

Karolina Anna Kierońska-Olszewska*

ORCID: 0009-0007-1622-2424

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie

FITSPIRATION – ZDROWY TRYB ŻYCIA CZY FIT OBSESJA? PRZEGLĄD LITERATURY I BADAŃ¹

We współczesnym świecie media społecznościowe odgrywają istotną rolę w kształtowaniu stylu życia jednostek. Kobiety oceniane są głównie ze względu na swój wizerunek i starają się sprostać zmieniającym się normom piękna. Nadmierne dyscyplinowanie kobiecych ciał doprowadziło do sytuacji, w której zaburzenia odżywiania zostały uznane za chorobę cywilizacyjną (Wojnarska, 2019). Celem artykułu jest przedstawienie głównych wniosków z badań medialnych przekazów dotyczących trendu *fitspiration* w latach 2016–2023. Autorka poddała analizie recenzowane artykuły naukowe w języku angielskim, korzystając z baz ScienceDirect, EBSCO oraz Google Scholar. Na ich podstawie można wnioskować, że *fitspiration* jest rozwijającym się, niebezpiecznym trendem cyfrowym. Pomimo jego prozdrowotnych cech większość badań wskazuje na negatywny aspekt powiązany z niezadowoleniem z ciała oraz niekorzystnymi zachowaniami żywieniowymi młodych kobiet. Uznano również, że obrazy fit sylwetek wywierają na kobiety silną presję. Co więcej, stwierdzono, że proces samoizolacji spowodowanej pandemią zwiększył popularność social mediów promujących negatywne treści *fitspiration* (Cataldo et al., 2022).

Słowa kluczowe: obraz ciała, media społecznościowe, zdrowy styl życia, *fitspiration*, ideał kobiecego ciała

WPROWADZENIE

Kulturowe normy piękna ulegają regularnym zmianom, poczynając od kanonu szczupłej sylwetki rozpowszechnionego na przełomie XX i XXI wieku aż do bezwzględnej akceptacji różnych rozmiarów kobiecego ciała. Ważną rolę w ewolucji trendów związanych z wyglądem fizycznym odgrywają media. Ich szeroki zasięg, a także opiniotwórcze oddziaływanie na jednostki powodują, że stały się one fundamentalnym wyznacznikiem standardów piękna.

Obecnie ogromną popularność zyskują media społecznościowe, które wywierają znacznie bardziej szkodliwy wpływ na postawy wobec ciała populacji młodych kobiet niż przekazy tradycyjne, takie jak telewizja czy prasa (Fardouly et al., 2017; McComb i Mills, 2021).

* Katedra Nauk Humanistycznych i Społecznych, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie, ul. Marymoncka 34, 00-968 Warszawa; e-mail: karolina.kieronska@awf.edu.pl.

¹ Publikacja została sfinansowana ze środków Akademii Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie.

Fundamentalne badanie w zakresie związku internetu i zaburzeń obrazu ciała przeprowadziły Tiggemann i Miller (2010). Ukazało ono wyraźny wpływ publikowanych postów na satysfakcję z masy ciała dorastających dziewcząt. Zaobserwowano, że obrazy przedstawiające wyidealizowane sylwetki są ściśle związane z porównaniem wyglądu zewnętrznego badanych, kontrolą ich masy ciała oraz wykorzystywaniem restrykcyjnych technik treningowych i żywieniowych doprowadzających do zaburzeń odżywiania (Tiggemann i Miller, 2010).

Pamiętając o szerokim zasięgu mediów społecznościowych, należałoby podkreślić, że istotnym aspektem doprowadzającym do zaburzeń obrazu ciała jest porównanie społeczne. Obserwacja fotografii przedstawiających wyidealizowane sylwetki może mieć niekiedy negatywny wpływ na postrzeganie własnej cielesności przez młode kobiety (Levine i Murnen, 2009). Teoria porównań społecznych utwierdza w przekonaniu, że ludzie mają skłonność do konfrontowania swojego położenia w społeczeństwie z innymi w celu uświadomienia sobie, gdzie się znajdują (Festinger, 1954).

Kobiety znacznie częściej niż mężczyźni doświadczają oceny na podstawie wizerunku (Beauvoir, 2019; Connell, 1995), w związku z czym starają się sprostać społeczno-kulturowym oczekiwaniom przez wykonywanie czynności mających na celu doskonalenie sylwetki i uzyskanie pożądanego ideału. Warto podkreślić, że współczesne kobiety narażone są na porównania ich wyglądu z trendami propagowanymi przez różnorodne platformy medialne (Leahey et al., 2007). Takie zjawisko dotyczy w szczególności użytkowniczek korzystających z mediów społecznościowych w celu konfrontacji własnej cielesności z wykreowanym społecznie ideałem piękna. Badania wykazały, że większość kobiet porównuje swoje sylwetki do tych niekiedy wyimaginowanych obrazów prezentowanych w internecie. Można więc sądzić, że kobiety częściej mają tendencję do porównań wyglądu zewnętrznego niż mężczyźni (McAndrew i Jeong, 2012).

Nadmierna fascynacja wyidealizowanym wyglądem fizycznym w mediach społecznościowych negatywnie oddziałuje na ocenę własnego wizerunku (Leahey et al., 2007). Rozpowszechnianie obrazów nierealistycznych sylwetek niekorzystnie wpływa na funkcje emocjonalne oraz poznawcze młodych osób (Cash i Deagle III, 1997). Większość badań wskazuje na ściśle związki pomiędzy zaburzonym obrazem ciała młodych kobiet a obserwacją wyidealizowanych sylwetek w mediach społecznościowych (Grabe et al., 2008; Tiggemann i Zaccardo, 2015), dlatego w niniejszym artykule zaprezentowano wnioski z badań dotyczących niedawno rozpowszechnionego medialnego nurtu *fitspiration* zgodnie z założeniami deklaracji PRISMA (Page et al., 2021).

CHARAKTERYSTYKA TRENDU *FITSPIRATION*

W celu zdefiniowania trendu *fitspiration* należałoby odnieść się do jego etymologicznego znaczenia. Pojęcie to jest połączeniem dwóch anglojęzycznych słów: *fitness* i *inspiration* (Tiggemann i Zaccardo, 2015), które są ściśle związane z promocją aktywności ruchowej. Prekursorzy omawianego nurtu zdefiniowali „fit inspirację” jako trend motywujący jednostki do ćwiczeń fizycznych o charakterze prozdrowotnym (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Ruch ten został rozpowszechniony w 2013 roku w celu przeciwstawienia się medialnym ideałom promującym nadmierną szczupłość (Cataldo et al., 2022). Pierwotnym założeniem *fitspiration*

było wzmacnianie zdrowych nawyków żywieniowych i treningowych przy jednoczesnym zachowaniu szczupłej, wysportowanej sylwetki. W przeciwieństwie do trendu idealizującego szczupłość *fitspiration* zachęca obserwatorów do dbałości o ciało przez zdrowe odżywianie i odpowiedni trening, co może mieć z pozoru pozytywny wydźwięk. Zwolennicy tego kanonu w celu jego promowania publikują na portalach społecznościowych fotografie przedstawiające szczupłe, a jednocześnie umięśnione i wyidealizowane sylwetki.

