



Understanding the Psychology-Behavioral Impacts of Instagram Fitness Posts among Students

Mohammad Reza Boroumand ^{1*}, Saeed Yuosefi ², Laleh Hasannejad ³

1. Assistant Professor of Sport Management and Media, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

2. Phd of Sport Management and Media, Tabriz University, Tabriz, Iran

3. M.A. of Motor Behavior, Shushtar Azad University, Khuzestan, Iran

Abstract

This study aimed to understand the psychological and behavioral consequences of exposure to fitness-related posts on Instagram among high school girls. The research employed a qualitative descriptive phenomenological approach. Data were collected through an online questionnaire containing both closed and open-ended questions, completed by 323 Girl students in Dezful, Iran. Thematic analysis was conducted using Colaizzi's method. Findings were categorized into six main themes: motivational impacts, beauty ideals and body perfection motives, negative psychological reactions, real-life barriers to body imitation, unstable motivation and lack of practical action, and entertainment-oriented use coupled with reduced daily physical activity. The conceptual model revealed that initial motivation for exercise and physical beauty-driven by comparisons with idealized bodies and social expectations-often led to frustration, lowered self-esteem, and self-blame due to limited resources and environmental support. Fitness content on Instagram generated a dual, contradictory, and complex experience for adolescent girls. On one hand, it could be inspiring and spark positive intentions toward physical activity, healthy eating, and self-improvement. On the other hand, such motivation was often superficial, short-lived, and ineffective in changing behavior. Ultimately, passive content consumption replaced active lifestyle engagement. The results highlight the need for body media literacy education and preventive interventions to promote mental and behavioral health among adolescent girls.

Article information

Received: 12 May 2025

Revised: 09 July 2025

Accepted: 16 August 2025

Published: 02 September 2025



Keywords:

Instagram, Teenage girls, Fitness, Body Image, Content Analysis

How to Cite This Article:

Boroumand, M. R. Yuosefi, S. and Hasannejad, L. (2025). Understanding the Psychology-Behavioral Impacts of Instagram Fitness Posts among Students. *Journal of Sport Management Knowledge*, 3(1), 66-81. <https://doi.org/10.22034/jsmk.2025.67653.1135>

* Corresponding author: m_boroumand@sbu.ac.ir



EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

In Iran, adolescent girls are subject to significant social and cultural constraints. On one hand, they face heightened pressures related to appearance and body image, and on the other hand, their access to reliable resources on health, exercise, and self-care may be limited. As a result, Instagram can become a key source for modeling, comparison, and decision-making regarding their bodies and lifestyles. However, how this exposure is experienced, what consequences it entails, and what meanings adolescents derive from such content are questions that require thorough and qualitative investigation.

Accordingly, this study, using a qualitative approach and descriptive phenomenological method, explores the lived experiences of high school girls in the city of Dezful with regard to viewing inspirational fitness content on Instagram. The main goal of this research is to understand these adolescents' emotional, cognitive, and behavioral responses to such content: why and how they engage with these posts, what emotions they experience, and how this content influences their attitudes toward their bodies, exercise, and health. This approach aims to provide a deeper understanding of emerging psychosocial phenomena in the lives of Iranian adolescents and to inform effective cultural and educational policies or interventions in the domain of social media and adolescent health.

METHODOLOGY

This study is a cross-sectional survey with a mixed-methods approach, conducted using the descriptive phenomenological method to gain a deeper understanding of the lived experiences of female high school students in encountering inspirational fitness content on the social media platform Instagram. Notably, although descriptive phenomenology is typically implemented through in-depth interviews, in this study, due to access limitations and the age of the participants, qualitative data were collected through open-ended questions in an online questionnaire.

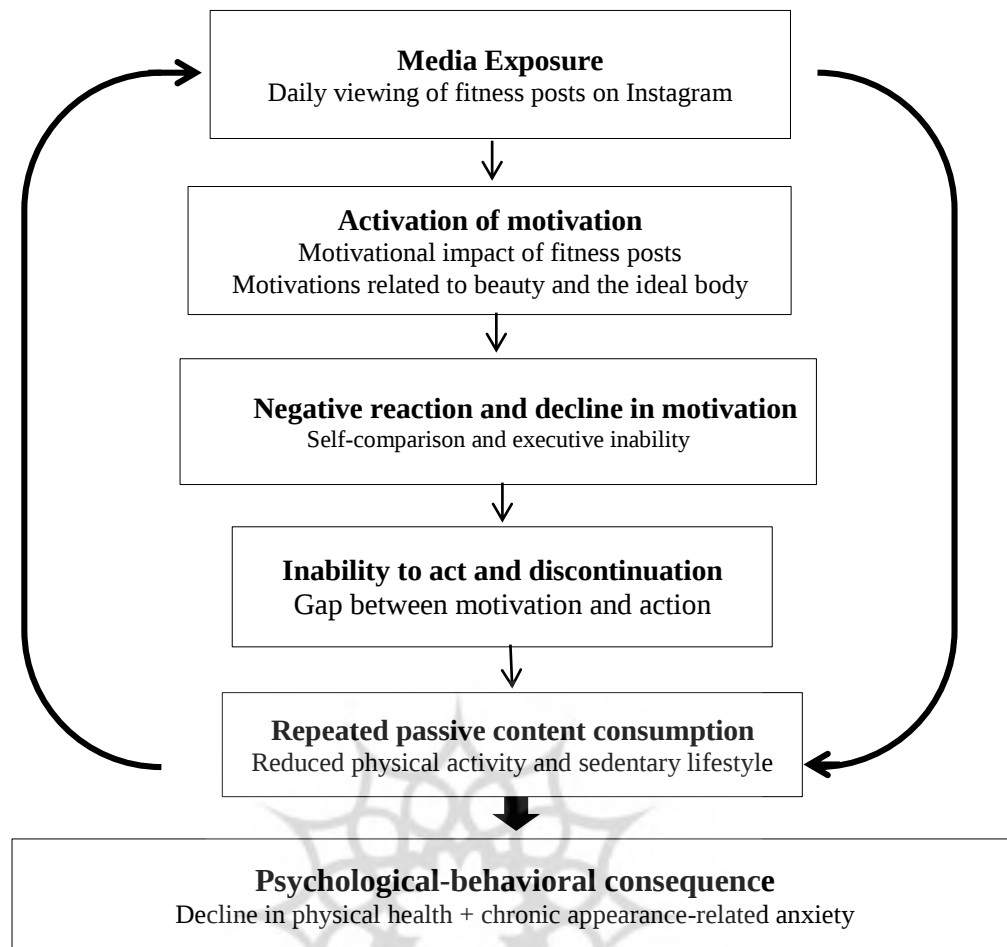
The data collection instrument consisted of an online questionnaire that included both closed-ended questions (for quantitative data) and open-ended questions (for qualitative data). The study participants were female students in the second level of high school (upper secondary) in Dezful, who actively followed inspirational fitness content on Instagram.

The participants' textual responses to the open-ended questions were analyzed using thematic analysis based on Colaizzi's approach. In this process, after repeated reading of the texts, significant statements were extracted, coded, and categorized into main and sub-themes. For organizing and managing the qualitative data, MAXQDA 2020 software was used. The final analysis focused on identifying the participants' lived experiences of exposure to fitness content on Instagram and its effects on body perception, health-related behaviors, and individual motivation.

RESULTS

The thematic analysis of the narratives provided by female high school students revealed six main themes-motivational effects, beauty and ideal body motivations, negative psychological reactions, real barriers to physical imitation, instability of motivation and inability to take action, and entertainment-oriented use accompanied by reduced physical activity-along with 17 sub-themes. These themes collectively reflect the psychological and behavioral consequences of Instagram fitness posts among high school girls.

The findings also indicate that adolescent girls' experiences with fitness content on Instagram represent a dual and contradictory process, encompassing a spectrum of psychological and behavioral reactions. Based on the six main themes, a conceptual model was developed that illustrates a sequential process-demonstrating how exposure to such content can progress from initial motivation to passive consumption and reduced physical activity.



DISCUSSION AND CONCLUSION

The findings of this study, presented in the form of a final conceptual model, reveal that Instagram fitness content creates a dual, contradictory, and complex experience for adolescent girls. On the one hand, such posts may have motivational potential, triggering positive desires to start exercising, adopt healthy eating habits, and emulate successful and active role models. However, this motivation is often short-lived, superficial, and unsupported by the surrounding social and environmental context, and in most cases, does not translate into actual behavioral change.

On the other hand, constant exposure to beauty standards and idealized body images represented in these posts often leads to negative outcomes, including decreased self-esteem, body dissatisfaction, feelings of inadequacy, and self-blame. Many adolescents feel incapable of matching these images—especially when faced with barriers such as lack of financial resources or access to fitness facilities. This gap between desire and inability often results in disengagement or disillusionment with the content. Moreover, the analysis indicates that adolescents' engagement with this content is largely passive and consumptive in nature; the posts rarely lead to physical activity and may even contribute to increased sedentary behavior due to aimless scrolling and entertainment-focused use. In essence, fitness ideals remain fantasized and visualized rather than enacted.

