



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

**Corso di laurea in Scienze psicologiche dello Sviluppo, della Personalità e
delle Relazioni Interpersonali**

ELABORATO FINALE

**L'uso dei social media e l'insoddisfazione corporea in
adolescenza**

Social media and body dissatisfaction in adolescence

Relatore

Prof. Paolo Albiero

Laureanda: Camilla Gesualdi

Matricola: 2012124

Anno Accademico 2022/2023

INDICE

INTRODUZIONE	3
1. L'immagine corporea	5
1.1 Immagine corporea	5
1.2 Insoddisfazione corporea e Disturbo da Dismorfismo Corporeo	7
1.3 Interiorizzazione degli ideali di bellezza	8
2. Social media e insoddisfazione corporea	10
2.1 Modello di Thompson con integrazione dei social media	10
2.2 Social media e confronto sociale	13
2.3 Adolescenza, social media e rischi	13
3. Insoddisfazione corporea: differenze di genere e strategie protettive	17
3.1 Differenze di genere nello sviluppo dell'insoddisfazione corporea	17
3.2 Strategie protettive	19
CONCLUSIONI	24
BIBLIOGRAFIA	25

INTRODUZIONE

In questo elaborato è trattato il tema dell'immagine corporea, con particolare attenzione all'insoddisfazione corporea e al ruolo che hanno i social media nel favorirne la comparsa e lo sviluppo, soprattutto durante il periodo adolescenziale. L'interesse, inoltre, è diretto ad esplorare il tema dell'interiorizzazione degli ideali di bellezza, ragionando sul ruolo che hanno i social nel veicolarli.

Ad oggi, Internet e i social media sono diventati parte della quotidianità di tutti. Nell'ultimo decennio l'età di utilizzo dei dispositivi con accesso a Internet è scesa progressivamente, i social media sono diventati sempre più diffusi e hanno cambiato struttura, passando da quelli con contenuti di tipo prevalentemente testuale, come Facebook, a quelli più utilizzati attualmente, come Instagram e TikTok, in cui i contenuti pubblicati sono quasi esclusivamente fotografie e video. Le ricerche in questo campo diventano molto velocemente datate: i cambiamenti velocissimi delle piattaforme social richiedono altrettanta velocità nel valutarne la struttura e gli effetti in modo da contribuire alla ricerca di strategie che rendano gli spazi virtuali più sicuri. Ovviamente, non è negabile la quantità di risorse che l'utilizzo di Internet implica, come l'accessibilità a materiale culturale di ogni genere o la possibilità di mettere in contatto le persone. Durante la pandemia da COVID-19 è diventato immediatamente evidente quanto gli spazi virtuali possono essere risorse importanti: hanno permesso all'istruzione di non fermarsi e di mantenere dei contatti virtuali quando non era possibile averne di reali fuori dai nuclei familiari.

Alla luce dell'enorme diffusione di questi mezzi diventa chiara la necessità di approfondire il più possibile l'impatto che hanno sul benessere fisico e psicologico delle persone. La realtà attuale dei social media è un ambiente in cui è diventato molto difficile distinguere i contenuti di tipo pubblicitario da quelli che non lo sono, un susseguirsi di trend sempre più incalzante in cui l'oggetto diventano le persone e i loro corpi, in cui è difficile distinguere le persone dai brand. In questo contesto in cui tutti selezionano i contenuti con lo scopo di presentare la migliore versione di sé possibile i rischi sono molteplici. Lo scopo di questo elaborato è quello di mettere insieme del materiale scientifico per definire il problema e alcune possibili strategie protettive.

L'elaborato è suddiviso in tre capitoli: nel primo vengono esposte alcune definizioni con lo scopo di chiarire i costrutti fondamentali per discutere di immagine corporea e insoddisfazione corporea. Il secondo capitolo è un approfondimento del ruolo che i social media hanno nell'interiorizzazione degli ideali di bellezza e nello sviluppo dell'insoddisfazione corporea in particolare durante il periodo adolescenziale, partendo dalla descrizione del Modello di Thompson (1999) con l'integrazione della dimensione dei social media. La prima parte del terzo capitolo prende in considerazione le differenze di genere, considerando che la maggior parte della letteratura sul tema è focalizzata su ragazze adolescenti cisgender; la seconda parte di questo capitolo affronta il tema delle strategie protettive finalizzate a proteggere l'immagine corporea e a permettere un utilizzo più sicuro dei social media.

1. L'immagine corporea

1.1 Immagine corporea

L'immagine corporea è definibile come “un costrutto multidimensionale caratterizzato dalle percezioni e dalle valutazioni dell'individuo in merito al proprio aspetto fisico” (Cash e Pruzinsky, 2002, in Nerini, Stefanile, Mercurio, 2009). Si tratta di un costrutto complesso, non esclusivamente riducibile alla componente percettiva, ma che include componenti attitudinali, affettive e comportamentali (Slade, 1994 in Nerini, Stefanile e Mercurio, 2009). Queste dimensioni fanno riferimento al modo in cui la persona visualizza il proprio corpo, ai pensieri che essa nutre a livello cognitivo riguardo al proprio aspetto fisico, ai sentimenti provati verso il corpo e ai comportamenti messi in atto, come le abitudini alimentari e l'attività fisica.

Come riportato da Cash (2004), la ricerca sull'immagine corporea si è sviluppata nell'ultimo secolo, a partire dai tentativi clinici di comprendere varie forme neuropatologiche dell'esperienza corporea. Queste includevano fenomeni come “arto fantasma” “autotopoagnosia”, “emisomatoagnosia” e “anosognosia”. Durante la prima metà del XX secolo, Schilder fece progredire la ricerca sull'esperienza corporea superando il punto di vista centrato esclusivamente sulle percezioni distorte indotte da danni cerebrali. In seguito, Fisher dedicò una significativa parte della sua carriera allo studio dell'immagine corporea da una prospettiva psicanalitica. Negli stessi anni Shontz cercò invece di integrare teoria e dati provenienti da diverse aree della psicologia sperimentale. A partire dagli anni '90 la ricerca scientifica sull'immagine corporea si è focalizzata sulla relazione tra immagine corporea e disturbi alimentari nelle giovani donne. Questi studi hanno fornito una fondamentale conoscenza, ma al contempo hanno rinforzato l'idea limitante che il concetto di immagine corporea riguardi solo giovani donne e ragazze, quando in realtà l'immagine corporea è rilevante anche per la salute psicologica di uomini e ragazzi, oltre che di donne più anziane, e non è riducibile alla sola preoccupazione per il peso. Come suggerito da Grogan (2006), la ricerca in materia è di fondamentale importanza in quanto l'immagine corporea ha implicazioni in comportamenti potenzialmente dannosi. Un primo esempio di come un'immagine corporea negativa può avere conseguenze a

