نشریه فرهنگ و ارتقای سلامت فرهنگستان علوم پزشکی
دوره نهم، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۴، صفحات ۳۱۱ تا ۳۱۹

اصیل

تحلیل کیفی محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی در مطالب منتشر شده توسط چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش

محسن وحدانی[۱]، امیرحسین لباف[۲*]

۱. استادیار مدیریت ورزشی، گروه رفتار حرکتی و مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
۲. *نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه رفتار حرکتی و مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران، amirhosseinlabbaf@spr.ui.ac.ir

دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۱/۲۱ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۸/۰۷

چکیده

زمینه و هدف: پژوهش حاضر با هدف تحلیل کیفی محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی در مطالب منتشر شده توسط چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی فعال در حوزه ورزش انجام شده است.

روش: این پژوهش با رویکرد کیفی و بر اساس تحلیل محتوای کیفی انجام شد. داده‌ها شامل سیصد مطلب منتشر شده است که به صورت نمونه‌گیری هدفمند غیرتصادفی و بر اساس معیارهای از پیش تعیین شده از شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و ایکس انتخاب شدند. فرایند تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری و دسته‌بندی محتوایی بر مبنای بر اساس تأثیرات مثبت یا منفی پیام‌ها صورت گرفت. برای اعتباربخشی به یافته‌ها، از روش بازبینی همتایان استفاده شد تا دقت و صحت کدگذاری افزایش یابد. همچنین به‌منظور افزایش پایایی، بخشی از داده‌ها توسط کدگذاران مستقل در مرحلهٔ دوم کدگذاری شد و میزان تطابق کدها مورد ارزیابی قرار گرفت.

یافته‌ها: محتوای بررسی شده در دو طبقهٔ اصلی محتوای انگیزه‌بخش (مثبت) و محتوای فشارزا (منفی) قابل تفکیک است. محتوای انگیزه‌بخش شامل ترویج سبک زندگی سالم، پذیرش بدن و تقویت عزت‌نفس، موفقیت و پیشرفت فردی، تأکید بر تعادل میان سلامت جسمی و روانی، الهام‌بخشی، تقویت همبستگی اجتماعی، ارتقای سلامت دیجیتال و ترویج رفتارهای خودمراقبتی است. در مقابل، محتوای فشارزا شامل مقایسه اجتماعی، تأکید افراطی بر تناسب‌اندام، نادیده گرفتن سلامت روان، تحمیل الگوهای بدنی غیرقابل دستیابی، ایجاد اضطراب و استرس، القای احساس گناه، ترویج محصولات ناسالم و بی‌توجهی به تفاوت‌های فردی می‌شود.

نتیجه‌گیری: محتواهای انگیزشی و الهام‌بخش می‌توانند به افزایش انگیزه و اتخاذ انتخاب‌های سالم در افراد کمک کنند؛ در حالی که محتوای فشارزا و مبتنی بر مقایسهٔ اجتماعی، تأثیرات منفی بر عزت‌نفس و سلامت روان مخاطبان به جای می‌گذارند. بنابراین، چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی لازم است در تولید محتوا خود به تعادل میان ترویج سلامت جسمی و روانی توجه داشته باشند و از ایجاد فشارهای غیرضروری و ارائهٔ الگوهای بدنی غیرواقع بینانه خودداری کنند.

کلیدواژه‌ها: خودپندار، خود مراقبتی، سبک زندگی، سلامت روان، ورزش

مقدمه

در عصر حاضر، شبکه‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین بسترهای ارتباطی و فرهنگی برای ترویج سبک زندگی و الگوهای رفتاری تبدیل شده‌اند (۱). در این میان، چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش (Sports Influencers) که در شبکه‌های اجتماعی همچون (مانند اینستاگرام و ایکس) به تولید و انتشار محتوای مرتبط با تناسب اندام، فعالیت بدنی، سلامت و سبک زندگی فعال می‌پردازند، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی نگرش‌ها و رفتاهای مرتبط با سلامت مخاطبان ایفا می‌کنند

Please cite this article as:
Vahdani M, Labbaf A. H. Qualitative Analysis of Fitspiration in Sports Influencer Posts. Iran J Cult Health Promot 2025; 9(3): 311-319.

Copyright: © Iranian Journal of Culture and Health Promotion. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]

(۲). این افراد از طریق ارائهٔ محتوای انگیزشی، آموزشی و الهام‌بخش، مخاطبان خود را در مسیر دستیابی به تندرستی و سبک زندگی سالم همراهی می‌کنند. یکی از جریان‌های پرطرفدار در این فضا، محتواهای انگیزشی مرتبط با تندرستی یا فیتسپیریشن (Fitspiration) است که با هدف تقویت انگیزه برای فعالیت بدنی، بهبود تناسب اندام، ارتقای تندرستی، ترویج تغذیه سالم و بهبود کیفیت زندگی تولید و منتشر می‌شود (۳). این محتواها اغلب در قالب نوشته‌ها، تصویرها و فیلم‌های کوتاه منتشر می‌شوند و به‌دلیل ماهیت جذاب و همه‌گیر خود، تأثیر قابل توجهی بر ذهنیت، احساسات و رفتار مخاطبان برجای می‌گذارند.

با این وجود، برخی پژوهشگران و منتقدان بر این باورند که محتوای منتشر شده در این حوزه همواره تأثیرات مثبت به همراه ندارد و در برخی موارد می‌تواند افزایش فشار روانی، اضطراب و احساس ناکفایتی در میان کاربران شود. این مسئله به‌ویژه در میان نوجوانان و جوانان می‌تواند پیامدهایی همچون کاهش عزت‌نفس، اختلالات خوردن و وسواس نسبت به بدن را به دنبال داشته باشد (۴). افزون بر این، چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی گاهی از طریق تبلیغات و همکاری با برندهای ورزشی پیام‌هایی را منتقل کنند که علاوه بر ترویج نه تنها به سبک زندگی سالم، به افزایش مصرف‌گرایی و فشار اقتصادی بر کاربران را نیز منجر می‌شود (۵). بسیاری از چهره‌ها نه‌تنها از طریق ارائهٔ توصیه‌های ورزشی و تغذیه‌ای، بلکه با نمایش سبک زندگی شخصی خود، الگوهای رفتاری خاصی را در میان مخاطبان شکل می‌دهند. این امر سبب می‌شود کاربران، به‌ویژه جوانان، خود را با چهره‌های محبوب‌شان مقایسه کرده و در تلاش باشند تا به سبک زندگی آنان نزدیک شوند (۶). درمقابل، برخی پژوهش‌ها نشان داده‌اند که محتواهای انگیزشی در صورت ارائهٔ صحیح، متعادل و مبتنی بر اصول علمی می‌توانند به ایجاد عادات سالم کمک کنند. در این راستا، محتوای آموزشی چهره‌های تأثیرگذار حوزه ورزش در بارهٔ شیوه‌های صحیح تمرین و تغذیه، می‌تواند نقش مؤثری در ارتقای سلامت عمومی داشته باشد (۷).