The final conceptual model outlines a cyclical pattern: exposure, superficial motivation, psychological pressure, inability to act, and ultimately, passive consumption. This cycle leads to reduced physical activity, lower self-esteem, and heightened psychological stress among adolescent girls. In this way, Instagram fitness posts generate a form of “motivational frustration”—a desire for change without the means to achieve it. Therefore, it is important to recognize that such content may not only fail to promote adolescent health, but may also undermine their mental well-being and behavioral stability in subtle yet significant ways. In the absence of media literacy, psychological support, and real-life opportunities, the negative impacts of this exposure on adolescents' physical and mental health may outweigh any potential benefits.

درک پیامدهای روانی - رفتاری پست‌های تناسب‌اندام اینستاگرام در میان دانش‌آموزان

محمد رضا برومند^{۱*}، سعید یوسفی^۲، لاله حسن‌نژاد^۳

۱. استادیار گروه مدیریت و رسانه ورزشی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۲. دکتری گروه مدیریت و رسانه ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۳. کارشناس ارشد گروه رفتار حرکتی دانشگاه آزاد شوشتر، خوزستان، ایران

اطلاعات مقاله

دریافت شده: ۱۴۰۴/۰۲/۲۲

بازنگری شده: ۱۴۰۴/۰۴/۱۸

پذیرش شده: ۱۴۰۴/۰۵/۲۵

انتشار: ۱۴۰۴/۰۶/۱۱



کلمات کلیدی:

اینستاگرام، نوجوانان دختر، تناسب‌اندام، تصور بدن، تحلیل مضمون

چکیده

هدف این پژوهش، درک پیامدهای روانی- رفتاری مواجهه با پست‌های تناسب‌اندام اینستاگرام در میان دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه بود. روش پژوهش از نوع کیفی، با رویکرد پدیدارشناسی توصیفی انجام شد. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه آنلاین حاوی سؤالات بسته و باز از ۳۲۳ دانش‌آموز دختر در شهرستان دزفول گردآوری گردید و با روش تحلیل مضمون کلایزی تحلیل شد. یافته‌ها در قالب شش مضمون اصلی دسته‌بندی شد: تأثیرات انگیزشی، انگیزه‌های زیبایی و بدن ایده‌آل، واکنش‌های منفی روانی، موانع واقعی در تقلید بدنی، ناپایداری انگیزه و ناتوانی در اقدام عملی، و استفاده سرگرمی‌محور همراه با کاهش تحرک روزانه. مدل مفهومی پژوهش نشان داد که انگیزش اولیه برای ورزش و زیبایی بدنی به دلیل مقایسه با بدن‌های ایده‌آل، فشار انتظارات بدنی، و کمبود امکانات، به سرخوردگی، کاهش عزت‌نفس و خودسرزنی می‌انجامد. محتوای تناسب‌اندام در اینستاگرام تجربه‌ای دوگانه، متناقض و پیچیده را برای نوجوانان دختر رقم می‌زند. از یک‌سو، این پست‌ها می‌توانند نقش انگیزشی ایفا کرده و تمایلاتی مثبت برای آغاز فعالیت ورزشی، پیروی از الگوی تغذیه سالم و تلاش برای شبیه شدن به الگوهای موفق و فعال را در ذهن نوجوانان برانگیزند. اما این انگیزه غالباً زودگذر، سطحی و بدون پشتوانه محیطی و اجتماعی است و در بیشتر موارد به تغییر رفتار منجر نمی‌شود. در نهایت، رفتار فعال جای خود را به استفاده منفعلانه از محتوای اینستاگرام می‌دهد. نتایج این مطالعه بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای بدنی و طراحی مداخلات پیشگیرانه با هدف ارتقای سلامت روانی و رفتاری دختران نوجوان تأکید دارد.

نحوه استناد به این مقاله

برومند، م.، یوسفی، س.، حسن‌نژاد، ل. (۱۴۰۴). درک پیامدهای روانی - رفتاری پست‌های تناسب‌اندام اینستاگرام در میان دانش‌آموزان. دانش مدیریت ورزش، ۳(۱)، ۶۶-۸۱. <https://doi.org/10.22034/jsmk.2025.68128.1150>

* Email: m_boroumand@sbu.ac.ir



مقدمه

در جهان رشد روزافزون استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان نوجوانان، به‌ویژه اینستاگرام، باعث شکل‌گیری الگوهای جدیدی از ارتباط، خودابرازی و درک از بدن شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که فرآیندهای شبکه‌های اجتماعی عوامل مهمی در رفتارهای سلامت نوجوانان هستند (Montgomery et al., 2020). یکی از جریان‌های پرطرفدار در این فضا، پست‌ها و محتوای موسوم به تناسب‌اندام الهام‌بخش است. این محتوا شامل تصاویر بدن‌های لاغر، عضلانی و ایده‌آل به همراه پیام‌های انگیزشی درباره تلاش، رژیم و تمرین‌های ورزشی منظم است که به کاربران نوید می‌دهد می‌توانند با فداکاری و نظم به چنین بدنی دست یابند (Easton et al., 2018; Raggatt et al., 2018; Varona et al., 2024). محتوای تناسب‌اندام الهام‌بخش ممکن است در نگاه نخست آموزنده و انگیزشی به نظر برسد، اما پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که این نوع محتوا اثرات روانی-اجتماعی پیچیده و گاه متناقضی بر کاربران، به‌ویژه نوجوانان دختر، دارد.

مطالعات کیفی و کمی نشان می‌دهند که تماشای مکرر پست‌های فیتنس در اینستاگرام، به‌ویژه تصاویری که بدن‌های زیبا و عضلانی را به نمایش می‌گذارند، با افزایش نارضایتی بدنی، اضطراب، خودانتقادی و مقایسه اجتماعی در نوجوانان همراه است (Miah & Jones, 2021; Samson & Zaitsev, 2023). در این میان، دختران نوجوان نسبت به پسران بیشتر در معرض تأثیرات منفی قرار دارند، زیرا انتظارات اجتماعی از بدن زنانه در رسانه‌ها اغلب غیرواقعی و تقلیل‌گرا هستند (Varona et al. 2024). در پژوهشی مشاهده‌ای در اسپانیا، نشان دادند که استفاده از اینستاگرام با خودانتقادی و نارضایتی بدنی رابطه مستقیم دارد و کاربرانی که بیشتر درگیر مقایسه با دیگران هستند، سطوح پایین‌تری از خوددلسوزی و عزت‌نفس را تجربه می‌کنند.

در مقابل، برخی پژوهش‌ها نیز به ظرفیت‌های مثبت این محتوا اشاره کرده‌اند. به عنوان نمونه، (Raggatt et al. 2018) دریافتند که برخی کاربران به دنبال دیدن پست‌های فیتنس الهام‌بخش، احساس انگیزه برای ورزش، تغذیه سالم و مراقبت از سلامت روانی خود پیدا می‌کنند. این نوع محتوا برای برخی نوجوانان الهام‌بخش است و می‌تواند به شکل‌گیری عادت‌های سالم در ورزش و سبک زندگی منجر شود؛ به‌ویژه هنگامی که این پست‌ها واقع‌گرایانه، متنوع و فاقد معیارهای بدن ایده‌آل غیرواقعی باشند (Picazo-Sánchez et al., 2022). همچنین، پژوهش‌هایی مانند تحقیق (Fung et al. 2020) نشان داده‌اند که نحوه روایت، زبان تصویر، و نزدیکی فرهنگی محتوا با مخاطب نیز می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در اثرگذاری مثبت یا منفی آن داشته باشد.

با این حال، بیشتر پژوهش‌های موجود در این حوزه به روش کمی یا آزمایشگاهی انجام شده‌اند و اغلب در بسترهای فرهنگی غربی (مانند ایالات متحده، اسپانیا یا استرالیا) شکل گرفته‌اند. علاوه بر این، حتی (Stoen et al. 2018) بیان کرده‌اند نوجوانان ممکن است انگیزه‌های متفاوتی برای دنبال کردن محتوای تناسب‌اندام داشته باشند. با این حال، این گروه سنی تاکنون در تحقیقات تناسب‌اندام نادیده گرفته شده است. در نتیجه، دانش ما درباره تجربه زیسته نوجوانان در جوامع غیرغربی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه یا دارای ارزش‌های فرهنگی متفاوت مانند ایران، همچنان محدود است. به علاوه، بیشتر مطالعات بر پیامدهای روان‌شناختی مانند اضطراب و نارضایتی بدنی متمرکز بوده‌اند و کمتر به درک شخصی کاربران از محتوای فیتنس و زمینه‌های اجتماعی-فرهنگی آن پرداخته‌اند.

در ایران، نوجوانان دختر به‌واسطه محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی، از یک‌سو بیشتر در معرض فشارهای مرتبط با ظاهر و بدن قرار دارند و از سوی دیگر، دسترسی‌شان به منابع معتبر در زمینه سلامت، ورزش و خودمراقبتی ممکن است محدود باشد. بنابراین اینستاگرام می‌تواند به منبعی مهم برای الگوگیری، مقایسه و تصمیم‌گیری درباره بدن و سبک زندگی تبدیل شود. اما اینکه این مواجهه چگونه تجربه می‌شود، چه پیامدهایی دارد و نوجوانان چه معنایی از این محتوا استخراج می‌کنند، سؤالاتی هستند که نیازمند واکاوی دقیق و کیفی می‌باشند.

