

---

# Ricerche, studi e riflessioni sull'impatto di immagini corporee e attività motorie in fruitori di social media<sup>1</sup>

---

Alessandro Bortolotti<sup>2</sup> e Sabrina Giorgini<sup>3</sup>

## Sommario

Il presente contributo intende mettere in luce il possibile impatto sul benessere di adolescenti e giovani adulti fruitori dei social media, in relazione al connubio tra attività motoria e immagine corporea ritenuta perfetta. Le ricerche indicano che simili contenuti, a causa di inevitabili confronti con coloro che incarnano gli ideali di bellezza, possono provocare negli utenti stati di malessere, insoddisfazione, umore negativo, sconforto e vergogna di sé. Al fine di superare tali insidie, risulta decisiva la scelta di riprogrammare un dialogo interiore originato da consapevolezza dei propri punti di forza e, guidato da indulgenza e flessibilità. I processi descritti mirano ad approfondire un ambito caratteristico del Postumanesimo, in particolare il triangolo comunicativo e relazionale formato da chi produce i contenuti multimediali, i loro fruitori e l'ambiente di scambio, ovvero i *social media*. A nostro avviso, a tale proposito appare utile l'assonanza interpretativa con il Mito della Caverna di Platone, cornice epistemica incredibilmente attuale per comprendere la natura dei fenomeni presi in considerazione, nonché la loro gestione attraverso la consapevolezza e il confronto con gli altri.

## Parole chiave

Social media, Fitspiration, immagine corporea, comunicazione, postumanesimo.

---

<sup>1</sup> Gli autori hanno elaborato e concordato pienamente i contenuti qui presentati; tuttavia, i paragrafi vanno così assegnati: ad Alessandro Bortolotti i paragrafi primo, secondo e sesto; a Sabrina Giorgini i paragrafi terzo, quarto e quinto.

<sup>2</sup> Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita, Alma Mater Studiorum, Università degli studi di Bologna – Campus di Rimini.

<sup>3</sup> Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita, Alma Mater Studiorum, Università degli studi di Bologna – Campus di Rimini.

---

# Research, studies, and reflections on the impact of body images and physical activities on social media users<sup>1</sup>

---

Alessandro Bortolotti<sup>2</sup> and Sabrina Giorgini<sup>3</sup>

## Abstract

The primary objective of this study is to elucidate the potential ramifications on the psychological well-being of adolescents and young adults who engage with social media, particularly concerning the juxtaposition of physical activity and societal standards of an ideal body image. Existing literature suggests that exposure to such content often leads users to experience feelings of distress, dissatisfaction, negative affect, demotivation, and self-deprecation, largely due to inevitable comparisons with individuals epitomizing conventional standards of beauty. To mitigate these adverse effects, it is imperative to advocate for a paradigm shift towards fostering an internal dialogue rooted in self-awareness, strengths-based perspectives, self-compassion, and adaptability. This study endeavors to delve into an area emblematic of Posthumanism, specifically examining the communicative and relational dynamics among content creators, users, and the social media platform itself. Moreover, we propose a conceptual alignment with Plato's Allegory of the Cave as a pertinent epistemological framework for comprehending the essence of the phenomena under scrutiny and navigating them through enhanced consciousness and contextual comparison.

## Keywords

Social media, fitspiration, body image, communication, posthumanism.

---

<sup>1</sup> Gli autori hanno elaborato e concordato pienamente i contenuti qui presentati; tuttavia, i paragrafi vanno così assegnati: ad Alessandro Bortolotti i paragrafi primo, secondo e sesto; a Sabrina Giorgini i paragrafi terzo, quarto e quinto.

<sup>2</sup> Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita, Alma Mater Studiorum, Università degli studi di Bologna – Campus di Rimini.

<sup>3</sup> Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita, Alma Mater Studiorum, Università degli studi di Bologna – Campus di Rimini.

## Introduzione

Il presente contributo riporta studi circa gli effetti provocati su adolescenti e giovani adulti fruitori di immagini pubblicate nei social, focalizzandosi sulla definizione di modelli corporei e attività motorie ideali. Le ricerche indicano che, principalmente a causa di inevitabili confronti rispetto a contenuti percepiti come incarnazione di perfezione, la fruizione dei social può provocare negli utenti stati di malessere, insoddisfazione, umore negativo, scoraggiamento, vergogna di sé. L'impatto nocivo coinvolge in genere soggetti inclini appartenenti a determinate fasce d'età, sia di genere maschile che femminile, e può sfociare in disturbi alimentari ed esercizio ossessivo, oppure nell'allontanamento dall'attività motoria, con ripercussioni sulla salute mentale. Nel tentativo di mitigare questi aspetti negativi sorgono proposte ispirate al fenomeno detto *Fitspiration* (*Fitspo*), orientato al superamento di problemi provocati dall'idealizzazione corporea e finalizzato a ispirare gli spettatori a condurre uno stile di vita sano prevalentemente (ma non solo) attraverso l'attività fisica e l'alimentazione corretta. L'analisi empirica dimostra, però, che *Fitspo* sostiene modelli poco credibili, aggravate da tendenze a sponsorizzare prodotti commerciali e con richiami sessuali.

Al fine evitare tali problematiche, è fondamentale riprogrammare le comunicazioni avviando sviluppando dialoghi basati su indulgenza e flessibilità, consapevolezza dei propri e altrui punti di forza e debolezza. Occorre accompagnare le pratiche con tecniche di respirazione e meditazione, favorendo comprensione e calore umano, come anche i meccanismi delle comunicazioni social da parte dei giovani. Riducendo l'atteggiamento ipercritico, migliora la percezione dell'immagine corporea. Al proposito, per contrastare falsi miti e accrescere il controllo emotivo, sono utili interventi basati sull'attivismo sociale, gruppi di discussione su Facebook, podcast, workshop. La scrittura espressiva aiuta a razionalizzare percezioni ed esperienze negative, facilita l'autoconsapevolezza e l'accettazione di sé, modulando le strategie di coping dei social, originariamente focalizzati sull'inclusione sociale.

Tenendo presente che siamo immersi nel Postumano, epoca caratterizzata da figure umane «ibride», i processi qui descritti mirano ad approfondire un ambito caratteristico della contemporaneità, ovvero il triangolo comunicativo-relazionale formato da chi produce contenuti multimediali, i fruitori e l'ambiente comunicativo, cioè i *social media*. Benché appaia incredibile, si scorgono similitudini con il Mito della Caverna di Platone che, una volta attualizzato, funge da cornice epistemica relativa ai fenomeni qui considerati e fornisce alcuni suggerimenti utili alla gestione del fitness.

