



**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**

**L'immagine corporea nell'era digitale:  
l'impatto dei social media in adolescenza**

**Body Image in the Digital Age: The Impact of Social Media on Adolescents**

***Relatore***

**Prof. Natale Canale**

***Laureanda: Elisa Braghieri***

***Matricola: 2074594***

Anno Accademico 2024-2025

*Alla vita e a tutti quelli,  
che mi hanno insegnato  
che bisogna solo imparare a vivere  
e a non avere paura*

Introduzione.....	1
<b>Capitolo 1</b>	
1.1 L'immagine corporea .....	3
1.2 modelli teorici di riferimento.....	4
1.2.1 Teoria del confronto sociale .....	5
1.2.2 Teoria dell'oggettivazione.....	5
1.2.3 Modello tripartito.....	6
<b>Capitolo 2</b>	
2.1 I social media.....	9
2.1.1 Il tempo sui SNS.....	12
2.3 Il ruolo degli influencer.....	12
2.4 Algoritmi e TikTok.....	14
<b>Capitolo 3</b>	
3.1 Possibile potenziale dei social media nella promozione della salute mentale.....	17
3.2 Media literacy.....	19
3.3 Proposte di intervento pratico e programmi di prevenzione.....	21
3.4 Conclusioni.....	22
 Bibliografia.....	 25

## **Introduzione**

Negli ultimi anni, i social media si configurano come spazi in cui non solo si comunica, ma si costruisce e si mette in scena la propria identità: lo scopo di questo elaborato di tesi è analizzare il ruolo dei social media nella formazione e nella modulazione dell'immagine corporea con un focus particolare in adolescenza.

Negli ultimi anni, i social media sono diventati una presenza sempre più centrale nella vita di tutti i giorni, soprattutto tra adolescenti e giovani adulti. Piattaforme come Instagram, TikTok e Facebook non sono più semplici strumenti per comunicare, ma sono veri e propri spazi digitali che influenzano la nostra identità, le relazioni e le percezioni individuali. L'evoluzione di questi social ha portato a un'esposizione continua a immagini e contenuti che diffondono ideali estetici spesso difficili da raggiungere, influenzando in modo significativo la costruzione dell'identità corporea e il benessere psicologico degli utenti (Bonfanti et al., 2024).

L'immagine corporea, definita come la rappresentazione mentale che una persona ha del proprio corpo (Naraindas & Cooney, 2025), è particolarmente vulnerabile durante l'adolescenza, un periodo critico di sviluppo psicologico e fisico. L'adolescente vive cambiamenti che non ha chiesto, spesso inattesi e non desiderati, che lo scuotono, lo preoccupano e suscitano emozioni contrastanti: paura e voglia di crescere. L'attenzione ai cambiamenti del fisico è ai massimi livelli, e i riflessi psicologici legati a questo hanno effetti molto pervasivi su come l'adolescente si sente.

Questo elaborato di tesi prevede tre capitoli.

Il primo presenta un'introduzione del concetto di immagine corporea e verranno esplorati alcuni modelli teorici che spiegano l'influenza sociale e culturale sul corpo, tra cui la Teoria del Confronto Sociale (Festinger, 1954), la Teoria dell'Oggettivazione (Fredrickson & Roberts, 1997) e il Modello Tripartito (Thompson et al., 1999).

Il secondo capitolo si concentra sull'analisi dei social media, con particolare attenzione al tempo trascorso sui social network, al ruolo degli influencer e agli algoritmi che regolano le piattaforme, in particolare TikTok; questo capitolo intende mettere in luce

come questi fattori contribuiscano alla costruzione di modelli di bellezza e di identità, influenzando negativamente l'autopercezione degli adolescenti.

Infine, il terzo capitolo esplorerà il potenziale dei social media nella promozione della salute mentale, evidenziando come questi possano essere utilizzati per sensibilizzare sui temi legati al benessere psicologico e per contrastare i rischi associati all'uso problematico delle piattaforme.

L'obiettivo di questa ricerca è quello di fornire una panoramica aggiornata sui complessi legami tra social media e immagine corporea, analizzando alcune delle pubblicazioni scientifiche recenti.

## Capitolo 1

### 1.1 L'immagine corporea

L'immagine corporea viene definita come l'insieme delle percezioni, dei pensieri e delle emozioni che un individuo ha nei confronti del proprio corpo (Grogan, 2002). Quando la percezione dell'individuo riguardo al proprio corpo è distorta o negativa, ovvero quando si verifica una discrepanza tra il corpo percepito e quello ideale, si parla di insoddisfazione corporea (Cash & Szymanski, 1995; Grogan, 2002). L'insoddisfazione corporea può avere un impatto significativo sul benessere psicologico e rappresenta un fattore di rischio per lo sviluppo di disturbi del comportamento alimentare e altre problematiche legate all'autostima (Mallaram et al., 2023).

Un'altra caratteristica che appartiene all'immagine corporea è quella di essere un costrutto complesso e multidimensionale, il che ha portato allo sviluppo di numerose misure per valutarne le diverse componenti (Thompson et al., 2012). Alcuni strumenti utilizzati per valutare l'immagine corporea si concentrano sulla componente valutativa, ovvero il livello di soddisfazione o insoddisfazione rispetto al proprio aspetto, mentre altri analizzano l'investimento cognitivo ed emotivo che una persona attribuisce al proprio corpo. Per quanto riguarda la componente emotiva, uno degli strumenti più utilizzati è il Body Uneasiness Test (BUT): un questionario che consente di valutare il disagio corporeo attraverso sottoscale che misurano l'insoddisfazione per l'aspetto fisico, la preoccupazione per il peso, e altre manifestazioni del malessere legato al corpo (Cerea et al., 2023). Invece, per quanto riguarda l'investimento cognitivo ed emotivo, il Multifaceted Instrument for Body Image Disturbance (MI-BoD), sviluppato da Prnjak, Mitchison, Griffiths e Hay (2024), rappresenta un approccio innovativo: tale strumento valuta dimensioni come la preoccupazione persistente per il corpo, la sopravvalutazione dell'aspetto fisico, il controllo corporeo e l'evitamento dell'esposizione del corpo in pubblico. Da diversi studi, il MI-BoD, è risultato uno strumento efficace per esplorare l'importanza all'immagine corporea nella vita quotidiana dell'individuo (Voigt et al., 2024).

I social media giocano un ruolo cruciale nella costruzione e nella modulazione dell'identità corporea, poiché forniscono un ambiente in cui l'immagine di sé è

costantemente esposta al confronto sociale; la continua esposizione a standard estetici irrealistici, promossi da influencer, celebrità e algoritmi che favoriscono determinati canoni di bellezza, può intensificare l'insoddisfazione corporea e rafforzare comportamenti disfunzionali, come il monitoraggio ossessivo dell'aspetto fisico e l'adozione di diete restrittive (Silva & Steins, 2023).

Una fase particolarmente vulnerabile per lo sviluppo dell'immagine corporea è l'adolescenza: la fascia di età esposta maggiormente al rischio. I cambiamenti ormonali e fisici tipici di questa età portano spesso a una maggiore attenzione verso il proprio aspetto, amplificata dalla crescente esposizione a modelli estetici irrealistici (Vincente-Benito & Del Valle Ramírez-Durán, 2023).

Alcune ricerche evidenziano come le differenze di genere giocano un ruolo fondamentale nella formazione della *body image*: infatti le ragazze tendono a essere maggiormente insoddisfatte per il peso corporeo e per il grasso visibile, mentre i ragazzi esprimono insoddisfazione legata alla massa muscolare, riflettendo ideali estetici culturali distinti (Gualdi-Russo et al., 2022). Altri studi longitudinali hanno mostrato che, pur aumentando in entrambi i sessi, l'insoddisfazione corporea raggiunge livelli significativamente più alti nelle ragazze rispetto ai coetanei maschi, i cui punteggi massimi si avvicinano solo ai livelli più bassi osservati nelle femmine (Bucchianeri, Eisenberg, & Neumark-Sztainer, 2013); inoltre, le adolescenti tendono a concentrarsi maggiormente sugli aspetti estetici del proprio corpo e meno su quelli funzionali rispetto ai ragazzi, mostrando così una vulnerabilità maggiore allo sviluppo di un'immagine corporea negativa (Abbott & Barber, 2010).