بر همین اساس، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد کیفی و روش پدیدارشناسی توصیفی، به بررسی تجربه زیسته نوجوانان دختر دبیرستانی در شهر دزفول از تماشای محتوای تناسب‌اندام الهام‌بخش در اینستاگرام می‌پردازد. هدف اصلی این پژوهش، درک احساسی، شناختی و رفتاری این نوجوانان نسبت به این محتواهاست؛ اینکه چرا و چگونه با این پست‌ها درگیر می‌شوند، چه احساساتی را تجربه می‌کنند، و این محتوا چه تأثیری بر نگرش آنان نسبت به بدن، ورزش، و سلامت داشته است. این رویکرد می‌تواند به فهمی عمیق‌تر از پدیده‌های روانی-اجتماعی نوظهور در زندگی نوجوانان ایرانی کمک کرده و زمینه‌ساز سیاست‌گذاری‌ها یا مداخلات فرهنگی و آموزشی مؤثر در حوزه رسانه‌های اجتماعی و سلامت نوجوانان باشد.

روش تحقیق

این پژوهش از نوع پیمایشی مقطعی با رویکرد ترکیبی و به روش پدیدارشناسی توصیفی انجام شده است تا درک عمیق‌تری از تجربه زیسته دانش‌آموزان دختر از مواجهه با محتوای تناسب‌اندام الهام‌بخش در شبکه اجتماعی اینستاگرام به دست آید. قابل ذکر است با وجود آن‌که روش پدیدارشناسی توصیفی معمولاً با مصاحبه عمیق انجام می‌شود، در این مطالعه با توجه به محدودیت‌های دسترسی و سن شرکت‌کنندگان، داده‌های کیفی از طریق سؤالات باز در پرسشنامه آنلاین گردآوری شد. ابزار گردآوری داده‌ها، یک پرسشنامه آنلاین شامل سؤالات بسته (برای داده‌های کمی) و سؤالات باز (برای داده‌های کیفی) بود. مشارکت‌کنندگان پژوهش را دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه در شهرستان دزفول تشکیل دادند که دنبال‌کننده محتوای تناسب‌اندام الهام‌بخش در شبکه اجتماعی اینستاگرام بودند.

برای نمونه‌گیری در مرحله اول، پس از اخذ مجوزهای رسمی از حراست اداره آموزش و پرورش شهرستان دزفول، شش دبیرستان از مناطق مختلف شهر به صورت هدفمند و تصادفی انتخاب شدند. سپس با همکاری مدیران مدارس، لینک پرسشنامه در فضای مجازی از طریق کانال‌های آموزشی در بستر شاد در اختیار دانش‌آموزان قرار گرفت. در ابتدای لینک پرسشنامه، توضیحات لازم درباره اهداف پژوهش، محرمانه‌بودن پاسخ‌ها و ضرورت رضایت آگاهانه برای شرکت در مطالعه ارائه شده بود. دانش‌آموزان تنها در صورت تمایل و با اختیار شخصی اقدام به پاسخگویی می‌کردند. پیش از طراحی نهایی پرسشنامه، نسخه اولیه آن در مطالعه پایلوت با گروهی از دانش‌آموزان مورد بررسی قرار گرفت. بازخوردهای دریافت‌شده به اصلاح وضوح سؤالات و برآورد مدت‌زمان موردنیاز برای تکمیل پرسشنامه منجر شد. پس از اعمال تغییرات لازم، نسخه نهایی پرسشنامه منتشر شد. در نهایت از مجموع ۵۸۰ بازدیدکننده از پرسشنامه، تعداد ۳۴۶ نفر آن را تکمیل کردند. پس از غربال‌گری اولیه، داده‌های مربوط به ۳۲۳ شرکت‌کننده واجد شرایط برای تحلیل نهایی مورد استفاده قرار گرفتند. میانگین زمان موردنیاز برای تکمیل پرسشنامه حدود ۱۸ دقیقه بود.

پرسشنامه شامل دو بخش بخش سؤالات بسته و باز بود. در بخش کمی از شرکت‌کنندگان خواسته شد تا اطلاعاتی نظیر میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، نوع و میزان تعامل با محتوای تناسب‌اندام الهام‌بخش، و نحوه اثرگذاری این محتوا بر رفتارهای سلامت‌محور را در قالب مقیاس‌های چندگزینه‌ای گزارش کنند. در بخش سؤالات باز (کیفی)، برای استخراج تجارب و دیدگاه‌های عمیق‌تر دانش‌آموزان، سه سؤال باز "چه چیزی را در این نوع محتوا بیشتر دوست دارید؟"، "آیا مشاهده پست‌های تناسب‌اندام الهام‌بخش اینستاگرام تأثیر مثبت یا منفی بر رفتار و سلامت شما داشته است؟" و "آیا این پست‌ها به شما انگیزه می‌دهند که ورزش کنید یا رژیم غذایی سالم‌تری داشته باشید؟ چرا؟" طراحی شد. طراحی این سؤالات با الهام از مطالعه راگات و همکاران (۲۰۱۸) انجام شده است و هدف از آن، برانگیختن تجارب مثبت و منفی شرکت‌کنندگان در تعامل با محتوای اینستاگرامی مربوط به فیتنس بود. همچنین برای کاهش سوگیری پاسخ‌دهی، سؤالات باز پیش از سؤالات بسته طرح شده‌اند تا امکان بروز ایده‌ها و دیدگاه‌های آزادانه‌تری فراهم شود. پاسخ‌های متنی شرکت‌کنندگان به سؤالات باز، با استفاده از روش تحلیل مضمون با رویکرد کلایزی تحلیل شد. در این فرایند، پس از خواندن مکرر متن‌ها، معانی مهم استخراج شده، کدگذاری صورت گرفت و دسته‌بندی مضامین اصلی و

فرعی انجام شد. جهت سازمان‌دهی و مدیریت داده‌های کیفی، از نرم‌افزار مکس کیودا ۲۰۲۰ بهره گرفته شد. تحلیل نهایی با تمرکز بر شناسایی تجارب زیسته شرکت‌کنندگان از مواجهه با محتوای تناسب‌اندام در اینستاگرام و تأثیر آن بر ادراک بدنی، رفتارهای سلامت‌محور، و انگیزش فردی صورت گرفت.

برای اطمینان از اعتبار (درستی) و پایایی (قابلیت اعتماد) داده‌های کیفی، از معیارهای چهارگانه لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) شامل قابلیت تأیید، قابلیت انتقال، اعتبار درونی و قابلیت اتکا استفاده شد، که برای افزایش اعتبار درونی، تحلیل‌ها توسط پژوهشگر اصلی و یک تحلیل‌گر دوم به‌صورت مستقل انجام شد و تفاوت‌های احتمالی مورد بحث و توافق قرار گرفت؛ برای قابلیت تأیید، کلیه مراحل تحلیل داده‌ها، مستندسازی و ذخیره گردید تا امکان بازبینی و ممیزی توسط پژوهشگران دیگر فراهم باشد؛ برای قابلیت انتقال، توصیف‌های غنی و شفاف از زمینه پژوهش، نمونه، و فرایند تحلیل ارائه شد تا خواننده بتواند امکان تعمیم نتایج را به زمینه‌های مشابه بسنجد و برای قابلیت اتکا، مراحل گردآوری، کدگذاری و تحلیل داده‌ها به‌صورت منظم، دقیق و با شفافیت گزارش شده است. همچنین، از نقل‌قول‌های مستقیم شرکت‌کنندگان برای تقویت استنادپذیری و شفافیت مضامین استخراج‌شده استفاده شده است. این پژوهش با رعایت اصول اخلاقی پژوهش‌های انسانی انجام شده است. بطوریکه قبل از شروع تحقیق، مجوز رسمی از اداره آموزش و پرورش شهرستان دزفول اخذ شد؛ شرکت‌کنندگان پس از آگاهی از هدف پژوهش، به‌صورت داوطلبانه و با رضایت آگاهانه در مطالعه شرکت کردند. همچنین در ابتدای پرسشنامه، به آن‌ها اطمینان داده شد که اطلاعات‌شان محرمانه باقی می‌ماند و تنها برای اهداف علمی مورد استفاده قرار می‌گیرد و اطلاعات شناسنامه‌ای شرکت‌کنندگان جمع‌آوری نشده و پاسخ‌ها ناشناس ثبت شده‌اند. در نهایت دانش‌آموزان در هر مرحله از فرآیند پژوهش، حق انصراف آزادانه از مشارکت در تحقیق را داشته‌اند.

