

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia  
Applicata

Corso di Laurea Triennale in Scienze Psicologiche Sociali e del Lavoro

**FITSPIRATION VS THINSPIRATION: REVISIONE  
SISTEMATICA DEL CONFRONTO TRA I DUE FENOMENI**

Laureando: Carazzai Nicolò

1172787

Relatrice: Prof.ssa Sabrina Cipolletta

Correlatrice: Dott.ssa Silvia Caterina Maria Tomaino

Anno accademico 2021/2022



## **INDICE**

### **Capitolo 1 - Introduzione**

1.1 SOCIAL MEDIA

1.2 FENOMENO DELLA FITSPIRATION

1.3 THINSPIRATION: LE ORIGINI DELLA FITSPIRATION

1.4 RELAZIONE DI QUESTI FENOMENI CON I DISORDINI ALIMENTARI

### **Capitolo 2 - Metodologia**

2.1 MODELLO PRISMA

2.2 RICERCA ARTICOLI E DIAGRAMMA DI FLUSSO PRISMA

2.3 CRITERI DI INCLUSIONE ED ESCLUSIONE

2.4 TABELLA DI SINTESI DEI RISULTATI

### **Capitolo 3 – Risultati e Discussione**

3.1 RISULTATI

3.2 DISCUSSIONE

3.3 CONCLUSIONI

### **Capitolo 4 - Bibliografia**

## **CAPITOLO 1 – INTRODUZIONE**

### **1.1 SOCIAL MEDIA**

Grazie all'avanzamento tecnologico del nuovo millennio, l'umanità ha potuto evolvere e rivoluzionare i suoi sistemi di comunicazione, soprattutto grazie alla creazione della rete globale. Esempio lampante lo possiamo visualizzare nell'avvento dei Social Network.

I social network sono delle piattaforme online dove chiunque può avere accesso tramite iscrizione. Essi hanno la funzione di creare e gestire reti sociali create dalle connessioni che nascono dalle interazioni degli utenti. Caratteristica principale per cui ogni piattaforma è caratterizzata è la creazione di un profilo parzialmente o totalmente pubblico grazie al quale si può condividere agli altri utenti iscritti la propria persona attraverso la pubblicazione di contenuti multimediali come immagini, musica, video e la condivisione delle personali passioni o il proprio passato lavorativo, fino ad ogni tipo di informazione.

Grazie ai social si è dunque moltiplicato il numero di interazioni sociali che in media una persona ha la possibilità di intrattenere. È possibile comunicare e conoscere una persona o comunità intere tramite questi nuovi sistemi di conoscenza. L'utente ha a disposizione diversi modi di interagire con gli altri utenti. L'accettazione di un certo tipo di contenuto si può esprimere attraverso l'utilizzo di cuori, likes o altri simili strumenti, oppure tramite la ricondivisione sul proprio profilo.

Una caratteristica chiave dei social network è la possibilità di associare ai propri contenuti multimediali parole che permettano un'identificazione e categorizzazione di essi, affinché possano essere trovate anche da utenti non all'interno della cerchia personale di followers. Questa classificazione è permessa dagli hashtag, ovvero un'etichetta che si associa all'immagine e corrisponde all'utilizzo del cancelletto “#” seguito da un termine. A un'immagine possono essere applicati diversi hashtag e filtri. L'utilizzo da parte di più utenti dello stesso hashtag crea i social trend.

Un particolare tipo di social che ha espresso queste caratteristiche e che ha avuto successo globale è quello incentrato sulle immagini. Esempio eclatante di essi è Instagram, che ha fatto della condivisione di esse il suo punto di forza per creare interazioni tra i vari utenti. Particolarità di questi social è la possibilità di modificare le immagini applicando filtri differenti, andando così ad intaccare la reale naturalezza delle immagini.

Nell'ultimo decennio, grazie all'acquisizione del colosso Facebook INC (ora conosciuto come META), Instagram ha implementato svariate funzioni aggiuntive quali l'abbassamento delle restrizioni legate al formato dell'immagine, la possibilità di includere nei propri post un maggior numero di immagini e anche video (prima non disponibili), un sistema di messaggistica che permette un contatto più diretto e le Stories, ovvero la condivisione temporanea di brevi foto o video. Tutto questo ha portato ad un sempre più crescente utilizzo, fino a diventare in tempi più recenti il social più frequentato a livello mondiale.

Nei social network è ormai norma visualizzare contenuti che mirano all'ispirazione verso l'ottenimento di un particolare tipo ideale di corpo e che mirano al cambiamento delle abitudini alimentari o comportamenti. In particolare, due categorie di contenuti si sono distinte nell'ambito dell'ispirazione di questo tipo: Fitspiration e Thinspiration. In questa review sistematica questi due social trend sono messi a confronto nell'analisi dei loro contenuti multimediali e negli effetti diretti o indiretti che questi ultimi provocano nei confronti della loro utenza.

Per l'analisi di questi due fenomeni, bisogna riflettere innanzitutto sulle loro origini linguistiche. I termini Fitspiration e Thinspiration sono neologismi che hanno in comune la radice "ispirazione", mentre il prefisso cambia le modalità in cui l'ispirazione viene applicata. Il primo caso corrisponde all'ispirazione di altre persone tramite la promozione di uno stile di vita "fit", ovvero legato all'esercizio e all'attenzione verso la salute del corpo. Il secondo caso corrisponde invece all'ispirazione di altre persone tramite la promozione e l'esaltazione dell'ideale di corpo magro "thin". L'ispirazione è facilmente applicabile sui social network, dove questi fenomeni possono diffondersi ampiamente in quanto la condivisione dei contenuti multimediali a riguardo permette di raggiungere un pubblico vasto in poco tempo e creare così grandi comunità.

## **1.2 IL FENOMENO DELLA FITSPIRATION**

La Fitspiration è un online trend che ha come scopo quello di ispirare gli utenti verso uno stile di vita più sano, promuovendo l'esercizio fisico e un'alimentazione sana e corretta, accompagnata da una filosofia diffusa che enfatizza i concetti di forza e valorizzazione (Tiggemann & Zaccardo, 2015; Tiggemann & Zaccardo, 2018; DiBisceglie & Arigo, 2021).

La Fitspiration nasce successivamente al discorso e le critiche degli anni precedenti al 2013 riguardo la Thinspiration, oltre ad una crescita e sviluppo sempre più affermato delle tecnologie di comunicazioni di massa quali sono gli smartphone e i social network, che hanno permesso uno stile

di vita sociale a portata di mano molto più accessibile e immediato. La Fitspiration ha raggiunto la sua maggior proliferazione e funzionalità sul social network Instagram, anche se contenuti del genere si possono trovare su Pinterest, Twitter e Facebook.

I contenuti trovati ricercando l'hashtag Fitspiration su Instagram consistono per la maggior parte in foto del corpo o di una sua parte in una posa mirata alla sua esaltazione, foto di pasti e svariate ricette di cucina, promozione di additivi per tonificare quali proteine, foto in palestra durante gli esercizi.

Stando all'analisi condotta da Marika Tiggemann e Mia Zaccardo nell'analisi dei contenuti condotta nel 2016 in cui sono state prese in considerazione 600 immagini, poi codificate per tipo di corpo, attività, grado di oggettivazione ed elementi testuali, i risultati indicano che la maggioranza delle immagini consiste in persone (63.7%), seguite da cibo (19%) o altro (17.3%). Di queste immagini sul cibo, quasi sempre (91.2%) consistono in cibi sani come frullati alla frutta o frullati proteici. Le immagini che non riguardano il cibo invece sono semplici sfondi monocolori o con qualche tipo di tema per citazioni (41.4%), seguiti da statistiche (14.4%), immagini di materiale da palestra (11.5%) o vestiti da palestra (8.7%).

Fisicamente i contenuti sono per lo più rappresentati dalla presenza del genere femminile (67.3%) piuttosto che di quello maschile (28.8%). Solo il 3.9% contiene entrambi. Nella maggior parte dei casi si figura un singolo elemento nella foto. Sul tipo di corpo mostrato, nel 75.2% dei casi si nota un corpo di forma magra, e ha visibili livelli di muscolatura nella metà dei casi (56.2%). Particolare è il caso degli uomini, dove la quasi totalità del campione presenta una costruzione del corpo media, non magra (98.6%), e il 60% di essi mostrano un alto livello di muscolarità.

Riguardo alle attività mostrate nelle immagini, la maggior parte di esse presentano una persona in posa, un quarto di queste per entrambi i generi presentano i soggetti mentre eseguono un esercizio fisico.

Il focus maggiore delle immagini è una parte del corpo specifica, e non sempre il viso è presente.

Una posa sensuale è stata adottata più dalle donne (25.7%) che dagli uomini (10%).

Sui testi che accompagnano le immagini, 17.6% consistono in citazioni. La maggioranza di queste è di natura generalmente positiva (58.5%), seguite dalle frasi motivazionali che sono relative al fitness (39.6%). Tra tutte le citazioni, l'11,3% sono state giudicate come potenzialmente disfunzionali nell'incoraggiare comportamenti estremi o eccessivi.