## **1.2 Modelli teorici di riferimento**

L'immagine corporea è un concetto fortemente influenzato da dinamiche sociali e culturali tanto che negli anni diversi modelli teorici hanno cercato di spiegare come queste influenze plasmino il modo in cui le persone costruiscono e interpretano la propria immagine corporea. Tra le principali teorie, spiccano la Teoria del Confronto Sociale (Festinger, 1954), la Teoria dell'Oggettivazione (Fredrickson & Roberts, 1997) e il Modello Tripartito (Thompson et al., 1999), che offrono una comprensione articolata dei fattori psicologici e relazionali alla base dell'insoddisfazione corporea.

### *1.2.1 Teoria del Confronto Sociale*

La Teoria del Confronto Sociale (Festinger, 1954) si focalizza sul confronto sociale come forma di valutazione del sé che si fonda sulla comparazione delle proprie opinioni e abilità con l'ambiente esterno. Secondo Festinger, gli individui hanno una tendenza naturale a confrontarsi con gli altri per definire il proprio valore, le proprie capacità e caratteristiche, inclusi l'aspetto fisico e il comportamento alimentare. Quando non esistono criteri oggettivi per valutarsi, gli individui tendono a cercare comparazioni sociali, che vengono spesso influenzate dal contesto in cui si trovano.

Nel contesto dell'immagine corporea, tale processo risulta particolarmente attivo in ambienti visivi come i social media, dove l'utente è costantemente esposto a rappresentazioni idealizzate dell'aspetto fisico. Gli adolescenti e i giovani adulti, in particolare, possono confrontarsi con modelli estetici poco realistici, percepiti come standard da raggiungere. Quando il confronto avviene verso l'alto — cioè con persone percepite come più attraenti — può aumentare il senso di inadeguatezza, accentuando l'insoddisfazione corporea: infatti, uno studio recente ha dimostrato che le giovani donne che si confrontano con immagini idealizzate su Instagram riportano una minore soddisfazione corporea e una maggiore tendenza a comportamenti alimentari disfunzionali, come la restrizione alimentare (Portingale et al., 2024). In questo senso, il confronto non è solo un atto spontaneo, ma un potente fattore che contribuisce a modellare il modo in cui si percepisce e si valuta il proprio corpo.

### *1.2.2 Teoria dell'oggettivazione*

La Teoria dell'Oggettivazione (Fredrickson & Roberts, 1997) sostiene che il corpo femminile — più spesso di quello maschile — è costruito socialmente come un oggetto da osservare, valutare e giudicare, principalmente in base all'aspetto estetico. L'esposizione costante a tali rappresentazioni porta le donne e le ragazze a interiorizzare la prospettiva di un osservatore esterno nei confronti del proprio corpo e quindi si sviluppa il fenomeno noto come *auto-oggettivazione*; tale processo implica una costante sorveglianza e monitoraggio dell'aspetto fisico, che può tradursi in un aumento della vergogna corporea e dell'ansia legata all'immagine di sé. Come confermano recenti studi, l'auto-oggettivazione è significativamente associata a una maggiore insoddisfazione

corporea, a livelli elevati di vergogna corporea e a sintomi di ansia e depressione, soprattutto tra le adolescenti esposte a contenuti social focalizzati sull'aspetto fisico (Tian et al., 2024).

Chi sperimenta l'auto-oggettivazione tende a monitorare costantemente il proprio aspetto fisico, preoccupandosi di come appare agli occhi degli altri piuttosto che di come si sente. Questo processo è stato associato a un aumento dell'ansia, della vergogna corporea e di una disconnessione tra corpo vissuto e corpo osservato (Harper & Tiggemann, 2007; Krawczyk & Thompson, 2015).

Secondo Fredrickson e Roberts (1997), l'auto-oggettivazione è un fattore di rischio significativo per diversi problemi di salute mentale, tra cui ansia, depressione e Disturbi del Comportamento Alimentare (DCA). Le ricerche sperimentali hanno dimostrato che l'esposizione a immagini sessualizzate nei media, come quelle presenti nelle riviste di moda, può amplificare il livello di auto-oggettivazione e aumentare l'insoddisfazione corporea (Harper & Tiggemann, 2007; Krawczyk & Thompson, 2015). In particolare, i social media hanno amplificato questo meccanismo, diventando veri e propri ambienti di esposizione costante: attraverso post, selfie, like e commenti, il corpo diventa un elemento pubblico e valutabile, soggetto a giudizi continui. Questo fenomeno rinforza il ciclo dell'auto-oggettivazione, rendendo sempre più difficile vivere il corpo come espressione autentica di sé, e sempre più facile percepirlo come un oggetto da migliorare o correggere.

### *1.2.3 Modello Tripartito*

Il Modello Tripartito dell'influenza sociale (Thompson et al., 1999) spiega come la percezione del proprio corpo sia plasmata da tre forze principali: la famiglia, i pari e i mass media. Se un tempo la bellezza era un ideale veicolato da riviste e televisione, oggi è nelle mani degli utenti, che creano e consumano contenuti in un circolo senza fine e questo avviene attraverso i social media che non si limitano a mostrare un'immagine, ma la impongono, la amplificano e la rendono un parametro di confronto incessante.

La famiglia è il primo ambiente in cui un individuo sviluppa la percezione di sé e del proprio corpo; quindi, il primo specchio in cui un individuo si riflette, e può essere fonte di accettazione o insicurezza. I genitori, in particolare, giocano un ruolo cruciale nel

plasmare l'atteggiamento dei figli verso il proprio corpo. Nello specifico un clima familiare caratterizzato da commenti negativi sull'aspetto fisico ((Ralph et al., 2022; Schaefer & Salafia, 2014), relazioni conflittuali (Kirsch et al., 2016) e una generale svalutazione dell'immagine corporea (Cash & Smolak, 2011) rappresenta un importante fattore di rischio per lo sviluppo di disturbi legati alla percezione del proprio corpo. Se un tempo questi messaggi si fermavano alla dimensione domestica, oggi trovano conferma nelle piattaforme digitali, dove algoritmi e tendenze rafforzano gli ideali estetici dominanti.

Un altro elemento dannoso, che appartiene sempre alla sfera della famiglia, è la tendenza dei genitori a criticare o deridere l'aspetto fisico dei figli, incoraggiandoli a seguire diete restrittive per adeguarsi a determinati standard estetici (Bauer et al., 2011; Ralph et al., 2022). Inoltre, recenti studi evidenziano come l'insoddisfazione corporea e i problemi di peso dei genitori stessi possano influenzare i comportamenti alimentari disfunzionali negli adolescenti, favorendo pratiche dietetiche non salutari e una percezione distorta della propria immagine (Nolen et al., 2022).

I pari, un tempo compagni di giochi e confidenze, sono oggi presenti anche nel mondo virtuale che con un semplice post, un commento, un like, possono avere un peso significativo nell'autopercezione corporea. Il confronto sociale, inevitabile e continuo, con i corpi degli altri trasforma la propria immagine in un campo di battaglia dove vincere significa conformarsi; la pressione sociale si sposta così nel virtuale, mantenendo la sua forza nella definizione di cosa è "desiderabile" e cosa non lo è.

Infine, i media, e in particolare i social media, rappresentano oggi una delle fonti più influenti nel plasmare l'immaginario estetico. Gli influencer propongono standard di bellezza altamente selezionati e spesso inaccessibili, contribuendo all'interiorizzazione dell'ideale di magrezza o perfezione fisica (Kvardova et al., 2025); questo processo porta gli utenti, soprattutto adolescenti, a percepire che il proprio valore e il grado di approvazione sociale dipendano dalla conformità a determinati canoni estetici (Portingale et al., 2024). L'interiorizzazione di questi ideali promossi dai social media è stata associata a maggiore insoddisfazione corporea, auto-oggettivazione e al desiderio di modificare il proprio corpo per aderire agli standard percepiti (Tian et al., 2024): come, ad esempio, attraverso la chirurgia plastica o all'utilizzo di un particolare vestiario. In

particolare, il perfezionismo corporeo può svilupparsi come conseguenza della costante esposizione a contenuti idealizzati, alimentando un ciclo di confronto sociale e di autocritica (Fardouly et al., 2015).