livello comportamentale riguarda l'attività fisica: la percezione dell'immagine corporea può notevolmente condizionare la decisione di un individuo di impegnarsi o meno in un regime di esercizio fisico. In questo caso un'immagine corporea negativa può essere una motivazione a fare attività fisica con lo scopo di perdere peso oppure un deterrente, nel caso in cui la persona si allontanasse dall'ambiente sportivo percependo il suo corpo come non aderente ad uno standard richiesto. Rimanendo sul tema dell'esercizio fisico, un altro comportamento rischioso è l'assunzione di steroidi anabolizzanti o altre sostanze assunte con lo scopo di incrementare la massa muscolare. Un ulteriore esempio può essere quello del tabagismo, caso in cui la paura di un aumento di peso in seguito all'abbandono del fumo può determinare la decisione di non smettere di fumare, con importanti conseguenze sulla salute. Chiaramente l'immagine corporea influisce anche nella possibile decisione di sottoporsi a diete eccessivamente restrittive o a inutili trattamenti di chirurgia estetica. Questi sono solo alcuni esempi di come l'immagine corporea può essere impattante sulla salute psicofisica delle persone ed è alla luce di questa consapevolezza che i fattori legati all'immagine corporea devono essere presi in considerazione quando vengono progettati gli interventi. (Grogan, 2006)

È importante fare una distinzione tra due componenti dell'immagine corporea: immagine corporea positiva e immagine corporea negativa. Si tratta di due costrutti nettamente distinti e non di due poli di un continuum unico: come riportato da Tylka e Wood-Barcalow nel 2015, il concetto di immagine corporea positiva va accuratamente distinto da quello di immagine corporea negativa e non va banalizzato intendendolo come l'assenza di un'immagine corporea negativa o un basso livello di insoddisfazione corporea, ma si tratta di un costrutto a sé. Come sostenuto da Wood-Barcalow (2010), è importante comprendere e promuovere un'immagine corporea positiva, oltre che mitigare quella negativa. Non è sufficiente assumere che interventi finalizzati alla riduzione dell'insoddisfazione corporea risultino in un aumento di un'immagine corporea positiva: avere come obiettivo l'eliminazione delle caratteristiche negative senza aggiungerne di positive è infatti riduttivo in quanto si intende la salute mentale come mera assenza di disturbi. Fa luce su questo aspetto la definizione di salute della Costituzione dell'Organizzazione Mondiale della Sanità riportata dal Ministero della Salute: "La salute è uno stato complesso di benessere fisico,

mentale e sociale, e non semplice assenza di malattia o di infermità”. L’immagine corporea positiva è caratterizzata da accettazione, apprezzamento e rispetto per il proprio corpo (Tylka, 2013 in Burychka et al 2021). Come sottolineato da Burychka e collaboratori (2021), un’immagine corporea positiva è un fattore protettivo essendo associata a minore sviluppo di disturbi alimentari ed essendo in generale un fattore che influenza positivamente il benessere psicologico.

1.2 Insoddisfazione corporea e Disturbo da Dismorfismo Corporeo

Come abbiamo visto nel precedente paragrafo, l’immagine corporea negativa è un costrutto distintamente separato da quello di immagine corporea positiva. Spesso i ricercatori hanno la tendenza a discutere di immagine corporea focalizzandosi maggiormente sugli aspetti negativi, come l’insoddisfazione corporea. (Wood-Barcalow, 2010)

L’insoddisfazione corporea è definibile come “un aspetto dell’immagine corporea frutto della scontentezza soggettiva per la forma del proprio corpo in generale o per la dimensione di alcune parti corporee.” (Thompson, Heinberg, Altabe e Tantleff-Dunn, 1999 in Nerini, Stefanile, Mercurio, 2009) In altre parole viene definita insoddisfazione corporea l’insieme di sentimenti negativi provati dall’individuo causati dalla percezione del suo corpo o di determinate parti dello stesso come più o meno diverse dal corpo ideale. L’insoddisfazione corporea impatta negativamente sulla qualità della vita ed è un fattore di rischio per l’insorgenza e il mantenimento di disturbi dell’alimentazione o in generale per l’assunzione di comportamenti alimentari problematici come, ad esempio, la tendenza a sottoporsi frequentemente a diete dimagranti (Nerini, Stefanile, Mercurio, 2009 e Burychka et al., 2021).

Oltre ai disturbi alimentari a cui si è precedentemente accennato, l’insoddisfazione corporea può sfociare in quadri patologici come quello *del Disturbo da Dismorfismo Corporeo (Body Dysmorphic Disorder [BDD])*. Gli individui affetti da BDD “provano un’intensa preoccupazione perché immaginano o esagerano uno o più difetti del proprio aspetto fisico. Per quanto agli altri possano apparire attraenti queste persone si percepiscono brutte o perfino

“mostruose”” (Kring et al., 2017). I criteri diagnostici riportati nel DSM-5 del BDD sono i seguenti:

- Preoccupazione per uno o più difetti o imperfezioni percepiti nell’aspetto fisico che non sono osservabili o appaiono agli altri in modo lieve;
- A un certo punto, durante il decorso del disturbo l’individuo ha messo in atto comportamenti ripetitivi (ad esempio, guardarsi allo specchio; curarsi eccessivamente del proprio aspetto; stuzzicarsi la pelle, ricercare rassicurazioni) o azioni mentali (ad esempio, confrontare il proprio aspetto fisico con quello degli altri) in risposta a preoccupazioni legate all’aspetto.
- La preoccupazione causa disagio clinicamente significativo o compromissione del funzionamento in ambito sociale, lavorativo o in altre aree importanti;
- La preoccupazione legata all’aspetto non è meglio giustificata da preoccupazioni legate al grasso corporeo o al peso in un individuo i cui sintomi soddisfano i criteri diagnostici per un disturbo alimentare.

Il Disturbo da Dismorfismo Corporeo è attualmente classificato nel DSM-5 nella categoria dei disturbi ossessivo-compulsivi e disturbi relativi. L’eziologia del disturbo è composta da fattori di tipo biologico, culturale, psicosociale e neuropsicologico.