### 1.3 THINSPIRATION: LE ORIGINI DELLA FITSPIRATION

Prima dell'avvento della Fitspiration, la Thinspiration si affermava come tendenza basata sull'ispirazione online, creando attorno a sé un acceso dibattito proveniente dall'opinione pubblica. Lo scopo della Thinspiration consiste nella condivisione di un particolare tipo di contenuti multimediali (immagini, testi ecc ecc) che mirano all'esaltazione di un ideale di corpo magro e consigli per il suo mantenimento.

Il trend Thinspiration ha avuto origine dalla fine degli 90' e si è diffuso tramite diversi forum "Pro-Ana", ovvero a favore dell'anoressia. Essi consistevano in personali siti web dove venivano tenuti diari giornalieri sulla propria condizione fisica e mentale, elargizione di consigli ritenuti utili per il raggiungimento e gestione dello stato e condivisione di contenuti Thinspiration.

Uno dei più famosi ed esemplari siti Pro-Ana era "Anorexic Nation", che dal 1999 in poi ha ispirato altri utenti a creare pagine simili ed è stato per molto tempo sotto il mirino della censura per i contenuti e gli ideali condivisi. I contenuti a cui si fa riferimento sono immagini di modelli e attrici con corpi estremamente magri o con una quasi assenza di grasso, consigli e strategie su come evitare di mangiare e informazioni utili su come riuscire a autoindursi il vomito, il tutto combinato con una narrazione totalmente contraria alla medicina. Sulla narrazione è da far notare l'utilizzo del diminutivo "Ana", che è spesso presentato come amico speciale, riferendosi al disordine alimentare come compagno di vita. (Ferreday, 2003)

Scegliere la visibilità che poteva offrire un sito pubblico interamente dedicato ad esso, piuttosto che una via più privata, non è una scelta casuale. Un sito indicato del tutto all'argomento ha offerto a chiunque cercasse informazioni a riguardo un posto dove poter confrontare le proprie esperienze e sensazioni, oltre a sopperire una possibile mancanza di sfogo giornaliero di dubbi e perplessità e riconoscersi in qualcosa di più grande. Non a caso il titolo è "Anorexic NATION", che va a suggerire il titolo di una comunità già esistente, ma che non fosse mai stata davvero denominata e unita. Tra le caratteristiche più diffuse individuate e che hanno formato questa comunità è la somiglianza dei corpi e lo status di essere collettivamente non ascoltati, ai margini della società e con la sensazione di essere sotto costante minaccia.

La visibilità di questi siti non poteva passare inosservata agli occhi dell'opinione pubblica, soprattutto dopo l'appropriazione illecita di immagini di attrici estremamente magre poste come idoli dell'anoressia. Un'altra caratteristica era la superficiale idea di comunità che provoca un divergente modo di trattare il proprio corpo diverso da quello definito dal modello medico, oltre ad

una percezione di potenziale reclutamento di nuove persone in questo modello. La soluzione più facile da attuare, visti i presupposti, è stata la censura di questi siti. Esempio il caso dell'Agosto 2001 in cui il motore di ricerca Yahoo! ha deciso di escludere ogni sito Pro-Ana dai suoi server. Si può eliminare il materialismo dei contenuti, ma non l'idea e le caratteristiche della comunità, che è rimasta incompresa. I siti censurati semplicemente tornavano disponibili sotto diversa forma e altri domini. Il vero problema non è stato davvero discusso e affrontato (Ferreday, 2003).

Diversi social network hanno deciso di bandire l'hashtag Thinspiration dalle loro piattaforme; tuttavia, gli stessi contenuti sono stati immessi nei social sotto termini parzialmente modificati per sfuggire ai controlli dell'algoritmo della piattaforma; perciò, è stato possibile effettuare ulteriori analisi dei contenuti del trend.

Il trend Thinspiration nei suoi contenuti presenta immagini e testi con temi come l'idealizzazione di un corpo con meno grasso possibile, la conseguente demonizzazione del grasso del corpo e del guadagno di peso, strategie preoccupanti per la perdita di peso, supporto emotivo e convalidazione nelle difficoltà della gestione dello stesso e riguardo la magrezza del corpo e la glorificazione del disordine alimentare (Anoressia la più frequente) che viene presentato più come una scelta di vita, piuttosto che affrontarlo come un disordine psicologico. Il target di questi siti è stato individuato nel profilo prototipico di una ragazza adolescente vulnerabile. (Ghaznavi & Taylor, 2015; Lewis & Arbutnott, 2012; National Eating Disorders Association, 2013).

Debbie Ging e Sarah Carvey hanno effettuato un'analisi dei contenuti della thinspiration nel 2017 prendendo come campione 7560 immagini prelevate dal social network Instagram cercate attraverso il nome delle categorie modificate (#thinsp00, #ana, #starve #fasting).

I risultati dell'analisi evidenziano 9 tipi di contenuti: Thinspiration, post interattivi e ludicizzati (post in cui l'utente invita all'interazione gli utenti tramite sfide e giochi che includono veti su particolari tipi di cibo, esercizio fisico eccessivo o digiuni prolungati), post con citazioni testuali, contenuti pro-ana legati alla depressione, contenuti pro-ana legati al farsi del male e al suicidio, consigli su come mantenere e nascondere un disordine alimentare, consigli su come recuperare da un disordine alimentare e messaggi positivi legati ad esso, autoscatti e altro. (Ging & Garvey, 2018)

La reazione di chi ha osservato questo tipo di comunità online è l'individuazione di una forte componente affettivo emotiva. I contenuti provocano un possibile senso di empatia data dal semplice fatto che i corpi mostrati sono umani, ma la loro condizione ridotta letteralmente all'osso produce anche sentimenti di disgusto e desiderio di non vedere più questo tipo di corpo, o persone che aspirano a quel tipo di corpo come obiettivo da raggiungere. L'utilizzo della censura su questi siti deriva da una sensazione di protezione delle giovani menti da argomenti definiti dannosi a



priori. Viene poi utilizzato a sproposito da questi siti il termine “supporto”, presentandosi come una propaganda per non affrontare il disordine alimentare, ma conviverci. (Ferreday, 2003)

#### **1.4 RELAZIONE DI QUESTI FENOMENI CON IL TIPO IDEALE DI CORPO E I DISTURBI ALIMENTARI**

Ci sono diverse teorie per cui si può affermare che il grado di esposizione ad un certo tipo di contenuti provoca un'influenza sui comportamenti, atteggiamenti e modi di pensare della persona che si relaziona ad essi.

La teoria dell'Oggettivazione (Fredrickson & Roberts, 1997) riflette sulla concettualizzazione dell'individuo che, internalizzando la prospettiva dell'osservatore come principale giudizio sul proprio corpo, si vede come un oggetto. Questa visione provoca una perpetua valutazione di sé stessi. Le conseguenze sono modificate anche dalla tipologia di contenuto in cui si entra in relazione. Nel caso dei contenuti che ispirano alla magrezza del corpo si è verificato un aumento dell'auto-oggettivazione, che a sua volta provoca disagi mentali quali depressione, vergogna per il proprio corpo, ansia relativa alla sua apparenza e disfunzioni nella sfera della sessualità, oltre ad insoddisfazione generale e disordini alimentari. (Ghaznavi & Taylor, 2015)

Ancora più specifiche e pronunciate sono le conseguenze dell'esposizione ai contenuti Thinspiration, che ispirano ad un conformismo estremo all'ideale di magrezza, dei quali contenuti provocano un aumento ulteriore del grado di auto-oggettivazione. Viene definito con messaggi volti all'autocontrollo del proprio corpo, isolandone anche alcune parti e descrivendolo come un oggetto da vedere e utilizzare, provocando dunque un pericoloso distaccamento.

Un'ulteriore teoria a sostegno dell'analisi degli effetti dell'esposizione ai contenuti multimediali dei mass media è la teoria sociale cognitiva (Bandura, 1997): l'assunto è che le persone sono più avvezze a imparare e imitare un modello di comportamento se possono riconoscersi e quel comportamento porta a dei benefici.

Nel caso del comportamento volto al raggiungimento di un tipo ideale di corpo, viene rafforzato grazie a sistemi di retribuzione tipici dei social network: il numero di cuori, likes o simili rafforza l'idea che il contenuto mostrato sia apparentemente socialmente accettato. Se non vi è una conoscenza approfondita di questi sistemi, come è il caso di giovani utenti vulnerabili, il consenso rafforza il comportamento dannoso nei confronti del proprio corpo.

La teoria del confronto sociale (Festinger, 1954) riporta che le persone tendono a valutare sé stesse in maniera costante, tenendo in considerazione gli altri con cui si entra in un qualsiasi tipo di interazione come termine di paragone. Grazie ai social network e alla loro popolarità il numero medio di interazioni sociali è aumentato, in quanto possiamo entrare in contatto con tutti gli altri utenti iscritti allo stesso social senza una conoscenza fisica, e con questo aumenta la salienza del confronto sociale nei termini dell'analisi.

