



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione (DPSS)

**Corso di laurea in Scienze Psicologiche dello Sviluppo, della Personalità e delle Relazioni
interpersonali**

Elaborato finale

**La relazione tra l'uso di *TikTok*, l'insoddisfazione corporea e i comportamenti
alimentari disfunzionali.**

The relationship between TikTok use, body dissatisfaction, and dysfunctional eating behaviors

Relatrice

Prof.ssa Marta Ghisi

Correlatore

Dott. Paolo Mancin

Laureanda: Alice Cesco

Matricola: 2008101

Anno Accademico 2022/2023

Indice

Introduzione.....	4
1. Body dissatisfaction e social media nella popolazione giovane-adulta.....	8
1.1 Il costrutto di <i>Body dissatisfaction</i>	9
1.1.1 Relazione fra insoddisfazione corporea e disturbi del comportamento alimentare.....	11
1.2 Il ruolo dei <i>social media</i> nell'insorgenza di insoddisfazione corporea.....	13
1.2.1 Teoria dell'oggettivazione di Fredrickson e Roberts.....	14
1.2.2 Modello dei Cinque sistemi applicato ai social media.....	14
1.2.3 Teoria del confronto sociale di Festinger.....	15
1.2.4 Modello tripartito di Influenza di Thompson e collaboratori.....	17
2. L'utilizzo di TikTok e le sue conseguenze.....	20
2.1 <i>TikTok</i> : cos'è e come funziona.....	21
2.1.1 Filtri e ideali di bellezza	23
2.2 I contenuti e i <i>trend</i> di <i>TikTok</i> riguardanti l'immagine corporea e i comportamenti alimentari.....	24
2.2.1 <i>Thinspiration</i> e <i>Fitspiration</i>	26
2.2.2 <i>I trend di TikTok: body checking, What I Eat in a Day</i>	28
2.3 Implicazioni e conseguenze sulla popolazione generale.....	30
Discussione e conclusioni.....	34
Riferimenti bibliografici.....	38

Introduzione

Nel corso degli ultimi decenni, l'uso dei *social media* è aumentato in maniera esponenziale, diffondendosi specialmente tra le fasce di popolazioni più giovani (Australian Bureau of Statistics, 2018; Perrin, 2015). La popolazione giovane-adulta, infatti, utilizza quotidianamente le piattaforme di *social media* sia in modo attivo, creando contenuti, che in modo passivo, osservando i *post* pubblicati dagli altri utenti.

TikTok rappresenta attualmente uno dei *social media* di maggior successo (Montag et al., 2021). Nonostante sia nata come un'applicazione di *LipSync-Videos* (ovvero video in cui un utente canta in *playback* e/o balla avendo in sottofondo una canzone preregistrata), nel tempo si è evoluta diventando anche un efficace canale di informazione, soprattutto per i più giovani (Basch et al., 2022). A tal proposito, *TikTok* è una piattaforma all'interno della quale è anche diffusa la presenza di *post* relativi al cibo, alla nutrizione, all'aspetto fisico e al peso (Minadeo & Pope, 2022). In particolare, vengono divulgati contenuti che possono enfatizzare l'ideale di magrezza e la *weight normative*, ovvero la credenza che la salute sia possibile solo a un peso specifico (Tylka et al., 2014).

La pubblicazione di *post* legati a queste tematiche potrebbe alimentare la diffusione di categorie di contenuti disfunzionali per lo sviluppo di disturbi del comportamento alimentare (DCA) e di insoddisfazione corporea. I DCA sono disturbi psicologici caratterizzati da gravi e persistenti alterazioni della sfera alimentare, e dalla presenza di costanti preoccupazioni, pensieri ed emozioni negative associate al proprio aspetto fisico e al cibo (American Psychiatric Association [APA], 2013). I DCA si articolano in tre tipologie principali: Anoressia Nervosa (AN), Bulimia Nervosa (BN) e Disturbo da alimentazione incontrollata.

L'insoddisfazione corporea (*body dissatisfaction*) è un fenomeno considerato un costrutto compreso nell'immagine corporea negativa (Spreckelsen et al., 2018) che trae origine da una percezione di discrepanza fra il proprio aspetto fisico reale e quello ideale, spesso caratterizzato da uno stato di magrezza estrema (Heider et al., 2018). Inoltre, l'insoddisfazione corporea induce ad alterazioni cognitive che riguardano convinzioni e credenze negative rispetto alla propria immagine corporea. Dai risultati di diversi studi (Griffiths et al., 2017; Jiotsa et al., 2021; Martinez et al., 2019), è emersa l'esistenza di un collegamento fra l'utilizzo dei *social media* e l'insorgenza di *body dissatisfaction* (de Vries et al., 2016). Per spiegare l'esistenza di questo legame, è stato fatto riferimento a quattro principali teorie: la teoria dell'oggettivazione di Fredrickson e Roberts (1997); il modello dei Cinque sistemi di Williams e Garland (2002) applicato ai *social media* (Warrender & Milne, 2020); la teoria del confronto sociale di Festinger (1954) e, infine, il Modello tripartito di Influenza di Thompson e colleghi (1999).

La prima teoria delle autrici Fredrickson e Roberts (1997), affronta il tema dell'oggettivazione dell'individuo, che sembrerebbe avvenire anche in seguito ad un uso massiccio dei *social media*. Dall'oggettivazione ha origine un ulteriore fenomeno: l'auto-oggettivazione, che è strettamente associato all'insoddisfazione corporea (Fitzsimmons-Craft & Bardone-Cone, 2012; Strelan & Hargreaves, 2005) e comportamenti alimentari disfunzionali (Lindner et al., 2012; Tiggemann & Williams, 2012; Tylka & Hill, 2004).

Successivamente, verrà analizzato il modello dei Cinque sistemi (Williams & Garland, 2002) applicato ai *social media* (Warrender & Milne, 2020) secondo il quale dall'uso dei *social media* trae origine il confronto fra se stessi e le immagini *online*, con una conseguente attivazione dei quattro sistemi previsti dal modello: il sistema dei pensieri, delle emozioni, dei comportamenti e delle sensazioni fisiche.

In aggiunta, la teoria del confronto sociale proposta da Festinger (1954) ipotizza l'esistenza di una spinta innata negli individui che li porterebbe a confrontarsi con gli altri per valutare se stessi e le loro qualità. Infine, l'ultimo modello preso in considerazione è il Modello tripartito di Influenza di Thompson e colleghi (1999), il quale ha proposto tre fonti di influenza nello sviluppo di insoddisfazione corporea e di disturbi alimentari: i pari, i genitori e i *mass media*.

Nel primo capitolo dell'elaborato verranno tratti nello specifico i temi riguardanti i disturbi del comportamento alimentare e l'insoddisfazione corporea, analizzati anche come conseguenza di un uso disfunzionale e problematico dei *social media*. Inoltre, verranno affrontati quattro diversi modelli teorici utilizzati per spiegare la relazione fra l'uso dei *social media* e l'insorgenza di insoddisfazione corporea, ovvero: la teoria dell'oggettivazione di Fredrickson e Roberts (1997); il modello dei Cinque sistemi applicato ai *social media* (Warrender & Milne, 2020); la teoria del confronto sociale di Festinger (1954) e il Modello tripartito di Influenza di Thompson e colleghi (1999)

Nel secondo capitolo si tratterà maggiormente del *social media TikTok*, partendo dalle informazioni basilari del suo funzionamento e del suo utilizzo, per arrivare alle diverse funzioni che propone, come per esempio i filtri di bellezza. L'utilizzo di *TikTok* verrà affiancato allo sviluppo di insoddisfazione corporea. Dunque, verranno trattate le principali funzionalità del *social media* che risultano disfunzionali e pericolose per il benessere psico-fisico dell'utente. Verranno analizzati i *trend* e le *challenge* di *TikTok* riguardanti l'immagine corporea e i comportamenti alimentari, nello specifico quelli del *What I Eat in a Day*, in cui il creatore del video mostra nel dettaglio ciò che mangia in un giorno; e del *body checking*, in cui la persona ritratta nel video si mostra in comportamenti di controllo compulsivo del proprio corpo. Inoltre, si tratteranno i principali fenomeni diffusi su *TikTok* volti a promuovere l'estrema magrezza e

diete restrittive, ovvero i fenomeni *Thinspiration* e *Fitspiration*. Affrontando queste tematiche, verrà messo in luce che la pubblicazione di questa tipologia di contenuti potrebbe alimentare la diffusione di categorie di contenuti disfunzionali per lo sviluppo di DCA e di insoddisfazione corporea.

In conclusione, verranno affrontate le principali implicazioni e conseguenze sulla popolazione generale, analizzando ancor più nello specifico la relazione fra l'uso dei *social media* e l'insorgenza di insoddisfazione corporea e di comportamenti alimentari disfunzionali.

Capitolo 1

Body dissatisfaction e social media nella popolazione giovane-adulta

Nel corso degli ultimi decenni, l'uso dei *social media* è aumentato in maniera esponenziale, diffondendosi specialmente tra le fasce di popolazioni più giovani (Australian Bureau of Statistics, 2018; Perrin, 2015). I giovani, infatti, utilizzano quotidianamente le piattaforme *social media* sia in modo attivo, creando contenuti, che in modo passivo, osservando i *post* pubblicati dagli altri utenti. In particolare, i *social media* più utilizzati dai giovani-adulti sono *Youtube*, *TikTok*, *Instagram* e *Snapchat* (Statista, 2022).

I *social media* possono prevedere anche il coinvolgimento in una forma di utilizzo disfunzionale, definita come uso problematico o *addiction* (Cheng et al., 2021). La dipendenza dall'uso di *social media* è una dipendenza comportamentale caratterizzata da un'eccessiva preoccupazione per i *social media*, dall'impulso incontrollabile di accedervi e connettersi e dal dedicarci una quantità di tempo tale da compromettere altre aree importanti della vita (Hilliard et al., 2019). La dipendenza da *social media* è simile a qualsiasi altro disturbo da uso di sostanze (Simeone, 2019), infatti include le sei componenti del comportamento di dipendenza proposte da Griffiths nella tua Teoria dei componenti nucleari della dipendenza (2005): il cambiamento dell'umore, la salienza, la tolleranza, i sintomi di astinenza, il conflitto e la ricaduta.

L'uso dei *social media* può portare a una dipendenza fisica e psicologica poiché innesca il rilascio di dopamina da parte del sistema di ricompensa del cervello. Uno studio condotto da Sherman e colleghi (2016), ha dimostrato che il flusso costante di *like*, condivisioni e commenti provoca nell'area di ricompensa del cervello lo stesso tipo di reazione chimica che si verifica con droghe come la cocaina. Infatti, le differenti piattaforme di *social media* come *Facebook*, *Instagram* e *TikTok*, producono gli stessi circuiti neurali generati dalle droghe ricreative e dal gioco d'azzardo.

L'uso problematico dei *social network* ha portato all'intensificarsi di gravi problematiche psicosociali, come il danneggiamento delle relazioni interpersonali (Fox & Moreland, 2015; Müller et al., 2016), i problemi del sonno (Koc & Gulyagci, 2013, Wolniczak et al., 2013), l'insorgenza di stati psicologici negativi come ansia e depressione (Elphinstone & Noller, 2011, Pantic, 2014).

Queste conseguenze possono portare, quindi, al danneggiamento del benessere psicofisico dell'individuo.

Sembra essere soprattutto la popolazione giovane-adulta (18-30 anni) a presentare questa forma di utilizzo disfunzionale dei *social media* (Griffiths & Kuss, 2017).

Questa fascia di popolazione si colloca in uno specifico periodo di transizione dall'adolescenza all'età adulta, che implica lo sviluppo di nuove competenze e l'assunzione di maggiori responsabilità (Arnett, 2007). Infatti, questo viene riconosciuto come un periodo di crescita molto delicato, in cui l'individuo si trova ancora inesperto di fronte ai doveri e agli impegni della vita adulta (Jurewicz, 2015). I giovani adulti vengono considerati, quindi, più vulnerabili alle possibili implicazioni negative dovute a un'eccessiva esposizione ai contenuti proposti dai *social media*, in quanto maggiormente suggestibili e condizionabili (Sherman et al., 2016).

Da uno studio condotto da Rounsefell e colleghi (2020) con un campione di partecipanti di età compresa fra i 18 e i 30 anni, è emerso un dato interessante circa l'uso dei *social network* nella popolazione giovane-adulta. Infatti, è stata rilevata l'esistenza di una correlazione fra l'utilizzo dei *social media* e la presenza di disturbi dell'immagine corporea, in particolar modo l'insoddisfazione corporea (*body dissatisfaction*).

Inoltre, dallo stesso studio è stato riscontrato che l'esposizione a contenuti riguardanti l'aspetto fisico, gli ideali di bellezza e l'alimentazione porterebbe ad un incremento di pensieri negativi sul proprio corpo, a comportamenti alimentari restrittivi e a un maggior confronto con gli altri (Rounsefell et al., 2020).

Dunque, questo studio ha suggerito che la visione di immagini idealizzate della vita quotidiana o raffiguranti l'aspetto fisico delle celebrità e dei propri coetanei, così come l'accesso ai contenuti legati al tema cibo e *fitness*, possono creare una forte pressione nei giovani-adulti e promuovere l'insorgenza di insoddisfazione corporea.

1.1 Il costrutto di *Body dissatisfaction*

L'insoddisfazione corporea è un fenomeno ampiamente diffuso nella popolazione generale ed è considerato un costrutto compreso nell'immagine corporea negativa (Spreckelsen et al., 2018). Si tratta di un processo interiore, che coinvolge aspetti emozionali e cognitivi, nonostante possa essere caratterizzato dall'influenza di fattori esterni e sociali. L'insoddisfazione corporea trae origine da una percezione di discrepanza fra il proprio aspetto fisico reale e quello ideale, spesso caratterizzato da uno stato di magrezza estrema (Heider et al., 2018).

Secondo uno studio prospettico, la *body dissatisfaction* è rilevabile nel 61% degli adolescenti in tutto il mondo (Bornioli et al., 2021). Esistono prove empiriche sostanziali che dimostrano l'esistenza di maggiore *body dissatisfaction* nella popolazione femminile rispetto che in quella

maschile (Barker & Galambos, 2003; Eisenberg et al., 2006; Muth & Cash, 1997). Ad esempio, Muth e Cash (1997), nel loro studio incentrato sulle differenze di genere nell'immagine corporea, hanno rilevato che il 40% delle femmine non era soddisfatto del proprio corpo, rispetto ad un valore del 22% ottenuto dal campione maschile. La popolazione femminile sembra essere, dunque, maggiormente vulnerabile agli effetti dell'insoddisfazione corporea. (Frederick et al., 2012).

Inoltre, è stato dimostrato che la *body dissatisfaction* è in grado di predire condizioni psicologiche sfavorevoli come bassa autostima (Paxton et al., 2006), sintomi depressivi (Ferreiro et al., 2014; Stice & Bearman, 2001) e pensieri suicidi (Crow et al., 2008; Kim, 2009).