1.3 Interiorizzazione degli ideali di bellezza

Il tema dell’interiorizzazione degli ideali di bellezza è strettamente legato all’insoddisfazione corporea; infatti, come riportato da Nerini e collaboratrici (2009) sia l’indice di massa corporea, sia il livello di interiorizzazione degli ideali di bellezza risultano essere predittori diretti e indipendenti del livello di insoddisfazione corporea in adolescenti e preadolescenti femmine. Con interiorizzazione degli ideali di bellezza si intende “l’incorporazione o l’accettazione degli standard socioculturali di attraenza al punto da diventare principi interiori in grado di guidare il successivo comportamento” (Nerini et al., 2009).

L'adolescenza è un periodo della vita in cui l'approvazione sociale è molto rilevante, motivo per cui la percezione di avere un corpo considerabile attraente è importante per la costruzione dell'autostima. In generale, gli ideali di bellezza proposti dalla società occidentale portano le ragazze a desiderare un corpo estremamente magro e i ragazzi a desiderare corpi muscolosi e atletici. (Aranha-de-Macedo et al., 2022). Pur essendo vero che gli ideali di bellezza sono sempre stati presenti, attualmente le piattaforme social espongono a una maggiore pressione: i social media hanno delle caratteristiche che li rendono delle forti casse di risonanza per concetti come quello del corpo ideale, mettendo gli adolescenti in una situazione maggiormente rischiosa.

Come anticipato, gli adolescenti sono particolarmente vulnerabili allo sviluppo di problematiche legate all'immagine corporea. Le preoccupazioni legate all'immagine iniziano a manifestarsi già dai tredici anni, per poi persistere durante la media adolescenza. Circa il 50% dei ragazzi e il 74% delle ragazze a quattordici anni sostengono di voler modificare qualcosa nel loro aspetto (Vuong et al., 2021). Questo dato dimostra come pur essendoci una maggioranza di ragazze preoccupate per la propria immagine, il tema dell'insoddisfazione corporea interessa in modo non trascurabile anche i ragazzi. Gli individui che internalizzano maggiormente gli ideali di bellezza hanno più probabilità di sperimentare insoddisfazione corporea quando percepiscono il loro corpo come non conforme allo standard sociale.

L'obiettivo principale del capitolo successivo sarà quello di approfondire il ruolo che i social media hanno nell'internalizzazione degli ideali di bellezza e nello sviluppo dell'insoddisfazione corporea, in particolare durante il periodo adolescenziale, indagando le caratteristiche che li rendono particolarmente pericolosi rispetto ai media tradizionali e quelle che rendono gli adolescenti più vulnerabili.

2. Social media e insoddisfazione corporea

2.1 Modello di Thompson con integrazione dei social media

Nel capitolo precedente sono stati introdotti alcuni concetti fondamentali per discutere il rapporto tra l'uso dei social media e l'insoddisfazione corporea in adolescenza. Lo scopo di questo capitolo è quello di analizzare questo rapporto a partire dal Modello Tripartito di Influenza (Thompson et al., 1999 citata in Nerini et al., 2009). Il Modello Tripartito di Influenza identifica tre fonti principali di influenza nel processo di sviluppo delle preoccupazioni legate all'immagine corporea e ai disturbi alimentari focalizzandosi sull'importanza delle variabili socioculturali: i genitori, i pari e i mass media. Secondo il modello di Thompson, queste tre fonti svolgono un ruolo fondamentale nella spinta all'internalizzazione degli irrealistici ideali di bellezza e nell'incoraggiare il confronto, creando terreno fertile per lo sviluppo di insoddisfazione corporea e disturbi dell'alimentazione. I commenti e le azioni a cui si può essere esposti in famiglia, nel gruppo dei pari o attraverso l'esposizione a contenuti mediatici che veicolano gli standard di bellezza sono vari: parlare spesso di peso o essere molto critici con i propri corpi e quelli altrui, incoraggiare le diete con la perdita di peso come obiettivo, esaltare modelli estremamente magri o comunicare le aspettative riguardo ai benefici, prevalentemente sociali, della magrezza (Nerini et al., 2009). La bellezza, infatti, soprattutto quella femminile, nella società Occidentale è largamente equiparata alla magrezza. Come riportato da Nerini e collaboratori (2009), l'ideale socioculturale di bellezza corrisponde a un'ideale di magrezza estrema "con modelli mediatici idealizzati spesso con un sottopeso di più del 20% e con un indice di massa corporea nel range di 14-16 (Dittmar, 2007). La gravità di questo culto per la magrezza diventa chiara quando si considera che un sottopeso del 15% costituisce un criterio diagnostico per l'Anoressia Nervosa (American Psychiatric Association, 2000) e che una persona è considerata sottopeso con un BMI inferiore a 18.5 (Thompson, 2004), secondo la tabella standard nella quale le persone vengono suddivise in "obese" (BMI>30), "sovrappeso" (BMI=25-30), "normopeso" (BMI=18,5-25) e "sottopeso" (BMI<18,5) (WHO, 1995)."

Oltre all'influenza dei genitori e dei pari, il modello di Thompson fa riferimento alla dimensione "media" che riguarda i media tradizionali come televisione, stampa,

cinema e radio. Tuttavia, al giorno d'oggi, è diventato imprescindibile prendere in considerazione anche il ruolo dei social media che, rispetto ai media tradizionali, hanno caratteristiche differenti e comportano rischi differenti.

I social media hanno progressivamente assunto un ruolo di sempre maggior rilievo nella vita di tutti, in particolare nella vita degli adolescenti. Gli adolescenti di oggi (nativi digitali), infatti, sono abituati alla tecnologia e vivono quotidianamente interazioni virtuali. Dall'inizio della pandemia da COVID-19, si è assistito ad un rapido aumento dell'uso di dispositivi elettronici e in generale ad un maggiore utilizzo di internet. Gli adolescenti hanno fatto un sempre più largo utilizzo di social media come Instagram, Snapchat, Tiktok e Youtube (Bozzola, et al., 2022). Durante la pandemia Internet è stato una grande risorsa: ha permesso alla didattica di non fermarsi e i social media sono diventati dei veri e propri salotti virtuali in cui gli adolescenti potevano relazionarsi con i pari nonostante la quarantena. Internet e i social media sono sicuramente strumenti potenti e sono ormai completamente entrati a far parte della quotidianità, ma comportano dei rischi e richiedono un uso critico, consapevole e informato.

