

ORIGINAL ARTICLE

Determining the Role of Domestic and Foreign Social Media in Promoting Leisure Physical Activity Among Adult Women in Tehran

Samaneh Saeidpour¹, Marjan Saffari², Rasool Norouzi Seyed Hossini^{3*}
Najaf Aghaei⁴

1. PhD, Department of Sports Management, Human Sciences, Tarbiat Modares, Tehran, Iran.

2. Assistant Prof. Department of Sports Management, Human Sciences, Tarbiat Modares, Tehran, Iran.

3. Associate Prof. Department of Sports Management, Human Sciences, Tarbiat Modares, Tehran, Iran.

4. Prof. Department of Sports Management, Physical Education and Sports Sciences, Kharazmi, Tehran, Iran.

Correspondence

Rasool Norouzi Seyed Hossini
Email: Rasool.norouzi@modares.ac.ir

How to cite

Saeidpour, S., Saffari, M., Norouzi Seyed Hossini, R., & Aghaei, N. (2025). Determining the Role of Domestic and Foreign Social Media in Promoting Leisure Physical Activity Among Adult Women in Tehran. *Communication Management in Sport Media*, 12(2), 159-180.

ABSTRACT

The present study aimed to determine the role of domestic and foreign social media in promoting leisure physical activity among adult women in Tehran. This objective-driven research utilized a descriptive and qualitative approach. The statistical population included adult women aged 20-60 in Tehran, specifically those who had reached the World Health Organization's standard for physical activity (at least 150 minutes per week) for at least one year. Participants were selected from the sports groups of the "Sport Organization of Tehran Municipality." Sampling began randomly (cluster type) and continued purposefully until theoretical saturation was reached. Data were collected through 51 individual interviews and 5 focus groups (29 participants) across five areas of Tehran. Interviews were analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis approach, resulting in 135 codes, 49 categories, and 16 subthemes. These subthemes were grouped into three main themes for better analysis. The results indicated that foreign social media positively influence women's leisure physical activity by creating educational, motivational, informational, communicative, social, and cultural conditions. However, they can also have negative effects through time-wasting, physical, psychological, and financial damage, lack of trust, and filtering. In contrast, domestic social media were found to have no significant role in promoting women's leisure physical activity. It is recommended that instead of filtering effective media in the realm of leisure physical activity, the government should educate the public on their use and invest in improving the quality, security, and attractiveness of domestic media.

KEYWORDS

Thematic Analysis, Online Social Networks, Sports Participation.



Extended Abstract

Introduction

Worldwide, women participate less in leisure physical activity than men (European Union, 2018). Iranian women, who constitute half of Iran's 85 million population, face similar disparities in opportunities for Leisure Physical Activity (Zarezadeh & Rastegar, 2023). These inequalities can even lead to the spread of harmful behaviors such as drug use and smoking (Salehi et al., 2021). Therefore, it is crucial to investigate the factors affecting Iranian women's participation levels in leisure physical activity. Today, social media impacts all aspects of people's lives, including physical activity. Numerous studies have reported

Methods

An objective-based research approach was applied, utilizing descriptive and qualitative methods. The statistical population included adult women (aged 20-60) in Tehran. Samples were selected from participants in sports groups organized by the "Sport Organization of Tehran Municipality," focusing on women who had met the World Health Organization's standard for physical activity (at least 150 minutes per week) for at least one year. The sampling method began randomly (cluster type) and continued purposefully until theoretical saturation was reached.

Data were collected through 51 individual interviews and 5 focus groups (29 participants) across five regions of Tehran (North, South, East, West, and Center). The interviews were analyzed using Braun and Clarke's six-step thematic analysis approach (2006). In total, 135 codes, 49 categories, and 16 subthemes were identified. For better analysis, subthemes were grouped into 3 main themes. One of the key strengths of our research was

that social media influences participation in leisure physical activity (Chemtob et al., 2019; Wu & Chiou, 2020). However, how these influences play out among Iranian adult women remains unclear. It is also uncertain whether Iranian-designed social media play a role in women's leisure physical activity. Furthermore, the findings from research on non-Iranian media are inconsistent. For these reasons, the present study aimed to determine the role of social media (both domestic and foreign) in the leisure physical activity of adult women in Tehran.

the use of the reliable reports from the "Sport Organization of Tehran Municipality" regarding women's participation in leisure physical activity. Most other studies rely on self-report questionnaires, which can introduce bias (Liang et al., 2021), or pedometers, which do not provide information about the type of activity performed (Oyeyemi et al., 2016).

Finally, 135 codes, 49 categories, and 16 subthemes were identified, which were grouped into three main themes for better analysis. One of the most significant strengths of our research was the use of reliable reports from the "Sport Organization of Tehran Municipality" regarding women's participation in leisure physical activity. This approach is notably more accurate than relying on self-report questionnaires, which can introduce bias (Liang et al., 2021), or using pedometers, which do not provide information about the type of activity performed (Oyeyemi et al., 2016).

Table 1. Interview Questions

Leisure physical activity	Have you been physically active in this sports complex during the last year of your free time? What kind of activity/activities do you do and how many times a week? How much time do you usually spend doing this activity(s)?
Social media	Do you use social media (Iranian and non-Iranian)? Which social media? Name in order of most usage. What is the reason for using/not using these social media? Has social media played a role in your sports participation? which one? What role did it play? What advantages and disadvantages can this type of media have in your sports participation?

Results

The results showed that among the 80 participants, only one did not use any social media, while the remaining 79 used multiple platforms. Some participants used only one social media platform, while others used several. The most commonly used platforms were Instagram (64 participants), Telegram (56 participants), WhatsApp (35 participants), Bale (4 participants), Eitaa (4 participants), YouTube (3 participants), X (formerly

Twitter) (1 participant), Facebook (1 participant), and Soroush (1 participant).

The interviews revealed that, despite the use of multiple social media platforms, only Instagram, Telegram, WhatsApp, and YouTube played a role in women's leisure physical activity. The other platforms did not influence their participation. Participants highlighted both the positive and negative roles of each of these platforms in their

leisure physical activity, as summarized in the table below. Additionally, despite filtering platforms like Instagram, Telegram, and WhatsApp, a high percentage of participants indicated that they do not

use Iranian social media. Those few who did use Iranian platforms reported that these media had no role in their leisure physical activity. Their reasons are also detailed in the table below.

Table 2. The different roles of domestic and foreign media in women's leisure physical activity

Main themes	Sub themes
The positive effects of foreign social media on women's leisure physical activity	Educational (teaching how to perform sports movements correctly and correcting mistakes) motivational (increasing motivation and spirit to be more active) Informational (providing useful health information and increasing people's awareness) Communicative or cognitive (creating a suitable platform for knowing and communicating with people related to leisure physical activity) Social (through sharing sports experiences and skills and encouraging others) Cultural (through culture building, fighting taboos and traditional beliefs about women's physical activity)
The negative effects of external social media on women's leisure physical activity	Wasting time and reducing rest time and leisure physical activity The possibility of causing all kinds of damage (physical, psychological and financial) in social media Trustworthiness (not trusting virtual people) Problems caused by filtering (costly and time-consuming to use VPN)
The reasons for not using Iranian social media and their lack of connection with leisure physical activity	Distrust Lack of interest Failure to meet the need Lack of appeal to the audience Lack of capabilities The existence of negative advertisements about Iranian social media

Conclusion

The results indicated that foreign social media can play a positive role in women's leisure physical activity by creating educational, motivational, informational, communicative, social, and cultural conditions. However, these platforms can also have negative impacts, such as wasting time, causing various types of damage (physical, psychological, and financial), lack of trust, and issues related to filtering. In contrast, domestic social media were found to have no significant role in promoting

women's leisure physical activity. It is recommended that, rather than filtering effective media related to leisure physical activity, the government should focus on educating the public and promoting their appropriate use. Additionally, by investing in domestic media, the government can improve their quality, security, and attractiveness, thereby encouraging their use for promoting physical activity.

KEYWORDS

Thematic Analysis, Online Social Networks, Sports Participation

Ethical Considerations:

Compliance with ethical guidelines

This study was reviewed and approved by the Ethics Committee of Tarbiat Modares University on October 3, 2022, with ID IR.MODARES.REC.1401.150. The committee

stipulated that the research could proceed provided that informed consent was obtained from participants, confidentiality of information was maintained, and participation was voluntary.

Funding

The authors declare that no funding was involved in this study.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

The present study was derived from the author's doctoral thesis entitled "Conceptualization of Participation in Leisure Physical Activity (Case Study: Adult Women in Tehran)." The author extends heartfelt gratitude to all the managers of

sports complexes and the respected participants who played an essential role in advancing the goals of this research.

«مقاله پژوهشی»

تعیین نقش رسانه‌های اجتماعی داخلی و خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی زنان بزرگسال شهر تهران

سمانه سعیدپور^۱، مرجان صفاری^۲، رسول نوروزی سیدحسینی^{۳*}، نجف آقایی^۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تعیین نقش رسانه‌های اجتماعی داخلی و خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی زنان بزرگسال شهر تهران انجام شد. پژوهش براساس هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی و از نوع پژوهش‌های کیفی بود. جامعه آماری شامل زنان بزرگسال (۶۰-۲۰ ساله) شهر تهران بود. نمونه‌ها از میان مشارکت‌کنندگان مجموعه‌های ورزشی سازمان ورزش شهرداری تهران انتخاب شدند. زنانی که در مدت حداقل یک سال اخیر، به استاندارد سازمان بهداشت جهانی برای فعالیت بدنی (حداقل ۱۵۰ دقیقه در هفته) دست یافته بودند. روش نمونه‌گیری ابتدا به صورت تصادفی (از نوع خوشه‌ای)، سپس به صورت هدفمند و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. اطلاعات از طریق ۵۱ مصاحبه فردی و ۵ گروه متمرکز (۲۹ نفر) در پنج منطقه تهران جمع‌آوری شد. مصاحبه‌ها با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون براون و کلارک تجزیه و تحلیل شدند. در نهایت ۱۳۵ کد، ۴۹ مقوله و ۱۶ مضمون فرعی شناسایی شد. برای تحلیل بهتر، مضامین فرعی در ۳ مضمون اصلی دسته‌بندی شدند. نتایج حاکی از آن بود که رسانه‌های اجتماعی خارجی از طریق ایجاد شرایط آموزشی، انگیزشی، اطلاعاتی، ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی می‌توانند نقش مثبتی در فعالیت بدنی فراغتی زنان ایفا کنند. البته گاهی نیز از طریق عواملی همچون اتلاف زمان، ایجاد انواع آسیب‌ها (جسمی، روانی و مالی)، عدم اعتماد و فیلترینگ می‌تواند نقش منفی هم داشته باشند. همچنین مشخص شد رسانه‌های اجتماعی داخلی هیچ‌گونه نقشی در فعالیت بدنی فراغتی زنان ندارند. پیشنهاد می‌شود دولت بجای فیلترینگ رسانه‌های مؤثر در حوزه فعالیت بدنی فراغتی، به آموزش و فرهنگ‌سازی استفاده از آن‌ها بپردازد. همچنین از طریق سرمایه‌گذاری بر رسانه‌های اجتماعی داخلی موجب ارتقای سطح کیفیت، امنیت و جذابیت آن‌ها شود.

واژه‌های کلیدی

تحلیل مضمون، شبکه‌های اجتماعی آنلاین و مشارکت ورزشی.

۱. دکتری، گروه مدیریت ورزشی، علوم انسانی، تربیت مدرس، تهران، ایران.
۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، علوم انسانی، تربیت مدرس، تهران، ایران.
۳. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، علوم انسانی، تربیت مدرس، تهران، ایران.
۴. استاد، گروه مدیریت ورزشی، تربیت بدنی و علوم ورزشی، خوارزمی، تهران، ایران.

*نویسنده مسئول: رسول نوروزی سیدحسینی
رایانامه: Rasool.norouzi@modares.ac.ir

استناد به این مقاله:

سعیدپور، سمانه و صفاری، مرجان (۱۴۰۳). تعیین نقش رسانه‌های اجتماعی داخلی و خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی زنان بزرگسال شهر تهران. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۲(۲)، ۱۸۰-۱۵۹.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۳ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است. این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.



This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

(۲۰۲۱). فعالیت‌هایی مانند شرکت در فعالیتهای ورزشی و تفریحی از این قبیل هستند (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۲). تحقیقات انجام شده در نقاط مختلف جهان نشان داده‌اند که مزایای سلامت جسمی و روانی فعالیت بدنی در حوزه فراغت بیش از سه حوزه دیگر است (هولترمن و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۸؛ هال و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۹؛ آگیلار و همکاران^{۱۳}، ۲۰۲۲؛ ریو و همکاران^{۱۴}، ۲۰۲۲). اما متأسفانه فعالیت بدنی فراغتی بزرگسالان، به علت کمبود وقت آزاد (پائودل، اوون و اسمیت^{۱۵}، ۲۰۲۱) و عدم امکان سفر در ساعات شلوغ کاهش یافته است (سان و همکاران^{۱۶}، ۲۰۲۰). این امر نیاز به بررسی و درک عوامل مرتبط با فعالیت بدنی فراغتی را برجسته‌تر می‌کند (پائودل، اوون و اسمیت، ۲۰۲۱).

فعالیت بدنی فراغتی زنان

ماتیووتز^{۱۷} (۲۰۱۶)، با اشاره به سخنان ارسطو، فراغت را نیاز و حق همه افراد جامعه می‌داند با این حال، فرصت‌های فراغتی برابر برای همه مردم در سراسر جهان وجود ندارد (هندرسون و همکاران^{۱۸}، ۲۰۰۳). زنان در مقایسه با مردان (اتحادیه اروپا^{۱۹}، ۲۰۱۸)، کشورهای در حال توسعه در برابر کشورهای توسعه یافته و مسلمانان در مقایسه با غیرمسلمانان (کاهان^{۲۰}، ۲۰۱۵) مشارکت کمتری در فعالیت بدنی فراغتی دارند. مشارکت (درگیری) در فراغت با تعداد دفعات و مقدار زمانی که افراد در فعالیت‌های فراغت خارج از زمان کار اجباری شرکت می‌کنند، عملیاتی می‌شود (کویکندال و همکاران^{۲۱}، ۲۰۱۵).