Va ricordato come l'uso della tecnica, sebbene non costituisca prerogativa unicamente umana visto che pure gli animali l'utilizzano (ad esempio per la costruzione di nidi o dighe), tuttavia nell'uomo ha raggiunto livelli di sviluppo

incredibili, soprattutto rispetto alle generazioni precedenti. Tale progressione è costante e provoca cambiamenti significativi, tanto da condurci alla fase del Postumanesimo caratterizzata da una profonda integrazione tra uomo e tecnologia, che mette in crisi i concetti tradizionali dell'umanità. Nell'era del Postumano, infatti, i rapporti con la natura, la scienza, la filosofia, l'arte, lo sport e le attività ricreative assumono una nuova dimensione. Le posizioni di chi si professa postumano possono essere sintetizzate nella considerazione di sé come essere «ibrido» incorporato in un mondo tecnologico esteso, che per di più accetta di non essere più un «elemento centrale» dell'intero Universo.<sup>1</sup>

In ogni caso, ci pare lecito sostenere come la dimensione tecnica non coinvolga solo il rapporto con il mondo ma sia assolutamente connaturata alla condizione umana, come spiega Marcel Mauss (1934) attraverso il concetto socio-antropologico di «tecniche del corpo». Queste ultime assumerebbero un ruolo fondamentale nella cura personale, dal momento che soddisfano bisogni biologici (quali, ad esempio: riposo, nutrimento, deiezione, riproduzione, igiene, esercizio fisico, comunicazione) ma attraverso usi e costumi culturalmente tramandati all'interno delle diverse società. In sintesi, mentre i bisogni sono biologici, i modi con cui vengono espletati sono invece socioculturali. Lo stesso processo coinvolge anche l'agricoltura e l'allevamento, costituite anch'esse da tecniche che «sfruttano» la natura per garantire il nutrimento. Ciò confermerebbe la tesi secondo cui la «natura» umana è culturale (simbolica), grazie alle capacità tecnologiche che l'uomo applica su tutto.

Tuttavia la tecnica non può risolvere ogni problema, spesso non senza crearne altri. Ciò che appare evidente è l'impatto dell'attività produttiva sull'ambiente, tanto che il cosiddetto antropocene pare abbia creato fenomeni quali: global warming, inquinamento e così via. Ciò significa che la tecnologia è senza dubbio molto potente e utile, ma può anche risultare estremamente pericolosa se non viene gestita in modi corretti, attraverso un approccio di sensibilizzazione.

Anche nel campo dell'educazione fisica è bene che ogni educatore sia consapevole circa il senso delle attività che propone, eventualmente anche sui social, in quanto tali «tecniche corporee» indirizzano i partecipanti a un rapporto (più o meno sostenibile) con il sé, gli altri e il mondo. Risulta dunque opportuno chiedersi come impostare una comunicazione che rispetto alle epoche precedenti si è spostata sempre più in ambiente virtuale. Al fine di riflettere sull'intreccio tra mondo reale e percepito, appare utile fare riferimento al celeberrimo mito della Caverna di Platone (1990). Quest'ultimo, elaborato circa 2400 anni fa, non va inteso nei suoi significati originali ma perché offre un modo di analizzare i

---

<sup>1</sup> Per maggiori approfondimenti si suggerisce di leggere il Manifesto del Postumanesimo di Robert Pepperel, disponibile al seguente link: <http://www.kainos.it/numero6/emergenze/emergenze-pepperell-it.html#alto> (consultato il 10/05/2024).

rapporti tra chi possiede solo dati «indiretti» e chi invece può disporre di una conoscenza completa. In breve: l'allegoria presenta alcune persone che vivono in una caverna da dove possono percepire solo le ombre delle vicende terrene che ritengono siano reali dal momento che non possiedono altri termini di paragone. A un certo punto un cavernicolo intraprendente esce e, benché inizialmente accecato dal sole, si rende conto che fuori la vita è di un'altra natura. Una volta rientrato, costui tenta di spiegare le differenze tra esterno e interno, ma dai cavernicoli viene considerato un pazzo senza credibilità perché le sue parole risultano insensate ed è pure diventato goffo nei movimenti a causa della sopravvenuta desuetudine a muoversi al buio.

Piegando l'allegoria come narrazione utile ai nostri fini, le ombre della caverna possono essere paragonate alle immagini virtuali e il mondo reale quello all'aperto. Risulta per noi rilevante la questione che riguarda le diverse visioni tra chi può accedere all'istruzione e quindi disporre di conoscenze solide e complete (avendo visto sia dentro che fuori) e chi no, avendo solo vissuto all'interno della caverna. Nell'allegoria, l'enorme differenza suscita difficoltà di comprensione e ostilità, evidenziando il ruolo cruciale della credibilità di chi intende educare. Se non si condividono contesto, lingua, obiettivi, insomma, risulta arduo essere credibili; del resto, lo stesso termine comunicare indica che per comprendersi occorre appunto «mettere in comune» i contenuti. Nel nostro caso potremmo dunque ricordare come i giovani fruitori dei post social non hanno grande accesso alla «illuminazione esterna», spetta pertanto a chi possiede anche tale conoscenza aiutare i primi a comprendere la natura dei processi. Per capire come procedere in questo senso nel campo dell'attività motoria, rivolgiamo ora l'attenzione a contenuti specifici.

## **Una revisione di attuali ricerche scientifiche sull'impatto di contenuti social riguardanti le immagini corporee**

Il testo riguarda una revisione sull'uso dei *social media* (Instagram, Facebook e TikTok) per la promozione dell'attività motoria. Sono state analizzate ricerche scientifiche internazionali al fine di individuare fenomeni comuni. Il focus principale è l'impatto delle foto e dei video di persone allenate sui fruitori dei social. La ricerca, che copre il periodo dal 2019 al 2023, si basa su articoli trovati con i termini *fitspiration* e *body image*. Essa esamina i fenomeni connessi e il forte impatto socioculturale su giovani adulti e adolescenti, ma non include studi italiani.

L'analisi dei lavori individuati, ha ben presto permesso di comprendere per saturazione (ovvero un pressoché totale allineamento dei contenuti) che la fruizione dei social induce spesso insoddisfazione nei destinatari a causa di inevitabili confronti tra il proprio aspetto fisico e i «modelli» che enfatizzano un

immaginario corporeo fatto di ideali «inarrivabili». L'analisi delle questioni legate agli stereotipi di perfezione fisica e l'esperienza professionale<sup>2</sup> evidenziano che sentirsi inadeguati può portare all'allontanamento dall'attività motoria. Questo problema richiede interventi coordinati e comunicazioni equilibrate. L'ideale corporeo, parte integrante della psicologia del sé, è fortemente influenzato dalle immagini di corpi ideali trasmesse dai media tradizionali e dai social media.

Secondo Mills, Minister e Samson (2022), il confronto con il proprio aspetto porta spesso a insoddisfazione, spiegabile tramite un modello che include vergogna corporea, immagine corporea positiva e consapevolezza. La ricerca esamina dettagliatamente questi aspetti per individui a rischio di insoddisfazione corporea, suggerendo di valutare la vergogna corporea, coltivare l'immagine corporea positiva e sviluppare strategie per aumentare la consapevolezza di sé. Vandebosch, Fardouly e Tiggemann (2022) esaminando le tendenze recenti riguardanti la ricerca della perfezione dell'immagine corporea sui social media, notano che Instagram, con la sua enfasi sulle immagini, sembra avere effetti più negativi rispetto a Facebook, che è più orientato al testo. Lo studio evidenzia che scattare e modificare selfie su Instagram può avere impatti particolarmente negativi sulla percezione dell'immagine corporea, causando disagio nei soggetti che visualizzano tali foto. Inoltre, i commenti positivi sui selfie pubblicati possono amplificare gli effetti dell'esposizione a contenuti idealizzati, creando un «gioco di specchi» con risultati negativi. Tuttavia, i contenuti come le etichette «body positive» possono avere un impatto utile se sono presenti nel testo di un post, piuttosto che nell'immagine stessa. Le parole possono dunque stimolare riflessioni utili per favorire la consapevolezza e l'accettazione di sé stessi, risultando più efficaci delle sole immagini nel promuovere il miglioramento personale.