I social media sono piattaforme online e a differenza dei media tradizionali hanno una struttura fortemente interattiva: gli utenti ricevono feedback immediati sotto forma di "like" e commenti ai contenuti da loro pubblicati e possono scambiarsi messaggi, video e foto nelle chat private. Le potenzialità che i social media hanno di mettere in contatto persone e diffondere contenuti sono certamente enormi, ma questo li rende anche bacini giganteschi di stimoli che gli utenti assorbono spesso passivamente. Inoltre, le interazioni virtuali che i social permettono di avere costituiscono una forma di approvazione sociale, di conseguenza i contenuti vengono pubblicati con lo scopo di massimizzare le interazioni positive con altri utenti. Questo tentativo di presentarsi nel modo migliore possibile con lo scopo di ottenere attenzione virtuale positiva comporta lo sforzo di mostrare solo alcune parti di sé, quelle migliori, di modificare le foto usando filtri e altri strumenti di editing con lo scopo di conformarsi il più possibile a determinati ideali di bellezza. I social media stessi forniscono moltissimi strumenti di editing e filtri facciali, alcuni dei quali sono estremamente subdoli e rendono difficile distinguere una foto modificata da una che non lo è. La maggior parte dei social media sono estremamente centrati su contenuti visivi, ovvero foto e video. È proprio questa

caratteristica a renderli delle enormi casse di risonanza per gli ideali di bellezza, spingendo gli utenti a conformarsi a un determinato standard per ottenere feedback positivi. Questo porta le persone a creare delle identità social filtrate, idealizzate, creando un ambiente virtuale in cui tutti mostrano solo il meglio di sé stessi, un meglio artificiale che non esiste nel mondo reale.

Il lavoro di Roberts e colleghi (2022) coglie l'esigenza di approfondire la dimensione mediatica nel Modello Tripartito dell'Influenza, proponendo di integrare i social media al modello e, inoltre, di inserire l'aspirazione ad avere un corpo muscoloso e definito oltre a quella di avere un corpo magro agli ideali veicolati da pari, famiglia, media (e social media). L'articolo sostiene che seppure in generale è possibile affermare che nella società Occidentale la bellezza femminile corrisponda alla magrezza, ad oggi le ragazze sono spinte ad aspirare sia ad essere magre che ad avere corpi atletici. Lo studio svolto da Roberts e collaboratori (2022) su ragazze adolescenti statunitensi incorpora le pressioni esercitate dai social media e l'interiorizzazione modello ideale di muscolosità nel Modello Tripartito dell'Influenza. I risultati dello studio hanno fornito supporto a questo modello adattato: famiglia, coetanei, media tradizionali e social media contribuiscono effettivamente all'insoddisfazione corporea, inoltre, tutte le fonti di influenza sulla percezione dell'aspetto fisico sono state associate all'interiorizzazione dell'ideale di magrezza. Le pressioni dei pari e dei social media correlano entrambe a una maggiore interiorizzazione dell'ideale muscolare. Invece, i social media sono stati l'unica fonte di pressione associata sia all'interiorizzazione dell'ideale di magrezza che all'abitudine a confrontare il proprio corpo con altri. I risultati, oltre a evidenziare chiaramente il ruolo che i social media rivestono come fonte importante di influenza, evidenziano la pressione che sperimentano le ragazze adolescenti ad apparire sia magre che muscolose e atletiche. In passato l'aspirazione ad avere un corpo "fit" era considerata un'alternativa più sana alla magrezza e l'ideale atletico, se isolato, era associato ad una minore insoddisfazione corporea. Questo rapporto però cambia se viene inserito anche l'ideale di magrezza, in questo caso l'internalizzazione del modello ideale di muscolosità non attenua il rischio di insoddisfazione corporea e disordini alimentari.

2.2 Social media e confronto sociale

Oltre all'interiorizzazione degli ideali di bellezza proposti dalla società, una dimensione importante coinvolta nello sviluppo dell'insoddisfazione corporea è il confronto sociale. La Teoria del Confronto Sociale (Festinger, 1954, citata in Nerini et al., 2009) individua l'esistenza di "una motivazione umana universale che spinger l'individuo a valutare le proprie capacità e caratteristiche attraverso il confronto con altre persone, preferibilmente simili a sé". Vengono proposti due principali tipi di confronto: il confronto "downward" e quello "upward". Il primo tipo di confronto è quello in cui ci si paragona con persone che si percepiscono come più carenti su qualche aspetto, questo tipo di confronto tendenzialmente favorisce i sentimenti positivi legati al valore personale. Il confronto "upward" invece è un paragone con persone che percepiamo essere migliori: in questo caso si sperimenta un umore negativo e sentimenti di svalutazione.

I media si inseriscono in questo quadro in quanto forniscono tantissime opportunità di confronto, in particolare relativo all'aspetto fisico. Essere continuamente esposti a foto e video, spesso modificati, di altre persone che vanno da amici e conoscenti a personaggi pubblici come attrici/attori e modelle/i porta "a vedere sé stessi in difetto" (Nerini et al., 2009). Si tratta di una dinamica di confronto "upward" che "produce una valutazione negativa del proprio aspetto fisico e che si riflette in un conseguente aumento del livello di insoddisfazione corporea" (Botta, 1999; Tiggemann e McGill, 2004; Tiggemann e Slater, 2004; in Nerini et al., 2009).

2.3 Adolescenza, social media e rischi

L'obiettivo di questo elaborato è approfondire gli effetti dei social media sull'immagine corporea in adolescenza. L'adolescenza è infatti di per sé un momento di particolare vulnerabilità per quanto riguarda l'immagine corporea: lo sviluppo puberale provoca molteplici cambiamenti repentini e inattesi che portano l'adolescente a dover costruire una nuova relazione con il suo corpo in continuo cambiamento, parallelamente le relazioni con i pari assumono sempre maggior rilievo e la necessità di essere apprezzati, anche per l'aspetto fisico, dal gruppo

dei pari cresce. I cambiamenti adolescenziali sono fonte di preoccupazione, è noto infatti il punto di partenza, ma non lo è quello di arrivo, si lascia l'immagine di sé infantile per costruirne progressivamente una nuova. In questo quadro si inseriscono i social media, che offrono opportunità di confronto, spazio per cercare approvazione sociale e incentivano il dare valore esclusivamente all'apparenza, essendo centrati prevalentemente su di essa.