بنابراین، افزایش مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی برای زنان اهمیت بسزایی دارد. زیرا زنان، علاوه بر نداشتن فعالیت بدنی منظم در فراغت خود (اتحادیه اروپا، ۲۰۱۸)، نرخ مشارکت (بار و همکاران^{۲۲}، ۲۰۲۰) و تنوع فعالیت بدنی فراغتی‌شان نیز کمتر از مردان است (مولر و کروپ^{۲۳}، ۲۰۲۱). زنان بیشتر در فعالیت‌های فراغتی غیرفعال شرکت می‌کنند. زیرا از آن‌ها انتظار می‌رود از فعالیت‌های شدید و رقابتی اجتناب کنند (کیو و همکاران^{۲۴}، ۲۰۱۸). گاهی خود زنان به دلیل نقشی که در زندگی خود ایفا

مطابق با گزارش سازمان بهداشت جهانی^(۲۰۲۰a)، حدود ۷۱ درصد از مرگ و میرهای جهان (به ویژه در کشورهای با درآمد کم و متوسط) مربوط به بیماری‌های غیرواگیر^۲ است و کم تحرکی یکی از دلایل اصلی این بیماری‌ها (سرطان‌ها، دیابت، بیماری‌های قلبی عروقی و تنفسی) محسوب می‌شود. به طوری که از آن به عنوان بیماری قرن یاد می‌شود (گوموس و ایسیک^۳، ۲۰۱۸). میزان بی‌تحرکی در برخی از کشورها، به دلیل تغییر الگوهای حمل و نقل، افزایش استفاده از فناوری و شهرنشینی می‌تواند تا ۷۰ درصد نیز برسد (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۱۸). بنابراین، بی‌تحرکی علاوه بر اینکه با طیفی از بیماری‌های مزمن و مرگ‌های زودرس برای انسان همراه است، بلکه هزینه‌های اقتصادی فراوانی نیز به همراه دارد. با وجود اینکه مزایای سلامتی ناشی از فعالیت بدنی منظم برای همه گروه‌های سنی به خصوص بزرگسالان به خوبی مشخص شده است (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۰b)؛ با این حال، همچنان ۲۸ درصد از بزرگسالان در سراسر جهان به سطوح توصیه شده توسط سازمان بهداشت جهانی دست پیدا نمی‌کنند. به طوری که این کمبود در میان زنان حتی بیشتر از مردان است (گوتولد و همکاران^۴، ۲۰۱۸). به همین دلیل سازمان بهداشت جهانی از سال ۲۰۱۸، برنامه عملیاتی جهانی^۵ خود را در زمینه فعالیت بدنی با تأکید بر «افراد فعال‌تر برای جهانی سالم‌تر» شروع کرده است که هدف آن کاهش ۱۵ درصدی سطح عدم فعالیت بدنی تا سال ۲۰۳۰ می‌باشد (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۱۸). بنابراین در دوران مدرن، فعالیت بدنی دیگر یک موضوع شخصی نیست و به یک موضوع اجتماعی و سیاسی تبدیل شده است (بیرنات و پیاتکووسکا^۶، ۲۰۲۰).

امروزه، رایج‌ترین دسته‌بندی فعالیت بدنی برای بزرگسالان شامل چهار حوزه کار، حمل و نقل، خانگی و فراغتی است (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۱۰؛ چنگ و همکاران^۷، ۲۰۱۸). فعالیت بدنی فراغتی نمایش جامع‌تری از فعالیت بدنی است که آزادانه و بر اساس انگیزه شخصی یا لذت انتخاب می‌شود (ایوازاکی و همکاران^۸، ۲۰۱۰)؛ رضایت درونی (روسمن و شلاتر^۹، ۲۰۰۸) و آرامش به دنبال دارد (لیانگ و همکاران^{۱۰}،

11. Holtermann et al
12. Hall et al
13. Aguilar et al
14. Ryu et al
15. Paudel, Owen & Smith
16. Sun et al
17. Mathiowetz
18. Henderson et al
19. European Union
20. Kahan
21. Kuykendall et al
22. Barr et al
23. Müller & Kropp
24. Qiu et al

1. The World Health Organization (WHO)
2. Non-Communicable Diseases (NCDs)
3. Gumus & Isik
4. Guthold et al
5. Global Action Plan on Physical Activity (GAPPA)
6. Biernat & Piatkowska
7. Cheng et al
8. Iwasaki et al
9. Rossman & Schlatter
10. Liang et al

۶۳ درصد در ۲۰۱۶ افزایش یافته است (خسروی و همکاران، ۲۰۲۰، ص. ۱۸). این میزان در میان زنان ساکن تهران بیشتر از سایر استان‌ها (۶۴/۹ درصد) بوده است. بیشترین میزان مرگ و میر ناشی از عدم تحرک بدنی نیز مربوط به همین استان است و در صورت افزایش میزان فعالیت بدنی، میزان مرگ‌ومیر نیز بیش از سایر استان‌ها کاهش خواهد یافت. بنابراین، اهمیت خاصی برای انجام مطالعات مرتبط با فعالیت بدنی دارد. جالب است که از میان چهار حوزه فعالیت بدنی، میزان کم تحرکی مرتبط با فراغت زنان بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) در سال ۲۰۱۶، در بالاترین میزان خود نسبت به سایر حوزه‌ها (۹۴/۱ درصد) و در مقایسه با مردان بزرگسال بوده است (خسروی و همکاران، ۲۰۲۰). متأسفانه آمار به روزی از میزان فعالیت بدنی فراغتی زنان ایرانی وجود ندارد. اما بر اساس آخرین گزارش مرکز آمار ایران (۲۰۱۵) به طور متوسط روزانه ۱۰ دقیقه از فراغت زنان بالای ۱۵ سال، صرف فعالیت‌های ورزشی می‌شود که این میزان از فعالیت بدنی فراغتی زنان بزرگسال می‌تواند نگران‌کننده باشد و باید افزایش یابد. بنابراین، شناسایی عواملی که می‌تواند نقش مؤثری در افزایش فعالیت بدنی فراغتی زنان ایرانی ایفا کند، حائز اهمیت است.

نقش رسانه‌های اجتماعی در فعالیت بدنی

در عصر حاضر که عصر صفحه نمایش و رسانه‌های اجتماعی است، هر جنبه‌ای از تلاش انسان به طور پنهان یا آشکار تحت تأثیر رسانه‌های جمعی قرار گرفته است. در این دوره هیچ رسانه‌ای به اندازه رسانه‌های اجتماعی بر فعالیت‌های انسانی تأثیرگذار نبوده است (آریجنیوا و نوابولی، ۲۰۲۳). آن‌ها پلتفرم رسانه‌ای مبتنی بر فناوری هستند که به کاربران امکان می‌دهد مطالب، ایده‌ها، نظرات و افکار خود را ایجاد، تولید، ویرایش و با سایر کاربرانی که دارای منافع مشابهی با آن‌ها هستند، ایجاد، تولید، ویرایش و به اشتراک بگذارند (نوابولی و آسیامه، ۲۰۲۳). رسانه‌های اجتماعی شیوه ارتباط و معاشرت انسان‌ها را متحول کرده‌اند. این ابزارها در مواقعی که افراد نمی‌توانند برای مدت طولانی خانه‌های خود را ترک کنند، به عنوان بستری برای تماس بین افراد عمل می‌کنند (اسکامیلا و همکاران، ۲۰۲۱). تعداد زیادی از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی در سراسر جهان وجود دارد که توسط کاربران برای فعالیت‌های ارتباطی و اشتراک‌گذاری اطلاعات به کار گرفته می‌شوند. این‌ها شامل

می‌کنند، معتقد نیستند که سزاوار فراغت هستند (هندرسون و همکاران، ۲۰۰۳). گاهی نیز زنان نیز به دلیل هویت قومی خود، مشارکت ورزشی را امری قابل احترام نمی‌دانند. از دیدگاه آن‌ها، کسی که نیازهای سایر اعضای خانواده را بر نیازهای خود مقدم دارد، «زن ایده‌آل» تلقی می‌شود (زارع‌زاده و رستگار، ۲۰۲۳). ورزش برای زنان محیطی محترمانه، فراگیر و امن تلقی نمی‌شود (احمد و همکاران، ۲۰۲۰). بلکه یک محیط مردانه است که فعالیت بدنی شدید را برای زنان نامناسب می‌داند (کای و همکاران، ۲۰۱۶). به طوری که حتی انجام برخی فعالیت‌های ورزشی خاص برای آن‌ها مجاز نیست (حسن و پندی، ۲۰۲۳).

علیرغم حمایت‌های فراوان اسلام از فعالیت بدنی (کاهان، ۲۰۲۳)، مشارکت زنان در فعالیت بدنی فراغتی ممکن است به دلایل مذهبی، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی نامناسب، فرهنگ مردسالارانه، انتظارات جامعه و خانواده از زنان محدود شود (سلطانی و همکاران، ۲۰۲۱؛ تورپ و همکاران، ۲۰۲۲؛ زارع‌زاده و رستگار، ۲۰۲۳). والس٤ (۲۰۰۶) معتقد است زنانی که در فعالیت بدنی شرکت می‌کنند، آرمان‌های زنانگی را به چالش می‌کشند و به همین دلیل مورد ممنوعیت قرار می‌گیرند. زنان اغلب تحت حمایت خانواده نیستند. زیرا خانواده‌ها معمولاً چنین فعالیت‌هایی را بی‌ارزش و نامناسب می‌دانند (تیلور و توهی، ۲۰۰۱). این محدودیت‌ها باعث می‌شود زنان، علی‌رغم علاقه‌شان به فضاهای باز، تنها از فضاهای داخلی برای فعالیت بدنی استفاده کنند (تورپ و همکاران، ۲۰۲۲). چنین دیدگاه‌های مغرضانه نسبت به فعالیت بدنی فراغتی زنان نیازمند تغییر است و تغییر در رفتار جوامع امروزی، مستلزم کشف و درک عواملی است که فعالیت بدنی فراغتی را شرطی می‌کنند (بیرنات و پیاتکووسکا، ۲۰۲۰).

زنان ایرانی نیز که نیمی از جمعیت ۸۵ میلیونی ایران را تشکیل می‌دهند؛ مانند اکثر زنان جهان، از فرصت‌های برابر برای فعالیت بدنی فراغتی برخوردار نیستند (زارع‌زاده و رستگار، ۲۰۲۳). به طوری که این نابرابری‌ها حتی ممکن است به گسترش رفتارهای مضر (مانند مصرف مواد مخدر و سیگار) منجر شود (صالحی، ۲۰۲۱). در یک مطالعه جهانی مشخص شد بیش از ۴۰ درصد زنان بزرگسال ایرانی فعالیت بدنی انجام نمی‌دهند (گوتولد، ۲۰۱۸). همچنین طبق گزارشی جامع از فعالیت بدنی مرتبط با سلامت در ایران، میزان شیوع فعالیت بدنی ناکافی زنان بزرگسال ایرانی از ۳۷ درصد در سال ۲۰۰۶ به

1. Ahmad et al
2. Cai et al
3. Thorpe et al
4. Walseth
5. Taylor & Toohey

حرکات را می‌توانند آموزش ببینند و به طور صحیح ورزش کنند (قاسمیان، ۲۰۱۹) و در عین حال با متخصصان مختلف ورزشی تعامل داشته باشند (گومز^۵، ۲۰۱۹). از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توان دانش و اطلاعات مربوط به فعالیت بدنی را در گروه‌های بحث به اشتراک گذاشت و بازخورد، تشویق و توصیه‌های لازم را ارائه داد (زک و لیسیتسا^۶، ۲۰۱۶).

در میان زنان، رسانه‌های اجتماعی موجب افزایش تعاملات اجتماعی، آگاهی از اطلاعات ورزشی، معرفی اماکن ورزشی، الگوبرداری از افراد مهم برای ورزش و در نهایت افزایش مشارکت ورزشی می‌شود (ایروانی و نظری، ۲۰۲۰). یک مطالعه در عربستان نیز اشاره کرد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد انگیزه در افراد برای انجام یک برنامه ورزشی، می‌تواند تأثیر مثبتی بر پایبندی به فعالیت بدنی منظم زنان عربستانی داشته باشد (العیسی و همکاران^۷، ۲۰۱۶). در میان سالمندان نیز افرادی که با رسانه‌های اجتماعی آشنا بودند ورزش و فعالیت‌های فراغتی منظم‌تری داشتند (ووی و چیو^۸، ۲۰۲۰). همچنین یک پژوهش در میان بزرگسالان مبتلا به ضایعه نخاعی نیز به نقش آموزش از طریق پلتفرم آنلاین بر افزایش انگیزه و فعالیت بدنی فراغتی مشارکت‌کنندگان تأکید کرد (چمتوب و همکاران^۹، ۲۰۱۹). از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توان سلامت اجتماعی افراد را نیز ارتقا داد (روضه و همکاران، ۲۰۲۲). رسانه‌های اجتماعی همچنین برای ورزشکارانی (مانند زنان و پارا ورزشکاران) که معمولاً توسط پوشش رسانه‌های سنتی نادیده گرفته شده‌اند، بستری فراهم می‌کنند که می‌تواند منجر به طیف وسیعی از الگوهای در دسترس جامعه شود. بنابراین، به نظر می‌رسد رسانه‌های اجتماعی به شدت در صنعت ورزش جا افتاده‌اند (هایس^{۱۰}، ۲۰۲۰).

به دلیل تأثیر عمیق فن‌آوری‌های مدرن بر زندگی یک فرد و حتی جهانی، ترویج فعالیت بدنی و سبک زندگی سالم از طریق تصاویر، فیلم‌ها و متون کوتاه‌تر به جای طولانی‌تر محبوبیت پیدا کرده و عموماً توسط مخاطبان امروزی متقاعدکننده‌تر و مؤثرتر دیده می‌شود. فعالیت بدنی برای بسیاری از اینستاگرامرها نیز مهم است زیرا در لیست اولویت‌های آن‌ها رتبه بالایی دارد (نادوبنیک^{۱۱}، ۲۰۱۹). به طوری که از حضور گسترده افراد در آن می‌توان به عنوان فرصتی برای انتشار مطالب علمی و ارتقای

فیس‌بوک، توئیتر، واتساپ، اینستاگرام، یوتیوب، گوگل پلاس، لینکدین، تلگرام، تیک‌تاک و غیره هستند (نوابولی، ۲۰۲۲).