Come accennato in precedenza, l'insoddisfazione corporea è compresa all'interno del più ampio costrutto di immagine corporea. In generale, l'immagine corporea si sviluppa mediamente nella tarda infanzia e nell'adolescenza (Jones, 2004) e può avere una valenza positiva e negativa (Tylka & Wood-Barcalow, 2015). Essa è definita come una rappresentazione soggettiva costituita da quattro principali componenti: la componente percettiva, affettiva, cognitiva e comportamentale (Cash & Pruzinsky, 2002).

In primo luogo, la componente percettiva si caratterizza per il modo in cui l'individuo percepisce il proprio corpo, ovvero come una persona visualizza la propria immagine allo specchio.

La dimensione affettiva è altrettanto determinante, poiché stabilisce la natura dei pensieri più o meno funzionali circa il proprio corpo. Un individuo con un'immagine corporea negativa e, di conseguenza, *body dissatisfaction* è principalmente caratterizzato da emozioni negative verso il proprio aspetto fisico, come vergogna e disprezzo, da ansia (Goss & Allan, 2009; Levinson et al. 2014), e da costante sensazione di inappagamento e frustrazione (Kollei et al., 2012).

Il modo in cui si pensa al proprio corpo costituisce, invece, la sfera cognitiva dell'immagine corporea. L'insoddisfazione corporea induce ad alterazioni cognitive che riguardano convinzioni e credenze negative rispetto alla propria immagine corporea.

Ad esempio, una manifestazione disfunzionale che avviene a livello cognitivo riguarda la rappresentazione allocentrica del corpo (Ekstrom et al., 2014), ovvero l'immagine di sé stessi vista da una prospettiva esterna in terza persona.

Secondo l'ipotesi del blocco allocentrico (Riva & Gaudio, 2012), gli individui con disturbi dell'immagine corporea subirebbero un danneggiamento di tale immagine mentale, che apparirebbe alterata e non fedele alla forma reale della persona, generando in questo modo un'immagine distorta del proprio corpo. Il danneggiamento della sfera cognitiva dell'immagine corporea è una caratteristica diagnostica fondamentale dell'AN (APA, 2013).

L'ultima dimensione che costituisce il complesso costrutto di immagine corporea è la componente comportamentale, che riguarda i comportamenti rivolti al proprio corpo e aspetto fisico.

Nell'immagine corporea negativa, i comportamenti disfunzionali ravvisabili sono di vario genere: possono manifestarsi come comportamenti di controllo compulsivo del corpo (*body checking*) (Bamford et al., 2014), come comportamenti di evitamento (Nikodijevic et al., 2018) o come comportamenti alimentari disfunzionali (ad esempio, comportamenti alimentari restrittivi e comportamenti di tipo bulimico).

I fattori che contribuiscono a sviluppare un'immagine corporea negativa sono molteplici, ed includono fattori biologici e fattori socio-culturali (Gruszka et al., 2022), legati al contesto in cui l'individuo vive.

1.1.1 Relazione fra insoddisfazione corporea e disturbi del comportamento alimentare

I disturbi del comportamento alimentare sono disturbi psicologici caratterizzati da gravi e persistenti alterazioni della sfera alimentare, e dalla presenza di costanti preoccupazioni, pensieri ed emozioni negative associate al proprio aspetto fisico e al cibo (APA, 2013).

La quinta edizione del Manuale Diagnostico e Statistico dei Disturbi Mentali (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder, fifth edition [DSM-5]*; APA, 2013) ha previsto la presenza di una categoria diagnostica chiamata Disturbi della Nutrizione e dell'Alimentazione, all'interno della quale sono inclusi i disturbi infantili della nutrizione e i DCA.

I disturbi compresi in questa categoria diagnostica si articolano in sei differenti tipologie: Anoressia Nervosa, Bulimia Nervosa, Pica, Ruminazione, Disturbo da evitamento/restrizione dell'assunzione di cibo ed infine Disturbo da alimentazione incontrollata. Di questi, AN, BN e Disturbo da alimentazione incontrollata sono tipicamente riconosciuti come DCA.

I Disturbi del comportamento alimentare sono caratterizzati da un comportamento alimentare disfunzionale che, a seconda del disturbo, può variare in restrizione alimentare (AN) o comportamenti di abbuffata e compensazione (BN).

Nel caso dell'AN, il comportamento alimentare disfunzionale della restrizione alimentare consiste nell'assunzione di una quantità di calorie nettamente inferiore rispetto alla reale necessità dell'individuo in base al suo sesso, alla sua età e alla sua traiettoria di sviluppo (APA, 2013). Una persona affetta da AN assume un rigido controllo sulla sua alimentazione, eliminando intere categorie di cibo (ad esempio, i carboidrati e i cibi con alto contenuto di grassi), e praticando specifici rituali tipici della malattia come, ad esempio, mangiare lentamente, sminuzzare il cibo, usare specifiche posate, masticare un prestabilito numero di volte prima di ingerire il cibo,

mangiare gli alimenti in uno specifico ordine e solo ad una certa temperatura (Glasofer et al., 2016).

I comportamenti disfunzionali bulimici, invece, sono caratterizzati da abbuffate e atteggiamenti compensatori. Nel DSM-5, l'abbuffata viene definita come un episodio in cui la persona, in un determinato periodo di tempo, ingerisce una quantità di cibo significativamente maggiore rispetto a quella che la maggior parte degli individui assumerebbe nello stesso tempo. Tali episodi sono accompagnati da una sensazione di perdita di controllo, che impedisce alla persona di fermarsi e di smettere di mangiare (APA, 2013)

Inoltre, nella BN vengono adottate condotte compensatorie inappropriate per prevenire l'aumento di peso, come ad esempio il vomito autoindotto, l'abuso di lassativi, diuretici, digiuno e attività fisica eccessiva (APA, 2013).

Nella popolazione di persone con DCA, il 16% ha presentato problematiche di sovralimentazione, il 20% ha fatto uso di condotte compensatorie come il vomito e il 61% ha adottato un regime di restrizione alimentare (Harris et al., 2018).

Inoltre, i DCA possono svilupparsi a qualsiasi età, ma il periodo di insorgenza è tipicamente compreso fra l'adolescenza e la prima età adulta (Bibiloni et al., 2013)

Le condizioni dei pazienti affetti da disturbi del comportamento alimentare possono essere molto gravi, e possono causare conseguenze dannose al funzionamento fisico, psicologico e sociale dell'individuo. Alcune conseguenze comuni sulla salute fisica sono: il danneggiamento del sistema cardiovascolare, problemi al sistema gastrointestinale (con un rallentamento della digestione, dolori allo stomaco, gonfiore, nausea ecc.), alti livelli di colesterolo, pelle secca, osteoporosi, anemia e disturbi del sonno (*National Eating Disorders Association, 2022*).

Dal punto di vista psicologico, i DCA causano ansia, sensi di colpa, vergogna, sentimenti di fallimento, stati di ipervigilanza (generata dalla percezione di essere costantemente giudicati ed osservati dalle persone attorno a sé), pensieri e preoccupazioni ossessive sul cibo e sulla propria forma fisica (Wolff & Treasure, 2011). Infine, dal punto vista sociale, i DCA inducono l'individuo che ne è affetto a fare esperienza di forti sentimenti di alienazione e solitudine, con un conseguente isolamento sociale (Levine, 2012).

L'immagine corporea negativa si caratterizza come una condizione trasversale alle diverse diagnosi di DCA, ponendosi come fattore scatenante, esacerbante e di mantenimento (Eshkevari et al., 2013).

Le persone con un DCA spesso riconducono il proprio valore personale alla loro forma fisica, al loro peso, alla loro alimentazione e al controllo che riescono ad avere su di essi, specialmente in disturbi come l'AN e la BN. Tra i criteri diagnostici di questi ultimi due disturbi, infatti, è riportata l'eccessiva importanza attribuita alla valutazione del peso e della forma fisica come criterio centrale di mantenimento del disturbo (Dalle Grave & Calugi, 2018). Allo stesso modo, è possibile affermare l'esistenza di una stretta relazione tra *body dissatisfaction* e DCA (Stice & Shaw, 2002), la quale spiegherebbe l'alta percentuale di comportamenti alimentari disfunzionali in individui con insoddisfazione corporea (Skemp-Arlt et al., 2006).

Nonostante i DCA abbiano prevalentemente un'impronta psicobiologica, i fattori sociali e culturali possono assumere un ruolo importante (Ata et al. 2007; Muris et al. 2005).

In particolar modo, l'interiorizzazione degli *standard* di bellezza irrealistici diffusi dai *mass media* possono contribuire all'aumento esponenziale di insoddisfazione corporea e di disturbi alimentari nella popolazione giovane-adulta (Calado et al., 2010). Infatti, ragazze e ragazzi che hanno interiorizzato gli ideali di bellezza risultano essere più vulnerabili alla *body dissatisfaction* quando tale ideale non è attualizzato (Bearman et al., 2006).

1.2 Il ruolo dei *social media* nell'insorgenza di insoddisfazione corporea

I *social media* sono nati con l'obiettivo di fornire agli individui maggiori opportunità di comunicazione reciproca, attraverso canali di scambio più rapidi ed efficienti. La loro influenza è più forte rispetto alle altre forme di comunicazione mediatica (ad esempio, la televisione) a causa della loro costante, immediata e semplice accessibilità e disponibilità garantita dagli *smartphone* (Eckler et al., 2016).

Una grande parte degli utenti utilizza i *social media* come strumento per costruire una rappresentazione idealizzata di sé, pubblicando immagini modificate e non realmente fedeli alla loro immagine, grazie ai numerosi filtri e applicazioni di *editing* disponibili *online* (Walther, 2007).

Come anticipato in precedenza, dai risultati di diversi studi (Griffiths et al., 2018; Jiotsa et al., 2021; Martinez et al., 2019), è emersa l'esistenza di un collegamento fra l'utilizzo dei *social media* e l'insorgenza di *body dissatisfaction* (de Vries et al., 2016).

Esistono diversi modelli teorici utilizzati per spiegare tale relazione, tra cui: la Teoria dell'oggettivazione di Fredrickson e Roberts (1997), il Modello tripartito di influenza di Thompson e colleghi (1999), la Teoria del confronto sociale di Festinger (1954), e il modello dei Cinque sistemi applicato ai *social media*.

1.2.1. Teoria dell'oggettivazione di Fredrickson e Roberts

Un meccanismo teorico implicato nella relazione fra l'uso dei *social media* e l'insoddisfazione corporea è quello dell'auto-oggettivazione (Calogero et al., 2005), che ha origine dalla teoria di oggettivazione proposta da Fredrickson e Roberts (1997).

Secondo le due autrici, l'oggettivazione si verifica nel momento in cui un individuo inizia a essere considerato e pensato come oggetto, venendo in questo modo deumanizzato. Questo fenomeno sembra avvenire anche in seguito all'uso massiccio dei *social media*, attraverso la pubblicazione di proprie immagini, fotografie e video in differenti piattaforme, come *Instagram* e *TikTok*.

Come conseguenza all'oggettivazione si origina un ulteriore fenomeno: l'auto-oggettivazione, diffuso soprattutto nella popolazione femminile (Calogero et al., 2005) e strettamente associato all'insorgenza di sintomi depressivi (Muehlenkamp et al., 2005), insoddisfazione corporea (Fitzsimmons-Craft et al., 2014; Strelan & Hargreaves, 2005) e comportamenti alimentari disfunzionali (Lindner et al., 2012; Tiggemann & Williams, 2012; Tylka & Hill, 2004).

Quindi, l'eccessiva esposizione a immagini oggettivate pubblicate sui *social media*, rappresentanti corpi estremamente magri o tonici e muscolosi, non solo aumenta il rischio di auto-oggettivazione, ma anche di deterioramento dell'autostima dell'individuo, fino al raggiungimento di un'immagine corporea negativa.

1.2.2. Il modello dei Cinque sistemi applicato ai *social media*

Warrender e Milne (2020), hanno utilizzato il modello dei Cinque sistemi proposto da Williams e Garland (2002) per illustrare il ruolo che i *social media* e la *social comparison* hanno nello sviluppo di problemi di salute mentale: si parla, dunque, del modello dei Cinque sistemi dei *social media* (*Five Systems Model to social media use*). Uno degli obiettivi di tale modello, applicato nella terapia cognitivo-comportamentale, è quello di spiegare come i problemi di salute mentale siano mantenuti attraverso le interazioni dinamiche fra l'utilizzo dei *social media* (con il conseguente confronto sociale), i pensieri e credenze personali (ad esempio, la convinzione di essere inferiori agli altri), i sentimenti e le emozioni (ad esempio, l'invidia, la tristezza, la frustrazione), i comportamenti (come il tempo trascorso sui *social network*) e le sensazioni fisiche. Secondo tale schema, dall'uso dei *social media* si origina il confronto fra sé stessi e le immagini viste *online* e si attivano i quattro diversi sistemi. In primo luogo, i pensieri dell'individuo iniziano a divenire disfunzionali, negativi, di auto-svalutazione, scatenando emozioni e sentimenti negativi come tristezza, gelosia, scarsa autostima e senso di inadeguatezza. Questo processo comporta il rischio dell'insorgenza di insoddisfazione corporea.

Inoltre, l'individuo inizia ad assumere atteggiamenti di evitamento, isolamento sociale, con un aumento del tempo trascorso sui *social media* e un peggioramento del ciclo sonno-veglia.

Da questa situazione si manifestano sensazioni fisiche scomode e disturbanti come bassi livelli di energia, mal di stomaco e insonnia.

A sostegno dello schema proposto dal modello, esistono numerosi studi che hanno proposto l'esposizione ai *social media* come fattore di rischio per lo sviluppo di *body dissatisfaction* (Griffiths et al., 2018; Jiotsa et al., 2021; Martinez et al., 2019; Perloff, 2014). Infatti, si sostiene che le immagini pubblicate *online* di corpi perfetti, magri o tonici, massimi rappresentanti degli *standard* di bellezza contemporanei, possono provocare inevitabilmente meccanismi di confronto sociale con il conseguente sviluppo di insoddisfazione corporea (Fardouly & Holland, 2018; Tamplin et al., 2018).

1.2.3 La Teoria del confronto sociale di Festinger

La Teoria del Confronto Sociale (*Social Comparison Theory*) è stata sviluppata dallo psicologo e sociologo Festinger, e pubblicata sulla rivista *Journal of Human Relations* nel 1954. All'interno di questa teoria, viene proposta l'esistenza negli individui di una spinta primitiva ed innata a confrontarsi con gli altri per valutare sé stessi e le proprie capacità (Festinger, 1954).

Partendo da questo concetto, sono stati svolti numerosi studi con l'obiettivo di indagare la reale natura della tendenza al confronto con gli altri. I risultati hanno dimostrato che gli individui utilizzano il confronto sociale per diverse e numerose funzioni: come meccanismo di *coping* (Wills, 1981; Wood et al., 1985), per valorizzare sé stessi (Wood et al., 1994) o per gestire gli affetti negativi (Aspinwall & Taylor, 1993; Wood et al., 1999).