Diversi studi (de Valle et al., 2021; Holland & Tiggemann, 2016) hanno trovato una correlazione tra esposizione ai contenuti dei mass media e la modifica conseguente nei comportamenti degli utenti, oltre alla creazione di un'idea collettiva di forma del corpo ideale, che verte verso la magrezza nel caso della Thinspiration, verso un ideale di corpo muscolare e con poco grasso nel caso della Fitspiration. Il risultato è che la massiccia condivisione di questo ideale provochi una costruzione dell'ideale di bellezza difficile da raggiungere e non consona alla realtà, soprattutto nel caso di quello femminile, oltre alle possibili conseguenze verso comportamenti tipici dei disordini alimentari.

Nel caso della Thinspiration, i contenuti mirano direttamente all'indurre gli utenti a comportamenti tipici dei disordini alimentari come anoressia e bulimia nervosa, come è stato descritto sopra in relazione alle teorie proposte; inoltre, vi è già stato un acceso dibattito dell'opinione pubblica e conseguente demonizzazione del fenomeno in quanto definito in sintesi come principale promotore di disturbi alimentari come Anoressia e Bulimia.

Un chiaro dibattito pubblico sulle conseguenze invece non è stato effettuato nel caso del fenomeno della Fitspiration, in quanto è visto come generalmente positivo dato dal fatto che vengono promossi temi come il mangiare sano, l'esercizio fisico e dimagrire. Nel caso della Fitspiration si è verificato che l'esposizione a questo tipo di contenuti è associata ad una modifica nei comportamenti degli utenti fino alla possibilità di sfociare in una particolare sindrome per cui si discute da tempo se sia da includere tra i disordini alimentari o meno: l'ortoressia nervosa (Brytek-Matera, 2012)

Ortoressia è un termine che utilizza il prefisso "ortho", che significa corretto, e "orexia", che significa appetito. Il suo significato è stato proposto per la prima volta da Bratman nel 1997, definendolo come patologica ossessione sul corretto consumo di cibo appropriato e sano (Brytek-Matera, 2012). Solitamente l'interesse verso il cibo sano è considerato positivo, ma le persone che soffrono di ortoressia nervosa portano questo comportamento verso l'estremo, portando verso potenziali conseguenze negative a livello psicologico e talvolta fisico. (Sedlak, 2019; Bratman,

1997; Gleaves, Graham, & Ambwani, 2013). Numerosi individui che soffrono di ortoressia nervosa riportano numerose conseguenze negative, tra cui una riduzione della qualità della vita (Koven & Abry, 2015), in quanto spendono la maggior parte della loro giornata a pensare al cibo, arrivando perfino ad evitare interazioni sociali che potrebbero includere un diverso tipo di cibo non previsto dalla dieta personale. (Bratman & Knight, 2000; Herranz Valera, Acuña Ruiz, Romero Valdespino, & Visioli, 2014). Solitamente il pensiero eccessivo verso il cibo è tipico dei disordini alimentari come anoressia nervosa e bulimia nervosa. Ciò che distingue l'ortoressia nervosa da essi è l'ossessione sulla qualità del cibo che si mangia, piuttosto che la quantità (Bratman & Knight, 2000; Mathieu, 2005). Lo sforzo verso il raggiungimento di un'ideale perfezione e purezza del corpo è l'obiettivo principale dell'ortoressia nervosa (Bratman & Knight, 2000).

Alla luce di quanto esposto sui contenuti presenti nella Fitspiration e nella Thinspiration e sulla loro natura di tendenza online basata sull'ispirazione verso il raggiungimento di un tipo di corpo ideale e sulle conseguenze di questo tipo di comunicazione, la presente revisione sistematica della letteratura ha come obiettivo quello di raccogliere gli studi che hanno comparato direttamente Thinspiration e Fitspiration nell'analisi dei contenuti e le loro conseguenze, verificando le loro somiglianze e differenze, cercando di chiarire se la Fitspiration è potenzialmente negativa quanto la Thinspiration.

## **CAPITOLO 2 – METODOLOGIA**

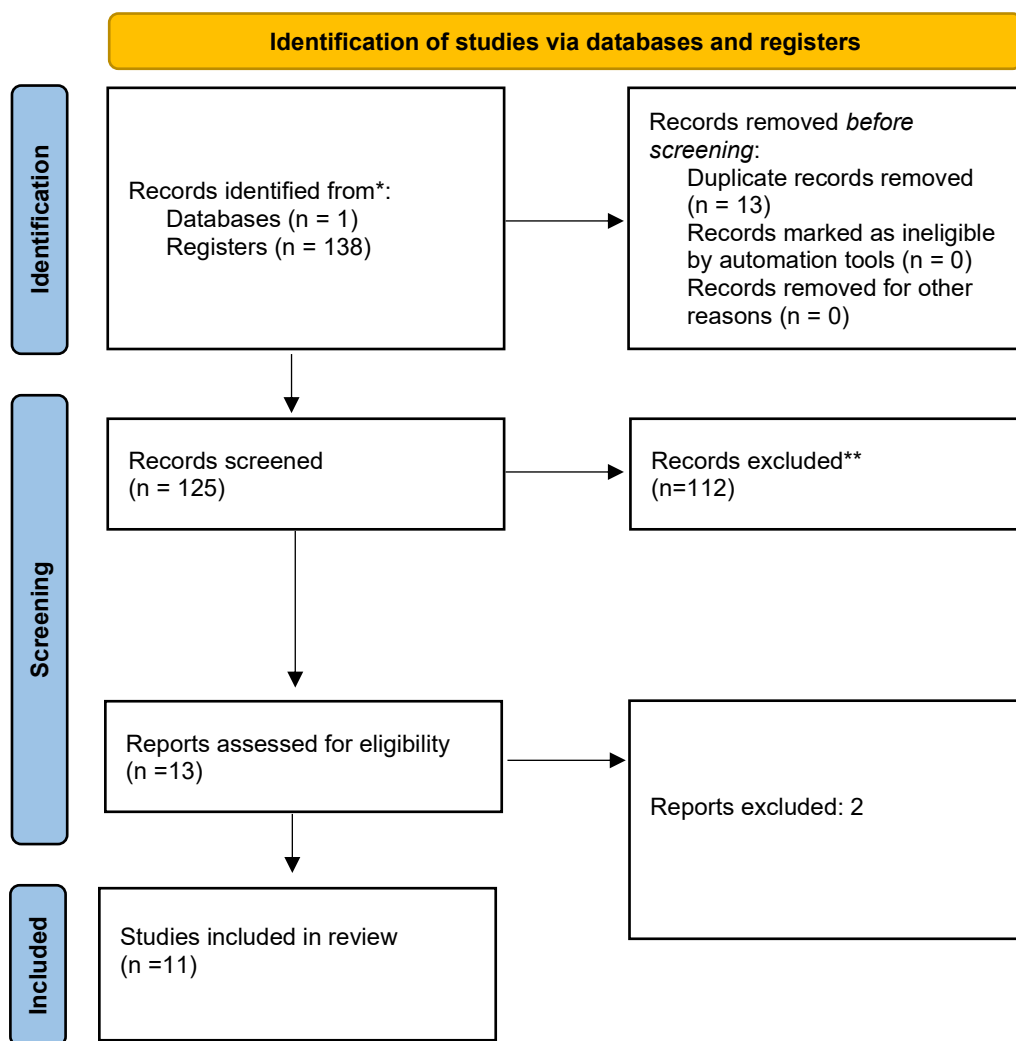
### **2.1 MODELLO PRISMA**

Questo studio è una revisione sistematica basata sul modello PRISMA (Mother, Liberati, Tetzlaff, Altman, 2009). Il PRISMA Statement è stato progettato per aiutare i revisori sistematici a riportare il perché la revisione è stata eseguita, che cosa è stato compiuto dagli autori e quali sono stati i loro ritrovamenti. È costituito da una checklist di 27 Item che ha l'obiettivo di guidare gli autori nel migliorare il reporting di revisioni sistematiche e meta-analisi. (Mother, Liberati, Tetzlaff, Altman, 2009)

### **2.2 RICERCA ARTICOLI E DIAGRAMMA DI FLUSSO PRISMA**

Per la ricerca degli articoli da includere nella revisione sistematica è stato utilizzato lo strumento di ricerca che il Sistema bibliotecario dell'Università di Padova mette a disposizione, Galileo Discovery. Lo strumento permette di consultare le collezioni dell'Ateneo e delle biblioteche che partecipano al Sistema Bibliotecario Padovano.

Dalla ricerca sono stati prodotti 138 risultati, di cui 13 rimossi in quanto duplicati.