استفاده از رسانه‌های اجتماعی یکی از محبوب‌ترین فعالیت‌های آنلاین است. در سال ۲۰۲۲، بیش از ۴/۵۹ میلیارد نفر در سراسر جهان از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند که پیش‌بینی می‌شود این رقم در سال ۲۰۲۷ به تقریباً شش میلیارد افزایش یابد (استیستسا^۱، ۲۰۲۳). در ایران نیز طبق آخرین گزارش مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در تیرماه ۱۴۰۱، میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط مردم ۷۸/۵ درصد است. بیشترین میزان استفاده به ترتیب مربوط به واتساپ (۷۱/۴ درصد)، اینستاگرام (۵۳/۱ درصد)، تلگرام (۴۰/۴ درصد) و سپس با اختلاف زیاد سایر پیام‌رسان‌های خارجی (مثل فیسبوک) و داخلی (روبیکا، سروش، بله و...) بوده است. افراد برای رفع نیازهای اطلاعاتی (کسب دانش و اطلاعات در مورد وقایع جامعه)، اجتماعی (مانند به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌ها افکار و تجربیات برای حفظ ارتباط با دیگران) (چان و همکاران^۲، ۲۰۱۲)، شناختی (مانند نیاز به تحسین دیگران) و سرگرمی (برای سرگرم شدن و گذراندن زمان) از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند (لئونگ^۳، ۲۰۱۳). بنابراین، می‌توان گفت که ظهور رسانه‌های اجتماعی با تأثیر بر نحوه برقراری ارتباط مردم و ایجاد روابط اجتماعی، جامعه امروز را تغییر داده است. صنعت ورزش نیز نسبت به این تغییرات بی‌تفاوت نبوده و از این ابزارهای ارتباطی استقبال کرده است. در واقع، رسانه‌های اجتماعی یک عنصر مدیریتی ضروری در روال روزمره مدیران ورزشی است. علاوه بر این، ورزشکاران، مربیان، باشگاه‌ها، لیگ‌های حرفه‌ای، فدراسیون‌ها و سایر بازیگران ورزشی نیز استفاده از رسانه‌های اجتماعی را پذیرفته‌اند. رسانه‌های اجتماعی فرصت‌های متعددی را برای آموزش مدیریت ورزش، تسهیل شبکه و تعامل بین ذینفعان صنعت ورزش را فراهم می‌کند (لوپز کاریل و همکاران^۴، ۲۰۲۰).

رسانه‌های اجتماعی امروزه نقش مؤثری در تصمیمات افراد مختلف جامعه ایفا می‌کنند. به طور مثال، از طریق اطلاع‌رسانی فعالیت‌های ورزشی و افزایش مشارکت اجتماعی (از طریق فراهم کردن فضای ارتباط با افراد مختلف) می‌توانند تمایل افراد به ورزش را افزایش دهند (ساعت‌چیان و همکاران، ۲۰۲۲). یکی دیگر از مزایای آن در حوزه ورزش، فراهم کردن بستر مناسب برای آموزش به افرادی است که به دلایل مختلف امکان شرکت در باشگاه‌های ورزشی را ندارند. به طوری که نحوه صحیح انجام

5. Gómez
6. Zach & Lissitsa
7. Al-Eisa et al
8. Wu & Chiou
9. Chemtob et al
10. Hayes
11. Nadobnik

1. Statista
2. Chan et al
3. Leung
4. López Carril et al

سطح سلامت و ترغیب به ورزش استفاده کرد (غفوری و اسکندری، ۲۰۱۶؛ پوراسماعیل و همکاران^۱، ۲۰۲۱). به عقیده کیم^۲ (۲۰۲۴)، کاربران با ارائه تناسب اندام خود در رسانه‌های اجتماعی می‌توانند نوعی حمایت اجتماعی دریافت کنند و اعتماد به نفس و انگیزه‌شان را برای مشارکت در فعالیت بدنی تقویت کنند.

البته اثرات رسانه‌های اجتماعی همیشه در جهت مثبت نبوده و گاهی ممکن است اثرات منفی نیز به همراه داشته باشد. کاربرانی که مجذوب ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی می‌شوند ممکن است دچار (۱) اعتیاد به اینترنت (۲) اختلالات شناختی (۳) آسیب‌های فیزیکی (مثل کاهش فعالیت بدنی و اجتماعی) (۴) آسیب‌های خانوادگی (۵) سرقت و کلاهبرداری (۶) هنجارشکنی و تضعیف هنجارهای اجتماعی شوند (سراجی و همکاران^۳، ۲۰۲۱). در یک مطالعه مشخص شد استفاده زیاد از اینستاگرام با نگرانی بیشتر از تصویر بدنی (نارضایتی از بدن و تمایل به لاغری) در بین زنان ایرانی همراه است (رفعتی و همکاران^۴، ۲۰۲۳). در مطالعه‌ای دیگر مشخص شد که افزایش استفاده از فیسبوک توسط دانشجویان، میزان سلامت اجتماعی آن‌ها را کاهش می‌دهد (برات‌دستجردی و همکاران، ۲۰۱۶). استفاده بیش از حد از محتوای رسانه‌های اجتماعی در ظاهر ممکن است برای به دست آوردن حمایت عاطفی، اطلاعاتی مفید باشد؛ اما در عین حال، عوارض سلامت روان را افزایش می‌دهد (عباس و همکاران^۵، ۲۰۲۱). همچنین باعث کاهش تعامل اجتماعی چهره به چهره، افت عملکرد تحصیلی، کاهش مدت خواب می‌شود. گذراندن زمان زیادی در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند مدت زمان نشستن را افزایش دهد و سطح فعالیت بدنی را کاهش دهد، که به نوبه خود می‌تواند منجر به سبک زندگی بی‌تحرک شود. این می‌تواند خطر ابتلا به سندرم متابولیک و بیماری‌های مزمن غیر واگیر را افزایش دهد (کلهار و همکاران^۶، ۲۰۲۱). ورزشکاران نیز از پیامدهای منفی رسانه‌های اجتماعی مستثنی نیستند. به طور مثال، ماندن طولانی مدت ورزشکاران در شبکه‌های اجتماعی به طور قابل توجهی فعالیت بدنی آنها را کاهش می‌دهد و منجر به افزایش خطر آسیب و اختلالات روانی از جمله اختلالات خواب، اضطراب و افسردگی می‌شود. بنابراین، فعالیت در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند اثرات کاملاً متفاوتی بر فعالیت بدنی داشته باشد (هودیمووا و همکاران، ۲۰۲۱).

پس از بررسی پژوهش‌های مختلف می‌توان نتیجه گرفت که اکثر پژوهش‌ها یا فعالیت بدنی کلی را در نظر گرفته‌اند و یا به نقش رسانه‌های اجتماعی بر ورزشکاران، تبلیغات، حمایت مالی و بازاریابی پرداخته‌اند. در حالی که با توجه اهمیت رسانه‌های اجتماعی و کمبود میزان فعالیت بدنی فراغتی زنان، تحقیقات بسیار کمی به طور اختصاصی آن را بررسی کرده‌اند. سایر تحقیقات موجود نیز نتایج متناقضی را گزارش کرده‌اند. از طرفی اکثر پژوهش‌های انجام شده به صورت کمی بوده‌اند و پژوهش کیفی که بتواند درک عمیق‌تری از این ارتباط ارائه کند، کمتر صورت گرفته است. همچنین پژوهش‌های انجام شده شرایط بعد از کووید-۱۹ و فیلترینگ رسانه‌های اجتماعی پرتعداد در ایران را در نظر نگرفته‌اند؛ که ممکن است بر نتایج پژوهش اثرات متفاوتی داشته باشند. به علاوه، مشخص شد پژوهشی که نقش رسانه‌های اجتماعی خارجی و داخلی را در فعالیت بدنی فراغتی زنان مقایسه کرده باشد، تاکنون صورت نگرفته است. البته پژوهش‌های مختلف گزارش کرده‌اند که رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی ایفای نقش می‌کنند؛ اما چگونگی ایفای این نقش‌ها در میان زنان بزرگسال ایرانی همچنان مبهم و نامشخص است. به طوری که نپرداختن به این مسأله موجب غفلت بیشتر از شناسایی عوامل مؤثر بر فعالیت بدنی فراغتی زنان خواهد شد. در نتیجه برنامه‌ریزی‌های صحیح نیز صورت نخواهد گرفت و میزان مشارکت زنان تهرانی در فعالیت بدنی فراغتی روز به روز کاهش خواهد یافت. در صورتی که توجه به این موضوع می‌تواند خلاء پژوهشی موجود در این زمینه را تا حدودی رفع کند و دیدگاه مهمی از نقش رسانه‌های اجتماعی در فعالیت بدنی فراغتی زنان بزرگسال تهران به سازمان‌های تصمیم‌گیرنده ارائه دهد. به طوری که با تقویت هرچه بیشتر عوامل مثبت و تضعیف عوامل منفی، بتواند میزان مشارکت زنان را ارتقا بخشد. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف تعیین نقش رسانه‌های اجتماعی (داخلی و خارجی) بر فعالیت بدنی فراغتی زنان بزرگسال شهر تهران انجام شد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی و از نوع پژوهش‌های کیفی بود.

تأییدیه اخلاق: مطالعه حاضر، در تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱، توسط کارگروه/کمیته اخلاق دانشگاه تربیت مدرس با شناسه IR.MODARES.REC.1401.150 مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. به طوری که اعلام گردید انجام پژوهش به شرط اخذ

1. Poursmaeil et al
2. Kim
3. Seraji et al
4. Rafati et al
5. Abbas et al
6. Kolhar et al

در میان گروه‌های متمرکز، مرکز تهران بیشترین و جنوب و غرب تهران کمترین فراوانی را داشته‌اند.

جدول ۱. تعداد مصاحبه‌های انجام شده

منطقه	مصاحبه‌های فردی	افراد گروه متمرکز
شمال منطقه ۱	۱۲	۶
جنوب منطقه ۱۸	۸	۵
مرکز منطقه ۶	۱۱	۷
شرق منطقه ۸	۱۰	۶
غرب منطقه ۲	۱۰	۵
جمع	۵۱	۲۹

در پژوهش‌های مختلف مرتبط با فعالیت بدنی فراغتی، معیارهای مختلفی برای انتخاب نمونه در نظر گرفته شده است. به عنوان مثال، پژوهش‌هایی که از «پرسشنامه بین‌المللی فعالیت بدنی^۵» (ملو و همکاران^۶، ۲۰۲۲) و پرسشنامه فعالیت بدنی فراغتی «گودین و شفارد» (اسفندلا و هادریا^۷، ۲۰۲۰) استفاده کرده بودند؛ معیار یک هفته گذشته را در نظر گرفتند. برخی دیگر نیز معیارهای یک ماه (لیانگ و همکاران^۸، ۲۰۲۱؛ آسونساو و کلارو^۹، ۲۰۲۲) و یا سه ماه اخیر را در نظر گرفتند (ملیکه و همکاران^{۱۰}، ۲۰۲۲). اشاره شده است که معیارهای خود گزارشی فعالیت بدنی عمدتاً یک فاصله زمانی کوتاه را ارزیابی می‌کنند (مثلاً ۷ یا ۱۴ روز گذشته) و مشخص نیست که این میزان چقدر از فعالیت بدنی افراد را در ماه یا سال نشان می‌دهد (مارکوس و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۰). چندین مطالعه نیز در حالت سخت‌گیرانه معیار یک سال اخیر را استفاده یا توصیه کردند (هست و همکاران^{۱۲}، ۲۰۲۱). دلیل آن‌ها بررسی دقیق موانع یا عوامل محرک محیطی مهم مانند آب و هوا در طول یک سال (تفاوت آب و هوای چهار فصل سال) بود (مک اینس و شینوگل^{۱۳}، ۲۰۱۱). ما نیز در تحقیق خود ملاک حداقل یک سال را در نظر گرفتیم.

رضایت آگاهانه، محرمانه بودن اطلاعات و داوطلبانه بودن مشارکت توسط آزمودنی‌ها بلامانع است.

جامعه آماری شامل زنان بزرگسال ۲۰ تا ۶۰ ساله ساکن شهر تهران بود. افرادی که بنا به گزارش «سازمان ورزش شهرداری تهران» حداقل یک سال در مجموعه‌های ورزشی این سازمان عضویت داشتند و به معیار توصیه شده سازمان بهداشت جهانی (حداقل ۱۵۰ دقیقه فعالیت بدنی در هفته برای بزرگسالان) دست یافته بودند (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۰b). در این میان افرادی که دو معیار ذکر شده را داشتند و مایل به همکاری بودند، به عنوان مشارکت‌کننده انتخاب شدند.

لازم به توضیح است از هر پنج نقطه (شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب) شهرداری تهران، یک منطقه شهرداری و یک مجموعه ورزشی (در مجموع ۵ مجموعه ورزشی) برای انجام مصاحبه (به صورت تصادفی از نوع خوشه‌ای) انتخاب شد. سپس به صورت هدفمند (معیارمحور)، زنانی که معیارهای شمول را داشتند؛ با استناد به اطلاعات مشارکت ورزشی افراد در مجموعه‌های ورزشی شهرداری تهران به عنوان مشارکت‌کننده انتخاب شدند.

مشارکت‌کنندگان ابتدا فرم‌های رضایت آگاهانه را امضاء کردند. به آن‌ها اطمینان داده شد که اطلاعاتشان محرمانه خواهد ماند و هر زمان که تمایل به ادامه همکاری نداشته باشند، می‌توانند از تحقیق خارج شوند. در انتهای مصاحبه‌ها هدیه‌ای به عنوان یادگاری به مشارکت‌کنندگان اهدا شد. برای حفظ ناشناس بودن شرکت‌کنندگان، از نام‌های مستعار (شماره ۱، ۲، ۳ و....) استفاده شده است.

اطلاعات از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته فردی و گروه متمرکز (کانونی) گردآوری شد و تا اشباع نظری ادامه یافت. مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته به مصاحبه‌شوندگان اجازه می‌داد تا تجربیات خود را بدون محدودیت مورد بحث قرار دهند و به محققان اجازه می‌داد دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان در مورد تجربیات خود را درک کنند (پاتون^۱، ۲۰۰۲). در گروه متمرکز نیز امکان بحث و گفتگو بین شرکت‌کنندگان وجود دارد و می‌توان نظرات آن‌ها را با یکدیگر مقایسه کرد (کیتزینگر^۲، ۲۰۰۵؛ شیلد و سینوت^۳، ۲۰۱۶). ترکیب این دو روش به عمق و وسعت موضوع کمک کرد (مورگان^۴، ۱۹۹۶). جدول ۱، تعداد مصاحبه‌های انجام شده در مناطق شهرداری تهران را نشان می‌دهد. در میان مصاحبه‌های فردی، بالاترین فراوانی مربوط به شمال تهران و کمترین فراوانی مربوط به جنوب تهران می‌باشد.