È opportuno precisare che i social media e l'uso di Internet più in generale sono così influenti e diffusi perché rispondono a dei bisogni particolari presenti durante il periodo adolescenziale. L'adolescenza è "un periodo di grandi cambiamenti fisici, emotivi e sociali con bisogni profondi di avvicinare questioni delicate e preoccupanti che riguardano la salute, la sessualità e i problemi relazionali" (Albiero, p. 214, 2011). Internet e i social media, permettono di reperire informazioni rapidamente senza doversi confrontare con gli adulti, con i quali può essere difficile per un adolescente toccare determinati argomenti. Le informazioni cercate dagli adolescenti sono spesso inerenti alla salute e alla medicina e le risposte reperite online vengono considerate tendenzialmente attendibili dai giovani (Albiero, p. 214, 2011). Questa precisazione è importante perché chiarisce uno dei pericoli che Internet e i social media possono comportare. Un esempio evidente di questo meccanismo inerente allo sviluppo di insoddisfazione corporea è l'uso che i giovani fanno delle piattaforme social per reperire informazioni su diete e programmi di allenamento. Si tratta di informazioni estremamente delicate che se fornite o interpretate in modo scorretto possono impattare negativamente sulla salute. I social sono densi di contenuti con "thinspiration" e "fitspiration". Cercando questi hashtag, ad esempio su Tiktok, si trovano contenuti che ritraggono corpi estremamente magri e/o definiti posti come obiettivi da raggiungere insieme esempi di diete e programmi di allenamento da seguire per ottenere "il corpo ideale". Un esempio più radicale è invece quello dei siti pro-ana (pro-anorexia) e dei contenuti pro-ana su social come Instagram o Tiktok. Questo tipo di contenuti incoraggiano esplicitamente comportamenti alimentari problematici. Prima della diffusione dei social media esistevano interi siti dedicati all'argomento, mentre attualmente si tratta di contenuti pubblicati sulle diverse piattaforme social. Quando i contenuti pro-ana erano pubblicati all'interno di siti erano più facili da tracciare e monitorare, i social invece sono in continuo movimento e spesso è difficile che vengano eliminati

contenuti pericolosi nonostante violino esplicitamente le linee guida dei social stessi. Questi contenuti oggi sono fruibili su ogni tipo di social media ed è importante considerare, trattando questo argomento, il funzionamento degli algoritmi dei social. TikTok, ad esempio, social su cui vengono pubblicati esclusivamente video, ha una home page chiamata “for you page”; questa pagina è la prima che si visualizza aprendo il social e qui si trovano non solo video scelti dall’utente, ma video suggeriti dall’algoritmo in base agli interessi dell’utente. Quando un utente incuriosito si sofferma un po’ più a lungo su un video, l’algoritmo inizierà a proporgli sempre più video dello stesso genere. Nel caso di contenuti legati a diete ed esercizi fisici più o meno patologici, questo significa che più l’utente guarda contenuti di quel tipo, più gliene verranno proposti.

Il tema dell’anoressia è molto presente su TikTok, sia in video che incoraggiano a perdere peso, sia in video creati con lo scopo di scoraggiare gli utenti dall’aver comportamenti problematici, mostrando il dolore e la sofferenza che disturbi alimentari e comportamenti autolesivi provocano. Questi video però danno molta visibilità al tema e hanno un effetto paradossale, perché spingono comunque gli adolescenti a emulare i comportamenti problematici creando una competizione malsana per dimostrare chi sta peggio, oltre a insegnare involontariamente ad altri utenti comportamenti disfunzionali come il vomito o a nascondere il cibo (Logrieco, et al., 2021).

Il focus di questo elaborato sono gli effetti dei social media come fattori che influenzano negativamente l’immagine corporea, ma le problematiche legate ai social non sono riducibili all’insoddisfazione corporea e ai disturbi dell’alimentazione. Come riportato da Bozzola e collaboratori (2022) in una review che elenca i potenziali rischi che i social media possono avere per bambini e adolescenti, l’uso dei social media può essere un fattore di rischio per diverse problematiche come depressione, ansia e dipendenze. L’uso dei social, inoltre, correla con abitudini nutrizionali inadeguate, uno stile di vita sedentario e problemi di autostima. Bambini e adolescenti che usano i social media per molte ore al giorno sono anche a rischio di sviluppare problemi comportamentali, di essere esposti a cyber bullismo, a grooming online e ad avere problemi di sonno, di vista ed emicrania.

Riassumendo, l'obiettivo di questo capitolo era di chiarire le influenze socioculturali dell'insoddisfazione corporea a partire dal Modello Tripartito dell'Influenza, integrando alla dimensione "media" anche i social media che al giorno d'oggi fanno parte della vita quotidiana della maggior parte delle persone, inclusi preadolescenti e adolescenti. Lo scopo era quello di delineare le caratteristiche che differenziano i social media dai media tradizionali e che li rendono particolarmente rischiosi. La prima parte del capitolo successivo sarà invece focalizzata sulle differenze di genere nello sviluppo dell'insoddisfazione corporea, mentre la seconda parte sarà concentrata sulle strategie protettive utilizzabili per rendere l'utilizzo dei social media più sicuro e consapevole possibile.

3. Insoddisfazione corporea: differenze di genere e strategie protettive

Nel capitolo precedente è stato preso in considerazione il Modello Tripartito di Influenza, proposto alla fine degli anni '90 con lo scopo di valutare le influenze socioculturali dell'insoddisfazione corporea facendo prevalentemente riferimento a ragazze adolescenti cisgender. L'obiettivo di questo capitolo è quello di prendere in considerazione le differenze di genere e i modi in cui i vari fattori socioculturali influenzano anche gli adolescenti maschi. La seconda parte analizzerà alcune strategie protettive finalizzate a rendere più sicuro e informato l'uso dei social media.

3.1 Differenze di genere nello sviluppo dell'insoddisfazione corporea

La ricerca sull'immagine corporea è stata tradizionalmente concentrata su donne e ragazze; normalmente viene presa in considerazione la pressione alla magrezza a cui sono sottoposte e l'impatto che le diverse variabili socioculturali hanno nel veicolarla, con importanti conseguenze sull'immagine corporea. Questo approccio è però un approccio limitante, infatti non sono solo le donne e le adolescenti ad essere influenzate da variabili socioculturali che propongono modelli aspirazionali irraggiungibili favorendo la presenza di insoddisfazione corporea. Progressivamente, la ricerca ha iniziato ad includere anche la popolazione maschile e, come riportano Nerini e collaboratori (2009), sono presenti vari studi che suggeriscono che "le problematiche legate all'immagine corporea siano sempre più diffuse anche nella popolazione maschile". Questa tendenza è attribuibile alla sempre maggiore diffusione di contenuti mediatici che ritraggono corpi maschili muscolosi. Lo studio di Cahill e Mussap (2007, in Nerini et al., 2009) "ha confermato come l'esposizione a modelli muscolosi diminuisca significativamente la soddisfazione corporea nei maschi mentre l'esposizione a modelli di magrezza diminuisce la soddisfazione per il proprio corpo nelle femmine". Questi dati dimostrano che valutare l'insoddisfazione corporea come un problema esclusivamente femminile sia una prospettiva limitante che non considera una rilevante fetta di popolazione che, seppure con modalità diverse, è toccata dal problema. È importante prendere in considerazione anche

l'esperienza maschile sul tema dell'insoddisfazione corporea, perché nonostante la pressione che sperimentano i ragazzi non sia incentrata sulla magrezza estrema come può esserlo l'esperienza femminile, anche nei maschi l'insoddisfazione corporea può avere outcome patologici come l'uso di steroidi, disturbi dell'alimentazione, distrofia muscolare, depressione e bassa autostima (Galioto e Crowther, 2013). In seguito, viene presentato uno studio che analizza il tema dell'insoddisfazione corporea sia dalla prospettiva femminile che da quella maschile.