نحوهٔ ارائهٔ مطالب، لحن پیام‌ها، نوع محتوای تصویری و میزان تعامل کاربران با این محتواها از جمله عواملی هستند که در شکل‌گیری ادراک مخاطبان نقش تعیین کننده‌ای دارند (۸). یکی از چالش‌های اساسی در این زمینه نبود استانداردهای مشخص و قابل‌قبول برای تولید و انتشار محتواهای تشویق کنندهٔ تناسب اندام در فضای مجازی است، موضوعی که می‌تواند به سردرگمی مخاطبان و در برخی موارد به سوءبرداشت‌های جدی در حوزه سلامت و تناسب اندام منجر شود (۹). در بسیاری از موارد، محتواهای انگیزشی مرتبط با تندرستی به‌جای تمرکز بر سلامت، بر دستیابی به ظاهری خاص تأکید می‌کنند؛ ظاهری که در همه موارد نشان‌دهندهٔ وضعیت واقعی سلامت افراد نیست. این رویکرد می‌تواند به ایجاد استانداردهای نادرست و شکل‌گیری انتظارات غیرواقعی از تناسب اندام در میان کاربران منجر شود (۱۰).

از سوی دیگر، با وجود گسترش اطلاعات سلامت محور، همچنان شکاف‌های قابل‌توجهی میان گروه‌های مختلف جامعه مشاهده می‌شود. بسیاری از افراد به دلیل کمبود منابع آموزشی معتبر یا عدم دسترسی به مشاوره‌های تخصصی، قادر نیستند از محتواهای موجود به‌طور مؤثر بهره‌مند شوند. این مسئله در کشورهایی با تفاوت‌های اجتماعی و اقتصادی گسترده اهمیت بیشتری می‌یابد و ضرورت دارد. چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی نسبت به پیامدهای محتوا خود بر سلامت عمومی مسئولیت‌پذیر باشند (۱۱).

یکی دیگر از جنبه‌های کمتر مورد توجه در محتواهای انگیزشی مرتبط با تندرستی، نقش الگوسازی جنسیتی است. در بسیاری از این محتواها، تعاریف خاصی از زیبایی و تناسب اندام برای زنان و مردان ارائه می‌شود که می‌تواند کلیشه‌های جنسیتی را منجر شود (۱۲).

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های متعددی به تحلیل محتواهای انگیزشی مرتبط با تندرستی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. برای نمونه، ناس و همکاران (۲۰۲۵) گزارش کردند که محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی، مثبت‌اندیشی بدنی و بی‌طرفی بدنی در اغلب موارد شامل زنان سفیدپوست و دارای مضامین تجاری است، در حالی که کاهش وزن نیز به‌طور برجسته در این محتواها دیده می‌شود (۱۳). سان و همکاران (۲۰۲۵) نشان دادند که مشاهدهٔ مطالب قبل و بعد از محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی می‌تواند اعتماد و انگیزهٔ ورزشی را افزایش دهد، به‌ویژه زمانی که این مطالب تعداد زیادی پسند (Like) داشته باشند (۱۴). بل و همکاران (۲۰۲۴) دریافتند که محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی در سال ۲۰۲۱ همچنان بر بدن‌های لاغر و عضلانی تأکید دارد، هرچند تمرکز بر ورزش نسبت به رژیم غذایی افزایش یافته است (۱۵). ویلوبی و همکاران (۲۰۲۴) گزارش کردند که در مطالب چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش، ترویج رفتارهای سالم و در عین حال اشیاسازی بدن زنان رایج است، موضوعی که می‌تواند بر تصویر بدنی مخاطبان تأثیر منفی بگذارند (۱۶). فروهاف و همکاران (۲۰۲۴) در مصاحبه با دختران نوجوان دریافتند که محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی می‌تواند انگیزهٔ ورزشی و تغذیهٔ سالم را تقویت کند، اما هم‌زمان موجب مقایسهٔ اجتماعی و فشار روانی نیز می‌شود (۱۷). گرانهوف (۲۰۲۴) نشان داد که نسل زد (Generation Z) به دلیل مصرف بیشتر رسانه‌های اجتماعی نسبت به نسل وای (Generation Y)، تصویر بدنی ضعیف‌تری دارد و محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی در تیک‌تاک تأثیر منفی بیشتری نسبت به اینستاگرام ایجاد می‌کند (۱۸). پرید و همکاران (۲۰۲۴) گزارش کردند که ویدئوهای انگیزشی مرتبط با تندرستی در تیک‌تاک بیش از حد بر ایده‌آل‌های بدنی تأکید دارند و حدود شصت درصد از این محتواها

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]

نادرست یا مضر هستند (۱۹). انگریش و همکاران (۲۰۲۴) نیز دریافتند که محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی علاوه بر انگیزه‌بخشی، به تقویت ایده‌آل‌های بدنی غیرواقعی به‌ویژه در زنان منجر می‌شود (۲۰).

بر این اساس، پژوهش حاضر با رویکرد تحلیل محتوا به بررسی مطالب منتشرشده توسط چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش می‌پردازد تا مشخص کند که آیا این محتواها در راستای ترویج سبک زندگی سالم عمل می‌کنند یا به ایجاد فشار روانی در میان کاربران منجر می‌شوند. نوآوری این پژوهش در آن است که محتوای تشویق کننده تناسب اندام را در بستری علمی و با روش تحلیل محتوا بررسی می‌کند. ضرورت انجام این تحقیق نیز از آن جهت است که نتایج آن می‌تواند درک عمیق‌تری از پیامدهای روانی و اجتماعی این نوع محتواها ارائه دهد. افزون بر این، یافته‌های پژوهش می‌تواند در سیاست‌گذاری‌های مرتبط با تولید و انتشار محتوای سلامت‌محور در رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.