5. International physical activity Questionnaire (IPAQ)

6. Mello et al

7. Sfindla & Hadrya

8. Assunção & Claro

9. Mielke et al

10. Marcus et al

11. Hassett et al

12. McInnes & Shinogle

1. Patton

2. Kitzinger

3. Shields & Synnot

4. Morgan

جدول ۲. سوالات مصاحبه

Table 2. Interview Questions

فعالیت بدنی	آیا در طول یک سال اخیر از فراغت خود در این مجموعه ورزشی فعالیت بدنی داشته‌اید؟
فراغتی	چه نوع فعالیت/ فعالیت‌هایی و چند بار در هفته انجام می‌دهید؟ معمولا چقدر زمان برای انجام این فعالیت (فعالیت‌ها) صرف می‌کنید؟
رسانه‌های اجتماعی	آیا از رسانه‌های اجتماعی (خارجی و داخلی) استفاده می‌کنید؟ کدام یک از رسانه‌های اجتماعی؟ به ترتیب بیشترین میزان استفاده نام ببرید. دلیل استفاده/ عدم استفاده از این رسانه‌های اجتماعی چیست؟ آیا این رسانه‌های اجتماعی در میزان مشارکت ورزشی شما نقش داشته است؟ کدام یک؟ چه نقشی؟ این نوع از رسانه‌ها چه مزایا و معایبی در مشارکت ورزشی شما می‌تواند داشته باشند؟

شامل شش مرحله: ۱. آشنایی با داده‌ها ۲. تولید کدهای اولیه ۳. جستجوی مضامین ۴. بررسی مضامین ۵. تعریف و نام‌گذاری مضامین و ۶ نوشتن نتایج می‌باشد؛ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. از رویکرد استقرایی استفاده شد. فرایند کدگذاری توسط نویسنده اصلی انجام شد و در نهایت ۱۳۵ کد، ۴۹ مقوله و ۱۶ مضمون فرعی شناسایی شد. برای تحلیل بهتر ۱۶ مضامین فرعی در ۳ مضمون اصلی (مزایای رسانه‌های خارجی، معایب رسانه‌های خارجی و دلایل عدم استفاده از رسانه‌های داخلی) دسته‌بندی شدند.

بازنشسته بوده است. در میان مصاحبه‌های فردی، افراد دارای تحصیلات کارشناسی و در گروه متمرکز افراد دارای مدرک دیپلم بیشترین فراوانی را داشته‌اند.

به طور کلی، ۵۱ مصاحبه فردی و ۵ گروه متمرکز (۲۹ نفر) از مرداد ۱۴۰۲ تا مهر ۱۴۰۲ انجام شد (مجموعاً ۸۰ نفر). به طوری که علاوه بر مصاحبه‌های فردی، در هر منطقه انتخاب شده یک گروه متمرکز نیز از سایر افراد (متشکل از ۵ الی ۷ نفر) تشکیل شد. افرادی که معیارهای شمول را دارا بودند، و تمایل به همکاری داشتند در قالب گروه با یکدیگر به بحث و گفتگو در مورد سوالات محقق پرداختند. همه مصاحبه‌ها بصورت صوتی ضبط و کلمه به کلمه رونویسی شدند. در نهایت مصاحبه‌ها با استفاده از رویکرد تحلیل موضوعی براون و کلارک (۲۰۰۶) که

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان نیز در جدول ۳ ارائه شده است. در هر دو نوع مصاحبه، بیشترین میزان مشارکت در میان گروه سنی ۵۰-۶۰ سال، متاهل‌ها و افراد خانه‌دار یا

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

Table 3. Demographic Characteristics of the Participants

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	مصاحبه فردی	گروه متمرکز
سن	۲۰-۲۹ سال	۹
	۳۰-۳۹ سال	۱۱
	۴۰-۴۹ سال	۱۴
	۵۰-۶۰ سال	۱۷
تاهل	متاهل	۳۳
	زیر دیپلم	۳
	دیپلم	۱۶
تحصیلات	کارشناسی	۲۱
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۸
شغل	شاغل یا مشغول به تحصیل	۲۵
	خانه‌دار یا بازنشسته	۲۶
	جمع کل: ۸۰ نفر	۵۱

مربوط به رشته والیبالی بوده است. البته برخی از مشارکت‌کنندگان در دو یا سه رشته ورزشی فعالیت داشتند که

جدول ۴، انواع رشته‌های مشارکت‌کنندگان را نشان می‌دهد. بیشترین فراوانی مربوط به رشته پیلاتس و کمترین فراوانی

رشته اصلی و دارای بیشترین میزان مشارکت لحاظ شده است. میزان مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی مشارکت‌کنندگان از

جدول ۴. رشته‌های ورزشی مشارکت‌کنندگان

Table 4. Participant Sports Fields

فرآوانی	رشته	فرآوانی	رشته
۶	بادی بالانس	۱۶	بدنسازي
۳	بدمیتون	۱۳	شنا
۶	سی‌ایکس	۷	یوگا
۳	ایروبیك در آب	۱۷	پيلاتس
۲	والیبال	۷	تی‌آرایکس
جمع کل: ۸۰ نفر			

مورد نظر را ذخیره کنم و بارها و بارها تماشا کنم و از آن‌ها در کلاس استفاده کنم».

نقش آموزشی رسانه‌های اجتماعی در زمان بحران کووید-۱۹ پررنگ‌تر بوده است. زن شماره ۳۹ توضیح داد: «من چون بیماری زمینه‌ای دارم به همین خاطر از کرونا وحشت داشتم و از خانه بیرون نمی‌آمدم و این باعث شده بود بیماریم و حال روحیم روز به روز بدتر شود. نمی‌دانم اگر پیج‌های آموزشی اینستاگرامی نبود من الان چه شرایطی داشتم. من دو سال در خانه به کمک آن‌ها ورزش کردم و توانستم طاقت بیاورم. درست است که ورزش در خانه یا ورزش آنلاین هیچوقت نمی‌تواند جایگزین ورزش در باشگاه و در میان جمع باشد، اما در زمان‌هایی مثل کرونا یا آلودگی شدید هوا می‌تواند بسیار مؤثر باشد».

انگیزشی: پس از نقش آموزشی، مشارکت‌کنندگان مهمترین نقش رسانه‌های اجتماعی را در فعالیت بدنی فراغتی را انگیزشی عنوان کردند (۳۹ تکرار). این نقش در اینستاگرام قوی‌تر از سایرین است. زن شماره ۱۱ اشاره کرد: «... من وقتی در اینستاگرام افراد را در حال ورزش کردن می‌دیدم، دوست داشتم که خودم هم ورزش کنم. وقتی می‌دیدم افرادی که ورزش می‌کنند، تناسب اندام بهتری دارند، انگیزه‌ام برای تلاش کردن چندین برابر می‌شد و روحیه پیدا می‌کردم. همین موضوع باعث شد که پیام باشگاه و در کلاس بدنسازی ثبت‌نام کنم».

اطلاعاتی: یکی دیگر از نقش‌های مهم رسانه‌های اجتماعی، نقش اطلاعاتی آن‌هاست (۳۶ تکرار). اکثر قریب به اتفاق افراد اشاره کردند که رسانه‌های اجتماعی (به‌خصوص اینستاگرام، تلگرام و واتس‌آپ) به آن‌ها آگاهی و اطلاعات مفید از فعالیت بدنی ارائه می‌کند و این موجب می‌شود آن‌ها بهتر و بیشتر فعال باشند. به طوری که حتی باعث کاهش تأثیر تحصیلات آکادمیک در فعالیت بدنی فراغتی شده‌اند و هر فردی با هر میزان تحصیلات می‌تواند به اطلاعات مفید دسترسی پیدا کند. زن شماره ۲۱ در این مورد

نتایج نشان داد که از میان ۸۰ نفر از مشارکت‌کنندگان، تنها یک مشارکت‌کننده از هیچ یک از رسانه‌های اجتماعی خارجی و داخلی استفاده نمی‌کرد و ۷۹ نفر از رسانه‌های اجتماعی متعددی استفاده می‌کردند. برخی تنها از یک رسانه و برخی دیگر نیز از چندین رسانه اجتماعی استفاده می‌کردند. بیشترین میزان استفاده به ترتیب مربوط به اینستاگرام (۶۴ نفر)، تلگرام (۵۶ نفر)، واتس‌آپ (۳۵ نفر)، بله (۴ نفر)، ایتا (۴ نفر)، یوتیوب (۳ نفر)، X (توییتر سابق) (۱ نفر)، فیسبوک (۱ نفر) و سروش (۱ نفر) بوده است.

نتایج حاصل از مصاحبه‌ها نشان داد علی‌رغم استفاده مشارکت‌کنندگان از رسانه‌های اجتماعی متعدد، تنها اینستاگرام، تلگرام، واتس‌آپ و یوتیوب در فعالیت بدنی فراغتی زنان نقش داشته است و سایر رسانه‌های خارجی یا داخلی هیچ نقشی در رابطه با مشارکت آنان نداشته است. آن‌ها به نقش‌های مثبت و منفی هر یک از این رسانه‌ها در مشارکت فعالیت بدنی فراغتشان اشاره کردند که آن‌ها را در قالب ۱۱ مضمون فرعی به ترتیب اهمیت اشاره می‌کنیم.

اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی خارجی در فعالیت بدنی فراغتی زنان

آموزشی: بسیاری از زنانی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند، عنوان کردند که انواع رسانه‌ها اثرات مختلفی بر فعالیت بدنی فراغتی‌شان می‌گذارد. یکی از این اثرات مهم نقش آموزشی آن‌هاست (۴۵ تکرار). به طوری که می‌توانند موجب افزایش فعالیت بدنی فراغتی در کلاس‌های حضوری شوند. به طور مثال؛ زن شماره ۴ اشاره کرد: «من از اینستاگرام نحوه انجام صحیح حرکات ورزشی را از افراد معروف ورزشی یاد می‌گیرم و اشتباهاتم را اصلاح می‌کنم. از طرفی دیگر، مربی در باشگاه نهایتاً یک یا دو بار نحوه اجرای یک حرکت را به من آموزش می‌دهد و امکان دارد من آن را فراموش کنم. اما در اینستاگرام من می‌توانم حرکات

توضیح داد: «من سال‌هاست که ورزش می‌کنم. اما از وقتی که از محتوای ورزشی اینستاگرام و تلگرام استفاده می‌کنم، احساس می‌کنم با کیفیت بهتری ورزش می‌کنم. چون اطلاعات زیادی از سلامتی‌ام کسب کرده‌ام و این موجب ارتقای ورزشم و افزایش تمرکز بر بدنم شده است...»

زن شماره ۳۲ به نقش رسانه‌های اجتماعی در معرفی مکان‌های ورزشی اشاره کرد «من در این منطقه شاغلم و این مجموعه را نمی‌شناختم. تا اینکه از طریق تبلیغات پیج اینستاگرام مجموعه، متوجه شدم که در نزدیکی محل کارم هست و مراجعه کردم و از این بابت خیلی خوشحالم...»

ارتباطی (شناختی): نقش ارتباطی (شناختی) رسانه‌های اجتماعی در فعالیت بدنی فراغتی زنان ایرانی اهمیت بسزایی دارد. از دیدگاه آن‌ها رسانه‌های اجتماعی (بخصوص اینستاگرام، تلگرام و واتس‌آپ) بستر مناسبی برای شناخت و ارتباط با افراد مرتبط با فعالیت بدنی فراغتی ایجاد می‌کند و این به نوبه خود موجب ترویج مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی می‌شود (۲۸ تکرار). در این رابطه زن شماره ۲۶ افزود: «من از طریق اینستاگرام، با افراد مشهور ورزشی ایران و حتی جهان رشته والیبال آشنا شده‌ام. از این که می‌توانم در پیج‌های اینستاگرامی این افراد عضو باشم و از محتوایشان استفاده کنم، احساس رضایت دارم.»

اجتماعی: نیاز به دیده شدن در انسان‌ها غیرقابل انکار است؛ که به نظر می‌رسد رسانه‌های اجتماعی بخوبی توانسته‌اند این نیاز را رفع کنند. چرا که تعداد قابل ملاحظه‌ای از مشارکت‌کنندگان اشاره کردند که رسانه‌های اجتماعی بخصوص اینستاگرام موجب شده است که آن‌ها تجربیات و مهارت‌های ورزشی خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند. به طوری که تشویق از سمت دیگران مهم زندگی‌شان را در پی داشته است. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان این امر می‌تواند موجب افزایش مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی‌شان گردد (۲۳ تکرار). در این مورد زن شماره ۳ اشاره کرد: «من از وقتی که بدنسازی کار می‌کنم، عضلاتم قوی‌تر شده و دوست دارم دیگران را هم ترغیب به ورزش کنم. به همین دلیل گاهی از تمریناتم یا مهارت‌هایی که می‌توانم انجام دهم، فیلم و عکس می‌گیرم و در اینستاگرامم به اشتراک می‌ذارم. دوستانم و حتی خانواده‌ام خیلی از من حمایت می‌کنند و بازخوردهای مثبت به من می‌دهند. به همین خاطر به نظرم بیشتر به ورزش علاقمند می‌شوم...»

فرهنگی: از نگاه ادوارد تایلور در سال ۱۸۷۱، بنیان‌گذار انسان‌شناسی فرهنگی، فرهنگ به «مجموعه پیچیده‌ای که شامل دانش، باورها، هنر، اخلاق، قانون، عرف و هرگونه قابلیت و عادت دیگری است که انسان به عنوان عضوی از جامعه کسب می‌کند»

اشاره دارد. البته فرآیند یادگیری یک فرهنگ از بدو تولد آغاز می‌شود و مردم شناسان این فرآیند یادگیری قواعد و منطق فرهنگی یک جامعه را فرهنگ‌سازی می‌نامند (لویی، ۱۹۱۷). از نگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر، رسانه‌های اجتماعی (مخصوصاً اینستاگرام) به فرهنگ‌سازی ترویج فعالیت بدنی فراغتی کمک کرده است (۱۲ تکرار). به طوری که رسانه‌های اجتماعی نوعی هنجار اجتماعی برای ورزش کردن زنان ایجاد کرده است و بسیاری از تابوهای گذشته را از بین برده است و فعال بودن زنان را نوعی فرهنگ خوب جلوه داده است. رسانه‌های اجتماعی با باورهای سنتی علیه زنان مبارزه کرده است. به طوری که موجب افزایش حمایت از سمت دیگران مهم زندگی‌شان شده است.