Nel 2021 è stata pubblicata una ricerca di Vuong e collaboratori condotta con lo scopo di valutare in un campione di adolescenti la correlazione presente tra insoddisfazione corporea e uso dei social media, valutando il ruolo dell'interiorizzazione del modello ideale di magrezza e del modello ideale di muscolosità (*Social Media Use and Body Dissatisfaction in Adolescents: The Moderating Role of Thin- and Muscular-Ideal Internalisation*).

Nell'introduzione della ricerca è sostenuto che nonostante l'insoddisfazione corporea sia più normativa e profonda tra le ragazze rispetto ai ragazzi, nuove evidenze suggeriscono che la problematica tocchi entrambi i generi. Il problema tocca ragazzi e ragazze con modalità differenti: nel lavoro di Vuong e collaboratori (2021), infatti, è precisato nella parte introduttiva che le preoccupazioni tipicamente sperimentate dalle ragazze sono focalizzate sulla magrezza, mentre i ragazzi tendono a desiderare di apparire muscolosi e atletici. Come si può facilmente dedurre, un'ulteriore differenza è che se per le ragazze il mezzo per raggiungere il corpo desiderato è la perdita di peso, per i ragazzi è l'aumento di peso. È estremamente interessante un'ulteriore osservazione riportata da Vuong e collaboratori (2021) in cui viene puntualizzata una differenza tra ragazzi e ragazze: i ragazzi tendono a valorizzare maggiormente le abilità, gli attributi fisici come la forza, mentre le ragazze tendono ad essere più interessate alle loro qualità estetiche. Viene anche evidenziato, per quanto riguarda più strettamente il tema dei social media, che nonostante la presenza di differenze di genere nell'approccio ai social media, i ragazzi sono utenti abituali tanto quanto le ragazze e che l'esposizione frequente a contenuti mediatici favorisce l'aumento anche dei loro livelli di insoddisfazione corporea. Inoltre, anche questo studio concorda con il resto della letteratura citata nell'affermare che gli

adolescenti sono la fascia più a rischio, nonostante le problematiche legate all'immagine corporea tocchino persone di ogni età e genere. È importante precisare che nonostante, come anticipato, le ragazze siano più spinte verso la magrezza e i ragazzi verso corpi muscolosi, anche i ragazzi sono sensibili all'ideale di magrezza e le ragazze al modello ideale di muscolosità.

Il campione su cui è stato effettuato lo studio si componeva di 1153 adolescenti di Melbourne, 665 maschi e 488 femmine. Il range di età dei partecipanti andava dagli 11 ai 17 anni. La maggioranza dei partecipanti aveva un BMI classificato come "normale" (80.22% normopeso, 9.89% sovrappeso, 8.37% sottopeso e 1.67% obesi). Ai partecipanti è stato chiesto di specificare quanto spesso usavano Snapchat e Instagram. Sono poi state usate la Thin/Low Body Fat subscale della Sociocultural Attitudes Towards Appearance 4 Scale (SATAQ-4), la Internalisation-Muscular subscale sempre della SATAQ-4 e la Appearance subscale della Body Esteem Scale for Adolescents and Adults (BE-SAA). I risultati di questo studio hanno mostrato correlazioni tra insoddisfazione corporea e uso dei social media e tra ideale di magrezza, modello ideale di muscolosità e insoddisfazione corporea in ragazze e ragazzi; i risultati infatti rilevano che l'internalizzazione dell'ideale di magrezza è effettivamente un predittore dell'insoddisfazione corporea sia per i ragazzi che per le ragazze, mentre l'ideale di muscolosità ha un ruolo più centrale nell'insoddisfazione corporea maschile.

3.2 Strategie protettive

Alla luce di tutto il materiale fino ad ora analizzato, appare evidente la necessità di esplorare strategie protettive che permettano di rendere più sicuro l'utilizzo dei social media. Non è infatti un'opzione percorribile quella di evitare l'uso di questi mezzi, ormai diffusi e diventati parte integrante delle interazioni interpersonali nella società di oggi. Diventa quindi fondamentale esplorare metodi che permettano di proteggere le persone dagli effetti negativi che la dimensione mediatica può avere su di loro, favorendone un uso sempre più informato e consapevole. In questo elaborato è stato preso in considerazione in particolare l'impatto che i social media hanno sull'immagine corporea. Favorire un'immagine corporea positiva, proteggendola dall'impatto negativo che ha l'esposizione ai

media è una sfida importante da cogliere per favorire il benessere psicofisico delle persone.

Lo studio di Evens e collaboratori (2021) esplora il concetto di filtraggio protettivo, un fattore rilevante nella tutela dell'immagine corporea positiva. Con filtraggio protettivo si intende la capacità di accettare informazioni che proteggono un'immagine corporea positiva e rifiutare quelle che la mettono a rischio (Tylka e Wood-Barcalow, 2015b in Evens et al., 2021). Il filtraggio protettivo consiste quindi nella capacità di filtrare gli input che arrivano dall'ambiente sociale più prossimo, ovvero genitori, partner e pari, a quello più allargato, quindi gli ideali di bellezza promossi dai media. Inoltre, il filtraggio protettivo è descritto come una strategia attiva, la scelta attiva di accettare o respingere un'informazione. Ovviamente nonostante l'impegno attivo a respingere i contenuti pericolosi per l'immagine corporea, il filtraggio protettivo non è risultato infallibile, qualche volta le informazioni negative risultavano comunque impattanti sull'immagine corporea, ma le donne sceglievano di "ridirezionare cognitivamente" (Evens et al., 2021) il loro filtro, riformulando l'informazione in maniera positiva o neutra. Evens e colleghi (2021) riportano altri esempi protettivi, come la capacità di non dare importanza ai commenti negativi, oppure la consapevolezza della presenza degli ideali di bellezza e l'essere critici a riguardo. In diversi studi con diversi campioni di giovani adulti e adolescenti di entrambi i generi, emerge con forza l'importanza del ruolo attivo del filtraggio protettivo come vera e propria scelta di filtrare le informazioni, anche mediatiche, in modo da proteggere la propria immagine corporea.