La ricerca di Tiggemann (2022) dimostra che la possibilità di modificare digitalmente le foto porta a una mancanza di realismo, poiché le immagini rispecchiano gli attuali paradigmi di bellezza. Inoltre, segnala come l'aggiunta di etichette che segnalano le alterazioni digitali non sembra sufficiente a evitare gli effetti negativi come l'insoddisfazione corporea e il cattivo umore. Anche se le etichette indicano la natura irrealistica delle immagini, gli spettatori tendono comunque a confrontarsi con il modello ideale rappresentato, provando vergogna e influenzando negativamente il loro umore. Quindi, nonostante le avvertenze, è difficile distinguere le immagini reali da quelle alterate. Rodgers et al. (2023) evidenziano le preoccupazioni riguardanti il peso e altri aspetti fisici, un tema d'interesse globale. Sottolinea quindi il ruolo negativo dei mass media, inclusa la stampa, nel contribuire alla commercializzazione di prodotti per la forma corporea e il peso che aumentano il rischio di comportamenti estremi di controllo

---

<sup>2</sup> L'esperienza di personal trainer permette di verificare reazioni non sempre positive, forse legate a bisogni e insoddisfazioni profonde, suscitate dalle immagini social.

del peso e conseguenti disturbi alimentari. La letteratura documenta la stretta relazione tra esposizione ai media e rischio di disordini alimentari, con un'attenzione crescente all'associazione tra fruizione dei social media e problemi di dieta.

L'ultimo studio di Carter et al. (2022) esamina la relazione tra vergogna per il peso corporeo, autocritica e salute mentale per gli individui di tutte le fasce di peso corporeo. In totale 1695 partecipanti hanno completato una serie di misurazioni online attraverso lo Structural Equation Modeling,<sup>3</sup> per valutare la relazione tra le seguenti variabili: peso reale, peso percepito, rango sociale (tale variabile ha in essere dei sottogruppi di variabili: confronto sociale, vergogna per il peso corporeo, sottomissione), autocritica (i sottogruppi considerati sono: inadeguatezza e odio per se stessi) e sintomi ansioso-depressivi. Il peso corporeo percepito è risultato essere più importante del peso corporeo effettivo nel percepire la *body shame*. Gli individui classificati in intervalli di BMI più elevati si affidano maggiormente alla forma di autocritica dell'odio per se stessi, che predice in modo significativo i sintomi di carattere ansioso-depressivo.

Secondo Czepczor-Bernat (2022), sia la *body shame* che la giovane età influenzano l'intensità dell'esercizio fisico e il peggioramento dello schema corporeo percepito. Le giovani donne mostrano una minore immagine positiva del proprio corpo rispetto alle donne adulte. La ricerca su 65 nazioni ha rilevato differenze significative nel divario tra corpo reale e quello percepito, con un'associazione positiva tra apprezzamento del corpo e soddisfazione della vita, relazioni stabili e vita rurale. Questi elementi influenzano positivamente la percezione del corpo, suggerendo una concezione universale del fenomeno: le differenze tra genere ed età sono trascurabili. Un apprezzamento positivo del corpo è invece associato a: soddisfazione della vita, relazione stabile e appagante, vita rurale.

## La fitspiration

Concentriamo ora l'analisi delle ricerche empiriche sulla #fitspiration, (detta anche #fitspo), sintetizzabile nelle seguenti posizioni: «ispiro a sentirmi e apparire come i post mi suggeriscono», il fenomeno virale sui social media di pubblicare immagini, citazioni e consigli che siano d'ispirazione ed esortino a praticare esercizio fisico, ad avere una corretta alimentazione e sane abitudini, uniti con l'hashtag #fitspiration o #fitspo.

---

<sup>3</sup> Si tratta di un insieme di metodi utilizzato dagli scienziati che svolgono sia ricerche osservative che sperimentali. Il SEM (modellazione di equazioni strutturali), utilizzato dalle scienze sociali, implica un modello che rappresenta il modo in cui si ritiene che i vari aspetti di un fenomeno siano collegati causalmente tra loro. Le connessioni causali sono rappresentate con equazioni o diagrammi. Ciò rende possibile utilizzare le connessioni tra le variabili osservate per la stima degli effetti e la verifica della coerenza o meno tra i dati osservati e le ipotesi fatte.

Raggatt, Wright, Carrotte, Jenkinson, Mulgrew e colleghi (2018) hanno indagato sul fenomeno, finalizzando la ricerca a: 1) descrivere i tipi di contenuti di *fitspiration* a cui gli utenti accedono e il modo in cui interagiscono con i contenuti; 2) indagare sui comportamenti alimentari e di esercizio fisico disordinati e sul disagio psicologico delle persone che accedono a *fitspiration*; 3) comprendere l'influenza percepita di *fitspo* su salute e benessere.

I partecipanti<sup>4</sup> interessati a *fitspiration* sono stati reclutati tramite social media e hanno completato un sondaggio online.<sup>5</sup> Hanno mostrato preferenza per contenuti di personal trainer, atleti e persone comuni; riportato benefici come supporto sociale e informazioni sulla salute, ma anche possibili effetti negativi sul benessere e la percezione degli obiettivi relativi alla salute. I contenuti di esperti sono stati considerati più affidabili. Un'analisi complessiva ha rivelato che una percentuale significativa dei partecipanti era a rischio di disturbi alimentari, disagio psicologico e comportamenti di esercizio dipendenti. Pertanto, la *fitspo* non può essere considerata un rimedio affidabile poiché molti partecipanti a tali programmi hanno riportato disagio, dipendenza e rapporti non sani con il cibo.

È risultato che i partecipanti consultano di solito i contenuti pubblicati da personal trainer e atleti (59,4%), post contrassegnati dall'hashtag *#fitspiration* (53,9%) e pubblicati da persone «comuni» (53,3%).

I partecipanti hanno segnalato vantaggi della *fitspiration* come maggiore supporto sociale e accesso a informazioni sulla salute, ma hanno anche notato possibili effetti negativi sul benessere e la percezione degli obiettivi salutari. I contenuti di persone riconoscibili o esperti sono stati considerati più affidabili. Complessivamente, una percentuale significativa dei partecipanti (17,7%) era a rischio di disturbi alimentari, a disagio psicologico il 17,4%, il 10,3% a rischio di comportamenti di esercizi che creano dipendenza. Secondo la Raggatt, la *fitspiration* non è sempre uno strumento di aiuto e non può essere considerata un rimedio affidabile, poiché molti partecipanti hanno riportato disagio, dipendenza e un rapporto non sano con il cibo.

Ahrens, Brennan, Eaglesham, Buelo, Laird, Manner et al. (2022) hanno elaborato uno studio al fine di far chiarezza sul contenuto delle immagini prodotte<sup>6</sup> da diverse fonti relative al fitness, comparando quelle dei marchi di fitness rispetto

<sup>4</sup> N = 180, 151 donne, età media 23 anni (IQR 19,0, 28,5).

<sup>5</sup> Il disagio psicologico dei partecipanti è stato misurato utilizzando la Kessler 10 Psychological Distress Scale (K10); i comportamenti alimentari col test EAT-26; quelli di esercizio compulsivo utilizzando l'inventario della dipendenza da esercizio (EAI). I partecipanti hanno anche risposto a una serie di domande a risposta aperta sulle loro esperienze con la *fitspiration*. Per i dati quantitativi è stata condotta un'analisi statistica descrittiva, individuando temi chiave con un processo iterativo di codifica aperta, assiale e tematica.