یافته‌های تحقیق

جدول ۱. الگوهای استفاده بر حسب فراوانی و زمان

Table 1. Usage patterns based on frequency and time

نوع استفاده (Type of use)	توصیف (Description)	درصد استفاده (Usage percentage)
استفاده روزانه زیاد (High daily use) (بیش از ۲ ساعت در روز)	بیشتر نوجوانان به استفاده مداوم از اینستاگرام اشاره کردند، خصوصاً هنگام فراغت یا پیش از خواب.	۶۰ درصد
استفاده متوسط (Moderate use) (۱ تا ۲ ساعت در روز)	گروهی گفتند که سعی می‌کنند استفاده‌شان را محدود نگه دارند، ولی همچنان به‌طور مستمر پست‌ها را دنبال می‌کنند.	۲۵ درصد
استفاده کنترل‌شده (Controlled use) (زیر ۱ ساعت در روز یا چند روز)	اندکی گفتند که فقط گاهی از اینستاگرام استفاده می‌کنند، یا استفاده‌شان محدود به زمان مشخص است.	۱۵ درصد

جدول ۱، همانگونه که اطلاعات حاصل از جدول ۱ نشان می‌دهد، بیشتر دختران نوجوان شرکت‌کننده، استفاده‌ای نسبتاً مداوم و روزانه از اینستاگرام، به‌ویژه در زمینه محتوای تناسب‌اندام دارند. این استفاده مکرر، زمینه‌ساز تأثیرات روانی و رفتاری قابل توجهی مانند الگوپردازی بدنی، مقایسه اجتماعی، و تغییر نگرش نسبت به بدن خود و دیگران شده است.

جدول ۲. پست‌های دنبال کننده دانش‌آموزان دختر دبیرستانی

Table 2. Posts following girl high school students

توصیف (Description)	پست (Post)
تمرین برای لاغری، فرم‌دهی به شکم، ران، باسن / برنامه‌های تمرینی روزانه یا چالشی / مربیان زن فیتنس با بدن تراش خورده	تناسب‌اندام و بدنسازی (Fitness & Bodybuilding)
تغییرات بدنی در اثر ورزش و رژیم / دخترانی که چاق بودند و حالا بدن فیت دارند	زیبایی‌اندام و تحول بدن (Body Beauty)
غذاهای رژیمی، نوشیدنی‌های چربی‌سوز، وعده‌های سالم و معرفی کالری مواد غذایی، سبک تغذیه مربیان فیتنس	تغذیه و رژیم غذایی (Nutrition & Diet)
بدنسازان مرد یا پسران جوان با بدن عضلانی / گاهی برای انگیزش، گاهی برای جذب، گاهی از روی کنجکاوی جنسی	بدنی مربوط به پسران فیت (Body Related to Fit Boys)
مربیان فیتنس خارجی / ترکیبی از تمرین، ظاهر، سبک زندگی، و انگیزش	بدنسازان معروف (Celebrity Fitness)

همانگونه که اطلاعات حاصل از جدول ۲ نشان می‌دهد، نوجوانان دختر بیشتر دنبال پست‌هایی هستند که مستقیماً با تغییر بدن، زیبایی‌اندام و سبک زندگی فیتنس مرتبط‌اند. محتوای بصری، تن‌نما، الهام‌بخش یا مقایسه‌برانگیز این پست‌ها، اثرگذاری روانی بالایی دارد و می‌تواند بر نگرش آن‌ها به بدن خود، عزت‌نفس، و رفتارهای مرتبط با سلامتی اثر بگذارد.

جدول ۳. ویژگی‌های بدنی ایده‌آل از نگاه دختران نوجوان

Table 3. Ideal Body Features from the Perspective of Adolescent Girls

نمونه روایت‌ها (Sample Narratives)	مقوله (Category)	بدن ایده‌آل (Ideal Body)
«دوس دارم منم مثل اونا لاغر بشم» / «لاغر بودن انعطاف داشتن بدن پراترزی بودن»	نه خیلی لاغر، نه چاق؛ بلکه بدنی صاف، بدون چربی اضافی، اما با فرم مشخص عضلانی / دور شکم باریک، ران‌ها و بازوهای متناسب	بدن لاغر ولی خوش‌فرم (Slim but Well-shaped Body)
«تناسب اندام و اندام عضلانی خوش اندامی خوش استایل بودن» / «بون خوش فرم و توپر»	عضلات شکم خط‌دار، باسن برجسته و فرم گرفته، ولی بدون حجیم شدن افراطی / گاهی اشاره به سیکس‌پک ملایم، یا بدن مانکن‌های فیت	عضلات مشخص اما زنانه (Defined but Feminine Muscles)
«از هیکل‌های لاغر و ساعت شنی و باسن‌های برجسته‌شون» / «از هیکل‌های لاغر و ساعت شنی و باسن‌های برجسته‌شون»	انحنای باسن و کمر مشخص باشد، اما بدون اضافه‌وزن یا چربی / ترکیبی از «جذابیت زنانه» و «تناسب بدنی»	بدن انحنادار و زنانه (Curvy and Feminine Body)
«مدلینگ های ورزشی روتین پوستی» / «برای اینکه اندام و پوست موی بهتری داشته باشیم»	بدن سالم، جوان، بی‌نقص از نظر پوست / پرهیز از چین‌وچروک یا ترک‌های پوستی	پوست صاف، بدون ترک (Smooth, Stretch-Mark-Free Skin)
«انگیزه می‌گیرم و دوست دارم منم به روزی مثل اونا بشم» / «تصمیم می‌گیرم شبی اونا بشم»	بدن‌هایی شبیه به افرادی مثل مدل‌های ورزشی، مربیان فیتنس اینستاگرام / مقایسه با بدن‌های ایده‌آل شده در رسانه	بدن الهام‌گرفته از فیتنس (Fitness-Inspired Body)

همانگونه که اطلاعات حاصل از جدول ۳ نشان می‌دهد، دختران نوجوان به دنبال بدنی ترکیبی از تناسب، فرم، زیبایی، و جذابیت ظاهری هستند که در فضای مجازی الگوسازی شده است. این بدن ایده‌آل معمولاً کم‌چربی، دارای انحنای زنانه، عضلانی به‌نحوی ظریف و کنترل‌شده و الهام‌گرفته از بدن‌های فتوشاپ‌شده یا بازنمایی‌شده در رسانه‌هاست. الگوی بدنی مطلوب آن‌ها به‌وضوح تحت تأثیر محتوای اینستاگرام و بازنمایی‌های بدنی در شبکه‌های اجتماعی است.

جدول ۴. تحلیل مضمون روایت‌های دانش‌آموزان از پست‌های تناسب‌اندام اینستاگرام

Table 4. Thematic Analysis of Students' Narratives on Instagram Fitness Posts

مضمون اصلی (Main Theme)	مضمون فرعی (Sub-theme)	نمونه روایت‌ها (Sample Narratives)
تأثیر انگیزشی پست‌های تناسب‌اندام (Motivational Impact of Fitness Posts)	ایجاد انگیزه برای ورزش تمایل به تغذیه سالم الگوبرداری از ورزشکاران	«بله چون وقتی افراد را می‌بینم که ورزش می‌کنند انگیزه می‌گیرم» «بله باعث میشه رژیم بگیرم» «بله چون دوست دارم مثل اونا شم» «بله خیلی زیاد دوست دارم که مثل اونها ورزش کنم»
انگیزه‌های زیبایی و بدنی ایده‌آل (Beauty and Ideal Body)	میل به زیبایی و اندام خوش‌فرم تلاش برای شبیه شدن	«بله چون دوست دارم اندام لاغر و زیبایی داشته باشم» «بله چون هیکل‌های روفر فرم دوست دارم» «چون می‌خوام مثل اونا خوشگلشم» «دوست دارم مثل آنها شکم تخت داشته باشم»
واکنش‌های منفی روانی (Negative Psychological Reactions)	کاهش عزت نفس ناامیدی و خودسرزنشی نارضایتی از بدن خود	«حرص می‌خورم چون شبیه اونا نیستم» «حوصلم سر میره» «عزت نفس پایین آمده از خودم بدم آمده که چرا مثل آنها نیستم» «بیشتر وقت‌ها باعث میشه که از خودم ناامیدشم»
موانع واقعی برای تقلید بدنی (Real Barriers to Physical Imitation)	بی‌تفاوتی نسبت به محتوا نبود امکانات (پول، باشگاه) ناتوانی در شبیه شدن	«اصلاً انگیزه نمی‌گیرم» «انگیزه کافی رو به من نمی‌ده و فقط باعث میشه که به خودم ناامیدشم» «پول باشگاه ندارم» «من نمی‌تونم مثل اونا قوی باشم»
تداوم‌نداشتن انگیزه و ناتوانی در عمل (Lack of Motivation Continuity and Inability to Act)	انگیزه کوتاه‌مدت آنی عدم تداوم در رفتار ورزشی تنبلی و بی‌حوصلگی	«انگیزه می‌گیرم ولی انجام نمی‌دم» «تنبلم، فقط نگاه می‌کنم» «انگیزه نمی‌گیرم درحد یک دقیقه تا چند ثانیه» «صد در صد انگیزه زیادی می‌گیرم ولی بخاطر تنبلی نمیتونم ورزش کنم»
سرگرمی‌محور و کاهش تحرک روزانه (Entertainment-Oriented Use and Reduced Daily Activity)	دیدن صرفاً برای وقت‌گذرانی بدون نیت ورزش یا تغذیه سالم کاهش سطح فعالیت فیزیکی	«صرفاً برای سرگرمی نگاه می‌کنم» «فقط رد می‌کنم بعدی رو می‌بینم» «برای وقت‌گذرونی خوبه» «انگیزه خاصی نمی‌ده و فقط دوست دارم که نگاه کنم» «باعث نمیشه از جام بلندشم ترجیح میدم بخابم بقیشو نگاه کنم»

همانگونه همچنین یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون از روایت‌های دانش‌آموزان دختر دبیرستانی، شش مضمون اصلی و ۱۷ زیرمضمون را آشکار ساخت. این مضامین، پیامدهای روانی - رفتاری پست‌های تناسب‌اندام اینستاگرام بین دانش‌آموزان دختر دبیرستانی را بازنمایی می‌کنند. در ادامه، هر مضمون همراه با تفسیر مضمون و نمونه‌هایی از گفته‌های شرکت‌کنندگان ارائه می‌شود.

