giovani hanno di sé e della propria sessualità, aumentando l'auto-oggettivazione, diffondendo una visione stereotipata dei ruoli di genere, esponendoli a conseguenze deleterie per il benessere psicofisico (APA, 2007). Se un'esposizione sottile a parole oggettivanti è sufficiente a produrre auto-oggettivazione ed effetti negativi su atteggiamenti ed emozioni (Roberts e Gettman, 2004), è lecito supporre che la massiccia esposizione a immagini mediatiche, che insegnano a pensare alle persone come a oggetti sessuali, produca effetti ben più severi.

I dati qui presentati confermano tali assunti. Le analisi condotte hanno infatti posto in evidenza che entrambi i generi risentono dei modelli oggettivanti veicolati dalle riviste e dai programmi televisivi italiani. Nello specifico, i risultati mostrano che l'esposizione a immagini mediatiche sessualmente oggettivanti conduce al processo di auto-oggettivazione/sorveglianza del corpo, aumentando le esperienze emozionali negative che, a loro volta, determinano comportamenti alimentari disturbati. Sono emerse anche differenze tra i due generi. In accordo con le formulazioni teoriche dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts, 1997), con i risultati empirici (Moradi e Huang, 2008) e con i dati di Pacilli e Mucchi-Faina (2010) sulla maggior fruizione giornaliera della televisione italiana (in termini di ore) da parte delle ragazze, gli uomini riportano minori livelli di sorveglianza, vergogna, disordini alimentari e minore frequenza di esposizione ai media. Inoltre, soltanto nelle donne l'auto-oggettivazione/sorveglianza media parzialmente la relazione tra l'esposizione a immagini sessualizzate e la vergogna. La relazione diretta tra l'esposizione ai media oggettivanti e la vergogna per l'aspetto fisico, pur non prevista, non è contraria alla teoria dell'oggettivazione, ed è in linea con il filone degli studi sperimentali, correlazionali e prospettici che hanno documentato gli effetti dei media (tv e riviste) sull'immagine corporea negativa (Grabe, Ward e Hyde, 2008; Stice, 2002). In aggiunta, recenti studi sperimentali hanno evidenziato che la relazione tra l'esposizione a immagini (in cui come forma principale del messaggio viene utilizzato il modello socialmente accettato del corpo femminile) e la conseguente insoddisfazione corporea, ansia, vergogna e disgusto per la propria inadeguatezza, è mediata dal meccanismo psicologico dell'auto-oggettivazione (Harper e Tiggemann, 2008; Monro e Huon, 2005). Coerentemente con altri studi (Moradi et al., 2005; Tiggemann e Kuring, 2004; Tiggemann e Lynch, 2001), in entrambi i generi è emersa una relazione indiretta tra sorveglianza e disordini alimentari (per via della vergogna); soltanto nel caso delle donne però la sorveglianza esercita i suoi effetti sui comportamenti alimentari anche in modo diretto. Questo dato, rilevato anche da Noll e Fredrickson (1998), potrebbe significare che le donne possono intraprendere la strada della restrizione alimentare come una strategia preventiva per timore di sperimentare gli effetti della vergogna. In sintesi, i presenti risultati estendono quelli di ricerche precedenti attraverso la disamina di un modello che tiene in considerazione, per la prima volta, l'antecedente del processo di auto-oggettivazione (mass media) e delle sue conseguenze, replicando i dati precedenti per quanto riguarda i disturbi alimentari.

7. Limiti, sviluppi futuri e implicazioni pratiche

I risultati della presente ricerca hanno contribuito a specificare ulteriormente la relazione tra auto-oggettivazione e influenze dell'esposizione ai messaggi mediatici; essa contiene però alcuni limiti, che lavori ulteriori potrebbero superare. Il