Zachodni kult szczupłej sylwetki propagowany zarówno w mediach tradycyjnych, jak i społecznościowych zyskał uznanie wśród wielu młodych kobiet (Boepple i Thomson, 2016; Pepin i Endresz, 2015). Analizujący ten trend są zdania, że lansuje on zachowania sprzyjające zaburzeniom odżywiania (Holland i Tiggemann, 2017; Mabe et al., 2014). Większość stron internetowych promujących anoreksję nawiązuje do kultu idealnej szczupłości przedstawianej w nowych mediach (Borzekowski et al., 2010). Mimo że ideał szczupłości jest nadal aktualny, w dobie XXI wieku powstał alternatywny nurt mający na celu propagowanie zdrowego stylu życia – *fitspiration*.

Głównym medium społecznościowym, gdzie publikowane są treści *fitspiration*, jest Instagram (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Ze względu na szeroki zasięg oraz narastającą liczbę użytkowników ta platforma stała się głównym źródłem propagującym fit inspirację. Warto zwrócić uwagę również na to, że serwis Instagram jest skorelowany z innym popularnym medium – Facebookiem, co wpływa na jeszcze większą dostępność postów przedstawiających fit sylwetki. Co więcej, prócz osób wyszukujących celowo treści z hasztagiem *fitspiration* również pozostali użytkownicy obu platform mogą ulegać medialnej presji w sposób nieświadomy, oglądając różnego rodzaju reklamy eksponujące fit sylwetki. Fotografie *fitspiration*, które publikowane są na platformie Instagram, najczęściej przedstawiają smukłe kobiety o atletycznej budowie ciała promujące aktywność fizyczną jako formę spędzania czasu wolnego, zdrową żywność lub sprzęt sportowy (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Zazwyczaj pod postami widnieją cytaty zarówno o charakterze motywacyjnym, jak i kładącym nacisk na dbałość o sylwetkę. Z jednej strony komunikaty te odnoszą się do zdrowego trybu życia, z drugiej zaś stanowią pewnego rodzaju nakaz dotyczący osiągnięcia idealnej, wysportowanej sylwetki.

Promocja aktywności fizycznej jako najważniejszego sposobu pozyskania idealnego ciała jest głównym założeniem *fitspiration*. Simpson i Mazzeo (2017) wykazały jednak, że znaczna liczba postów promuje kontrolę masy ciała jako środek uzyskania szczupłej, a zarazem muskularnej sylwetki. Ponadto większy odsetek komunikatów z nurtu *fitspiration* zachęca użytkowników do uprawiania aktywności fizycznej w celu uzyskania idealnego wyglądu niż do utrzymania zdrowego trybu życia czy poprawienia sprawności. Podobnie jak w badaniu Reade (2016) większość obrazów przedstawiała szczupłe, wysportowane, białe kobiety (Reade, 2016; Simpson i Mazzeo, 2017). Może to powodować, że u kobiet o innym kolorze skóry i sylwetce będą się tworzyć przekonania, że ich wygląd jest nieadekwatny i wymaga zmiany. Zdaniem Simpson i Mazzeo (2017) *fitspiration* stanowi zagrożenie w szczególności dla osób mających skłonności do zaburzeń odżywiania. Z kolei w analizie treści wizualnych autorstwa Carrote et al. (2017) można dostrzec, że obrazy *fitspiration* odzwierciedlają tradycyjne wyobrażenia ciała, odnosząc się do płci. Witryny fitinspiracyjne w większości przedstawiały sylwetki hiperumięśnionych mężczyzn oraz szczupłych, wysportowanych kobiet z niewielką ilością tkanki mięśniowej. Interpretacja badań wykazała, że fotografie kobiet były w wyższym stopniu nacechowane seksualnością w porównaniu z obrazami mężczyzn.

Seksualizacja była rezultatem tego, że większość postów *fitspiration* uwydatniała tylko kobiety kształty, np. pośladki. Co więcej, mężczyźni eksponowali twarz na zdjęciach znacznie częściej niż kobiety, co mogło świadczyć o upodmiotowieniu mężczyzn i uprzedmiotowieniu ciał kobiecych (Carrote et al., 2017).

Niewątpliwie pandemia COVID-19 zwiększyła częstotliwość korzystania z mediów społecznościowych, co spotęgowało zainteresowanie trendem *fitspiration* (Cataldo et al., 2022). Ponadto zjawisko samoizolacji mogło wpłynąć na obawy związane z wyglądem fizycznym. Lęk przed utratą możliwości osiągnięcia pożądanego, atletycznego ideału dodatkowo wzmocnił zaangażowanie w popularyzację trendu *fitspiration* w mediach społecznościowych (Cataldo et al., 2022). Zjawisko to stało się inspiracją do przeprowadzenia międzynarodowego badania w celu określenia wpływu światowej pandemii koronawirusa na postawy społeczeństwa wobec medialnych treści fit inspiracji. Stwierdzono, że wyższy poziom lęku wiązał się z większą oglądalnością treści *fitness*. Wyniki wskazują na wyraźną korelację pomiędzy przekazami *fitspiration* a obawami związanymi z obrazem ciała kobiet (Cataldo et al., 2022).

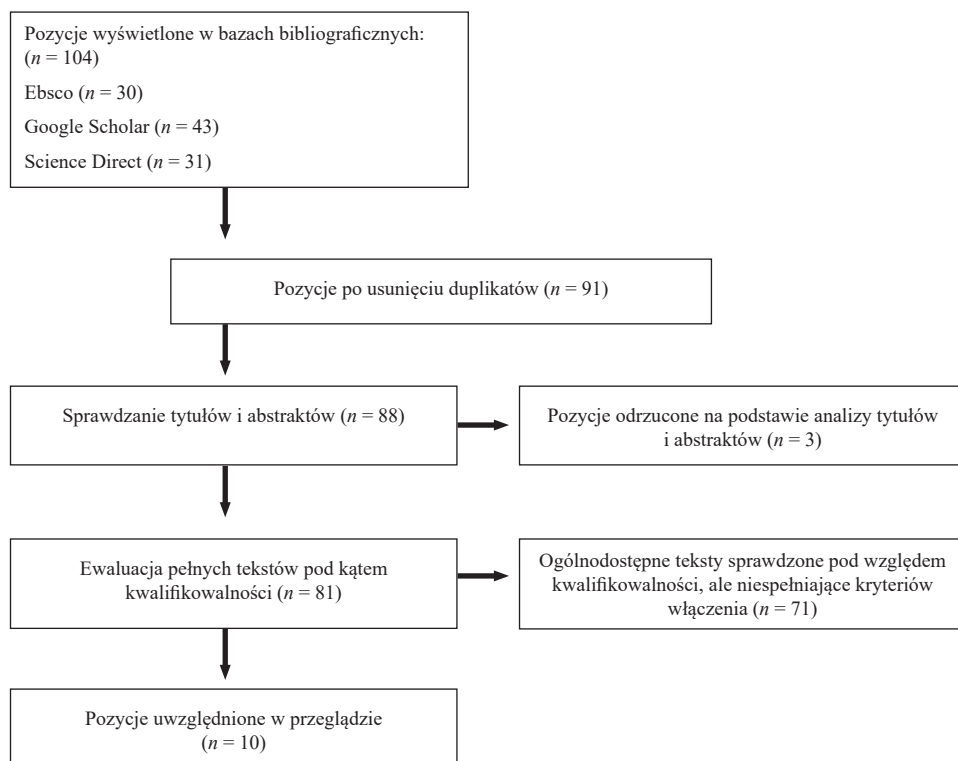
Ważnym zagadnieniem dotyczącym trendu *fitspiration* jest teoria funkcjonalności ciała, która ma decydujący wpływ na pozytywne postrzeganie cielesności (Alleva i Tylka, 2021). Teoria ta analizuje funkcje typowe dla ludzkiego ciała. Można by twierdzić, że inspiracja byciem fit stanowi pewnego rodzaju odzwierciedlenie tej teorii, skoro polega na promocji aktywności fizycznej bądź zdrowego odżywiania. Mimo to na podstawie badań wywnioskowano, że nurt *fitspiration* w znacznie większym stopniu koncentruje się na ulepszaniu wyglądu fizycznego niż na wzmacnianiu nawyków prozdrowotnych (Boepple et al., 2016). Posty *fitspiration* mogą być równie niebezpieczne jak obrazy promujące szczupłość i powodować obniżenie nastroju, brak satysfakcji z własnego ciała czy skłonności do porównań wyglądu zewnętrznego. Opis badań eksperymentalnych może więc przyczynić się do pogłębienia refleksji oraz dalszej eksploracji medialnego zjawiska *fitspiration*.