## Capitolo 2

### 2.1 Social Media

Negli ultimi due decenni, i Social media, in particolare i Social Network Sites (SNS), hanno attraversato una rapida evoluzione, consolidandosi come elementi centrali nelle vite quotidiane di adolescenti e adulti; infatti queste piattaforme digitali non solo facilitano la comunicazione interpersonale, ma svolgono anche un ruolo fondamentale nella costruzione dell'identità individuale e nell'autopresentazione online.

A differenza dei media tradizionali, che offrono un flusso unidirezionale di informazioni, i social media si caratterizzano per la loro dinamicità: sono ambienti in continua evoluzione, alimentati da contenuti generati dagli utenti stessi, i quali vengono costantemente aggiornati, commentati e modificati: questo ciclo interattivo di produzione e condivisione rende i social media spazi di costante rinegoziazione dell'identità (Valkenburg et al., 2021).

Nell'articolo di Valkenburg et al. (2021) possiamo notare una distinzione dell'utilizzo dei social media in tre modalità:

1. **Uso attivo:** comporta la partecipazione attiva dell'utente, come pubblicare post, commentare o chattare.
2. **Uso passivo:** consiste nel navigare passivamente nei feed senza interagire direttamente con i contenuti.
3. **Uso problematico:** si riferisce a un uso compulsivo, disfunzionale o incontrollato dei social media.

L'uso attivo dei social media, nel contesto dell'immagine corporea, può amplificare l'esposizione al giudizio sociale e rafforzare dinamiche di auto-oggettivazione, contribuendo all'insoddisfazione corporea: infatti, pubblicare contenuti, in particolare selfie o immagini che mettono in evidenza il corpo, espone gli adolescenti al giudizio sociale e a una valutazione continua basata sull'estetica. Inoltre, recenti studi hanno evidenziato che gli adolescenti che pubblicano frequentemente contenuti legati al proprio aspetto fisico manifestano livelli più elevati di auto-oggettivazione, ossia la tendenza a percepire e valutare il proprio corpo secondo una prospettiva esterna (Tian et al., 2024).

Perciò, l'atto del postare non è mai neutrale: spesso è guidato da un desiderio implicito di approvazione sociale e conformità agli standard dominanti; gli adolescenti imparano presto quali immagini ricevono più like, quali posture risultano più premianti, e tendono a riprodurle, contribuendo a consolidare uno standard estetico comune (Vandenbosch et al., 2021).

L'uso passivo, come lo scrolling del feed, può sembrare innocuo, ma è stato identificato come un fattore critico nella promozione del confronto sociale: infatti, come detto nel primo capitolo, secondo la Teoria del Confronto Sociale (Festinger, 1954), gli individui valutano sé stessi confrontandosi con gli altri, soprattutto in contesti in cui mancano criteri oggettivi. Nei social media, questa dinamica si amplifica poiché le immagini sono selezionate, filtrate, modificate e presentano versioni idealizzate dell'aspetto fisico; tale processo favorisce confronti verso l'alto — cioè con persone percepite come più attraenti — che generano sentimenti di inadeguatezza, bassa autostima e insoddisfazione corporea. Una ricerca recente condotta da Portingale et al. (2024) ha evidenziato che le adolescenti esposte frequentemente a immagini idealizzate sui social media, in particolare su Instagram, tendono a interiorizzare maggiormente l'ideale di magrezza e a sperimentare livelli più bassi di soddisfazione corporea, soprattutto quando il confronto sociale avviene verso l'alto.

Invece, l'uso problematico si riferisce a un impiego compulsivo dei social media che interferisce con il funzionamento quotidiano: tale uso disfunzionale è stato associato a disturbi del sonno, calo della concentrazione, ansia e depressione, oltre che a sintomi correlati all'immagine corporea (Steinsbekk et al., 2023), mentre nei casi più gravi si può parlare di dipendenza da social media, fenomeno che condivide caratteristiche con altre dipendenze comportamentali: desiderio persistente nell'utilizzare le piattaforme, difficoltà a controllare l'uso, sintomi di astinenza psicologica (Truzoli et al., 2022). Gli adolescenti che fanno un uso problematico dei social media tendono a cercare approvazione esterna in modo compulsivo, a investire eccessivamente nella propria immagine digitale e a subire profondamente i feedback negativi o l'assenza di interazioni: questa dipendenza relazionale digitale può portare a vissuti di solitudine, esclusione sociale e internalizzazione degli ideali corporei irrealistici (Lunddorf et al., 2023).

Queste tre modalità hanno impatti differenti sul benessere psicologico degli adolescenti e la modalità con l'uso problematico è associata a effetti più negativi; inoltre, è emerso che non è tanto il tempo totale trascorso online a essere rilevante, quanto le attività specifiche legate all'aspetto fisico, come la condivisione di selfie o il confronto con immagini idealizzate (Fardouly et al., 2015).

Per le giovani adolescenti particolarmente sensibili alle preoccupazioni relative all'immagine corporea, i social media, come qualsiasi forma di media, possono far sviluppare tali preoccupazioni; infatti da uno studio si può affermare che chi ha una bassa autostima potrebbe accedere ai social media più frequentemente e utilizzarli in modo diverso rispetto a chi ha un livello di autostima più elevato (Alfonso-Fuertes et al., 2023). In generale, i giovani adolescenti sono così influenzati dai media poiché prendono a modello le immagini che vi trovano, in quanto hanno bisogno di modelli in cui identificarsi nel periodo in cui devono costruire la loro identità. Protagonisti, personaggi celebri, modelli/e, influencer forniscono modelli estetici per la maggior parte irrealizzabili ed irrealistici ma non presentati come irraggiungibili, e giocano così un ruolo fondamentale nei problemi legati all'immagine corporea, allo scorretto modo di alimentarsi e alle pratiche non salutari per il controllo del peso (Albiero, 2021). In particolare, le ragazze sono in cerca di modelli e direttive su cosa significhi diventare una "vera" donna e assorbono dagli influencer forti spinte verso la magrezza (per es., la bellezza è l'obiettivo più importante nella vita di una donna; la magrezza è fondamentale per raggiungere il benessere e avere successo; il grasso è un fallimento; la donna è il suo corpo...) (Albiero, 2021).

I like e commenti sono i tasselli che costruiscono le piattaforme digitali e alimentano in modo disfunzionale la continua ricerca di approvazione e feedback degli adolescenti; il 44 % degli utenti mette like ai contenuti pubblicati dai loro amici almeno una volta al giorno, generando così circa 4,5 miliardi ogni giorno (Scissors et al., 2016).

Molto spesso i *like* e i commenti ricevuti riguardano l'aspetto fisico, influenzando profondamente la percezione che gli adolescenti hanno di sé; inoltre i commenti positivi possono intensificare l'auto-oggettivazione, mentre la mancanza di feedback può indurre sentimenti di rifiuto (Fardouly et al., 2015).

### 2.1.1 Il tempo sui SNS

Un aspetto rilevante all'interno dell'utilizzo dei social network è quello del tempo; infatti, numerosi studi hanno evidenziato una correlazione significativa tra il tempo trascorso sui social network e l'insorgenza di problematiche legate all'immagine corporea, in particolare tra le adolescenti e le giovani donne (Yang et al., 2020); l'uso prolungato ed intensivo delle piattaforme digitali, infatti, espone gli utenti a un flusso costante di contenuti visivi che promuovono ideali estetici standardizzati, spesso focalizzati sulla magrezza, sulla tonicità e sull'assenza di imperfezioni.

Nello specifico, una ricerca ha rilevato che trascorrere molto tempo su piattaforme come MySpace o Facebook è associato ad un maggior controllo del proprio corpo, ad una maggiore approvazione dell'ideale magro e ad un frequente confronto del proprio aspetto tra le altre giovani donne (Tiggemann & Miller, 2010). Tiggemann e Slater (2013, 2014) hanno confermato questi risultati, evidenziando come le ragazze che utilizzano frequentemente i social media riportino livelli più elevati di autocritica e insoddisfazione corporea, alimentati dal confronto con immagini idealizzate e modificate digitalmente.