Dunque, le persone metterebbero in atto i confronti sociali quando hanno bisogno sia di ridurre l'incertezza sulle proprie abilità e sugli attributi socialmente definiti, sia quando hanno bisogno di affidarsi ad uno *standard* esterno rispetto al quale giudicarsi. In particolare, individui con bassa autostima e consapevolezza di sé non possiedono degli *standard* interni chiari, e questo li porta a dover fare riferimento al confronto sociale.

Festinger (1954) ha individuato tre diverse tipologie di confronto sociale, le quali possono avere conseguenze differenti nel benessere dell'individuo.

In primo luogo, ha ipotizzato l'esistenza di un confronto direzionato verso l'alto (*upward social comparison*), ovvero verso una persona considerata migliore di sé, (ad esempio, sul piano economico o lavorativo).

Questa modalità può portare a sentimenti di inferiorità e di inadeguatezza, producendo risultati negativi nell'autostima dell'individuo, in quanto il termine di paragone viene sempre considerato come più preferibile.

Al contrario, il confronto sociale verso il basso (*downward social comparison*) si verifica quando la persona si confronta con qualcuno che ritiene essere peggiore rispetto a se stessa. Dato il termine di paragone, è più probabile che questo meccanismo produca risultati positivi, come un aumento dell'autostima.

Infine, l'ultima tipologia è il confronto laterale (*lateral social comparison*), ovvero comparare se stessi a un individuo considerato al proprio stesso livello. La scelta dell'individuo di compararsi ad un proprio pari può derivare dalla necessità di migliorare sé stessi e il proprio benessere emotivo (Rahimi et al., 2017).

Per quanto riguarda l'ambito dell'immagine corporea e dei *social media*, questi ultimi sono piattaforme che risultano agevolare l'attivazione di meccanismi di comparazione.

Secondo alcuni studi, infatti, la visualizzazione dei profili altrui è l'attività più diffusa *online* (Pempek et al., 2009). Inoltre, la maggior parte del tempo trascorso sui *social media* sembrerebbe essere dedicato alla ricerca di informazioni sugli altri utenti (Wise et al., 2010).

Tutto ciò può rappresentare un grande fattore di rischio per il benessere psicologico di un individuo (Jang et al., 2016; Lee, 2014): nei *social network* vengono condivise più frequentemente immagini e informazioni positive e idealizzate, omettendo e nascondendo aspetti che possono risultare indesiderati e, talvolta, più vicini la quotidianità (Kross et al., 2013; Verduyn et al., 2015). A causa di ciò, è semplice farsi ingannare e cadere nella trappola dell'*upward social comparison*.

Infatti, quest'ultimo è tipicamente il confronto sociale ravvisato *online* attraverso la visualizzazione dei profili altrui (Feinstein et al., 2013; Vogel et al., 2014).

Un esempio è ravvisabile prendendo in considerazione la popolazione di adolescenti femmine, che come accennato in precedenza risulta essere la fascia di popolazione maggiormente vulnerabile allo sviluppo di *body dissatisfaction*. Tra esse è diffuso un grande senso di inadeguatezza dovuto alla continua esposizione a immagini diffuse nei *social media* come *Instagram* e *TikTok*. Infatti, le adolescenti femmine si trovano a confrontarsi con immagini irrealistiche ed idealizzate, arrivando a credere di dover cambiare il proprio aspetto fisico per poterlo conformare a quello osservato *online* (Tiggemann & Slater, 2014). Tali immagini risultano particolarmente disfunzionali perché, la maggior parte viene modificata e *post-prodotta*, allontanandole quindi da qualcosa di realistico.

1.2.4 Il Modello tripartito di Influenza di Thompson e collaboratori

Il Modello Tripartito di Influenza (Thompson et al., 1999) ha offerto un grande contributo all'analisi dei principali fattori che incidono sull'insorgenza dei problemi correlati all'immagine corporea.

Tale modello propone tre fonti di influenza nello sviluppo di insoddisfazione corporea e di disturbi alimentari: i pari, i genitori e *i mass media*.

In primo luogo, a influenzare l'immagine che gli adolescenti hanno del proprio corpo sono i pari.

Dall'osservazione dei propri coetanei, avviene un confronto diretto con le caratteristiche altrui, imparando quale tipologia di aspetto fisico è maggiormente associata alla popolarità nel contesto sociale (Carey et al., 2014).

Alcuni studi hanno riscontrato che le abitudini alimentari dei coetanei e le derisioni da parte di essi sono fattori di rischio prospettici per l'insoddisfazione corporea (Knauss et al., 2007). In particolar modo, Paxton e colleghi (2003) hanno riscontrato che tali derisioni sono associate a livelli più bassi di soddisfazione corporea e di autostima, con la presenza di sintomi depressivi elevati e idee suicidarie.

Un'ulteriore posizione di influenza è occupata dal nucleo familiare, in particolare dalle figure genitoriali. In generale, le cure genitoriali sono fondamentali durante l'intero processo di crescita, e risultano essere un fattore significativo nello sviluppo positivo dei giovani adolescenti (Maccoby et al., 2007; Windle et al., 2010).

Uno studio svolto da Crespo et al., (2010) ha dimostrato che un rapporto affettuoso e disponibile con i genitori è associato ad una maggiore soddisfazione corporea fra gli adolescenti, mentre i giovani con disturbi dell'immagine corporea sono associati a figure genitoriali meno affettuose (Bearman et al., 2006). I genitori possono influenzare indirettamente il modo in cui gli adolescenti percepiscono il loro corpo: è stato suggerito che genitori critici e poco solidali (che, ad esempio, mostrano la tendenza a esprimere insoddisfazione per il proprio peso o per quello dei figli) possono avere un'influenza negativa sull'autostima e considerazione di sé dei propri figli (Helfert & Warschburger 2011; Paxton et al. 2006). A sostegno di quanto riportato, alcuni studi hanno suggerito che i bambini e gli adolescenti imparano dalle loro famiglie che essere in sovrappeso è considerato un difetto e che magrezza è sinonimo di bellezza (Dohnt & Tiggemann 2006; Phares et al. 2004).

La terza e ultima fonte di influenza individuata da Thompson (1999) e dai suoi collaboratori è quella dei *mass media*.

I mezzi di comunicazione di massa come la televisione, le riviste, le pubblicità e *Internet* possono portare gli adolescenti a interiorizzare i modelli di bellezza socioculturali, con un conseguente sviluppo di insoddisfazione corporea nel caso non ci sia una corrispondenza con il proprio aspetto fisico (Uchôa et al., 2019).

I *mass media* creano una particolare pressione sociale per il raggiungimento di un ideale di bellezza caratterizzato da una magrezza estrema per le donne e da corpi muscolosi per gli uomini (Furnham et al., 2002). Il più delle volte, però, il raggiungimento di tale ideale risulta pressoché impossibile per la maggior parte della popolazione (Keery et al., 2004).

Alcuni studi hanno dimostrato che donne e adolescenti esposte ai *mass media* spendono più soldi per migliorare il loro aspetto fisico, e risultano essere maggiormente vulnerabili allo sviluppo di DCA a causa della loro insoddisfazione corporea (Grabe et al., 2008).

In passato, soprattutto negli anni '90, i *media* quali televisione e giornali, hanno promosso e diffuso l'ideale di bellezza della magrezza estrema (*thin ideal beauty*), riconosciuto dalla società come simbolo di *status* sociale, rappresentante di potere, determinazione, forza e successo. Con l'introduzione di *Internet* come strumento di comunicazione di massa, l'influenza sull'immagine corporea si è diffusa ulteriormente, portando alla nascita di *blog* dedicati all'incitamento alla magrezza estrema e al controllo alimentare, ovvero i *forum "Pro-Ana"*. Si tratta di siti *web* estremamente dannosi sia per gli utenti non affetti da alcun tipo di disturbo (Custers & Van der Bulck, 2009), che per coloro che manifestano comportamenti alimentari disfunzionali, con un conseguente peggioramento sintomatologico (Gale et al., 2016).

L'influenza delle tre variabili socioculturali sarebbe poi mediata da due processi: la tendenza al confronto sociale e l'interiorizzazione degli ideali di bellezza proposti dalla società (Keery et al., 2004; Nerini et al., 2009; Thompson et al., 1999).

Il primo meccanismo richiama alla Teoria del confronto sociale di Festinger (1954), mentre il secondo si riferisce al processo per cui gli *standard* socioculturali, in particolare quello della magrezza per le donne, vengono assunti come valori personali e divengono regole in grado di guidare il comportamento dell'individuo (Cafri et al., 2005; Cash, 2005).

I due meccanismi sono collegati fra loro: i pari, la famiglia e i *mass media* promuovono gli ideali di bellezza che sono in un primo momento interiorizzati e, successivamente, rinforzati per mezzo

delle interazioni sociali. In questo modo divengono il canale primario di giudizio e valutazione, esercitando pressioni a livello di comportamento e di soddisfazione corporea (Stefanile et al., 2010).

Ad esempio, attraverso il confronto sociale con il gruppo dei pari, nelle ragazze adolescenti è emersa la relazione tra l'aderenza agli ideali di magrezza estrema e la preoccupazione per l'immagine corporea (Carey et al., 2013).

Capitolo 2

L'utilizzo di *TikTok* e le sue conseguenze

TikTok rappresenta attualmente uno dei *social media* di maggior successo (Montag et al., 2021). Si tratta di un *social media* basato sulla condivisione di video di proprietà di *ByteDance* che,

secondo il suo sito web, ha come obiettivo quello di “ispirare la creatività” degli utenti e di “portare gioia” (TikTok - Real Short Videos, 2020).

Inizialmente, questo social è stato fondato nel 2016 con il nome di *Musical.ly*, per poi essere rinominato nel 2017 con il nome oggi conosciuto di *TikTok*. Il suo successo è risultato rapido e crescente, diventando una delle applicazioni più scaricate al mondo (Sensor Tower, 2019). Nel 2019 sono state stimate 738 milioni di prime installazioni e nel 2020 sono stati registrati 800 milioni di utenti da tutto il mondo (Statista, 2022).

TikTok, nonostante sia nata come un’applicazione di *LipSync-Videos* (ovvero video in cui un utente canta in *playback* e/o balla avendo in sottofondo una canzone pre-registrata), nel tempo si è evoluta diventando anche un efficace canale di informazione, soprattutto per i più giovani (Basch et al., 2020). Infatti, i contenuti portati dagli utenti si sono ampliati a temi e argomenti di attualità come notizie ufficiali rilasciate dai governi (Jiang & Wang, 2020) e discussioni politiche (Medina et al., 2020), ma anche contenuti educativi (Hayes et al., 2020) e informazioni sulla salute e sulla prevenzione (Lovett et al., 2021). La particolarità di *TikTok* è data dalla presenza di una “*For You Page*” (“Pagina dei Per Te”), definibile come la vetrina dei contenuti pubblicati nella piattaforma. In questo spazio vengono proposti video da tutto il mondo, i quali a loro volta sono selezionati da un complesso algoritmo che si basa sugli interessi personali e sui comportamenti virtuali del singolo utente, ovvero, ad esempio, sulla tipologia di *post* con la quale l’utente ha interagito, sulle ricerche su *Google* e sui profili con cui ha interagito maggiormente (Simpson & Semaan, 2021). Una volta avuto accesso all’applicazione di *TikTok*, la *For You Page* è la prima schermata a comparire, riproducendo il primo video proposto automaticamente. Infatti, per visualizzare i contenuti presenti su questa piattaforma, per gli utenti non è necessario premere *play* o scegliere il contenuto da vedere, poiché accade tutto in modo automatico.

2.1 *TikTok*: cos’è e come funziona

Come anticipato, *TikTok* è uno dei *social media* attualmente più diffusi, in grado di coinvolgere molto i più giovani e mantenerli davanti allo schermo del proprio *smartphone* per molto tempo. In poco tempo è possibile realizzare e diffondere un video in tutto il mondo oppure, con un semplice movimento del dito (*scrolling*), è possibile visualizzare moltissimi contenuti sempre nuovi, pubblicati da diversi utenti provenienti da tutto il mondo (Bhandari & Bimo, 2020).

È stato riscontrato che su *TikTok* un adolescente medio trascorre circa 113 minuti al giorno (Statista, 2022). L'applicazione viene considerata da molti come una facile opportunità per interagire con un gran numero di persone, per condividere video divertenti o malinconici e per tenersi aggiornati su quanto accade quotidianamente nel mondo (Montag et al., 2021).

Come presentato finora, tra gli utenti di *TikTok* è possibile individuare persone che si limitano a consumarne i contenuti come spettatori. Come anticipato, a differenza di altri *social media* come *YouTube*, *Instagram* e *Facebook*, *TikTok* non propone ai propri utenti un *feed* basato sui profili seguiti (Guinaudeau et al., 2020). Infatti, l'intero funzionamento di *TikTok* si basa su un complesso algoritmo in grado di generare una *For You Page* differente per ogni utente sulla base delle sue preferenze (Anderson, 2020; Simpson & Semaan, 2021). L'algoritmo di *TikTok* è ritenuto anche il responsabile per il successo e la viralità dei video pubblicati dai milioni di utenti (Klug et al., 2021). Durante questa forma di utilizzo passivo, i giovani utenti di *TikTok* possono aver accesso a contenuti dannosi e nocivi per il benessere psicofisico, come suggerito dai risultati di uno studio condotto dal *Center for Countering Digital Hate* (CCDH, 2022) condotto su una popolazione di tredicenni iscritti a *TikTok*. Tale studio, infatti, ha dimostrato quanto siano diffusi contenuti potenzialmente disturbanti e negativi nella piattaforma. Nella *For You Page* dei giovani tredicenni che compongono il campione reclutato, in 2,6 minuti *TikTok* ha consigliato contenuti legati al tema del suicidio, in 8 minuti contenuti relativi a comportamenti alimentari disfunzionali e ai disturbi alimentari e ogni 39 secondi l'algoritmo ha consigliato video riguardanti l'immagine corporea e la salute mentale. Dunque, dallo studio è emerso che i *feed* dei giovani adolescenti (la popolazione più vulnerabile e a rischio di sviluppare disturbi correlati all'immagine corporea data la criticità della loro fase di sviluppo), sono bombardati da contenuti dannosi che possono avere un impatto significativo sulla loro salute mentale e fisica (CCDH, 2022).