METODY I STRATEGIA WYSZUKIWANIA

W przeglądzie wykorzystano metodę jakościowej analizy tematycznej. Głównym celem artykułu był opis najważniejszych wniosków z badań wpływu *fitspiration* na postawy wobec ciała, aktywności fizycznej oraz seksualności populacji młodych kobiet. Ponadto celem było poznanie oddziaływania *fitspiration* na dobrostan psychiczny młodych kobiet dzięki analizie istniejących badań z lat 2016–2023. W ramach przygotowań zapoznano się ze standardami i listą kontrolną PRISMA dotyczącą elementów sprawozdawczych odnoszących się do przeglądów systematycznych oraz metaanaliz (Page et al., 2021). Na tej podstawie określono kryteria włączenia i wyłączenia oraz sposób selekcji badań. Co więcej, przedstawione zostały wszystkie wykorzystane w przeglądzie bazy danych, a także strategie wyszukiwania artykułów (Page et al., 2021). Ponadto przedstawiono wyniki wszystkich uwzględnionych w analizie badań. Należy w związku z tym uznać, że sprawozdawczość niniejszego przeglądu w pełni opierała się na założeniach PRISMA (Page et al., 2021). Ponadto należy podkreślić, że praca została poddana kontroli niezależnego recenzenta.

Proces selekcji artykułów trwał od 15 maja 2023 roku do 15 września 2023 roku. W przeglądzie wykorzystano bazy danych, takie jak ScienceDirect, Google Scholar oraz EBSCO,

w których wyszukiwano publikacje zawierające wyrażenie *fitspiration* w tytule bądź w streszczeniu. W celu zwiększenia poziomu obiektywizmu bazy danych przeszukano dwuetapowo. W pierwszej kolejności zapoznano się z zakresem literatury, korzystając z wyżej wymienionych baz danych. Po dogłębnej analizie piśmiennictwa stwierdzono brak dostępnych prac na temat *fitspiration* w języku polskim. Przy selekcji artykułów wykorzystywano anglojęzyczne słowa kluczowe: *fitspiration* lub *fitspiration-body image*. W każdej z baz zastosowano filtry dotyczące okresu publikacji (2016–2023) oraz języka pracy (angielski). W przypadku baz danych EBSCO i Google Scholar wykorzystano platformę Covidence², dzięki której zidentyfikowano duplikaty. Dostęp do platformy pozyskano we własnym zakresie. Jeśli chodzi o bazę ScienceDirect, posłużono się tylko zaawansowanym wyszukiwaniem, biorąc pod uwagę artykuły ogólnodostępne opublikowane w latach 2016–2023 w języku angielskim, co stanowiło trudność z uwagi na brak możliwości eksportu danych do platformy Covidence. Na rysunku 1 przedstawiono proces selekcji artykułów zidentyfikowanych w wyżej wymienionych bazach bibliograficznych.



Rysunek 1. Diagram przepływu selekcjonowanej literatury na temat *fitspiration*

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Macnamara et al., 2014; Mazur i Orłowska, 2018)

² <https://www.covidence.org> [15.07.2023].

KRYTERIA WŁĄCZENIA I WYŁĄCZENIA

Badania, które zostały zakwalifikowane do analizy wpływu *fitspiration* na obraz ciała kobiet, musiały spełniać następujące warunki:

- były recenzowanym badaniem eksperymentalnym dotyczącym wpływu medialnych treści *fitspiration* na obraz ciała;
- dotyczyły kobiet;
- były napisane w języku angielskim;
- zastosowano przynajmniej jeden standaryzowany pomiar psychologiczny w celu badania postrzegania ciała bądź nastroju;
- zostały opublikowane w latach 2016–2023.

Nie stosowano filtrów dotyczących działań zastosowanych w grupie kontrolnej, miejsca wykonania badania oraz warunków eksperymentu. Wykluczono publikacje pogładowe, przeglądy systematyczne, metaanalizy, a także prace oryginalne (inne niż eksperyment). Ponadto wyeliminowano badania eksperymentalne, które obejmowały mężczyzn bądź obie płcie, a także artykuły odnoszące się do analiz treści wizualnych *fitspiration*. Ostatecznej interpretacji poddano 10 ogólnodostępnych artykułów spełniających wszystkie kryteria. W tabeli 1 przedstawione zostały między innymi główne cele i ustalenia, a także standaryzowane narzędzia wykorzystane w badaniach zakwalifikowanych do przeglądu.