Analogamente, uno studio di Fardouly e Vartanian (2014) ha osservato che le giovani donne che controllavano spesso il proprio profilo su Facebook tendevano a mostrare una maggiore adesione agli ideali di magrezza e livelli più alti di insoddisfazione corporea. Le autrici sottolineano che non è solo la quantità di tempo trascorso online a incidere negativamente sulla *body image*, ma anche il tipo di attività svolta: ad esempio, visualizzare foto di coetanee, confrontarsi con immagini idealizzate o modificare le proprie foto sono tutte pratiche che rinforzano il desiderio di conformarsi a canoni estetici irrealistici.

Quindi, più tempo un adolescente trascorre sui social, meno coerente è il suo concetto di Sé, maggiore è la tendenza ad assumere falsi Sé online e a basare l'autovalutazione e il proprio giudizio sui feedback che riceve tramite social media (Albiero, 2021).

### 2.3 Il ruolo degli influencer

Gli influencer sono figure sempre più centrali nella vita quotidiana degli adolescenti, soprattutto per il loro impatto su gusti, preferenze, stili di vita e, in particolare,

sull'immagine corporea. Ai giorni d'oggi gli influencer rappresentano dei veri e propri modelli aspirazionali, capaci di influenzare non solo il modo in cui i giovani si vestono o si comportano, ma anche come vedono sé stessi e il proprio corpo.

Una revisione sistematica recente ha messo in luce l'effetto degli influencer dei social media su diversi aspetti della salute, compresa la percezione corporea; dalla revisione emerge che l'esposizione ai contenuti promossi dagli influencer può portare a un aumento dell'insoddisfazione corporea e influenzare negativamente l'umore degli utenti, soprattutto quando le immagini condivise mostrano corpi idealizzati e filtri estetici (Powell & Pring, 2023). In particolare, l'effetto risulta più marcato nelle ragazze, che tendono a confrontarsi con questi modelli estetici percepiti come perfetti e irraggiungibili (Thompson & Loughheed, 2012). Inoltre, anche la sola osservazione di post in cui viene mostrata una rappresentazione idealizzata del corpo può aumentare il livello di vergogna corporea e portare a una maggiore auto-oggettivazione, cioè quella tendenza a valutare il proprio corpo come se fosse osservato da uno spettatore esterno che può avere conseguenze importanti sul benessere psicologico, contribuendo ad aumentare ansia, bassa autostima e malessere legato al proprio aspetto (Powell & Pring, 2023).

Questo confronto continuo con modelli estetici idealizzati e irraggiungibili, è un fattore di rischio soprattutto in adolescenza: l'adolescente vive cambiamenti che non ha chiesto, spesso inattesi e non desiderati, che lo scuotono, lo preoccupano e suscitano emozioni contrastanti. L'aspetto più importante è l'attenzione dell'adolescente verso i cambiamenti del fisico ed ai riflessi psicologici legati a questo che hanno effetti molto pervasivi su come l'adolescente si sente (Powell & Pring, 2023).

Un elemento particolarmente critico dei social media, e con più precisione degli influencer, è che propongono i momenti migliori della vita di ciascuno (successi, foto più belle, momenti felici con amici e famiglia), cioè ciò che si avvicina maggiormente al Sé ideale e non a quello reale; quindi, l'adolescente spesso confronta il proprio Sé reale con i Sé ideali degli altri, provando inevitabilmente frustrazione, preoccupazione e insoddisfazione (Mileros et al., 2025). Infatti, attraverso filtri e altre importazioni dei social network (chirurgia virtuale), le persone possono modificare le proprie foto cercando di conformarsi a quell'ideale, creandosi un'immagine di sé distorta, che non

corrisponde a quella reale, per la quale invece si proverà sempre maggiore insoddisfazione, volendola sostituire con quella falsa (Powell & Pring, 2023).

Tuttavia, non tutti gli effetti rilevati sono negativi: alcuni studi inclusi nella stessa revisione dimostrano che, se guidati correttamente, gli influencer possono essere utilizzati anche in modo positivo, ad esempio per promuovere messaggi di salute pubblica; infatti, in una delle ricerche analizzate, gli influencer sono stati coinvolti in una campagna per la promozione delle buone abitudini igieniche durante il COVID-19, e si è osservato un miglioramento nei comportamenti degli utenti (Powell & Pring, 2023).

Nonostante ciò, la maggior parte degli effetti negativi è stata riscontrata quando gli influencer hanno condiviso contenuti centrati sul corpo e sull'estetica, spesso senza mostrare la realtà che si nasconde dietro quei post: ritocchi, filtri, pose studiate. Per questa ragione, secondo gli autori, è importante regolamentare l'attività degli influencer e rendere gli utenti più consapevoli di ciò che vedono online, in modo tale da sottolineare sempre un dato vero di realtà (Mileros et al., 2025).

## **2.4 Algoritmi e TikTok**

Oltre alla forte influenza esercitata dagli influencer sul condizionare e modellare i comportamenti e le percezioni degli utenti, anche il ruolo degli algoritmi, in particolare su piattaforme come TikTok, si rivela estremamente incisivo nel condizionare l'esperienza individuale e la costruzione dell'identità.

TikTok è una piattaforma cinese che consente agli utenti di creare brevi video di durata compresa tra 15 e 60 secondi, utilizzando vari filtri e musica; la fascia di età con uso più frequente è quella che va dai 13-29 anni (Clement,2020), ma a livello globale si osserva che la maggior parte degli utenti di TikTok è in età preadolescenziale (McCashin & Murphy, 2022).

Un fattore cruciale è che i contenuti presentati a ciascun individuo sono altamente personalizzati grazie a un algoritmo che seleziona i video sulla base delle preferenze espresse, delle interazioni e dei contenuti apprezzati in precedenza (Anderson, 2020); TikTok è stata infatti tra i primi social media a introdurre un feed personalizzato, capace di inviare contenuti audiovisivi su misura in base agli interessi, allo stato d'animo e ai

comportamenti dell'utente (Haltigan et al., 2023), grazie all'algoritmo di raccomandazione della piattaforma (Bhandari & Bimo, 2020).

Questo sistema algoritmico crea un flusso continuo nella pagina "Per Te", dove i video non sono casuali, ma accuratamente selezionati in base alle precedenti interazioni dell'utente (Conte et al., 2024): infatti, studi recenti hanno evidenziato che l'esposizione frequente a questo tipo di contenuti può contribuire a livelli più elevati di insoddisfazione corporea e comparazione sociale (McCashin & Murphy, 2022).

Un ulteriore aspetto critico riguarda la capacità degli utenti, in particolare dei più giovani, di distinguere tra contenuti informativi affidabili e quelli di natura non professionale, specialmente in ambito di salute mentale e immagine corporea: spesso vengono pubblicati contenuti legati al corpo, all'autostima e all'identità, ma ciò avviene frequentemente attraverso modalità comunicative leggere, estetizzanti o umoristiche e non tutti hanno la capacità di filtrare i messaggi dei contenuti proposti. Tali metodi comunicativi errati rischiano di banalizzare contenuti sensibili e incrementare eventuali insicurezze (McCashin & Murphy, 2022).

Inoltre, un'analisi di Gao et al. (2023) ha mostrato che l'algoritmo tende a creare delle sorte di "bolle" tematiche altamente personalizzate, in cui l'utente è esposto ripetutamente a un certo tipo di narrazione emotiva o identitaria, senza una sufficiente varietà di prospettive. Tale fenomeno, definito come "emotional echo chamber", si verifica quando l'algoritmo espone costantemente l'utente a contenuti che riflettono e rinforzano uno stato emotivo già presente, come ad esempio può essere uno stato di ansia, di tristezza o di frustrazione, creando una sorta di ecosistema chiuso dove le emozioni disfunzionali vengono continuamente riattivate e normalizzate. In questo modo, il feed diventa una sorta di canale che permette di amplificare i contenuti psicologicamente sensibili, ostacolando l'esposizione a messaggi più equilibrati o informativi e favorendo una visione distorta della realtà emotiva (Gao et al., 2023).