Oltre a visualizzare i contenuti, è possibile anche realizzarli. I *creator*, ovvero gli utenti che si dedicano alla creazione dei contenuti presenti sulla piattaforma, hanno la possibilità di registrare dei video con una durata compresa fra i 15 secondi e i 10 minuti, aggiungendo musica o proprie registrazioni vocali e utilizzando un sottofondo musicale preregistrato (Lu & Lu, 2019; Khattab, 2020). Per ogni video pubblicato, è comune per il *creator* utilizzare un *hashtag* per garantire maggiore visibilità e per aumentare le possibilità di comparire nella *For You Page* di un vasto numero di persone, sfruttando così l'algoritmo della piattaforma (Basch et al., 2020). L'aggiunta di un determinato *hashtag* rende anche il video accessibile agli utenti che possono svolgere una ricerca dei contenuti di *TikTok* (TikTok hashtags, 2023). Infatti, *TikTok* prevede anche la presenza di una sezione dedicata alla ricerca dei contenuti disponibili attraverso l'utilizzo di parole chiave;

digitando sulla barra di ricerca un *hashtag* (ad esempio, *#weightloss*), all'utente compariranno tutti i video creati con contenuti inerenti a questo tema e contenenti questo *hashtag* (nell'esempio fatto, potrà reperire contenuti relativi alla perdita di peso) (TikTok hashtags, 2023). Per quanto concerne la realizzazione dei video, come nella maggior parte dei *social media*, *TikTok* fornisce la possibilità di modificare i propri contenuti applicando innumerevoli effetti e filtri proposti dall'applicazione.

Infine, oltre alla possibilità di creare un video *ex novo* direttamente dalla fotocamera dell'applicazione, è possibile caricare un video o una fotografia già esistente nella galleria. Questo implica la possibilità di pubblicare contenuti modificati con speciali applicazioni esterne come *Photoshop*, *PrettyUp* e *Stylish Body Editor*, ovvero piattaforme che permettono di alterare il proprio aspetto fisico (Neyaz et al., 2020).

2.1.1. Filtri e ideali di bellezza

I filtri offerti dall'applicazione di *TikTok* permettono di aggiungere speciali contenuti durante la registrazione di un video, consentendo anche l'introduzione di elementi 2D e 3D grazie all'utilizzo della nuova tecnologia della realtà aumentata (TikTok Effect House, 2023).

Per cercare un filtro, *TikTok* mette a disposizione una sezione che fornisce un elenco di tutti i filtri disponibili. In base al filtro che si desidera, è possibile utilizzare una parola chiave che velocizzi e faciliti la sua ricerca (TikTok Effect House, 2023). A esempio, per modificare il proprio viso durante la registrazione di un video è possibile digitare nella barra di ricerca "*beauty filter*": viene presentata una lista di opzioni di filtri che levigano e snelliscono il viso, sbiancano i denti, ingrandiscono gli occhi, ingrossano le labbra e rimpiccioliscono il naso (Eshiet, 2020).

Sull'applicazione di *TikTok* esistono otto diverse categorie di effetti e filtri: "*Trending*", "*New*", "*Interactive*", "*Editing*", "*Beauty*", "*Funny*", "*World*" e "*Animal*", che forniscono agli utenti la possibilità di generare contenuti creativi e contribuire a soddisfare le esigenze di intrattenimento e sociali degli utenti sulla piattaforma (TikTok Effect House, 2023).

La categoria "*Beauty*" è una delle più controverse e utilizzate, con una ricaduta più importante sull'immagine corporea. Infatti, quando un utente decide di applicare un filtro su se stesso, può essere motivato dallo scopo di modificare la sua presenza *online* (Pirooznia et al., 2014) e, talvolta, di cercare di perfezionare il proprio aspetto fisico per avvicinarsi il più possibile al proprio ideale di bellezza (Humby & Rooney, 2021). Infatti, i filtri vengono utilizzati per correggere ciò che la persona considera propri difetti e imperfezioni dell'aspetto fisico (Lavrence & Cambre, 2020). Grazie all'avanzamento tecnologico della società odierna, la creazione dei

filtri, soprattutto di bellezza, all'interno di applicazioni come *Instagram* e *TikTok* è diventata sempre più avanzata e precisa: può addirittura risultare difficile per gli spettatori distinguere una fotografia modificata con un filtro da una non modificata (Burnell et al., 2021).

La maggior parte dei filtri sono stati progettati per migliorare l'aspetto fisico, rafforzando così gli *standard* di bellezza socioculturali, con l'obiettivo di soddisfare le aspettative socioculturali non realistiche (Burnell et al., 2021). Una volta rimossi i filtri, gli utenti tendono a ricordarsi all'istante di non essere realmente in linea con gli irraggiungibili *standard* di bellezza moderni. Molte donne, infatti, fanno esperienza di stati d'ansia al pensiero di non assomigliare sufficientemente a come appaiono all'interno della fotografia modificata e pubblicata *online* (Lavrence & Cambre, 2020), e ciò può generare a sua volta un possibile aumento di insoddisfazione corporea (Burnell, 2021). Una recente ricerca della *Technological University* di Dublino (2021) ha rilevato che tali insicurezze possono essere amplificate quando gli utenti iniziano ad applicare filtri per nascondere un'imperfezione percepita. Successivamente, quando tale versione di sé viene premiata da un *feedback* positivo da parte dei propri *followers*, vengono rilasciate endorfine nel cervello, creando un processo di dipendenza tanto da non riuscire più a postare *online* senza utilizzare un preciso filtro. Infine, l'utilizzo costante dei filtri potenzia forme di oggettivazione rivolte a sé e agli altri all'interno dell'ambiente digitale (Lavrence & Cambre, 2020), specialmente per quanto riguarda la popolazione femminile (nonché il genere che è più propenso a scattare *selfie* e ad applicare filtri fotografici) (Dhir et al., 2016).

È chiaro, dunque, che la modifica virtuale dell'aspetto fisico possa avere un impatto sulla percezione che gli utenti hanno di se stessi e, di conseguenza, sul loro benessere mentale (Lee & Lee, 2021).

2.2 I contenuti e i trend di *TikTok* riguardanti l'immagine corporea e i comportamenti alimentari

I *trend* o tendenze di *TikTok* sono una raccolta di brevi video virali che utilizzano canzoni, effetti sonori e *hashtag* popolari in un determinato momento (Feldkamp, 2021). Alcuni di questi possono richiedere agli utenti di svolgere una specifica azione (come imitare difficili posizioni di *yoga* in coppia) e un compito (come truccarsi a occhi chiusi) o di partecipare a una discussione interagendo con i contenuti pubblicati *online*. Sebbene la maggior parte dei *trend* e delle *challenge* sia relativamente innocua, nel tempo sono state proposte tendenze e sfide sempre più pericolose (Bonifazi et al., 2022). *TikTok*, infatti, ha preso provvedimenti per evitare che questi contenuti si diffondano, e in alcuni casi sono stati rimossi o banditi gli *hashtag* che potrebbero

favorirne la crescita (Gerson, 2020). Nonostante ciò, la popolarità e viralità di tali video ha impedito la loro totale scomparsa (Mackenzie & Nichols, 2020).

A tal proposito, *TikTok* è una piattaforma all'interno della quale è diffusa la presenza di *post* relativi al cibo, alla nutrizione, all'aspetto fisico e al peso (Minadeo & Pope, 2022). In particolare, vengono divulgati contenuti che possono enfatizzare l'ideale di magrezza e la *weight normative*, ovvero la credenza che la salute sia possibile solo a un peso specifico (Tylka et al., 2014).

Da una ricerca condotta da Minadeo e Pope (2022) è emerso che la maggior parte dei contenuti relativi al peso e all'immagine corporea su *TikTok* sono stati pubblicati da un'utenza femminile (64,6%), rispetto a un'utenza maschile (30,6%). Inoltre, è stato rilevato che il 34% di questa tipologia di video di *TikTok* è stata creata da utenti di corporatura media, mentre solo il 16,6% dei *post* mostrava individui con una corporatura superiore alla media (Minadeo & Pope, 2022). Pertanto, la maggior parte dei *creator* che utilizzano *hashtag* relativi all'alimentazione e alla perdita di peso, sono in realtà quelli che si conformano maggiormente all'ideale di magrezza. Tali risultati sono simili a quelli ottenuti da altri studi (Jebeil et al., 2021; Pila et al., 2017; Tiggemann & Zaccardo, 2018), che hanno analizzato i contenuti pubblicati utilizzando gli *hashtag* *#fitspiration*, *#cheatmeal* e *#weightloss* su *Instagram*, riscontrando una mancanza di diversità corporea, con la presenza di individui perlopiù magri e muscolosi.

Talvolta, la pubblicazione di *post* legati a queste tematiche potrebbe alimentare la diffusione di categorie di contenuti disfunzionali per lo sviluppo di DCA e di insoddisfazione corporea. È il caso dei contenuti “*pro-Ana*” e/o “*pro-Mia*” (Pruccoli et al., 2022), due termini entrati a far parte del linguaggio dei *social media*, ma che erano già diffusi prima del loro avvento. *Pro-Ana* corrisponde a “*pro-Anoressia Nervosa*” e si riferisce a siti *web* o intere comunità virtuali che incitano al perseguimento di diete restrittive e comportamenti tipici dell'AN, fornendo agli utenti consigli su come raggiungere uno stato avanzato di magrezza (Rossi et al., 2021). Allo stesso modo, il termine *pro-Mia* corrisponde a “*pro-Bulimia Nervosa*” ed è utilizzato per indicare quei contenuti volti a consigliare e rinforzare comportamenti tipici della BN, come condotte di compensazione (Mento et al., 2021). Si tratta di veri e propri “movimenti” con devoti seguaci, diffusi *online* dagli anni '90, inizialmente sottoforma di siti *web* e di *blog* (Shade, 2003). Con la nascita e l'evoluzione dei *social media* la loro forma è cambiata: ad oggi, contenuti volti alla promozione dei DCA sono facilmente accessibili a chiunque (spesso anche senza cercarli volontariamente, come nel caso di *TikTok*) e pubblicati da un elevato numero di *account* pubblici (Ging & Garvey, 2018). Inoltre, nei *social media* più recenti come *TikTok* e *Instagram*, i

movimenti *pro-Ana* e *pro-Mia* sono assimilabili a contenuti oggi chiamati *Thinspiration* e *Fitspiration*.

Nonostante siano stati presi provvedimenti a riguardo dal *Team* di *TikTok*, il quale nel 2020 ha iniziato a implementare politiche di censura sui contenuti relativi alla promozione dei DCA attraverso gli identificatori utilizzati per diffonderli, la pubblicazione di questi contenuti non si è mai realmente fermata. Infatti, gli stessi contenuti sono facilmente trovabili in centinaia di *account* che li diffondono utilizzando *hashtag* contenenti lievi errori ortografici, come numeri al posto di lettere o sinonimi di termini comuni, o utilizzando nuovi termini (Bhardwaj, 2020).

Tra i numerosi *trend*, quelli maggiormente discussi e considerati controversi sono quelli del *What I Eat in a Day* e del *body checking*. Un altro esempio è il *trend* della *Hip Walk*, ovvero “camminata dei fianchi”, in cui il protagonista del video inquadra il proprio punto vita per l’intera durata del video camminando in avanti, muovendosi a ritmo di musica (Littlechild, 2022). Un altro esempio è la *A4 Waist Challenge*, nata in Corea, in cui le persone (principalmente ragazze), dimostrano che la dimensione del loro girovita è inferiore alla larghezza di un foglio A4, ponendo quest’ultimo verticalmente davanti alla loro pancia (Pruccoli et al., 2022).

In una società fortemente caratterizzata da un debole confine tra contenuti che promuovono i DCA e le espressioni *mainstream* della magrezza (Cohen et al., 2017; Hesse-Biber et al., 2006), i *trend* e le *challenge* di *TikTok* hanno favorito l’esposizione di un numero crescente di utenti a innumerevoli tipi di contenuti problematici legati ai DCA. Ciò che distingue *TikTok* dal resto dei *social media*, in cui ugualmente vengono diffusi messaggi simili, è l’estrema adattabilità dell’applicazione data dalla presenza dell’elaborato algoritmo su cui è basata (Abidin, 2021). Infatti, quest’ultimo può spingere gli utenti a visualizzare involontariamente contenuti disturbanti (Weimann & Masri, 2021), permettendo per di più una loro rapida diffusione.

2.2.1 *Thinspiration* e *Fitspiration*

Thinspiration e *Fitspiration* sono definibili come fenomeni dei *social media* volti a promuovere o incoraggiare specifici movimenti corporei inerenti alla modifica dell’aspetto fisico (Hung, 2022). Specialmente per quanto riguarda la *thinspiration*, termine composto da “*thin*” ovvero magrezza e “*inspiration*” ovvero ispirazione, i contenuti a riguardo sono estremamente dannosi, poiché incitano in modo pubblico ed esplicito a un’alimentazione disordinata e a comportamenti tipici dei DCA (Alberga et al., 2018). I contenuti *thinspirational* consistono nella pubblicazione di immagini di corpi oggettivamente magri, nell’esposizione di ossa visibili e sporgenti, nell’incitamento a perseguire la perfezione con discorsi motivazionali (e allo stesso tempo

degradanti verso se stessi), nella diffusione di diete rigide e restrittive, caratterizzate da un basso contenuto calorico e nell'incoraggiamento al controllo e al conteggio delle calorie giornaliere assunte (Buchanan et al., 2022). Inoltre, è comune postare fotografie del “prima” e del “dopo” la perdita di peso, allegando consigli sulle modalità più efficaci per la perdita di peso (ad esempio, camminando compulsivamente avanti e indietro per la stanza) (Buchanan et al., 2022). I contenuti *thinspo* possono provocare gravi danni alla salute mentale dei più giovani, specialmente alla fascia di popolazione femminile considerata più vulnerabile (Bearman et al., 2006). Sebbene non risulti che tali contenuti provochino l'insorgenza di DCA, è stato riscontrato che possono incoraggiarli (Mento et al. 2021). La costante visione di *post* sui *social media* può associarsi all'insorgenza di un meccanismo di confronto fra se stessi e l'immagine raffigurata nel contenuto *online*, traducendosi in un'immagine corporea negativa, specialmente quando vi è anche un processo di interiorizzazione della magrezza come ideale corporeo (Perloff et al., 2014). Le parole “*thinspiration*” o “*thinspo*” sono state censurate, e nel tentativo di cercarle l'utente viene mandato ad una schermata con informazioni sugli enti di supporto e al numero verde dell'Associazione nazionale per i disturbi alimentari (Alberga et al., 2018). Nonostante ciò, come riferito in precedenza, risulta semplice avere accesso a questa tipologia di contenuti apportando delle modifiche all'*hashtag* (ad esempio, digitando *#thinspō*).

Un altro popolare esempio di contenuti spopolati anche su TikTok è la *fitspiration* (o *fitspo*), letteralmente “ispirazione al *fitness*”. Negli ultimi anni, infatti, sembra essersi maggiormente diffuso all'interno dei *social media* anche un ideale di bellezza legato alla presenza di un aspetto fisico tonico, atletico e muscoloso (Boepple et al., 2016). In particolare, l'ascesa di questo movimento sui social media sembra essere avvenuta in contemporanea a una riduzione della presenza dei contenuti *thinspiration*. Il passaggio da contenuti “*thin*” a contenuti “*fit*” è riconducibile a due differenti aspetti culturali. Il primo consiste in un consolidamento della valutazione positiva di un fisico tonico e muscoloso anche nella popolazione femminile oltre a quella maschile (Rodgers et al., 2018). Invece, il secondo aspetto riguarda un aumento delle preoccupazioni da parte della popolazione maschile per il proprio aspetto fisico, in particolare per il livello di muscolosità (Sagoe et al., 2014). I contenuti della *fitspiration* sui *social media*, in particolare su *TikTok*, sono volti a incoraggiare gli utenti a raggiungere un corpo sano, attraverso un rigoroso esercizio fisico e un'alimentazione controllata (Tiggemann & Zaccardo, 2016). Su *TikTok* l'*hashtag* *#fitspiration* viene utilizzato per pubblicare video in cui si dispensano consigli sulla perdita di peso, sugli esercizi fisici migliori per tonificare il corpo, su versioni “*fit*” di numerose ricette e sulle modalità più efficaci per bruciare calorie (Pryde & Prichard, 2022).

