

**Продвижение ценностей двигательной активности
физкультурно-спортивными организациями
(на примере г. Санкт-Петербург)**

Турянская Варвара Александровна, кандидат педагогических наук

Скок Наталья Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент

Закревская Наталья Григорьевна, доктор педагогических наук, профессор

Ермилова Виктория Валерьевна, кандидат педагогических наук, доцент

*Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и
здоровья им. П.Ф. Лесгафта, г. Санкт-Петербург*

Аннотация

Цель исследования – изучение отображения ценностей двигательной активности женской аудитории физкультурно-спортивными организациями г. Санкт-Петербурга.

Методы исследования: контент-анализ социальной сети «ВКонтакте» центров физической культуры и спорта различных районов (ЦФКСиЗ) г. Санкт-Петербург (18 профилей). Единицы анализа – материалы о двигательной активности женщин (контент для женской аудитории различных возрастных групп, особенности визуального оформления), период проведения анализа – с 1 апреля по 7 мая 2026 года.

Результаты исследования и выводы. Выявлено, что, несмотря на регулярное ведение социальных сетей центрами спорта различных районов Санкт-Петербурга, тема женской двигательной активности либо не затрагивается, либо освещается недостаточно/косвенно. Инициативы по развитию женской двигательной активности, которые присутствуют в некоторых районных центрах, не получают должного освещения. Полученные результаты свидетельствуют о слабой репрезентации женской двигательной активности в социальных сетях центров спорта Санкт-Петербурга как об устойчивой характеристике текущей коммуникационной практики, а не как о следствии низкой общей активности отдельных подразделений. Отсутствие должного освещения женской двигательной активности в соцсетях центров физической культуры и спорта может привести к системному снижению вовлечённости женщин в занятия физической культурой и спортом.

Ключевые слова: двигательная активность, ценности физической культуры, женская аудитория, центры физической культуры и спорта, социальные сети

Для цитирования: Продвижение ценностей двигательной активности физкультурно-спортивными организациями (на примере г. Санкт-Петербург) / Турянская В. А., Скок Н. С., Закревская Н. Г., Ермилова В. В. DOI 10.5930/1994-4683-2026-8-24-31 // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. 2026. № 8 (258). С. 24–31.

**Promotion of motor activity values by physical education and sports
organizations (using the example of St. Petersburg)**

Turianskaia Varvara Aleksandrovna, candidate of pedagogical sciences

Skok Natalia Sergeevna, candidate of sociological sciences, associate professor

Zakrevskaya Natalya Grigorevna, doctor of pedagogical sciences, professor

Ermilova Viktoriya Valerevna, candidate of pedagogical sciences, associate professor

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

The purpose of the study is to examine the representation of motor activity values for the female audience by physical education and sports organizations in St. Petersburg.

Research methods: content analysis of the VKontakte social network of physical education and sports centers of various districts of St. Petersburg (18 profiles) was used. The units of analysis were materials about motor activity of women (content for female audiences of different age groups, visual design features). The analysis period was from April 1 to May 7, 2026.

Research results and conclusions. It was revealed that, despite regular maintenance of social networks by sports centers of various districts of St. Petersburg, the topic of female motor activity is either not addressed or is covered insufficiently/indirectly. Initiatives for the development of female motor activity that are present in some district centers do not receive proper coverage. The obtained results indicate a weak representation of female motor activity in social networks of St.

Petersburg sports centers as a stable characteristic of current communication practice, rather than as a consequence of low overall activity of individual units. The lack of proper coverage of female motor activity in social networks of physical education and sports centers may lead to a systematic decrease in the involvement of women in physical education and sports.

Keywords: motor activity, motor activity values, female audience, physical education and sports centers, social networks

For citation: Turianskaia V. A., Skok N. S., Zakrevskaya N. G., Ermilova V. V. (2026), "Promotion of motor activity values by physical education and sports organizations (using the example of St. Petersburg)", *Scientific notes of P.F. Lesgaft university*, No 8 (258), pp. 24–31, DOI 10.5930/1994-4683-2026-8-24-31.