در این مورد زن شماره ۵۰ توضیح داد: «من در یک خانواده مذهبی به دنیا آمدم و همسرم هم فرد مقیدی است. فضای خانواده ما بسیار بسته است و حتی خود من هم فکر نمی‌کردم که برای حفظ سلامتی و روحیه‌ام باید ورزش کنم. وقتی سال‌های پیش دوستانم به من می‌گفتن که باهاشون ورزش کنم خجالت می‌کشیدم. چون در خانواده ما چنین چیزی عادی نبود. چند سالی هست که از اینستاگرام استفاده می‌کنیم. به نظرم دیدن کلیپ‌های ورزشی و شنیدن توصیه‌های پزشکان برای ورزش کردن، دیدمان را کاملاً عوض کرد. الان همسرم هم خودش ورزش می‌کنه و هم منو تشویق به ورزش می‌کنه. یک سال هست که مدام ورزش می‌کنم و حس خیلی خوبی دارم.»

اثرات منفی رسانه‌های اجتماعی خارجی در فعالیت بدنی فراغتی زنان: رسانه‌های اجتماعی نیز مانند هر امکانات دیگری ممکن است علاوه بر اثرات مثبت، اثرات منفی نیز در پی داشته باشد. به اعتقاد برخی از مشارکت‌کنندگان در استفاده از رسانه‌های اجتماعی گاهی مواردی وجود دارد که می‌تواند مانعی برای مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی‌شان شود که عبارت‌اند از:

اتلاف زمان: زمان یک منبع ارزشمند و غیرقابل برگشت برای هر انسانی است که می‌تواند استفاده صحیح یا نادرست از آن اثرات بسیار متفاوتی در زندگی هر فرد داشته باشد. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، اتلاف زمان یکی از نتایج منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شود که ممکن است اثر منفی در فعالیت بدنی فراغتی‌شان داشته باشد (۱۷ تکرار). در این مورد زن شماره ۱۴ توضیح داد: «... شکی در این نیست که رسانه‌های اجتماعی می‌تونه در هر زمینه‌ای مثل ورزش، هنر و... مفید باشه. ولی برای شخص من بیشتر تأثیر منفی داشته. گاهی پیش آمده

کنند. هنوزم که ۶ ماه از این ماجرا گذشته منتظرم کفش‌هام رو ارسال کنن. از حرصم انقد حالم بده که کفشم الان پاره شده ولی نمی‌خرم و با همین کفش ورزش می‌کنم و هر روزم حرص می‌خورم».

قابلیت اعتماد: اعتماد تسهیل کننده روابط بین انسان‌هاست. از دید برخی از مشارکت‌کنندگان روابط ایجاد شده در رسانه‌های اجتماعی قابلیت اعتماد کمتری نسبت به روابط غیرمجازی دارند (۷ تکرار). زن شماره ۳۵ تاکید کرد که «... من سعی می‌کنم از فضای مجازی کمتر استفاده کنم. چون در این روزها همه مربی، دکتر و متخصص شدن. مخصوصاً در ورزش که خیلی جذابه بیشتره. من اعتمادی به افراد مجازی ندارم و این فضا تأثیری در ورزش کردن من نداشته است. چون اگر استفاده کنم ممکنه حتی آسیب ببینم».

فیلترینگ: یکی از مشکلاتی که در استفاده از رسانه‌های اجتماعی خارجی وجود دارد، بحث فیلترینگ آن‌هاست. بسیاری از افراد اشاره کردند که مشکل در اتصال به رسانه‌های اجتماعی را دارند (۲۷ تکرار). به طوری که برخی هزینه زیادی ماهانه بابت خرید فیلترشکن پرداخت می‌کنند و یا زمان زیادی را صرف اتصال به آن‌ها می‌کنند. ممکن است در نگاه اول ارتباطی بین این موضوع و فعالیت بدنی فراغتی وجود نداشته باشد. اما برخی اذعان کردند که زمان و درآمدشان محدود است و باید در مصرف آن‌ها اولویت‌بندی کنند. به طوری که ممکن است در پرداخت شهریه فعالیت ورزشی، خرید لوازم ورزشی، یا زمان شرکت در آن اثرگذار باشد. از طرفی دیگر، بسیاری از ارتباطات و هماهنگی‌ها دچار مشکل شده است. به طور مثال، زن شماره ۲۶ گفت: «مربی ما برای هماهنگی کلاس‌ها، ایجاد ارتباط بین مربی و دوستانمان، گروه واتس‌آپی تشکیل داده. اما مشکل خیلی از ماها اتصال به واتس‌آپ هست. همین چند وقت پیش که بخاطر تعمیرات باشگاه چند جلسه کلاس‌مون تعطیل شد؛ خیلی اذیت شدم. البته در کانال تلگرام مجموعه اعلام کرده بودن. اما چون گوشی من به تلگرام وصل نمیشه متوجه نشده بودم و در این هوای گرم تابستان رفتم مجموعه و متوجه تعطیلی شدم. خب این چرا باید اینجوری باشه؟...»

علی‌رغم شرایط حاصل از فیلترینگ، همچنان درصد بالایی از مشارکت‌کنندگان اعلام کردند که از رسانه‌های اجتماعی داخلی (مانند ایتا، بله، سروش، روبیکا و...) استفاده نمی‌کنند. افرادی محدودی هم که استفاده می‌کردند، اظهار کردند که این نوع رسانه‌ها هیچ نقشی در فعالیت بدنی فراغتی‌شان نداشته است. دلایل عدم استفاده از رسانه‌های اجتماعی داخلی و عدم

من شب‌ها چند ساعت سرگرم اینستاگرام می‌شم و بعدش به قدری خسته می‌شم که از کلاس ۷ صبح تی‌آرایکس جا می‌مونم و ترجیح می‌دم که بیشتر بخوابم. چون ساعت ۹ هم باید سرکار باشم».

یک نکته مهم که افراد زیادی به آن اشاره کردند؛ جستجوی با هدف و بر اساس نیاز در رسانه‌های اجتماعی بود. به طور مثال زن شماره ۸ اشاره کرد که «من وقتی با هدف از فضای مجازی استفاده می‌کنم، کمک‌کننده است. مثلاً وقتی بر اساس نیازم به دنبال یک کلیپ آموزشی هستم و آن را جستجو می‌کنم، کمک می‌کند اما زمانی که بدون هدف استفاده می‌کنم ساعت‌ها وقتم رو تلف می‌کند».

برخی از مشارکت‌کنندگان هم به نقش مثبت یوتیوب و گوگل در فعالیت بدنی فراغتی‌شان اشاره کردند. به اعتقاد آن‌ها مزیتی که گوگل و یوتیوب نسبت به سایر رسانه‌های اجتماعی دارند، جستجوی با هدف و بر اساس نیاز است؛ که اتلاف زمان کمتری نسبت به سایرین دارد.

انواع آسیب (جسمی، روانی و مالی): مشارکت‌کنندگان به انواع آسیب‌هایی که ممکن است از طریق استفاده از رسانه‌های اجتماعی متوجه‌شان شود و در نهایت بر مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی‌شان اثر نامطلوبی بگذارد، اشاره کردند. از دید آن‌ها همه محتوای رسانه‌های اجتماعی مفید نیست (۱۵ تکرار). بلکه شمشیر دو لبه‌ای است که اگر نحوه استفاده از آن مدیریت نشود اثرات جبران‌ناپذیری در پی خواهد داشت. زن شماره ۳۰ در مورد آسیب جسمی توضیح داد: «... من در اینستاگرام از یک پیج تغذیه‌ای ورزشی برنامه بدنسازی به مبلغ یک میلیون تومان گرفتم. این برنامه را در کلاس حضوری استفاده می‌کردم ولی دچار کمر درد شدم. بعدش متوجه شدم که این برنامه اصلاً مناسب سن و شرایط بدنی من نبوده است. در فضای مجازی هیچ تعهدی به آدم ندارند و وقتی اعتراض کردم من رو بلاک کردن. این وضع باعث شد من یک ماه تنوم تمرین کنم».

زن شماره ۲۲ به آسیب روانی اشاره کرد «... وزنم بخاطر زایمان خیلی بالا رفته و یک و سال و نیم هست که میام باشگاه تا لاغر بشم. هر چقدر تلاش می‌کنم احساس می‌کنم خیلی وزنم تغییر نمی‌کند. وقتی تو اینستا افراد با تناسب اندام خیلی خوب را می‌بینم، اعتماد بنفسم پایین میاد و دپرس می‌شم. البته می‌دونم نباید خودم را با بقیه مقایسه کنم ولی خب چرا دروغ بگم ناخود آگاه مقایسه می‌کنم و حس زشت بودن بهم دست می‌دهد».

زن شماره ۴۸ هم به آسیب مالی اشاره کرد که «... از یک کانال تلگرامی کفش ورزشی خریداری کردم. مبلغ را واریز کردم و اطلاعات آدرس رو هم فرستادم و قرار شد که برای من ارسال

وجود تبلیغات منفی است (۱۷ تکرار). در این مورد زن شماره ۳ اشاره کرد که «من چند باری تصمیم گرفتم که بله رو نصب کنم. اما پسرم گفت اصلاً فضای خوبی نیست و تبلیغات زیاد داره و حوصله بره. منم منصرف شدم...».

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف تعیین نقش رسانه‌های اجتماعی (داخلی و خارجی) بر فعالیت بدنی فراغتی زنان بزرگسال شهر تهران انجام شد. در مجموع، ۵۱ مصاحبه فردی و ۵ گروه متمرکز از پنج منطقه (شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز) تهران انجام شد. تحلیل مصاحبه‌ها منجر به شناسایی ۱۶ مضمون فرعی گردید. برای تحلیل بهتر مضامین فرعی در سه مضمون اصلی دسته‌بندی شدند. نتایج حاکی از آن است که از میان انواع رسانه‌های اجتماعی داخلی و خارجی، تنها اینستاگرام، تلگرام، واتس‌آپ و یوتیوب در فعالیت بدنی فراغتی زنان ایفای نقش می‌کنند. به طوری که اینستاگرام، پرکاربردترین رسانه اجتماعی در میان مشارکت‌کنندگان پژوهش بوده است که با پژوهش ایمیرل و همکاران (۲۰۲۴) نیز همسوست. این سازگاری ممکن است مربوط به زمان انجام پژوهش باشد که اینستاگرام در این زمان محبوبیت بالایی بین کاربران خود کسب کرده است.

مشارکت‌کنندگان به اثرات مثبت و منفی رسانه‌های خارجی که می‌تواند فعالیت بدنی فراغتی‌شان تحت تأثیر قرار دهد، اشاره کردند. البته آن‌ها ادعا کردند که نقش مثبت رسانه‌های اجتماعی خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی بسیار قوی‌تر از نقش منفی آن است؛ که با پژوهش علی‌محمدی و همکاران (۲۰۱۸) مغایرت دارد. این ناسازگاری ممکن به دلیل جامعه آماری و روش پژوهش متفاوت باشد. مشارکت‌کنندگان معتقدند رسانه‌های اجتماعی خارجی از طریق ایجاد نقش آموزشی، انگیزشی، اطلاعاتی، ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی می‌توانند اثرات مثبتی بر فعالیت بدنی فراغتی‌شان ایجاد کند.

نقش آموزشی که با اهمیت‌ترین نقش رسانه‌های اجتماعی خارجی عنوان شد؛ اشاره به این موضوع دارد که رسانه‌های اجتماعی بستر مناسبی برای فراگیری فعالیت بدنی فراغتی افراد فراهم می‌کنند. به طوری که افراد می‌توانند علاوه بر یادگیری حرکات جدید و متنوع، به اصلاح ایرادات و رفع ابهامات خود در حوزه فعالیت بدنی بپردازند. نتایج حاصل در این بخش با برخی از پژوهش‌های انجام شده (قاسمیان، ۲۰۱۹؛ لویز کاریل و همکاران، ۲۰۲۰؛ عطریان و همکاران، ۲۰۲۲) همسو است. بیشترین نقش

ارتباطشان با فعالیت بدنی فراغتی، در ۶ مضمون فرعی به ترتیب اهمیت ارائه شده است:

عدم اعتماد: نقش اعتماد موضوع مهمی است که در سایر رسانه‌ها نیز مطرح شد. اما در رسانه‌های اجتماعی داخلی به شدت پررنگ بود. نزدیک به ۹۰ درصد مشارکت‌کنندگان اظهار کردند که به رسانه‌های اجتماعی داخلی اعتماد ندارد (۷۱ تکرار). بسیاری از آن‌ها اقرار کردند که از این رسانه‌ها استفاده نمی‌کنند. اما برخی هم که استفاده می‌کردند به علت اجبار بوده است و تأثیری در فعالیت بدنی فراغتی‌شان نداشته است. در این رابطه زن شماره ۳۸ گفت: «از رسانه‌های اجتماعی فارسی استفاده نمی‌کنم. چون اعتمادی به آن‌ها ندارم. احساس می‌کنم که اطلاعات شخصی و حریم خصوصی‌ام حفظ نمی‌شود».

عدم علاقه: برخی از مشارکت‌کنندگان به موضوع علاقه اشاره کردند که به رسانه‌های اجتماعی داخلی علاقه‌ای ندارند (۳۱ تکرار). مثلاً زن شماره ۱۳ اشاره کرد که «از پیام‌رسان بله استفاده می‌کنم. چون به خاطر مدرسه دخترم مجبورم که داشته باشم. ولی علاقه‌ای به آن ندارم و نقشی هم در ورزش کردن من ندارد».

عدم نیاز: رفع یک نوع نیاز، عامل جستجوی انسان‌هاست. مشارکت‌کنندگان پژوهش اعتقاد داشتند که نیازی به رسانه‌های اجتماعی داخلی ندارند و به همین دلیل هم از آن‌ها استفاده نمی‌کنند (۱۹ تکرار). در این خصوص زن شماره ۴۷ گفت: «آدم وقتی از یک وسیله استفاده می‌کند که بهش نیاز داشته باشد. وقتی این نوع رسانه‌ها هیچ نیازی را از من رفع نمی‌کند، چرا باید استفاده کنم؟»

عدم جذابیت: یک محصول زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که حداقل یک ویژگی جذاب برای مصرف‌کننده داشته باشد. برخی از زنان اشاره کردند که از رسانه‌های اجتماعی داخلی به علت عدم جذابیت آن‌ها استفاده نمی‌کنند (۱۱ تکرار). زن شماره ۴۱ گفت: «این نوع رسانه‌ها هیچ ویژگی ندارند که منو جذب کنن. مطمئن باشین اگر نصف اینستاگرام یا تلگرام هم جذاب بودن من حتماً استفاده می‌کردم. چون برای منم ارزان‌تر تمام می‌شد».