primo limite è inerente alla natura correlazionale dello studio e al fatto che il modello dell'oggettivazione testato è stato basato su campioni di universitari italiani; pertanto i risultati non possono essere generalizzabili. Le future ricerche dovranno replicare i nostri risultati, testando formalmente l'invarianza strutturale del modello fra uomini e donne su campioni più ampi (Byrne, 2011; Weston e Gore, 2006) ed estendere i dati su campioni diversi, tenendo in considerazione anche variabili non valutate nel corrente studio, come le relazioni complesse tra l'auto oggettivazione e le sue conseguenze in funzione dell'orientamento sessuale (Martins et al., 2007). Infine, la misura composita dei disordini alimentari impiegata nel presente studio, per quanto largamente utilizzata nello *screening*, non tiene conto di alcuni comportamenti disfunzionali tipicamente maschili e di strategie deleterie per aumentare la muscolatura, come l'esercizio compulsivo e l'uso di steroidi (Pope et al., 1993).

In termini di implicazioni pratiche, i risultati confermano che l'attenzione che la nostra società riserva all'apparenza esteriore provoca conseguenze negative per il benessere psicofisico sia degli uomini sia delle donne; tali risultati costituiscono un motivo di allarme e invitano a riflettere sugli interventi necessari per contrastare le conseguenze del fenomeno. Si pone il problema di individuare appositi strumenti legislativi che garantiscano un uso responsabile delle immagini femminili e maschili nei mezzi di comunicazione (Pacilli e Mucchi-Faina, 2010), sottraendo spazio alle «donne dell'apparenza» a favore delle «donne della realtà» (Volpato, 2011). A tale proposito, Posovac, Posovac e Posovac (1998) hanno dimostrato che l'esposizione passiva al modello mediatico porta i soggetti a preoccuparsi del loro peso, mentre l'esposizione a rappresentazioni più realistiche di bellezza non produce lo stesso effetto ed è associata a un abbassamento dei comportamenti alimentari disturbati (Vaughan e Fouts, 2003). La promozione e la progettazione di interventi specifici che informino sui rischi dell'auto-oggettivazione e consentano ai giovani di rafforzare le loro abilità di resistenza alla persuasione e di acquisire strumenti di lettura critica dei messaggi mediatici è uno degli approcci di prevenzione più promettenti ed efficaci (Piran, Levine e Irving, 2000; Wilksch, Tiggemann e Wade, 2006). A livello individuale, sono anche importanti gli interventi di natura cognitivo-comportamentale integrati con il protocollo della «realtà virtuale», al fine di distogliere le persone dall'interiorizzazione della prospettiva dell'osservatore e da pensieri e comportamenti che aumentano il focus sull'aspetto fisico (Cash, 2008; Riva, 2011).

Riferimenti bibliografici

- Adkins, E. C. e Keel, P. K. (2005). Does «excessive» or «compulsive» best describe exercise as a symptom of bulimia nervosa. *International Journal of Eating Disorders*, 38, 24-29.
- American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls (2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. Retrieved from <http://www.apa.org/pi/wpo/sexualization.html>.