<sup>6</sup> È stata condotta un'analisi longitudinale del contenuto, ossia una raccolta coerente di opinioni dello stesso gruppo di individui nel corso di un determinato periodo temporale su un campione di 400 immagini di Instagram. La conduzione di questo tipo di studio permette di monitorare le variazioni nelle opinioni ed esperienze del campione preso in esame di persone.

ai singoli utenti. I contenuti sui social tra il 2019 e il 2021, a livello femminile risultano essere più incentrati su richiami sessuali e rappresentano maggiormente l'ideale di vestibilità, tutti elementi che incentivano la vendita; mentre i marchi di fitness<sup>7</sup> producono contenuti più diversificati su Instagram. Gli influencer nel settore del fitness sono in aumento, con una crescita di visibilità e follower, mentre i marchi di fitness stanno perdendo popolarità. Questa tendenza riflette le differenze nei contenuti prodotti da diversi tipi di account Instagram e sottolinea il potere di social media e influencer nella promozione dei prodotti. La tendenza attuale vede la preferenza dei marchi nel fornire raccomandazioni da parte di influencer anziché ricorrendo a persone sconosciute per le loro campagne di marketing, come accadeva prima del 2019.

Barron, Krumrei-Mancuso, Harriger (2021) collegano la visualizzazione di immagini idealizzate sui social media all'insoddisfazione del corpo e a scarsa consapevolezza. La ricerca comprende due indagini separate condotte negli Stati Uniti: una su studenti universitari (N = 180; 62 uomini e 118 donne) e l'altra su un campione comunitario reclutato tramite Amazon Mechanical Turk (N = 296; 173 uomini e 123 donne). In entrambe le indagini, i partecipanti hanno visualizzato: immagini di soggetti dello stesso sesso, citazioni di presa di consapevolezza, una combinazione di immagini e citazioni, infine immagini neutre di controllo. I risultati indicano gli effetti dannosi dell'esposizione ai contenuti di *fitspiration* e gli effetti positivi dell'esposizione ai contenuti di consapevolezza sui social media per uomini e donne, in particolare su studenti universitari. Ciò mostra che la *fitspiration* ha effetti negativi su entrambi i generi. I ricercatori suggeriscono un'alternativa positiva attraverso contenuti che promuovono consapevolezza di sé, conclusione condivisa anche da altri studiosi.

Jerónimo, Carraça (2022) analizzano l'associazione tra frequenza di visualizzazione di *fitspiration* e le motivazioni per l'esercizio,<sup>8</sup> evidenziando come l'esposizione e i confronti con l'aspetto fisico abbiano aumentato l'insoddisfazione e l'umore negativo associate a immagini corporee negative specialmente nelle popolazioni femminile e di giovani, che sono i più esposti a questi contenuti.

Arrivano a conclusioni simili anche Pryde e Prichard (2022), confermando sperimentalmente come gli effetti dell'esposizione ai video di *fitspo* su TikTok inducano insoddisfazione per l'aspetto corporeo e cattivo umore in giovani donne. Viene analizzato un campione randomizzato di 120 giovani Australiane di 18-25 anni, esposte a video sia di *fitspo* che artistici su TikTok: i primi hanno portato a percezioni negative sull'aspetto estetico e l'umore; i video artistici non hanno invece aumentato l'insoddisfazione del proprio corpo. Il confronto estetico ha

<sup>7</sup> Come ad esempio Nike, Under Armour...

<sup>8</sup> Nello specifico diciannove studi hanno analizzato la relazione tra l'ispirazione e l'immagine corporea; dodici hanno analizzato l'associazione tra l'esposizione all'ispirazione e le tendenze al confronto dell'aspetto fisico; nove hanno analizzato l'associazione tra il contenuto dell'ispirazione e l'umore.

mitigato l'effetto ispiratore dei video di fitspo sull'insoddisfazione del corpo e sull'umore, ma non ha influenzato l'ideale di corpo perfetto. I risultati indicano che guardare video di fitspo su TikTok induce il confronto estetico e il paragone con le persone presenti nei video.

Curtis, Prichard, Gosse, Stankevicius, Maher (2023) hanno verificato l'attendibilità di influencer in base al contenuto di pubblicazione. Attraverso la ricerca è emerso che molti account contenevano meno di quattro post relativi a fitness (n = 41); al contrario era presente sessualizzazione o oggettivazione (n = 26), nudità o abbigliamento inappropriato (n = 22) e/o tipi di corpo estremi (n = 15). Tre account hanno fallito su tutti e quattro i criteri, mentre 13, 10 e 33 hanno fallito rispettivamente su tre, due o un criterio.

In conclusione, solo il 41% degli account è stato considerato credibile; i titolari di account credibili di fitspiration sono donne (59%), di età compresa tra 25 e 34 anni (54%), di razza caucasica (62%) e statunitensi (79%). La metà possedeva una qualifica correlata all'attività fisica o alla salute fisica (ad esempio, personal trainer, fisioterapista; 54%) e proponeva contenuti inerenti, come esempi di allenamento. Quasi il 60% dei popolari account di fitspiration analizzati, offrivano contenuti poco credibili, contenenti elementi di sessualizzazione, oggettivazione o promozione di forme del corpo malsane o irrealistiche. Il corpo diventa strumentale ad altre finalità, come il profitto di multinazionali.

Slater, Varsani e Diedrichs (2017) hanno condotto uno studio sperimentale presso 160 studentesse dell'Università del West dell'Inghilterra a Bristol, esaminando l'impatto dell'esposizione a immagini di fitspo e citazioni di consapevolezza sui social media sulla soddisfazione e l'apprezzamento del corpo, la consapevolezza e l'umore negativo delle studentesse universitarie. Le ragazze esposte alle citazioni di consapevolezza hanno mostrato maggiore soddisfazione e apprezzamento del corpo, oltre a una minore compassione e umore negativo, rispetto a quelle che hanno visto solo immagini di fitspo senza messaggi che facilitano la consapevolezza. Dunque, pare che la combinazione di immagini di fitspo con citazioni di consapevolezza sembri portare a risultati migliori rispetto alla sola visualizzazione di immagini. Questo suggerisce una prospettiva positiva per il futuro, incoraggiando un approccio costruttivo verso la consapevolezza corporea e offrendo una nuova strada per mitigare l'impatto negativo dei social media sull'insoddisfazione del corpo nelle donne e nei giovani.

Oliveira, Pires, Ferreira, (2020) esplorano l'effetto moderatore dei consigli alimentari del caregiver (in questo caso: chi impartisce consigli pratici che fungono da guida) sui social, inerenti alle associazioni tra vergogna del corpo, peso, preoccupazioni legate alla forma e l'adozione di un regime alimentare rigido e inflessibile. Viene dimostrato il ruolo centrale del caregiver nei messaggi sui consigli alimentari in relazione a: comportamento alimentare, immagine corporea e peso dell'individuo.

Anche Daye, Webb, Jafari (2014) evidenziano come i resoconti retrospettivi dei messaggi di alimentazione restrittiva e critica del caregiver siano positivamente correlati alla vergogna del corpo e negativamente a consapevolezza e credenze sul controllo dell'aspetto; la consapevolezza sembrerebbe attenuare il legame diretto tra messaggi alimentari critici del caregiver con il controllo esasperato e la vergogna del proprio corpo (*body shame*).

Oliveira, Pires e Ferreira (2020), in uno studio che ha coinvolto 479 donne di età compresa tra 18 e 60 anni, hanno esaminato la correlazione tra i messaggi alimentari restrittivi/critici del caregiver e la vergogna, l'alimentazione rigida e la sopravvalutazione del peso e della forma corporea. I risultati indicano che tali messaggi aumentano l'impatto della vergogna per il corpo. Il 19% del campione ha mostrato abitudini alimentari rigide, il 38% era preoccupato per il peso e la forma corporea. Questi risultati suggeriscono che i consigli alimentari critici del caregiver attraverso i social media possono generare vergogna per il corpo e fatica a gestire la dieta e sani stili di vita in molti soggetti.