کمبود قابلیت‌ها: یکی دیگر از محدودیت‌های رسانه‌های داخلی کمبود قابلیت‌های آن‌هاست که موجب شده است مشارکت‌کنندگان استفاده از سایر رسانه‌های خارجی را ترجیح دهند (۸ تکرار). به عنوان نمونه زن شماره ۲۴ اشاره کرد که «گوشی من آیفون هست و من نمی‌تونم پیام‌رسان‌های داخلی رو نصب کنم. حتی یک کانال دانشگاهی در ایتا داریم که متاسفانه من نمی‌تونم استفاده کنم».

تبلیغات منفی: آخرین مضمونی که در رابطه با عدم استفاده مشارکت‌کنندگان از رسانه‌های اجتماعی داخلی شناسایی شد،

موجب افزایش فعالیت بدنی فراغتی می‌شوند که با پژوهش چان و همکاران (۲۰۱۲) و لئونگ (۲۰۱۳) هم سازگاری دارد. اخیراً نیز یک مطالعه نشان می‌دهد افرادی که تجربیات فعالیت بدنی خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند، تصویر اجتماعی مثبتی ایجاد می‌کنند و بازخورد مثبتی را از دیگران دریافت می‌کنند و در نتیجه ارتباط اجتماعی‌شان را افزایش می‌دهند. توصیه می‌شود دولت‌ها از اشتراک‌گذاری ورزش‌های مجازی در شبکه‌های اجتماعی حمایت کنند تا از پیامدهای منفی بی‌حرکی بکاهند (زو و همکاران، ۲۰۲۱).

آخرین نقش رسانه‌های اجتماعی خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی، نقش فرهنگی آن‌هاست. مشارکت‌کنندگان تأکید کردند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی (مخصوصاً اینستاگرام) در طی سال‌های گذشته، به فرهنگ‌سازی در حوزه فعالیت بدنی فراغتی کمک کرده است. آن‌ها معتقدند رسانه‌های اجتماعی باورها، عقاید و دیدگاه‌های گذشته را تغییر داده است و حتی با عقایدی همچون ناپسند بودن ورزش برای زنان مبارزه کرده‌اند. به طوری که نوعی هنجار و حمایت اجتماعی (عباس و همکاران، ۲۰۲۱) برای مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی زنان ایجاد کرده‌اند که با پژوهش انجام شده در میان بزرگسالان تایوانی نیز مشابهت دارد (ووی و چیو، ۲۰۲۰). البته مشارکت‌کنندگان به نبود فرهنگ مناسب در ایران برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی هم اشاره کردند؛ که باید آموزش داده شود.

علاوه بر نقش مثبت رسانه‌های اجتماعی خارجی، مشارکت‌کنندگان به نقش‌های منفی آن‌ها نیز اشاره کردند. آن‌ها معتقدند که گاهی استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی موجب کاهش استراحت، افزایش خستگی و اتلاف زمان و در نهایت موجب کاهش فعالیت بدنی فراغتی‌شان می‌شود. این گزارش با نتایج پژوهش (هودیمووا و همکاران، ۲۰۲۱)؛ کلهار و همکاران، (۲۰۲۱) موافق است. البته مشارکت‌کنندگان تأکید کردند که اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی (اینستاگرام، تلگرام، واتس‌آپ و یوتیوب) بسیار بیشتر از اثرات منفی آن‌هاست و باید به صورت مدیریت شده و بر اساس نیاز و هدفشان مورد استفاده قرار گیرند؛ که در این خصوص با پژوهش عطریان و همکاران نیز مطابقت دارد (عطریان و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین باید محدودیت زمانی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی وجود داشته باشد (هودیمووا و همکاران، ۲۰۲۱).

به علاوه، مشخص گردید که استفاده از رسانه‌های اجتماعی خارجی در برخی مواقع ممکن است منجر به ایجاد آسیب‌های جسمی (مانند آسیب به ستون فقرات)؛ روانی (کاهش اعتماد بنفس و ناراضیاتی از بدن) و مالی (کلاهبرداری) برای مشارکت‌کنندگان

آموزشی نیز مربوط به اینستاگرام و کمترین نقش مربوط به واتس‌آپ بوده است.

ایجاد انگیزه دومین نقش رسانه‌های اجتماعی خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی زنان شناسایی شد. از نگاه مشارکت‌کنندگان انگیزه یکی از عوامل مهمی است که موجب مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی‌شان می‌شود و رسانه‌های اجتماعی از طریق انتشار محتوای ورزشی (فیلم، عکس و متن)، آن‌ها را تشویق به فعال بودن می‌کند. نقش انگیزشی رسانه‌های اجتماعی با پژوهش‌های انجام شده در ایران (یوسفی و همکاران، ۲۰۲۴)؛ راجی و همکاران، (۲۰۲۴)، عربستان (العیسی و همکاران، ۲۰۱۶) و کانادا (چمتوب و همکاران، ۲۰۱۹) سازگاری دارد.

سومین مزیت رسانه‌های اجتماعی خارجی برای ترویج فعالیت بدنی فراغتی، ارائه اطلاعات و آگاهی به مشارکت‌کنندگان است. به زعم آن‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توان به انواع اطلاعات مفید ورزشی دسترسی پیدا کرد. رسانه‌های اجتماعی با معرفی مکان‌های ورزشی، ارائه اطلاعات از نحوه مراقبت از سلامتی، ارائه اخبار به روز ورزشی، اطلاع‌رسانی برنامه‌های ورزشی می‌توانند میزان مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی زنان را تحت تأثیر قرار دهند. پژوهش حاضر در نقش اطلاعاتی با پژوهش چان و همکاران (۲۰۱۲)، زک و لیسیتسا (۲۰۱۶) و زو و همکاران (۲۰۲۱) مطابقت دارد.

یکی دیگر از مهمترین نقش رسانه‌های اجتماعی خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی، ایجاد تعامل و ارتباط بین ذینفعان است که با برخی از پژوهش‌ها نیز (زک و لیسیتسا، ۲۰۱۶)؛ گومز، ۲۰۱۹)؛ لویز کاریل و همکاران، (۲۰۲۰) همسو است. مشخص شد که رسانه‌های اجتماعی از طریق ایجاد امکان آشنایی و ارتباط با متخصصین ورزشی، تعامل و تبادل اطلاعات با دوستان و مربیان ورزشی، دریافت تشویق و بازخورد از مربی و افزایش هماهنگی بین اعضاء، موجب ترویج فعالیت بدنی فراغتی زنان می‌شود. از نظر مشارکت‌کنندگان اینستاگرام و یوتیوب بیشترین نقش را در آشنایی و ارتباط با متخصصین ورزشی داشته است. تلگرام و واتس‌آپ نیز در ایجاد هماهنگی بین اعضاء، افزایش تعامل، صمیمیت و تبادل اطلاعات مهمترین بوده‌اند.

همچنین مشارکت‌کنندگان اشاره کردند که از طریق رسانه‌های اجتماعی خارجی (بخصوص اینستاگرام) می‌توانند دیدگاه‌ها، تجربیات و مهارت‌های ورزشی خودشان را به نمایش بگذارند و بدین ترتیب علاوه بر حفظ ارتباط با دیگران، تحسین دیگران مهم زندگی‌شان را کسب کنند که با پژوهش کیم (۲۰۲۴) مطابقت دارد. رسانه‌های اجتماعی از طریق ایجاد نقش اجتماعی،

موجب افزایش فعالیت بدنی فراغتی می‌شوند که با پژوهش چان و همکاران (۲۰۱۲) و لئونگ (۲۰۱۳) هم سازگاری دارد. اخیراً نیز یک مطالعه نشان می‌دهد افرادی که تجربیات فعالیت بدنی خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند، تصویر اجتماعی مثبتی ایجاد می‌کنند و بازخورد مثبتی را از دیگران دریافت می‌کنند و در نتیجه ارتباط اجتماعی‌شان را افزایش می‌دهند. توصیه می‌شود دولت‌ها از اشتراک‌گذاری ورزش‌های مجازی در شبکه‌های اجتماعی حمایت کنند تا از پیامدهای منفی بی‌حرکی بکاهند (زو و همکاران، ۲۰۲۱).

آخرین نقش رسانه‌های اجتماعی خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی، نقش فرهنگی آن‌هاست. مشارکت‌کنندگان تأکید کردند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی (مخصوصاً اینستاگرام) در طی سال‌های گذشته، به فرهنگ‌سازی در حوزه فعالیت بدنی فراغتی کمک کرده است. آن‌ها معتقدند رسانه‌های اجتماعی باورها، عقاید و دیدگاه‌های گذشته را تغییر داده است و حتی با عقایدی همچون ناپسند بودن ورزش برای زنان مبارزه کرده‌اند. به طوری که نوعی هنجار و حمایت اجتماعی (عباس و همکاران، ۲۰۲۱) برای مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی زنان ایجاد کرده‌اند که با پژوهش انجام شده در میان بزرگسالان تایوانی نیز مشابهت دارد (ووی و چو، ۲۰۲۰). البته مشارکت‌کنندگان به نبود فرهنگ مناسب در ایران برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی هم اشاره کردند؛ که باید آموزش داده شود.

علاوه بر نقش مثبت رسانه‌های اجتماعی خارجی، مشارکت‌کنندگان به نقش‌های منفی آن‌ها نیز اشاره کردند. آن‌ها معتقدند که گاهی استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی موجب کاهش استراحت، افزایش خستگی و اتلاف زمان و در نهایت موجب کاهش فعالیت بدنی فراغتی‌شان می‌شود. این گزارش با نتایج پژوهش (هودیمووا و همکاران، ۲۰۲۱)؛ کلهار و همکاران، (۲۰۲۱) موافق است. البته مشارکت‌کنندگان تأکید کردند که اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی (اینستاگرام، تلگرام، واتس‌آپ و یوتیوب) بسیار بیشتر از اثرات منفی آن‌هاست و باید به صورت مدیریت شده و بر اساس نیاز و هدفشان مورد استفاده قرار گیرند؛ که در این خصوص با پژوهش عطریان و همکاران نیز مطابقت دارد (عطریان و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین باید محدودیت زمانی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی وجود داشته باشد (هودیمووا و همکاران، ۲۰۲۱).

به علاوه، مشخص گردید که استفاده از رسانه‌های اجتماعی خارجی در برخی مواقع ممکن است منجر به ایجاد آسیب‌های جسمی (مانند آسیب به ستون فقرات)؛ روانی (کاهش اعتماد بنفس و ناراضیاتی از بدن) و مالی (کلاهبرداری) برای مشارکت‌کنندگان

آموزشی نیز مربوط به اینستاگرام و کمترین نقش مربوط به واتس‌آپ بوده است.

ایجاد انگیزه دومین نقش رسانه‌های اجتماعی خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی زنان شناسایی شد. از نگاه مشارکت‌کنندگان انگیزه یکی از عوامل مهمی است که موجب مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی‌شان می‌شود و رسانه‌های اجتماعی از طریق انتشار محتوای ورزشی (فیلم، عکس و متن)، آن‌ها را تشویق به فعال بودن می‌کند. نقش انگیزشی رسانه‌های اجتماعی با پژوهش‌های انجام شده در ایران (یوسفی و همکاران، ۲۰۲۴)؛ راجی و همکاران، (۲۰۲۴)، عربستان (العیسی و همکاران، ۲۰۱۶) و کانادا (چمتوب و همکاران، ۲۰۱۹) سازگاری دارد.

سومین مزیت رسانه‌های اجتماعی خارجی برای ترویج فعالیت بدنی فراغتی، ارائه اطلاعات و آگاهی به مشارکت‌کنندگان است. به زعم آن‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توان به انواع اطلاعات مفید ورزشی دسترسی پیدا کرد. رسانه‌های اجتماعی با معرفی مکان‌های ورزشی، ارائه اطلاعات از نحوه مراقبت از سلامتی، ارائه اخبار به روز ورزشی، اطلاع‌رسانی برنامه‌های ورزشی می‌توانند میزان مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی زنان را تحت تأثیر قرار دهند. پژوهش حاضر در نقش اطلاعاتی با پژوهش چان و همکاران (۲۰۱۲)، زک و لیسیتسا (۲۰۱۶) و زو و همکاران (۲۰۲۱) مطابقت دارد.

یکی دیگر از مهمترین نقش رسانه‌های اجتماعی خارجی در ترویج فعالیت بدنی فراغتی، ایجاد تعامل و ارتباط بین ذینفعان است که با برخی از پژوهش‌ها نیز (زک و لیسیتسا، ۲۰۱۶)؛ گومز، ۲۰۱۹)؛ لویز کاریل و همکاران، (۲۰۲۰) همسو است. مشخص شد که رسانه‌های اجتماعی از طریق ایجاد امکان آشنایی و ارتباط با متخصصین ورزشی، تعامل و تبادل اطلاعات با دوستان و مربیان ورزشی، دریافت تشویق و بازخورد از مربی و افزایش هماهنگی بین اعضاء، موجب ترویج فعالیت بدنی فراغتی زنان می‌شود. از نظر مشارکت‌کنندگان اینستاگرام و یوتیوب بیشترین نقش را در آشنایی و ارتباط با متخصصین ورزشی داشته است. تلگرام و واتس‌آپ نیز در ایجاد هماهنگی بین اعضاء، افزایش تعامل، صمیمیت و تبادل اطلاعات مهمترین بوده‌اند.