مضمون اصلی یک: تأثیر انگیزشی پست‌های تناسب‌اندام

پست‌های تناسب‌اندام اینستاگرام برای برخی از نوجوانان نقش محرک روانی ایفا می‌کنند و منبعی الهام‌بخش برای آغاز یا تقویت رفتارهای سالم مانند ورزش یا رژیم غذایی به شمار می‌آیند «بله چون وقتی افراد را می‌بینم که ورزش می‌کنند انگیزه می‌گیرم» «بله باعث میشه رژیم بگیرم». این پست‌ها با نمایش سبک زندگی فعال، بدن‌های ورزیده و موفقیت‌های ظاهری، در ذهن مخاطب نوجوان تصویر مثبتی از تغییر و پیشرفت ترسیم می‌کنند. برای برخی شرکت‌کنندگان، این تصاویر به منزله الگویی برای تقلید تلقی می‌شود «بله چون دوست دارم مثل اونا شم» و میل به شبیه شدن به این الگوها، به ایجاد انگیزه آنی برای شروع تلاش‌های مرتبط با سلامت جسمی و تناسب‌اندام منجر می‌شود «بله خیلی زیاد دوست دارم که مثل اونها ورزش کنم».

مضمون اصلی دو: انگیزه‌های مرتبط با زیبایی و بدنی ایده‌آل

درک نوجوانان از زیبایی و تناسب‌اندام عمیقاً با کلیشه‌های بصری موجود در پست‌های فیتنس گره خورده است. انگیزه برای داشتن شکم تخت، فرم بدنی خاص، یا چهره زیبا در میان بسیاری از پاسخ‌ها به‌وضوح دیده می‌شود «بله چون دوست دارم اندام لاغر و زیبایی داشته باشم»، «بله چون هیکل‌های روفر فرم دوست دارم». این داده‌ها نشان می‌دهند که محتوای اینستاگرام، ایده‌آل‌هایی غیرواقعی یا اغراق‌آمیز را به تصویر می‌کشد که با نیازهای روانی نوجوان برای پذیرفته شدن، محبوبیت، و دوست‌داشتنی بودن

همپوشانی دارد «چون میخوام مثل اونا خوشگلشم» «دوست دارم مثل آنها شکم تخت داشته باشم». بنابراین، انگیزش برای رسیدن به این بدن‌های زیباشناختی بیشتر تحت تأثیر فشارهای بیرونی و انتظارات فرهنگی است تا اهداف سلامت‌محور درونی باشد.

مضمون اصلی سه: واکنش‌های منفی روانی

برخی از دانش‌آموزان در واکنش به پست‌های تناسب‌اندام، احساساتی چون ناامیدی، خودسرزنی و کاهش عزت‌نفس را تجربه کرده‌اند «عزت نفس پایین آمده از خودم بدم اماده که چرا مثل آنها نیستم». مقایسه‌های ذهنی مداوم با تصاویر پرزرق‌وبرق و بدن‌های فتوژنیک باعث شده این نوجوانان برداشت منفی از بدن خود پیدا کنند «حرص می‌خورم چون شبیه اونا نیستم»، «بیشتر وقت‌ها باعث میشه که از خودم ناامیدشم». آن‌ها اغلب در بازخوردهای خود از عباراتی مانند «از خودم بدم میاد» یا «احساس بی‌ارزشی دارم» استفاده کرده‌اند. این داده‌ها حاکی از آن است که مواجهه مکرر با استانداردهای زیبایی غیرواقعی می‌تواند آسیب‌های روانی عمیقی به نوجوان وارد کند و حس خودپذیری را تضعیف نماید.

مضمون اصلی چهار: موانع واقعی برای تقلید بدنی

تفسیر مضمون: در میان پاسخ‌دهندگان، گروهی بودند که ضمن تمایل به شبیه‌سازی سبک زندگی نمایش داده‌شده در پست‌های فیتنس، از موانعی چون نبود امکانات مالی، عدم دسترسی به باشگاه یا تجهیزات، و محدودیت‌های فردی شکایت داشتند و برخی نیز بی‌تفاوتی نسبت به محتوا را بیان داشته‌اند «اصلاً انگیزه نمی‌گیرم» «انگیزه کافی رو به من نمی‌ده و فقط باعث میشه که به خودم ناامیدشم» «پول باشگاه ندارم» «من نمی‌تونم مثل اونا قوی باشم». این نوجوانان، پست‌های فیتنس را غیرقابل اجرا یا دست‌نیافتنی تلقی کرده و در نتیجه واکنشی همراه با بی‌تفاوتی یا سرخورده‌گی نشان دادند. این تجربه‌ها نشان می‌دهد که نابرابری در دسترسی به منابع سبک زندگی سالم می‌تواند مانع از ترجمه انگیزش به کنش واقعی شود و تجربه زیسته نوجوان را در وضعیتی متناقض و تنش‌زا قرار دهد.

مضمون اصلی پنج: تداوم‌نداشتن انگیزه و ناتوانی در عمل

بسیاری از شرکت‌کنندگان، انگیزه‌های ناشی از مواجهه با پست‌های فیتنس را کوتاه‌مدت و ناپایدار توصیف کردند. آنان از تجربه‌های آنی و هیجانی یاد کردند که اغلب بدون تداوم، پیگیری یا تغییر رفتاری همراه بوده است «انگیزه می‌گیرم ولی انجام نمی‌دم» «تنبلم، فقط نگاه می‌کنم» «انگیزه نمی‌گیرم در حد یک دقیقه تا چند ثانیه» «صد در صد انگیزه زیادی می‌گیرم ولی بخاطر تنبلی نمیتونم ورزش کنم». این یافته‌ها نشان می‌دهد که اثرگذاری محتوای اینستاگرام در حوزه فیتنس بیشتر هیجانی و لحظه‌ای است تا پایدار و درونی. نوجوانان در این تجربه‌ها بین خواستن و توانستن، و بین انگیزش و اجرا، نوعی شکاف تجربه می‌کنند که اغلب با احساس گناه یا شکست همراه است.

مضمون اصلی شش: سرگرمی‌محور بودن و کاهش تحرک روزانه

این مضمون بیانگر آن است که برای بسیاری از نوجوانان، مواجهه با پست‌های فیتنس بیشتر در قالب «سرگرمی» تجربه می‌شود تا ابزار «تغییر سبک زندگی». مشاهده منفعلانه و پی‌درپی این محتواها منجر به افزایش نشستن، کاهش تحرک و جایگزینی رفتار حرکتی با اسکرول کردن شده است «برای وقت‌گذرونی خوبه» «انگیزه خاصی نمی‌ده و فقط دوست دارم که نگاه کنم»، «باعث نمیشه از جام بلندشم ترجیح میدم بخایم بقیشو نگاه کنم». این تجربه گویای یک تناقض درونی است، محتواهایی که ظاهراً با هدف ترویج فعالیت بدنی منتشر می‌شوند، ممکن است در عمل به کاهش آن منجر شوند، به‌ویژه اگر مخاطب در سطح مصرف‌کننده و نه عامل، با آن‌ها ارتباط برقرار کند.

جدول ۵. پیامدهای روانی - رفتاری پست‌های تناسب‌اندام بر دانش‌آموزان دختر

Table 5. Conceptual Model of the Psychological-Behavioral Consequences of Fitness Posts on Girl Students

بخش (Section)	ویژگی‌های روانی - رفتاری (P-B Characteristics)	شرح فرایند (Process Description)	پیامد اولیه (Initial Consequence)
فعال شدن انگیزه‌ها (Motivation Activation) (انگیزه‌های مثبت اولیه)	انگیزش موقت برای ورزش، تغذیه سالم و الگوبرداری تقویت انگیزش بر پایه میل به زیبایی و بدن فیت	نقطه شروع چرخه تأثیرگذاری اینستاگرام تحریک برای شبیه شدن به الگوهای اینستاگرامی	احساس انگیزش و تمایل به تغییر رفتار مقایسه اجتماعی و افزایش انتظارات از بدن خود
واکنش منفی و افت انگیزش (Negative Reaction and Decline in Motivation) (موانع و آسیب‌ها)	بروز پیامدهای روانی منفی در اثر مقایسه با بدن‌ها ناتوانی در اقدام عملی به دلیل مشکلات بیرونی	تضعیف انگیزش و تخریب عزت نفس شکست در پیاده‌سازی الگوهای دیده‌شده	احساس نارضایتی، ناامیدی و خودسرزنی بی‌تفاوتی، سرخوردگی، و باور به ناتوانی
ناکامی در عمل و قطع پیگیری (Failure in Action and Discontinuation) (شکاف بین انگیزه تا عمل)	ناپایداری انگیزش و عدم تداوم در رفتار سالم استفاده از اینستاگرام برای فراغت و وقت‌گذرانی	نقطه شکست زنجیره رفتار سالم تغییر سبک زندگی به سمت کم‌تحریکی	تکرار الگوی دیدن بدون اقدام و دلزدگی رفتاری کم تحرکی، افت سلامت و وابستگی رسانه‌ای

این جدول نشان می‌دهد که تجربه نوجوانان دختر از محتوای تناسب‌اندام در اینستاگرام یک فرآیند دوگانه و متناقض است که طیفی از واکنش‌های روانی و رفتاری را شامل می‌شود. این مدل بر مبنای شش مضمون اصلی طراحی شده و به‌صورت مرحله‌ای نشان می‌دهد که چگونه مواجهه با این محتوای می‌تواند از «انگیزش اولیه» تا «مصرف منفعلانه و کاهش فعالیت بدنی» پیش رود.