Tabela 1. Charakterystyka badań zakwalifikowanych do przeglądu

Autorzy, rok publikacji, kraj	Tytuł	Grupa badana	Tematyka badań	Narzędzia badawcze	Główne ustalenia
Slater et al., 2017 Anglia i Walia	<i>#fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood</i>	kobiety (<i>n</i> = 160)	Wpływ treści <i>fitspiration</i> na zadowolenie z ciała, samowspółczucie oraz nastroj młodych kobiet	1. Skala SATAQ-3 (Thompson et al., 2004) 2. Skala PACS (Thompson et al., 1991) 3. Kwestionariusz częstotliwości korzystania z mediów społecznościowych (Slater et al., 2017)	Obrazy <i>fitspiration</i> nie powodowały zaburzonego obrazu ciała oraz negatywnego nastroju w porównaniu z obrazami w grupie kontrolnej
Robinson et al., 2017 Australia	<i>Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour</i>	kobiety (<i>n</i> = 106)	Wpływ różnych rodzajów obrazów <i>fitspiration</i> na postawy wobec ciała	1. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 2. Skala SACS (Tiggemann i McGill, 2004)	Obrazy <i>fitspiration</i> powodowały większe niezadowolenie z ciała, nie motywowały

Tabela 1 cd.

			i aktywności fizycznej australijskich studentek	3. Kwestionariusz częstotliwości korzystania z mediów społecznościowych (Robinson et al., 2017)	do aktywności fizycznej
Holland i Tiggemann, 2017 Australia	<i>Strong beats skinny every time”: Discorded eating and compulsive exercise in woman who post fitspiration on Instagram</i>	kobiety (n = 203)	Skłonność do zaburzeń odżywiania oraz kompulsywnych ćwiczeń wśród kobiet publikujących treści <i>fitspiration</i>	1. Skala aspiracji do umięśnienia (Holland i Tiggemann, 2017) 2. Skala opracowana przez Thomsona i Pasmiana (1991)	Osoby, które publikują treści <i>fitspiration</i> , wzmacniają zachowania związane z zaburzeniami odżywiania
Prichard et al., 2018 Australia	<i>The impact of different forms of #fitspiration imagery on body image, mood, and self-objectification among young women</i>	kobiety (n = 152)	Wpływ różnych rodzajów obrazów <i>fitspiration</i> na zadowolenie z ciała australijskich kobiet	1. Kwestionariusz SOQ (Noll i Fredrickson, 1998) 2. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 3. Międzynarodowy kwestionariusz aktywności fizycznej (Booth et al., 2003)	Niska satysfakcja z ciała badanych, w szczególności po obejrzeniu ideału <i>fitspiration</i> – szczupłego i atletycznego
Chansiri et al., 2022 Stany Zjednoczone	<i>The indirect effects of thinspiration and fitspiration images on young women’s sexual attitudes</i>	kobiety (n = 221)	Wpływ obrazów <i>fitspiration</i> na postawy seksualne młodych kobiet	1. Skala porównań wyglądu fizycznego (Tiggemann i McGill, 2004) 2. Kwestionariusz SATAQ-4 (Schaefer et al., 2016) 3. Kwestionariusz SOQ (Noll i Fredrickson, 1998) 4. Skala SRBBS (Basen-Engquist et al., 1999) 5. Skala asertywności seksualnej (Morokoff et al., 1997) 6. Skala samoświadomości seksualnej (Van Lankveld et al., 2008)	Obrazy <i>fitspiration</i> i <i>thinspiration</i> doprowadzają do wyższego poziomu porównania wyglądu fizycznego

Tabela 1 cd.

Autorzy, rok publikacji, kraj	Tytuł	Grupa badana	Tematyka badań	Narzędzia badawcze	Główne ustalenia
Rounds i Stutts, 2021 Stany Zjednoczone	<i>The impact of fitspiration content on body satisfaction and negative mood: an experimental study</i>	kobiety (n = 283)	Wpływ treści <i>fitspiration</i> na postawy wobec ciała oraz nastroj studentek ze Stanów Zjednoczonych	1. Wizualna skala analogowa (VAS) (Slater et al., 2017)	Po ekspozycji na treści <i>fitspiration</i> kobiety osiągnęły niższy poziom zadowolenia z ciała niż przed ekspozycją
Jennings et al., 2021 Stany Zjednoczone	<i>Blurred boundaries between Pro-Anorexia and fitspiration media? Diverging cognitive and emotional effects</i>	kobiety (n = 160)	Wpływ treści <i>fitspiration</i> i pro-ana na postawy studentek ze Stanów Zjednoczonych	1. Test postaw żywieniowych (EAT-26) (Garner et al., 1982)	Treści <i>fitspiration</i> wywołały pozytywne emocje wśród badanych w porównaniu do treści pro-ana
Fioravanti et al., 2021 Włochy	<i>#Fitspiration on Instagram: The effects of fitness-related images on women's self-perceived sexual attractiveness</i>	kobiety (n = 442)	Związek pomiędzy obserwacją treści <i>fitspiration</i> a atrakcyjnością seksualną młodych kobiet	1. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 2. Skala SPSA (Amos i McCabe, 2015)	Negatywny wpływ obrazów <i>fitspiration</i> na zdrowie psychiczne spowodowany niższą satysfakcją z masy ciała i wyglądu fizycznego
Pryde i Prichard, 2022 Australia	<i>TikTok on the clock but the #fitspo don't stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women's body image concerns</i>	kobiety (n = 121)	Wpływ filmów <i>fitspiration</i> na obraz ciała młodych Australijek	1. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 2. Skala SACS (Tiggemann i McGill, 2004) 3. Skala FIT (Uhlmann et al., 2020)	Filmy <i>fitspiration</i> na TikToku spowodowały niższy poziom zadowolenia z ciała i wyższy poziom porównania wyglądu fizycznego w porównaniu do filmów związanych ze sztuką

Tabela 1 cd.

Barnes et al., 2023 Wielka Brytania (Szkocja)	<i>A comparison of the impact of exposure to fit ideal and non-fit ideal body shapes in fitspiration imagery on women</i>	kobiety (n = 605)	Wpływ <i>fitspiration</i> na postrzeganie ciała, nastrój oraz poczucie własnej wartości młodych kobiet	1. Skala SSES (Heatherton i Polivy, 1991) 2. Kwestionariusz SOQ (Noll i Fredrickson, 1998) 3. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 4. Skala SACS (Tiggemann i McGill, 2004)	Typ ciała <i>fitspiration</i> może mieć różny wpływ na wyniki – nie wszystkie treści <i>fitspiration</i> są postrzegane jednakowo
---	---	----------------------	--	--	---

FITSPIRATION A OBRAZ CIAŁA POPULACJI MŁODYCH KOBIEC

Większość badań sygnalizuje, że nowoczesny trend *fitspiration*, mimo że wydaje się mniej groźny od kultu szczupłości, może negatywnie oddziaływać na obraz ciała kobiet (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Badanie, które dotyczyło studentek uniwersytetu w Stanach Zjednoczonych, wykazało, że młode kobiety mają znacznie niższą satysfakcję z wyglądu oraz poziom negatywnych emocji, które odczuwają, obserwując posty *fitspiration*, jest wyższy w porównaniu z fotografiami o charakterze podróżniczym. Analizy danych wykazały, że obie badane grupy miały znacznie niższy poziom satysfakcji z ciała oraz obniżony nastrój po ekspozycji na fotografie w porównaniu ze stanem przed wykonaniem badania (Rounds i Stutts, 2021). Zarówno całościowa, jak i częściowa ekspozycja na treści *fitspiration* nie różniła się pod względem negatywnego nastroju badanych (Rounds i Stutts, 2021). Odmienne wnioski wysnuto w badaniu wpływu fit inspiracji na zadowolenie z ciała, samowspółczucie oraz nastrój studentek z Anglii i Walii (Slater et al., 2017). Pomimo hipotezy zgodnej z poprzednimi założeniami odnotowano, że obrazy *fitspiration* nie powodowały niższego poziomu zadowolenia z ciała oraz negatywnego nastroju w porównaniu z obrazami neutralnymi (Slater et al., 2017). Różnice w wynikach badań mogły być spowodowane doborem innej grupy kontrolnej niż w badaniu Rounds i Stutts (2021). Mimo że nie wykazano różnic w postrzeganiu ciała, stwierdzono, że treści fitinspiracyjne wywołały niższy poziom samowspółczucia, co oznacza, że badane kobiety odczuwały poczucie winy wobec własnej cielesności, oglądając trudne do osiągnięcia sylwetki. Ciekawą obserwacją poczynioną podczas badań było to, że kombinacje *fitspiration* oraz cytatów promujących samowspółczucie wywołały pozytywny nastrój u studentek. Popularyzacja postów związanych z samowspółczuciem może zatem doprowadzić do złagodzenia negatywnego wpływu mediów społecznościowych na satysfakcję z własnego ciała (Slater et al., 2017). Warto jednak zaznaczyć, że postawy wobec własnego ciała młodych obserwaterek mogą różnić się pod względem sposobu przedstawienia nurtu