### **Possibili interventi positivi tramite i social: l'analisi della letteratura**

Partendo dalle basi della ricerca sui social, siamo giunti alla conclusione che sia possibile immaginare un utilizzo responsabile di crescita personale sia per quanto riguarda i sani stili di vita, sia al riguardo dell'attività motoria. Anche i recenti fatti su casi che non riguardano direttamente i contenuti corporei hanno catalizzato l'attenzione di televisioni e giornali, a indicare la necessità tempestiva di veicolare l'informativa social verso una maggior trasparenza e verità.<sup>9</sup> Non solo: è notizia del tutto attuale che il Sindaco di New York, Eric Adams, ha fatto causa a Tik Tok, Facebook e You Tube, colpevoli di attrarre, catturare e creare dipendenza nei giovani, con danni alla salute mentale.<sup>10</sup>

La nostra ricerca si è occupata di trovare soluzioni, proponendo come rimedio risolutivo la *self-compassion*, chiave di risoluzione ed elemento comune a tutte le recenti ricerche considerate, per un possibile scenario positivo e consapevole di utilizzo dei social. Questa auspica un utilizzo più realistico, veritiero e trasparente dei social, attraverso contenuti e altri interventi che facilitino la presa di consapevolezza rispetto alla fondamentale importanza di uno stile di vita sano, inclusivo, che non dipenda da un ideale di bellezza fisica irrealista, rispettoso delle proprie unicità e soprattutto che incoraggi ad andare al di là di un obiettivo puramente estetico e troppo spesso lontano. Il focus sul range d'età preso in esame coinvolge due fasce ben precise: la prima va dai 15 ai 18, la seconda fino ai 30 anni.

---

<sup>9</sup> A questo proposito spicca il «Pandorogate», la cui protagonista assoluta è stata la nota influencer Ferragni.

<sup>10</sup> <https://amp24.ilssole24ore.com/pagina/AFpwW4jC> (pagina visitata il 16-02-2024).

Mahon, Hevey (2023) adottano una sperimentazione pilota d'intervento di auto-consapevolezza per affrontare le preoccupazioni sull'immagine corporea degli adolescenti (età 15-18) legate ai social media. L'intervento si basa sul Compassionate Mind Training (CMT; Gilbert, 2014), un approccio che è stato ampiamente studiato nel contesto dei disturbi dell'alimentazione e dell'immagine corporea (CFT-E: Goss et al., 2010; Steindl et al., 2017). L'addestramento mentale compassionevole comporterebbe l'attivazione di un sistema calmante nei centri di regolazione affettiva, i quali riducono la risposta di minaccia e pulsione, tipica dello stress e responsabile di autocritica e vergogna. Tale riprogrammazione mentale permetterebbe di regolare il sistema cerebrale legato alle emozioni, riuscendo a scindere il reale dal finto pericolo. È risultato che Digital SMART (Social Media Adolescent Resilience Training), un intervento CMT sull'immagine corporea della durata di 5 settimane organizzato nelle scuole, migliorerebbe la presa di consapevolezza e l'apprezzamento del corpo, riducendo autocritica (questi tre elementi soprattutto nelle ragazze), insoddisfazione corporea (ottimo risultato anche nei ragazzi) e i confronti tra l'aspetto e l'interiorizzazione dell'ideale corporeo, dal pre al post intervento, e che questi cambiamenti sarebbero mantenuti nei Follow-up a 3 mesi.<sup>11</sup>

Abdollahi, Prasad, Abdelrasheed, Alshahrani, Shoja e colleghi (2023) hanno, invece, realizzato un'indagine empirica sulle relazioni tra compassione corporea, ansia sociale del fisico e perfezionismo del corpo nei giovani iraniani studenti universitari maschi e femmine tra i 18 e i 25 anni di Teheran, in Iran.

Un campione di 418 studenti universitari (n = 418: 217 donne e 201 uomini) provenienti da tre università di Teheran, in Iran, hanno completato dei questionari online che misuravano il perfezionismo dell'aspetto fisico<sup>12</sup>, la presa di consapevolezza corporea e l'ansia sociale sul fisico. I risultati del presente studio mostrerebbero che gli individui con alti livelli di perfezionismo dell'aspetto fisico hanno maggiori probabilità di sperimentare ansia sociale del fisico. Più le persone interiorizzano gli ideali fisici culturalmente prescritti e più sono

<sup>11</sup> Secondo le risposte degli adolescenti, il programma è risultato essere fattibile e accettabile: le ragazze hanno mostrato aumenti significativi nell'apprezzamento del proprio corpo con  $F(1, 51) = 7,63, p = .008, \eta^2 = .13$  e riduzioni nell'autocritica  $F(1, 53) = 5, p = .03, \eta^2 = .09$ ; mentre i ragazzi hanno mostrato un aumento nella soddisfazione corporea  $F(1, 25) = 6,34, p = 0,019, \eta^2 = 0,20$ , miglioramenti per entrambi i sessi sulla soddisfazione corporea nel follow-up di 3 mesi. L'elevata fidelizzazione (87%) e i tassi di partecipazione (75%) e la pratica di presa di consapevolezza nelle sessioni hanno indicato che Digital SMART è fattibile e produce effetti migliorativi. La mancanza di preoccupazione per l'immagine corporea segnalata dai ragazzi, contrasta con la letteratura che suggerisce che ragazzi e ragazze sperimentano livelli simili di insoddisfazione corporea legata ai social media (Saiphoo e Vahedi, 2019); lo stigma che circonda l'immagine del corpo maschile potrebbe aver impedito ai ragazzi di ammettere queste preoccupazioni (Hargreaves e Tiggemann, 2006). In conclusione, i risultati forniscono un supporto preliminare per la fattibilità, l'accettabilità e l'efficacia di un intervento CMT per migliorare l'immagine corporea dell'adolescente sui social.

<sup>12</sup> I fenomeni del perfezionismo generale, l'insoddisfazione corporea, i sintomi dei disturbi alimentari e del dismorfismo muscolare, l'esercizio ossessivo, sono tutti legati al perfezionismo del corpo.

lontane da questi ideali fisici, più è probabile che questi individui sperimentino ansia sociale del fisico. Quest'ultima influenzerebbe la salute mentale in maniera positiva, per quanto riguarda autostima (Saadat et al., 2017), soddisfazione corporea (McComb e Mills, 2021) e attività motoria adeguata; ma anche in maniera negativa sfociando in possibili disturbi alimentari (Czepiel e Koopman, 2021) e addirittura nel controproducente abbandono dell'attività motoria.

I risultati del modello di equazioni strutturali secondo la Body Compassion Scale (BCS)<sup>13</sup> sviluppata da Altman et al. (2020), mostrano che il perfezionismo del corpo porterebbe a un aumento in maniera direttamente proporzionale dell'ansia sociale del fisico, mentre la consapevolezza permetterebbe di diminuire l'ansia sociale del fisico, agendo in modo inversamente proporzionale a quest'ultima. Emergerebbe, come fattore nuovo, il ruolo di moderatore della presa di consapevolezza tra il perfezionismo del corpo e l'ansia sociale del fisico.