In particolare, il ciclo algoritmico di TikTok tende a premiare contenuti che generano reazioni emotive intense, come video su ansia, depressione o disordini alimentari, presentati spesso in modo visivamente attraente ma privi di un inquadramento informativo o clinico adeguato; questo tipo di contenuti, se ripetutamente proposti

all'utente, può rinforzare una visione distorta e semplificata della sofferenza, che rischia di ostacolare processi di elaborazione emotiva autentici e complessi (Gao et al., 2023).

## Capitolo 3

### 3.1 Possibile potenziale dei social media nella promozione della salute mentale

Sebbene i social media possano avere effetti negativi sull'immagine corporea, esistono anche opportunità per utilizzarli in modo positivo: promuovere contenuti autentici, diversificati e positivi può contribuire a migliorare l'immagine corporea degli utenti, soprattutto tra gli adolescenti.

L'articolo di Vandebosch et al. (2022) sottolinea l'importanza di tre aspetti:

- 1) Contenuti di *Body Positivity*: la diffusione di contenuti che promuovono l'accettazione del proprio corpo, la diversità e la positività corporea.
- 2) Rappresentazioni realistiche: la presenza di immagini non modificate digitalmente e di rappresentazioni più realistiche dei corpi può aiutare a contrastare gli ideali irrealistici spesso presenti sui social media.
- 3) Supporto sociale: le comunità online che offrono supporto e condivisione di esperienze possono fornire un senso di appartenenza e aiutare gli individui a sentirsi meno isolati nelle loro esperienze riguardanti l'immagine corporea.

Pertanto, pur riconoscendo i rischi connessi all'uso dei social, è fondamentale considerare anche il loro potenziale trasformativo e terapeutico, soprattutto quando il loro utilizzo è guidato da un'intenzionalità critica e consapevole.

In un ulteriore studio, condotto attraverso focus group, è stato esplorato il potenziale ruolo dei social media nella promozione della salute mentale tra gli adolescenti (O'Reilly et al., 2018). I partecipanti hanno riconosciuto il possibile potenziale positivo delle piattaforme digitali per promuovere la salute mentale ed evidenziando come queste possano rappresentare uno strumento strategico per veicolare messaggi positivi e iniziative di prevenzione. Questo aspetto risulta particolarmente rilevante se si considera che molti adolescenti tendono a non cercare aiuto in modo diretto per motivi legati allo stigma sociale, alla vergogna o alla scarsa consapevolezza del proprio stato emotivo (Jorm et al., 2007); nella società odierna i social media diventano un canale privilegiato attraverso cui i giovani cercano informazioni sulla salute mentale o forme di supporto emotivo (Steinsbekk et al., 2023).

Negli ultimi anni, su piattaforme come Instagram e TikTok, creator e influencer sensibili al tema del benessere psicologico utilizzano i propri profili per trasmettere messaggi positivi, raccontare esperienze di accettazione personale e normalizzare corpi reali, lontani dai canoni idealizzati (Tiggemann & Slater, 2013); un ulteriore aspetto rilevante è rappresentato dall'emergere di community online di supporto, che fungono da spazi protetti dove gli adolescenti possono sentirsi ascoltati, condividere le proprie emozioni e ricevere incoraggiamento da parte di coetanei o adulti significativi (Rickwood et al., 2018).

Anche il crescente movimento della body positivity si inserisce in questa cornice come risorsa significativa: infatti, secondo Cohen, Newton-John e Slater (2021), l'esposizione a contenuti che promuovono l'accettazione del corpo e la diversità fisica può migliorare la soddisfazione corporea, sfidare gli stereotipi dominanti e ridurre l'insoddisfazione legata all'aspetto fisico. Tuttavia, gli autori evidenziano anche alcuni limiti: nonostante le buone intenzioni, il rischio di auto-oggettivazione persiste, e non è ancora chiaro se tali contenuti portino a cambiamenti stabili nei comportamenti salutari; per questo motivo, è importante che i messaggi body positive siano integrati in percorsi educativi strutturati, che aiutino i giovani a sviluppare una consapevolezza critica e una relazione più sana con il proprio corpo.

Infine, diverse campagne social promosse da enti sanitari e associazioni per la salute mentale confermano il potenziale dei social media come strumenti efficaci di prevenzione e sensibilizzazione: infatti, in uno studio di Saha et al. (2019), è stata condotta un'analisi computazionale delle campagne di sensibilizzazione sulla salute mentale su Twitter che ha evidenziato che i contenuti ispirazionali e i consigli pratici sono tra i più condivisi, suggerendo, quindi, un impatto positivo nella promozione della consapevolezza sulla salute mentale.

In conclusione, le organizzazioni sanitarie e educative potrebbero utilizzare i social media come strumento per diffondere informazioni e promuovere il benessere nella popolazione ma in particolare nei giovani (O'Reilly et al., 2018).

### **3.2 Media education**

La media education consiste in un'“attività educativa volta a formare nei giovani il senso critico necessario a comprendere correttamente i contenuti veicolati dai mezzi d'informazione” (Istituto Treccani, 2018): rappresenta una competenza fondamentale nel contesto della promozione della salute mentale, soprattutto in relazione all'utilizzo dei social media da parte della popolazione adolescente. Infatti, l'educazione ai media non si limita al saper utilizzare gli strumenti digitali, ma mira a sviluppare la capacità di comprendere davvero i messaggi che ci arrivano, valutarli con senso critico e saper creare contenuti in modo consapevole e responsabile (Rodgers et al., 2024).

Questa forma di educazione si rivela particolarmente strategica nell'era digitale, dove gli adolescenti sono esposti quotidianamente a una quantità elevatissima di contenuti, spesso visivi, che possono influenzare profondamente la percezione di sé, degli altri e del proprio corpo; infatti, attraverso la media education, i giovani imparano a decodificare i messaggi impliciti presenti nelle immagini, nei video e nei testi diffusi sui social network, riconoscendo le logiche commerciali, gli stereotipi di genere e gli ideali estetici irrealistici che vi si nascondono (Mazzeo et al., 2024).

Come detto nei capitoli precedenti, numerose ricerche hanno messo in evidenza una correlazione tra esposizione ai social media e aumento dell'insoddisfazione corporea, soprattutto nelle adolescenti proprio in questo contesto (Portingale et al., 2024), la media literacy – o alfabetizzazione mediatica- può costituire un importante fattore protettivo, in grado di promuovere la consapevolezza critica, ridurre l'internalizzazione degli ideali di magrezza e favorire una maggiore accettazione del proprio corpo (Portingale et al., 2024). Un esempio, che mostra l'importanza della media literacy, è lo studio di Wang et al. (2024) che ha dimostrato come una più elevata alfabetizzazione mediatica sia in grado di attenuare l'effetto negativo della visualizzazione di selfie sull'interiorizzazione dell'ideale di magrezza, agendo quindi da barriera rispetto allo sviluppo di insoddisfazione corporea e comportamenti alimentari disfunzionali.

Inoltre, diversi studi recenti hanno evidenziato che interventi educativi basati sulla media literacy e sulla consapevolezza critica possono ridurre significativamente l'insoddisfazione corporea, l'auto-oggettivazione e i comportamenti alimentari

disfunzionali tra gli adolescenti: ad esempio, una revisione sistematica ha riscontrato che programmi scolastici focalizzati sull'alfabetizzazione mediatica migliorano la percezione corporea e riducono l'internalizzazione degli ideali di magrezza (Zuair & Sopory, 2020).

Questi programmi si dimostrano particolarmente efficaci quando utilizzati in contesti scolastici attraverso modalità interattive e coinvolgenti: un esempio rilevante è il programma Media Smart for Schools, sviluppato in Australia, che propone attività educative focalizzate sulla decostruzione dei messaggi veicolati dai media, sull'analisi dei contenuti digitali manipolati e sull'identificazione di ideali estetici irrealistici (Wilksch et al., 2014). Infatti, attraverso lezioni guidate, discussioni di gruppo e strumenti visivi, gli studenti vengono incoraggiati a riflettere in modo critico sulla rappresentazione del corpo ed a adottare un atteggiamento più positivo e realistico verso la propria immagine corporea (Wilksch, 2013).