همچنین مشارکت‌کنندگان اشاره کردند که از طریق رسانه‌های اجتماعی خارجی (بخصوص اینستاگرام) می‌توانند دیدگاه‌ها، تجربیات و مهارت‌های ورزشی خودشان را به نمایش بگذارند و بدین ترتیب علاوه بر حفظ ارتباط با دیگران، تحسین دیگران مهم زندگی‌شان را کسب کنند که با پژوهش کیم (۲۰۲۴) مطابقت دارد. رسانه‌های اجتماعی از طریق ایجاد نقش اجتماعی،

پیشنهاد‌های پژوهشی

پژوهش حاضر نیز مانند هر پژوهش دیگری از مزایاها و محدودیت‌هایی برخوردار است. درصد بالایی از مطالعات برای اندازه‌گیری فعالیت بدنی فراغتی از پرسشنامه بین‌المللی خودگزارشی فعالیت بدنی استفاده کردند. آن‌ها اشاره کردند این ابزار زمان صرف شده برای فعالیت بدنی فراغتی را بیش از حد تخمین می‌زند و احتمال سوگیری خودگزارش‌دهی و یادآوری وجود دارد که ممکن است بر نتایج تحقیق تأثیر بگذارد (اوییمی و همکاران^۱، ۲۰۱۶؛ لیانگ و همکاران، ۲۰۲۱). به همین دلیل، برخی از محققان اقدامات عینی مانند شتاب‌سنج یا گام‌سنج را در نظر گرفته یا پیشنهاد کرده‌اند (مک کورمک و همکاران^۲، ۲۰۲۲؛ آروموگام و همکاران^۳، ۲۰۲۳). در حالی که دیگران بر این باورند که اندازه‌گیری عینی نیز محدودیت‌هایی دارد. به عنوان مثال، اطلاعاتی در مورد نوع فعالیت انجام شده ارائه نمی‌دهد (اوییمی و همکاران، ۲۰۱۶)، مقایسه بین نتایج را دشوار می‌کند (میگلِس و همکاران^۴، ۲۰۱۷) و ممکن است نتایج متفاوتی داشته باشد (بلر و همکاران^۵، ۲۰۱۸). به منظور کاهش محدودیت‌های خودگزارشی و اندازه‌گیری عینی، در پژوهش حاضر از گزارش‌های موثق «سازمان ورزش شهرداری تهران» در مورد میزان فعالیت بدنی فراغتی زنان استفاده شد؛ که نقطه قوت مهمی می‌تواند برای پژوهش باشد. همچنین انجام مصاحبه‌های فردی به همراه ۵ گروه متمرکز بر اساس مناطق مختلف شهر تهران، مزیت دیگر پژوهش است. به علاوه، سعی گردید از افراد با گروه سنی (۲۰ تا ۶۰ سال)، منطقه زندگی (شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز) و رشته‌های مختلف (۱۰ نوع رشته) برای مصاحبه‌ها استفاده شود؛ تا تنوع بهتری در توزیع اعضای نمونه ایجاد شود.

برخی از پژوهش‌ها اشاره کرده‌اند که عوامل جمعیت‌شناختی مثل سن و شغل می‌توانند میزان و کیفیت استفاده از رسانه‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهند (پوراسماعیل و همکاران، ۲۰۲۱)؛ که در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار نگرفتند و به نوعی محدودیت پژوهش حاضر بود. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود پژوهشگران در آینده به این موضوع توجه داشته باشند. چرا که می‌تواند نتایج جالب‌تری ارائه دهد.

به علاوه، پژوهش حاضر به صورت کیفی انجام شد و ممکن است نتایج قابل تعمیم به همه زنان تهران نباشد. البته با توجه به این که مصاحبه‌ها در مناطق مختلف تهران انجام شد؛ قابلیت تعمیم را نسبتاً افزایش می‌دهد. اما پیشنهاد می‌شود پژوهشکمی

شود و در میزان فعالیت بدنی فراغتی‌شان اثرات منفی داشته باشد که برخی از پژوهش‌های معتبر نیز این موضوع را تأیید کرده‌اند (هودیمووا و همکاران، ۲۰۲۱؛ سراجی و همکاران، ۲۰۲۱؛ رفعتی و همکاران، ۲۰۲۳). برخلاف برخی مشارکت‌کنندگان که بیان کردند از رسانه‌های اجتماعی خارجی در حوزه ورزش استفاده می‌کنند و ممکن است گاهی هم انواعی از آسیب‌ها را تجربه کنند؛ برخی اشاره کردند که به افراد و محتوای موجود در این رسانه‌ها هیچ‌گونه اعتمادی ندارند و یا هیچ استفاده‌ای در حیطه ورزشی نمی‌کنند. این موضوع ممکن است آن‌ها را از استفاده از امکانات و مزیت‌های فراوان رسانه‌های اجتماعی در حوزه فعالیت بدنی فراغتی بازدارد.

یک عوامل مهمی که می‌تواند فعالیت بدنی فراغتی زنان را تحت تأثیر قرار دهد، موضوع فیلترینگ رسانه‌های اجتماعی خارجی است. به طوری که همه جنبه‌های مثبت رسانه‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از طریق ایجاد مشکل در دسترسی و اتصال به رسانه‌های اجتماعی، موجب کاهش تعامل و هماهنگی بین اعضاء، ایجاد مشکل در اطلاع‌رسانی، افزایش هزینه و اتلاف زمان می‌شود. این به نوبه خود می‌تواند میزان و کیفیت مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی را تحت تأثیر قرار دهد. در حالی که از حضور گسترده افراد در رسانه‌های اجتماعی می‌توان به عنوان فرصتی برای ارتقای فعالیت بدنی فراغتی زنان استفاده کرد. البته امروزه رسانه‌های اجتماعی داخلی متعددی در ایران معرفی و منتشر شده‌اند. اما نتایج حاکی از آن است که درصد بالایی از مشارکت‌کنندگان به دلایلی همچون عدم اعتماد، عدم علاقه و نیاز، عدم جذابیت، کمبود قابلیت‌ها و وجود تبلیغات منفی، از این نوع رسانه‌ها استفاده نمی‌کنند. تعداد کمی از افراد هم که مورد استفاده قرار می‌دهند، به دلایل اجباری (شغلی، تحصیلی و...) است و نقشی در میزان فعالیت بدنی فراغتی افراد ندارد. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود دولت بجای استفاده از فیلترینگ، زمینه آموزش و فرهنگ‌سازی استفاده از رسانه‌های اجتماعی خارجی مؤثر را فراهم کند. همچنین از طریق سرمایه‌گذاری بر رسانه‌های اجتماعی داخلی موجب ارتقای سطح کیفیت، امنیت و جذابیت آن‌ها شود.

به عنوان نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت امروزه رسانه‌های اجتماعی اثرات مثبت و منفی متفاوتی بر فعالیت بدنی فراغتی افراد دارند. اینکه چه نوع تأثیری داشته باشد به نحوه استفاده و مدیریت افراد وابسته است. به طوری که اگر آگاهانه و بر اساس نیازها استفاده شوند، نقش مؤثری در ارتقای سطح فعالیت بدنی فراغتی کاربران ایفا خواهند کرد.

1. Oyeyemi et al
2. McCormack et al
3. Arumugam et al
4. Migueles et al
5. Bélair et al

سپاسگزاری

پژوهش حاضر، برگرفته از رسالهٔ دکتری نویسنده با عنوان «مفهوم‌پردازی مشارکت در فعالیت بدنی فراغتی (مورد مطالعه: زنان بزرگسال شهر تهران)» بود. لذا از همهٔ مدیران مجموعه‌های ورزشی و مشارکت‌کنندگان محترم که نقش مهمی در پیشبرد اهداف پژوهش داشتند، بسیار سپاسگزارم.

نیز در این حوزه صورت گیرد؛ تا بتوان نتایج پژوهش‌ها را مورد مقایسه قرار داد.

در نهایت اینکه جمع‌آوری اطلاعات پژوهش حاضر، تنها از میان باشگاه‌های دولتی شهرداری تهران صورت گرفته است و نظرات زنانی که در مجموعه‌های خصوصی فعالیت دارند اعمال نشده است. چرا که ممکن است دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به موضوع پژوهش داشته باشند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی مدنظر قرار گیرند. چرا که مقایسه نتایج آن‌ها دید بهتری از نظرات زنان تهران ارائه خواهد کرد.

References

- Aguilar, B. A., Tebar, W. R., Silva, S. C., Gomes, L. Q., Damato, T. M., Mota, J., ... & Christofaro, D. G. (2022). Leisure-time exercise is associated with lower depressive symptoms in community dwelling adults. *European Journal of Sport Science*, 22(6), 916-925. <https://doi.org/10.1080/17461391.2021.1895892>
- Abbas, J., Wang, D., Su, Z., & Ziapour, A. (2021). The role of social media in the advent of COVID-19 pandemic: crisis management, mental health challenges and implications. *Risk management and healthcare policy*, 1917-1932. <https://doi.org/10.2147/RMHP.S284313>
- Ahmad, N., Thorpe, H., Richards, J., & Marfell, A. (2020). Building cultural diversity in sport: a critical dialogue with Muslim women and sports facilitators. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 12(4), 637-653. <https://doi.org/10.1080/19406940.2020.1827006>
- Al-Eisa, E., Al-Rushud, A., Alghadir, A., Anwer, S., Al-Harbi, B., Al-Sughaier, N., ... & Al-Muhaysin, H. A. (2016). Effect of motivation by "Instagram" on adherence to physical activity among female college students. *BioMed research international*, 2016. <https://doi.org/10.1155/2016/1546013>
- Alimohammadi, H., Adabi Firouzjah, J., Nedae, T., & Ahmadi, M. (2018). Identification and Prioritization of Barriers to the Participation of Physical-Motional Disabled Women in Sports in Qom Province. *Sport Management Studies*, 9(46), 175-92. (In Persian). <https://doi.org/10.22089/smrj.2018.4494.1876>
- Arijeniwa, A. F., & Nwaoboli, E. P. (2023). Setting agenda for public discourse: Examining the impact of social media on political participation amongst Nigerian youth. *International Journal of Arts, Humanities and Management Studies*, 10(1), 36-53.
- Arumugam, A., Mohammad Zadeh, S. A., Zabin, Z. A., Hawarneh, T. M. E., Ahmed, H. I., Jauhari, F. S., ... & Häger, C. K. (2023). Sedentary and physical activity time differs between self-reported ATLS-2 physical activity questionnaire and accelerometer measurements in adolescents and young adults in the United Arab Emirates. *BMC Public Health*, 23(1), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15881-8>
- Assunção, A. A., & Claro, R. M. (2022). Characteristics of work and employment related to leisure-time physical activity: results of the National Health Survey, Brazil, 2013. *Annals of Work Exposures and Health*, 66(1), 102-112. <https://doi.org/10.1093/annweh/wxab061>
- Atrian, N., Atrian, F., & Sajadi, R. (2022). Assessing the relationship between use of the telegram by Shahinshahr's youth and its filtering with their quality of life. *Quarterly Journal of Media Scientific_Promotional*, 32(4), 203-234. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/bmsp.2021.263817>
- Barat dastjerdi, N., davarpanah, H., & esmaelli, M. (2016). The Relationship between Use of Social Networks Facebook and Social Well-Being of Students in Isfahan University. *Journal of Applied Sociology*, 27(1), 143-156. (In Persian). <https://doi.org/10.22108/jas.2016.20486>
- Barr, A. L., Partap, U., Young, E. H., Agoudavi, K., Balde, N., Kagaruki, G. B., ... & Sandhu, M. S. (2020). Sociodemographic inequities associated with participation in leisure-time physical activity in sub-Saharan Africa: an individual participant data meta-analysis. *BMC public health*, 20(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-08987-w>
- Bélair, M. A., Kohen, D. E., Kingsbury, M., & Colman, I. (2018). Relationship between leisure time physical activity, sedentary behaviour and symptoms of depression and anxiety: evidence from a population-based sample of Canadian adolescents. *BMJ open*, 8(10), e021119. <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2017-021119>
- Biernat, E., & Piątkowska, M. (2020). Leisure-time physical activity participation trends 2014–2018: a cross-sectional study in Poland. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 208. <https://doi.org/10.3390/ijerph17010208>

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cai Lian, T., Bonn, G., Si Han, Y., Chin Choo, Y., & Chee Piau, W. (2016). Physical activity and its correlates among adults in Malaysia: a cross-sectional descriptive study. *PLoS one*, 11(6), e0157730. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0157730>
- Chan, M., Wu, X., Hao, Y., Xi, R., & Jin, T. (2012). Microblogging, online expression, and political efficacy among young Chinese citizens: The moderating role of information and entertainment needs in the use of Weibo. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(7), 345-349. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0109>
- Chemtob, K., Rocchi, M., Arbour-Nicitopoulos, K., Kairy, D., Fillion, B., & Sweet, S. N. (2019). Using tele-health to enhance motivation, leisure time physical activity, and quality of life in adults with spinal cord injury: A self-determination theory-based pilot randomized control trial. *Psychology of Sport and Exercise*, 43, 243-252. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2019.03.008>
- Cheng, W., Zhang, Z., Cheng, W., Yang, C., Diao, L., & Liu, W. (2018). Associations of leisure-time physical activity with cardiovascular mortality: a systematic review and meta-analysis of 44 prospective cohort studies. *European journal of preventive cardiology*, 25(17), 1864-1872. <https://doi.org/10.1177/2047487318795194>
- Escamilla-Fajardo, P., Alguacil, M., & López-Carril, S. (2021). Incorporating TikTok in higher education: Pedagogical perspectives from a corporal expression sport sciences course. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 28, 100302. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100302>
- European Union. (2018). Special Eurobarometer 472: Sport and physical activity: Executive Summary. Brussels.
- Eymirli, P. S., Mustuloğlu, Ş., Köksal, E., Turgut, M. D., & Tekçiçek, M. U. (2024). Dental Students' Healthy Lifestyle Behaviors, Physical Activity Levels and Social Media Use: Cross Sectional Study. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4176582/v1>
- Ghafouri, F., & Eskandari, S. (2016). The role of social networks on the development of public sports. *National conference of the scientific association of sports management*. (In Persian) SID. <https://sid.ir/paper/877163/fa>
- Ghasemian, F., Ghasemian, B. (2019). The effect of the virtual world on the sports behavior of students: sports aptitude or sports aversion. *Roshd magazine*, (68), 56-59. (In Persian).
- Gómez, G. (2019). Instagram para el fomento de la Educación Física. *Lecturas: Educación física y deportes*, 24(254), 5. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7272822>
- Gumus, H., & Isik, O. (2018). The Relationship of Physical Activity Level, Leisure Motivation and Quality of Life in Candidate Teachers. *International Journal of Progressive Education*, 14(5), 22-32. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2018.157.3>
- Guthold, R., Stevens, G. A., Riley, L. M., & Bull, F. C. (2018). Worldwide trends in insufficient physical activity from 2001 to 2016: a pooled analysis of 358 population-based surveys with 1·9 million participants. *The lancet global health*, 6(10), e1077-e1086. [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(18\)30357-7](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(18)30357-7)
- Hall, C., Heck, J. E., Sandler, D. P., Ritz, B., Chen, H., & Krause, N. (2019). Occupational and leisure-time physical activity differentially predict 6-year incidence of stroke and transient ischemic attack in women. *Scandinavian journal of work, environment & health*, 45(3), 267. doi: 10.5271/sjweh.3787
- Hassett, L., Shields, N., Cole, J., Owen, K., & Sherrington, C. (2021). Comparisons of leisure-time physical activity participation by adults with and without a disability: results of an Australian cross-sectional national survey. *BMJ open sport & exercise medicine*, 7(1), e000991. <http://dx.doi.org/10.1136/bmjsem-2020-000991>
- Hayes, M. (2020). Social media and inspiring physical activity during COVID-19 and beyond. *Managing Sport and Leisure*, 27(1-2), 14-21. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1794939>
- Henderson, K. A., Bialeschki, M. D., Freysinger, V., & Shaw, S. M. (2003). *A leisure of one's own: A feminist perspective on women's leisure*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203210116>
- Holtermann, A., Krause, N., Van Der Beek, A. J., & Straker, L. (2018). The physical activity paradox: six reasons why occupational physical activity (OPA) does not confer the cardiovascular health benefits that leisure time physical activity does. *British journal of sports medicine*, 52(3), 149-150. [10.1136/bjsports-2017-097965](https://doi.org/10.1136/bjsports-2017-097965)
- Hudimova, A., Popovych, I., Savchuk, O., Liashko, V., Pyslar, A., & Hrys, A. (2021). Research on the relationship between excessive use of social media and young athletes' physical activity. *Journal of Physical Education and Sport*, 21(6), 3364-3373. DOI: 10.7752/jpes.2021.06456
- Iravani, M., Nazari, R. (2020). Explaining the Effect of Social Networks on Sport Participation Approach of Female Students of Isfahan University of Medical Sciences, Iran. *J Res*