Введение. «Содержательным наполнением информационного пространства спортивной медиакоммуникации России является спорт и все, что с ним связано в плане журналистских практик. В его рамках происходит перерастание спортивной информации в медиатекст, в котором фрагментарно раскрывается не только спортивная деятельность, отражающаяся в смыслах взаимодействия между субъектами профессиональной спортивной деятельности, сущность и характеристики спортивных практик, но и представление происходящих общественных, социальных, политических процессов в социуме» [1]. Формирование ценности физической культуры и спорта, разработка маркетинговой и коммуникационной стратегии по продвижению спорта и здорового образа жизни, направленной на формирование потребности и осознанного отношения граждан к систематическим занятиям физической культурой и спортом [2], является приоритетной задачей в нашей стране. В Федеральном законе № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (ст. 30) указано, что формирование здорового образа жизни «обеспечивается путём проведения мероприятий, направленных на информирование граждан о факторах риска для их здоровья, формирование мотивации к ведению здорового образа жизни и создание условий для ведения здорового образа жизни, в том числе для занятий физической культурой и спортом» [3].

Вовлечение широких слоев населения в физкультурно-спортивную деятельность можно осуществить при помощи средств массовой информации в целом и социальных сетей в частности. «Сети, сетевой дискурс представляют собой расширение возможностей конкретного человека по достижению и коммуникативному приобщению к разнообразным дискурсам. Произошла виртуализация различных областей человеческого общежития, общественного сознания – в сети есть возможности коммуникации разнообразных целевых аудиторий» [4, с. 131]. Важнейшими задачами социальных сетей «в рамках спортивной медиакоммуникации становятся: создание образа спортивной деятельности, ее познавательно-отражательных характеристик, формирование и выражение общественного мнения, общественного настроения по поводу тех или иных спортивных событий или явлений, выработка представлений о характере и особенностях развития того или иного вида спорта» [5, с. 40], а также двигательной активности различных социальных групп.

Изучение влияния контента социальных сетей на аудиторию исследовалось отечественными учеными в рамках рассмотрения проблем формирования индивидуального пользовательского поведения в социальной сети «ВКонтакте» [6], развития социальных сетей и удовлетворения потребностей пользователей [7], интеграции региональных интернет-СМИ в социальные сети [8], «противоречия между ментальными программами, моделями социального поведения и деятельностью медиа» [9]. Формирование спортивной медиакоммуникации исследовалось в фокусе конструирования «информационного пространства в спортивной медиакоммуникации» [1], изучения использования цифровых технологий спортивных медиа («искусственный интеллект и комплексное внедрение IT-технологий») [10], описания «тенденций, которые присущи развитию спортивной журналистики цифровой

эпохи» (с учетом жанрово-тематической составляющей) [11], изучения возможностей цифровой среды как средства формирования социально-адекватного поведения спортсменов из числа спортивного резерва [12], влияния социальных сетей на мотивацию людей к занятиям спортом [13]. Незначительное количество публикаций, направленных на изучение продвижения двигательной активности в социальных сетях, актуализирует наше исследование.

Цель исследования – изучение отображения ценностей двигательной активности женской аудитории физкультурно-спортивными организациями г. Санкт-Петербурга.

Методика и организация исследования. Контент-анализ 18 профилей в социальной сети «ВКонтакте», которые предлагают пользователям социальные сети центров физической культуры и спорта (ЦФКСиЗ) г. Санкт-Петербурга. В качестве единицы анализа выделены критерии двигательной активности женщин (контент для женской аудитории: мастер-классы, набор в группу, материалы о победительницах, мероприятия к 8 Марта; особенности визуального оформления: ролики с тренером-женщиной, женские фото на афишах силовых видов спорта, отзыв посетительницы), период – с 1 апреля по 7 мая 2026 года.