روش

این پژوهش از نوع کیفی است و با رویکرد تحلیل محتوای کیفی انجام شد. تمرکز تحقیق به بررسی محتوای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و ایکس است؛ شبکه‌های اجتماعی که به دلیل استفاده گسترده کاربران از برچسب‌های موضوعی با تناسب اندام و انگیزش ورزشی، بستر مناسبی برای گردآوری داده‌ها محسوب می‌شوند.

مراحل جمع‌آوری داده‌ها

۱. جستجو و شناسایی مطالب منتشر شده: در مرحله نخست، مطالب مرتبط با انگیزش ورزشی و تندرستی با استفاده از برچسب‌های موضوعی #Fitspiration، #FitnessMotivation، #HealthyLifestyle و معادل‌های فارسی آن‌ها شامل # تناسب- اندام، # انگیزه- ورزشی و # سبک- زندگی- سالم در شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و ایکس جستجو و گردآوری شدند.

۲. انتخاب چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش: چهره‌های تأثیرگذار فعال در حوزه ورزش با معیار حداقل ۱۰۰۰۰ دنبال‌کننده و سطح بالای تعامل (پسند، نظر (Comment) و اشتراک‌گذاری) انتخاب شدند. تماس این افراد ایرانی بوده و غالب صفحات آن‌ها مرتبط با تناسب اندام، سلامت، فعالیت بدنی و سبک زندگی فعال بوده است.

۳. بررسی و انتخاب مطالب مرتبط: در بازه زمانی مهر تا بهمن ۱۴۰۳، مطالب منتشر شده توسط این افراد بررسی شد و سیصد مطلب که به طور مشخص در حوزه محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی قرار داشتند، با روش نمونه‌گیری هدفمند غیرتصادفی انتخاب شدند. این حجم نمونه با توجه به پژوهش‌های پیشین در زمینه تحلیل محتوای شبکه‌های اجتماعی تعیین شد. مطالبی انتخاب شدند که هدف آن‌ها تقویت انگیزه برای فعالیت بدنی، بهبود تناسب اندام، تغذیه سالم و ارتقای کیفیت زندگی بود.

۴. کدگذاری محتوای مطالب انتخاب شده: پس از انتخاب نهایی، محتوای مطالب آن برای انجام تحلیل کیفی آماده شد. مراحل کدگذاری و تحلیل مضامن در بخش بعدی به‌طور کامل تشریح شده است.

در این پژوهش، چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش به افرادی اطلاق می‌شود که در شبکه‌های اجتماعی (مانند اینستاگرام و ایکس) به تولید محتوای مرتبط با تناسب اندام، فعالیت بدنی، سلامت و سبک زندگی فعال می‌پردازند و از طریق این بسترها، تأثیر قابل توجهی بر رفتار و نگرش‌های مخاطبان دارند. این افراد اغلب در حوزه‌های مختلف ورزش و سلامتی شناخته شده‌اند و به دلیل تعداد بالای دنبال‌کنندگان و سطح بالای تعامل (پسند، نظر و اشتراک‌گذاری)، در زمینه‌های مربوط به انگیزش ورزشی و ارتقای سبک زندگی سالم نقش ایفا می‌کنند. مطالب منتشر شده با محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی شامل آن دسته از محتواهایی است که هدف آن‌ها القای انگیزه برای فعالیت بدنی، بهبود تناسب اندام، تغذیه سالم و ارتقای کیفیت زندگی است. در این پژوهش، منظور از تندرستی تنها سلامت جسمانی نیست، بلکه به‌عنوان مفهومی جامع و چندبعدی در نظر گرفته شده است که شامل سلامت جسمی، روانی و اجتماعی می‌شود. این تعریف با دیدگاه سازمان جهانی بهداشت (WHO) هم‌راستاست که سلامت را «حالت رفاه کامل جسمی، روانی و اجتماعی و نه فقط فقدان بیماری یا ناتوانی» می‌داند. بر این اساس، تندرستی در این تحقیق ناظر بر تعادل میان ابعاد مختلف سلامت است که از طریق رفتارهایی همچون فعالیت بدنی، تغذیه سالم، خودمراقبتی و توجه به سلامت روانی ارتقا می‌یابد.

در مرحلهٔ تحلیل داده‌ها، ابتدا کدگذاری اولیه انجام شد که طی آن، پیام‌های کلیدی هر مطلب استخراج شد. این پیام‌ها سپس به‌طور دقیق تحلیل شدند تا مضامین اصلی و فرعی شناسایی شوند. مضامین به دست آمده بر اساس تأثیرات مثبت یا منفی محتوا بر مخاطبان دسته‌بندی شدند. برای اعتباربخشی به تحلیل‌ها، از بازبینی همکاران استفاده شد تا دقت و صحت کدگذاری افزایش یابد. همچنین به‌منظور افزایش پایایی، بخشی از داده‌ها توسط کدگذاران مستقل در مرحلهٔ دوم کدگذاری شد و میزان تطابق کدها مورد بررسی قرار گرفت. برای شناسایی و تحلیل محتواهای مثبت و منفی، ابتدا معیارهای دقیق برای هر دسته تعیین شد.

- محتوای مثبت شامل مطالبی است که افراد را به سلامتی و خودمراقبتی تشویق می‌کنند، به پذیرش بدن و اعتماد به نفس تأکید دارند، افراد را به عنوان الهام‌بخش و انگیزشی معرفی می‌کنند و بر تعادل میان سلامت جسمی و روانی تأکید دارند.

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]

- محتوای منفی شامل مطالبی که بر فشار بیش از حد برای دستیابی به بدن ایده‌آل تأکید دارند؛ موجب احساس کمبود یا اضطراب می‌شوند. به مقایسه اجتماعی دامن می‌زنند، سلامت روان را نادیده می‌گیرند، بر ظاهر بدنی تمرکز افراطی دارند و یا از لحن تحقیرآمیز و دستوری شدید استفاده می‌کنند.

یافته‌ها

پس از کدگذاری مرحله به مرحله، در مجموع ۸۵ کد نهایی (مفهوم) استخراج شد که در قالب در شانزده مضمون فرعی و دو مضمون اصلی سازمان‌دهی شد. جدول ۱ مضامین اصلی، مضامین فرعی و مفاهیم استخراج شده را به صورت منسجم و طبقه‌بندی شده ارائه می‌کند.