Il perfezionismo del corpo sembrerebbe essere un predittore positivo dell'ansia sociale del fisico<sup>14</sup> negli studenti universitari in Iran, da qui è presumibile, a nostro avviso, allargare le conclusioni a tutti i giovani universitari, senza confine di Paese. I soggetti con elevato perfezionismo del corpo sono estremamente preoccupati per le valutazioni negative degli altri riguardo al loro aspetto fisico e questo può portarli ad adottare strategie di coping su cui si fondano i social, nella convinzione di essere considerati dagli altri. La consapevolezza, invece, porterebbe l'individuo ad avere un atteggiamento gentile e privo di giudizio nei confronti del proprio corpo. Il senso di umanità comune può aiutare le persone a ridurre ansia sociale, isolamento e disagio sociale. A dimostrazione di questo, nel gruppo con elevata compassione, la relazione tra perfezionismo del corpo e ansia sociale del fisico non era di entità rilevante, il che significa che la compassione ha svolto un ruolo tampone in questa relazione.

in Irlanda, Mahon e colleghi (2023) hanno elaborato un protocollo di uno studio randomizzato su cluster di BodyKind, programma d'immagine corporea per la fascia d'età 15-17 anni. Sono stati reclutati 600 studenti in 26 scuole di secondo grado, selezionati per metà in modo casuale e per metà in lista d'attesa del Transition Year<sup>15</sup>.

Attraverso il BodyKind<sup>16</sup> sembrerebbe si possa migliorare l'immagine corporea attraverso un approccio innovativo multilaterale finalizzato alla presa di consa-

---

<sup>13</sup> È stata utilizzata tale scala per valutare come le persone percepiscono i difetti e i limiti del proprio corpo. Il BCS misura tre sotto-scale: diffusione, umanità comune e accettazione.

<sup>14</sup> Una possibile spiegazione della correlazione positiva tra perfezionismo del corpo e ansia sociale del fisico è che gli individui con alti livelli di perfezionismo del corpo hanno una valutazione negativa del proprio corpo e sperimentano livelli più elevati di ansia sociale del fisico, perché ritengono di essere lontani dall'ideale fisico sociale.

<sup>15</sup> Il Transition Year è un periodo particolare, non accademico ma strutturato nelle scuole secondarie irlandesi, progettato per facilitare il perseguimento di interessi alternativi e la scoperta di sé.

<sup>16</sup> BodyKind è un programma di quattro lezioni sull'immagine corporea: è eseguito a scuola, guidato dall'insegnante. Basandosi su precedenti studi pilota negli Stati Uniti, questo documento delinea il protocollo per uno studio

pevolezza verso sé e gli altri, alla dissonanza cognitiva e all'attivismo sociale. I risultati primari riguardano: l'apprezzamento del corpo, l'insoddisfazione corporea e il benessere psicologico; quelli secondari: la presa di consapevolezza di sé, nei confronti degli altri, l'interiorizzazione dell'ideale corporeo, i motivi di giustizia sociale e l'uso dei social media incentrato sull'aspetto. Sono stati eseguiti dei follow up prima e dopo l'esperimento, a distanza di due mesi.

### **Workshop di self-compassion e scrittura per raggiungere la consapevolezza di sé**

Passando all'analisi di interventi pratici, appare utile introdurre un approccio di *self-compassion*, che implica atteggiamenti di gentilezza, consapevolezza e umanità, attraverso lezioni con temi diversi.<sup>17</sup> Gli studenti sono incoraggiati a sviluppare il pensiero critico e lo sforzo associato al perseguimento degli ideali estetici, compresi il tempo, il denaro e l'energia necessari. Sono spinti a capire come «smontare» i miti pericolosi sulla cultura alimentare, che contribuiscono alle preoccupazioni sull'aspetto. Questo include scoprire come ad esempio tutti possano raggiungere risultati simili ma con un impegno personalizzato, perché esistono limiti biologici influenzati dai fattori genetici. Gli studenti possono poi sfatare l'idea che evidenziare i difetti del corpo di qualcun altro possa motivare comportamenti salutari, cogliendo così gli effetti controproducenti del body shaming (Lamont, 2015). Attraverso esercizi esperienziali, possono imparare a riformulare pensieri critici e rigidi in forme gentili, tranquillizzanti e che promuovono la consapevolezza di sé. In questo modo, si esplorano corpi che non appaiono ornamenti, bensì autentici soggetti.

Seekis, Bradley e Duffy (2020) hanno condotto uno studio sull'efficacia dell'intervento di Mindful Self-Compassion potenziato da Facebook per migliorare l'immagine corporea in 76 giovani donne da 17 a 21 anni, utilizzando la meditazione, un podcast e la condivisione delle esperienze di insoddisfazione corporea su un gruppo Facebook, tre volte alla settimana per due settimane. I risultati suggeriscono che l'uso di gruppi di discussione sui social media, in particolare Facebook, insieme alla meditazione e alle affermazioni consapevoli, può essere utile nel ridurre le preoccupazioni sul corpo e/o aumentarne l'apprezzamento.

---

di controllo randomizzato a grappolo (cRCT) e la valutazione dell'implementazione del programma BodyKind, adattato al contesto culturale irlandese. L'idea di base parte dal fornire interventi universali sull'immagine corporea basati sull'evidenza scientifica, inclusivi di genere. Tale programma verte sulle interazioni dei giovani sui social, permettendo loro di focalizzarsi sui punti di forza, grazie alla presa di consapevolezza.

<sup>17</sup> Ogni incontro tratta un tema e strategie di consapevolezza, regolazione emotiva e attivismo sociale, per supportare percezioni positive di sé.

Sebbene gli interventi di meditazione a lungo termine (Albertson et al., 2015) abbiano dimostrato miglioramenti nell'immagine corporea, la percentuale di distorsioni e abbandono ai progetti rimane elevata. Per aumentare il coinvolgimento e mantenere l'interesse dei partecipanti, è stato proposto un formato interattivo che combina un workshop faccia a faccia con una sessione singola e un gruppo di discussione online di due settimane. Questa soluzione ha incoraggiato la partecipazione, facilitato l'apprendimento di concetti e strategie, e promosso un cambiamento attitudinale positivo. I dati suggeriscono che l'uso di un ambiente protetto sui social media, come un gruppo chiuso di Facebook, può essere efficace nel promuovere la condivisione e la presa di consapevolezza nel corso della sperimentazione.

Raque e colleghi (2023) applicano l'analisi qualitativa su percorsi attraverso i quali la consapevolezza sarebbe in grado di migliorare l'immagine corporea positiva nelle giovani donne. Sembrerebbe utile al fine di prendere consapevolezza<sup>18</sup> di sé la scrittura creativa:<sup>19</sup> scrivere in prima persona le proprie emozioni, sensazioni e ragionamenti. Scoprire, inoltre, un locus of control interno avrebbe comportato il riconoscimento cognitivo di ciò che ognuno è in potere di cambiare da ciò che non lo è, come espresso dalla citazione di questa partecipante del progetto: «Penso che una volta che ti ami così come sei, è molto più facile prendere il controllo della situazione e cambiare le cose che potrebbero non piacerti di te stesso».

La consapevolezza aiuta a prevenire e ridurre i disordini alimentari e l'immagine corporea negativa, favorendo un rapporto positivo con sé stessi. Questo può ridurre l'enfasi sull'aspetto, diminuire l'auto-giudizio rispetto a standard di bellezza irrealistici, filtrare i confronti sociali e le pressioni sull'ideale di magrezza, accettare le imperfezioni e migliorare autostima e rispetto verso di sé e il proprio corpo. Le donne incoraggiate a scrivere su tali questioni sembrano riuscire a indirizzare consapevolmente parole e pensieri verso un'immagine corporea positiva e accettare il proprio corpo in modo più equilibrato. Gli esercizi di scrittura sembrano modificare il modo in cui le donne si relazionano con il proprio corpo, suggerendo che la consapevolezza possa migliorare l'immagine corporea e le relazioni sociali, incluso l'ambiente online. Questi risultati sugge-

---

<sup>18</sup> Le espressioni di consapevolezza si basano sul focalizzarsi verso di sé e non giudicare la propria immagine corporea, la consapevolezza. Ad esempio, June afferma: «Devo ricordare che a volte va bene sentirsi infelici, ma è importante lasciar passare quei sentimenti. Riconosci che si verificano e vai avanti. È facile rimanere bloccati in uno schema di immagine negativa di sé, ma non è utile».