### 2.3 CRITERI DI INCLUSIONE ED ESCLUSIONE

Le parole chiave con cui sono stati ricercati gli studi da includere nella revisione sistematica sono: Thinspiration, Fitspiration e Social Media. Il criterio di inclusione principale è la comparazione diretta dei due fenomeni Thinspiration e Fitspiration, verificato nella metodologia di ogni studio. I criteri di inclusione per gli articoli sono stati i seguenti: articoli redatti in lingua inglese consultabili con i mezzi proposti dall'Università degli studi di Padova come Galileo Discovery, da cui è stato possibile accedere alla lettura degli articoli tramite l'affiliazione all'università, articoli che esploravano l'utilizzo dei social media Instagram, Twitter, Pinterest e Facebook (social media legati alla condivisione delle immagini), studi pubblicati in data compresa tra il 2015 e il 2021. La maggior parte degli articoli identificati nella ricerca includeva ricerche con focus solo su uno dei due argomenti (Fitspiration o Thinspiration), che si differenziano tra l'analisi dei contenuti riferiti al singolo fenomeno, un'analisi di una particolare tipologia di contenuti mostrata da uno dei due fenomeni, le analisi delle possibili conseguenze relative all'esposizione a questo tipo di contenuti,

analisi quantitative e qualitative, comparazioni con altri diversi fenomeni legati all'ispirazione sui social o analisi sugli effetti dei social media sui loro utenti legati all'esercizio fisico, tipi ideali di corpo e a disordini alimentari. Nel caso degli studi che si riferiscono alla Fitspiration, in numero maggiore rispetto alla Thinspiration, si è verificato un semplice accenno all'altro fenomeno.

## 2.4 TABELLA DI SINTESI DEI RISULTATI

L'intero processo della revisione sistematica è stato condotto dal sottoscritto, che ha ricercato ed analizzato ogni studio derivato dalla ricerca delle parole chiave. La sintesi degli studi inclusi nella revisione sistematica è riportata nella tabella sottostante (Tab. 1: Tabella di sintesi dei risultati), che è organizzata nel seguente modo: autore, obiettivo, popolazione, metodologia, risultati e conclusioni. Alla voce "autore" si è compilato il nome dell'autore, l'anno dello studio e il titolo dello studio. Alla voce "obiettivo" si è compilato l'obiettivo dello studio. Alla voce "popolazione" si è compilato il numero dei partecipanti, la loro provenienza e i loro dati etnografici, oppure l'argomento di indagine. Nel caso della metodologia si è spiegato il modo in cui è stato condotto lo studio, citando il nome del tipo particolare di metodologia utilizzata (questionari, analisi quantitativa dei dati ecc) e gli strumenti di cui ci si è serviti per eventuali estrazioni dei dati o per l'analisi statistica di essi. Alla voce "risultati" si sono inclusi i risultati ottenuti dalle analisi condotte dagli studi, mentre alla voce "conclusioni" sono stati riportate le conclusioni derivanti dall'interpretazione dei risultati e possibili studi futuri derivanti dalle conclusioni raccolte.



AUTORE	OBIETTIVO	POPOLAZIONE	METODOLOGIA	RISULTATI	CONCLUSIONI
Alberga et Al. (2018)  Fitspiration and thinspiration: a comparison across three social networking sites	Descrivere e comparare i contenuti sui social network Fitspiration e Thinspiration.	360 post con hashtag Fitspiration, Thinspiration e le loro variazioni più popolari Fitspo e Thinspo	Raccoglimento da 3 social network diversi (Instagram, Tumblr e Twitter) quasi randomico nel Marzo 2016, nei giorni Martedì e Venerdì vista la maggiore affluenza di post sugli argomenti. Numero di post divisi equamente tra i 3 SN. Analisi dei contenuti. Immagini codificate secondo diverse variabili come peso, forma, muscolarità, Ideale di magrezza, Cibo e altre sviluppate poi adhoc.	<p>maggior enfasi del corpo scheletrico nella thinspiration</p> <p>genere femminile più presente nella thinspiration</p> <p>Le variabili Body Guilt, posa muscolare, attività fisica e enfasi dei muscoli sono più presenti nella fitspiration</p> <p>le variabili thin pose, esaltazione della magrezza, esaltazione delle ossa e malattia mentale sono più presenti nella thinspiration.</p> <p>Fitspiration induce più senso di colpa sulla forma del corpo e sul peso</p> <p>Thinspiration ha un grado maggiore nella promozione della magrezza e della perdita di peso, inoltre contiene maggiori contenuti oggettificanti, e fa più riferimenti ai disordini alimentari</p> <p>Le immagini thinspiration inquadrano più spesso una parte specifica del corpo, quelle Fitspiration inquadrano tutto il corpo e fanno vedere di più il viso</p>	Fitspiration e Thinspiration sono molto simili, soprattutto nelle variabili legate all'aspetto fisico, suggestività sessuale e restrizioni riguardo al mangiare.
Boepple&Thompson (2015) A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites	Comparare i contenuti dei siti Fitspiration e Thinspiration	50 siti Fitspiration e 50 Thinspiration. Ricercando su tre diversi siti web (Google, Yahoo! e Bing) Fitspiration, FITspo, Thinspiration e Thinspo sono stati trovati in tutto 164 siti web. Sono stati rimossi i siti duplicati o inattivi, per arrivare a 50 siti FIT e 56 siti THIN.	Da ogni sito sono state prelevate e analizzate le prime 10 immagini e testi. Ciascuna è stata valutata secondo la presenza o assenza di 8 caratteristiche relative alla natura dei messaggi. Perdita di peso, positività verso la magrezza, pose in esaltazione della magrezza, sensi di colpa indotti sul peso, stigmatizzazione del peso, messaggi pericolosi sulla dieta, e messaggi negativi e	<p>La Thinspiration si distingue su 4 delle 8 variabili esaminate rispetto alla Fitspiration, ovvero sui contenuti relativi al perdere peso, positività nei messaggi relativi alla magrezza del corpo, pose in esaltazione della magrezza e messaggi che inducono al senso di colpa relativi al mangiare.</p> <p>Non sono state trovate differenze significative sulle altre 4 variabili, ovvero sulla stigmatizzazione del peso, messaggi che oggettificano la visione del corpo, messaggi che inducono al senso di colpa</p>	<p>Entrambi i siti presentano le variabili calcolate, anche se nei siti Thinspiration c'è una maggiore presenza e intensità dei contenuti analizzati.</p> <p>Partendo da questa ricerca si vuole riflettere sulle possibili conseguenze relative alla soddisfazione del corpo e i comportamenti indotti da tenere sul cibo, soffermandosi sulla natura negativa dei messaggi presenti in questi siti.</p>



		Per parità statistica, se ne sono tenuti 50 di ciascuno.	che inducono senso di colpa sul cibo	sul peso e contenuti relativi a diete restrittive	
Christensen et al. (2021)  Evaluating associations between fitspiration and thinspiration content on Instagram and disordered-eating behaviors using ecological momentary assessment: a registered report	Esplorare i meccanismi che connettono l'utilizzo dei social media e i comportamenti relativi ai disturbi alimentari (DEBs), in particolare su come e verso chi l'esposizione ai contenuti fitspiration o thinspiration si associa ai DEB	175 donne comprese tra i 18 e i 25 anni, utilizzano Instagram ogni giorno e hanno avuto DEBs almeno una volta alla settimana negli ultimi 3 mesi	Diviso in due parti. La prima consiste in una prova di base propedeutica su una pagina online protetta. La seconda consiste in un protocollo EMA di durata 7 giorni.	Lo studio ha la responsabilità di sensibilizzare future linee guida per i social network affinché si utilizzino strumenti migliori e adattivi per la gestione della salute dell'utente che si ritrova a contatto con certi tipi di contenuti e offrire feedback adeguati basandosi sull'utilizzo dei SN, cambiamenti emotivi e indicatori di comportamento	Non si può ignorare il potenziale contenuto dannoso all'interno dei social media e servono maggiori strumenti di controllo e sensibilizzazione per la cura della salute dell'utente
Dignard&Jarry (2021)  The "Little Red Riding Hood effect" Fitspiration is just as bad as thinspiration for women's body satisfaction	Confrontare l'esposizione ai contenuti Thinspiration e Fitspiration in termini di conseguenze quali riduzione della soddisfazione del corpo e la sua comparazione	331 donne reclutate alla Central Canada University comprese tra i 17 e i 43 anni, la maggior parte studentesse.	Ogni partecipante ha visto 20 screenshot presi da siti Instagram. 12 di questi erano contenuti Thinspo o Fitspo, 8 invece erano immagini di viaggi, utilizzate come controllo.  Analisi dei dati effettuata con SPSS Windows Versione 22.0	Osservando la Thinspiration e la Fitspiration si verifica una diminuzione della soddisfazione del corpo rispetto alle immagini di viaggi.  La Fitspiration è stata associata ad una minore soddisfazione del corpo rispetto alla visione della Thinspiration.  L'effetto della Thinspo e Fitspo sulla soddisfazione del corpo è mediato dall'interazione con la comparazione del corpo. Fitspo è ancora più significativa della thinspo in questi termini.  Una maggior positività riguardo il corpo (riferito ai crescenti movimenti a riguardo) ha inibito la comparazione solo con la Thinspo, non con la Fitspo.	La fitspiration è rischiosa in quanto non è regolata in alcun modo, al contrario della Thinspiration che è stata bandita da più social media, nonostante gli effetti che provocano siano molto simili.  La maggior positività del corpo protegge dalla thinspiration, ma non dalla Fitspiration.  Una maggior positività del corpo può proteggere solo quando si sa da cosa bisogna proteggersi, come nel caso della Thinspiration.  Future analisi sui comportamenti tenuti riguardo al cibo potrebbero aiutare a prevedere maggiori sensibilità e conseguenti danni dati dai contenuti Fitspo.
Griffith et Al. (2018)  How does exposure to thinspiration and fitspiration relate to symptom severity among individual with eating	Valutare un modello che spiega come l'utilizzo dei social media incentrati sulle immagini, l'esposizione a contenuti thinspo e	228 partecipanti con disturbo alimentare diagnosticato. 58.8% di loro ricevono trattamenti per la cura.	Proposto un questionario con item che misurano l'utilizzo dei social media, esposizione ai contenuti Thinspo e Fitspo, confronto dell'aspetto fisico, sintomi di disturbo alimentare.	Un uso frequente dei social media è stato associato ad un'esposizione maggiore ai contenuti Fitspo e Thinspo, ma non è direttamente correlato al confronto dell'aspetto fisico e ai sintomi dei disturbi alimentari.	Il confronto dell'aspetto fisico veicola l'impatto dell'uso dei social media sull'insoddisfazione del corpo  La relazione tra Thinspiration e disturbi alimentari è diretta