جدول ۱. مضامین اصلی، مضامین فرعی و مفاهیم استخراج شده

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفاهیم
محتوای انگیزه‌بخش (مثبت)	ترویج سبک زندگی سالم	۱. تشویق به فعالیت بدنی، تغذیه سالم، ورزش منظم و زندگی فعال ۲. یادآوری اهمیت حرکت روزانه، پیاده‌روی و رعایت برنامه غذایی سالم ۳. نقش خواب کافی و استراحت در حفظ عملکرد بدن و ذهن ۴. ایجاد انگیزه برای انتخاب گزینه‌های سالم در هر موقعیت زندگی ۵. تشویق به تنظیم برنامه غذایی و انتخاب خوراکی‌های طبیعی و سالم ۶. تشویق به دوری از مواد غذایی فرآوری‌شده و غذاهای فوری ۷. تأکید بر نوشیدن آب کافی در طول روز برای حفظ سلامتی بدن
	پذیرش بدن و عزت‌نفس	۸. تأکید بر اهمیت پذیرش بدن خود با تمام ویژگی‌ها و نواقص ۹. تشویق به داشتن اعتماد به نفس و قضاوت نکردن درباره بدن خود ۱۰. تشویق به حفظ اعتماد به نفس در برابر انتقادهای منفی از سوی دیگران ۱۱. تأکید بر اهمیت خودمراقبتی و برگرداندن تمرکز به سلامتی به جای ظاهر بدن ۱۲. پذیرش بدن به عنوان بخشی از هویت فردی و تمرکز بر نقاط قوت به جای ضعف‌ها ۱۳. تشویق به خودآگاهی و تقویت تصویری مثبت از خود
	موفقیت و پیشرفت فردی	۱۴. نمایش داستان‌های الهام‌بخش درباره موفقیت‌های شخصی و پیشرفت‌های فردی ۱۵. تشویق به تلاش برای رسیدن به اهداف و اهداف شخصی ۱۶. الهام‌بخش بودن از طریق تلاش‌های شخصی برای غلبه بر مشکلات ۱۷. تأکید بر اهمیت تمرکز و انگیزه برای رسیدن به اهداف ۱۸. به اشتراک‌گذاری تجربه‌های موفقیت فردی برای انگیزه‌بخشی به دیگران ۱۹. تبریک به دیگران برای موفقیت‌هایشان و به اشتراک‌گذاری تجربیات موفقیت
	تعادل بین سلامت جسمی و روانی	۲۰. تشویق به ایجاد تعادل بین مراقبت از جسم و روح برای رسیدن به سلامتی جامع ۲۱. ترویج تفکر مثبت، مراقبه و روش‌های کاهش اضطراب همراه با ورزش ۲۲. اهمیت دادن به سلامت روان و جلوگیری از اضطراب و فشارهای زندگی روزمره ۲۳. تأکید بر خودمراقبتی و شیوه‌های مختلف آن برای ایجاد تعادل بیشتر در زندگی ۲۴. ترویج فعالیت‌های لذت‌بخش مانند یوگا و پیاده‌روی برای تقویت سلامت روان
	الهام‌بخش و انگیزشی	۲۵. محتواهایی که افراد را به تلاش بیشتر برای رسیدن به اهداف خود ترغیب می‌کنند ۲۶. ایجاد قدرت اراده و پشتکار ۲۷. تاکید بر یادگیری از شکست‌ها ۲۸. تشویق به خروج از منطقه امن ۲۹. ترویج قدرت باور به خود ۳۰. تقویت انگیزه و الهام‌بخشی در مسیر موفقیت
	تقویت همبستگی اجتماعی از طریق سبک زندگی سالم	۳۱. ترویج ورزش گروهی و افزایش انگیزه جمعی ۳۲. تقویت روحیه تیمی و حمایت اجتماعی در مسیر سلامتی ۳۳. ترویج چالش‌های گروهی برای تناسب اندام ۳۴. اشتراک‌گذاری موفقیت‌ها برای الهام‌بخشی به دیگران ۳۵. افزایش تعاملات اجتماعی از طریق فعالیت‌های بدنی
	ارتقای سلامت حوزه فن‌آوری و کاهش وابستگی به فن‌آوری	۳۶. کاهش زمان استفاده از صفحات نمایش و افزایش فعالیت فیزیکی ۳۷. تقویت سلامت ذهنی از طریق کاهش وابستگی به فناوری ۳۸. ایجاد تعادل بین زندگی با فن‌آوری‌های نوین و دنیای واقعی ۳۹. مدیریت زمان برخط و جایگزینی آن با فعالیت‌های مفید جسمی و ذهنی ۴۰. ترغیب به زندگی در لحظه به‌جای غرق شدن در فضای مجازی

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]

جدول ۱ (ادامه)

