

FIZINIO AKTYVUMO VAIZDAVIMAS POPULIARIAUSIŲ LIETUVOS NUOMONĖS FORMUOTOJŲ ĮRAŠUOSE, PASKELBTUOSE SOCIALINIUOSE TINKLUOSE *INSTAGRAM* IR *FACEBOOK*

Robertas Basijokas, Ka[milė Kaškelevičiūtė, Donatas Austys

Vilniaus universiteto Medicinos fakulteto Sveikatos mokslų instituto Visuomenės sveikatos katedra

SANTRAUKA

Tyrimo tikslas – atsižvelgiant į nuomonės formuotojų bei jų paskelbtų įrašų charakteristikas įvertinti fizinio aktyvumo vaizdavimo paplitimą populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų įrašuose, paskelbtuose socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook*.

Tyrimo medžiaga ir metodai. Šio tyrimo metu buvo analizuojami visi (6 425) socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* viešai prieinami populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų įrašai, paskelbti 2022 m. Taikant *chi* kvadrato (χ^2) testą įvertintas įrašų pasiskirstymas pagal juos paskelbusių nuomonės formuotojų lytį, amžių, sekėjų, įrašams skirtų reakcijų ir komentarų skaičių bei įrašų paskelbimo laiką.

Rezultatai. Fizinis aktyvumas buvo vaizduojamas 1 119 (17,4 proc.) socialiniuose tinkluose paskelbtų įrašų, santykinai dažniau socialiniame tinkle *Facebook* (19,9 proc. su 12,8 proc., $p < 0,001$). Socialiniame tinkle *Instagram* įrašus, kuriuose buvo vaizduojamas fizinis aktyvumas, santykinai dažniau skelbė moterys nuomonės formuotojos, o socialiniame tinkle *Facebook* – vyrai nuomonės formuotojai (atitinkamai 63,9 proc. su 36,1 proc. ir 80,3 proc. su 19,7 proc., $p < 0,001$). Socialiniame tinkle *Facebook* fizinį aktyvumą santykinai dažniau vaizdavo vyresni ir daugiau sekėjų turintys nuomonės formuotojai. Šie įrašai sulaukė santykinai daugiau reakcijų, bet mažiau komentarų (atitinkamai 76,1 proc. su 23,9 proc., 68,5 proc. su 31,5 proc., 55,6 proc. su 44,4 proc., 60,3 proc. su 39,7 proc., $p < 0,001$). Socialiniame tinkle *Instagram* dažniausiai vaizduojama fizinio aktyvumo forma buvo ėjimas, jis buvo vaizduojamas 34,0 proc. fizinį aktyvumą vaizduojančių įrašų.

Išvados. Fizinis aktyvumas vaizduojamas šeštadalyje populiariausių Lietuvos socialinių tinklų *Instagram* ir *Facebook* nuomonės formuotojų įrašų, dažniau socialiniame tinkle *Facebook*. Socialiniame tinkle *Instagram* fizinį aktyvumą dažniau vaizduoja moterys nuomonės formuotojos, o socialiniame tinkle *Facebook* – vyrai nuomonės formuotojai. Dažniausiai vaizduojama fizinio aktyvumo forma socialiniame tinkle *Instagram* – ėjimas.

Reikšminiai žodžiai: fizinis aktyvumas, nuomonės formuotojai, socialiniai tinklai, įrašų turinio analizė.

ĮVADAS

Mokslinių tyrimų duomenimis, fizinis aktyvumas yra susijęs su geresne sveikatos būkle [1], reguliarius fizinis aktyvumas mažina įvairių neinfekcinių ligų, tokių kaip kraujotakos sistemos ligos, diabetas, onkologiniai susirgimai, kaulų ir sąnarių ligos, riziką. Reguliarius fizinis aktyvumas padeda išlaikyti optimalų kūno svorį ir gali pagerinti psichikos sveikatą, gyvenimo kokybę ir gerovę [2]. Moksliniais tyrimais įrodyta, kad nepakankamai fiziškai aktyvūs žmonės patiria 20–30 proc. didesnę ankstyvos

mirties riziką nei pakankamai fiziškai aktyvūs žmonės [3]. Pasaulio sveikatos organizacijos (PSO) duomenimis, beveik trečdalis (31,0 proc.) suaugusiųjų visame pasaulyje 2022 m. nesiekė rekomenduojamo fizinio aktyvumo lygio [4]. 2023 metų duomenimis, daugiau nei trečdalis