نمودار ۱: مدل مفهومی پیامدهای روانی - رفتاری پست‌های تناسب‌اندام بر دانش‌آموزان دختر

Figure 1. Conceptual Model of the Psychological-Behavioral Consequences of Fitness Posts on Girl Students

اطلاعات حاصل از مدل مفهومی به این شرح می‌باشد:

مرحله اول مواجهه رسانه‌ای: مواجهه مکرر با پست‌های ظاهراً الهام‌بخش اما به‌شدت زیبایی‌محور در اینستاگرام.

مرحله دوم فعال‌شدن انگیزه‌ها: بخشی از نوجوانان تحت تأثیر انگیزش زیبایی‌شناختی یا ورزشی قرار می‌گیرند (الگوبرداری، میل به زیبایی، رژیم‌گرفتن، و تمایل به ورزش).

مرحله سوم واکنش منفی و افت انگیزش: بخش قابل توجهی از مخاطبان با پدیده «مقایسه اجتماعی» و «خودپنداره منفی» روبه‌رو می‌شوند که منجر به کاهش عزت‌نفس، سرخوردگی، اضطراب بدنی و نارضایتی از بدن می‌شود (بر اساس نظریه مقایسه اجتماعی و نظریه خودپنداره نوجوانی).

مرحله چهارم ناتوانی در عمل و قطع پیگیری: معمولاً انگیزه‌ها سطحی و ناپایدار باقی می‌مانند و عواملی نبود منابع (پول، باشگاه، حمایت اجتماعی) و یا ویژگی‌های فردی (تنبلی، بی‌حوصلگی) مانع از عملگرایی می‌شوند. در نتیجه انگیزه‌ها به کنش پایدار تبدیل نمی‌شوند.

مرحله پنجم تکرار استفاده منفعلانه از محتوا: بسیاری از کاربران صرفاً به مشاهده پست‌ها ادامه می‌دهند بدون آنکه وارد رفتار سلامت‌محور واقعی شوند. این وضعیت منجر به افزایش زمان نشستن، کاهش تحرک روزانه و تداوم پیامدهای روانی منفی می‌شود.

مرحله ششم پیامد روانی - رفتاری: در نهایت پیامد روانی - رفتاری استفاده از محتوای تناسب‌اندام در شبکه اجتماعی اینستاگرام افت سلامت جسمی همراه اضطراب مزمن از ظاهر در بین دانش‌آموزان دختر می‌باشد.

مدل مفهومی پژوهش حاضر تصویری جامع از چرخه تأثیرگذاری محتوای تناسب‌اندام اینستاگرام بر دختران نوجوان ارائه می‌دهد. بر اساس مدل مفهومی دانش‌آموزان دختر با مشاهده پست‌های تناسب‌اندام در اینستاگرام، به‌طور اولیه دچار انگیزش برای ورزش و زیبایی بدنی می‌شوند. اما این انگیزه، به‌واسطه مقایسه با بدن‌های آرمانی یا ایده‌آل، افزایش انتظارات از بدن خود، و فقدان منابع و امکانات، به سرخوردگی، بی‌انگیزگی، و خودسرزنی می‌انجامد. در نهایت، رفتار فعال جای خود را به استفاده منفعلانه و سرگرمی‌محور از اینستاگرام می‌دهد که نتیجه آن کاهش تحرک بدنی، افت عزت‌نفس، و پایداری سبک زندگی نشسته است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف یافته‌های پژوهش حاضر که در قالب یک مدل مفهومی نهایی ارائه شد، نشان داد پست‌های تناسب‌اندام در اینستاگرام، تأثیری چندوجهی و در مواردی متضاد بر روان و رفتار دختران دبیرستانی دارند. این پیامدها را می‌توان در قالب شش مضمون اصلی تحلیل کرد.

نخست، مضامین مرتبط با تأثیر انگیزشی و الگوبرداری سالم نشان می‌دهد که برخی از دختران، این پست‌ها را محرک مثبت برای فعالیت بدنی، رژیم سالم و الگوگیری از ورزشکاران موفق می‌دانند. این رفتارها در نظریه سرمایه‌بدنی (Bourdieu, 1998)، معنا پیدا می‌کند؛ در نظریه سرمایه بدنی بوردیو بدن را به‌مثابه منبعی از سرمایه می‌بیند که می‌تواند در میدان‌های اجتماعی مصرف یا انباشت شود. در اینجا، بدن‌های فعال و خوش‌فرم در اینستاگرام الگویی از سرمایه بدنی هستند که نوجوانان با دیدن آن‌ها، میل به سرمایه‌سازی در بدن خود (از طریق ورزش، رژیم، تحرک) پیدا می‌کنند. پست‌ها نوعی «الهام بدنی» تولید می‌کنند که ریشه در قدرت نمادین بدن‌های ایده‌آل دارد. این یافته هم‌راستا با مطالعه (Ragett et al. 2018) است که نشان دادند انگیزه‌گیری مثبت از محتوای فیتنس ممکن است منجر به رفتارهای سلامتی شود. بر پایه نظریه بازنمایی، چنین برداشت مثبتی ناشی از دریافت تصویرهای قهرمانانه و کارآمد از بدن فعال و سالم در رسانه است (Edgar, 2018). (Dara & Sadeghi (2024). نیز نشان دادند مهمترین ابعاد بدن زنان که تحت اینستاگرام قرار گرفته از دسته ابعاد «ورزشی - سلامتی» است.

دوم، انگیزه‌های زیبایی‌محور و تمایل به اندام ایده‌آل بر نقش نرم‌های فرهنگی بدن لاغر و «شکم‌تخت» تأکید دارد که نوجوانان سعی دارند از آن تقلید کنند. این تمایل اغلب در چارچوب مقایسه اجتماعی (Festinger, 1954) معنا پیدا می‌کند؛ یعنی فرد با مشاهده مکرر بدن‌های «ایده‌آل» در فضای مجازی، دست به مقایسه بالا به پایین زده و خود را کمتر می‌بیند. این پدیده در مطالعاتی چون

(2023) Samson & Zaitsav، (2022) Jerónimo & Carassa و (2022) Ahmadi & Mowlana نیز گزارش شده است. این مضمون حتی در نظریه بازنمایی - Hall (1997)، نمود پیدا می‌کند. بطوریکه بازنمایی در رسانه‌ها باعث تثبیت معنا می‌شود. در اینستاگرام، زیبایی و بدن ایده‌آل به صورت کلیشه‌ای و یکنواخت بازنمایی می‌شود (لاغر، عضلانی، پوست شفاف و غیره). این امر بدن زیبا را تبدیل به هنجار مسلط می‌کند که نوجوانان با آن خود را مقایسه می‌کنند و تلاش می‌کنند همان شوند، حتی اگر با واقعیت زیستی و بدنی خود هم‌خوان نباشد. همچنین (2025) Di Gennaro & Iannacone، نشان دادند شکل جدیدی از دوگانگی بین بدن واقعی و مجازی در بین نوجوانان ایتالیایی است. حتی (2018) Moradhasseli & Manteghi بیان داشته‌اند همرنگ شدن با هنجارهای ساخته شده در فضای مجازی در زمینه تصویر بدنی، تحول طبیعی تصویر بدنی دختران را مختل می‌کند.

در مقابل، مضمون سوم با عنوان واکنش‌های منفی روانی، به پیامدهای ناگوار چنین مقایسه‌هایی می‌پردازد. احساس ناامیدی، کاهش عزت‌نفس و نارضایتی بدنی در اظهارات برخی دانش‌آموزان مشاهده شد. از منظر نظریه خودپنداره نوجوانی (Marcia, 1980)، مرحله جست‌وجوی هویت در نوجوانی، فرد را نسبت به بازخوردهای بدنی و اجتماعی آسیب‌پذیر می‌کند. همچنین براساس نظریه مقایسه اجتماعی (1954) Festinger، نوجوانان تمایل دارند خود را با همسالان یا مدل‌هایی که در اینستاگرام می‌بینند مقایسه کنند. این مقایسه، به‌ویژه در شرایطی که فرد احساس کند از استانداردهای زیبایی یا عملکرد فاصله دارد، می‌تواند منجر به احساس بی‌کفایتی، خودسرزنی و کاهش عزت‌نفس شود. این پدیده در نوجوانان دختر شدیدتر است، چون فشار زیبایی جنسیتی بیشتری را تجربه می‌کنند. در نتیجه، مواجهه مستمر با تصاویر بدن‌های استاندارد شده، می‌تواند باعث بحران هویتی یا خودپنداره منفی شود. یافته‌های پژوهش (2023) Hogue et al. نیز تأیید می‌کند که دختران جوان در پاسخ به فیت‌اسپیریشن، واکنش‌های دوگانه و گاه آمیخته با شرم و سرزنش تجربه می‌کنند. (2020) Akbarzadeh-Jahromi et al.، نیز نشان دادند زنانی که صفحات سلبریتی‌ها را دنبال می‌کنند، میزان رضایتشان از ظاهر و بدن خود پایین‌تر است.