Tuttavia, nonostante lo scopo dichiarato sia quello di presentare uno stile di vita volto a migliorare la salute degli utenti, l'effetto provocato è opposto. *In primis*, i contenuti diffusi mostrano una precisa forma del corpo che, sebbene sia meno magra e più muscolosa di quelle relative ai contenuti *thinspo*, è comunque irraggiungibile in modo salutare per la maggior parte degli utenti (Krane et al., 2001). In secondo luogo, molti dei tentativi di *fitspiration* di ispirare l'adozione di abitudini salutari si concentrano sul presentare i vantaggi legati al miglioramento dell'attrattività estetica, raggiungibili attraverso questo stile di vita. A tal proposito, è stato dimostrato che l'esercizio fisico motivato da ragioni estetiche, piuttosto che dalla salute o dal piacere, è associato a un'immagine corporea negativa (Strelan et al., 2003). In terzo luogo, le immagini contenute all'interno di questi video raffigurano spesso persone "comuni" che rappresentano questo ideale di bellezza, piuttosto che modelli/e o attori/attrici. Questo si rivela particolarmente dannoso per l'utente medio, in quanto le persone raffigurate in questi contenuti vengono percepite come più simili e, quindi, come un mezzo di confronto più attendibile, facilitando il processo di confronto sociale (Festinger, 1954; Tiggemann & Zaccardo, 2015).

Le somiglianze osservate tra i contenuti *thinspiration* e *fitspiration* hanno portato gli studiosi a indagare possibili aree di sovrapposizione. Per quanto riguarda la presenza di sporgenze ossee e bassa massa grassa, è stata suggerita l'esistenza di un sottogruppo di contenuti di *fitspiration* affini a quelli di *thinspiration*, specialmente per quanto riguarda l'idealizzazione del tipo di corpo estremamente magro (Talbot et al., 2017). Questo sottogruppo di contenuti *fitspiration* potrebbe essere potenzialmente più pericoloso e più efficace nel veicolare un ideale di magrezza estrema (Talbot et al., 2017), a causa della popolarità e della maggiore accettazione di questi contenuti, i quali difficilmente vengono banditi da *TikTok*. Quindi, è possibile affermare che *trend* come *thinspiration* e *fitspiration* condividono l'eccessiva attenzione per l'aspetto fisico e per un'alimentazione restrittiva (Alberga et al., 2018), diffondendo messaggi di stigmatizzazione del peso, oggettivazione, induzione del senso di colpa riguardo al peso e al controllo dell'alimentazione (Boepple & Thompson, 2016).

2.2.2 I trend di TikTok: Bodychecking, What I Eat in a Day

All'interno di *TikTok*, negli utili anni si sono sviluppati dei *trend* che hanno visto questa piattaforma come protagonista principale. Tali *trend* hanno spesso incorporato anche alcune tematiche già presenti e affrontate all'interno della *thinspiration* e della *fitspiration*. Infatti, i

messaggi che la *fitspo* e la *thinspo* si propongono di divulgare nella piattaforma, spesso vengono presentati attraverso i *trend* stessi.

Un *trend* spopolato nella piattaforma di *TikTok* e fortemente associato al fenomeno della *thinspiration* è quello del *body checking* (Elmaliki & Couloote, 2021). Da un punto di vista clinico, il *body checking* si riferisce a un comportamento ossessivo nei confronti del proprio aspetto fisico. Per le persone con un DCA o un Disturbo di dimorfismo corporeo (DDC), si può manifestare con un controllo ripetuto del proprio aspetto fisico allo specchio e con una misurazione frequente del proprio peso. Inoltre, è comune pizzicarsi la pelle o avvolgere le mani attorno alla vita, alle cosce, alle braccia e ai polsi per misurarne la circonferenza (APA, 2013). Questi comportamenti possono essere messi in atto centinaia di volte al giorno. Questa forma di controllo è anche un sintomo comune della presenza di un disturbo ossessivo compulsivo, in quanto avviene in risposta ai pensieri ossessivi riguardanti l'aspetto fisico allo scopo di ridurre l'ansia e altre emozioni negative (Phillips et al., 2007). Sulla piattaforma di *TikTok*, il *trend* del *body checking* si presenta in differenti modi e versioni, concentratosi su differenti parti corporee (ad esempio, *#jawlinecheck* o *#smallwaist*) e invita gli utenti a mostrare una parte specifica del proprio aspetto fisico all'interno del video.

Un'altra tipologia di contenuti ravvisabile su *TikTok* è contenuta nel *trend* "What I Eat in a Day" (WIEIAD), ovvero "cosa mangio in un giorno". Il WIEIAD consiste nel mostrare al pubblico tutto ciò che si mangia in un giorno, spesso riportando le calorie di ogni pasto e il totale delle calorie assunte durante tutta la giornata e spiegando le scelte fatte (Smith & Topham, 2023). Il *trend* del WIEIAD è spesso accompagnato da un avvertimento per mettere al corrente della presenza di contenuti che potrebbero scatenare reazioni negative negli spettatori (ad esempio, pasti con un contenuto calorico estremamente basso) (Minadeo & Pope, 2022). Ciò denota la consapevolezza dei *creator* della pericolosità di tali video (Àvila, 2022). L'alimentazione quotidiana altrui viene spesso interpretata come fonte d'ispirazione, inducendo gli spettatori a riprodurla. Infatti, la maggior parte dei video WIEIAD ha come protagoniste persone magre e attraenti, lasciando intendere che emulando la loro alimentazione sia possibile il raggiungimento del tipo di aspetto fisico idealizzato (Minadeo & Pope, 2022).

Un altro tema tra i contenuti alimentari del *trend* WIEIAD è rappresentato dai video didattici degli utenti che mostrano come preparare versioni "sane" di cibi connotati da valore negativo (ad esempio, *hamburger* e patatine fritte). L'attribuzione di etichette buone o cattive al cibo conferisce emozioni e moralità all'alimentazione (Minadeo & Pope, 2022). Queste emozioni vengono interiorizzate e possono indurre a percezioni negative di sé dopo il consumo di cibi categorizzati

come “cattivi” (Harrison, 2019). La moralizzazione del cibo può causare un’iperconsapevolezza delle scelte alimentari e favorire la convinzione che certi cibi debbano essere evitati perché causano un aumento di peso o possono essere dannosi per la salute. Questo può portare allo sviluppo di DCA, tra cui anche l'Ortoressia Nervosa, il quale si distingue da quelli presentati nel capitolo precedente in quanto si presenta come un disturbo psicologico centrato sull’ossessione per un’alimentazione “corretta” e la fissazione sul ruolo degli alimenti nella salute fisica (Abry & Koven, 2015; Harrison 2019).

Nonostante la elevata presenza di contenuti inerenti all’alimentazione e all’aspetto fisico, su *TikTok* stanno trovando spazio anche comunità a favore della guarigione, in cui le persone affette da DCA possono scambiarsi aiuti reciproci (Herrick et al., 2020). Questo tipo di comunità sono già da tempo diffuse in *social media* come *Instagram* (Santarossa et al., 2019), *Twitter* (Branley & Covey, 2017) e *Facebook* (Teufel et al., 2013), e sono consultabili tramite l’*hashtag* #EDrecovery. Su *TikTok* i contenuti di *EDrecovery* sono stati messi in ombra dai contenuti *pro-Ana* e *pro-Mia*, che hanno indotto gli utenti a trascurare il potenziale della piattaforma come mezzo di assistenza al recupero. In uno studio condotto da Herrick et al., (2020), sono stati esplorati i contenuti postati su *TikTok* utilizzando l’*hashtag* #EDrecovery. Dall’analisi tematica è emerso che alcuni video catalogati come #EDrecovery, in realtà sarebbero potuti risultare altamente disturbanti per un utente affetto da DCA. Questo perché, nonostante il potenziale delle comunità *EDrecovery* e la loro volontà di sfidare le norme socioculturali e gli *standard* di bellezza, la maggior parte di esse è composta da un campione omogeneo di individui bianchi, giovani, di sesso femminile e con una limitata diversità corporea (Kenny et al., 2019; Lamarre & Rice, 2017). Ciò può marginalizzare numerosi utenti invalidando le loro diverse esperienze (Kenny et al., 2019; Lamarre & Rice, 2017).

Il *social media* di *TikTok* avrebbe grandi potenzialità per divenire un ottimo strumento di supporto *online*: la maggior parte degli iscritti appartiene alla fascia d’età giovane-adulta (Montag et al., 2021), e i contenuti pubblicati possono divenire virali in tutto il mondo in poco tempo (Branley & Covey, 2017). Nonostante ciò, esistono delle complicazioni dovute dall’adattabilità dei movimenti che promuovono i DCA e dalla sottile linea di demarcazione fra contenuti *EDrecovery* e contenuti potenzialmente disturbanti (Herrick et al., 2020).

2.3 Implicazioni e conseguenze sulla popolazione generale

Complessivamente, l’uso dei *social media* è associato all’insorgenza o al mantenimento di DCA e a un’immagine corporea negativa (Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016;

Wilksch et al., 2020; Saiphoo & Vahedi, 2019). Studi più recenti hanno riportato che le piattaforme basate su fotografie o video, come *TikTok*, hanno maggiori probabilità di essere collegate all'insoddisfazione corporea rispetto alle piattaforme basate sul testo, come *Twitter* e *Facebook* (Karsay et al., 2021; Wilksch et al., 2020). Risulta rilevante l'indagine di questa relazione negativa tra i giovani-adulti e, in particolare, tra gli adolescenti (Pruccoli et al., 2022). Infatti, nel Luglio 2020 *TikTok* ha riferito che un terzo dei suoi 49 milioni di utenti giornalieri aveva un'età pari o inferiore ai 14 anni (Zhong & Frenkel, 2020).

I contenuti disponibili su *TikTok*, presentati nelle sezioni precedenti, possono avere un impatto negativo sull'immagine corporea degli utenti e della popolazione generale. L'esaltazione della perdita di peso nei video pubblicati su *TikTok* potrebbe rafforzare negli utenti la convinzione che il peso sia un indicatore importante dello stato di salute e dell'autostima complessiva (Clabaugh et al., 2008). Inoltre, gli stigmi legati al peso portano a problemi sociali come la svalutazione, la discriminazione e il rifiuto degli individui che non rispecchiano l'ideale di magrezza (Kahan & Puhl, 2017).

Tuttavia, gli studi disponibili a riguardo sono molto pochi, poiché gran parte di questa letteratura è stata pubblicata prima della comparsa di *TikTok* (Sanzari et al., 2023). Nonostante ciò, sono disponibili alcuni studi che hanno indagato l'effetto sull'immagine corporea di contenuti tratti da altre piattaforme di *social media* simili a *TikTok*, come *Instagram*. In generale, l'esposizione ai contenuti *thinspiration* diffusi su *Instagram* è risultata essere associata a una maggiore insoddisfazione corporea (Cohen et al., 2019; Stevens & Griffiths, 2020). Allo stesso modo, l'esposizione a contenuti *fitspiration* è associata a un'immagine corporea negativa e insoddisfazione corporea (Cataldo et al., 2021; Fardouly & Holland, 2018). I contenuti presenti nei *social media* come *Instagram* relativi alla salute e al *fitness* hanno ricevuto maggiore attenzione da parte dei *media* a causa dei messaggi imprecisi e non scientificamente corretti che contengono (Carrotte et al., 2015).

In aggiunta sono state identificate le caratteristiche problematiche di tali contenuti, tra cui un linguaggio stigmatizzante sul peso, la rappresentazione di messaggi legati al senso di colpa nei confronti del cibo e elogi della magrezza (Carrotte et al., 2015).

Per quanto concerne la diffusione delle abitudini alimentari attraverso i *trend* come il WIEIAD, i risultati di una ricerca condotta da Turner & Lefevre (2017) hanno suggerito che la maggior parte degli utenti che pubblicano ciò che mangiano su *Instagram*, presentano un'alta prevalenza di

sintomi di Ortorexia Nervosa. Inoltre, è stata evidenziata un'associazione tra un maggior utilizzo di *Instagram* e una maggiore tendenza all'Ortorexia Nervosa (Turner & Lefevre, 2017).

Infine, è stato dimostrato che l'esposizione a contenuti sulla perdita di peso porterebbe ad un minor apprezzamento del proprio corpo, a una maggiore paura di una valutazione negativa del proprio aspetto e ad un aumento della frequenza di abbuffate (Sanzari et al., 2022). Dunque, un numero crescente di ricerche evidenzia un impatto negativo dell'uso dei *social media* sull'immagine corporea e sui comportamenti alimentari (Marks et al., 2020; Santarossa & Woodruff, 2017; Vandenbosch et al., 2022).

La maggior parte delle persone presenta sui *social media* come *Instagram* una versione idealizzata di sé, pubblicando sul proprio profilo solo le immagini più attraenti, eliminando quelle considerate meno desiderabili (Shane-Simpson et al., 2018). Come già accennato nei paragrafi precedenti, è molto diffuso l'uso di tecniche di modifica e di *editing* digitale per migliorare le fotografie da pubblicare nei propri profili *social*. L'obiettivo di tali modifiche sembrerebbe essere quello di emulare il più possibile gli ideali di bellezza moderni (Anixiadis et al., 2019).

Il meccanismo che può spiegare questa relazione può essere ravvisabile all'interno del Modello Tripartito di Influenza di Thompson e colleghi (1999). Questo modello permette di ipotizzare che i contenuti visualizzati sui *social media* possono favorire un meccanismo di interiorizzazione degli ideali di bellezza, ampiamente rappresentati nei contenuti presenti su *Instagram*, che generalmente corrisponde alla credenza che gli ideali di bellezza imposti dalla società siano gli unici indicatori di bellezza (Maes & Vandenbosch, 2022). In particolare, gli utenti considerano le immagini presenti nei *social media* come rappresentazione concreta dell'aspetto che dovrebbero avere per soddisfare gli ideali diffusi nella società. (Saiphoo & Vahedi, 2019). Successivamente, essi si confrontano con queste immagini idealizzate e sviluppano una percezione negativa del loro corpo e del loro aspetto fisico (Saiphoo & Vahedi, 2019). Infatti, come accennato in precedenza anche per *TikTok*, l'esposizione a questi contenuti può facilitare il processo di confronto sociale, il quale avverrebbe con persone ritenute migliori di sé (*upward social comparison*) e ciò può essere particolarmente disfunzionale (Brown & Tiggemann, 2016; Hogue & Mills, 2019). Per tanto, l'interiorizzazione e il confronto sociale sono evidenziati come possibili meccanismi nello sviluppo e nel mantenimento dell'insoddisfazione corporea (Keery et al., 2004; Stice et al., 1994). Analogamente, la Teoria dell'oggettivazione (Fredrickson & Roberts, 1997) sostiene che la continua promozione degli ideali di bellezza (spesso sessualizzati) da parte dei *social media* porti le donne all'auto-oggettificazione e al costante controllo della propria forma fisica e del proprio

peso, inducendole così ad un'alimentazione disordinata e ad un aumento dell'insoddisfazione corporea.