fitspiration. Przykładem takiej sytuacji mogą być wnioski z badań Rounds i Stutts (2021), z których wynika, że medialne zjawisko *fitspiration* jest ściśle powiązane z aspektem zaburzeń odżywiania (Rounds i Stutts, 2021).

Przekazy medialne propagują ideał *fitspiration* wielowymiarowo. Prichard et al. (2018) podjęli się zbadania wpływu różnych rodzajów obrazów *fitspiration* na zadowolenie z ciała australijskich kobiet. Badanym zaprezentowano fotografie przedstawiające osoby podejmujące aktywność fizyczną (ciało funkcjonalne) oraz zdjęcia pozowane (ciało niefunkcjonalne). Na podstawie wyników odnotowano, że obserwacja treści *fitspiration* negatywnie wpłynęła na stan zadowolenia z własnego ciała oraz powiązany z tym dobrostan psychiczny młodych Australijek w czasie, niezależnie od formy wizualizacji. Autorzy badań zauważyli, że zdjęcia kobiet przedstawianych w czasie ruchu nie wywoływały bardziej pozytywnych odczuć wobec własnego ciała wśród badanych, ale były dla nich bardziej inspirujące, co może sugerować, że młode kobiety odczuwały, że osiągnięcie określonego typu sylwetki jest możliwe. W prezentowanych badaniach pod wybranymi fotografiami prezentującymi obrazy *fitspiration* zostały umieszczone teksty motywacyjne, jednak po ekspozycji na omawiane treści nie odnotowano zależności pomiędzy zadowoleniem z własnego ciała a występowaniem tekstu motywującego zachęcającego do podejmowania działań w zakresie dbałości o własne ciało. Nieco odmienne wyniki uzyskali Slater et al. (2017). Studentki, które oglądały treści *fitspiration* na Instagramie i jednocześnie zapoznawały się z pisanyim tekstem wyrażającym „współczucie” z powodu posiadania przez nich nieco odmiennej sylwetki, wykazywały większą satysfakcję z własnego ciała. U badanych oglądających tylko zdjęcia bez dodatkowych komentarzy zadowolenie z własnego ciała było mniejsze (Slater et al., 2017).

Podobne wnioski sformułowano w eksperymencie badającym postawy młodych kobiet wobec filmów *fitspiration* opublikowanych na platformie TikTok (Pryde i Prichard, 2022). Zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami kobiety będące w grupie oglądającej filmy promujące *fitspiration* osiągały znacznie mniej satysfakcjonujące wyniki dotyczące obrazu ciała młodych kobiet niż grupa kontrolna (Pryde i Prichard, 2022). Niemniej jednak zarówno w badaniu Pryde i Prichard (2022), jak i w eksperymencie porównującym obraz ciała młodych Australijek widoczna jest pewna zależność dotycząca przedstawienia ciała w ruchu. W obu badaniach ekspozycja na „funkcjonalne” treści *fitspiration* wpływała na nieco wyższy poziom inspiracji aktywnością fizyczną w aspekcie prozdrowotnym.

Kolejnym badaniem mającym na celu zgłębienie wielowymiarowości niniejszego nurtu było porównanie wpływu różnych odmian obrazów *fitspiration* na postrzeganie ciała oraz zachowania związane z aktywnością fizyczną kobiet (Robinson et al., 2017). Pierwsza grupa badanych miała oglądać fotografie przedstawiające szczupłą, stonowaną sylwetkę z widocznym umięśnieniem. Druga grupa oglądała sylwetki kobiet z dużą zawartością tkanki mięśniowej (muskularne), a trzecia – treści przedstawiające nadmiernie szczupłe sylwetki. Stwierdzono, że obrazy wizualizujące sylwetki szczupłe i umięśnione powodowały znacznie niższy poziom satysfakcji z własnego ciała u badanych niż obrazy kobiet hipermuskularnych (Robinson et al., 2017). Wnioski te są zgodne z teorią upłciowienia ciała – sylwetki androgeniczne kojarzone są częściej z męskością niż z kobiecością (Jakubowska, 2015). W omawianych badaniach nie odnotowano wzrostu determinacji do podejmowania aktywności fizycznej w kontekście dążenia do osiągnięcia sportowej sylwetki. Autorzy wręcz podkreślili, że sylwetka sportowa

(szczupła, ale umięśniona) może także mieć niekorzystny wpływ na poczucie zadowolenia z własnego ciała u młodych kobiet (Robinson et al., 2017).

Odmienne typy sylwetek wyeksponowanych w przekazach *fitspiration* może mieć zatem wpływ na wyniki badań. Taki aspekt zauważalny jest również w eksperymencie wykonanym przez Barnes et al. (2023), w którym także porównano dwa różniące się od siebie ideały *fitspiration*. Pierwszy z nich przedstawiał hegemoniczny kanon kobiecego ciała, podobny do ideału wyeksponowanego w badaniu Robinson et al. (2017), drugi zaś charakteryzował się widoczną tkanką tłuszczową oraz niższym poziomem napięcia mięśniowego (Barnes et al., 2023; Robinson et al., 2017). Wyniki wykazały, że zdjęcia prezentujące idealne, sportowe sylwetki wpływają negatywnie na postrzeganie przez kobiety swojego wyglądu, a także na poziom zadowolenia ze swojego ciała. Nie odnotowano takich zależności u kobiet, które oglądały sylwetki kobiet mniej idealne (mniej umięśnione, z widoczną tkanką tłuszczową). Wśród tej grupy odnotowano zwiększenie satysfakcji z własnego ciała po obejrzeniu zdjęć mniej idealnych sylwetek (Barnes et al., 2023). Autorzy podkreślają jednak, że odnotowane zależności nie były zbyt mocne, co wskazuje na potrzebę kontynuowania badań.