Il campione dello studio svolto da Evens e collaboratori (2021) si componeva di venti donne tra i diciotto e i venticinque anni con una buona immagine corporea. L'obiettivo dello studio era quello di esplorare le strategie cognitive che donne che considerano positiva la loro immagine corporea usano come filtraggio protettivo. In generale, le strategie rilevate sono state quattro: criticare vari aspetti degli ideali di bellezza, apprezzare vari aspetti del proprio corpo e di quelli degli altri sia in termini di apparenza che di funzionalità, focalizzarsi su personalità e valori delle donne e associare gli ideali di bellezza a conseguenze negative che hanno avuto nel passato. Le strategie protettive rilevate in questo studio sono allineate con quelle elencate precedentemente, si tratta di strategie attive che

aiutano a focalizzarsi su aspetti più importanti dell'apparenza e a riconoscere il costo di inseguire determinati ideali di bellezza. Queste strategie sembrano non solo favorire la transizione da un'immagine corporea negativa a una positiva, ma sembrano aiutare a mantenere l'immagine corporea positiva nel momento in cui viene attaccata da determinati contenuti o commenti. Più della metà delle ragazze che hanno preso parte allo studio riportavano di aver avuto un'immagine corporea negativa in passato, questi risultati fanno capire che la possibilità di passare da un'immagine corporea negativa a una non solo neutra, ma positiva, esiste ed è un obiettivo attivamente perseguibile. Le ragazze che hanno preso parte allo studio di Evens e collaboratori (2021) hanno identificato alcuni fattori che favoriscono la loro capacità di attivare con successo il filtraggio protettivo. Tra questi si trovano l'importanza di avere intorno un ambiente non preoccupato e giudicante per quanto riguarda l'apparenza fisica. Oltre ai gruppi di pari, questo consiglio vale anche per gli ambienti mediatici, quindi ad esempio la scelta di seguire accounts social che promuovono body positivity e accettazione corporea. (Evens et al., 2021).

Riassumendo, il lavoro di Evens e collaboratori (2021) definisce il filtraggio protettivo come una strategia attiva finalizzata al raggiungimento e al mantenimento di un'immagine corporea positiva. Da questo studio emerge la possibilità di proteggere l'immagine corporea dalle pressioni sociali, scegliendo di ridirezionare gli input negativi e scegliendo ambienti sociali reali e virtuali che favoriscono l'accettazione corporea e non sono eccessivamente focalizzati sull'apparenza. Questo chiarisce l'importanza di fare attivamente scelte finalizzate alla protezione dell'immagine corporea, in questo senso anche selezionare il più possibile il tipo di contenuti di cui fruire sui social media e non esporsi, quando è evitabile, a contenuti potenzialmente dannosi è un fattore protettivo rilevante.

Un ulteriore punto di vista rilevante sui fattori protettivi è fornito dall'articolo di Paxton e collaboratori (2022) in cui vengono prese in considerazione media literacy e social media literacy, o alfabetizzazione mediatica, ovvero un insieme di competenze che fanno riferimento a molteplici aspetti dell'interazione virtuale e alla consapevolezza riguardo a varie caratteristiche degli strumenti digitali.

Questo tipo di elaborazione critica può proteggere dagli effetti negativi dei media, proteggendo ad esempio l'immagine corporea. Una buona media literacy rende i contenuti mediatici meno influenti, rendendo consapevoli della loro natura costruita, diminuendo la tendenza a interiorizzare gli ideali di bellezza proposti dai media e a confrontarsi con contenuti che sono stati riconosciuti come irrealistici, deliberatamente costruiti per ottenere risultati specifici come profitto e influenza. La media literacy include: essere consapevoli di chi crea i contenuti e con che finalità, che target hanno, i valori e i punti di vista che i social media veicolano e gli effetti che hanno su atteggiamenti e comportamenti. Un'ulteriore dimensione riguarda la consapevolezza del fatto che i media distorcono la realtà manipolando e omettendo informazioni.

L'applicazione del concetto di media literacy, riferito ai media tradizionali, richiede alcuni adattamenti per essere applicato al contesto dei social media a causa delle caratteristiche diverse e complesse che i social media hanno rispetto ai media tradizionali. È estremamente importante quindi aiutare le persone a sviluppare capacità critiche che diventano dei filtri protettivi utili a comprendere la dimensione mediatica e a difendersi dalle dinamiche subdole dei social media (Paxton et al., 2022).

Per valutare la social media literacy sono state costruite diverse scale con lo scopo di cogliere le capacità degli individui di decostruire i contenuti presenti sui social media, con sotto-scale separate che valutano queste abilità critiche per i contenuti prodotti da entità chiaramente commerciali (tra cui celebrità e pubblicità) e dai pari (McLean et al., 2017; Tamplin et al., 2018 in Paxton et al., 2022). Sono stati fatti diversi progressi nella valutazione dell'alfabetizzazione mediatica nell'ambito dei social media, ma Paxton e collaboratori (2022) sottolineano l'importanza di espandere il lavoro per definire meglio e completare il concetto e gli strumenti di valutazione.

In conclusione, Paxton e collaboratori (2022) chiariscono che la ricerca sul ruolo potenzialmente protettivo dell'alfabetizzazione ai social media contro gli effetti negativi sull'immagine corporea è ancora agli inizi. Tuttavia, le ricerche svolte fino ad ora forniscono un modesto sostegno alla presenza di questo ruolo protettivo nelle ragazze e nelle giovani donne, ma, ad oggi, non nei ragazzi o negli uomini. Questo risultato suggerisce la necessità di approfondire la ricerca per garantire

una comprensione della natura complessa della social media literacy e per migliorare gli strumenti volti a misurarla. Inoltre, la possibilità che le abilità critiche applicate ai social media possano avere un impatto diverso su gruppi diversi richiede ulteriori approfondimenti.

Sebbene ci sia una grande necessità di espandere le ricerche in questo settore, è essenziale trovare progressivamente modi sempre più efficaci per prevenire l'impatto negativo dell'esposizione ai social media e promuovere interventi mirati a fornire un approccio critico e consapevole ai contenuti mediatici, concentrandosi su processi e meccanismi utili a proteggere dagli effetti negativi dei media sulla salute fisica e psicologica.