disorders? Evaluation of a proposed model	fitspo e la comparazione dell'aspetto fisico sono collegati a sintomi di disordini alimentari		L'analisi dei dati è stata condotta prima utilizzando l'SPSS versione 24 e poi usando l'MPlus version 8 per valutare la validità del modello.	<p>Maggior esposizione al contenuto Thinspo e Fitspo aumentano la frequenza del confronto dell'aspetto fisico e maggiori sintomi degli ED,</p> <p>Una maggior frequenza del confronto dell'aspetto fisico è associato a più sintomi degli ED.</p> <p>L'esposizione alla Fitspiration è più comune della Thinspiration.</p>	<p>La relazione tra Fitspiration e disordini alimentari è indiretta, ma comporta le stesse conseguenze sui sintomi dei disordini alimentari. Sarà necessario per future ricerche indagare su potenziali mediatori comuni quali l'internalizzazione di ideali del corpo, auto oggettivazione, motivazione all'esercizio.</p> <p>A provocare sintomi di disordine alimentare è la comune idealizzazione del corpo (magro o muscolare che sia)</p>
Griffith et al. (2019)  Thinspiration and Fitspiration in everyday life: An experience sampling study	Esplorare la quotidianità dell'esposizione ai contenuti Fitspiration e Thinspiration di uomini e donne sui temi della soddisfazione del corpo e funzionamento affettivo	108 studenti di psicologia dell'Università di Melbourne.	Elaborato un campionamento delle esperienze di durata 7 giorni su app creata adhoc. Le misure prese in considerazioni per la costruzione delle domande e conseguente analisi dei dati sono: demografia, storia clinica, esposizione ai contenuti Fitspo e Thinspo, stato della soddisfazione del proprio corpo, influenza dello stato negativo e positivo.	<p>Le donne hanno ottenuto come risultato dell'esposizione ai contenuti Fitspiration di 9.5, a quelli Thinspo 8.4. Gli uomini rispettivamente 4.9 e 2.3.</p> <p>L'esposizione ai soli contenuti Thinspiration è stata associata ad una diminuzione della soddisfazione del corpo, maggiori effetti negativi e minori effetti positivi.</p> <p>L'esposizione ai soli contenuti Fitspo invece comporta una diminuzione della soddisfazione del corpo e minori effetti positivi (minore rispetto all'esclusiva esposizione ai contenuti thinspo), ma non è associata agli effetti negativi.</p> <p>L'esposizione a entrambi equivale ai dati dell'esclusiva esposizione ai contenuti Thinspo.</p> <p>Le donne hanno segnalato una maggiore esposizione esclusiva alla thinspo, fitspo e a entrambe rispetto agli uomini. Così anche la frequenza. Sia uomini che donne hanno</p>	<p>L'esposizione ai contenuti thinspiration e fitspo hanno generato piccole associazioni con la soddisfazione del corpo, effetti negativi e positivi. Non possono comunque essere risultati da ignorare in quanto possono essere significativi per lo sviluppo quotidiano di un'ideale del corpo e di problemi emotivi.</p> <p>La thinspiration sembra essere più pericolosa rispetto alla fitspo, ma la duale esposizione porta gli stessi risultati.</p> <p>Future ricerche con una popolazione di partecipanti più mirata (con dismorfia muscolare, disordini alimentari o forte associazione con un tipo ideale di corpo) potrebbero essere più significative per indagare gli effetti della fitspo.</p>

				riportano più un'esposizione a entrambi i tipi di contenuti piuttosto che all'esclusività.	<p>La maggior esposizione ai contenuti Fitspo e Thinspo delle donne si può spiegare con una maggior pressione dei media per il raggiungimento di un certo tipo di corpo ideale e il suo mantenimento</p> <p>L'esposizione ai contenuti Fitspo e Thinspo è associata alla diminuzione della soddisfazione del corpo, maggiori effetti negativi e minori effetti positivi. Un tipo di esposizione giornaliera e costante può portare ad un abbassamento della soddisfazione del corpo e ad uno scarso funzionamento affettivo</p>
<p>Yee et. Al (2020)</p> <p>The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men's body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study</p>	<p>Esplorare le differenze nell'impatto sui problemi relativi all'immagine del corpo degli uomini alla visione di immagini fitspo e thinspo.</p>	<p>223 uomini di età compresa tra i 18 e i 52 anni, a maggioranza single, eterosessuali e asiatici. 58% affermano di essere già a contatto con la fitspiration, il 30% con la thinspiration.</p>	<p>Scelti tre tipi di immagini da Instagram, Facebook e Tumblr: Fitspiration, Thinspiration (che hanno come soggetto un uomo) e Immagini di viaggio (controllo)</p> <p>Si effettua prima un questionario propedeutico in cui vengono misurati dati demografici, il tratto dell'insoddisfazione del proprio corpo e il tratto della comparazione dell'aspetto.</p> <p>EMA di durata sette giorni in cui il soggetto viene esposto periodicamente ad uno dei tre tipi di immagine e risponde ad un rapido questionario di un minuto circa per 6 volte al giorno.</p> <p>I questionari hanno l'obiettivo di misurare il livello di insoddisfazione sullo stato del proprio corpo (grasso o</p>	<p>Tra i tre tipi di esposizione, quella alla Fitspiration comporta un aumento nel livello di insoddisfazione del proprio corpo, della propria muscolarità, e dell'umore, oltre a riportare la necessità di riduzione del grasso del corpo e un aumento del tono muscolare, rispetto alle immagini di controllo, mentre l'esposizione alla thinspiration ha abbassato il livello di questi parametri.</p>	<p>Le conseguenze dell'esposizione maschile alla Fitspiration sono assimilabili a quelle femminili.</p> <p>Le conseguenze dell'esposizione maschile alla thinspiration sono diverse da quelle femminili. Questo può essere spiegato ipotizzando che gli uomini trovano meno desiderabile l'ideale di magrezza per sé stessi.</p> <p>Gli uomini con un livello più alto di insoddisfazione verso il proprio corpo e comparazione dell'aspetto sono più sensibili alle immagini fitspiration.</p>

			muscolare), l'umore negativo e l'urgenza nel cambiare le proprie abitudini per cambiare il proprio corpo.		
Harris et. Al. (2016)  Messengers and Messages for Tweets That Used #thinspo and #fitspo Hashtag in 2016	Esplorare e mettere a confronto i contenuti Thinspiration e Fitspiration su Twitter	1035 Tweet raccolti nell'arco di una settimana	Analisi descrittiva dei contenuti	<p>Su 1035 tweet, 696 avevano come argomento l'immagine del corpo, fitness, cibo o disordini alimentari.</p> <p>I tweet thinspo vengono ritwittati più spesso di quelli fitspo</p> <p>Solo 94 tweet hanno ricevuto risposta, anche qui thinspo in maggioranza</p> <p>Dei 458 #thinspo tweet, 141 consistevano in solo hashtag, mentre per la #fitspo 21 su 238. La maggior parte di questi tweet (98.1%) includono immagini e video.</p> <p>Più della metà dei tweet #Fitspo sono promozionali, al contrario del solo 1 tweet #thinspo</p> <p>32 tweet #fitspo ha come soggetto il cibo, nessuno invece #thinspo</p> <p>Il 95% dei tweet #thinspo che includono multimedia si concentrano su una parte precisa del corpo, nel 33.8% dei casi su stomaco, fianchi e vita. Solo il 3.4% dei video #fitspo lo fa.</p> <p>75.5% dei #thinspo tweet includono un'immagine di un corpo estremamente magro o scheletrico contro il 3.4 dei #fitspo tweet</p> <p>18.9% dei #fitspo tweet include un'immagine di un corpo muscolare, contro lo 0.7% dei #thinspo</p> <p>La maggior parte degli utenti che postano tweet #thinspo sono individuali, non legati ad un'azienda.</p>	<p>I topic più riconosciuti dalla #fitspo sono: esercizio fisico, forza, mangiare meno, mangiare sano, medicazione</p> <p>I topic più riconosciuti dai tweet #thinspo sono perdere peso, volere un certo tipo ideale di corpo o caratteristiche del corpo particolari, disordine alimentare, abbuffarsi e purgarsi.</p> <p>I Tweet #fitspo sono più legati alla promozione di organizzazioni</p> <p>Il numero dei retweet e like dei tweet #thinspo da parte di utenti suggeriscono la presenza di una comunità che normalizza comportamenti da disordine alimentare e aumentano l'insoddisfazione del corpo. Si suggerisce ai centri di recupero presenti sulla piattaforma di utilizzare di più quest'hashtag per creare informazione meno dannosa.</p>