Результаты исследования. «Физическое развитие, функциональное состояние и адаптивные реакции организма женщин зависят от уровня двигательной активности. Систематические, правильно организованные занятия оказывают положительное влияние на организм женщин во все периоды жизни» [14]. В Санкт-Петербурге действуют 18 центров физической культуры, спорта и здоровья (ЦФКСиЗ) – по одному в каждом районе. Каждый центр имеет отдельный сайт и страницу в социальной сети «ВКонтакте», где регулярно обновляется информация о доступных физкультурно-спортивных секциях и мероприятиях, а также о прошедших событиях.

Проведенный контент-анализ (количественный и качественный) позволил выявить основную тематику публикаций сообществ. Качественный анализ тематики материалов и публикационной активности в области женской физической культуры и спорта фиксировал наличие элементов содержания текста – индикаторов, соответствующих категориям содержания, независимо от частоты их встречаемости. Количественный контент-анализ, основанный на числовой фиксации показателей, позволил получить количественную структуру содержания текста. Это дало возможность проанализировать публикации в различных сообществах социальной сети «ВКонтакте» по исследуемой проблематике.

Количественные результаты анализа контента социальных сетей ЦФКСиЗ Санкт-Петербурга представлены на рис. 1. Как видно по результатам исследований, количественные показатели материалов о женской двигательной активности незначительны по сравнению с общим количеством материалов, публикуемых в социальных сетях центров физической культуры, спорта и здоровья Санкт-Петербурга.

На странице ЦФКСиЗ Адмиралтейского района регулярно обновляется информация о различных мероприятиях, однако специализированная информация, посвященная женской физической культуре, отсутствует. За анализируемый период опубликовано 73 материала, из них 2 – видео, остальные – текстовые посты. При этом ни один пост не нацелен на женскую аудиторию, за исключением одного материала о мастер-классе по чирспорту. В визуальном оформлении часто используются женские образы даже для видов спорта, не являющихся традиционно только женскими. Так, на афише, посвященной спортивной лекции по кинезиологии, присутствуют только специалисты-женщины, хотя среди спикеров был и мужчина.



Рисунок 1 – Анализ контента женской двигательной активности ЦФКСиЗ по районам, ед.

На афише, посвященной физкультурному мероприятию по настольному теннису среди жителей Адмиралтейского района, изображена женщина-спортсменка. Можно предположить, что таким образом учреждение пытается сформировать визуальный образ спортивной женщины, привлекая данную социальную группу к тренировкам.

В социальных сетях Центра спорта Васильевского острова за выбранный период проанализировано 95 публикаций. Специализированный контент для женской аудитории не выявлен, мероприятия, направленные на женскую аудиторию, не проводятся. Однако присутствует серия коротких роликов с различными упражнениями для мобильности тазобедренного сустава, укрепления пресса и т.д. Упражнения демонстрирует тренер-женщина, а комментарии под видео оставляют также женщины. В связи с этим можно отметить, что в данном сообществе подобный формат ближе женской аудитории и может стать фактором привлечения женщин к занятиям двигательной активностью.

За выбранный период проанализировано 122 публикации в сообществе Центра спорта Выборгского района в социальной сети «ВКонтакте». В данном сообществе также нет специализированного контента для женской аудитории. Однако на афишах с «неженскими» видами спорта (силовая подготовка, самбо, бокс) размещают фотографии женщин, хотя мероприятия проводятся для всех жителей. В видео, посвященном мастер-классу по боксу, также активно показывают его участниц. Можно предположить, что таким образом может формироваться положительное отношение женской аудитории к различным видам спорта.