Adresas susirašinėti: Donatas Austys
Vilniaus universiteto Medicinos fakultetas
M. K. Čiurlionio g. 21, 03101 Vilnius
El. p. donatas.austys@mf.vu.lt

Europos Sąjungos šalių suaugusiųjų nesilaiko PSO pateiktam fizinio aktyvumo gairių, o beveik pusė (45,0 proc.) Europos Sąjungos šalių gyventojų niekada nesportuoja ir nežaidžia sporto žaidimų [5]. Lietuvoje stebimi panašūs rezultatai, rodantys žemą gyventojų fizinį aktyvumą [6] bei galimai jo nulemtas neigiamas pasekmes – didelį antsvorio ir nutukimo paplitimą [7]. Fiziškai pasyvi gyvensena, kaip rodo moksliniai tyrimai, gali būti siejama su dažnu naudojimu socialiniais tinklais [8].

Nors dauguma pasaulio gyventojų naudoja socialinius tinklais [9], prognozuojama, kad ateityje naudojimosi socialiniais tinklais paplitimas didės [10]. 2025 metų vasario mėnesio duomenimis, socialinis tinklas *Facebook* buvo plačiausiai naudojamas socialinis tinklas pasaulyje, o socialinis tinklas *Instagram* buvo antras plačiausiai naudojamas socialinis tinklas pasaulyje [11]. Moksliniai tyrimai atskleidė, kad naudojimas socialiniais tinklais gali lemti mažesnį naudotojų fizinį aktyvumą [8, 12]. Prie gyvensenos įpročių formavimo gali prisidėti ir socialinių tinklų nuomonės formuotojai, kurie savo įrašais socialiniuose tinkluose gali daryti tiek teigiamą, tiek ir neigiamą įtaką sekėjų gyvensenos įpročiams [1, 13, 14]. 2019 metais JAV mokslininkai atliko tyrimą, kuriuo buvo siekiama įvertinti ryšį tarp socialinių tinklų naudojimo dažnumo ir vidurinių bei vyresniųjų klasių moksleivių fizinio aktyvumo lygio bei miego trukmės. Tyrimo metu nustatyta, kad tarp mažai judančių mokinių dažnas socialinių tinklų naudojimas buvo susijęs su mažesniu fiziniu aktyvumu [15]. 2023 metais Nyderlandų mokslininkai atliko tyrimą, kuriuo buvo siekiama įvertinti ryšį tarp paauglių naudojimosi socialiniais tinklais ir su sveikata susijusio elgesio. Tyrimo metu buvo analizuojami 96 919 paauglių, besimokančių Nyderlandų vidurinėse mokyklose, duomenys. Nustatyta, kad Nyderlandų paaugliai, kuriems būdinga probleminio socialinių tinklų naudojimo rizika, dažniau pasižymi sveikatai nepalankesne gyvensena, įskaitant žemesnį fizinio aktyvumo lygį [16].

Mokslinių tyrimų, kuriais būtų įvertintas įrašų, vaizduojančių fizinį aktyvumą, paplitimas, trūksta tiek Lietuvoje, tiek ir pasaulyje. Be to, tikėtina, kad įvairios nuomonės formuotojų grupės skatina skirtingus fizinio aktyvumo įpročius, o skirtingi įrašai susilaukia skirtingo juos peržiūrinčių žmonių dėmesio. Todėl šio tyrimo tikslas – atsižvelgiant į nuomonės formuotojų bei jų paskelbtų įrašų charakteristikas įvertinti fizinio aktyvumo vaizdavimo paplitimą populiariausių Lietuvos nuomonės for-

muotojų įrašuose, paskelbtuose socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook*.

TYRIMO METODAI

Tyrimo organizavimas. Atliktas kiekybinis paplitimo tyrimas, naudojant duomenis, gautus atlikus kokybinę socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* paskelbtų įrašų analizę. Duomenys tyrimo analizei rinkti 2023 m. sausio – 2024 m. sausio mėnesiais. Šio tyrimo metu buvo analizuojami visi viešai prieinami populiariausių Lietuvos socialinių tinklų *Instagram* ir *Facebook* nuomonės formuotojų įrašai, paskelbti 2022 m. sausio 1 d. – 2022 m. gruodžio 31 d. laikotarpiu. Iš viso šio tyrimo metu išanalizuoti 6 425 įrašai, iš jų 2 265 įrašai paskelbti socialiniame tinkle *Instagram*, o 4 160 – socialiniame tinkle *Facebook*. Šio tyrimo imtis sudaryta remiantis agentūros *Super you* sudarytu populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų reitingu – analizuoti 21 į reitingą patekusio socialinių tinklų *Instagram* ir *Facebook* nuomonės formuotojo paskelbti įrašai.