Un meccanismo simile a quello ipotizzato su *Instagram* potrebbe essere somigliante a quello riscontrato su *TikTok*. Infatti, si tratta in entrambi i casi di *social media* strettamente legati all'aspetto fisico poiché si basano sulla pubblicazione di immagini, video o fotografie la maggior parte delle quali tendono a generare pressioni legate all'immagine corporea, portando all'insoddisfazione corporea e a un'ampia gamma di possibili danni a livello del benessere psicofisico degli utenti (Fardouly et al., 2015, Fardouly & Vartanian, 2016, Tiggemann & Barbato, 2018, Tiggemann & Slater, 2014).

Discussione e conclusioni

L'obiettivo di questo elaborato è stato quello di investigare l'esistenza di una possibile relazione fra l'utilizzo del *social media TikTok* e l'insorgenza di disturbi correlati all'immagine corporea nella popolazione giovane-adulta, nello specifico l'insoddisfazione corporea e i DCA.

Un utilizzo disfunzionale e problematico dei *social media*, infatti, può inficiare il benessere psicofisico dell'individuo e provocare gravi problematiche psicosociali, come danneggiamento

delle relazioni interpersonali (Fox & Moreland, 2015, Müller et al., 2016), problemi del sonno (Koc & Gulyagci, 2013, Wolniczak et al., 2013), condizioni di ansia e depressione (Elphinston & Noller, 2011, Pantic, 2014).

I disturbi del comportamento alimentare (DCA) sono disturbi psicologici caratterizzati da gravi e persistenti alterazioni della sfera alimentare, e dalla presenza di costanti preoccupazioni, pensieri ed emozioni negative associate al proprio aspetto fisico e al cibo (APA, 2013). I DCA si articolano in tre tipologie principali: AN, BN e Disturbo da alimentazione incontrollata. L'immagine corporea negativa si caratterizza come una condizione trasversale alle diverse diagnosi di DCA, ponendosi come fattore scatenante, esacerbante e di mantenimento (Eshkevari et al., 2013).

L'insoddisfazione corporea (*body dissatisfaction*) è un fenomeno considerato un costrutto compreso nell'immagine corporea negativa (Spreckelsen et al., 2018) traente origine da una discrepanza percepita fra il proprio aspetto fisico reale e quello ideale, spesso caratterizzato da uno stato di magrezza estrema secondo gli *standard* di bellezza socioculturali (Heider et al., 2018). L'insoddisfazione corporea induce ad alterazioni cognitive che riguardano convinzioni negative rispetto alla propria immagine corporea. Inoltre, è stato dimostrato che la *body dissatisfaction* è in grado di predire condizioni psicologiche sfavorevoli come bassa autostima (Paxton et al., 2006), sintomi depressivi (Ferreiro et al., 2012; Stice & Bearman, 2001) e pensieri suicidari (Crow et al., 2008; Kim, 2009).

Dai risultati di diversi studi (Griffiths et al., 2018; Jiotsa et al., 2021; Martinez et al., 2019), è emersa l'esistenza di un collegamento fra l'utilizzo dei *social media* e l'insorgenza di *body dissatisfaction* (de Vries et al., 2016). Per poter analizzare questa relazione, sono stati presi in considerazione quattro principali *framework* teorici: la teoria dell'oggettivazione di Fredrickson e Roberts (1997); il modello dei Cinque sistemi di Williams e Garland (2002) applicato ai *social media* (Warrender & Milne, 2020); la teoria del confronto sociale di Festinger (1954) e il Modello tripartito di Influenza di Thompson e colleghi (1999).

La teoria dell'oggettivazione (Fredrickson e Roberts 1997) può essere utile per spiegare l'insorgenza di *body dissatisfaction* in conseguenza a un uso massiccio dei *social media*, specialmente delle piattaforme basate su immagini come *Instagram* e *TikTok*. Infatti, la costante deumanizzazione causerebbe un'oggettivazione dell'individuo, che successivamente darebbe origine al fenomeno dell'auto-oggettivazione, strettamente associato all'insorgenza di insoddisfazione corporea (Fitzsimmons-Craft & Bardone-Cone, 2012; Strelan & Hargreaves, 2005).

Il modello dei Cinque sistemi applicato ai *social media* (Williams & Garland, 2022), ha permesso di trattare il tema del mantenimento dei problemi di salute mentale, in questo caso di insoddisfazione corporea, che avverrebbe attraverso l'utilizzo dei *social media*.

Successivamente, la teoria del confronto sociale proposta da Festinger (1954) ha permesso di ipotizzare che l'insorgenza di insoddisfazione corporea sia dovuta alla costante e facile comparazione che avviene con le immagini pubblicate nei *social media*.

Per concludere, l'ultima teoria che è stata trattata è stata quella di Thompson e colleghi (1999), ovvero il Modello tripartito d'Influenza, il quale ha messo in luce tra importanti elementi presenti nella vita di ogni individuo dai quali può avere origine l'insoddisfazione corporea: i pari, i genitori e i *mass media*.

Il *social media TikTok*, largamente diffuso nella popolazione giovane-adulta, presenta numerosi contenuti che risultano pericolosi per il benessere psico-fisico degli utenti, e che potrebbero recare gravi danni alla loro immagine corporea. *In primis*, è presente una grande quantità di filtri, la maggior parte dei quali è stata progettata per modificare l'aspetto fisico (Humby & Rooney, 2021), rafforzando così gli *standard* di bellezza stessi (Burnell et al., 2021). Una volta rimossi i filtri, gli utenti tendono a rendersi consapevoli del fatto che il loro aspetto fisico non è in linea con quello proposto dal contesto socioculturale (Lavrence & Cambre, 2020). Inoltre, su *TikTok* sono ampiamente diffusi *trend* e *challenge* inerenti all'immagine corporea e ai comportamenti alimentari: è il caso dei *trend* del *What I Eat in a Day* e del *body checking*, che sono considerati i più controversi e che sembrano promuovere comportamenti alimentari disfunzionali e un rapporto problematico con il proprio aspetto fisico (Phillips et al., 2007; Smith & Topham, 2023). Inoltre, su questo *social media* sono ampiamente diffusi fenomeni volti a promuovere o incoraggiare trasformazioni e modifiche dell'aspetto fisico. Si tratta dei fenomeni *Thinspiration* e *Fitspiration*, che condividono l'eccessiva attenzione per l'aspetto fisico e per un'alimentazione restrittiva (Alberga et al., 2018). Essi diffondono messaggi di stigmatizzazione del peso e inducono gli utenti a essere coinvolti nel processo di auto-oggettivazione, nel senso di colpa riguardo al peso e nel controllare la propria alimentazione (Carrotte et al., 2015). Questa tipologia di contenuti crea il rischio di provocare gravi danni alla salute mentale dei più giovani, specialmente alla fascia di popolazione femminile considerata più vulnerabile (Bearman et al., 2006). La costante visione di *post* sui *social media* può associarsi all'insorgenza di un meccanismo di confronto fra se stessi e l'immagine raffigurata nel contenuto *online*, traducendosi in un'immagine corporea negativa, specialmente quando vi è anche un processo di interiorizzazione della magrezza come ideale corporeo (Perloff et al., 2014).

In conclusione, è possibile affermare, grazie ai risultati di diversi studi, che l'uso dei *social media* è associato all'insorgenza o al mantenimento di DCA e a un'immagine corporea negativa (Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016; Wilksch et al., 2020; Saiphoo & Vahedi, 2019). In particolare modo, i contenuti presenti su *TikTok* come i *trend* del *What I Eat in a Day* e del *body checking*, e i fenomeni *Thinspiration* e *Fitspiration*, possono avere un impatto negativo sull'immagine corporea degli utenti e della popolazione generale a causa dell'esaltazione degli *standard* di bellezza attuali che promuovono corpi estremamente magri e un controllo eccessivo sull'alimentazione, con l'eliminazione di intere categorie di cibo e con rigide regole alimentari (Cohen et al., 2019; Minadeo & Pope, 2022; Stevens & Griffiths, 2020). I giovani-adulti sono la popolazione maggiormente vulnerabile alle conseguenze negative causate dalla visione dei contenuti problematici presenti su *TikTok* (Bearman et al., 2006; Pruccoli et al., 2022). La loro vulnerabilità è data sia dal particolare periodo di transizione dall'adolescenza all'età adulta caratterizzante questa delicata fascia d'età, sia dall'eccessivo uso dei *social media*, in particolare di *TikTok*, dove la maggior parte degli utenti ha un'età compresa fra i 18 e i 30 anni (Sherman et al., 2016). Ciò che distingue *TikTok* dal resto dei *social media*, e che lo rende maggiormente pericoloso, è l'estrema adattabilità dell'applicazione permessa dall'algoritmo su cui è basata, che può spingere gli utenti a visualizzare contenuti disturbanti e pericolosi contro la loro volontà, permettendo per di più una loro rapida diffusione grazie alla possibilità di divenire facilmente virali e accessibili alla maggior parte degli utenti (Abidin, 2021).

Come accennato precedentemente, il *social media TikTok* avrebbe grandi potenzialità per divenire un ottimo strumento di supporto *online*: la maggior parte degli iscritti appartiene alla fascia d'età giovane-adulta (Montag et al., 2021), e i contenuti pubblicati possono divenire virali in tutto il mondo in poco tempo (Branley & Covey, 2017). Per tale motivo, sarebbe utile sfruttare la sua potenzialità e i suoi vantaggi per limitare i danni psico-fisici che alcuni contenuti sembrano recare agli utenti giovani-adulti. Una buona modalità potrebbe essere la diffusione di *account* di psicoeducazione. Infatti, questa tipologia di contenuti educativi potrebbe assumere un grande ruolo di sostegno e di informazione. Affinché ciò avvenga è necessario concedere a tali *account* una certa autorevolezza attraverso dei controlli di veridicità, in modo tale da non diffondere false informazioni (Harringer & al., 2023). Risulterebbe efficace anche un maggior coinvolgimento delle figure degli *influencer*, ovvero degli utenti con un alto numero di seguaci. In questo modo i contenuti risulterebbero ancora più accessibili e il tema verrebbe maggiormente trattato e sensibilizzato (Pretorius et al., 2022). Inoltre, su *TikTok* i contenuti rilevanti sono più velocemente accessibili rispetto a *Google*, e questa è una caratteristica apprezzata soprattutto dai più giovani,

che spesso utilizzano questo *social media* come fonte d'informazione e come sostituto ai comuni motori di ricerca (Broonbank, 2022).

Infine, può risultare funzionale un'alfabetizzazione ai *social media* per facilitarne la concettualizzazione come una rappresentazione non realistica della quotidianità, per insegnare agli utenti le principali strategie per ridurre il confronto con le immagini presenti *online* e per presentare i modi in cui gli stessi individui possono contribuire alla costruzione di un ambiente positivo nel mondo virtuale dei *social media* (Paxton et al., 2021).

Riferimenti bibliografici

Abidin, C. (2021). From 'networked publics' to 'refracted publics': A companion framework for researching 'below the radar' studies. *Social Media + Society*, 7, pagina 79

Alberga, A. S., Withnell, S. J., & von Ranson, K. M. (2018). Fitspiration and thinspiration: a comparison across three social networking sites. *Journal of Eating Disorders*, 6(1), 1-10.

Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library hi tech news*, 37(4), 7-12.

Anixiadis, F., Wertheim, E. H., Rodgers, R., & Caruana, B. (2019). Effects of thin-ideal instagram images: The roles of appearance comparisons, internalization of the thin ideal and critical media processing. *Body image*, 31, 181-190.

Aparicio-Martinez, P., Perea-Moreno, A.-J., Martinez-Jimenez, M. P., Redel-Macías, M. D., Pagliari, C., & Vaquero-Abellan, M. (2019). Social media, thin-ideal, body dissatisfaction and

disordered eating attitudes: An exploratory analysis. *International journal of environmental research and public health*, 16(21), 4177.

Arnett, J. J. (2007). Emerging adulthood: What is it, and what is it good for? *Child development perspectives*, 1(2), 68–73.

Ata, R. N., Ludden, A. B., & Lally, M. M. (2007). The effects of gender and family, friend, and media influences on eating behaviors and body image during adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 36, 1024-1037.

Ayguasanosa Ávila, A. (2022). When the algorithm strikes against you: an analysis of the impact of diet culture content on TikTok on the development of eating disorders and body dissatisfaction among female undergraduates.

Bamford, B. H., Attoe, C., Mountford, V. A., Morgan, J. F., & Sly, R. (2014). Body checking and avoidance in low weight and weight restored individuals with anorexia nervosa and non-clinical females. *Eating Behaviors*, 15(1), 5–8. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2013.10.011>

Basch, C. H., Hillyer, G. C., & Jaime, C. (2020). COVID-19 on TikTok: harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. *International journal of adolescent medicine and health*, 34(5), 367–369. <https://doi.org/10.1515/ijamh-2020-0111>

Bearman, S.K., Presnell, K., Martinez, E. *et al.* (2006). The Skinny on Body Dissatisfaction: A Longitudinal Study of Adolescent Girls and Boys. *J Youth Adolescence* 35, 217–229 (<https://doi.org/10.1007/s10964-005-9010-9>)

Berkman, N. D., Lohr, K. N., & Bulik, C. M. (2007). Outcomes of eating disorders: A systematic review of the literature. *international Journal of Eating disorders*, 40(4), 293–309.

Bhandari A, Bimo S. *Tiktok And The “Algorithmized Self”: A New Model Of Online Interaction.* AoIR Selected Papers of Internet Research. (2020). doi: 10.5210/spir.v2020i0.11172

Bibiloni, M.d.M., Pich, J., Pons, A. *et al.* Body image and eating patterns among adolescents. *BMC Public Health* 13, 1104 (2013). <https://doi.org/10.1186/1471-2458-13-1104>

Bonifazi, G., Cecchini, S., Corradini, E., Giuliani, L., Ursino, D., & Virgili, L. (2022). Extracting time patterns from the lifespans of TikTok challenges to characterize non-dangerous and dangerous ones. *Social Network Analysis and Mining*, 12(1), 62.