<p>Chansiri et. Al (2020)</p> <p>The indirect effects of thinspiration and fitspiration images on young women's sexual attitudes</p>	<p>Esplorare l'effetto indiretto delle immagini fitspiration e thinspiration sulle attitudini sessuali delle giovani donne, applicando la teoria socioculturale e la teoria dell'oggettivazione</p>	<p>221 studentesse provenienti da un'università pubblica</p>	<p>Proposti 3 tipi di questionari contenenti domande su 10 immagini Thinspo, 10 Fitspo e 10 immagini neutrali (controllo) che vengono assegnati casualmente alle partecipanti.</p> <p>Le misure sono: livello di comparazione dell'aspetto, insoddisfazione del corpo, internalizzazione di un tipo ideale di corpo, auto-oggettivazione, auto attribuzione nell'efficacia sessuale, assertività riguardo all'approccio sessuale e autoconsapevolezza sessuale</p>	<p>Il livello di comparazione dell'aspetto media l'effetto indiretto delle immagini di ispirazione sul livello di insoddisfazione del corpo</p> <p>L'esposizione alle immagini di ispirazione NON prevedere il livello di auto oggettivazione per mezzo del livello di internalizzazione del corpo ideale</p> <p>Gli effetti indiretti delle immagini fitspiration sono più significativi rispetto a quelli della thinspiration, ma solo nel livello di comparazione dell'aspetto</p> <p>L'esposizione a immagini di ispirazione su Instagram, mediante la comparazione dell'aspetto e il livello di insoddisfazione del proprio corpo, abbassa l'auto-attribuzione nell'efficacia sessuale e aumenta l'autoconsapevolezza sessuale. La comparazione dell'aspetto inoltre prevede una maggiore assertività riguardo all'approccio sessuale, visualizzato soprattutto nell'esposizione alla Fitspiration.</p>	<p>L'effetto indiretto della fitspiration riguardo al livello d'insoddisfazione del proprio corpo è più forte rispetto alla thinspiration</p> <p>Un maggior livello d'insoddisfazione del proprio corpo è stato associato ad un abbassamento dell'auto-attribuzione nell'efficacia sessuale e ad un aumento dell'autopercezione sessuale.</p> <p>C'è correlazione tra la comparazione dell'aspetto e l'assertività riguardo l'approccio sessuale.</p> <p>Servono ulteriori studi per analizzare gli effetti delle immagini sui social media</p>
<p>Talbot et al. (2017)</p> <p>"A content analysis of Thinspiration, Fitspiration, and bonespiration imagery on social media"</p>	<p>Esplorare le differenze nei contenuti sui social media di Thinspiration, Fitspiration e Bonespiration</p>	<p>734 immagini prelevate da tre social network (Instagram, Twitter e WeHeartIt) usando gli hashtag Thinspiration (269), Fitspiration (189) e Bonespiration (276)</p>	<p>Analisi descrittiva dei contenuti su: tipo di corpo, muscoli, visibilità di protuberanze ossee, oggettivazione del corpo.</p>	<p>I contenuti Thinspiration presentano un maggior numero di corpi estremamente magri.</p> <p>I contenuti Fitspiration presentano un maggior numero di corpi muscolosi.</p> <p>Una minor visibilità del corpo aumenta il grado di oggettivazione di esso. La thinspiration presenta maggior numero di immagini in cui si mostra meno della metà del corpo.</p>	<p>Ci sono sostanziali differenze tra Fitspiration e Thinspiration.</p> <p>La Thinspiration mostra più corpi oggettivati.</p> <p>La Fitspiration è simile alla Thinspiration per visibilità di protuberanze ossee e idealizzazione di un tipo di corpo magro. Questa somiglianza suggerisce che esiste un sottogruppo delle immagini Fitspo che esalta l'idealizzazione di un corpo estremamente magro. Questo è potenzialmente pericoloso in quanto la Fitspiration è popolare e accettata.</p>

					<p>L'analisi isolata dei contenuti Fitspiration (non comparata agli altri due fenomeni) vede l'80% dei corpi mostrati come corpi magri. Un terzo dei contenuti presenta muscoli addominali, un campione non rappresentativo della popolazione generale. I corpi mostrati non si devono categorizzare come normali.</p> <p>Al posto di bandire questo tipo di contenuti sui social, andrebbe sviluppato un sistema di intervento sensibilizzando gli utenti alla natura di questo tipo di fenomeni tramite i social network stessi.</p>
<p>Tiggermann et Al. (2018)</p> <p>“Tweeting weight loss: A comparison of #Thinspiration and #Fitspiration communities on Twitter”</p>	<p>Comparare e analizzare i contenuti su Twitter legati agli hashtag #Thinspiration e #Fitspiration</p>	<p>3829 Tweet (1181 Thinspo, 2578 Fitspo) in lingua inglese raccolti in due settimane provenienti da 841 utenti.</p>	<p>Analisi dei contenuti</p>	<p>Gli utenti Fitspiration hanno molti più seguaci.</p> <p>7.04% dei seguaci Thinspiration seguono anche i seguaci Fitspiration, viceversa solo 1.18%</p> <p>I contenuti Thinspiration vengono ricondivisi molto di più</p> <p>I contenuti Fitspiration sono più legati a marchi o aziende</p> <p>Le parole più frequenti nei contenuti Thinspiration sono: “bonespo”, magro, askanamia, all’ora, esile, ragazza carina e esile ragazza carina</p> <p>Le parole più frequenti nei contenuti Fitspiration sono: Fitness, peso, FitFam, fit e perdita di peso</p> <p>Il linguaggio utilizzato è nel complesso positivo, di più nel caso della Fitspiration.</p>	<p>La comunità Twitter sul fenomeno Thinspiration è più piccola, ma più coesa</p> <p>Le parole chiave sono differenti, ma i concetti sono relativi al perdere peso e all’apparire del corpo</p>

Tab. 1: Tabella di sintesi dei risultati



## CAPITOLO 3: RISULTATI E DISCUSSIONE

### 3.1 RISULTATI

Sono stati analizzati 11 articoli che hanno comparato con metodi diversi i contenuti dei fenomeni Thinspiration e Fitspiration o le loro conseguenze. Di questi, 5 articoli (Alberga et al., 2018; Tiggemann et al., 2018; Harris et al., 2018; Talbot et al., 2017; Boepple & Thompson, 2016) hanno effettuato un'analisi dei contenuti sia qualitativa che quantitativa. Si è riportato che i contenuti Thinspiration, in relazione ai contenuti Fitspiration, hanno come caratteristiche quelle di dare una maggiore enfasi del corpo scheletrico (Harris et al., 2018), ha un grado maggiore nella promozione della magrezza e della perdita di peso, il genere femminile è più presente, contengono maggiori contenuti oggettivanti, inquadrano più spesso una sola parte specifica del corpo (Talbot et al., 2017; Harris et al., 2018), e fanno più riferimento ai disordini alimentari (Alberga et al., 2018). Si distingue dai contenuti Fitspiration per contenuti relativi al perdere peso, il tenore positivo nei messaggi relativi alla magrezza del corpo, pose in esaltazione della magrezza e messaggi che inducono al senso di colpa relativo al mangiare (Boepple & Thompson, 2016). Le parole più frequenti nei contenuti Thinspiration su Twitter sono: “bonespo”, magro, askanamia, all'ora, esile, ragazza carina e esile ragazza carina, i contenuti Thinspiration vengono ricondivisi di più (Tiggemann et al., 2018), gli utenti che condividono non sono legati ad un'organizzazione o azienda (Harris et al., 2018) e solo il 7,04% dei seguaci Thinspiration seguono anche seguaci della Fitspiration, contro l'1,18% dei seguaci Fitspiration che seguono seguaci Thinspiration (Tiggemann et al., 2018).

I contenuti Fitspiration, in relazione ai contenuti Thinspiration, presentano un maggior numero di contenuti sui temi di induzione di sensi di colpa verso il proprio corpo, attività fisica ed enfasi dei muscoli (Alberga et al., 2018), presentano un maggior numero di corpi muscolosi (Talbot et al., 2017; Tiggemann et al. 2018) e hanno l'esclusività sulle immagini che hanno come tema il cibo (Talbot et al., 2017). Su Twitter, i contenuti sono condivisi da utenti legati a marchi o aziende, e le parole più frequenti sono Fitness, peso, FitFam, fit e perdita di peso.