Według badaczy trend *fitspiration* ma utwierdzić młode kobiety w przekonaniu, że wyrzeczenia związane z ćwiczeniami fizycznymi i specjalistyczną dietą mogą doprowadzić do uzyskania pożądanego wyglądu (Robinson et al., 2017). Ten pogląd może sugerować, że ideał sylwetki szczupłej i wysportowanej staje się prosty do osiągnięcia. Co więcej, wyeksponowane na zdjęciach ciało przedstawione podczas aktywności fizycznej (ciało funkcjonalne) może przybliżyć obserwatorce życie codzienne (Prichard et al., 2018). Robinson et al. (2017) zwracają jednak uwagę na to, że zdjęcia sylwetek *fitness* mogą sugerować, że ten ideał jest osiągalny dla każdej obserwatorce mediów społecznościowych (Robinson et al., 2017). Biorąc pod uwagę aspekty wynikające z naturalnych uwarunkowań morfofunkcjonalnych niektórych kobiet, należy pamiętać, że sylwetki widniejące na fotografiach mogą być nieosiągalne, co może doprowadzić do negatywnych skutków zdrowotnych związanych z nastrojem czy samooceną (Robinson et al., 2017).

Innym zagadnieniem, analizowanym przez Fioravanti et al. (2021), był związek pomiędzy obserwacją treści *fitspiration* a odczuwaną atrakcyjnością seksualną (Fioravanti et al., 2021). Stwierdzono, że badane kobiety należące do grupy eksperymentalnej osiągały znacznie niższe wyniki dotyczące samooceny atrakcyjności seksualnej w porównaniu z grupą kontrolną. Uznano więc, że poziom satysfakcji z masy ciała i wyglądu fizycznego zmniejszył się po ekspozycji na treści *fitspiration*. Z kolei Chansiri et al. (2022), badając związek przyczynowy pomiędzy oglądaniem wyidealizowanych treści *fitspiration* a porównywaniem wyglądu, samouprzedmiotowieniem i niezadowoleniem z ciała wykazali, że czynniki te mają wpływ na postawy seksualne młodych kobiet. Według badaczy negatywny obraz ciała powiązany jest z wyższym poziomem świadomości seksualnej oraz niższą „samoskutecznością seksualną”. Oznacza to, że u kobiet narażonych na treści fit inspiracji niezadowolenie z ciała może prowadzić do lęku przed odrzuceniem przez partnera seksualnego (Chansiri et al., 2022). Autorzy wskazali również, że porównanie wyglądu dodatnio koreluje z asertywnością inicjacji seksualnej młodych kobiet. Nieco odmienne wnioski sformułowały Rounds i Stutts (2021). Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdziły, że obserwacja wyidealizowanych sylwetek może inspirować młode kobiety do udoskonalenia siebie w celu uzyskania rezultatu obserwowanego w mediach (Rounds i Stutts, 2021).

FITSPIRATION A ZDROWIE

Na podstawie analizowanych badań można stwierdzić, że nurt *fitspiration* bardziej skupia się na propagowaniu idealnej sylwetki niż utrzymaniu zdrowych nawyków. Z badań Robinson et al. (2017) wynika, że wyidealizowane obrazy *fitspiration* nie mają wpływu na zachowania młodych kobiet podczas ćwiczeń fizycznych. Mimo że stwierdzono, że obrazy *fitspiration* inspirują młode kobiety do zdrowego trybu życia, nie wykazano istotnych różnic w kontekście zaangażowania w ćwiczenia. Taki aspekt świadczy o tym, że dążenia do bycia zdrowym nie pokrywają się z rzeczywistymi zachowaniami, co jest zgodne z wcześniejszymi założeniami (Robinson et al., 2017). Warto jednak zaznaczyć, że eksperyment wykonany został w warunkach laboratoryjnych, co mogło utrudniać uzyskanie rzetelnych wyników. Z kolei według Rounds i Stutts (2021) przekazy medialne promujące fit inspirację powodują zaburzenie postaw związanych z odżywianiem (Rounds i Stutts, 2021).

Inną sugestią podzielili się badacze analizujący korelację pomiędzy przekazami *fitspiration* a postawami seksualnymi badanych. Według nich obserwacja obrazów *fitspiration* wzmocniła asertywność seksualną kobiet, co w efekcie zmniejszyło poziom bierności seksualnej. Pomimo tego pozytywnego skutku należy zwrócić uwagę na to, że wzmocniona asertywność seksualna może być przyczyną różnych niezdrowych nawyków, takich jak niekontrolowane potrzeby dotyku. Chansiri et al. (2022) utwierdzają zatem w przekonaniu, że brak satysfakcji z ciała, porównywanie wyglądu do innych sylwetek oraz samouprzedmiotowienie spowodowane obserwacją treści *fitspiration* mogą mieć negatywny wpływ na zdrowie seksualne młodych kobiet, pomimo pozytywnych aspektów, takich jak chociażby niższy poziom bierności seksualnej (Chansiri et al., 2022). Zbliżone wnioski, dotyczące wpływu *fitspiration* na atrakcyjność seksualną włoskich studentek, można dostrzec w badaniu Fioravanti et al. (2021), w którym stwierdzono, że badana grupa wykazała niższy poziom satysfakcji z własnego wyglądu po obejrzeniu treści *fitspiration*, podczas gdy grupa kontrolna nie wykazała istotnych różnic. Mimo że badanie Fioravanti et al. (2021) nie skupiało się bezpośrednio na aspekcie zdrowotnym, należałoby przyjrzeć się kwestii niezadowolenia badanych z własnej masy ciała. W badaniu tym odnotowano istotną korelację pomiędzy niską satysfakcją z własnego wyglądu a atrakcyjnością seksualną, niemniej jednak w przypadku masy ciała nie stwierdzono istotnych korelacji z atrakcyjnością seksualną. Zdaniem badaczy kobiety w większym stopniu niż mężczyźni postrzegają swoją cielesność jako ogół, a nie jako pojedynczy element, jakim jest masa ciała (Fioravanti et al., 2021). Warto jednak podkreślić, że zbyt restrykcyjna kontrola masy ciała spowodowana niezadowoleniem młodych kobiet ze swojej wagi może doprowadzić do niekorzystnych konsekwencji zdrowotnych związanych z zaburzeniami odżywiania.

W badaniu Jennings et al. (2021) eksplorowano procesy emocjonalne młodych kobiet powstające wskutek obserwacji przekazów tekstowych i wizualnych. Grupę eksperymentalną stanowiły kobiety oglądające treści *fitspiration* oraz przekazy promujące anoreksję, tzw. pro-ana. Z kolei grupę kontrolną stanowiły studentki obserwujące posty związane z dekoracjami wnętrz. Na podstawie wyników stwierdzono, że treści pro-ana doprowadziły do niższego poziomu nastroju młodych kobiet niż przekazy *fitspiration*. Posty związane z dekoracją wnętrz nie miały wpływu na obniżenie nastroju u badanych. Można zatem wnioskować, że

cytaty *fitspiration* w zestawieniu z treściami promującymi anoreksję były znacznie bardziej łagodne dla odbiorców. Na podstawie analiz wykazano jednak, że posty *fitspiration* wywołały wyższy poziom porównania społecznego. Zaskakującym odkryciem był jednak fakt, że zostały ocenione pozytywnie przez osoby z zaburzeniami odżywiania (Jennings et al., 2021).