Un ulteriore programma che si concentra sull'uso consapevole dei social media e sull'impatto psicologico delle interazioni online è il SoMe Social Media Literacy, rivolto a studenti tra i 13 e i 16 anni. Il percorso didattico consiste nelle attività partecipative come role playing, analisi di profili social simulati e riflessioni guidate, per permettere agli adolescenti di imparare a sviluppare una narrazione digitale più autentica e meno influenzata dagli standard di perfezione (Gordon et al., 2021).

Un altro aspetto da tenere in considerazione è che la media education non dovrebbe rivolgersi esclusivamente agli adolescenti, ma estendersi anche a genitori, insegnanti e educatori, che svolgono un ruolo cruciale nell'accompagnare i giovani nella comprensione e nella gestione delle dinamiche digitali (Helsper et al., 2015). L'intervento degli adulti di riferimento può aiutare i ragazzi a decodificare meglio i messaggi presenti sui social, riconoscere contenuti potenzialmente dannosi e gestire in modo sano la propria immagine online; in particolare, gli insegnanti, attraverso percorsi strutturati e interdisciplinari, possono favorire una riflessione critica sui modelli culturali proposti dai media, mentre i genitori possono contribuire con il dialogo e la supervisione attenta ma non intrusiva (Hobbs & Jensen, 2021).

In conclusione, un approccio integrato che coinvolga tutti gli attori educativi è fondamentale per sviluppare competenze critiche e solo attraverso un'alleanza educativa

tra scuola, famiglia e comunità si può sviluppare una cultura digitale più sana, inclusiva e rispettosa delle differenze (Helsper et al., 2015).

### **3.3 Proposte di intervento pratico e programmi di prevenzione**

Come è stato analizzato fino ad ora, i social media hanno un impatto significativo sulla percezione corporea in adolescenza; risulta pertanto fondamentale promuovere interventi di prevenzione strutturati e multidimensionali, capaci di agire sui vari contesti di vita del giovane: la scuola, la famiglia e la comunità.

In ambito scolastico, le campagne di prevenzione e sensibilizzazione rivolte agli studenti rappresentano un primo passo cruciale: programmi come Media Smart e SoMe (Social Media Literacy), già menzionati nel paragrafo precedente, dimostrano l'efficacia di percorsi educativi capaci di integrare aspetti cognitivi, emotivi e relazionali. Infatti, l'approccio partecipativo, che include quindi attività pratiche, riflessioni condivise e momenti di confronto critico, si è rivelato particolarmente utile per aumentare la consapevolezza dei giovani sull'uso dei social media e sull'influenza esercitata dai modelli corporei idealizzati (Wilksch, 2013).

Un'altra proposta di intervento efficace è rappresentata dal progetto Body Project, un programma basato sull'approccio cognitivo-comportamentale, pensato per contrastare l'insoddisfazione corporea e la pressione verso ideali di magrezza attraverso un confronto critico con gli stereotipi estetici dominanti. Il percorso si articola in attività di gruppo e momenti di riflessione guidata, con l'obiettivo di promuovere una maggiore accettazione di sé e del proprio corpo, in modo tale da decostruire gli ideali di magrezza interiorizzati; questo programma, utilizzato sia in contesti scolastici che universitari, ha mostrato una significativa riduzione dell'interiorizzazione degli ideali estetici irrealistici e dei comportamenti alimentari disfunzionali, con effetti positivi mantenuti anche nel lungo termine (Osborn et al., 2020).

Inoltre, un fattore essenziale è il coinvolgimento delle famiglie come parte integrante del processo educativo; i genitori possono essere formati attraverso incontri informativi o laboratori esperienziali in cui apprendere strategie comunicative efficaci, strumenti per una supervisione equilibrata e modalità per instaurare un dialogo aperto e non giudicante

con i propri figli sull'uso dei social media e sull'immagine corporea (Linardon et al., 2021).

Dal punto di vista comunitario, i social media possono rappresentare un'opportunità importante per la promozione della salute mentale e una percezione corporea più positiva: infatti, nella ricerca di Castillo et al. (2019), viene sottolineata l'efficacia degli interventi comunitari che integrano azioni a più livelli, coinvolgendo scuole, famiglie, servizi sanitari e reti sociali in un'ottica collaborativa. Tali interventi multilivello agiscono non solo sulle percezioni individuali ma anche sui contesti sociali e culturali che influenzano l'immagine corporea, contrastando gli ideali estetici irrealistici veicolati dai social media e promuovendo una cultura digitale più inclusiva e consapevole; inoltre, potenziare le reti di supporto sia online che offline, affiancato da campagne educative e di prevenzione, favorisce la creazione di spazi sicuri in cui gli adolescenti possono esprimersi liberamente, condividere le proprie esperienze e costruire un'immagine di sé più genuina e positiva (Castillo et al., 2019).

Nella visione comunitaria, è possibile integrare professionisti della salute mentale, educatori, influencer e istituzioni sanitarie nella creazione di contenuti social mirati, realistici e motivanti, capaci di intercettare il linguaggio e le modalità comunicative proprie degli adolescenti. Da uno studio di Zazzera (2019) si può vedere come le campagne online che utilizzano storytelling, video brevi, testimonianze e sfide positive (#challenge) favoriscano un maggiore coinvolgimento e identificazione da parte dei giovani.

Infine, per assicurare un impatto duraturo, è fondamentale adottare un approccio multilivello e interdisciplinare che integri prevenzione primaria, educazione alla salute, supporto psicologico e media education, favorendo una corresponsabilità educativa condivisa tra scuola, famiglia e comunità (Helsper et al., 2015).

### **3.4 Conclusioni**

Il presente elaborato ha analizzato in maniera critica e approfondita il rapporto tra immagine corporea e social media, con un focus specifico sull'adolescenza: un periodo particolarmente vulnerabile allo sviluppo di insoddisfazione corporea e disturbi correlati (Gualdi-Russo et al., 2022). A partire dai principali modelli teorici, la Teoria del

Confronto Sociale (Festinger, 1954), la Teoria dell'Oggettivazione (Fredrickson & Roberts, 1997) e il Modello Tripartito (Thompson et al., 1999), è stato possibile comprendere come la percezione del corpo sia il risultato di una complessa interazione tra influenze familiari, sociali e culturali, oggi amplificate dall'utilizzo dei social media.

Come emerso nel secondo capitolo, i social network rappresentano un nuovo fattore in cui si costruisce l'identità e si misura il valore personale attraverso like, commenti e confronti continui con modelli idealizzati (Fardouly et al., 2015): se in passato i confronti avvenivano prevalentemente con i pari o all'interno del contesto familiare, oggi sono sempre più mediati dalle piattaforme digitali, che amplificano l'esposizione a standard estetici irrealistici e potenzialmente dannosi.

Tuttavia, come discusso nel terzo capitolo, i social media non sono di per sé dannosi: diversi studi sottolineano il potenziale positivo dei social media, se usati in modo consapevole e critico. Ad esempio la diffusione di contenuti orientati alla body positivity, la promozione di immagini realistiche e inclusive e la creazione di comunità di supporto online possono migliorare l'immagine corporea e il benessere psicologico (Vandenbosch, Fardouly & Tiggemann, 2022); inoltre, le piattaforme digitali rappresentano un canale privilegiato per raggiungere adolescenti che altrimenti non cercherebbero aiuto, spesso per motivi legati allo stigma o alla scarsa consapevolezza emotiva (Gould et al., 2002).

Alla luce di quanto emerso, risulta evidente come il lavoro di prevenzione e promozione del benessere debba fondarsi su un approccio integrato e multilivello attraverso l'utilizzo di interventi mirati a potenziare la media literacy, percorsi scolastici strutturati, programmi come Media Smart o SoMe, ma anche il coinvolgimento attivo di famiglie, comunità e figure professionali, rappresentano strumenti concreti ed efficaci per contrastare l'insoddisfazione corporea e promuovere una narrazione del corpo più autentica e diversificata. Inoltre, particolarmente rilevanti sono anche gli interventi comunitari, come quelli descritti da Castillo et al. (2019), che propongono un modello collaborativo e sostenibile in grado di agire sui diversi livelli del contesto di vita dell'adolescente, combinando dimensione educativa, clinica e sociale.