I contenuti Thinspiration e Fitspiration non differiscono sulle variabili misurate stigmatizzazione del peso, messaggi oggettivanti la visione del corpo, messaggi che inducono al senso di colpa sul peso e contenuti relativi a diete restrittive (Boepple & Thompson, 2016)

I restanti 6 articoli (Chansiri et al., 2022; Christensen et al., 2021; Dignard & Jarry, 2021; Griffiths et al., 2018; Griffiths & Stefanovski, 2019; Yee et al., 2020) analizzano invece l'effetto dell'esposizione ai contenuti Thinspiration e Fitspiration. In 3 articoli (Dignard & Jarry, 2021; Griffiths et al., 2018; Chansiri et al., 2022) è stata utilizzata una metodologia che prevede la



somministrazione di un questionario che misura differenti variabili, tra cui utilizzo dei social media, esposizione ai contenuti Thinspiration e Fitspiration, confronto dell'aspetto fisico, sintomi di disordine alimentare (Griffiths et al., 2018) livello di comparazione dell'aspetto, insoddisfazione del corpo, internalizzazione di un tipo ideale di corpo, auto-oggettivazione, auto attribuzione nell'efficacia sessuale, assertività riguardo all'approccio sessuale, autoconsapevolezza sessuale (Chansiri et al., 2022), riduzione della soddisfazione del corpo e la sua comparazione (Dignard & Jerry, 2021). La Fitspiration è stata associata ad una minore soddisfazione del corpo rispetto alla visione della Thinspiration. L'effetto combinato della Thinspiration e la Fitspiration sulla soddisfazione del corpo è mediato dall'interazione con la comparazione del corpo. La Fitspiration è ancora più significativa della Thinspiration in questi termini. Una maggior positività riguardo il corpo (riferito ai crescenti movimenti a riguardo) ha inibito la comparazione solo con la Thinspiration, non con la Fitspiration (Dignard & Jerry, 2021). Un uso frequente dei social media è stato associato ad un'esposizione maggiore ai contenuti Fitspiration e Thinspiration, ma non è direttamente correlato al confronto dell'aspetto fisico e ai sintomi dei disordini alimentari. Una maggior esposizione al contenuto Thinspiration e Fitspiration aumenta la frequenza del confronto dell'aspetto fisico e maggiori sintomi dei disordini alimentari. Una maggior frequenza del confronto dell'aspetto fisico è associata a più sintomi dei disordini alimentari (Griffiths et al., 2018). Il livello di comparazione dell'aspetto media l'effetto indiretto delle immagini di ispirazione sul livello di insoddisfazione del corpo. L'esposizione alle immagini di ispirazione non prevede il livello di auto oggettivazione per mezzo del livello di internalizzazione del corpo ideale. Gli effetti indiretti delle immagini Fitspiration sono più significativi rispetto a quelli della Thinspiration, ma solo nel livello di comparazione dell'aspetto. L'esposizione a immagini di ispirazione su Instagram, mediante la comparazione dell'aspetto e il livello di insoddisfazione del proprio corpo, abbassa l'auto-attribuzione nell'efficacia sessuale e aumenta l'autoconsapevolezza sessuale. La comparazione dell'aspetto inoltre prevede una maggiore assertività riguardo all'approccio sessuale, visualizzato soprattutto nell'esposizione alla Fitspiration (Chansiri et al., 2022).

Gli ultimi 3 articoli (Christensen et al., 2021; Yee et al., 2020; Griffiths & Stefanovski, 2019) hanno utilizzato una metodologia che prevede l'utilizzo di un campionamento delle esperienze in un periodo definito (Ecological Momentary Assessment). Tra i due tipi di esposizione, quella alla Fitspiration comporta un aumento nel livello di insoddisfazione del proprio corpo, della propria muscolarità, e dell'umore, oltre a riportare la necessità di riduzione del grasso del corpo e un aumento del tono muscolare, rispetto alle immagini di controllo, mentre l'esposizione alla thinspiration ha abbassato il livello di questi parametri (Yee et al., 2020). Le donne hanno registrato risultati più alti nell'esposizione ai contenuti Fitspiration e Thinspiration rispetto agli uomini.

L'esposizione ai soli contenuti Thinspiration è stata associata ad una diminuzione della soddisfazione del corpo, maggiori effetti negativi e minori effetti positivi., mentre l'esposizione ai soli contenuti Fitspiration comporta una diminuzione della soddisfazione del corpo e minori effetti positivi (minore rispetto all'esclusiva esposizione ai contenuti thinspiration), ma non è associata agli effetti negativi. L'esposizione a entrambi i fenomeni equivale ai dati raccolti dell'esposizione ai soli contenuti Thinspiration. Le donne hanno segnalato una maggiore esposizione alla Thinspiration, Fitspiration e a entrambe rispetto agli uomini. Così anche la frequenza d'esposizione. Sia uomini che donne hanno riportato più un'esposizione a entrambi i tipi di contenuti piuttosto che all'esposizione di un solo fenomeno (Griffiths & Stefanovski, 2019). I risultati dello studio del 2019 di Christensen e i suoi collaboratori sugli effetti negativi dell'esposizione ai contenuti Thinspiration e Fitspiration vuole sensibilizzare all'utilizzo di future linee guida per i social network affinché si utilizzino strumenti migliori e adattivi per la gestione della salute dell'utente che si ritrova a contatto con certi tipi di contenuti e offrire feedback adeguati basandosi sull'utilizzo dei Social Network, cambiamenti emotivi e indicatori di comportamento.

### **3.2 DISCUSSIONE**

Mettendo a confronto i due fenomeni legati all'ispirazione si possono notare sostanziali differenze nei contenuti, ma è nelle conseguenze dell'esposizione che si trovano delle somiglianze che non vanno ignorate.

Nei contenuti, le differenze nei contenuti che palesano l'evoluzione della Fitspiration dalla Thinspiration si evidenzia nei temi del mangiare sano e dell'esercizio fisico. Secondo quanto osservato dalle ricerche, vi è inoltre un grado minore di oggettivazione del corpo. I concetti chiave espressi però rimangono molto simili, ovvero il perdere peso e l'utilizzo di diete restrittive volte al raggiungimento di un tipo ideale di corpo.

Questi concetti vengono confermati dagli studi che si sono soffermati sull'effetto dell'esposizione a questi due fenomeni. L'esposizione ai contenuti Fitspiration e Thinspiration è stata associata alla diminuzione della soddisfazione del corpo, con relativi maggiori effetti negativi e minori effetti positivi. Un tipo di esposizione giornaliera e costante, che è generalmente il modo in cui un utente si approccia ai social network, può portare ad un abbassamento della soddisfazione del corpo e ad uno scarso funzionamento affettivo (Griffiths & Stefanovski, 2019). Il confronto dell'aspetto fisico causato dall'esposizione veicola l'impatto dell'uso dei social media sull'insoddisfazione del corpo (Griffiths et al., 2018). Negli studi in cui si è voluto indagare sugli effetti legati ai comportamenti tipici dei disordini alimentari, si è notato che gli effetti della Thinspiration sono diretti e palesi: i contenuti mirano al raggiungimento e protezione di un tipo ideale di corpo estremamente magro e

non sano, promuovendo comportamenti tipici dei disordini alimentari. Questo è il motivo per cui la Thinspiration è stata bandita o limitata in molteplici social network. L'effetto della Fitspiration in relazione ai comportamenti tipici dei disordini alimentari è invece indiretto, poiché si vende come un'alternativa sana che si concentra sulla salute e sull'esercizio fisico, e viene perciò accettata socialmente. Nonostante provochi nell'osservatore simili sensazioni a quelle osservate nei confronti della Thinspiration come una diminuzione della soddisfazione del corpo e l'aumentare il grado di confronto del corpo, la Fitspiration può attualmente risultare ancor più pericolosa, in quanto sui social network non è regolata in nessun modo.

Prendendo in considerazione gli studi che hanno analizzato i fenomeni in relazione al genere, è il genere femminile quello che più viene a contatto con questo tipo di contenuti e hanno più conseguenze da essi. Lo studio che ha voluto indagare gli effetti dell'esposizione sulla popolazione maschile (Yee et Al., 2020) ha evidenziato che le conseguenze della Thinspiration quali la diminuzione della soddisfazione che si prova verso il proprio corpo e potenziale sviluppo di disordini alimentari, nonché la diminuzione dell'autostima, sono diverse da quelle femminili, mentre sono simili le conseguenze della Fitspiration. Questo si può interpretare con il fatto che la condivisione dell'ideale del corpo magro è meno desiderabile da un uomo ed è meno saliente, mentre quello muscoloso aumenta la salienza della comparazione del corpo e conseguente insoddisfazione e generazione dei sentimenti negativi. La pressione derivante dai media sulla creazione e pressione legata al raggiungimento di un tipo ideale di corpo è maggiore verso il genere femminile per quantità di immagini e dialogo attorno ad esso.