Prichard et al. (2018) zaobserwowali, że pomimo negatywnego wpływu na zdrowie psychiczne wyrażającego się przez obniżenie satysfakcji z własnej cielesności w szczególności fotografie o charakterze funkcjonalnym motywują uczestniczki do aktywności fizycznej (Prichard et al., 2018). Podobne wyniki odnotowano również w eksperymencie dotyczącym filmów opublikowanych na platformie TikTok (Pryde i Prichard, 2022). Ponieważ treści prezentowane w czasie filmu przedstawiają ciało w ruchu, może to stanowić inspirację dla młodych kobiet do podejmowania działań w zakresie aktywności fizycznej. Z kolei Barnes et al. (2023) stwierdzili, że badane grupy wykazały motywację do zdrowego trybu życia po ekspozycji na posty *fitspiration*.

Prócz wyżej wymienionych analiz w prezentowanych wynikach uwzględniono pierwsze badanie dotyczące skłonności do zaburzeń odżywiania oraz kompulsywnych ćwiczeń wśród kobiet publikujących treści *fitspiration* (Holland i Tiggemann, 2017). Na podstawie badań wykazano, że kobiety udostępniające treści *fitspiration* miały większą tendencję do tego rodzaju zachowań oraz dążenia do uzyskania sylwetki atletycznej (znacznym poziom umięśnienia) w porównaniu z grupą kontrolną. Zdaniem badaczy stosowanie technik powiązanych z zaburzonymi postawami żywieniowymi oraz treningowymi może wynikać z chęci osiągnięcia społecznych standardów piękna (Holland i Tiggemann, 2017).

WNIOSKI

W dobie mediów społecznościowych takich jak Instagram młode kobiety narażone są w sposób szczególny na negatywne konsekwencje związane z obniżoną samooceną, a także z zaburzonym obrazem własnego ciała. Nowoczesny trend *fitspiration* mający na celu złagodzenie niepożądanych skutków promocji zachodniego kultu szczupłości wpłynął na miliony użytkowniczek mediów społecznościowych. Popularyzacja aktywności fizycznej dodatkowo przyczyniła się do wzmocnienia wrażenia, że ten kanon ma pozytywny charakter. Nurt *fitspiration* stał się zatem obszarem zainteresowań wielu badaczy i badaczek z różnych stron świata.

Dla wielu użytkowników pozornie korzystne treści *fitspiration* mogą reprezentować zdrowszy typ ideału w porównaniu z trendem nadmiernej szczupłości. Większość badaczy wnioskuje jednak, że uzyskanie atletycznej sylwetki widniejącej na fotografiach jest wręcz nieosiągalne dla kobiet (Chansiri et al., 2022). Ponadto efekt muskularnego, a jednocześnie szczupłego ciała wiąże się ze stosowaniem restrykcyjnych diet czy ekstremalnych treningów siłowych (Cotter et al., 2017). Komunikaty fit inspiracji w szczególności kładą nacisk na uzyskanie usportowionej sylwetki dzięki ćwiczeniom fizycznym. Można zatem wysnuć wnioski, że nurt *fitspiration* wykorzystuje pojęcie aktywności fizycznej w celach wizerunkowych. Ponadto doprowadza do sytuacji, w której jest ona powiązana bardziej z uzyskaniem wyidealizowanej sylwetki niż lepszego samopoczucia czy utrzymaniem prawidłowych funkcji

zyciowych. Propagowanie haseł związanych z treningiem dla uzyskania lepszej sylwetki, a także motywacja do ćwiczeń w celu poprawy wyglądu fizycznego może być przyczyną konsekwencji zdrowotnych, w szczególności dla młodych kobiet mających skłonności do zaburzeń odżywiania (Simpson i Mazzeo, 2017). Nurt *fitspiration* pomimo prozdrowotnych komunikatów powoduje zmniejszenie satysfakcji z ciała, obniżony nastrój oraz niską samoocenę związaną z atrakcyjnością seksualną kobiet (Fioravanti et al., 2021).

Reasumując, trend *fitspiration* najczęściej negatywnie wpływa na zdrowie psychiczne młodych kobiet (Fioravanti et al., 2021; Rounds i Stutts, 2021). W tym przeglądzie przywołano także badania, w których stwierdzono, że *fitspiration* może mieć motywacyjny wydźwięk, co przejawia się w postaci postów przedstawiających osoby podejmujące aktywność fizyczną (Prichard et al., 2018, Pryde i Prichard, 2022; Slater et al., 2017). Promowanie wyidealizowanych obrazów szczupłych kobiet w trakcie ćwiczeń, które stanowią jedną z form spędzania czasu wolnego, może przyczynić się także do zwiększenia poziomu porównań społecznych wśród młodych odbiorczyń. Oznacza to, że użytkowniczki mediów społecznościowych oglądające „zwykłe” kobiety przedstawione w codziennych sytuacjach są znacznie bardziej narażone na porównywanie własnej sylwetki z sylwetkami kobiet o pozornie łatwych do osiągnięcia proporcjach ciała (Krane et al., 2001). Warto podkreślić, że zarówno hasła, jak i fotografie promujące fit inspirację w dalszym ciągu przedstawiają szczupłość jako jedyny wyznacznik dobrego samopoczucia i zdrowia (Tiggemann i Zaccardo, 2015).

Wyniki opisanych badań nie są jednoznaczne. Warto jednak zauważyć, że większość świadczy o negatywnym wpływie *fitspiration* na obraz ciała młodych kobiet z różnych stron świata (Fioravanti et al., 2021; Rounds i Stutts, 2021).

BIBLIOGRAFIA

- Alleva, J.M., Tylka, T.L. (2021). Body functionality: A review of the literature. *Body Image*, 36, 149–171. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.006>.
- Barnes, K., Newman E., Keenan, G. (2023). A comparison of the impact of exposure to fit ideal and non-fit ideal body shapes in fitspiration imagery on women. *Computers in Human Behavior*, 144, 107728. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107728>.
- Beauvoir, S., de (2019). *Druga pleć* (przeł. G. Mycielska, M. Leśniewska). Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- Boepple, L., Thompson, J.K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thin-spiration websites. *International Journal of Eating Disorders*, 49, 1, 98–101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>.
- Borzekowski, D.L.G., Schenk, S., Wilson, J.L., Peebles, R. (2010). e-Ana and e-Mia: A content analysis of pro-eating disorder web sites. *American Journal of Public Health*, 100, 8, 1526–1534. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.172700>.
- Carrotte, E.R., Prichard, I., Lim, M.S.C. (2017). “Fitspiration” on Social Media: A Content Analysis of Gendered Images. *Journal of Medical Internet Research*, 19, 3. <https://doi.org/10.2196/jmir.6368>.