CONCLUSIONI

Dall'analisi della letteratura presa in considerazione per la stesura di questo elaborato è emersa la necessità di promuovere strategie che permettano di utilizzare i social media in maniera più sicura, risulta infatti evidente l'impatto che queste piattaforme possono avere sulla salute fisica e psicologica. È ormai chiaro che i social media sono ambienti virtuali potenzialmente rischiosi ed è altrettanto evidente l'estrema rapidità dei cambiamenti a cui sono soggetti; è anche da questa rapidità che deriva la difficoltà di sistematizzarne e valutarne in maniera esaustiva le caratteristiche e i rischi. I social media però, in particolare nell'ultimo decennio, si sono sempre maggiormente sviluppati e diffusi, fino a diventare parte integrante della quotidianità di moltissime persone, inclusi bambini e adolescenti. È soprattutto per tutelare le fasce su cui i social media hanno dimostrato di essere più impattanti che serve trovare strategie protettive efficaci.

Lo scopo di questo elaborato è quello di mettere insieme del materiale che permetta di definire alcuni costrutti fondamentali come quelli di immagine corporea e insoddisfazione corporea per poi valutare il ruolo dei social media come fattori importanti nel favorire la comparsa o la cronicizzazione dell'insoddisfazione corporea e presentare alcune strategie protettive.

Gli studi che ho analizzato prendono prevalentemente in considerazione ragazze adolescenti e giovani donne. Se da un lato queste categorie sono le categorie reputate più interessate dal fenomeno preso in esame, è anche importante rendere la ricerca sull'insoddisfazione corporea il più possibile inclusiva, senza trascurare la trasversalità del fenomeno.

Posta la necessità di approfondire le ricerche in merito all'interazione tra insoddisfazione corporea ed esposizione ai social media, anche con lo scopo di produrre ricerche sempre aggiornate sui cambiamenti di queste piattaforme, ritengo sia altrettanto fondamentale lavorare sulle strategie protettive e allenare le capacità critiche degli utenti, con particolare attenzione alle categorie più vulnerabili, in modo da fornire dei filtri protettivi che permettano di usufruire degli strumenti digitali sfruttandone le risorse e riducendone l'impatto negativo.

BIBLIOGRAFIA

1. Albiero, P. (2021). *Il benessere psicosociale in adolescenza: Prospettive multidisciplinari*. Roma: Carocci.
2. American Psychiatric Association. (2013). *Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali – quinta edizione*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
3. Aranha-de-Macedo, P., Nataniel, O. F., Paula, C. F., de Souza, R. D. T., Diogo, P. & Ágata, A. (2022) Influence of Social Media on Body Dissatisfaction in Adolescents and Increasing Risk of Developing Eating Disorders: A Systematic Review. *Ann. Clin. Case Rep.* 2022; 7: 2144 <https://www.anncaserep.com/open-access/influence-of-social-media-on-body-dissatisfaction-in-adolescents-and-8661.pdf>
4. Bozzola, E., Spina, G., Agostiniani, R., Barni, S., Russo, R., Scarpato, E., Di Mauro, A., Di Stefano, A. V., Caruso, C., Corsello, G., & Staiano, A. (2022). The Use of Social Media in Children and Adolescents: Scoping Review on the Potential Risks. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 2022, 19(16): 9960. <https://doi.org/10.3390/ijerph19169960>
5. Burychka, D., Miragall, M. & Baños, R. M. (2021). Towards a Comprehensive Understanding of Body Image: Integrating Positive Body Image, Embodiment and Self-Compassion. *Psychol. Belg.*, 2021, 61(1): 248-261. <https://doi.org/10.5334/pb.1057>
6. Cash, T. F. (2004). Body image: past, present, and future. *Body Image*, 2004, 1, 1-5. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00011-1)
7. Evens, O., Stutterheim, E. S., & Alleva, J. M. (2021). Protective filtering: A qualitative study on the cognitive strategies young women use to promote positive body image in the face of beauty-ideal imagery on Instagram. *Body image*, 2021, 39, 40– 52. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.06.002>
8. Galioto, R. & Crowther, J. H. (2013). The effects of exposure to slender and muscular images on male body dissatisfaction. *Body Image*, 2013, 4, 566-573. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.07.009>
9. Grogan, S. (2006) Body Image and Health: Contemporary Perspectives. *Journal of Health Psychology*. 2006, 11(4): 523-530. <https://doi.org/10.1177/1359105306065013>

10. Kring, A. M., Johnson, S. L., Sheri, L., Davidson, G. C. & Neale, J. (2017) trad.it. *Psicologia Clinica*. Bologna: Zanichelli.
11. Logrieco, G., Marchili, M. R., Roversi, M. & Villani, A. (2021). The Paradox of Tik Tok Anti-Pro-Anorexia Videos: How Social Media Can Promote Non-Suicidal Self-Injury and Anorexia. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 2021, 18(3): 1041.
12. Ministero della salute. (2013). *Che cos'è la salute mentale*. Trovato il 14-11-2023 in <https://www.salute.gov.it/portale/saluteMentale/dettaglioContenutiSaluteMentale.jsp?lingua=italiano&id=171&area=salute%20mentale&menu=vuoto>
13. Nerini, A., Stefanile, C., & Mercurio, C. (2009). L'immagine corporea. *I disturbi dell'immagine corporea*, (pp.1-13). Milano: McGraw-Hill.
14. Nicewicz, H. R. & Boutrouille, J. F. (2022). *Body Dysmorphic Disorder*. Trovato il 14- 11- 2023 in <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK555901/>
15. 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*, 2022, 40, 158-164. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.009>
16. Roberts, S. R., Maheux, A. J., Hunt, R. A., Ladd, B. A. & Choukas-Bradley, S. (2022). Incorporating social media and muscular ideal internalization into the tripartite influence model of body image: Towards a modern understanding of adolescent girls' body dissatisfaction. *Body Image*, 2022, 41, 239-247. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.002>
17. Tylka, T. L. & Wood-Barcalow, N. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 14, 118-129. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
18. Vuong, A. T., Jarman, H. K., Doley, J. R. & McLean, S. A. (2021). Social Media Use and Body Dissatisfaction in Adolescents: The Moderating Role of Thin- and Muscular- Ideal Internalisation. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 2021, 18(24): 13222. <https://doi.org/10.3390/ijerph182413222>
19. Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L. & Augustus-Horvath, C. L. (2010). “But I Like My Body”: Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, 2010, 7, 106-116. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.01.001>