В сообществе «ВКонтакте» Центра спорта Калининского района проанализировано 118 публикаций, среди которых нет материалов, прямо или косвенно посвященных женской двигательной активности. Контент данного центра спорта в целом не отличается разнообразием: шесть раз было опубликовано приглашение на мастер-класс по бегу, пять – одинаковая афиша о спартакиаде по плаванию для серебряного возраста, четыре – приглашение на квест, посвященный Международ-

ному дню семьи, и т.п. С одной стороны, активное привлечение участников и постоянные напоминания о мероприятиях могут обеспечить явку, также данные мероприятия важны с точки зрения государственной повестки. Однако постоянная публикация одних и тех же материалов создает впечатление отсутствия информационной насыщенности и однообразия предлагаемого контента.

В сообществе ЦФКиС «Нарвская застава» проанализировано 26 публикаций за выбранный период. Из них 23 – текст с визуальным сопровождением, 3 – видео. Можно отметить, что лента в данном сообществе обновляется нерегулярно, раз в несколько дней. При этом отдельного контента для женской аудитории нет. Однако в центре открыт набор для девушек в группы оздоровительной гимнастики, силовых тренировок и растяжки, охватывающие необходимые для женского организма нагрузки. Афиша данной секции опубликована в социальной сети, но дальнейших подробностей или фотоотчетов не представлено. Это могло бы оказать позитивное влияние на привлечение женщин к занятиям двигательной активностью.

Сообщество Спортивно-оздоровительного комплекса Колпинского района «Ижорец» опубликовало 131 материал за выбранный период. Среди публикаций не выявлено ни одного материала о двигательной активности женщин. Из материалов можно выделить один, который является отзывом от посетительницы, сообщаящим о возможности участия в тренировках онлайн. При этом более подробной информации на сайте не представлено.

В социальной сети Центра Кронштадтского района проанализировано 60 публикаций. Регулярно публикуют развернутые эмоциональные материалы о девушках-спортсменках – победительницах различных соревнований. Это может оказать позитивное воздействие на мотивацию девушек к занятиям спортом. Тем не менее, материалов о физкультурной деятельности обычных женщин – жительниц района нет.

Курортный район – 61 публикация. Анонсирован турнир по волейболу среди женских команд, также в более ранний период была представлена афиша спортивного мероприятия среди женщин к 8 марта. Тем не менее, пост-релиза на данное мероприятие опубликовано не было.

В группе «ВКонтакте» Центра спорта Невского района проанализировано 44 публикации за выбранный период. Единственная публикация, посвященная женской двигательной активности, – о успехах юных гимнасток на соревнованиях.

Петроградский район – 48 публикаций. Информации о женской двигательной активности нет, но присутствуют афиши различных активностей для всех, изображающие именно спортсменок-женщин.

Приморский район – 45 публикаций. За выбранный период нет публикаций о женском спорте. Однако в конце мая был опубликован анонс физкультурного мероприятия по сап-серфингу «Миссис спорт» в рамках конкурса «Миссис Приморского района» (28 мая). Также от 23 мая была опубликована новость, что на стадионе «Волна» в Великом Новгороде завершился традиционный КУБОК «ЯРОСЛАВНЫ» среди футбольных мам. Кроме того, в Приморском районе открыта летняя группа по стретчингу для женщин, на эту тему была опубликована афиша.

Пушкинский район – 49 публикаций, информации о женщинах нет.

Фрунзенский район – 108 публикаций, информации о женщинах нет.

Центральный район – 49 публикаций, информации о женщинах нет.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что, несмотря на регулярное ведение социальных сетей Центрами спорта различных районов Санкт-Петербурга, тема женской двигательной активности либо не затрагивается, либо освещается недостаточно или косвенно. Инициативы по развитию женской двигательной

активности, которые присутствуют в некоторых районных центрах, не получают должного освещения.

При этом в ходе анализа была проверена статистически значимая связь между интенсивностью ведения социальных сетей центрами физической культуры и спорта административных районов г. Санкт-Петербурга и степенью репрезентации в них тематики женской двигательной активности. На материале полученных данных по 18 районам города была рассчитана ранговая корреляция Спирмена (r_s) между двумя переменными: общим количеством публикаций в социальных сетях центров физической культуры, спорта и здоровья и количеством публикаций, ориентированных на женскую аудиторию (включая материалы о женской двигательной активности).