<sup>19</sup> Quando si vuole porre l'enfasi sull'emotività i soggetti possono scrivere i loro pensieri e sentimenti più profondi su un evento; quando si vuole porre l'attenzione sulle condizioni di controllo, sono incentivati ad appuntare momenti di stimolo neutro che non suscitano emotività perché regolati da ragionamento. L'analisi qualitativa delle informazioni di scrittura espressiva può facilitare la comprensione dei meccanismi di cambiamento. Chi sperimenta un'immagine negativa può riorganizzare i propri pensieri, in modo da impostare un altro modo di relazione con sé stesso.

riscono che la consapevolezza non solo può mitigare le influenze negative, ma anche migliorare il rapporto dei giovani, sia donne che uomini, con sé stessi, immagine corporea compresa.

## Discussione e conclusioni

Le immagini idealizzate del corpo sono molto presenti e popolari sui social media; tuttavia, queste comportano forti rischi sulla salute mentale dei fruitori. Varie ricerche hanno dimostrato come tali immagini provocando un impatto negativo causato atteggiamenti di non accettazione e vergogna verso di sé, causano danni a coloro che le guardano. Ciò è stato confermato dal modello socioculturale che analizza i tre aspetti prevalenti di tale processo: il confronto dell'aspetto tra il soggetto che pubblica l'immagine e chi la vede, l'interiorizzazione degli ideali corporei di bellezza, infine l'insoddisfazione corporea.

Inoltre, le piattaforme che sfruttano immagini (quali Instagram) sono maggiormente disfunzionali per quanto riguarda la percezione della propria immagine corporea, mentre quelle che utilizzano anche messaggi di testo (in particolare Facebook) producono un effetto più positivo sull'immagine corporea. Persino il dichiarare che la foto ha un filtro non rimuove le reazioni di vergogna e odio nel raffronto con la propria immagine corporea. Non va poi dimenticato come pure il peso corporeo percepito assume maggior rilevanza di quello effettivo; inoltre, sia il deterioramento dello schema corporeo che la *body shame* condizionano l'intensità dell'esercizio fisico praticato e una maggior tendenza all'odio verso sé stessi.

Emerge pure il grande potere attribuito alla figura del fit-influencer nel creare condizionamento, non sempre positivo dal punto di vista dell'equilibrio e della flessibilità, in coloro che osservano le immagini dalle quali scatta l'inevitabile confronto estetico sul proprio corpo. Tale figura viene spesso utilizzata dai grandi marchi aziendali per finalità di marketing. Le ricerche evidenziano anche il lato oscuro del fenomeno e come spesso Instagram venga utilizzato in modo improprio, alimentando concetti malsani che provocano senso di vergogna, o addirittura odio di sé e disturbi alimentari.

La #fitspiration, in realtà, sembrerebbe suscitare un'influenza psicologica negativa sui giovani, sia donne che uomini.<sup>20</sup> A livello globale, nelle ricerche emerge che ci si paragona all'ideale di bellezza rappresentato dal soggetto immortalato in foto o video. I video artistici di Tik Tok riguardanti la #fitspo suscitano il paragone sul fronte estetico, ma non condizionano in modo diretto l'insoddisfazione per il proprio corpo. I post di #fitspiration comprensivi di testo, oltre che di sola

---

<sup>20</sup> La maggior parte delle ricerche considera come campione le giovani donne, ma anche in ricerche che prendono come campione giovani uomini le conclusioni sono uguali.

immagine, sono quelli che risultano più positivi nel costruire sane abitudini. Le immagini di Instagram prive di messaggio, invece, predispongano maggiormente i giovani, le donne e gli uomini universitari under 30, a produrre reazioni malsane. Esiste dunque una correlazione diretta tra i messaggi alimentari restrittivi/critici del caregiver e la vergogna da chi legge, alimentazione inflessibile e sopravvalutazione del peso e della forma corporea.

Le ricerche suggeriscono alcune soluzioni per il superamento di tali problematiche, proponendo in particolare processi che favoriscono: autoregolazione e autogestione senza prendere come modello esclusivo le fit-influencer; consapevolezza, ovvero sperimentare e comprendere cosa è adatto a sé, indipendentemente dagli ideali imposti dalla società. Di tali soluzioni necessitano prevalentemente i giovani, sia donne che uomini.

Per sintetizzare il senso educativo di quanto finora riportato, non si può non fare i conti con la tecnica, dimensione che da sempre accompagna lo sviluppo umano. A maggior ragione questo vale nell'epoca Postumana, in cui l'esistenza vitale risulta ormai connotata da una natura *ibrida* (sia biologica che tecnologica). In breve, quest'ultima condizione rappresenterebbe la moderna «caverna» dove si proiettano quelle che il celeberrimo mito Platonico chiama ombre; ma il punto vero è che nel Postumanesimo siamo ormai tutti un po' «cavernicoli», consumatori più o meno attivi e/o passivi di contenuti social. Ricordando anche il celebre motto di Marshall McLuhan (1964), secondo il quale il mezzo è il messaggio, appare dunque fondamentale conoscere come e dove vengono prodotti e veicolati le eventuali immagini e parole, nonché l'impatto di tali messaggi sui soggetti in formazione.

## Bibliografia

- Abdollahi A., Prasad K.D.V., Abdelrasheed N.S.G., Alshahrani S.H., Shoja S.J., Al-Awsi G.R.L., Estrada-Araoz E.G., Singer N., Ramírez-Coronel A.A., Mustafa Y.F. e Iswanto A.H. (2023), *An investigation of relationships between body compassion, social physique anxiety and physical appearance perfectionism in young people from Iran*, «Journal of Eating Disorders», vol. 5, 11(1), p. 90. doi: 10.1186/s40337-023-00807-x. PMID: 37277839; PMCID: PMC10242977.
- Ahrens J., Brennan F., Eaglesham S., Buelo A., Laird Y., Manner J., Newman E. e Sharpe H. (2022), *A longitudinal and comparative content analysis of instagram fitness posts*, «International Journal of Environmental Research», vol. 3, n. 9(11), p. 6845. doi: 10.3390/ijerph19116845. PMID: 35682428; PMCID: PMC9180174.
- Barron A.M., Krumrei-Mancuso E.J. e Harriger J.A. (2021), *The effects of fitspiration and self-compassion Instagram posts on body image and self-compassion in men and women*, «Body Image», vol. 37, pp. 14-27. doi: 10.1016/j.bodyim.2021.01.003. Epub 2021 Feb 5. PMID: 33556914.
- Carter A., Hoang N., Gilbert P. e Kirby J.N. (2022), *Body weight perception outweighs body weight when predicting shame, criticism, depression and anxiety for lower BMI range and*