L'era digitale, pur presentando rischi concreti per lo sviluppo dell'identità corporea, offre anche opportunità significative di intervento, prevenzione e promozione della salute: è

quindi essenziale che le istituzioni educative e sanitarie, insieme agli adulti di riferimento, assumano un ruolo attivo nell'accompagnare gli adolescenti nella costruzione della propria immagine e identità. L'educazione digitale deve diventare una componente stabile dei curricula scolastici e dei programmi di salute pubblica, ponendo al centro valori come l'autenticità, il rispetto, la diversità e il pensiero critico, così da prevenire l'insorgenza di problematiche psicologiche legate all'uso disfunzionale dei social media.

In conclusione, la costruzione dell'immagine corporea e dell'identità personale non deve essere modellata dagli algoritmi dei social media, ma orientata da relazioni significative, valori educativi e strumenti cognitivi che permettano agli adolescenti di navigare il mondo digitale in modo consapevole e sicuro. Sebbene non sia possibile eliminare i social media dalla vita quotidiana, è oggi più che mai necessario educare all'uso e non all'astinenza, responsabilizzando i giovani e rendendoli protagonisti attivi della propria esperienza online.

## Bibliografia

\*Abbott, R. A., & Barber, B. L. (2010). Body image and self-esteem in adolescence: A longitudinal study. *Journal of Youth and Adolescence*, 39(2), 119–131.

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, 39. <https://doi.org/10.1186/s40337-018-0227-x>

Alfonso-Fuertes, I., Alvarez-Mon, M. A., Del Hoyo, R. S., Ortega, M. A., Alvarez-Mon, M., & Molina-Ruiz, R. M. (2023). Time spent on Instagram and body image, self-esteem, and physical comparison among young adults in Spain: observational study. *JMIR Formative Research*, 7, e42207. <https://doi.org/10.2196/42207>

\* Association, A. P. (2021). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5)*. American Psychiatric Publishing.

Bauer, K. W., Neumark-Sztainer, D., Fulkerson, J. A., Hannan, P. J., & Story, M. (2011). Familial correlates of adolescent girls' physical activity, television use, dietary intake, weight, and body composition. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-8-25>

Boepple, L., & Thompson, J. K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites. *International Journal of Eating Disorders*, 49(1), 98–101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>

Bonfanti, R. C., Melchiori, F., Teti, A., Albano, G., Raffard, S., Rodgers, R., & Lo Coco, G. (2024). The association between social comparison in social media, body image concerns and eating disorder symptoms: A systematic review and meta-analysis. *Body Image*, 52, 101841. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101841>

Bucchianeri, M. M., Arikian, A. J., Hannan, P. J., Eisenberg, M. E., & Neumark-Sztainer, D. (2012). Body dissatisfaction from adolescence to young adulthood: Findings from a 10-year longitudinal study. *Body Image*, 10(1), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.09.001>

\* Cash, T. F., & Smolak, L. (2012). *Body image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. Guilford Press.

Cash, T. F., & Szymanski, M. L. (1995). The development and validation of the Body-Image Ideals Questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, *64*(3), 466–477. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6403\\_6](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6403_6)

Castillo, E. G., Ijadi-Maghsoodi, R., Shadravan, S., Moore, E., Mensah, M. O., Docherty, M., Nunez, M. G. A., Barcelo, N., Goodsmith, N., Halpin, L. E., Morton, I., Mango, J., Montero, A. E., Koushkaki, S. R., Bromley, E., Chung, B., Jones, F., Gabrielian, S., Gelberg, L., . . . Wells, K. B. (2019c). Community interventions to promote mental health and social equity. *Current Psychiatry Reports*, *21*(5). <https://doi.org/10.1007/s11920-019-1017-0>

\*Cerea, S., Bottesi, G., Grisham, J. R., & Ghisi, M. (2023). Longitudinal measurement invariance of the Body Uneasiness Test in adolescence. *Eating and Weight Disorders-Studies Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*.

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2020). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*, *26*(13), 2365–2373. <https://doi.org/10.1177/1359105320912450>

\*Fairburn, C. G. (2008). *Cognitive behavior therapy and eating disorders*. Guilford Press.

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, *13*, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, *21*(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>

Gao, Y., Liu, F., & Gao, L. (2023). Echo chamber effects on short video platforms. *Scientific Reports*, 13(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-023-33370-1>

Gordon, C. S., Jarman, H. K., Rodgers, R. F., McLean, S. A., Slater, A., Fuller-Tyszkiewicz, M., & Paxton, S. J. (2021). Outcomes of a cluster randomized controlled trial of the SOME Social Media Literacy Program for improving Body Image-Related Outcomes in adolescent boys and girls. *Nutrients*, 13(11), 3825. <https://doi.org/10.3390/nu13113825>

Griffiths, S., Murray, S. B., Krug, I., & McLean, S. A. (2018). The contribution of social media to body dissatisfaction, eating disorder symptoms, and anabolic steroid use among sexual minority men. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 21(3), 149–156. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0375>

\* Grogan, S. (2002). *Body image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. Routledge.

Gualdi-Russo, E., Rinaldo, N., & Zaccagni, L. (2022). Physical activity and body image perception in adolescents: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(20), 13190. <https://doi.org/10.3390/ijerph192013190>

Harper, B., & Tiggemann, M. (2007). The effect of thin ideal media images on women's Self-Objectification, mood, and body image. *Sex Roles*, 58(9–10), 649–657. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9379-x>

Helsper, E. J., van Deursen, A. J. A. M., & Eynon, R. (2015). *Tangible outcomes of internet use: from digital skills to tangible outcomes project report*. Oxford University Press. <http://www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112>

\*Hobbs, R., & Jensen, A. (2021). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 13(1), 1-10.

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. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>

Jorm, A. F., Wright, A., & Morgan, A. J. (2007). Where to seek help for a mental disorder? *The Medical Journal of Australia*, *187*(10), 556–560. <https://doi.org/10.5694/j.1326-5377.2007.tb01415.x>

Kirsch, A. C., Shapiro, J. B., Conley, C. S., & Heinrichs, G. (2016). Explaining the pathway from familial and peer social support to disordered eating: Is body dissatisfaction the link for male and female adolescents? *Eating Behaviors*, *22*, 175–181. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2016.06.018>

Kvardova, N., Machackova, H., Maes, C., & Vandebosch, L. (2025c). Navigating beauty standards on social media: Impact of appearance activity on Adolescents' body dissatisfaction. *Journal of Youth and Adolescence*. <https://doi.org/10.1007/s10964-025-02159-y>

Linardon, J., Anderson, C., Messer, M., Rodgers, R. F., & Fuller-Tyszkiewicz, M. (2021). Body image flexibility and its correlates: A meta-analysis. *Body Image*, *37*, 188–203. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.02.005>

Lunddorf, L. L. H., Ramlau-Hansen, C. H., Arendt, L. H., Patton, G. C., Sawyer, S. M., Dashti, S. G., Ernst, A., Olsen, J., & Brix, N. (2023). Characteristics of puberty in a Population-Based sample of Danish Adolescents. *Journal of Adolescent Health*, *74*(4), 657–664. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2023.10.005>

Mallaram, G. K., Sharma, P., Kattula, D., Singh, S., & Pavuluru, P. (2023). Body image perception, eating disorder behavior, self-esteem and quality of life: a cross-sectional study among female medical students. *Journal of Eating Disorders*, *11*(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-023-00945-2>

Mazzeo, S., Weinstock, M., Vashro, T., Henning, T., & Derrigo, K. (2024). Mitigating Harms of social media for adolescent body image and Eating Disorders: A review. *Psychology Research and Behavior Management*, *Volume 17*, 2587–2601. <https://doi.org/10.2147/prbm.s410600>

McCashin, D., & Murphy, C. M. (2022). Using TikTok for public and youth mental health – A systematic review and content analysis. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 28(1), 279–306. <https://doi.org/10.1177/13591045221106608>