- Anderson, A. E. e Di Domenico, L. (1992). Diet vs. shape content of popular male and female magazines: A dose response relationship to the incidence of eating disorders? *International Journal of Eating Disorders*, 3, 283-287.
- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D. e Bamos, M. (1983). Face-ism: Five studies of sex differences in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 725-735.
- Aubrey, J. S. (2006). Effects of sexually objectifying media on self-objectification and body surveillance in undergraduates: Results of a 2-year panel study. *Journal of Communication*, 56, 366-386.
- Baker, C. N. (2005). Images of Women's Sexuality in Advertisements: A Content Analysis of Black-and White-Oriented Women's and Men's Magazines. *Sex Roles*, 52, 13-27.
- Baron, R. M. e Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical consideration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bartko, J. J. (1976). On various intraclass correlation reliability coefficients. *Psychological Bulletin*, 83, 762-763.
- Bartky, S. L. (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. New York: Routledge.
- Blaine, B. e McElroy, J. (2002). Selling Stereotypes: Weight Loss Infomercials, Sexism, and Weightism. *Sex Roles*, 46, 351-357.
- Byrne, B. (2011). *Structural equation modeling with Mplus. Basic Concepts, Application and Programming*. New York: Routledge.
- Cafri, G., Thompson, J. K., Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P., Smolak, L. e Yeselis, C. (2005). Pursuit of the muscular ideal: Physical and psychological consequences and putative risk factors. *Clinical Psychology Review*, 25, 215-239.
- Calogero, R. M., Tantleff-Dunn, S. e Thompson, J. K. (2010). *Self objectification in women: Causes, consequences, and directions for research and practice*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Calogero, R. M. e Thompson, J. K. (2009). Potential implications of the objectification of women's bodies for women's sexual satisfaction. *Body Image*, 6, 145-148.
- Carpenter, L. M. (1998). From girls into women: Scripts for sexuality and romance in Seventeen magazine, 1974-1994. *Journal of Sex Research*, 35, 158-168.
- Cash, T. F. (2008). *The body image workbook* (2nd ed.). Oakland, CA: New Harbinger.
- Cash, T. F. e Pruzinsky, T. (1990). *Body images: Development, deviance, and change*. New York: Guilford.
- Centro Studi Investimenti Sociali (2006). *Women and Media in Europe/Libro Bianco*. Roma: Fondazione Adkins-Censis.
- Clark, L. e Tiggemann, M. (2006). Appearance culture in 9 to 12 year old girls: Media and peer influences on body dissatisfaction. *Social Development*, 15, 628-643.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Copeland, G. A. (1989). Face-ism and prime time television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 33, 209-214.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow*. New York: Harper Perennial.
- Dakanalis, A. (2011). Bulimia Nervosa e Disturbo da Alimentazione Incontrollata: Cause. In F. Gonidakis e D. Xarila (ed.), *Disturbi del Comportamento Alimentare. Terapia Cognitivo-Comportamentale* (pp. 125-139). Athens: Pedion Press.
- Dion, K. L., Dion, K. K. e Keelan, J. P. (1990). Appearance anxiety as a dimension of socio-evaluative anxiety: Exploring the ugly duckling syndrome. *Contemporary Social Psychology*, 14, 220-224.

- Durham, M. G. (1998). Dilemmas of desires: Representations of adolescent sexuality in two teen magazines. *Youth and Society*, 29, 369-389.
- Ehrenreich, B. e English, D. (1978). *For Her Own Good: 150 Years of the Experts' Advice to Women*. New York: Anchor Press & Doubleday.
- Favaro, A., Ferrara, S. e Santonastaso, P. (2003). The Spectrum of Eating Disorders in Young Women: A Prevalence Study in a General Population Sample. *Psychosomatic Medicine*, 65, 701-708.
- Fouts, G. e Burggraf, K. (2000). Television situation comedies: Female weight, male negative comments, and audience reactions. *Sex Roles*, 42, 925-932.
- Fredrickson, B. L. e Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206.
- Fredrickson, B. L., Roberts, T., Noll, S. M., Quinn, D. M. e Twenge, J. M. (1998). That swimsuit becomes you: Sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 269-284.
- Gapinski, K. D., Brownell, K. D. e LaFrance, M. (2003). Body objectification and «fat talk»: Effects on emotions, motivation, and cognitive performance. *Sex Roles*, 48, 377-388.
- Garner, D. M. (1995). *Eating Disorder Inventory-II*. Firenze: Organizzazioni Speciali.
- Garner, D. M. (2004). *Eating Disorder Inventory – Third Edition referral manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources, Inc.
- Gasparri, I. (2011). *Chi è il maestro del lupo cattivo? Le donne nella pubblicità stradale Milano 1990-2011*. Milano: Ichome librisenzaeditore.
- Gerbner, G., Gross, L. e Morgan, M. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant e D. Zillman (ed.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 43-67). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Glick, P., Larsen, S., Johnson, C. e Branstiter, H. (2005). Evaluations of sexy women in low and status jobs. *Psychology of Women Quarterly*, 29, 389-395.
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Grabe, S., Ward, L. M. e Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134, 460-476.
- Gruenfeld, D. H., Inesi, M. E., Magee, J. C. e Galinsky, A. D. (2008). Power and the objectification of social targets. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 111-127.
- Harper, B. e Tiggemann, M. (2008). The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-Objectification, Mood, and Body Image. *Sex Roles*, 58, 649-657.
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C. e Heimberg, R. G. (2008). Development and examination of the Social Appearance Anxiety Scale. *Assessment*, 15, 48-59.
- Hatton, E. e Trautner, M. N. (2011). Equal opportunity objectification? The sexualization of men and women on the cover of Rolling Stone. *Sexuality & Culture*, 15, 256-278.
- Hebl, M. R., King, E. B. e Lin, J. (2004). The swimsuit becomes us all: Ethnicity, gender, and vulnerability to self-objectification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1322-1331.
- Heflick, N. e Goldenberg, J. (2009). Objectifying Sarah Palin: Evidence that objectification causes women to be perceived as less competent and less fully human. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 598-601.
- Huebner, D. M. e Fredrickson, B. L. (1999). Gender Differences in Memory Perspectives: Evidence for Self-Objectification in Women. *Sex Roles*, 41, 459-467.