Ввиду выраженной асимметрии распределения второй переменной (значительная доля наблюдений характеризуется нулевыми значениями) и потенциальной нелинейности связи предпочтение было отдано ранговому коэффициенту корреляции Спирмена. Результаты расчета показали наличие средней положительной связи ($r>0,30 \leq 0,69$) между показателями «общее количество публикаций в социальных сетях ЦФКСиЗ» и «количество публикаций, ориентированных на женскую аудиторию» $r_s=0,32$ ($p \leq 0,05$). Интерпретация данного значения свидетельствует о том, что с ростом общего объема публикаций наблюдается незначительное увеличение частоты появления контента, посвященного женской двигательной активности.

Особую значимость для интерпретации результатов представляет структурная характеристика данных: в подавляющем большинстве анализируемых районов (13 из 18) публикации, ориентированные на женскую аудиторию, либо полностью отсутствуют, либо представлены единичными материалами. Даже в районах с наиболее высоким общим объемом публикаций (например, Колпинский район – 131 публикация, Выборгский – 122 публикации) контент, посвященный женской двигательной активности, не фиксируется. Данная закономерность указывает не на вариативность подходов к освещению темы в зависимости от активности ведения социальных сетей, а на системную недопредставленность тематики женской двигательной активности в коммуникационной практике центров физической культуры и спорта.

Проведенный статистический анализ позволяет сделать вывод об отсутствии значимой связи между регулярностью ведения социальных сетей и вниманием к проблематике женского спорта: интенсификация публикационной активности центров не сопровождается пропорциональным увеличением доли материалов, посвященных женской двигательной активности. Полученные результаты подтверждают тезис о слабой репрезентации женской двигательной активности в социальных сетях центров спорта Санкт-Петербурга как об устойчивой характеристике текущей коммуникационной практики, а не как о следствии низкой общей активности отдельных подразделений.

Возможные причины сформировавшейся ситуации:

- отсутствие специалистов, профессионально занимающихся ведением социальных сетей;
- отсутствие стратегии по привлечению женщин. Приоритет отдаётся событиям, охватывающим широкую аудиторию;
- стереотипы о «женском спорте»;
- недостаток обратной связи;
- однообразие контента. В некоторых районах (например, Калининский) публикации повторяются, что снижает информационную насыщенность и интерес;
- визуальная подмена. Использование женских образов на афишах без акцента на женскую аудиторию (Адмиралтейский, Выборгский районы).

Подобные условия могут привести:

- к снижению вовлеченности женщин к занятиям физической культурой и спортом;
- укреплению стереотипов о том, что спорт – преимущественно мужская сфера;
- снижению разнообразия спортивных практик;
- ограниченному социальному эффекту. Недостаток программ для женщин снижает вклад спорта в улучшение здоровья и качества жизни этой группы населения.

Выводы. Результаты проведенного анализа показали, что количественные показатели материалов о женской двигательной активности незначительны по сравнению с общим количеством материалов, публикуемых в социальных сетях центров физической культуры, спорта и здоровья Санкт-Петербурга. Наличие средней положительной статистически значимой связи между показателями «общее количество публикаций в социальных сетях ЦФКСиЗ» и «количество публикаций, ориентированных на женскую аудиторию» $r_s=0,32$ ($p \leq 0,05$) свидетельствует о том, что с ростом общего объема публикаций наблюдается незначительное увеличение частоты появления контента, посвящённого женской двигательной активности.

Отсутствие освещения женской двигательной активности в соцсетях центрами физической культуры и спорта может привести к системному снижению вовлечённости женщин в занятия физической культурой и спортом. Это не только закрепляет устаревшие гендерные стереотипы о «мужском» характере спорта и «женских» видах активности, но и ограничивает разнообразие спортивных практик для женщин. В результате потенциал женского спорта остаётся нереализованным. Подобная ситуация снижает возможности партнёрства с организациями, заинтересованными в развитии этой сферы, и ослабляет социальную роль спортивных центров для женской аудитории, что в долгосрочной перспективе снижает возможности формирования культуры двигательной активности различных социальных групп.