- Bornioli, A., Lewis-Smith, H., Slater, A., & Bray, I. (2021). Body dissatisfaction predicts the onset of depression among adolescent females and males: A prospective study. *J Epidemiol Community Health, 75*(4), 343–348.
- Branley, D. B., & Covey, J. (2017). Pro-ana versus pro-recovery: A content analytic comparison of social media users' communication about eating disorders on Twitter and Tumblr. *Frontiers in psychology, 8*, 1356.
- Brookbank, E. (2002), "How Gen Z is using TikTok to search for information and what it means for information literacy"
- Burychka, D., Miragall, M., & Baños, R. M. (2021). Towards a comprehensive understanding of body image: Integrating positive body image, embodiment and self-compassion. *Psychologica Belgica, 61*(1), 248.
- Cafri, G., Yamamiya, Y., Brannick, M., & Thompson, J. K. (2005). The influence of sociocultural factors on body image: A meta-analysis. *Clinical Psychology: Science and Practice, 12*(4), 421-433.
- Calado, M., Lameiras, M., Sepulveda, A. R., Rodriguez, Y., & Carrera, M. V. (2010). The association between exposure to mass media and body dissatisfaction among Spanish adolescents. *Women's Health Issues, 21*(5), 390–399.
- Calogero, R. M., Davis, W. N., & Thompson, J. K. (2005). The role of self-objectification in the experience of women with eating disorders. *Sex roles, 52*, 43-50.
- Carey, R. N., Donaghue, N., & Broderick, P. (2014). Body image concern among Australian adolescent girls: The role of body comparisons with models and peers. *Body image, 11*(1), 81-84.
- Carlson Jones, D. (2004). Body image among adolescent girls and boys: A longitudinal study. *Developmental psychology, 40*(5), 823.
- Cash, T. F. (2005). The influence of sociocultural factors on body image: Searching for constructs. *Clinical Psychology: Science and Practice, 12*(4), 438-442.
- Cash, T.F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research and clinical practice*. New York: Guilford Press.
- Center for Countering Digital Hate, (2022). "TikTok pushes harmful content promoting eating disorders and self-harm into young users' feeds"

- Cheng, C., Lau, Y., Chan, L., & Luk, J. W. (2021). Prevalence of social media addiction across 32 nations: Meta-analysis with subgroup analysis of classification schemes and cultural values. *Addictive behaviors, 117*, 106845.
- Crespo, C., Kielpikowski, M., Jose, P. E., & Pryor, J. (2010). Relationships between family connectedness and body satisfaction: A longitudinal study of adolescent girls and boys. *Journal of youth and adolescence, 39*, 1392-1401.
- Custers, K., & Van den Bulck, J. (2009). Viewership of pro-anorexia websites in seventh, ninth and eleventh graders. *European Eating Disorders Review, 17*(3), 214–219.
- Dalle Grave R & Calugi S (2018) Transdiagnostic cognitive behavioural theory and treatment of body image disturbance in eating disorders: A guide to assessment, treatment, and prevention. In: Cuzzolaro M. & Fassino S. (eds.) *Body Image, Eating, and Weight*. Cham: Springer.
- De Vries, D. A., Peter, J., De Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *Journal of youth and adolescence, 45*, 211–224.
- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T., & Andreassen, C. S. (2016). Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours?. *Computers in Human Behavior, 63*, 549-555.
- Dohnt, H., & Tiggemann, M. (2006). The contribution of peer and media influences to the development of body satisfaction and self-esteem in young girls: a prospective study. *Developmental psychology, 42*(5), 929.
- Eckler, P., Kalyango, Y., & Paasch, E. (2017). Facebook use and negative body image among U.S. college women. *Women & health, 57*(2), 249–267.
- Elmaliki, I., & Couloote, B. (2021). Harmful “Body-Checking” Trends Have Come to TikTok.
- Eshiet, J. (2020). “Real Me versus Social Media Me:” Filters, Snapchat Dysmorphia, and Beauty Perceptions among Young Women. MSc. Thesis, California State University.
- Eshkevari, E., Rieger, E., Longo, M. R., Haggard, P., & Treasure, J. (2014). Persistent body image disturbance following recovery from eating disorders. *International Journal of Eating Disorders, 47*(4), 400-409.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). The mediating role of appearance comparisons in the relationship between media usage and self-objectification in young women. *Psychology of Women Quarterly, 39*(4), 447–457.

- Fardouly, J., & Holland, E. (2018). Social media is not real life: The effect of attaching disclaimer-type labels to idealized social media images on women's body image and mood. *New media & society*, 20(11), 4311-4328.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current opinion in psychology*, 9, 1-5.
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of popular media culture*, 2(3), 161.
- Feldkamp, J. (2021). The rise of TikTok: The evolution of a social media platform during COVID-19. *Digital responses to Covid-19: Digital innovation, transformation, and entrepreneurship during pandemic outbreaks*, 73-85.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- 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., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in human behavior*, 45, 168-176.
- Frederick, D., Jafary, A., Gruys, K., & Daniels, E. (2012). *Surveys and the epidemiology of body image dissatisfaction. Teoksessa T. Cash (toim.) Encyclopedia of Body Image and Human Appearance.*
- Furnham, A., Badmin, N., & Sneade, I. (2002). Body image dissatisfaction: Gender differences in eating attitudes, self-esteem, and reasons for exercise. *The Journal of psychology*, 136(6), 581-596.
- Gale, L., Channon, S., Larner, M., & James, D. (2016). Experiences of using pro-eating disorder websites: a qualitative study with service users in NHS eating disorder services. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 21, 427-434.
- Gerson, J. (2020, March 9). The hidden ways pro-ana content flourishes on TikTok. *Bustle*.

- Ging, D., & Garvey, S. (2018). 'Written in these scars are the stories I can't explain': a content analysis of pro-ana and thinspiration image sharing on Instagram. *New Media & Society*, 20(3), 1181-1200.
- Glaser, D. R., Albano, A. M., Simpson, H. B., & Steinglass, J. E. (2016). Overcoming fear of eating: A case study of a novel use of exposure and response prevention. *Psychotherapy*, 53(2), 223.
- Grabe, S., Ward, L. M., & 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(3), 460.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197.
- Griffiths, M. D., & Kuss, D. (2018). Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*, 35(3), 49–52.
- Gruszka, W., Owczarek, A. J., Glinianowicz, M., Bąk-Sosnowska, M., Chudek, J., & Olszanecka-Glinianowicz, M. (2022). Perception of body size and body dissatisfaction in adults. *Scientific Reports*, 12(1), 1159.
- Guinaudeau, B., Vottax, F., & Munger, K. (2020). Fifteen seconds of fame: TikTok and the democratization of mobile video on social media. *Unpublished paper. Disponible en Internet: <https://osf.io/f7ehq/download> [Consulta: 7 de Diciembre de 2020]*.
- Gupta, C., Jogdand, S., Kumar, M., GUPTA, C., & Jogdand, S. D. (2022). Reviewing the Impact of Social Media on the Mental Health of Adolescents and Young Adults. *Cureus*, 14(10).
- Harriger, J. A., Thompson, J. K., & Tiggemann, M. (2023). TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body Image*, 44, 222-226.
- Harrison, C. (2019). *Anti-diet: Reclaim your time, money, well-being and happiness through intuitive eating*. Great Britain: Yellow Kite.
- Hayes C, Stott K, Lamb KJ, Hurst GA. "Making every second count": utilizing TikTok and systems thinking to facilitate scientific public engagement and contextualization of chemistry at home. *J Chem Educ*. (2020) 97:3858–66. doi: 10.1021/acs.jchemed.0c00511
- Heider, N., Spruyt, A., & De Houwer, J. (2018). Body dissatisfaction revisited: On the importance of implicit beliefs about actual and ideal body image. *Psychologica Belgica*, 57(4), 158.

- Helfert, S., & Warschburger, P. (2011). A prospective study on the impact of peer and parental pressure on body dissatisfaction in adolescent girls and boys. *Body image*, 8(2), 101-109.
- Herrick, S. S., Hallward, L., & Duncan, L. R. (2021). “This is just how I cope”: An inductive thematic analysis of eating disorder recovery content created and shared on TikTok using #EDrecovery. *International journal of eating disorders*, 54(4), 516-526.
- Hicks, R. E., Kenny, B., Stevenson, S., & Vanstone, D. M. (2022). Risk factors in body image dissatisfaction: Gender, maladaptive perfectionism, and psychological wellbeing. *Heliyon*, 8(6).
- Hilliard, H. M., CEM, C., Ignaszewski, M. J., Sobowale, K., & Chokroverty, L. (2021). Social media for emergency messaging with youth and families during the coronavirus 2019 (COVID-19) pandemic: Getting it right. *Journal of Emergency Management*, 19(9), 109-116.
- Hogue, J. V., & Mills, J. S. (2019). The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body image*, 28, 1-5.
- 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.
- Humby, J., & Rooney, T. (2021). What TikTok Filters Tell Us About Our Pursuit of Perfection.
- Hung, M. (2022). A content analysis on fitspiration and thinspiration posts on TikTok. *Cornell Undergraduate Research Journal*, 1(1), 55-62.
- Jang, K., Park, N., & Song, H. (2016). Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 62, 147-154.
- Jebeile, H., Partridge, S. R., Gow, M. L., Baur, L. A., & Lister, N. B. (2021). Adolescent exposure to weight loss imagery on Instagram: A content analysis of “top” images. *Childhood obesity*, 17(4), 241-248.
- Jiang J, Wang W. Research on Government Douyin for public opinion of public emergencies: comparison with government microblog. *J Intellig.* (2020) 39:100–106. (Citation has been translated from Chinese language.)
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021a). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one’s own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International journal of environmental research and public health*, 18(6), 2880.

- Jurewicz, I. (2015). Mental health in young adults and adolescents—supporting general physicians to provide holistic care. *Clinical Medicine*, *15*(2), 151.
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, *23*(5), 2538-2557.
- Jang, K., Park, N., & Song, H. (2016). Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, *62*, 147-154.
- Jiang J, Wang W. Research on Government Douyin for public opinion of public emergencies: comparison with government microblog. *J Intellig.* (2020) 39:100–106. (Citation has been translated from Chinese language.)
- Jurewicz, I. (2015). Mental health in young adults and adolescents—supporting general physicians to provide holistic care. *Clinical Medicine*, *15*(2), 151.
- Karsay, K., Trekels, J., Eggermont, S., & Vandenbosch, L. (2021). “I (don’t) respect my body”: Investigating the role of mass media use and self-objectification on adolescents’ positive body image in a cross-national study. *Mass Communication and Society*, *24*(1), 57-84.
- Kahan, S., & Puhl, R. M. (2017). The damaging effects of weight bias internalization. *Obesity*, *25*(2), 280.
- Keery, H., Van den Berg, P., & Thompson, J. K. (2004). An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body Image*, *1*(3), 237–251.
- Kenny, T. E., Boyle, S. L., & Lewis, S. P. (2019). #recovery: Understanding recovery from the lens of recovery-focused blogs posted by individuals with lived experience. *International Journal of Eating Disorders*, *53*(8), 1234–1243.
- Klug, D., Qin, Y., Evans, M., & Kaufman, G. (2021, June). Trick and please. A mixed-method study on user assumptions about the TikTok algorithm. In *Proceedings of the 13th ACM Web Science Conference 2021* (pp. 84-92).
- Knauss, C., Paxton, S. J., & Alsaker, F. D. (2007). Relationships amongst body dissatisfaction, internalisation of the media body ideal and perceived pressure from media in adolescent girls and boys. *Body image*, *4*(4), 353-360.

- Kollei, I., Brunhoeber, S., Rauh, E., de Zwaan, M., & Martin, A. (2012). Body image, emotions and thought control strategies in body dysmorphic disorder compared to eating disorders and healthy controls. *Journal of Psychosomatic Research*, 72(4), 321–327.
- Koven, N., & Abry, A. (2015). The clinical basis of orthorexia nervosa: emerging perspectives. *Neuropsychiatric disease and treatment*, 11, 385–394.
- Krane, V., Stiles-Shipley, J. A., Waldron, J., & Michalenok, J. (2001). Relationships among body satisfaction, social physique anxiety, and eating behaviors in female athletes and exercisers. *Journal of sport behavior*, 24(3).
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., ... & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS one*, 8(8), e69841.
- Lamarre, A., & Rice, C. (2017). Hashtag recovery: Eating disorder recovery on Instagram. *Social Sciences*, 6(3), 68.
- Laporta-Herrero, I., Jáuregui-Lobera, I., Barajas-Iglesias, B., & Santed-Germán, M. Á. (2018a). Body dissatisfaction in adolescents with eating disorders. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 23(3), 339–347.
- Lavrence, C., & Cambre, C. (2020). “Do I look like my selfie?”: Filters and the digital-forensic gaze. *Social Media+ Society*, 6(4), 2056305120955182
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in human behavior*, 32, 253-260.
- Lee, M., & Lee, H. H. (2021). Social media photo activity, internalization, appearance comparison, and body satisfaction: The moderating role of photo-editing behavior. *Computers in Human Behavior*, 114, 106579.
- Levine, M. P. (2012). Loneliness and eating disorders. *The Journal of psychology*, 146(1–2), 243–257.
- Levine, M. P., & Smolak, L. (2016). The role of protective factors in the prevention of negative body image and disordered eating. *Eating disorders*, 24(1), 39–46.
- Levinson, C. A., Rapp, J., & Riley, E. N. (2014). Addressing the fear of fat: Extending imaginal exposure therapy for anxiety disorders to anorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 19, 521–524.

- Lindner, D., Tantleff-Dunn, S., & Jentsch, F. (2012). Social comparison and the 'circle of objectification'. *Sex roles, 67*, 222-235.
- Littlechild, C. (2022). Dainty and Dying: Pro-Eating-Disorder Subcultures in Contemporary Cyberspace. *Tulips: The Gender, Sexuality, and Women's Studies Undergraduate Journal*, 7-19
- Liu, Q.-Q., Zhou, Z.-K., Yang, X.-J., Niu, G.-F., Tian, Y., & Fan, C.-Y. (2017). Upward social comparison on social network sites and depressive symptoms: A moderated mediation model of self-esteem and optimism. *Personality and Individual Differences, 113*, 223–228.
- Lovett JT, Munawar K, Mohammed S, Prabhu V. Radiology content on TikTok: current use of a novel video-based social media platform and opportunities for radiology. *Curr Prob Diag Radiol.* (2021) 50, 126–31.
- Maccoby, E. E., Grusec, J. E., & Hastings, P. D. (2007). Handbook of socialization: Theory and research. *Ch. Historical Overview of Socialization: Res. and Theory*, 13-41.
- Michael, S. L., Wentzel, K., Elliott, M. N., Dittus, P. J., Kanouse, D. E., Wallander, J. L., Pasch, K. E., Franzini, L., Taylor, W. C., & Qureshi, T. (2014). Parental and peer factors associated with body image discrepancy among fifth-grade boys and girls. *Journal of youth and adolescence, 43*, 15–29.
- Mackenzie, S. A., & Nichols, D. (2020). Finding 'places to be bad' in social media: the case of TikTok. *Urban Australia and Post-Punk: Exploring Dogs in Space*, 285-298.
- Maes, C., & Vandenbosch, L. (2022). Adolescent girls' Instagram and TikTok use: Examining relations with body image-related constructs over time using random intercept cross-lagged panel models. *Body image, 41*, 453-459.
- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020, July). Dancing to the partisan beat: A first analysis of political communication on TikTok. In *Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science* (pp. 257-266).
- Mento, C., Silvestri, M. C., Muscatello, M. R. A., Rizzo, A., Celebre, L., Praticò, M., ... & Bruno, A. (2021). Psychological impact of pro-anorexia and pro-eating disorder websites on adolescent females: A systematic review. *International journal of environmental research and public health, 18*(4), 2186.