Il punto in comune più saliente che rende la Fitspiration potenzialmente negativa quanto la Thinspiration è la comune condivisione di un'idealizzazione del corpo, magro o muscolare che sia. La potenziale negatività deriva dalla creazione da parte di entrambi i fenomeni di una discrepanza tra il tipo ideale di corpo da raggiungere e le attuali reali rappresentazioni di quello che è mediamente il corpo di un individuo. Il tipo di corpo ideale viene rappresentato e presentato come il tipo di corpo più accettabile, lasciando sottinteso che altri tipi di corpo non lo siano. Questo, come si è potuto osservare negli studi analizzati in questa revisione, può creare nell'individuo un sentimento di non accettazione e inadeguatezza verso il proprio corpo, e potenzialmente sfociare in disordini alimentari derivati dall'ampia discrepanza tra ciò che è (il proprio corpo) e ciò che viene percepito da fattori esterni come ciò che dovrebbe essere (il corpo ideale).

### **3.3 CONCLUSIONI**

Lo studio ha voluto indagare le somiglianze e le differenze nei fenomeni legati all'ispirazione sui social media Fitspiration e Thinspiration. Si è riflettuto sulla natura dei contenuti e sulle

conseguenze dell'esposizione sugli utenti. Alla luce dei risultati e le discussioni maturate da esse si comprende che sono due fenomeni molto simili nel loro effetto, nonostante i contenuti abbiano differenze sostanziali. Il principale motivo per cui si può stabilire che la Fitspiration è potenzialmente dannosa quanto la Thinspiration risiede nella comune idealizzazione del corpo ideale, che aumenta l'insoddisfazione del corpo e rende più saliente la comparazione del corpo. Gli studi più recenti suggeriscono che, grazie ad una maggior accettazione personale del corpo, si può ridurre gli effetti negativi legati all'esposizione a tali tipi di contenuto; tuttavia, è necessario che ci sia una sensibilizzazione accurata sul fatto che il tipo ideale di corpo non sia per forza da raggiungere, l'unico accettabile e più desiderabile. Piuttosto che incentivare l'apparenza e l'alimentazione corretta solo in funzione del raggiungimento della forma ideale del corpo, sarebbe più utile uno stile di comunicazione basato sull'accettazione del corpo. Grazie ad una sensibilizzazione mirata sul far conoscere le potenziali conseguenze di uno stile di vita mirato alla magrezza del corpo, gli effetti negativi diretti della Thinspiration sono diminuiti. Non è stato effettuato lo stesso per la Fitspiration.

Una possibile soluzione per gli effetti negativi è incentivare l'attuazione di una giusta sensibilizzazione sulle possibili conseguenze relative alla soddisfazione del corpo e sulla natura dei comportamenti indotti da tenere sul cibo soffermandosi sul vero significato del contenuto dei messaggi condivisi in questi siti e profili seguaci della Fitspiration. La sensibilizzazione, innanzitutto, dovrebbe essere curata direttamente dai Social Media, in quanto essi si sono dimostrati principali promotori del dibattito pubblico e importanti fonti di condivisione di informazioni. Ai contenuti potenzialmente rischiosi, come la condivisione di un particolare tipo di dieta o un qualche tipologia di programma di allenamento, si potrebbe implementare un sistema di riconoscimento di validità delle notizie riportate (simile a quello creato per combattere le "fake news" sui social network) con l'aiuto di esperti del settore come dietologi e personal trainer qualificati. Un altro possibile intervento di sensibilizzazione sull'accettazione del corpo in ogni sua forma è l'intervento nelle scuole superiori, in quanto individuata come età più sensibile alle possibili disinformazioni diffuse dai social e sensibili all'accettazione del proprio corpo, da parte di psicologi sui possibili rischi dei social network, dai potenziali rischi alla sensibilizzazione sui disordini alimentari.



## BIBLIOGRAFIA

- Alberga, A. S., Withnell, S. J., & von Ranson, K. M. (2018). Fitspiration and thinspiration: A comparison across three social networking sites. *Journal of Eating Disorders*, 6(1), 39–39. <https://doi.org/10.1186/s40337-018-0227-x>
- Boepple, L., & Thompson, J. K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites. *International Journal of Eating Disorders*, 49(1), 98–101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>
- 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>
- Christensen, K. A., Forbush, K. T., Cushing, C. C., Lejuez, C. W., Fleming, K. K., & Swinburne Romine, R. E. (2021). Evaluating associations between fitspiration and thinspiration content on Instagram and disordered-eating behaviors using ecological momentary assessment: A registered report. *International Journal of Eating Disorders*, 54(7), 1307–1315. <https://doi.org/10.1002/eat.23518>
- Dignard, N. A. L., & Jarry, J. L. (2021). The “Little Red Riding Hood effect:” Fitspiration is just as bad as thinspiration for women’s body satisfaction. *Body Image*, 36, 201–213. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.012>
- Griffiths, S., Castle, D., Cunningham, M., Murray, S. B., Bastian, B., & Barlow, F. K. (2018). How does exposure to thinspiration and fitspiration relate to symptom severity among individuals with eating disorders? Evaluation of a proposed model. *Body Image*, 27, 187–195. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.10.002>
- Griffiths, S., & Stefanovski, A. (2019). Thinspiration and fitspiration in everyday life: An experience sampling study. *Body Image*, 30, 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.07.002>
- Harris, J. K. (2018). Messengers and Messages for Tweets That Used #thinspo and #fitspo Hashtags in 2016. *Preventing Chronic Disease*,

- Talbot, C. V., Gavin, J., van Steen, T., & Morey, Y. (2017). A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *Journal of Eating Disorders*, 5(1), 40. <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0170-2>
- Tiggemann, M., Churches, O., Mitchell, L., & Brown, Z. (2018). Tweeting weight loss: A comparison of #thinspiration and #fitspiration communities on Twitter. *Body Image*, 25, 133–138. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.03.002>
- Yee, Z. W., Griffiths, S., Fuller-Tyszkiewicz, M., Blake, K., Richardson, B., & Krug, I. (2020). The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men’s body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study. *Body Image*, 35, 96–107. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.008>
- 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>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). ‘Strong is the new skinny’: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23(8), 1003–1011. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>
- DiBisceglie, S., & Arigo, D. (2021). Perceptions of #fitspiration activity on Instagram: Patterns of use, response, and preferences among fitstagrammers and followers. *Journal of Health Psychology*, 26(8), 1233–1242. <https://doi.org/10.1177/1359105319871656>
- Arigo, D., Brown, M. M., & DiBisceglie, S. (2021). Experimental effects of fitspiration messaging on body satisfaction, exercise motivation, and exercise behavior among college women and men. *Translational Behavioral Medicine*, 11(7), 1441–1450. <https://doi.org/10.1093/tbm/ibab016>
- Ferreday, D. (2003). Unspeakable Bodies: Erasure, Embodiment and the Pro-Ana Community. *International Journal of Cultural Studies*, 6(3), 277–295. <https://doi.org/10.1177/13678779030063003>
- Ging, D., & Garvey, S. (2018). ‘Written in these scars are the stories I can’t explain’: A content analysis of pro-ana and thinspiration image sharing on Instagram. *New Media & Society*, 20(3), 1181–1200. <https://doi.org/10.1177/1461444816687288>

- Fredrickson, B., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Bandura, A. (s.d.). *SOCIAL COGNITIVE THEORY: An Agentic Perspective*. 29.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- de Valle, M. K., Gallego-García, M., Williamson, P., & Wade, T. D. (2021). Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence. *Body Image*, 39, 276–292. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.001>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Brytek-Matera, A. (s.d.). Orthorexia nervosa – an eating disorder, obsessive- -compulsive disorder or disturbed eating habit? *Archives of Psychiatry and Psychotherapy*, 6.
- Sedlak, C. (s.d.). *A Holistic Exploration of Orthorexia Nervosa*. 118.
- *Health Food Junkie—Orthorexia Nervosa, the New Eating Disorder*. (s.d.). <https://www.beyondveg.com/bratman-s/hfj/hf-junkie-1a.shtml>
- Gleaves, D. H., Graham, E. C., & Ambwani, S. (2013). Measuring “orthorexia”: Development of the Eating Habits Questionnaire. *The International Journal of Educational and Psychological Assessment*, 12(2), 1–18.
- Koven, N. S., & Abry, A. W. (2015). The clinical basis of orthorexia nervosa: Emerging perspectives. *Neuropsychiatric Disease and Treatment*, 11, 385–394. <https://doi.org/10.2147/NDT.S61665>
- Bratman, S., & Knight, D. (2001). *Health Food Junkies: Overcoming the Obsession With Healthful Eating* (1° edizione). Bantam Dell Pub Group.
- Herranz Valera, J., Acuña Ruiz, P., Romero Valdespino, B., & Visioli, F. (2014). Prevalence of orthorexia nervosa among ashtanga yoga practitioners: A pilot study. *Eating and Weight Disorders: EWD*, 19(4), 469–472. <https://doi.org/10.1007/s40519-014-0131-6>



- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & PRISMA Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>