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفاهیم
	آموزش مهارت‌های خودمراقبتی برای زندگی بهتر	۴۱. مدیریت هیجان‌های منفی (اضطراب، پریشانی و غیره) از طریق تمرین‌های ذهنی و بدنی ۴۲. اهمیت خواب و استراحت کافی در سبک زندگی سالم ۴۳. برنامه‌ریزی شخصی برای حفظ تعادل روانی و جسمانی ۴۴. ایجاد عادات روزانه سالم برای بهبود کیفیت زندگی ۴۵. کسب و تقویت مهارت "نه گفتن"
محتوای فشارزا (منفی)	مقایسه اجتماعی و کاهش عزت‌نفس	۴۶. تصاویر بدن‌های ایده‌آل که باعث حس نارضایتی می‌شوند ۴۷. تأکید بر رقابت‌های اجتماعی و مقایسه بدن افراد با یکدیگر ۴۸. مقایسه منفی بدن دیگران با بدن خود، ایجاد حس رقابت غیرضروری ۴۹. فشار به افراد برای تغییر بدن و رسیدن به معیاری خاص ۵۰. افزایش ترس از قضاوت دیگران
	تأکید افراطی بر تناسب‌اندام	۵۱. تشویق به کاهش وزن و تغییر بدن بدون توجه به وضعیت روحی افراد ۵۲. ارائه الگوهای غیرواقعی از بدن و توصیه به تقلید بدون توجه به اثرات روانی آن ۵۳. تأکید بر اهمیت داشتن بدن لاغر و متناسب بدون در نظر گرفتن سلامت جسمانی ۵۴. ایجاد وسواس نسبت به کالری و رژیم غذایی ۵۵. نادیده گرفتن نیازهای طبیعی بدن
	نادیده گرفتن سلامت روان	۵۶. اهمیت ندادن به رفاه ذهنی و استرس ناشی از ایده‌آل‌های بدنی ۵۷. تأکید بر تمرکز فقط بر روی ظاهر و فراموشی سلامت روان و احوال فرد ۵۸. بی‌اهمیت جلوه دادن احساسات و مشکلات روحی ۵۹. ترغیب به نادیده گرفتن استرس و فشار ذهنی ۶۰. ترویج نگرش افراطی و ناسالم نسبت به موفقیت
	تحمیل الگوهای بدنی غیرقابل دستیابی	۶۱. نمایش بدن‌های غیرواقعی و فیلترشده به عنوان معیار زیبایی ۶۲. اجبار به پیروی از رژیم‌های سخت و ناسالم ۶۳. نادیده گرفتن تفاوت‌های فردی در تناسب‌اندام ۶۴. ترویج تغییرات افراطی به جای سلامتی ۶۵. تحمیل ایده‌آل‌های غیرممکن به زنان و مردان
	ایجاد اضطراب در مورد ظاهر	۶۶. ترس از نرسیدن به معیارهای بدن ایده‌آل ۶۷. فشار روانی برای رسیدن به تغییرات سریع ۶۸. احساس گناه در صورت رعایت نکردن برنامه غذایی و ورزش ۶۹. افسردگی ناشی از دور بودن از معیارهای ظاهری رسانه‌ها ۷۰. احساس ناکافی بودن در مقایسه با چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش
	افراط‌گرایی در تولید محتواهای سلامت‌محور و القای احساس گناه	۷۱. مقایسه ناسالم بدن افراد با ایده‌آل‌های غیرواقعی ۷۲. تحمیل الگوی زندگی سخت‌گیرانه به‌عنوان تنها گزینه سلامت ۷۳. ایجاد استرس از طریق محتوای تهدیدآمیز درباره چاقی و بیماری‌ها ۷۴. تمرکز افراطی روی کاهش وزن به جای سبک زندگی سالم ۷۵. وادار کردن افراد به پذیرش برنامه‌های افراطی و ورزش‌های سنگین
	ترویج محصولات ناسالم	۷۶. استفاده از القاب علمی جعلی برای بازاریابی محصولات بی‌ارزش ۷۷. تبلیغ مکمل‌ها و قرص‌های لاغری با وعده‌های غیرواقعی ۷۸. معرفی خوراکی‌های ناسالم به‌عنوان محصولات مفید برای تناسب اندام ۷۹. پنهان کردن عوارض جانبی محصولات به‌ظاهر سالم ۸۰. تحمیل هزینه‌های سنگین برای دستیابی به سبک زندگی سالم
	نادیده گرفتن تفاوت‌های فردی از جمله تنوع بدنی و تفاوت‌های ژنتیکی	۸۱. تحمیل یک الگوی بدنی خاص به‌عنوان استاندارد زیبایی و سلامت ۸۲. نادیده گرفتن تفاوت‌های ژنتیکی و سبک زندگی افراد ۸۳. بی‌ارزش جلوه دادن بدن‌های متفاوت و طبیعی ۸۴. افزایش فشار روانی برای شباهت به مدل‌های غیرواقعی ۸۵. القای این باور که افراد تنها با یک نوع فرم بدنی می‌توانند موفق باشند.

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی در مطالب منتشر شده توسط چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش مورد تحلیل کیفی قرار گرفت. بررسی مضامین اصلی و فرعی استخراج‌شده نشان داد که این محتواها می‌توانند نقش مهمی در شکل‌دهی نگرش و رفتار افراد نسبت به سبک زندگی سالم ایفا کنند. یافته‌ها بیانگر آن است که محتوای مورد بررسی در دو دسته کلی محتوای انگیزه‌بخش و محتوای فشارزا قرار می‌گیرد که هر یک پیامدهای متفاوتی برای مخاطبان دارند.

۱. محتوای انگیزه‌بخش (مثبت)

مضمون فرعی «ترویج سبک زندگی سالم» به‌طور مستقیم به تشویق افراد برای انجام فعالیت بدنی، رعایت تغذیه سالم و مدیریت استراحت اشاره دارد. این دسته از محتواها با تأکید بر انتخاب‌های سالم و افزایش آگاهی نسبت به پیامدهای مثبت سلامت جسمانی و روانی، تلاش می‌کنند مخاطبانرا به اتخاذ رفتارهای سالم‌تر ترغیب کنند. جملات انگیزشی نظیر «هر روز یک قدم به سلامتی نزدیک‌تر شو!» یا «زندگی سالم با یک پیاده‌روی ساده شروع می‌شود!» نمونه‌هایی از پیام‌های الهام‌بخش هستند که بر ایجاد تغییرات کوچک اما مؤثر در زندگی روزمره تأکید دارند. این یافته‌ها با نتایج ویلوبی و همکاران (۲۰۲۴) در زمینه ترویج رفتارهای سالم هم‌راستا است (۱۶) و همچنین با نتایج فروهاف و همکاران (۲۰۲۴) در زمینه تقویت انگیزه ورزشی و تغذیه سالم هم‌خوانی دارد (۱۷).

مضمون فرعی «پذیرش بدن و عزت‌نفس»، بر اهمیت پذیرش بدن با تمام ویژگی‌ها و تفاوت‌های فردی تأکید می‌کند. این محتواها با هدف تقویت اعتماد به نفس ، کاهش قضاوت‌های منفی نسبت به بدن و مقابله با فشارهای اجتماعی مرتبط با ظاهر منتشر می‌شوند. پیام‌هایی مانند «بدن تو منحصربه‌فرد است، از آن مراقبت کن!» نمونه‌ای از این رویکرد حمایتی است که تلاش دارد عزت‌نفس مخاطبان را تقویت کرده و آنان را به پذیرش خود تشویق کند. این یافته‌ها نیز با نتایج فروهاف و همکاران (۲۰۲۴) در زمینه کاهش مقایسه اجتماعی و ارتقای عزت نفس همسو است (۱۷).

مضمون فرعی «موفقیت و پیشرفت فردی» نیز از جمله محتوای انگیزه‌بخش شناسایی شده در این پژوهش است. این مضمون شامل پیام‌های الهام‌بخش درباره موفقیت‌های فردی، تشویق به تلاش برای دستیابی به اهداف شخصی و اشتراک‌گذاری تجربیات موفقیت‌آمیز است. جملاتی مانند «دیروز یک قدم کوچک برداشتم، امروز قوی‌ترم!» نشان‌دهنده تأکید بر تلاش مستمر، پیشرفت تدریجی و حرکت هدفمند در مسیر تحقق اهداف زندگی است. این نوع محتواها با برجسته‌سازی تجربه‌های موفقیت‌آمیز، نقش مهمی در بر انگیزه‌سازی و الهام‌بخشی دارند و بر این اصل استوارند که موفقیت فردی می‌تواند محرکی برای دیگران نیز باشد.

مضمون فرعی «تعادل بین سلامت جسمی و روانی» بر اهمیت ایجاد هماهنگی میان ابعاد جستمانی و روانی سلامت تأکید می‌کند. پیام‌هایی مانند «سلامتی فقط بدنی نیست، باید روح خود را نیز سالم نگه‌داری!» مخاطبان را به مراقبت هم‌زمان از سلامت روان و جسم دعوت می‌کند. اشاره به روش‌های کاهش استرس مانند یوگا، مدیتیشن و پیاده‌روی نیز در این دسته قرار می‌گیرد و نشان می‌دهد که چهره‌های تأثیرگذار تلاش دارند مفهوم سلامت را در قالبی چند بُعدی و جامع بازنمایی کنند.

در مضمون فرعی «الهام‌بخش و انگیزشی»، محتواها به‌طور کلی بر تقویت اراده، پایداری در مسیر اهداف و یادگیری از شکست‌ها تمرکز دارند. پیام‌هایی نظیر «هر شکستی یک درس است، نه یک پایان!» بر اهمیت تاب‌آوری، رشد فردی و نگاه سازنده به چالش‌ها تأکید می‌کنند. این یافته با نتایج سان و همکاران (۲۰۲۵) در باره نقش محتوای انگیزشی در افزایش انگیزه ورزشی هم‌راستا است (۱۴).

مضمون فرعی «تقویت همبستگی اجتماعی از طریق سبک زندگی سالم» نیز بر اهمیت مشارکت اجتماعی، ورزش گروهی و فعالیت‌های جمعی تأکید دارد. پیام‌هایی مانند «وقتی کنار هم تلاش می‌کنیم، موفقیت لذت‌بخش‌تر است!» روحیه همکاری، تعامل اجتماعی و مشارکت در فعالیت‌های گروه را تقویت می‌کنند. این نوع محتواها نشان می‌دهند که چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی علاوه بر انگیزش فردی، به تقویت سرمایه اجتماعی نیز توجه دارند.

مضمون فرعی «ارتقای سلامت حوزه فن‌آوری و کاهش وابستگی به فن‌آوری» به ضرورت کاهش زمان استفاده از صفحات نمایش و جایگزینی آن با فعالیت‌های بدنی اشاره دارد. پیام‌هایی مانند «گوشی‌ات را کنار بگذار، بدنت را به حرکت درآور!» مخاطبان را به کاهش وابستگی به فن‌آوری و تمرکز بیشتر بر فعالیت‌های فیزیکی و تعاملات واقعی دعوت می‌کنند. این مضمون نشان دهنده توجه به پیامدهای منفی استفاده بیش از حد از فن‌آوری بر سلامت جسم و روان است.

یکی دیگر از مضامین مثبت شناسایی شد، «آموزش مهارت‌های خودمراقبتی برای زندگی بهتر» است. چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش با ارائه آموزش‌هایی در باره خواب کافی، تغذیه سالم، و مدیریت استرس و ورزش منظم، نقش مهمی در ارتقای کیفیت زندگی مخاطبان ایفا کنند. هنگامی که این افراد به مخاطبان کمک می‌کنند مهارت‌های خود مراقبتی را بیاموزند، این امر می‌تواند به بهبود سلامت جسمی و روانی آنان منجر شود و رفتار سالم را در زندگی روزمره تقویت کند.

۲. محتوای فشارزا (منفی)

در مقابل محتوای انگیزه‌بخش، محتوای فشارزا شامل پیام‌هایی است که می‌توانند بر عزت‌نفس، سلامت روان و تصویر بدنی افراد تأثیر منفی بگذارد. یکی از مضامین اصلی این دسته «مقایسه اجتماعی و کاهش عزت‌نفس» است. پیام‌هایی مانند «اگر می‌خواهی در جامعه دیده شوی،

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]

باید به این بدن برسی!» نمونه‌ای از محتوایی است که با مقایسه بدن افراد با معیارهای غیرواقعی، احساس نارضایتی و کاهش اعتماد به نفس را تقویت می‌کند. این نوع محتواها افراد را به تلاش بی‌وقفه برای رسیدن به بدن ایده‌آل و رقابت‌های اجتماعی سوق می‌دهند و در نتیجه فشار روانی قابل‌توجهی ایجاد می‌کنند. این یافته با نتایج فروهاف و همکاران (۲۰۲۴) در باره نقش مقایسه اجتماعی در افزایش فشار روانی هم‌راستا است (۱۷) و همچنین با یافته‌های انگریش و همکاران (۲۰۲۴) در باره تقویت ایده‌آل‌های بدنی غیرواقعی هم‌خوانی دارد (۲۰).

مضمون فرعی «تأکید افراطی بر تناسب‌اندام» نیز بر تمرکز بیش از حد بر بدن لاغر و متناسب تأکید دارد. پیام‌هایی مانند «بدن لاغر، بدن زیباست!» افراد را به دنبال کردن ظاهری خاص ترغیب می‌کند، بدون آنکه به سلامت جسمانی و روانی آنان توجه شود. این نوع محتواها می‌توانند موجب اضطراب، احساس گناه و ناکافی بودن در افراد شوند که قادر به دستیابی به این معیارهای بدنی نیستند. این یافته با نتایج بل و همکاران (۲۰۲۴) در باره تأکید بر بدن‌های لاغر و عضلانی و همچنین با نتایج پرید و همکاران (۲۰۲۴) در باره ترویج ایده‌آل‌های بدنی هم‌راستا است (۱۵, ۱۹).

در مضمون فرعی «نادیده گرفتن سلامت روان»، محتواها به‌طور مداوم بر ظاهر جسمانی تأکید دارند و از پیامدهای روانی تلاش برای دستیابی به معیارهای غیرواقعی غفلت می‌کنند. پیام‌هایی مانند «سلامت ذهنی یک افسانه است، فقط جسم مهم است!» می‌توانند سلامت‌روان را بی‌اهمیت جلوه دهند و افراد را به نادیده گرفتن نیازهای روانی خود سوق دهند.

مضمون فرعی «تحمیل الگوهای بدنی غیرقابل دستیابی» نیز به فشار اجتماعی برای رسیدن به بدن‌های فیلترشده و دست نیافتنی اشاره دارد. پیام‌هایی مانند «برای جذاب بودن، باید به این فرم بدنی برسی!» استانداردهایی را ترویج می‌کنند که نه تنها غیرواقعی‌اند، بلکه می‌توانند موجب اضطراب، افسردگی و کاهش رضایت از بدن شوند. این یافته با نتایج پرید و همکاران (۲۰۲۴) در باره محتوای نادرست یا مضر و همچنین با یافته‌های انگریش و همکاران (۲۰۲۴) در باره تقویت ایده‌آل‌های بدنی غیرواقعی همسو است (۱۹، ۲۰).

یکی دیگر از پیامدهای منفی شناسایی شده، مضمون فرعی «ایجاد اضطراب و استرس در مورد ظاهر» است. این محتواها، در بیشتر موارد تصاویری غیرواقعی از بدن‌های کامل و بی‌نقص ارائه می‌دهند که می‌تواند به‌ویژه در میان در جوانان موجب اضطراب، نگرانی و نارضایتی از بدن شود. مقایسه مداوم با این تصاویر می‌تواند به شکل‌گیری تصویر بدنی منفی منجر شود. این یافته با نتایج گرانهوف (۲۰۲۴) در باره تصویر بدنی ضعیف‌تر در نسل زد هم‌راستا است (۱۸).

در نهایت، مضمون فرعی «افراط‌گرایی در تولید محتواهای سلامت‌محور و القای احساس گناه» به محتوایی اشاره دراد که با تأکید افراطی بر تناسب اندام، کاهش وزن سریع و بدن‌های بی‌نقص، حس ناکافی بودن و گناه را در افراد ایجاد می‌کند. این نوع محتواها ممکن است افراد را به سمت رفتارهای ناسالم مانند رژیم‌های سخت، برنامه‌های غذایی غیرعلمی و تمرینات شدید سوق دهند. هنگامی که افراد احساس می‌کنند قادر به دستیابی به این معیارها نیستند، ممکن است به شیوه‌های خطرناک برای تغییر بدن خود روی بیاورند.

مضمون فرعی «ترویج محصولات ناسالم» به محتوایی اشاره دارد که در آن چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش، محصولات مرتبط با تناسب اندام را با برچسب‌هایی همچون «سلامت‌بخش» تبلیغ می‌کنند، محصولات غذایی، دارویی یا مکمل‌ها فاقد پشتوانه علمی معتبر یا شواهد کافی در باره اثربخشی هستند. چنین تبلیغاتی می‌تواند افراد را به سمت انتخاب‌های ناسالم سوق دهد و پیامدهای منفی برای سلامت عمومی جامعه به همراه داشته باشد. ناس و همکاران (۲۰۲۵) در باره ماهیت تجاری و گمراه‌کننده برخی محتواهای مرتبط با تندرستی هم‌راستا است (۱۳).

مضمون فرعی «نادیده گرفتن تفاوت‌های فردی از جمله تنوع بدنی و تفاوت‌های ژنتیکی» نیز از دیگر پیامدهای منفی شناسایی شده است. در بسیاری از محتواهای منتشر شده تنها یک نوع بدن به عنوان الگوی ایده‌آل معرفی می‌شود و استانداردهای زیبایی و سلامت براساس آن تعریف می‌گردد. این در حالی است که بدن انسان‌ها از نظر ساختار، ژنتیک و ویژگی‌های فیزیولوژیک بسیار متنوع است و این تنوع به عنوان بخشی از زیبایی و سلامت طبیعی پذیرفته شود. نادیده گرفتن این تفاوت‌ها می‌تواند به کاهش اعتماد به نفس، شکل‌گیری تصویر بدنی منفی و تقویت نگرش‌های نادرست نسبت به بدن‌های مختلف منجر شود. این یافته با نتایج ناس و همکاران (۲۰۲۵) در باره تمرکز بر زنان سفیدپوست و بدن‌های خاص و حذف تنوع بدنی همسو است (۱۳).

براساس یافته‌های این پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که محتواهای انگیزشی و الهام‌بخش نقش مهمی در ایجاد انگیزه، تقویت رفتارهای سالم و ترویج انتخاب‌های مثبت در سبک زندگی دارند، در مقابل، محتواهای فشارزا و مبتنی بر مقایسه‌های اجتماعی می‌توانند پیامدهای منفی قابل‌توجهی بر عزت‌نفس، سلامت روان و تصویر بدنی افراد بر جای بگذارند. از این‌رو، چهره‌های تأثیرگذار فضای مجازی در حوزه ورزش باید در تولید محتوای خود به تعادل میان سلامت جسمی و روانی توجه داشته و از ترویج استانداردهای غیرواقعی و ایجاد فشارهای بی‌مورد پرهیز کنند.

پیشنهاد می‌شود که در تولید محتوای مرتبط با سلامت و تناسب‌اندام، که بر اهمیت هم‌زمان سلامت روان و جسم تأکید شود و از ایجاد مقایسه‌های اجتماعی یا فشار برای دستیابی به معیارهای بدنی ایده‌آل اجتناب شود. تقویت پیام‌هایی در باره پذیرش بدن، عزت‌نفس و خود مراقبتی می‌تواند نقش مهمی در کاهش پیامدهای منفی این محتواها

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]

داشته باشد. همچنین ارتقای سواد رسانه‌ای مخاطبان و افزایش مسئولیت‌پذیری چهره‌های تأثیرگذار در تولید محتوای سالم و سازنده از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان به تمرکز بیشتر بر تحلیل محتوای متنی و تصویری اشاره کرد؛ در حالی که تحلیل ویدیوها، شیوه‌های روایت بصری و تعاملات کاربران در شبکه‌های اجتماعی کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با تمرکز بر تحلیل ویدئوها، بررسی الگوهای تعاملی کاربران و تحلیل چند رسانه‌ای به درک جامع‌تری از تأثیرات محتوای انگیزشی مرتبط با تندرستی دست یابند.

منابع

1. Cagatin CS. The societal transformation: The role of social networking platforms in shaping the digital age. Interdisciplinary Social Studies 2024; 3(3): 103-7.
2. Wang L, Li X, Wang D, Zhu J. Influence of social media fitness influencers' credibility on users' physical activity intentions. Digital Health 2024; 10: 20552076241302016.
3. Kapadia A, Patki S. Effect of Fitspiration on State Self-Esteem Among Young Adults. Identity 2024; 24(1): 45-63.
4. Li J. Body Positivity vs. Fitspiration: Comparing the Video Content and Comments on YouTube; 2024 Available: https://doi.org/10.6082/UCHICAGO.11780
5. Willoughby JF, Couto L. Assessing Fitspiration Content: A Mixed Methods Study on the Effects of an Ecological Momentary Assessment on Body Appreciation, Social Comparison, and Media Literacy Among Young Women. Health Communication. 2025; 40(12); 2758-2767.
6. Breves PL, van Berlo ZM, Teunissen L, König L, Binder A, Naderer B. Happier and Healthier? Investigating the Longitudinal Impact of Body-Positive and Fitspirational Influencers on Weight Satisfaction, Healthy Eating, and Physical Activity. Health Communication 2025; 40(12): 2522-2534.
7. Favela I. The Impact of Social Media Usage on Male Body Satisfaction and Motivation for Exercise: Adler University; 2024.
8. Dennehy DP, Murphy S, Foley S, McCarthy J, Morrissey K. Keeping Fit & Staying Safe: A Systematic Review of Women's Use of Social Media for Fitness. International Journal of Human-Computer Studies; 2024:103361.
9. Flores AMM, Sepúlveda R. Instagram and Wellness: Uncovering Gender and Body Patterns. Media and Communication. 2025; 13.
10. Jones HM, Orr J, Whelan ME, Oyebode O. An exploration of pregnancy and postpartum content on Instagram: A content analysis of health and exercise focused accounts. Women and Birth 2024; 37(4): 101632.
11. De Brabandere M, Vanwesenbeeck I, Hudders L, Cauberghe V. Workoutathome: How Instructions in the Captions of Fitfluencers' Posts Impact Adolescents' Body Satisfaction and Intention to Exercise. Health Communication 2024; 39(13): 3044-58.
12. Grace SM. "Fitstagram": Investigating Fitness-Related Instagram Use and Physical Activity Participation Among Emerging Adults: University of Minnesota; 2024.
13. Nuss K, Berteletti J, Walkosz BJ, Adjei I, Small A, Beltran LS, et al. What is in a hashtag? A comparative content analysis of fitspiration, body positivity, and body neutrality posts on Instagram. Psychology of Popular Media 2025; 14(4):560-571.
14. Sun Y, Eng N, Vasquez TS, Myrick JG. A Picture is Worth a Thousand "Likes": Examining the Effects of Social Media Content Type and Social Norm Cues on Workout Intentions. Health Communication 2025; 40(14): 2927-2939.
15. Bell BT, Talbot CV, Deighton-Smith N. Following up on# fitspiration: A comparative content analysis and thematic analysis of social media content aiming to inspire fitness from 2014 and 2021. Psychology of Popular Media 2024; 13(4): 666–676.
16. Willoughby JF, Couto L, Kang S, Randall J, Kirkpatrick AW, Lee DKL, et al. An exploratory content analysis of the use of health communication strategies and presence of objectification in fitness influencer social media posts. Health Communication. 2024 ; 39(5): 888-95.
17. Frühauf A, Roth M, Rausch L, Kopp M. Fitspiration—Inspiration or threat for adolescent girls? A qualitative investigation on fitness-related social media content and physical education. Children & Society 2024; 38(6): 2089-106.
18. Granhof V. Fitspiration or Frustration?: A quantitative study on how women from Generation Y and Z consume and perceive fitness influencers and their social media content, and what relationship it has with women's body image; 2024.
19. Pryde S, Kemps E, Prichard I. "You started working out to get a flat stomach and a fat a $$": A content analysis of fitspiration videos on TikTok. Body image 2024; 51: 101769.
20. Angrish K, Oshana D, Gammage KL. Flex Friday: A content analysis of men's fitspiration on Instagram. Body image 2024; 48: 101651.

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]

Original

Qualitative Analysis of Fitspiration in Sports Influencer Posts

Mohsen Vahdani[1], Amir Hossein Labbaf[2]*

1. Assistant Professor in Sport Management, Department of Motor Behavior and Sport Management, Faculty of Sports Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran
2. ***Corresponding Author:** Ph.D. Candidate in Sport Management, Department of Motor Behavior and Sport Management, Faculty of Sports Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran, amirhosseinlabbaf@spr.ui.ac.ir

Abstract

Background: The present research was conducted with the aim of qualitative analysis of health-related motivational content in the posts of sports influencers.

Methods: This research employed a qualitative method based on qualitative content analysis. The data consisted of 300 posts purposively selected based on specific criteria from the social networks Instagram and X. Content analysis was conducted using coding and categorization of the content based on their positive or negative impacts. To ensure the validity of the analyses, peer debriefing was used to enhance the accuracy and correctness of the coding. Additionally, to increase the reliability of the analyses, recoding was performed by critical friends to examine the consistency of the codes.

Results: The content falls into two main categories: motivational (positive) content and pressuring (negative) content. Motivational content included the promotion of a healthy lifestyle, body positivity and self-esteem, individual success and progress, balance between physical and mental health, inspiration, social solidarity, digital well-being, and self-care. Pressuring content encompassed social comparison, excessive emphasis on fitness, neglecting mental health, imposing unattainable body ideals, creating anxiety and stress, inducing guilt, promoting unhealthy products, and disregarding individual differences.

Conclusion: Motivational and inspiring content motivates people and encourages healthy choices, while stressful content and social comparisons negatively impact people's self-esteem and mental health. Influencers should consider the balance between promoting physical and mental health in their content design and avoid creating unnecessary pressures and unattainable body ideals.

Keywords: Exercise, Life Style, Mental Health, Self Care, Self Concept

Please cite this article as:
Vahdani M, Labbaf A. H. Qualitative Analysis of Fitspiration in Sports Influencer Posts. Iran J Cult Health Promot 2025; 9(3): 311-319.

Copyright: © Iranian Journal of Culture and Health Promotion. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

[Downloaded from ijhp.ir on 2026-11-15]