- Cash, T.F., Deagle III, E.A. (1997). The nature and extent of body-image disturbances in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A meta-analysis. *International Journal of Eating Disorders*, 22, 2, 107–125. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-108X\(199709\)22:2<107::AID-EAT1>3.0.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199709)22:2<107::AID-EAT1>3.0.CO;2-J).
- Cataldo, I., Burkauskas, J., Dores, A.R., Carvalho, I.P., Simonato, P., De Luca, I., Ángeles Gómez-Martínez, M., Melero Ventola, A.R., Demetrovics, Z., Szabo, A., Ábel, K.E., Shibata, M., Kobayashi, K., Fujiwara, H., Arroyo-Anlló, E.M., Martinotti, G., Barbosa, F., Griskova-Bulanova, I., Pranckeviciene, A., Bowden-Jones, H., Esposito, G., Corazza, O. (2022). An international cross-sectional investigation on social media, fitspiration content exposure, and related risks during the COVID-19 self-isolation period. *Journal of Psychiatric Research*, 148, 34–44. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2022.01.032>.
- Chansiri, K., Wongphothiphan, T., Shafer, A. (2022). The indirect effects of thinspiration and fitspiration images on young women’s sexual attitudes. *Communication Research*, 49, 4, 524–546. <https://doi.org/10.1177/0093650220952231>.
- Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Cotter, J.A., Garver, M.J., Dinyer, T.K., Fairman, C.M., Focht, B.C. (2017). Ratings of perceived exertion during acute resistance exercise performed at imposed and self-selected loads in recreationally trained women. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 31, 8, 2313–2318. <https://doi.org/10.1519/JSC.0000000000001782>.
- Fardouly, J., Pinkus, R.T., Vartanian, L.R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women’s everyday life. *Body Image*, 20, 31–39. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.002>.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 2, 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.
- Fioravanti, G., Tonioni, C., Casale, S. (2021). #Fitspiration on Instagram: The effects of fitness-related images on women’s self-perceived sexual attractiveness. *Scandinavian Journal of Psychology*, 62, 5, 746–751. <https://doi.org/10.1111%2Fsjop.12752>.
- Grabe, S., Ward, L.M., Hyde, J.S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134, 3, 460–476. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.134.3.460>.
- Holland, G., Tiggemann, M. (2017). “Strong beats skinny every time”: Discarded eating and compulsive exercise in woman who post fitspiration on Instagram. *International Journal of Eating Disorders*, 50, 1, 76–79. <https://doi.org/10.1002/eat.22559>.
- Jakubowska, H. (2015). Kiedy płęć nie ma znaczenia. Nie/normatywne ciała w dyskursie narodowym i sportowego sukcesu. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 11, 2, 116–129.
- Jennings, A.F., LeBlanc H., Kisch, K., Lancaster, S., Allen, J. (2021). Blurred boundaries between Pro-Anorexia and Fitspiration media? Diverging cognitive and emotional effects. *Eating Disorders*, 29, 6, 580–590. <https://www.doi.org/10.1080/10640266.2020.1712634>.
- Krane, V., Waldron, J., Michalenok, J., Stiles-Shipley, J. (2001). Body image concerns in female exercisers and athletes: A feminist cultural studies perspective. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 10, 1, 17–54. <https://doi.org/10.1123/wspaj.10.1.17>.

- Leahey, T.M., Crowther, J.H., Mickelson, K.D. (2007). The frequency, nature, and effects of naturally occurring appearance-focused social comparisons. *Behavior Therapy*, 38, 2, 132–143. <https://doi.org/10.1016/j.beth.2006.06.004>.
- Levine, M.P., Murnen, S.K. (2009). “Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders”: A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28, 1, 9–42. <https://doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.9>.
- Mabe, A.G., Forney, K.J., Keel, P.K. (2014). Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47, 5, 516–523. <https://doi.org/10.1002/eat.22254>.
- Macnamara, B.N., Hambrick, D.Z., Oswald, F.L. (2014). Deliberate practice and performance in music, games, sports, education, and professions: A meta-analysis. *Psychological Science*, 25, 8, 1608–1618. <https://doi.org/10.1177/0956797614535810>.
- Mazur, Z., Orłowska, A. (2018). Jak zaplanować i przeprowadzić systematyczny przegląd literatury. *Polskie Forum Psychologiczne*, 23, 2, 235–251.
- McAndrew, F.T., Jeong, H.S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28, 6, 2359–2365. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.007>.
- McComb, S.E., Mills J.S. (2021). Young women’s body image following upwards comparison to Instagram models: The role of physical appearance perfectionism and cognitive emotion regulation. *Body Image*, 38, 49–62. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.012>.
- Page, et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372n:71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>.
- Pepin, G., Endresz, N. (2015). Facebook, Instagram, Pinterest and co.: body image and social media. *Journal of Eating Disorders*, 3, suppl. 1, O22. <https://doi.org/10.1186/2050-2974-3-S1-O22>.
- Prichard, I., McLachlan, A.C., Lavis, T., Tiggemann, M. (2018). The Impact of Different Forms of #fitspiration Imagery on Body Image, Mood, and Self-Objectification among Young Women. *Sex Roles*, 78, 789–798. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0830-3>.
- Pryde, S., Prichard, I. (2022). TikTok on the clock but the #fitspo don’t stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women’s body image concerns. *Body Image*, 43, 244–252. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.004>.
- Rancourt, D., McCullough, M.B. (2015). Overlap in eating disorders and obesity in adolescence. *Current Diabetes Reports*, 15, 78. <https://doi.org/10.1007/s11892-015-0645-y>.
- Reade, J.A. (2016). The female body on Instagram: Is fit the new it?. *An International Journal of Undergraduate Research*, 9, 1.
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65–71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>.
- Rounds, E.G., Stutts, L.A. (2021). The impact of fitspiration content on body satisfaction and negative mood: An experimental study. *Psychology of Popular Media*, 10, 2, 267–274. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/ppm0000288>.

- Simpson, C.C., Mazzeo, S.E. (2017). Skinny is not enough: a content analysis of fitspiration on Pinterest. *Health Communication*, 32, 5, 560–567. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1140273>.
- Slater, A., Varsani, N., 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*, 22, 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>.
- Tiggemann, M., Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls’ weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63, 79–90. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z>.
- Tiggemann, M., Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body Image*, 15, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>.
- Wojnarska, A. (2019). Media a zachowania proanorektyczne. *Edukacja – Technika – Informatyka*, 1, 27, 216–223. <http://doi.org/10.15584/eti.2019.1.28>.

“FITSPIRATION” – A HEALTHY LIFESTYLE OR A FIT OBSESSION? LITERATURE REVIEW

In the modern world, social media plays a major role in shaping the lifestyle of individuals. Excessive disciplining of women’s bodies has led to a situation in which eating disorders have become a civilization’s disease (Wojnarska, 2019). The aim of the article is to present the main conclusions from research on media coverage of the “fitspiration” trend in 2016–2023. The author analyzed peer-reviewed articles in English using the ScienceDirect, EBSCO and Google Scholar databases. Based on the analyzed scientific articles, it can be concluded that “fitspiration” is a developing, dangerous digital trend. Despite the health-promoting assumptions, most studies point to a negative aspect associated with body dissatisfaction and unfavorable eating behaviors of the young female population. Moreover, it was found that the process of self-isolation caused by the pandemic intensified the use of social media promoting negative “fitspiration” content (Cataldo et al., 2022).

Keywords: body image, social media, healthy lifestyle, fitspiration, female body ideal

Zgłoszenie artykułu: 27.03.2024

Recenzje: 18.05.2024

Akceptacja: 20.05.2024

Publikacja online: 30.06.2024