Mileros, M., Norrman, C., & Öberg, C. (2025). The health paradoxes of social media influencers. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00472-1>

Naraindas, A. M., & Cooney, S. M. (2025). Disturbances in Body-Based Mental and Motor Imagery in Anorexia and Bulimia Nervosa – A Systematic Review of Experimental studies. *Journal of Experimental Psychopathology*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/20438087251314088>

Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>

Nolen, E., Siegel, J. A., Pownall, M., Talbot, C., & Dann, C. (2022c). “I feel more protective over my body:” A brief report on pregnant women’s embodied experiences during the COVID-19 pandemic. *Body Image*, 42, 197–204. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.06.007>

O’Reilly, M., Dogra, N., Hughes, J., Reilly, P., George, R., & Whiteman, N. (2018). Potential of social media in promoting mental health in adolescents. *Health Promotion International*, 34(5), 981–991. <https://doi.org/10.1093/heapro/day056>

Osborn, T. L., Rodriguez, M., Wasil, A. R., Venturo-Conerly, K. E., Gan, J., Alemu, R. G., Roe, E., G. S. A., Otieno, B. H., Wasanga, C. M., Shingleton, R., & Weisz, J. R. (2020). Single-session digital intervention for adolescent depression, anxiety, and well-being: Outcomes of a randomized controlled trial with Kenyan adolescents. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 88(7), 657–668. <https://doi.org/10.1037/ccp0000505>

Padín, P. F., González-Rodríguez, R., Verde-Diego, C., & Vázquez-Pérez, R. (2021). Social media and eating disorder psychopathology: A systematic review. *Cyberpsychology Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(3).

<https://doi.org/10.5817/cp2021-3-6>

Portingale, J., Girardin, S., Liu, S., Fuller-Tyszkiewicz, M., & Krug, I. (2024). Daily Bi-directional effects of women's social media-based appearance comparisons, body satisfaction, and disordered eating urges. *Journal of Eating Disorders*, 12(1).

<https://doi.org/10.1186/s40337-024-01096-8>

Powell, J., & Pring, T. (2023). The impact of social media influencers on health outcomes: Systematic review. *Social Science & Medicine*, 340, 116472.

<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116472>

Prnjak, K., Mitchison, D., Griffiths, S., & Hay, P. (2024). Development and initial validation of the Multifaceted Instrument for Body Image Disturbance (MI-BoD). *Psychological Assessment*, 36(4), 275–290. <https://doi.org/10.1037/pas0001301>

Ralph, A. F., Brennan, L., Byrne, S., Caldwell, B., Farmer, J., Hart, L. M., Heruc, G. A., Maguire, S., Piya, M. K., Quin, J., Trobe, S. K., Wallis, A., Williams-Tchen, A., & Hay, P. (2022). Management of eating disorders for people with higher weight: clinical practice guideline. *Journal of Eating Disorders*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00622-w>

Richards, D., Caldwell, P. H., & Go, H. (2015). Impact of social media on the health of children and young people. *Journal of Paediatrics and Child Health*, 51(12), 1152–1157. <https://doi.org/10.1111/jpc.13023>

Rickwood, D., Paraskakis, M., Quin, D., Hobbs, N., Ryall, V., Trethowan, J., & McGorry, P. (2018). Australia's innovation in youth mental health care: The headspace centre model. *Early Intervention in Psychiatry*, 13(1), 159–166.

<https://doi.org/10.1111/eip.12740>

Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2024). Enhancing understanding of social media literacy to better inform prevention of body image and eating disorders. *Eating Disorders*, 32(6), 763–781. <https://doi.org/10.1080/10640266.2024.2336700>

Rodgers, R. F., Melioli, T., Laconi, S., Bui, E., & Chabrol, H. (2013). Internet addiction symptoms, disordered eating, and body image avoidance. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 16(1), 56–60. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.1570>

Saekow, J., Jones, M., Gibbs, E., Jacobi, C., Fitzsimmons-Craft, E. E., Wilfley, D., & Taylor, C. B. (2015). StudentBodies-eating disorders: A randomized controlled trial of a coached online intervention for subclinical eating disorders. *Internet Interventions*, 2(4), 419–428. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2015.10.004>

Saha, K., Torous, J., Ernala, S. K., Rizuto, C., Stafford, A., & De Choudhury, M. (2019). A computational study of mental health awareness campaigns on social media. *Translational Behavioral Medicine*, 9(6), 1197–1207. <https://doi.org/10.1093/tbm/ibz028>

Schaefer, M. K., & Salafia, E. H. B. (2014). The connection of teasing by parents, siblings, and peers with girls' body dissatisfaction and boys' drive for muscularity: The role of social comparison as a mediator. *Eating Behaviors*, 15(4), 599–608. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.08.018>

Silva, R. C., & Steins, G. (2023). Social media and body dissatisfaction in young adults: An experimental investigation of the effects of different image content and influencing constructs. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1037932>

Steinsbekk, S., Nesi, J., & Wichstrøm, L. (2023). Social media behaviors and symptoms of anxiety and depression. A four-wave cohort study from age 10–16 years. *Computers in Human Behavior*, 147, 107859. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107859>

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. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.09.003>

Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, *128*(5), 825–848.

<https://doi.org/10.1037/0033-2909.128.5.825>

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance. In *American Psychological Association eBooks*. <https://doi.org/10.1037/10312-000>

Tian, J., Li, B., & Zhang, R. (2024). The impact of upward social comparison on social media on appearance Anxiety: A Moderated Mediation model. *Behavioral Sciences*, *15*(1), 8. <https://doi.org/10.3390/bs15010008>

Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, *46*(6), 630–633. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2016). ‘Strong is the new skinny’: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, *23*(8), 1003–1011. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>

Truzoli, R., Magistrati, L., Viganò, C., Conte, S., Osborne, L. A., & Reed, P. (2022). Social media users potentially experience different withdrawal symptoms to non-social media users. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *21*(1), 411–417. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00602-2>

Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia Bulimia and Obesity*, *22*(2), 277–284. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>

Yang, H., Wang, J. J., Tng, G. Y. Q., & Yang, S. (2020). Effects of social media and smartphone use on body esteem in female Adolescents: Testing a Cognitive and affective model. *Children*, *7*(9), 148. <https://doi.org/10.3390/children7090148>

Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2021). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology*, *44*, 58–68. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>

Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2021). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>

Vincente-Benito, I., & Del Valle Ramírez-Durán, M. (2023). Influence of Social Media Use on Body Image and Well-Being among Adolescents and Young Adults: A Systematic review. *Journal of Psychosocial Nursing and Mental Health Services*, 61(12), 11–18. <https://doi.org/10.3928/02793695-20230524-02>

Wang, Y., Gu, X., Geng, J., Wei, X., & Lei, L. (2024). Relationships among selfiewing on social media, thin-ideal internalization, and restrained eating in adolescents: The buffering role of media literacy. *Cyberpsychology Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 18(1). <https://doi.org/10.5817/cp2024-1-2>

Wilksch, S. M. (2013). School-based eating disorder prevention: a pilot effectiveness trial of teacher-delivered Media Smart. *Early Intervention in Psychiatry*, 9(1), 21–28. <https://doi.org/10.1111/eip.12070>

Wilksch, S. M., Paxton, S. J., Byrne, S. M., Austin, S., McLean, S. A., Thompson, K. M., Dorairaj, K., & Wade, T. D. (2014). Prevention Across the Spectrum: a randomized controlled trial of three programs to reduce risk factors for both eating disorders and obesity. *Psychological Medicine*, 45(9), 1811–1823. <https://doi.org/10.1017/s003329171400289x>

Zazzera, E. (2019). Use of Social Media for Injury Prevention: An Integrative review. *Journal of Trauma Nursing*, 27(1), 13–28. <https://doi.org/10.1097/jtn.0000000000000478>

Zuair, A. A., & Sopory, P. (2020). Effects of Media Health Literacy School-Based Interventions on Adolescents' body image concerns, eating Concerns, and Thin-Internalization Attitudes: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Health Communication*, 37(1), 20–28. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1813954>

\*= opere non direttamente consultate