- higher BMI range adults, «Journal of Health Psychology», vol. 27, n. 0, pp. 2276-2290. doi: 10.1177/13591053211027641. Epub 2021 Jul 9. PMID: 34240637.
- Curtis R.G., Prichard I., Gosse G., Stankevicius A. e Maher C.A. (2023), *Hashtag fitspiration: Credibility screening and content analysis of Instagram fitness accounts*, «BMC Public Health», vol. 2, n. 23(1), p. 421. doi: 10.1186/s12889-023-15232-7. PMID: 36864397; PMCID: PMC9979526.
- Czeczpor-Bernat K. (2022), *The role of body shame and age on appearance-based exercise and positive body image in women from Poland: Preliminary results of a cluster analysis*, «International Journal of Environmental Research and Public Health», vol. 19, n. 23, p.15741. doi: 10.3390/ijerph192315741. PMID: 36497817; PMCID: PMC9740310.
- Daye C.A., Webb J.B. e Jafari N. (2014), *Exploring self-compassion as a refuge against recalling the body-related shaming of caregiver eating messages on dimensions of objectified body consciousness in college women*, «Body Image», vol. 11, n. 4, pp. 547-56. doi: 10.1016/j.bodyim.2014.08.001. Epub 2014 Sep 7. PMID: 25195124.
- Digennaro S. (2024), *The syndrome of multiple bodies: The transformative impact of the onlife existence on preadolescents*, «Frontiers in Education», vol. 9. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/educ.2024.1362448>
- Digennaro S. (2021), *Non sanno neanche fare la capovolta: Il corpo dei giovani e i loro disagi*, Erickson, Trento.
- Digennaro S. e Tescione A. (2024), *Scrolls and self-perception: Navigating the link between social networks and body dissatisfaction in preadolescents and adolescents: A systematic review*, «Frontiers in Education», vol. 9. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/educ.2024.1390583>. <https://doi.org/10.3389/educ.2024.1390583>
- Gilbert P. (2014), *Le origini e la natura della terapia focalizzata sulla consapevolezza*, «British Journal of Clinical Psychology», vol. 53, n. 1, pp. 6-41.
- Goss K., Allan S. e Allen S. (2010), *Terapia focalizzata sulla consapevolezza per i disturbi alimentari*, «International Journal of Terapia Cognitiva», vol. 3, n. 2, pp. 141-158.
- Hargreaves D.A. e Tiggemann M. (2006), «L'immagine corporea è per le ragazze: uno studio qualitativo sull'immagine corporea dei ragazzi», «Giornale di psicologia della salute», vol. 11, n. 4, pp. 567-576.
- Lamont J.M. (2015), *La vergogna del corpo di tratto predice i risultati di salute nelle donne del college: un'indagine longitudinale*, «Journal of Behavioral Medicine», vol. 38, n. 6, pp. 998-1008.
- Mauss M. (1936), *Les techniques du corps*, «Journal de Psychologie», vol. 32, nn. 3,4, pp. 5-23.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*, New York, USA, McGraw Hill.
- Mahon C. e Hevey D. (2023), *Pilot trial of a self-compassion intervention to address adolescents' social media-related body image concerns*, «Clinical Child Psychology and Psychiatry», vol. 28, n. 1, pp. 307-322. doi: 10.1177/13591045221099215. Epub 2022 May 13. PMID: 35549462; PMCID: PMC9908838.
- Mahon C., Hamburger D., Webb J.B., Yager Z., Howard E., Booth A. e Fitzgerald A. (2023), *Protocol of a cluster randomised trial of BodyKind: A school-based body image programme for adolescents*, «BMC Public Health», vol. 23, n. 1, p. 2246. doi: 10.1186/s12889-023-17002-x. PMID: 37964252; PMCID: PMC10647142.
- Mills J.S., Minister C. e Samson L. (2022), *Enriching sociocultural perspectives on the effects of idealized body norms: Integrating shame, positive body image, and self-compassion*, «Frontiers in Psychology», vol. 25, n. 13, p. 983534. doi: 10.3389/fpsyg.2022.983534. PMID: 36506975; PMCID: PMC9732395.
- Oliveira S., Pires C. e Ferreira C. (2020), *Does the recall of caregiver eating messages exacerbate the pathogenic impact of shame on*

- eating and weight-related difficulties?, «Eat Weight Disorder», vol. 25, n. 2, pp. 471-480. doi: 10.1007/s40519-018-0625-8. Epub 2018 Dec 11. PMID: 30539514.
- Platone (1990), *La Repubblica*, Milano, Mondadori.
- Pryde S. e Prichard I. (2022), *TikTok on the clock but the #fitspo don't stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women's body image concerns*, «Body Image», vol. 43, pp. 244-252. doi: 10.1016/j.bodyim.2022.09.004. Epub 2022 Oct 1. PMID: 36194987.
- Raggatt M., Wright C.J.C., Carrotte E., Jenkinson R., Mulgrew K., Prichard I. e Lim M.S.C. (2018), «I aspire to look and feel healthy like the posts convey»: Engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing, «BMC Public Health», vol. 18, n. 1, p. 1002. doi: 10.1186/s12889-018-5930-7. PMID: 30097034; PMCID: PMC6086030.
- Raque T.L., Lamphere B., Motzny C., Kauffmann J., Ziemer K. e Haywood S. (2023), *Pathways by which self-compassion improves positive body image: A Qualitative analysis*, «Behavioral Sciences», vol. 13, p. 939. <https://doi.org/10.3390/bs13110939>
- Rodgers R.F., Laveway K., Campos P. e de Carvalho P.H.B. (2023), *Body image as a global mental health concern*, «Global Mental Health», vol. 27, n. 10, p. e9. doi: 10.1017/gmh.2023.2. PMID: 36861019; PMCID: PMC9970735.
- Saiphoo A.N. e Vahedi Z. (2019), *Una revisione meta-analitica della relazione tra uso dei social media e disturbi dell'immagine corporea*, «Computer nel Comportamento Umano», vol. 101, pp.259-275.
- Seekis V., Bradley G.L. e Duffy A.L. (2020), *Does a Facebook-enhanced Mindful Self-Compassion intervention improve body image? An evaluation study*, «Body Image», vol. 34, pp. 259-269. doi: 10.1016/j.bodyim.2020.07.006. Epub 2020 Jul 24. PMID: 32717627.
- Slater A., Varsani N. e Diedrichs P.C. (2017), *#fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood*, «Body Image», vol. 22, pp. 87-96. doi: 10.1016/j.bodyim.2017.06.004. Epub 2017 Jul 6. PMID: 28689104.
- Steindl S.R., Buchanan K., Goss K. e Allan S. (2017), *Terapia focalizzata sulla consapevolezza per i disturbi alimentari: una revisione qualitativa e raccomandazioni per ulteriori applicazioni*, «Psicologo Clinico», vol. 21, n. 2, pp. 62-73.
- Tiggemann M. (2022), *Digital modification and body image on social media: Disclaimer labels, captions, hashtags, and comments*, «Body Image», vol. 41, pp. 172-180. doi: 10.1016/j.bodyim.2022.02.012. Epub 2022 Mar 5. PMID: 35259655.
- Jerónimo F. e Carraça E.V. (2022), *Effects of fitspiration content on body image: A systematic review*, «Eating and Weight Disorders», vol. 27, n. 8, pp. 3017-3035. doi: 10.1007/s40519-022-01505-4. Epub 2022 Nov 18. PMID: 36401082; PMCID: PMC9676749.
- Vandenbosch L., Fardouly J. e Tiggemann M. (2022), *Social media and body image: Recent trends and future directions*, «Current Opinion in Psychology», vol. 45, p. 101289. doi: 10.1016/j.copsyc.2021.12.002. Epub 2021 Dec 14. PMID: 35030460.