Tyrimo eiga. Duomenys apie kiekvieną įrašą buvo renkami pildant struktūruotą tyrimo autorių parengtą tyrimo instrumentą „Socialiniuose tinkluose vaizduojamų gyvensenos veiksmų registravimo anketa“ (2 versija). Buvo registruojamas fizinio aktyvumo vaizdavimo faktas bei vaizduojamo fizinio aktyvumo forma: bėgimas, ėjimas, dviračio mynimas, plaukimas, krepšinis / futbolas, sportas treniruoklių salėje, kitos fizinio aktyvumo formos (pavyzdžiui, ralio lenktynės, kovinis sportas ir pan.). Taip pat registruoti duomenys apie įrašus paskelbusių nuomonės formuotojų charakteristikas (lytį, amžių, sekėjų skaičių) bei įrašų įtraukimo parametrus (reakcijų ir komentarų skaičių bei įrašų paskelbimo laiką). Atliekant kiekybinę analizę buvo įvertintas skirtingų fizinio aktyvumo formų vaizdavimo paplitimo pasiskirstymas pagal minėtas nuomonės formuotojų bei jų paskelbtų įrašų charakteristikas.

Kintamieji. Skaitiniams kintamiesiems buvo apskaičiuotos medianos, pagal kurias buvo sudaryti dvinariai kategoriniai kintamieji, kai viena kategorija apėmė vertes iki medianos, o kita – vertes, kurios viršijo medianą.

Statistinė duomenų analizė. Tyrimo statistinė analizė buvo atliekama naudojant *R Commander* (4.2.3 versija) paketą, skirtą *The R Project for Statistical Computing* programai. Įrašų pasiskirstymui pagal kategorinius kintamuosius vertinti taikytas *chi* kvadrato (χ^2) testas. Nu-

stačius mažesnių už 5 tikėtinų dažnių, taikytas Fišerio (*Fisher*) tikslusis testas. Skirstinių normalumui įvertinti taikytas Šapiro ir Vilko (*Shapiro-Wilk*) testas. Statistinei analizei pasirinktas reikšmingumo lygmuo $\alpha = 0,050$. Kadangi analizuoti skirstiniai neatitiko normalumo dėsnio, centrinės skaitinių kintamųjų reikšmės pateikiamos tokia forma: mediana (minimali reikšmė; maksimali reikšmė).

REZULTATAI

Tyrimo metu buvo išanalizuoti 6 425 įrašai, iš jų 2 265 (35,3 proc.) buvo paskelbti socialiniame tinkle *Instagram*, 4 160 (64,7 proc.) – socialiniame tinkle *Facebook*. Socialinio tinklo *Instagram* nuomonės formuotojų amžiaus mediana buvo 35 (27; 44) metai, sekėjų skaičiaus mediana – 279 500 (128 000; 414 000), reakcijų skaičiaus mediana – 5 315 (0; 81 618), komentarų skaičiaus mediana – 12 (0; 35 900). Socialinio tinklo *Facebook* nuomonės formuotojų amžiaus mediana buvo 41 (32; 56) metai, sekėjų skaičiaus mediana – 75 000 (54 000; 301 000),

reakcijų skaičiaus mediana – 592 (0; 34 256), komentarų mediana – 20 (0; 4 200).

Vyrai, vyresni, daugiau sekėjų turintys nuomonės formuotojai santykinai dažniau publikavo įrašus socialiniame tinkle *Facebook* ($p < 0,001$). Socialiniame tinkle *Facebook* paskelbti įrašai sulaukė santykinai mažesnio komentarų skaičiaus ($p \leq 0,050$). Pagal reakcijų skaičių bei įrašų paskelbimo laiką reikšmingų skirtumų nenustatyta ($p > 0,050$) (1 lentelė).

Fizinis aktyvumas buvo vaizduojamas 1 119 (17,4 proc.) socialiniuose tinkluose paskelbtų įrašų. Socialiniame tinkle *Instagram* ėjimas buvo dažniausiai vaizduojama fizinio aktyvumo forma, jis buvo vaizduojamas 99 įrašuose (34,0 proc. iš fizinį aktyvumą vaizduojančių įrašų socialiniame tinkle *Instagram*), o socialiniame tinkle *Facebook* dažniausiai buvo vaizduojamos kitos fizinio aktyvumo formos, jos buvo vaizduojamos 226 įrašuose (27,5 proc. iš fizinį aktyvumą vaizduojančių įrašų socialiniame tinkle *Facebook*). Santykinai dažniau vaizduojamos fizinio ak-

1 lentelė. Įrašų pasiskirstymas pagal socialinius tinklus, kuriuose jie buvo paskelbti, ir nuomonės formuotojų bei įrašų charakteristikos

Kintamieji	Įrašų pasiskirstymas				p
	Instagram		Facebook		
	n	proc.	n	proc.	
Lytis					
Vyrai	614	22,9	2 066	77,1	<0,001
Moterys	1 651	44,1	2 094	55,9	
Amžius					
Mažiau arba lygu medianai	974	39,5	1494	60,5	<0,001
Daugiau nei mediana	1 291	32,6	2 666	67,4	
Sekėjų skaičius					
Mažiau arba lygu medianai	1 179	41,4	1 668	58,6	<0,001
Daugiau nei mediana	1 086	30,4	2 492	69,6	
Reakcijų skaičius					
Mažiau arba lygu medianai	1 132	35,2	2 080	64,8	0,987
Daugiau nei mediana	1 133	35,3	2 080	64,7	
Komentarų skaičius					
Mažiau arba lygu medianai	1 060	33,9	2 068	66,1	0,026
Daugiau nei mediana	1 205	36,5	2 092	63,5	
Įrašo paskelbimo laikas					
Ruduo–žiema	1 123	34,4	2 140	65,6	0,154
Pavasaris–vasara	1 142	36,1	2 020	63,9	

2 lentelė. Fizinio aktyvumo formų vaizdavimo paplitimo skirtumai pagal nuomonės formuotojų bei jų paskelbtų įrašų charakteristikas: lentelėje išvardytos su dažnesniu atitinkamų fizinio aktyvumo formų vaizdavimu susijusios charakteristikos

Fizinio aktyvumo forma	Socialinis tinklas	Lytis	Amžius	Sekėjų skaičius	Reakcijų skaičius	Komentarų skaičius	Įrašo paskelbimo laikas
Bėgimas	Instagram	Moterys	-	Mažesnis	Mažesnis	-	-
Ėjimas	Instagram	Moterys	Jaunesni	Mažesnis	Mažesnis	Mažesnis	-
Dviračio mynimas	-	-	-	Mažesnis	-	-	Pavasaris–vasara
Plaukimas	Instagram	Moterys	Jaunesni	Mažesnis	-	-	Pavasaris–vasara
Krepšinis / futbolas	Instagram	-	-	-	-	-	-
Sportas treniruoklių salėje	Facebook	Vyrai	Vyresni	Didesnis	Didesnis	-	-
Kita fizinio aktyvumo forma	Facebook	Vyrai	Vyresni	Didesnis	-	-	-

Pastaba. Brūkšneliai žymi skirtumų nebuvimą pagal atitinkamą kintamąjį susidarančiose grupėse ($p > 0,050$).

3 lentelė. Fizinio aktyvumo vaizdavimo pasiskirstymas socialiniuose tinkluose Facebook ir Instagram paskelbtuose įrašuose pagal nuomonės formuotojų demografines charakteristikas ir įrašų įtraukimo rodiklius

Kintamieji	Fizinio aktyvumo vaizdavimas						P
	Instagram			Facebook			
	n	proc.	P	n	proc.	p	
Lytis							
Vyrai	105	36,1	<0,001	665	80,3	<0,001	<0,001
Moterys	186	63,9		163	19,7		
Amžius							
Mažiau arba lygu medianai	117	40,2	0,302	198	23,9	<0,001	<0,001
Daugiau nei mediana	174	59,8		630	76,1		
Sekėjų skaičius							
Mažiau arba lygu medianai	136	46,7	0,052	261	31,5	<0,001	<0,001
Daugiau nei mediana	155	53,3		567	68,5		
Reakcijų skaičius							
Mažiau arba lygu medianai	157	54,0	0,146	368	44,4	<0,001	0,005
Daugiau nei mediana	134	46,0		460	55,6		
Komentarų skaičius							
Mažiau arba lygu medianai	144	49,5	0,325	499	60,3	<0,001	0,001
Daugiau nei mediana	147	50,5		329	39,7		
Įrašo paskelbimo laikas							
Ruduo–žiema	131	45,0	0,095	426	51,4	0,996	0,059
Pavasaris–vasara	160	55,0		402	48,6		

tyvumo formos socialiniame tinkle *Instagram* buvo bėgimas, ėjimas, krepšinis ir futbolas, o socialiniame tinkle *Facebook* – fizinis aktyvumas treniruoklių salėje ir kitų formų fizinis aktyvumas ($p \leq 0,050$) (1 pav.).

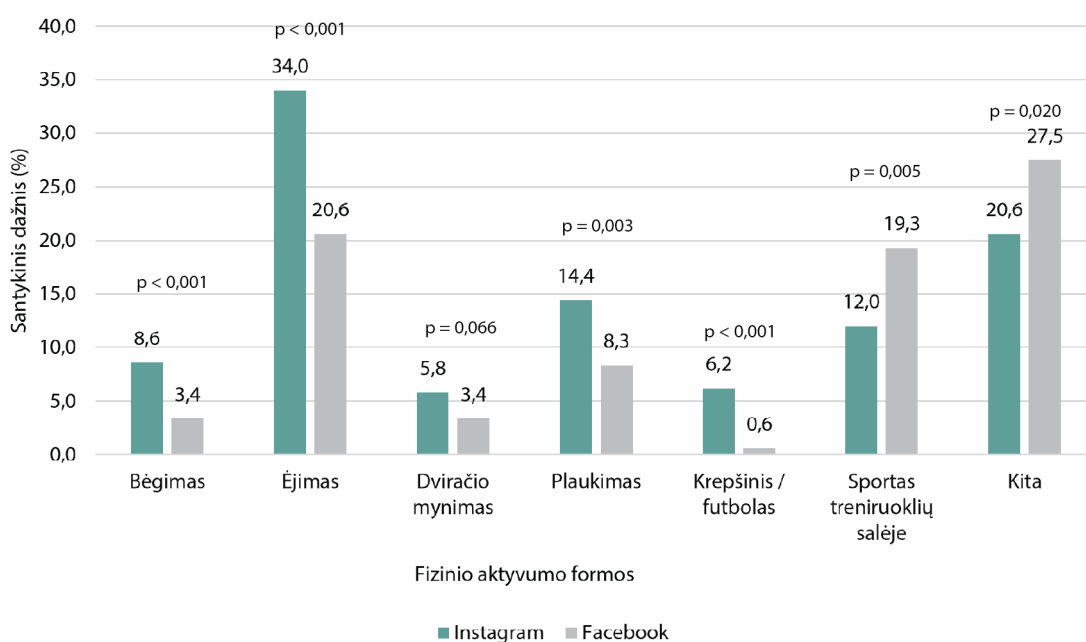
Bėgimas, ėjimas ir plaukimas dažniau buvo vaizduojami socialiniame tinkle *Instagram*, moterų ir mažiau sekėjų turinčių nuomonės formuotojų įrašuose, fizinis aktyvumas sporto salėje ir kitos, nei išvardytos, fizinio aktyvumo formos buvo dažniau vaizduojamos socialiniame tinkle *Facebook*, vyrų, vyresnių ir daugiau sekėjų turinčių nuomonės formuotojų įrašuose ($p < 0,050$). Didžiosios dalies fizinio aktyvumo formų vaizdavimas reikšmingai nesiskyrė pagal įrašų paskelbimo laiką bei reakcijų ir komentarų skaičių, kurio sulaukė paskelbti įrašai ($p > 0,050$) (2 lentelė).

Socialiniame tinkle *Instagram* fizinį aktyvumą savo įrašuose santykinai dažniau vaizdavo moterų nuomonės formuotojos ($p < 0,001$). Analizuojant šiame socialiniame tinkle paskelbtų įrašų pasiskirstymą skirtumų nenustatyta pagal nuomonės formuotojų amžių, sekėjų skaičių, įrašų reakcijų ir komentarų skaičių bei įrašų paskelbimo laiką ($p > 0,050$). Socialiniame tinkle *Facebook*, skirtingai nei socialiniame tinkle *Instagram*, fizinį aktyvumą santykinai dažniau vaizdavo vyrai, vyresni ir daugiau sekėjų turintys nuomonės formuotojai; šie įrašai sulaukė santykinai daugiau reakcijų, bet mažiau komentarų ($p < 0,001$). Skirtumų nenustatyta pagal įrašų paskelbi-

mo laiką ($p > 0,050$). Analizuojant abiejuose socialiniuose tinkluose paskelbtų įrašų pasiskirstymą bendrai, nustatyta, kad fizinis aktyvumas santykinai dažniau buvo vaizduojamas socialiniame tinkle *Facebook* (atitinkamai 19,9 proc. su 12,8 proc., $p < 0,001$). Šiame socialiniame tinkle įrašus apie fizinį aktyvumą dažniau publikavo vyrai, vyresni, daugiau sekėjų turintys nuomonės formuotojai, tokie įrašai susilaukė didesnio reakcijų bei mažesnio komentarų skaičiaus (3 lentelė).

REZULTATŲ APTARIMAS

Šio tyrimo metu buvo įvertintas populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų įrašų apie fizinį aktyvumą, paskelbtų socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook*, paplitimas. Fizinio aktyvumo vaizdavimas stebimas šeštadalyje socialiniuose tinkluose paskelbtų įrašų. Nustatyta, kad socialiniame tinkle *Instagram* įrašai apie fizinį aktyvumą skelbti rečiau nei socialiniame tinkle *Facebook*. Socialiniame tinkle *Instagram* fizinį aktyvumą dažniau vaizdavo moterų nuomonės formuotojos. Socialiniame tinkle *Facebook* fizinis aktyvumas buvo santykinai dažniau vaizduojamas vyrų, vyresnių ir daugiau sekėjų turinčių nuomonės formuotojų įrašuose. Socialiniame tinkle *Facebook* įrašai, kuriuose buvo vaizduojamas fizinis aktyvumas, sulaukė santykinai daugiau reakcijų, bet mažiau komentarų. Socialiniame tinkle *Instagram* ėjimas buvo dažniausiai vaizduojama fizinio aktyvumo forma.



1 pav. Įvairių fizinio aktyvumo formų vaizdavimo paplitimas socialiniuose tinkluose *Facebook* ir *Instagram* paskelbtuose įrašuose

2024 metais Australijos mokslininkai atliko mokslinį tyrimą, kurio metu buvo nustatyta, kad socialiniame tinkle *TikTok* vyrai nuomonės formuotojai santykinai dažniau vaizdavo fizinį aktyvumą savo įrašuose (atitinkamai 55,6 proc. su 39,3 proc., $p \leq 0,050$) [17]. Mūsų tyrimo metu nustatyta, kad socialiniame tinkle *Instagram* fizinį aktyvumą santykinai dažniau vaizdavo moterys nuomonės formuotojos, o socialiniame tinkle *Facebook* vyrai nuomonės formuotojai (atitinkamai 63,9 proc. su 36,1 proc. ir 80,3 proc. su 19,7 proc., $p < 0,001$). 2021 metais Jungtinės Karalystės mokslininkų atlikto tyrimo metu nustatyta, kad vyrai yra labiau linkę skelbti socialiniuose tinkluose įrašus, kuriuose vaizduojamas fizinis aktyvumas [18]. Mūsų tyrimo rezultatai iš dalies patvirtina šio tyrimo metu gautus rezultatus – nustatėme, kad socialiniame tinkle *Facebook* vyrai nuomonės formuotojai santykinai dažniau skelbė įrašus, kuriuose vaizduojamas fizinis aktyvumas, tačiau socialiniame tinkle *Instagram* tokius įrašus dažniau skelbė moterys. Kitas Jungtinės Karalystės mokslininkų 2024 metais atliktas tyrimas, kuriuo buvo siekiama įvertinti socialiniame tinkle *Instagram* paskelbtuose įrašuose stebimo fizinio aktyvumo paplitimą 2014 ir 2021 metais, atskleidė, kad iš 790 analizuotų įrašų 438 (55,4 proc.) įrašuose buvo stebimas fizinis aktyvumas [19]. Mūsų tyrimo metu gauti rezultatai rodo mažesnį fizinio aktyvumo vaizdavimo paplitimą socialiniuose tinkluose nuomonės formuotojų skelbiamuose įrašuose – jis siekė 19,0 proc.

Galima teigti, kad populiariausi Lietuvos socialinių tinklų *Instagram* ir *Facebook* nuomonės formuotojai nemažoje dalyje savo įrašų vaizduoja įvairių formų fizinį aktyvumą ir tai gali prisidėti prie didesnio sekėjų fizinio aktyvumo lygio. Atsižvelgiant į tai, reikėtų apsvarstyti galimybę nuomonės formuotojams dalyvauti įvairiose visuome-

nės sveikatos stiprinimo intervencijose.

Tyrimo ribotumai. Nors šio tyrimo metu buvo išanalizuotas didelis įrašų skaičius, tačiau aprėptas tik populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* paskelbtas turinys – tikėtina, kad kitų nuomonės formuotojų bei kituose socialiniuose tinkluose skelbiamas turinys fizinio aktyvumo paplitimo aspektu gali skirtis nuo šio tyrimo rezultatų.

APIBENDRINIMAS

Fizinis aktyvumas vaizduojamas šeštadalyje populiariausių Lietuvos socialinių tinklų *Instagram* ir *Facebook* nuomonės formuotojų įrašų, dažniau socialiniame tinkle *Facebook*. Socialiniame tinkle *Instagram* fizinį aktyvumą dažniau vaizduoja moterys nuomonės formuotojos. Socialiniame tinkle *Facebook* fizinis aktyvumas dažniau vaizduojamas vyrų, vyresnių ir daugiau sekėjų turinčių nuomonės formuotojų įrašuose. Socialiniame tinkle *Facebook* įrašai, kuriuose buvo vaizduojamas fizinis aktyvumas, sulaukė santykinai daugiau reakcijų, bet mažiau komentarų.

Atsižvelgiant į didelį nuomonės formuotojus sekančių žmonių skaičių ir tai, kad fizinį aktyvumą vaizduojantys įrašai sudaro reikšmingą nuomonės formuotojų skelbiamų įrašų dalį, tikėtina, kad nuomonės formuotojai reikšmingai prisideda skatindami įvairių formų fizinį aktyvumą Lietuvos visuomenėje. Planuojant visuomenės sveikatos intervencijas siekiant padidinti visuomenės narių fizinį aktyvumą, tikslinga atsižvelgti į stebimus fizinio aktyvumo vaizdavimo paplitimo skirtumus skirtingose nuomonės formuotojų grupėse.

Straipsnis gautas 2026-04-14, priimtas 2026-06-22

Literatūra

1. Tricás-Vidal HJ, Vidal-Peracho MC, Lucha-López MO, Hidalgo-García C, Monti-Ballano S, Márquez-Gonzálvo S, et al. Impact of Fitness Influencers on the Level of Physical Activity Performed by Instagram Users in the United States of America: Analytical Cross-Sectional Study. *Int J Environ Res Public Health*. 2022;19(21):14258. DOI: 10.3390/ijerph192114258.
2. World Health Organization. Physical activity. 2025. Prieiga per internetą: <https://www.who.int/health-topics/physical-activity>
3. World Health Organization. Physical activity. 2024. Prieiga per internetą: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>
4. World Health Organization. Nearly 1.8 billion adults at risk of disease from not doing enough physical activity. 2024. Prieiga per internetą: <https://www.who.int/news/item/26-06-2024-nearly-1.8-billion-adults-at-risk-of-disease-from-not-doing-enough-physical-activity>
5. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Step Up! Tackling the Burden of Insufficient Physical Activity in Europe. 2023. Prieiga per internetą: https://www.oecd.org/en/publications/step-up-tackling-the-burden-of-insufficient-physical-activity-in-europe_500a9601-en.html
6. Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija. Fizinio aktyvumo situacija Lietuvoje. 2023. Prieiga per internetą: <https://sam.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/visuomenes-sveikatos-prieziura/mityba-ir-fizinis-aktyvumas-2/sveikatinamasis-fizinis-aktyvumas/fizinio-aktyvumo-situacija/>
7. Eurostat. Overweight and obesity – BMI statistics. 2024. Prieiga per internetą: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Overweight_and_obesity_-_BMI_statistics
8. Shimoga SV, Erlyana E, Rebello V. Associations of Social Media Use With Physical Activity and Sleep Adequacy Among Adolescents: Cross-Sectional Survey. *J Med Internet Res*. 2019;21(6):e14290. DOI: 10.2196/14290.
9. Statista. Internet and social media users in the world 2025. Prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
10. Statista. Topic: Social media. 2025. Prieiga per internetą: <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>
11. Statista. Biggest social media platforms by users. 2025. Prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
12. Morningstar B, Clayborne Z, Wong SL, Roberts KC, Prince SA, Gariépy G, et al. The association between social media use and physical activity among Canadian adolescents: a Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) study. *Can J Public Health Rev Can Santé Publique*. 2023;114(4):642–50. DOI: 10.17269/s41997-023-00754-9.
13. Powell J, Pring T. The impact of social media influencers on health outcomes: Systematic review. *Soc Sci Med*. 2024;340:116472. DOI: 10.1016/j.socscimed.2023.116472.
14. Ledgget-James MP, Laursen B. The Consequences of Social Media Use Across the Transition Into Adolescence: Body Image and Physical Activity. *The Journal of Early Adolescence*. 2022; 43(1351):027243162211360. DOI: 10.1177/02724316221136043.
15. Shimoga SV, Erlyana E, Rebello V. Associations of Social Media Use With Physical Activity and Sleep Adequacy Among Adolescents: Cross-Sectional Survey. *J Med Internet Res*. 2019;21(6):e14290. DOI:10.2196/14290.
16. Dupuis R, Musicus AA, Edghill B, Keteku E, Bragg MA. How TikTok Influencers Disclose Food and Beverage Brand Partnerships: Descriptive Study. *J Med Internet Res*. 2025;27(1):e60891. DOI:10.2196/60891.
17. Ardesch FH, Vegt DD van der, Jong JCK de. Problematic Social Media Use and Lifestyle Behaviors in Adolescents: Cross-Sectional Questionnaire Study. *JMIR Pediatr Parent*. 2023;6(1):e46966. DOI:10.2196/46966.
18. Pryde S, Kemps E, Prichard I. „You started working out to get a flat stomach and a fat a\$\$”: A content analysis of fitspiration videos on TikTok. *Body Image*. 2024;51:101769. DOI: 10.1016/j.bodyim.2024.101769.
19. Mayoh J, Jones I. Young People's Experiences of Engaging With Fitspiration on Instagram: Gendered Perspective. *J Med Internet Res*. 2021;23(10):e17811. DOI: 10.2196/17811

DEPICTION OF PHYSICAL ACTIVITY IN THE POSTS OF THE MOST POPULAR LITHUANIAN INFLUENCERS PUBLISHED ON INSTAGRAM AND FACEBOOK

Robertas Basijokas, Kamilė Kaškelevičiūtė, Donatas Austys

Department of Public Health, Institute of Health Sciences, Faculty of Medicine, Vilnius University

SUMMARY

The aim of this study was to assess the prevalence of posts depicting physical activity in the posts of the most popular Lithuanian influencers on *Instagram* and *Facebook*, according to characteristics of the influencers and the characteristics of their posts.

Materials and methods. In this study, all (6425) publicly available *Instagram* and *Facebook* posts of the most popular Lithuanian influencers published in 2022 were analyzed. The chi-square (χ^2) test was used to assess the distribution of the posts according to the gender, age, number of followers, number of reactions to and comments on the posts, and the time of publication.

Results. Physical activity was depicted in 1119 (17.4%) social media posts and was relatively more frequently depicted on *Facebook* (19.9% vs 12.8%, $p < 0.001$). On *Instagram*, posts depicting physical activity were relatively more frequently published by female influencers, whereas on *Facebook* they were more frequently published by male influencers (respectively, 63.9% vs 36.1% and 80.3% vs 19.7%, $p < 0.001$). On *Facebook*, physical activity was relatively more often depicted by older influencers and by those with a larger number of followers, and these posts received relatively

more reactions but fewer comments (respectively, 76.1% vs 23.9%, 68.5% vs 31.5%, 55.6% vs 44.4%, and 60.3% vs 39.7%, $p < 0.001$). On *Instagram*, walking was the most frequently depicted form of physical activity, appearing in 34.0% of the posts depicting physical activity on the social network *Instagram*.

Conclusions. Physical activity is depicted in one-sixth of posts published by the most popular Lithuanian influencers on *Instagram* and *Facebook*, more frequently on *Facebook*. On *Instagram*, physical activity is more often depicted by female influencers, whereas on *Facebook* it is more often depicted by male influencers. The most frequently depicted form of physical activity on *Instagram* is walking.

Keywords. physical activity; influencers; social networks; content analysis.

Received 14 April 2026, accepted 22 June 2026

Correspondence to Donatas Austys
Vilnius University, Faculty of Medicine
M. K. Čiurlionio str. 21, LT-03101 Vilnius, Lithuania
E-mail: donatas.austys@mf.vu.lt