چهارمین مضمون، یعنی موانع واقعی برای تقلید بدنی همچون کمبود امکانات مالی یا دسترسی نداشتن به باشگاه، تأکید می‌کند که محتوای انگیزشی برای همه یکسان قابل تحقق نیست. (1951) Rogers نیز در نظریه تعارض بین خود واقعی و خود آرمانی بیان می‌کند که ناسازگاری بین «خود واقعی» (آنچه هستم) و «خود آرمانی» (آنچه باید باشم یا می‌خواهم باشم) منبع اضطراب و بی‌قراری روانی است. نوجوانانی که بدن‌های فیتنس در فضای مجازی را آرمانی می‌پندارند اما به دلایل اقتصادی، خانوادگی یا فیزیکی قادر به شبیه شدن به آن‌ها نیستند، دچار شکاف هویتی و سرخوردگی می‌شوند. این تجربه‌ها نابرابری ساختاری را آشکار می‌سازد و نشان می‌دهد که مصرف پست‌های فیتنس بدون امکان تحقق واقعی آن، می‌تواند بیشتر به ناامیدی و ناتوانی ذهنی منجر شود. این یافته با مطالعه (2021) Miveh & Jones هم‌راستا است که تأکید می‌کند تصویرسازی رسانه‌ای بدن، اغلب از بسترهای طبقاتی و فرهنگی جدا شده و انتزاعی عمل می‌کند.

مضمون پنجم یعنی تداوم نداشتن انگیزه و ناتوانی در اقدام عملی نیز نشان می‌دهد که انگیزه ناشی از پست‌های تناسب‌اندام، اغلب کوتاه‌مدت و ناپایدار است و با عوامل روانی چون تنبلی، اهمال‌کاری یا فشار تحصیلی تضعیف می‌شود. این ناپایداری رفتاری با مفهوم «تعارض قصد و عمل» در نظریه‌های روان‌شناسی سلامت مرتبط است و مشابه یافته‌های (2018) Easton et al. می‌باشد. همچنین بر اساس مدل مراحل تغییر رفتار سلامت (1983) Prochaska & DiClemente، بسیاری از نوجوانان در مرحله «تأمل» یا «آمادگی اولیه» باقی می‌مانند. یعنی آن‌ها انگیزه و آگاهی لازم را دارند (مثلاً با دیدن پست‌ها برانگیخته می‌شوند) اما به دلیل نبود راهبرد، مهارت یا محیط حمایتی، از مرحله «اقدام» عبور نمی‌کنند و رفتار سالم در سطح نیت باقی می‌ماند.

در نهایت، مضمون ششم یعنی استفاده سرگرمی‌محور و کاهش تحرک روزانه، ناظر بر استفاده منفعلانه، مصرف‌گرایانه و صرفاً بصری از این محتواهاست. بسیاری از دانش‌آموزان گزارش کردند که فقط نگاه می‌کنند، بدون آنکه فعالیتی واقعی داشته باشند. در نظریه مصرف فرهنگی منفعلانه بورديو (۱۹۸۴) به این نکته اشاره کرده است در جامعه مصرفی، افراد به‌جای تجربه واقعی از جهان، نشانه‌های آن را مصرف می‌کنند. نوجوانان به‌جای مشارکت واقعی در فعالیت بدنی، صرفاً بدن‌های فعال و زیبا را مشاهده می‌کنند و نوعی رضایت کاذب حاصل از «تماشای زیبایی» در آن‌ها ایجاد می‌شود. این تماشای منفعلانه حتی تحرک بدنی روزمره را نیز کاهش می‌دهد. این وضعیت مشابه یافته‌های (2022) Picazo-Sánchez et al. و (2019) Lari et al. است که نشان دادند نوجوانان اغلب محتوای فیتنس را چون سایر محتواهای سرگرمی مصرف می‌کنند، بدون درگیر شدن در عمل بدنی. در همین زمینه، مطالعه (2018) Ragett et al. نیز نشان می‌دهد که بسیاری از دختران، علی‌رغم میل به ورزش یا کاهش وزن، در عمل هیچ رفتاری انجام نمی‌دهند و در چرخه‌ای از مصرف منفعلانه محتوا گرفتار می‌مانند. این امر می‌تواند منجر به کاهش فعالیت فیزیکی و سبک زندگی کم‌تحرک

شود. (Zamani et al. (2022)، نیز نشان دادند، یکی از استفاده‌های اینستاگرام برای سرگرمی می‌باشد. (Sadeghzadeh et al. (2022)، نیز نشان دادند یکی از انگیزه‌های دانش‌آموزان برای استفاده از اینستاگرام اوقات فراغت می‌باشد.

بنابراین، همان‌طور که پژوهش حاضر نشان می‌دهد، تجربه نوجوانان از پست‌های تناسب‌اندام اینستاگرام، دوگانه است؛ این محتواها می‌توانند هم الهام‌بخش و آموزشی باشند، و هم عاملی برای آسیب روانی، مقایسه منفی و کاهش عزت‌نفس. یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعه (Miveh & Jones (2021 همسو است که نشان می‌دهد محتوای فیت‌اسپیریشن اینستاگرام اگرچه ظاهری الهام‌بخش دارد، اما اغلب موجب تجربه عاطفی دوسویه در کاربران زن جوان می‌شود. (Karimi et al. (2022، در مطالعه‌ای اینستاگرام در تجربه زیسته کاربران نشان داد، کاربران آکنده از احساساتی دوگانه بودند، تجربی آمیخته با احساسات مثبت و منفی نسبت به آثار استفاده از اینستاگرام، احساساتی که دامنه آن از خشنودی تا ناخشنودی در نوسان بود. این وضعیت دوگانه، بر ضرورت سواد رسانه‌ای بدنی برای نوجوانان تأکید دارد. همان‌طور که (Aston et al. (2018 و (Fang et al. (2020 نیز خاطرنشان کرده‌اند، نوجوانان باید آموزش ببینند که بتوانند مرز میان بازنمایی‌های اغراق‌آمیز رسانه‌ای و واقعیت بدن‌های متنوع انسانی را تشخیص دهند. همچنین (Talbot et al. (2017، به جای تمرکز بر حذف بدن‌های ایده‌آل شده در شبکه‌های اجتماعی، یک راه حل پایدارتر شامل توسعه مداخلاتی برای به حداقل رساندن تأثیر قرار گرفتن در معرض این محتوا تأکید داشته است. در پایان، بر اساس نظریه‌های بازنمایی، سرمایه نمادین بدنی، مقایسه اجتماعی، تعارض بین خود واقعی و خود آرمانی، مدل مراحل تغییر رفتار سلامت، مصرف فرهنگی منفعلانه و خودپنداره نوجوانی، می‌توان نتیجه گرفت که اینستاگرام نه فقط یک رسانه تصویری، بلکه فضایی هویتی برای نوجوانان است؛ فضایی که در آن بدن، جنسیت، ارزش و موفقیت بازتعریف می‌شود و لازم است با سیاست‌گذاری آموزشی، روانی و فرهنگی صحیح، به مهارت‌افزایی نوجوانان در تحلیل انتقادی این فضا کمک کرد.

یافته‌های این مطالعه که در قالب یک مدل مفهومی نهایی ارائه شد، نشان می‌دهد که محتوای تناسب‌اندام در اینستاگرام تجربه‌ای دوگانه، متناقض و پیچیده را برای نوجوانان دختر رقم می‌زند. از یک‌سو، این پست‌ها می‌توانند نقش انگیزشی ایفا کرده و تمایلاتی مثبت برای آغاز فعالیت ورزشی، پیروی از الگوی تغذیه سالم و تلاش برای شبیه شدن به الگوهای موفق و فعال را در ذهن نوجوانان برانگیزند. اما این انگیزه غالباً زودگذر، سطحی و بدون پشتوانه محیطی و اجتماعی است و در بیشتر موارد به تغییر رفتار منجر نمی‌شود. از سوی دیگر، قرار گرفتن مداوم در معرض استانداردهای زیبایی و بدن ایده‌آل که در این محتواها بازنمایی می‌شود، اغلب پیامدهایی منفی به دنبال دارد؛ از جمله کاهش عزت‌نفس، نارضایتی بدنی، احساس ناکامی و خودسرزنشی. بسیاری از نوجوانان احساس می‌کنند قادر به همسان‌سازی با این تصاویر نیستند، به‌ویژه در شرایطی که با موانعی مانند نبود پول و فضای ورزشی مواجه‌اند. این گسست میان خواستن و نتوانستن، منجر به بی‌تفاوتی یا دل‌زدگی نسبت به محتوا می‌شود. همچنین تحلیل‌ها نشان می‌دهد که استفاده از این محتوا در میان نوجوانان اغلب ماهیتی منفعلانه و مصرفی دارد؛ پست‌ها نه تنها به تحرک بدنی نمی‌انجامند، بلکه گاه با افزایش زمان نشستن، مصرف بی‌هدف و نگاه سرگرمی‌محور، به کاهش فعالیت جسمی روزانه نیز منجر می‌شوند. درواقع، تناسب‌اندام به جای آنکه در کنش تجسم یابد، در سطح نگاه و خیال باقی می‌ماند.