- Johnson, P. J., McCreary, D. R. e Mills, J. S. (2007). Effects of exposure to objectified male and female media images on men's psychological well-being. *Psychology of Men and Masculinity*, 8, 95-102.
- Jones, D. C., Vigfusdottir, T. H. e Lee, Y. (2004). Body image and the appearance culture among adolescent girls and boys: an examination of friend conversations, peer criticism, appearance magazines, and the internalization of appearance ideals. *Journal of Adolescent Research*, 19, 323-339.
- Kilbourne, J. (1994). Still killing us softly: advertising and the obsession with thinness. In P. Fallon, M. A. Katzman e S. C. Wooley (ed.), *Feminist perspectives on eating disorders* (pp. 395-437). New York: Guilford.
- Kjærbye-Thygesen, A., Munk, C., Ottesen, B. e Krüger Kjær, S. (2004). Why do slim women consider themselves too heavy? A characterization of adult women considering their body weight as too heavy. *International Journal of Eating Disorders*, 35, 275-285.
- Kolbe, R. H. e Albanese, P. J. (1996). Man to man: A content analysis of sole-male images in male-audience magazines. *Journal of Advertising*, 35, 1-20.
- Lewis, M. (1992). *Shame: The exposed self*. New York: Free Press.
- Loughnan, S., Haslam, N., Murnane, T., Vaes, J., Reynolds, C. e Suitner, C. (2010). Objectification leads to depersonalization: The denial of mind and moral concern to objectified others. *European Journal of Social Psychology*, 40, 709-717.
- MacKinnon, C. (1989). *Towards a feminist theory of the state*. Cambridge: Harvard University Press.
- Malkin, A. R., Wornian, K. e Chrisler, J. C. (1999). Women and weight: gendered messages on magazine covers. *Sex Roles*, 40, 647-656.
- Martins, Y., Tiggemann, M. e Kirkbride, A. (2007). Those Speedos become them: The role of self-objectification in gay and heterosexual men's body image. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, 634-647.
- McKinley, N. M. (1998). Gender differences in undergraduates' body esteem: The mediating effect of objectified body consciousness and actual/ideal weight discrepancy. *Sex Roles*, 39, 113-123.
- McKinley, N. M. e Hyde, J. S. (1996). The Objectified Body Consciousness Scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 181-215.
- Monro, F. e Huon, G. (2005). Media-portrayed idealized images, body shame, and appearance anxiety. *International Journal of Eating Disorders*, 38, 85-90.
- Moradi, B., Dirks, D. e Matteson, A. (2005). Roles of sexual objectification experiences and internalization of sociocultural standards of beauty in eating disorder symptomatology: An examination and extension of objectification theory. *Journal of Counseling Psychology*, 52, 420-428.
- Moradi, B. e Huang, Y. P. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32, 377-398.
- Morris, A., Cooper, T. e Cooper, P. J. (1983). The Changing Shape of Female Fashion Models. *International Journal of Eating Disorders*, 8, 593-596.
- Morry, M. M. e Staska, S. L. (2001). Magazine exposure: Internalization, self-objectification, eating attitudes, and body satisfaction in male and female university students. *Canadian Journal of Behavioural Sciences*, 4, 269-279.
- Noll, S. e Fredrickson, B. L. (1998). Medial model linking self-objectification, body shame, and disordered eating. *Psychology of Women Quarterly*, 22, 623-636.
- Ohring, R., Graber, J. e Brooks-Gunn, J. (2002). Girls' recurrent and concurrent dissatisfaction: Correlates and consequences over 8 years. *International Journal of Eating Disorders*, 31, 404-415.