Список источников

- 1 Войтик Е. А. Конструирование информационного пространства в спортивной медиакоммуникации России // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2014. Т. 22, № 13 (184). С. 167–174. EDN: TFXGVZ.
- 2 Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года : утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 г. № 3081-р. URL: <http://minsport.gov.ru/2020/docs/new%20files/Проект%20стратегии%202030/Распоряжение,стратегия.pdf> (дата обращения: 08.07.2025).
- 3 Федеральный закон РФ от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/ (дата обращения: 01.06.2026).
- 4 Человек – язык – дискурс: антропоцентрическая лингвистика и лингвистическая антропология: коллективная монография / Золотова Н. О., Волков В. В., Чугунова С. А. [и др.]. Тверь : Тверской гос. ун-т, 2023. 179 с. ISBN 978-5-7609-1877-2.
- 5 Турянская В. А., Скок Н. С., Ермилова В. В. Информационное сопровождение

References

- 1 Voitik E. A. (2014), "Constructing the Information Space in Russia's Sports Media Communication", *Scientific Bulletin of Belgorod State University. Ser.: Humanities*, Vol. 22, No. 13 (184), pp. 167–174.
- 2 The Government of the Russian Federation (2020), "The Strategy for the Development of Physical Culture and Sports in the Russian Federation for the period up to 2030", approved by Decree of No. 3081-r dated November 24, URL: <http://minsport.gov.ru/2020/docs/new%20files/Proekt%20strategii%202030/Rasporyazhenie,strategiya.pdf> (date of request: 08.07.2025).
- 3 (2011), Federal Law of the Russian Federation 21.11.2011 No. 323-FZ "On the Basics of Public Health Protection in the Russian Federation", URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/ (date of request: 01.06.2026).
- 4 Zolotova N. O., Volkov V. V., Chugunova S. A. [et al.] (2023), "Man – Language – Discourse: Anthropocentric Linguistics and Linguistic Anthropology", a collective monograph, Tver, Tver State University, 179 p.
- 5 Turianskaia V. A., Skok N. S., Ermilova V. V. (2024), "Informational support for the sports