- Rehabil Sci*, 16, 185-94. (In Persian). DOI: 10.22122/jrrs.v16.3474
- ISPA. (2022 March 19). (In Persian).
- Iwasaki, Y., Coyle, C. P., & Shank, J. W. (2010). Leisure as a context for active living, recovery, health and life quality for persons with mental illness in a global context. *Health Promotion International*, 25(4), 483-494. <https://doi.org/10.1093/heapro/daq037>
- Kahan, D. (2015). Adult physical inactivity prevalence in the Muslim world: Analysis of 38 countries. *Preventive medicine reports*, 2, 71-75. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2014.12.007>
- Kahan, D. (2023). Islam and Youth Physical Activity in the United States: 20-Year Update and Implications for Physical Educators. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 94(5), 52-58. <https://doi.org/10.1080/07303084.2023.2185329>
- Khosravi, A., selk ghaffari, M., Hassanmirzaei, B., Kelishadi, R., Qorbani, M., Ahmadnezhad, E., & Kordi, R. (2020). *Health-Enhancing Physical Activity Monograph in the Islamic Republic of Iran*. The Sports Medicine Research Center, Iran University of Medical Sciences. (In Persian).
- Kim, H. M. (2024). Fitness self-presentations on social media and the impact of social support on physical activities. *Journal of Health Psychology*, 13591053241233370. <https://doi.org/10.1177/13591053241233370>
- Kitzinger, J. (2005). Focus group research: using group dynamics. *Qualitative research in health care*, 56, 70.
- Kolhar, M., Kazi, R. N. A., & Alameen, A. (2021). Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28(4), 2216-2222. <https://doi.org/10.1016/j.sjbs.2021.01.010>
- Kuykendall, L., Tay, L., & Ng, V. (2015). Leisure engagement and subjective well-being: A meta-analysis. *Psychological bulletin*, 141(2), 364-403. <https://doi.org/10.1037/a0038508>
- Leung, L. (2013). Generational differences in content generation in social media: The roles of the gratifications sought and of narcissism. *Computers in human behavior*, 29(3), 997-1006. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.028>
- Liang, C., Wu, P. L., Lee, P. F., & Ho, C. C. (2021). Association of Regular Leisure-Time Physical Activity with Happiness among Middle-Aged and Older Adults in Taiwan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(15), 8175. <https://doi.org/10.3390/ijerph18158175>
- López Carril, S., Villamón Herrera, M., & McBride, S. (2020). Embracing social media in sport management education: perspectives for its use in the classroom. *Journal of Physical Education and Sport*, 2020, vol. 20, num. 6, p. 3706-3712. DOI:10.7752/jpes.2020.06498
- Lowie, R. H. (1917). Edward B. Tylor. *American Anthropologist*, 19(2), 262-268. <https://www.jstor.org/stable/pdf/660758.pdf>
- Mathiowetz, D. (2016). "Meditation is Good for Nothing:" Leisure as a Democratic Practice. *New Political Science*, 38(2), 241-255. <https://doi.org/10.1080/07393148.2016.1153193>
- Mello, R. L. D., Lopes, A. A. D. S., & Fermino, R. C. (2022). Exposure to Public Open Spaces and Leisure-Time Physical Activity: An Analysis of Adults in Primary Health Care in Brazil. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8355. <https://doi.org/10.3390/ijerph19148355>
- McCormack, G. R., Spence, J. C., McHugh, T. L., & Mummery, W. K. (2022). The effect of neighborhood walkability on changes in physical activity and sedentary behavior during a 12-week pedometer-facilitated intervention. *PLoS one*, 17(12), e0278596. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0278596>
- McInnes, M. M., & Shinogle, J. A. (2011). Physical activity: Economic and policy factors. In *Economic aspects of obesity* (pp. 249-282). University of Chicago Press.
- Mielke, G. I., Malta, D. C., Nunes, B. P., & Cairney, J. (2022). All are equal, but some are more equal than others: social determinants of leisure time physical activity through the lens of intersectionality. *BMC Public Health*, 22(1), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-12428-7>
- Migueles, J. H., Cadenas-Sanchez, C., Ekelund, U., Delisle Nyström, C., Mora-Gonzalez, J., Löf, M., ... & Ortega, F. B. (2017). Accelerometer data collection and processing criteria to assess physical activity and other outcomes: a systematic review and practical considerations. *Sports medicine*, 47(9), 1821-1845. <https://doi.org/10.1007/s40279-017-0716-0>
- Morgan, D. L. (1996). Focus groups. *Annual review of sociology*, 22(1), 129-152. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>
- Müller, B., Kropp, P., Cardona, M. I., Michalowsky, B., van den Berg, N., Teipel, S., ... & Thyrian, J. R. (2021). Types of leisure time physical activities (LTPA) of community-dwelling persons who have been screened positive for dementia. *BMC geriatrics*, 21(1), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s12877-021-02201-1>
- Nadobnik, J. (2019). The use of selected social media: Instagram to promote physical activity and a pro-health lifestyle. *Studies in Sport Humanities*, 24, 33-38.
- Nwaoboli, E. P. (2022). Awareness and Perception of social Media Trial of Chidinma Ojukwu's

- Alleged Murder Case among Edo State Residents. A dissertation submitted to the University of Benin, Edo State, Nigeria. DOI: [10.13140/RG.2.2.28215.19369](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28215.19369)
- Nwaoboli, E. P. & Asemah, E. S. (2023). Perception of social media trial of Chidinma Ojukwu's alleged murder case among select Edo residents. In E. S. Asemah (Ed.). *Communication, Media and Society* (pp. 282-289). Jos: Jos University Press.
- Oyeyemi, A. L., Ishaku, C. M., Oyekola, J., Wakawa, H. D., Lawan, A., Yakubu, S., & Oyeyemi, A. Y. (2016). Patterns and associated factors of physical activity among adolescents in Nigeria. *PLoS one*, *11*(2), e0150142. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0150142>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & reevaluation methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Öztürk, P., & Koca, C. (2019). Generational analysis of leisure time physical activity participation of women in Turkey. *Leisure Studies*, *38*(2), 232-244.
- Paudel, S., Owen, A. J., & Smith, B. J. (2021). Socio-ecological influences of leisure-time physical activity among Nepalese adults: a qualitative study. *BMC public health*, *21*(1), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-11484-3>
- Ponnusamy, S., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Hyun, S. S. (2020). Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator. *Computers in human behavior*, *107*, 106294. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106294>
- Pouresmaeil, M., Shahrokh, A., Hosseinzadeh, K., Ziapour, A., & Rahimi, F. (2021). Presence in virtual social networks and health promoting behaviors of medical students. *Journal of Public Health*, *29*, 1463-1469. <https://doi.org/10.1007/s10389-020-01216-z>
- Qiu, Y., Lin, Y., & Mowen, A. J. (2018). Constraints to Chinese women's leisure-time physical activity across different stages of participation. *World Leisure Journal*, *60*(1), 29-44. DOI: [10.1080/16078055.2017.1340331](https://doi.org/10.1080/16078055.2017.1340331)
- Rafati, F., Dehdashti, N., & Sadeghi, A. (2023). The relationship between Instagram use and body dissatisfaction, drive for thinness, and internalization of beauty ideals: a correlational study of Iranian women. *Feminist Media Studies*, *23*(2), 361-377. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1979065>
- Raji, A., MomeniFar, F. and Azizian kohan, N. (2024). The Impact of Membership in Sports Social Networks on Young People's Motivation to Participate in Sports, Mediated by Sports Socialization. *Communication Management in Sport Media*, *12*(1), 45-58. <https://doi.org/10.30473/jsm.2023.67378.1741>
- Roazeh, M., Ansari, M., & Abazari, Z. (2022). Investigating the relationship between the use of social networks and social health of nursing and midwifery students in Tehran University of Medical Sciences in 1401. *Iranian journal of nursing research (IJNR)*, *17*(2), 18-26. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/IJNR.17.2.18>
- Rossmann, J. R., & Schlatter, B. E. (2008). *Recreation programming: Designing leisure experiences*. Sagamore Publishing LLC.
- Ryu, J., Jeong, A., Min, J. H., Lee, D. H., Lee, J., Song, I. H., & Jeon, J. Y. (2022). The relationship between domain-specific physical activity and depressive symptoms in Korean adults: Analysis of the Korea National Health and Nutrition Examination Survey. *Journal of affective disorders*, *302*, 428-434. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2022.01.097>
- Saat chian, V., Mahmoudi, A., Ghorbani, M. H., & Izadkhah, A. (2022). The Role of Virtual Social Media's Underlying Factors in Tendency Towards Spending Leisure Time on Sporting Activities. *Cultural Studies & Communication*, *18*(66), 251-268. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/jcsc.2021.120872.2087>
- Salehi, A., Whitehead, D., Sebar, B., Upadhyay, R., Coyne, E., & Harris, N. (2021). Young women living in Iran: gendered drivers influencing social participation and wellbeing. *Journal of Gender Studies*, *30*(4), 478-495. <https://doi.org/10.1080/09589236.2020.1868982>
- Seraji, F., Habibzadeh, A., & Rezazadeh, A. (2021). Solutions for Social Media Harms: An Media ecological perspective. *International Journal of Information Science and Management (IJISM)*, *19*(1), 187-206. [20.1001.1.20088302.2021.19.1.12.8](https://doi.org/10.1001.1.20088302.2021.19.1.12.8)
- Sfendla, A., & Hadrya, F. (2020). Factors associated with psychological distress and physical activity during the COVID-19 pandemic. *Health security*, *18*(6), 444-453. <https://doi.org/10.1089/hs.2020.0062>
- Shields, N., & Synnot, A. (2016). Perceived barriers and facilitators to participation in physical activity for children with disability: a qualitative study. *BMC pediatrics*, *16*(1), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s12887-016-0544-7>
- Soltani, A. (2021). Hijab in the water! Muslim women and participation in aquatic leisure activities in New Zealand: an intersectional approach. *Leisure Studies*, *40*(6), 810-825. <https://doi.org/10.1080/02614367.2021.1933143>
- Son, J. S., Nimrod, G., West, S. T., Janke, M. C., Liechty, T., & Naar, J. J. (2021). Promoting older adults' physical activity and social well-being during COVID-19. *Leisure Sciences*, *43*(1-2), 287-294. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1774015>

- Statista (Aug 29, 2023). Number of social media users worldwide from 2017 to 2027. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Statistical Center of Iran. (2015). Average hours spent and the percentage of people aged 15 years and older who are active, separated by active groups, spending time by gender: urban areas in 2014-2015. (In Persian).
- Sun, Y., He, C., Zhang, X., & Zhu, W. (2020). Association of built environment with physical activity and physical fitness in men and women living inside the city wall of Xi'an, China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 4940. <https://doi.org/10.3390/ijerph17144940>
- Taylor, T., & Toohey, K. (2001). Behind the veil: Exploring the recreation needs of Muslim women. *Leisure/loisir*, 26(1-2), 85-105. <https://doi.org/10.1080/14927713.2001.9649930>
- Thorpe, H., Ahmad, N., Marfell, A., & Richards, J. (2022). Muslim women's sporting spatialities: navigating culture, religion and moving bodies in Aotearoa New Zealand. *Gender, Place & Culture*, 29(1), 52-79. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2020.1855123>
- Walseth, K. (2006). Young Muslim women and sport: The impact of identity work. *Leisure studies*, 25(1), 75-94. <https://doi.org/10.1080/02614360500200722>
- World Health Organization. (2018). *Global action plan on physical activity 2018-2030: more active people for a healthier world: at-a-glance* (No. WHO/NMH/PND/18.5). World Health Organization.
- World Health Organization. (2020a). Assessing national capacity for the prevention and control of noncommunicable diseases: report of the 2019 global survey.
- World Health Organization. (2020b). WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour: at a glance. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240015128>
- World Health Organization. (2022). *Global status report on physical activity 2022: country profiles*. World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240059153>
- World Health Organization, T. (2010). *Global recommendations on physical activity for health*. World Health Organization.
- Wu, H. Y., & Chiou, A. F. (2020). Social media usage, social support, intergenerational relationships, and depressive symptoms among older adults. *Geriatric Nursing*, 41(5), 615-621. <https://doi.org/10.1016/j.gerinurse.2020.03.016>
- Yousefi, S., Abdavi, F., Badriazarin, Y. and Moghadam, M. (2024). The Effect of Viewing Instagram Posts with Emotional and Physical Benefits of Exercise on Exercise Intention, Emotional Satisfaction, and Recall. *Communication Management in Sport Media*, 12(1), 165-180. <https://doi.org/10.30473/jsm.2022.64815.1646>
- Zach, S., & Lissitsa, S. (2016). Internet use and leisure time physical activity of adults—A nationwide survey. *Computers in Human Behavior*, 60, 483-491. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.077>
- Zarezadeh, Z. Z., & Rastegar, R. (2023). Gender-leisure nexus through a social justice lens: The voice of women from Iran. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 472-480. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.003>
- Zuo, Y., Ma, Y., Zhang, M., Wu, X., & Ren, Z. (2021). The impact of sharing physical activity experience on social network sites on residents' social connectedness: a cross-sectional survey during COVID-19 social quarantine. *Globalization and Health*, 17(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12992-021-00661>