در مدل مفهومی نهایی این مطالعه، چرخه‌ای از مواجهه، انگیزش سطحی، فشار روانی، ناتوانی در عمل، و در نهایت مصرف منفعلانه پست‌ها ترسیم شد. این چرخه در عمل منجر به کاهش فعالیت بدنی واقعی، کاهش عزت‌نفس، و افزایش فشارهای روانی در دانش‌آموزان دختر می‌شود؛ یعنی پست‌های تناسب‌اندام اینستاگرام نوعی «انگیزش توأم با سرخوردگی» را در نوجوانان ایجاد می‌کنند؛ آن‌ها میل به تغییر دارند اما ابزار تحقق آن را ندارند. بنابراین باید توجه داشت که پست‌های تناسب‌اندام نه تنها به سلامت نوجوانان کمک نمی‌کنند، بلکه ممکن است به‌طور پنهان سلامت روان و رفتارهای آنان را تضعیف کنند. بنابراین، مواجهه با این محتواها می‌تواند همزمان اثرات انگیزشی و آسیب‌زا داشته باشد، و در فقدان سواد رسانه‌ای، حمایت روانی و شرایط واقعی زندگی، کفه تأثیرات منفی بر سلامت روانی و بدنی نوجوانان سنگین‌تر می‌شود.

در راستای بهبود وضعیت و کاهش آسیب‌ها، پیشنهاد می‌شود: طراحی برنامه‌های سواد رسانه‌ای برای نوجوانان، با تمرکز بر نقد بازنمایی‌های بدنی و آموزش درک انتقادی محتوا؛ حمایت روانی و مشاوره در مدارس برای ارتقاء خودپنداره مثبت بدنی و تاب‌آوری در برابر فشارهای مقایسه‌ای؛ فراهم‌سازی فرصت‌های رایگان یا کم‌هزینه برای تحرک بدنی و ورزش در فضاهای عمومی و مدارس؛ و

استفاده از الگوهای متنوع و واقعی بدن در رسانه‌های آموزشی و اجتماعی به جای تکرار استانداردهای غیرواقعی. در نهایت، باید پذیرفت که اینستاگرام و رسانه‌های اجتماعی بخشی جدایی‌ناپذیر از زیست نوجوانان امروز هستند. راهکار مؤثر، نه حذف محتوا بلکه توانمندسازی نوجوان برای مواجهه آگاهانه و سالم با آن است.

منابع

- Ahmadi, M., & Mowlana, Y. (2021). The effect of Instagram on lifestyle: Body image, eating disorders and fashion (Case: Women aged 20 to 70 years living in Tabriz). *Communication Research*, 28(107), 161–185. (In Persian) <https://doi.org/10.22082/cr.2021.526506.2160>
- Akbarzade Jahromi, S. J., Razavizadeh, S. N. A., & Sheikhi, M. (2020). The role of Instagram in women body management: Case study: Districts 1 and 20 of Tehran. *Journal of New Media Studies*, 5(20), 37–79. (In Persian) <https://doi.org/10.22054/nms.2020.45410.801>
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. London: SAGE Publications.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press.
- Dara, J., & Sadeghi, E. (2024). The impact of social networks on women's body management in Iran from the perspective of experts: Instagram case study. *Socio-Cultural Strategy*, 13(1), 37–60. (In Persian) [10.22034/scs.2023.165401](https://doi.org/10.22034/scs.2023.165401)
- Digennaro, S., & Iannaccone, A. (2025). Imagining Another Self: The Use of Social Media Among Preadolescents and Its Body-Related Consequences. An Exploratory Study. *SAGE Open*, 15(1). <https://doi.org/10.1177/21582440251321364>
- Easton, S., Morton, K., Tappy, Z., Francis, D., & Dennison, L. (2018). Young people's experiences of viewing the fitspiration social media trend: Qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), e219. <https://doi.org/10.2196/jmir.9156>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fung, I. C. H., Blankenship, E. B., Ahweyevu, J. O., Cooper, L. K., Duke, C. H., Carswell, S. L., ... & Tse, Z. T. H. (2020). Public health implications of image-based social media: A systematic review of Instagram, Pinterest, Tumblr, and Flickr. *The Permanente Journal*, 24, 1–13. <https://doi.org/10.7812/TPP/19.253>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publications.
- Hogue, J., Minister, C., Samson, L., Campbell, G., & Mills, J. (2023). Young women's dialectical responses to fitspiration and thinspiration: A qualitative study. *Eating Behaviors*, 50, 101758. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2023.101758>
- Jerónimo, F., & Carraça, E. V. (2022). Effects of fitspiration content on body image: A systematic review. *Eating and Weight Disorders – Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 27(8), 3017–3035. <https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-4>
- Karimi, B., Delavar, A., & Farhangi, A. (2022). Instagram and lived experience of its users. *Journal of Media Studies*, 16(55), 21–34. (In Persian) [10.30495/mediastudies.2022.53554.1306](https://doi.org/10.30495/mediastudies.2022.53554.1306)
- Leary, M. P., Clegg, E. N., Santella, M. E., Murray, P. J., Downs, J. S., & Olfert, M. D. (2019). Consumption of Health-Related Content on Social Media Among Adolescent Girls: Mixed-Methods Pilot Study. *JMIR formative research*, 3(1), e11404. <https://doi.org/10.2196/11404>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. In J. Adelson (Ed.), *Handbook of adolescent psychology* (pp. 159–187). New York: Wiley.
- Mayoh, J., & Jones, I. (2021). Young people's experiences of engaging with fitspiration on Instagram: Gendered perspective. *Journal of Medical Internet Research*, 23(10), e17811. <https://doi.org/10.2196/17811>
- Montgomery, S. C., Donnelly, M., Bhatnagar, P., Carlin, A., Kee, F., & Hunter, R. F. (2020). Peer social network processes and adolescent health behaviors: A systematic review. *Preventive Medicine*, 130, 105900. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2019.105900>



- Moradhaseli, M., & Manteghi, M. (2018). Identifying process related to development of body image in Girl adolescents users of Internet in Iran: A qualitative study. *Journal of Research in Psychological Health*, 11(3), 62–83. (In Persian) <https://doi.org/10.29252/RPH.11.3.62>
- Picazo-Sánchez, L., Domínguez-Martín, R., & García-Marín, D. (2022). Health promotion on Instagram: Descriptive–correlational study and predictive factors of influencers’ content. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(23), 15817. <https://doi.org/10.3390/ijerph192315817>
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1983). Stages and processes of self-change of smoking: Toward an integrative model of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51(3), 390–395. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.51.3.390>
- Qustodio. (2021). Annual report: App usage and digital habits among children and teens. Retrieved from <https://www.qustodio.com/en/reports/digital-habits-2021/>
- Raggatt, M., Wright, C. J., Carrotte, E., Jenkinson, R., Mulgrew, K., Prichard, I., & Lim, M. S. C. (2018). “I aspire to look and feel healthy like the posts convey”: Engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing. *BMC Public Health*, 18(1), 1002. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5930-7>
- Rogers, C. R. (1951). *Client-centered therapy: Its current practice, implications and theory*. Boston: Houghton Mifflin.
- Sadeghzadeh, R., Dortaj, F., & Monadi, M. (2018). Investigating students’ motivations for using Instagram application: A qualitative study. *Intercultural Studies Quarterly*, 13(35), 167–184. (In Persian) <https://dorl.net/dor/20.1001.1.17358663.1397.13.35.6.1>
- Samson, L., & Zaitsoff, S. L. (2023). Appearance comparison on Instagram: The impact of fitspiration and transformation imagery on young women’s body satisfaction. *Eating Behaviors*, 51, 101812. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2023.101812>
- 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, 40. <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0170-2>
- Varaona, A., Alvarez-Mon, M. A., Serrano-Garcia, I., Díaz-Marsá, M., Looi, J. C. L., & Molina-Ruiz, R. M. (2024). Exploring the relationship between Instagram use and self-criticism, self-compassion, and body dissatisfaction in the Spanish population: Observational study. *Journal of Medical Internet Research*, 26, e51957. <https://doi.org/10.2196/51957>
- Zamani, M., Nourbakhsh, Y., & Nayeibi, H. (2022). Presenting a pattern for promoting social health through social networks (Case study: Instagram social network). *Journal of New Media Studies*, 7(28), 1–42. (In Persian) <https://doi.org/10.22054/nms.2022.63698.1277>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی