

Эффективность использования педагогического контент-сопровождения в процессе формирования мотивации женщин к занятиям физической культурой

Турианская Варвара Александровна

Закревская Наталья Григорьевна, доктор педагогических наук, профессор

Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здравоохранения имени П.Ф. Лесгатта, Санкт-Петербург

Аннотация

Цель исследования – выявить эффективность использования методики педагогического контент-сопровождения для мотивации женщин к занятиям физической культурой.

Методы и организация исследования. В процессе проведения исследования применяли: анализ научной литературы, анкетирование, педагогический эксперимент. Проверка результативности спроектированной методики педагогического контент-сопровождения женщин проходила при помощи анкеты для оценки самочувствия, а также мотивированности и информированности участниц.

Результаты исследования и выводы. Выявлено, что средства массовой коммуникации являются агентами социализации и формируют информационную среду индивида. Определены средства массовой коммуникации, которые оказывают наибольшее влияние на формирование мотивации у женщин к занятиям физической культурой, а также выявлена взаимосвязь возраста и каналов получения информации. Эффективность экспериментальной методики подтверждается повышением мотивированности и информированности участниц педагогического контент-сопровождения.

Ключевые слова: массовая физическая культура, женщины, мотивация физкультурной деятельности, педагогическое сопровождение, оценка самочувствия.

The effectiveness of using pedagogical content-support in the process of developing women's motivation for engaging in physical education

Turianskaia Varvara Aleksandrovna

Zakrevskaya Natalia Grigorevna, doctor of pedagogical sciences, professor

Lesgat National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg
Abstract.

The purpose of the study is to determine the effectiveness of using the pedagogical content-support method to motivate women to engage in physical exercise.

Research methods and organization. In the course of the study, the following methods were used: analysis of scientific literature, surveys, and a pedagogical experiment. The effectiveness of the designed methodology for pedagogical content support of women was assessed using a questionnaire to evaluate participants' well-being, as well as their motivation and awareness.

Research results and conclusions. It has been identified that mass media serve as agents of socialization and shape an individual's information environment. The mass media that have the greatest influence on women's motivation to engage in physical exercise have been determined, and the relationship between age and information channels has also been revealed. The effectiveness of the experimental methodology is confirmed by an increase in the motivation and awareness of participants in the pedagogical content support.

Keywords: mass physical culture, women, motivation for physical activity, pedagogical support, assessment of well-being.

ВВЕДЕНИЕ. Мотивация как можно большей части населения России к регулярным занятиям физической культурой, а также привлечение к этому процессу потенциала медиаиндустрии является приоритетной задачей государства [1]. При этом на данный момент мотивация женщин к занятиям физической активностью не носит структурированный характер и не учитывает индивидуальные психофизиологические особенности данной социальной группы. По мнению Греч И.А. и Булковой Т.М., наиболее эффективными и мотивирующими для определенных категорий женщин, а именно женщин в послеродовом периоде, являются физкультурно-оздоровительные методики, включающие в себя следующие задачи: оздоровительные (улучшение функции сердечно-сосудистой и дыхательной систем, повышение

обменных процессов в тканях и органах, укрепление мышц брюшного пресса и т. д.), психологические (повышение самооценки, снижение уровня тревожности, формирование стрессоустойчивости, развитие самообладания) и социальные (восприятие себя в новой роли) [2]. Объединение данных задач и опора на них в построении тренировочного процесса могут быть актуальны не только для женщин в определенный период жизни, но также в любой период, что будет позитивно влиять на их мотивацию к занятиям физической культурой.

На сегодняшний день позволить себе заниматься различными видами двигательной активности и фитнеса может почти каждый человек вне зависимости от его уровня дохода и индивидуальных предпочтений – ведь существует широкий выбор фитнес-клубов и центров – от социально ориентированных лоукостеров до организаций премиум-класса [3].

Инфлюенс-маркетинг является единственным инструментом повышения мотивации пользующегося интернетом населения к занятиям физической культурой и спортом, увеличения охвата лиц, систематически (в том числе самостоятельно) занимающихся различными видами двигательной активности и спорта, продвижения на рынке физкультурно-спортивных услуг и программ занятий физическими упражнениями. Современная блогосфера позволяет людям объединяться в группы по интересам, обмениваться мнениями и опытом, распространять информацию, вовлекать различные категории населения в социальные движения, оказывая существенное влияние на мировоззрение и поведение целевых аудиторий [4].

Несмотря на наличие запроса у женской аудитории на контент про женский спорт [5], а также понимания роли СМИ в привлечении женской аудитории к регулярным занятиям физической культурой, наблюдается отсутствие достаточного количества программ, которые применяли бы средства массовой информации в качестве инструмента. В связи с этим была разработана программа педагогического контент-сопровождения для формирования мотивации женщин к занятиям физической культурой, и по результатам ее применения получены результаты.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. Разработанная программа контент-сопровождения рассчитана на 10 недель [6]. На 4-й и 8-й неделях проведения педагогического контент-сопровождения осуществлялся кластерный срез, а в конце 10-й недели проводился онлайн-вебинар, в ходе которого собиралась расширенная обратная связь от участниц. Анкета состояла из вопросов, среди которых:

- Оцените, насколько точно вы придерживались выданных заданий.
- Чувствуете ли Вы себя лучше по сравнению с тем, что было до начала курса?
- Оцените свое самочувствие по шкале от 0 до 5.
- Чувствуете ли Вы себя более мотивированной на занятия физической активностью по сравнению с тем, что было до начала курса?
- Чувствуете ли вы себя более информированной в области физической активности и уверенной в выборе занятий?

При помощи представленных вопросов участникам было предложено оценить свое самочувствие, а также изменения в информированности и мотивированности. Также необходимо было выявить взаимосвязь между точностью выполнения женщинами требований куратора, их самочувствием и другими показателями. Полученные результаты после 4 недель участия в педагогическом контент-сопровождении представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика отношения участниц к мотивации средствами массовой коммуникации после 4-й недели педагогического контент-сопровождения (n=98)

№ п/п	Группа достаточно мотивированных изначально (n=35)	Группа недостаточно мотивированных изначально (n=63)		
		Контент не может повысить мотива- цию (n=29)	Возможно по- высит мотива- цию (n=16)	Однозначно по- высит мотива- цию (n=18)
1	20 – А 5 – Б 10 – В	12 – А 8 – Б 2 – В 6 – Г 1 – Д	3 – А 11 – Б 1 – В 1 – Д	8 – А 8 – Б 2 – В
2	15 – Б 14 – В 6 – Г	3 – А 10 – Б 14 – В 2 – Г	8 – Б 7 – В 1 – Г	5 – А 7 – Б 4 – В 2 – Г
3	13 – 5 3 – 4 19 – 3	3 – 5 10 – 4 16 – 3	9 – 4 7 – 3	13 – 5 2 – 4 3 – 3
4	22 – А 7 – Б 6 – В	13 – Б 5 – В 6 – Г 5 – Д	3 – А 9 – Б 3 – В 1 – Г	10 – А 4 – Б 4 – В
5	4 – А 10 – Б 10 – В	23 – А 6 – Б	10 – А 6 – Б	17 – А 1 – Б

Как видно из таблицы 1, большая часть участниц на первых 4 неделях старалась абсолютно точно или достаточно точно придерживаться выданных указаний. При этом, в большей степени, участницы не заявляли об идеальном самочувствии, а некоторые даже отмечали, что чувствуют себя несколько хуже. Оценка самочувствия на 5 (высший балл) была дана только участниками, которые на тот момент уже с той или иной регулярностью занимались физической активностью, а также группой тех, кто изначально рассчитывал на получение мотивации от данного педагогического контент-сопровождения. В оставшихся группах самочувствие оценивалось практически одинаково на 4 и 3 из 5. Также, в большей степени мотивированными почувствовали себя именно группы, которые изначально имели хорошую мотивацию, а также группа, которая изначально верила в возможность мотивации подобным образом. Группы возможной мотивации и невозможности мотивации более сдержанно ответили на этот вопрос. При этом на последний вопрос дано наибольшее количество положительных ответов, в основном все стали ощущать себя более информированными, при этом группа достаточно мотивированных изначально – в меньшей степени. Динамика мотивированности по сравнению с началом курса представлена на рисунке 1.

На рисунке 1 показано, что мотивация участниц увеличилась: более чем в 2 раза повысился критерий «чувствую мотивацию включать больше физической активности в жизнь» (10 и 22 соответственно), показатель «в моменте мотивирована» снизился, что также принимается нами за позитивную динамику. Показатель «тренируюсь через силу» стал равен нулю.

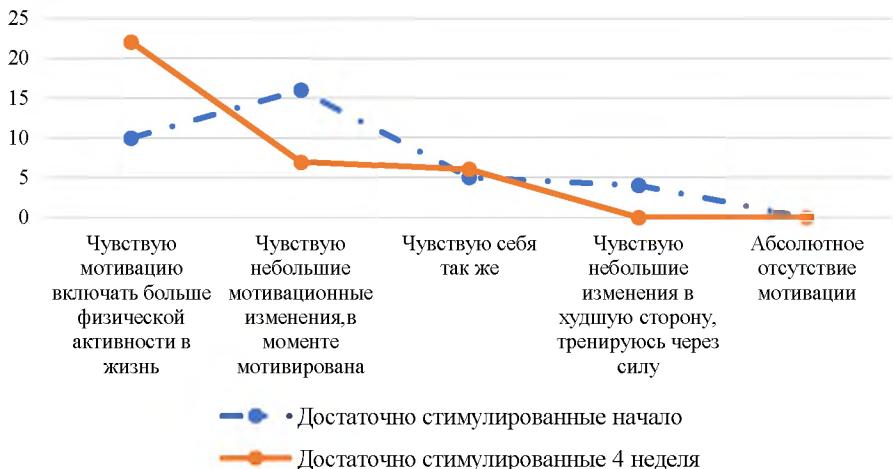


Рисунок 1 – Динамика мотивированности группы достаточно мотивированных на занятия физической культурой на 4 неделе

Изменения в информированности группы достаточно мотивированных показаны на рисунке 2.

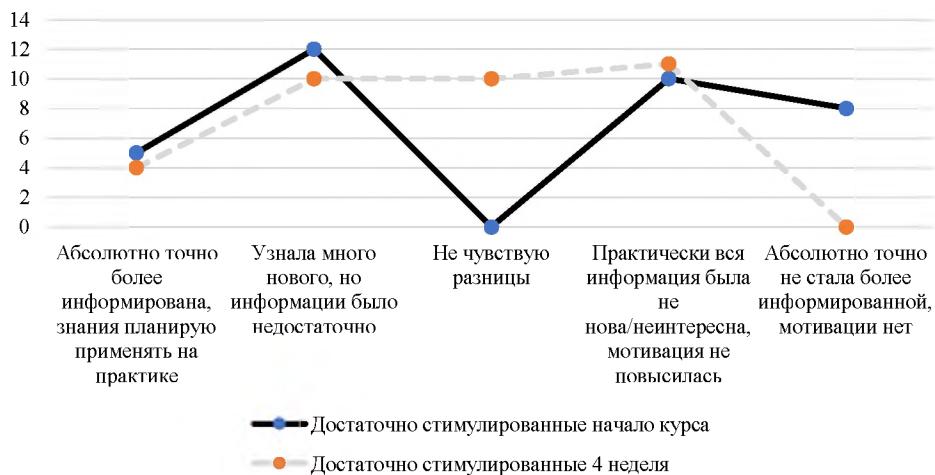


Рисунок 2 – Динамика информированности группы достаточно мотивированных на занятия физической культурой на 4 неделе

Как видно из рисунка 2, в оценке информированности присутствует положительная динамика. Так, до начала эксперимента 8 человек оценивали свою информированность плохо и считали, что это отражается на их мотивации негативно, в то время как на 4 неделе этот показатель стал равен нулю.

Такой же опрос был пройден и группой недостаточно мотивированных изначально. Результаты представлены на рисунке 3. Рисунок 3 также отражает позитивную динамику: наблюдается повышение мотивации. Например, параметр «чувствую мотивацию включать больше физической активности в жизнь» до начала эксперимента выбрали 3 человека, а после 4 недель – 13. Также показатель «Абсолютное отсутствие мотивации» снизился с 16 ответов до 0.

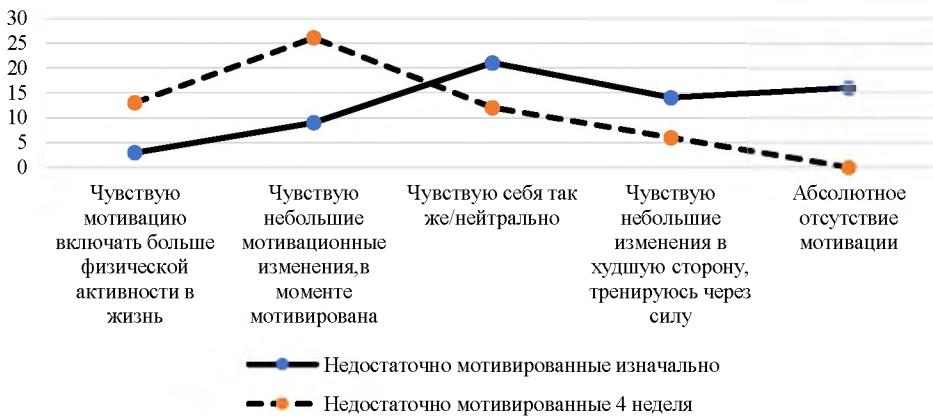


Рисунок 3 – Динамика мотивированности группы недостаточно мотивированных на занятия физической культурой на 4 неделе

Также участниками оценена степень информированности (рис. 4).

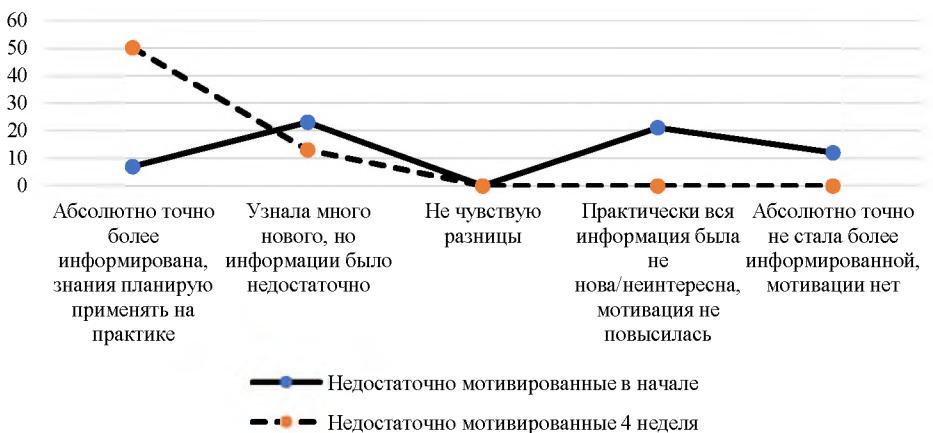


Рисунок 4 – Динамика информированности группы недостаточно мотивированных на занятия физической культурой на 4 неделе

Как видно из рисунка 4, на показатель «более информирована» пришлись ответы практически всей группы (50 человек). Показатели «Не чувствую разницы», «Практически вся информация была не нова/неинтересна, мотивация не повысилась», а также «Абсолютно точно не стала более информированной, мотивации нет» стали равны 0.

Исследование показало, что разработанная программа может оказывать позитивное воздействие на мотивацию женщин к занятиям физической культурой, так как объединяет: запросы женской аудитории на индивидуальный подход в подборе контента, формирование индивидуального плана занятий, использование полученных данных на практике.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Разработанная методика повышения мотивации женщин к занятиям физической культурой доказала свою эффективность, что подтверждается

не только статистическими данными, но и субъективными показателями участников. Важно отметить, что методика ориентирована не только на достижение физических результатов, но и на формирование позитивного отношения к физической активности как к неотъемлемой части здорового образа жизни. Сочетание теоретического контента, в доступной форме разъясняющего особенности того или иного вида физической активности, либо его влияния на женский организм, с незамедлительным практическим применением изученного материала формирует всесторонний интерес к сфере физической культуры и спорта и повышает мотивацию для поддержания собственной физической активности. Также было установлено, что на эффективность занятий физическими упражнениями влияет контент-сопровождение, обусловленное мотивационными предпочтениями.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. План мероприятий по реализации Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372906/642fe7958f9a4828e5dd43d2515909f24af602b4/ (дата обращения: 18.09.2025).
2. Греч И. А., Булкова Т. М. Направленность и содержание методики физкультурно-оздоровительных занятий женщин в послеродовом периоде на основе гипопрессивной гимнастики // Сборник материалов 74-й научно-практической и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава ФГБОУ ВО «СГУС». Смоленск, 2024. С. 68–72. EDN: ITZIWIU
3. Степанова О. Н., Сватикова В. В. Базовые характеристики целевой аудитории крупных фитнес-сетей Г. Москвы // Проблемы и перспективы развития спортивного образования, науки и практики: материалы VIII научной конференции молодых ученых. Москва, 2024. С. 201–205. EDN: ELDWND.
4. Латушкина Е. Н., Степанова О. Н. Инфлюенс-маркетинг: требования к инфлюенсерам при размещении рекламного контента с целью повышения мотивации населения к занятиям физической культурой и спортом // Актуальные вопросы развития теории и методики физической культуры и спорта : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. Москва, 2023. С. 108–114. EDN: EAZFKY.
5. Турянская В. А. Анализ формирования отношения и факторов мотивации женщин к занятиям физической культурой и спортом средствами массовой информации (на примере школы танцев «Diva») // Перспективы науки. 2021, № 7. С. 143–146. EDN: TPEDAE.
6. Турянская В. А. Содержание программы педагогического контент-сопровождения в процессе формирования мотивации женщин к занятиям физической культурой // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгатта. 2024. № 12 (238). С. 112–115. EDN: WBZUHP.

REFERENCES

1. “Action plan for the implementation of the Strategy for the Development of Physical Culture and Sports in the Russian Federation for the period up to 2030”, URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372906/642fe7958f9a4828e5dd43d2515909f24af602b4/ (date of access: 11/18/2025).
2. Gretz I. A., Bulkova T. M. (2024). “The orientation and content of the methods of physical education and recreation activities for women in the postpartum period based on hypopressive gymnastics”, Collection of materials of the 74th scientific, practical and scientific-methodological conference of the teaching staff of the FSBI VO “SSUS”, Smolensk, pp. 68–72.
3. Stepanova O. N., Svatikova V. V. (2024), “Basic characteristics of the target audience of large fitness chains in Moscow”, Problems and prospects of development of sports education, science and practice, Moscow Pedagogical State University, pp. 201–205.
4. Latushkina E. N., Stepanova O. N. (2023). “Influencer marketing: requirements for influencers when placing advertising content in order to increase the motivation of the population to engage in physical culture and sports”, Current issues of the development of theory and methodology of physical culture and sports, Moscow, Federal Scientific Center of Physical Culture and Sports, pp. 108–114.
5. Turyanskaya V. A. (2021), “Analysis of the formation of attitudes and factors of motivation of women to engage in physical education and sports by the media (on the example of the Diva dance school)”, Perspectives of Science, No. 7, pp. 143–146.
6. Turyanskaya V. A. (2024), “The content of the pedagogical content support program in the process of forming women's motivation to engage in physical education”, Scientific Notes of the P.F. Lesgaft University, No. 12 (238), pp. 112–115.

Информация об авторах: Турянская В. А., старший преподаватель кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте, SPIN-код: 8245-5160, ORCID: 0009-0006-1121-8672.

Закревская Н.Г., профессор кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте, SPIN-код: 6587-6929, ORCID: 0000-0002-1134-9406.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Поступила в редакцию 29.09.2025. Принята к публикации 24.11.2025.