- спортивной среды в контексте изучения ценностных ориентаций и девиантного поведения // Вестник Института экономики и социальных технологий. 2024. № 1. С. 39–43. EDN: CMIZDA.
- 6 Гайдамакин А. С., Давыдова К. Ю., Карташова В. И. Цифровое слежение как инструмент формирования индивидуального взаимодействия в социальных сетях // Вестник факультета управления СПбГУ. 2023. Вып. 14. С. 15–27. EDN: KYAZEF.
 - 7 Ефимова Г. З., Зюбан Е. В. Влияние социальных сетей на личность // Мир науки. 2016. Т. 4, № 5. С. 20. EDN: ZIPLJB.
 - 8 Беленко В. Е., Кунгуртсев Э. Е. Интеграция региональных интернет-СМИ в социальные сети (на материале интернет-СМИ г. Новосибирска) // Вестник Новосибирского гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2016. Т. 15, № 6. С. 69–82. EDN: WVPISP.
 - 9 Дугин Е. Я. Медиа и модели социального поведения. DOI 10.18522/2227-8656.2022.1.2 // Гуманитарий Юга России. 2022. Т. 11, № 1. С. 36–47. EDN: YKOFCE.
 - 10 Дорошчук Е. С., Рамазанов И. И. Цифровые технологии спортивных медиа в современном информационном поле. DOI 10.23670/IRJ.2021.9.111.096 // Междунар. научно-исследовательский журнал. 2021. № 9-3 (111). С. 132–135. EDN: UKXXUB.
 - 11 Ляпун С. В., Соколова Г. В. Развитие спортивной журналистики в цифровую эпоху // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2019. № 4 (247). С. 154–158. EDN: UWYTTN.
 - 12 Цифровая среда как возможность формирования социально-адекватного поведения спортсменов из числа спортивного резерва / Н. С. Скок, Ю. М. Макаров, В. С. Куликов, А. И. Черная, Т. И. Улицкая // Теория и практика физической культуры. 2023. № 9. С. 15–17. EDN: HPFQYM.
 - 13 Ершова Н. А., Куралева О. О. Роль социальных сетей в формировании мотивации занятий спортом // Вестник науки. 2025. Т. 2, № 6 (87). С. 2225–2230. EDN: BWJMDQ.
 - 14 Карпов В. Ю., Скоросов К. К., Антонова М. С. Современные виды двигательной активности в формировании здорового образа жизни женщины // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. 2015. № 5 (123). С. 86–91. EDN: TXQHNB.
 - environment in the context of studying value orientations and deviant behavior”, *Bulletin of the Institute of Economics and Social Technologies*, No. 1, pp. 39–43.
 - Gaidamakin A. S., Davydova K. Yu., Kartashova V. I. (2023), “Digital spying as a tool for the creation of individual interaction in social networks”, *Bulletin of the Faculty of Management of St. Petersburg State University*, Issue 14, pp. 15–27.
 - Efimova G. Z., Zyuban E. V. (2016), “Impact of the social networks on the individual”, *Mir nauki*, Vol. 4, No. 5, p. 20.
 - Belenko V. E., Kungurtsev E. E. (2016), “Integration of regional internet mass-media into social networks: novosibirsk internet mass-media”, *Bulletin of Novosibirsk State University. Series: History, Philology*, Vol. 15, No. 6, pp. 69–82.
 - Dugin E. Ya. (2022), “Media and Models of Social Behavior”, *Humanities of the South of Russia*, Vol. 11, No 1, pp. 36–47, DOI 10.18522/2227-8656.2022.1.2.
 - Doroshchuk E. S., Ramazanov I. I. (2021), “Digital Technologies of Sports Media in the Modern Information landscape”, *International Research Journal*, No. 9-3 (111), pp. 132–135, DOI 10.23670/IRJ.2021.9.111.096.
 - Lyapun S. V., Sokolova G. V. (2019), “Sports journalism development in the digital age”, *Bulletin of Adygea State University. Ser. 2: Philology and Art Studies*, No. 4 (247), pp 154–158.
 - Skok N. S., Makarov Yu. M., Kulikov V. S., Chernaya A. I., Ulitskaya T. I. (2023), “Digital environment as an opportunity to form of socially adequate behavior of athletes from the sports reserve”, *Theory and Practice of Physical Culture*, No. 9, pp. 15–17.
 - Ershova N. A., Kuraleva O. O. (2025), “Role of social media in formation of motivation sportsactivities”, *Bulletin of Science*, Vol. 2, No. 6 (87), pp. 2225–2230.
 - Karpov V. Yu., Skorosov K. K., Antonova M. S. (2015), “Modern types of motor activity in the formation of the women’s healthy lifestyle”, *Scientific notes of P.F. Lesgaft University*, No 5 (123), pp. 86–91.

Информация об авторах: Турянская В.А., старший преподаватель кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте, ORCID: 0009-0006-1121-8672, SPIN-код: 8245-5160. Скок Н.С., заведующий кафедрой социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте, ORCID: 0000-0002-4121-836X, SPIN-код: 3917-6020. Закревская Н.Г., профессор кафедры социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте, SPIN-код: 6587-6929. Ермилова В.В., декан факультета управления и общественных отношений, ORCID: 0000-0003-1449-6265, SPIN-код: 5298-0935.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

*Поступила в редакцию 01.07.2026.
 Принята к публикации 18.07.2026.*