- Pacilli, M. G. e Mucchi-Faina, A. (2010). Come mi vorrei: interiorizzazione di modelli mediatici e immagine di sé. In E. Camussi e N. Monacelli (ed.), *Giornate di Studio su «Questioni sul corpo in psicologia sociale»* (pp. 32-38). Parma: Casa editrice universitaria Uninova.
- Papadaki, L. (2007). Sexual objectification: From Kant to contemporary feminism. *Contemporary Political Theory*, 6, 330-348.
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple regression in behavioral research*. Orlando, FL: Harcourt Brace.
- Piran, N., Levine, M. P. e Irving, L. M. (2000). GO GIRLS! Media literacy, activism, and advocacy project. *Healthy Weight Journal*, 14, 89-90.
- Pope, H. G., Katz, D. L. e Hudson, J. I. (1993). Anorexia nervosa and reverse anorexia among 108 bodybuilders. *Journal of Comprehensive Psychiatry*, 34, 406-409.
- Pope, H. G., Philips, K. A. e Olivardia, R. (2000). *The Adonis Complex : The secret crisis of male body obsession*. New York: Free Press.
- Posovac, H. D., Posovac, S. e Posovac, E. (1998). Exposure to media images of female attractiveness and concern with body weight among young women. *Sex Roles*, 38, 187-201.
- Pyle, R. L., Halvorson, P. A., Neuman, P. A. e Mitchell, J. E. (1986). The increasing prevalence of bulimia in freshman college students. *International Journal of Eating Disorders*, 5, 631-647.
- Quinn, D. M., Kallen, R. W., Twenge, J. M. e Fredrickson, B. L. (2006). The disruptive effect of self-objectification on performance. *Psychology of Women Quarterly*, 30, 59-64.
- Ricciardelli, R., Clow, K. A. e White, P. (2010). Investigating hegemonic masculinity: Portrayals of masculinity in men's lifestyle magazines. *Sex Roles*, 63, 64-78.
- Riva (2011). The key to unlocking the virtual body: virtual reality in the treatment of obesity and eating disorders. *Journal of Diabetes Science and Technology*, 5, 283-292.
- Roberts, T. A. e Gettman, J. Y. (2004). Mere exposure: Gender differences in the negative effects of priming a state of self-objectification. *Sex Roles*, 51, 17-27.
- Rohlinger, D. A. (2002). Eroticizing men: Cultural influences on advertising and male objectification. *Sex Roles*, 46, 61-74.
- Rucker, C. E. e Cash, T. F. (1992). Body Images, Body Size Perceptions and Eating Behaviors among African-American and White College Women. *International Journal of Eating Disorders*, 3, 291-299.
- Rudman, W. J. e Hagiwara, A. F. (1992). Sexual exploitation in advertising health and wellness products. *Women & Health*, 18, 77-89.
- Saguy, T., Quinn, D. M., Dovidio, J. F. e Pratto, F. (2010). Interacting like a body: Objectification can lead women to narrow their presence in social interaction. *Psychological Science*, 2, 178-182.
- Sommers-Flanagan, R., Sommers-Flanagan, J. e Davis, B. (1993). What's happening on music television? A gender-role content analysis. *Sex Roles*, 28, 745-753.
- Spitzer, B. L., Henderson, K. A. e Zivian, M. T. (1999). Gender differences in population versus media body sizes: A comparison over four decades. *Sex Roles*, 40, 545-565.
- Stefanile, C., Nerini, A., Matera, C. e Pisani, E. (2010). Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3: An exploratory factor analysis of an Italian version. *Psychology and Health*, 25, 344.
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 128, 825-848.
- Swim, J. K., Hyers, L. L., Cohen, L. L. e Ferguson, M. J. (2001). Everyday sexism: Evidence for its incidence, nature, and psychological impact from three daily diary studies. *Journal of Social Issues*, 57, 31-53.

- Szymanski, D. M. e Henning, S. L. (2007). The role of self-objectification in women's depression: A test of objectification theory. *Sex Roles*, 56, 45-53.
- Tabachnick, B. G. e Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. New York: Harper-Collins.
- Thompson, M. J. (2000). Gender in magazine advertising: Skin sells best. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18, 178-181.
- Thomsen, S. R., McCoy, K. e Williams, M. (2001). Internalizing the impossible: Anorexic outpatients experiences with women's beauty and fashion magazines. *Eating Disorders*, 9, 49-64.
- Tiggemann, M. e Kuring, J. K. (2004). The role of body objectification in disordered eating and depressed mood. *British Journal of Clinical Psychology*, 43, 299-311.
- Tiggemann, M. e Lynch, J. E. (2001). Body image across the life span in adult women: The role of self-objectification. *Developmental Psychology*, 37, 243-253.
- Tiggemann, M. e Miller, J. (2010). The internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63, 79-90.
- Tiggemann, M. e Slater, A. (2001). A test of objectification theory in former dancers and non-dancers. *Psychology of Women Quarterly*, 25, 57-64.
- Tylka, T. L. e Subich, L. M. (2002). Exploring young women's perceptions of the effectiveness and safety of maladaptive weight control techniques. *Journal of Counseling & Development*, 80, 101-110.
- Unger, R. K. e Crawford, M. E. (1996). *Women and gender: A feminist psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Vaughan, K. e Fouts, G. (2003). Changes in television and magazine exposure and eating disorder symptomatology. *Sex Roles*, 49, 313-320.
- Volpato, C. (2011). *Deumanizzazione. Come si legittima la violenza*. Bari-Roma: Laterza.
- Weston, R. e Gore, P. A. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modeling. *The Counseling Psychologist*, 34, 719-751.
- Wilksch, S. M., Tiggemann, M. e Wade, T. D. (2006). Impact of interactive school-based media literacy lessons for reducing internalization of media ideals in young adolescent girls and boys. *International Journal of Eating Disorders*, 39, 385-393.
- Williams, M., Thomsen, S. R. e McCoy, K. (2003). Looking for an accurate mirror: A model for the relationship between media use and anorexia. *Eating Behaviours*, 4, 127-134.
- Wiseman, C. V., Gray, J. J., Mosimann, J. E. e Ahrens, A. H. (1992). Cultural expectations of thinness in women: An update. *International Journal of Eating Disorders*, 11, 85-89.
- Zanardo, L. (2010). *Il corpo delle donne*. Milano: Feltrinelli.
- Zanetti, M. A. e Giardini, I. (2004). Adolescenti e i disturbi del comportamento alimentare. In M. Francesconi (ed.), *L'appetito un crimine* (pp. 125-139). Milano: Franco Angeli.

The objectified body: media, psychophysical well-being and gender differences

According to objectification theory (Fredrickson e Roberts, 1997), the effect of sexually objectifying media on self-objectification and on psychophysical young adults well-being have been examined. As far as for women, the exposure to sexually objectifying media leads to self-objectification/body surveillance which in turn leads to body shame, that is related to the etiology of disordered eating. Similar results (even if weaker) came out from the male sample. Women obtained significantly higher mean scores in all variables examined. We

found gender issues in body surveillance and shame if considered as mediator variables. Practical implications are discussed.

Keywords: sexual objectification, mass media, gender, body image, disordered eating [259-282].

Antonios Dakanalis, Dipartimento di Psicologia, Università degli Studi di Pavia, P.za Botta 6, 27100 Pavia, Italia
antonios.dakanalis@unipv.it

Valentina Elisabetta Di Mattei, indirizzo manca ???

Antonio Prunas, indirizzo manca ???

Giuseppe Riva, indirizzo manca ???

Lucio Sarno, indirizzo manca ???

Chiara Volpato, indirizzo manca ???

Maria Assunta Zanetti, indirizzo manca ???