- Minadeo, M., & Pope, L. (2022). Weight-normative messaging predominates on TikTok—A qualitative content analysis. *Plos one*, *17*(11), e0267997.
- Mona Khattab. 2020. Synching and performing: body (re)-presentation in the short video app TikTok. *Wider Screen* 21, 1–2 (2020).
- Mond, J., Mitchison, D., Latner, J., Hay, P., Owen, C., & Rodgers, B. (2013). Quality of life impairment associated with body dissatisfaction in a general population sample of women. *BMC Public Health*, *13*(1), 1–11.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, *9*, 641673.
- Muehlenkamp, J. J., Swanson, J. D., & Brausch, A. M. (2005). Self-objectification, risk taking, and self-harm in college women. *Psychology of Women Quarterly*, *29*(1), 24-32.
- Müller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duven, E., Giralt, S., & Wölfling, K. (2016). A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use of social networking sites in adolescents. *Computers in Human Behavior*, *55*, 172-177.
- Muris, P., Meesters, C., van de Blom, W., & Mayer, B. (2005). Biological, psychological, and sociocultural correlates of body change strategies and eating problems in adolescent boys and girls. *Eating behaviors*, *6*(1), 11-22.
- MurrayStuart, B., & McLeanSiân, A. (2018b). The contribution of social media to body dissatisfaction, eating disorder symptoms, and anabolic steroid use among sexual minority men. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
- Nerini, A., Stefanile, C., & Mercurio, C. (2009). L'immagine corporea. In D. Dettore (Ed.), *I disturbi dell'immagine corporea* (pp. 1-13). Milano: McGraw-Hill.
- Neyaz, A., Kumar, A., Krishnan, S., Placker, J., & Liu, Q. (2020). Security, privacy and steganographic analysis of FaceApp and TikTok. *International journal of computer science and security*, *14*(2), 38-59
- Øverås, M., Kapstad, H., Brunborg, C., Landrø, N. I., & Lask, B. (2014). Memory versus perception of body size in patients with anorexia nervosa and healthy controls. *European Eating Disorders Review*, *22*(2), 109–115.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of applied developmental psychology*, *30*(3), 227-238.

- Paxton, S. J., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J., & Eisenberg, M. E. (2006). Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, 35*(4), 539-549.
- Paxton, S. J., McLean, S. A., & Rodgers, R. F. (2022). “My critical filter buffers your app filter”: Social media literacy as a protective factor for body image. *Body Image, 40*, 158-164.
- Perloff, R. M. (2014). Act 2: Extending theory on social media and body image concerns. *Sex roles, 71*(11-12), 414-418.
- Perrin, A. (2015). *Social Media Usage: 2005-2015: 65% of Adults Now Use Social Networking Sites—A Nearly Tenfold Jump in the Past Decade*. Pew Research Trust.
- Phares, V., Steinberg, A. R., & Thompson, J. K. (2004). Gender differences in peer and parental influences: Body image disturbance, self-worth, and psychological functioning in preadolescent children. *Journal of Youth and Adolescence, 33*(5), 421-429.
- Phillips, K. A., Pinto, A., Menard, W., Eisen, J. L., Mancebo, M., & Rasmussen, S. A. (2007). Obsessive-compulsive disorder versus body dysmorphic disorder: a comparison study of two possibly related disorders. *Depression and anxiety, 24*(6), 399-409.
- Pila, E., Mond, J. M., Griffiths, S., Mitchison, D., & Murray, S. B. (2017). A thematic content analysis of #cheatmeal images on social media: Characterizing an emerging dietary trend. *International Journal of Eating Disorders, 50*(6), 698-706.
- Pirooznia, M., Kramer, M., Parla, J. *et al.* Validation and assessment of variant calling pipelines for next-generation sequencing. *Hum Genomics 8*, 14 (2014).
- Pretorius, C., McCashin, D., & Coyle, D. (2022). Mental health professionals as influencers on TikTok and Instagram: What role do they play in mental health literacy and help-seeking?. *Internet Interventions, 30*, 100591.
- Pruccoli, J., De Rosa, M., Chiasso, L., Perrone, A., & Parmeggiani, A. (2022). The use of TikTok among children and adolescents with Eating Disorders: Experience in a third-level public Italian center during the SARS-CoV-2 pandemic. *Italian Journal of Pediatrics, 48*(1), 138.
- Pryde, S., & Prichard, I. (2022). TikTok on the clock but the# fitspo don't stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women's body image concerns. *Body image, 43*, 244-252.

- Quittkat, H. L., Hartmann, A. S., Düsing, R., Buhlmann, U., & Vocks, S. (2019a). Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers in psychiatry, 10*, 864.
- Quittkat, H. L., Hartmann, A. S., Düsing, R., Buhlmann, U., & Vocks, S. (2019b). Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers in psychiatry, 10*, 864.
- Rahimi, S., Hall, N. C., Wang, H., & Maymon, R. (2017). Upward, Downward, and Horizontal Social Comparisons: Effects on Adjustment, Emotions and Persistence in Teachers. *Interdisciplinary Education and Psychology, 1*(1), 10.
- Riva, G., & Gaudio, S. (2012). Allocentric lock in anorexia nervosa: New evidences from neuroimaging studies. *Medical Hypotheses, 79*(1), 113–117. <https://doi.org/10.1016/j.mehy.2012.03.036>
- 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*(5), 706.
- Rodgers, R. F., Franko, D. L., Lovering, M. E., Luk, S., Pernal, W., & Matsumoto, A. (2018). Development and validation of the female muscularity scale. *Sex Roles, 78*, 18-26.
- Rossi, L., Tizzano, P., Malaspina, E., Moscano, F., Gualandi, P., Rossi, F., ... & Parmeggiani, A. (2021). Eating Disorders and the Internet: A Descriptive Cross-Sectional Study Monitoring The Pro Ana Phenomenon in An Italian Sample.
- Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., Truby, H., & McCaffrey, T. A. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics, 77*(1), 19–40.
- Sagoe, D., Molde, H., Andreassen, C. S., Torsheim, T., & Pallesen, S. (2014). The global epidemiology of anabolic-androgenic steroid use: a meta-analysis and meta-regression analysis. *Annals of epidemiology, 24*(5), 383-398.
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior, 101*, 259–275.
- Santarossa, S., Lacasse, J., Larocque, J., & Woodruff, S. J. (2019). # orthorexia on Instagram: A descriptive study exploring the online conversation and community using the Netlytic

software. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, **24**(2), 283– 290.

Sanzari, C. M., Gorrell, S., Anderson, L. M., Reilly, E. E., Niemiec, M. A., Orloff, N. C., ... & Hormes, J. M. (2023). The impact of social media use on body image and disordered eating behaviors: Content matters more than duration of exposure. *Eating behaviors*, *49*, 101722.

Shade, L. R. (2003). Weborexics: The ethical issues surrounding pro-ana websites. *Acm Sigcas Computers and Society*, *33*(4), 2.

Shahyad, S., Pakdaman, S., Shokri, O., & Saadat, S. H. (2018). The role of individual and social variables in predicting body dissatisfaction and eating disorder symptoms among iranian adolescent girls: An expanding of the tripartite influence mode. *European Journal of Translational Myology*, *28*(1).

Shane-Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N., & Gillespie-Lynch, K. (2018). Why do college students prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site affordances, tensions between privacy and self-expression, and implications for social capital. *Computers in human behavior*, *86*, 276-288.

Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2016). The power of the like in adolescence: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological science*, *27*(7), 1027–1035.

Simpson, E., & Semaan, B. (2021). For You, or For" You"? Everyday LGBTQ+ Encounters with TikTok. *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, *4*(CSCW3), 1-34.

Skemp-Arlt, K. M., Rees, K. S., Mikat, R. P., & Seebach, E. E. (2006). Body image dissatisfaction among third, fourth, and fifth grade children. *Californian Journal of Health Promotion*, *4*(3), 58-67.

Spreckelsen, P. von, Glashouwer, K. A., Bennik, E. C., Wessel, I., & de Jong, P. J. (2018). Negative body image: Relationships with heightened disgust propensity, disgust sensitivity, and self-directed disgust. *PloS one*, *13*(6), e0198532.

Statista (2023) TikTok - Statistics & Facts Worldwide.

Stefanile, C., Pisani, E., Matera, C., & Guiderdoni, V. (2010). Insoddisfazione corporea, comportamento alimentare e fattori di influenza socioculturale in adolescenza. In: 8° Convegno Nazionale Società Italiana di Psicologia di Comunità, Torino, 16-17 settembre 2010, pp. 148-148.

- Stevens, A., & Griffiths, S. (2020). Body Positivity (# BoPo) in everyday life: An ecological momentary assessment study showing potential benefits to individuals' body image and emotional wellbeing. *Body Image*, *35*, 181-191.
- Stice, E., Schupak-Neuberg, E., Shaw, H. E., & Stein, R. I. (1994). Relation of media exposure to eating disorder symptomatology: an examination of mediating mechanisms. *Journal of abnormal psychology*, *103*(4), 836–840. <https://doi.org/10.1037//0021-843x.103.4.836>
- Stice, E., & Shaw, H. E. (2002). Role of body dissatisfaction in the onset and maintenance of eating pathology: A synthesis of research findings. *Journal of psychosomatic research*, *53*(5), 985–993.
- Strelan, P., & Hargreaves, D. (2005). Women who objectify other women: The vicious circle of objectification?. *Sex roles*, *52*, 707-712.
- Strelan, P., Mehaffey, S. J., & Tiggemann, M. (2003). Brief report: Self-objectification and esteem in young women: The mediating role of reasons for exercise. *Sex roles*, *48*, 89-95.
- Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive behaviors*, *114*, 106699.
- Talbot, C. V., Gavin, J., van Steen, T., & Morey, Y. (2017). A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *Journal of eating disorders*, *5*, 40.
- Tamplin, N. C., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2018). Social media literacy protects against the negative impact of exposure to appearance ideal social media images in young adult women but not men. *Body image*, *26*, 29-37.
- Tamplin, N. C., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2018). Social media literacy protects against the negative impact of exposure to appearance ideal social media images in young adult women but not men. *Body image*, *26*, 29-37.
- Teufel, M., Hofer, E., Junne, F., Sauer, H., Zipfel, S., & Giel, K. E. (2013). A comparative analysis of anorexia nervosa groups on Facebook. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, *18*(4), 413– 420.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: theory, assessment and treatment of body image disturbances*. Washington, DC: American Psychological Association.

- Tiggemann, M. (2022). Digital modification and body image on social media: Disclaimer labels, captions, hashtags, and comments. *Body Image*, *41*, 172–180.
- 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.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The internet and body image concerns in preteenage girls. *The Journal of Early Adolescence*, *34*(5), 606-620.
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). ‘Strong is the new skinny’: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of health psychology*, *23*(8), 1003-1011.
- Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. *Body image*, *27*, 61-66.
- TikTok (2023). Informazioni su TikTok
- TikTok Effect House (2023)
- Topham, J., & Smith, N. (2023). One day of eating: Tracing misinformation in ‘What I Eat In A Day’ videos. *Journal of Sociology*, 14407833231161369.
- Tower, S. (2019). TikTok Clocks 1.5 Billion Downloads on The App Store and Google Play. Retrieved January 2, 2020.
- Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and weight disorders : EWD*, *22*(2), 277–284.
- Tylka, T. L., Annunziato, R. A., Burgard, D., Danielsdóttir, S., Shuman, E., Davis, C., & Calogero, R. M. (2014). The weight-inclusive versus weight-normative approach to health: evaluating the evidence for prioritizing well-being over weight loss. *Journal of obesity*, *2014*, 983495.
- Tylka, T. L., & Hill, M. S. (2004). Objectification theory as it relates to disordered eating among college women. *Sex roles*, *51*, 719-730.
- Uchôa, F. N. M., Uchôa, N. M., Daniele, T. M. da C., Lustosa, R. P., Garrido, N. D., Deana, N. F., Aranha, Á. C. M., & Alves, N. (2019). Influence of the mass media and body dissatisfaction on the risk in adolescents of developing eating disorders. *International journal of environmental research and public health*, *16*(9), 1508.

- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., ... & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, *144*(2), 480.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, *3*(4), 206.
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, *23*(5), 2538-2557.
- Warrender, D., & Milne, R. (2020, February 24). *How use of social media and social comparison affect mental health*. Nursing Times. Retrieved November 14, 2021, from <https://www.nursingtimes.net/news/mental-health/how-use-of-social-media-and-social-comparison-affect-mental-health-24-02-2020/>.
- Weimann, G., & Masri, N. (2022). New antisemitism on TikTok. *Antisemitism on Social Media*, 167-180
- White, J. B., Langer, E. J., Yariv, L., & Welch, J. C. (2006). Frequent social comparisons and destructive emotions and behaviors: The dark side of social comparisons. *Journal of adult development*, *13*, 36–44.
- Wilksch, S. M., O'Shea, A., Ho, P., Byrne, S., & Wade, T. D. (2020). The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents. *International Journal of Eating Disorders*, *53*(1), 96-106.
- Williams, C., & Garland, A. (2002). A cognitive-behavioural therapy assessment model for use in everyday clinical practice. *Advances in Psychiatric Treatment*, *8*(3), 172–179.
- Wills, T. A. (1987). Downward comparison as a coping mechanism. In *Coping with negative life events: Clinical and social psychological perspectives* (pp. 243-268). Boston, MA: Springer US.
- Windle, M., Grunbaum, J. A., Elliott, M., Tortolero, S. R., Berry, S., Gilliland, J., ... & Schuster, M. (2004). Healthy passages: A multilevel, multimethod longitudinal study of adolescent health. *American Journal of Preventive Medicine*, *27*(2), 164-172.
- Wise, K., Alhabash, S., & Park, H. (2010). Emotional responses during social information seeking on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *13*(5), 555-562.

Wood, J. V., Giordano-Beech, M., Taylor, K. L., Michela, J. L., & Gaus, V. (1994). Strategies of social comparison among people with low self-esteem: self-protection and self-enhancement. *Journal of personality and social psychology*, 67(4), 713.

Xing Lu and Zhicong Lu. 2019. Fifteen seconds of fame: A qualitative study of Douyin, a short video sharing mobile application in China. In International Conference on human-computer interaction. Springer, 233–244.

Yamamotova, A., Bulant, J., Bocek, V., & Papezova, H. (2017). Dissatisfaction with own body makes patients with eating disorders more sensitive to pain. *Journal of pain research*, 1667–1675.

Zhong, R., & Frenkel, S. (2020). A third of TikTok's US users may be 14 or under, raising safety questions. *The New York Times*, 14.