

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА РОЗВИТОК ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ

Ірина Бондаренко¹

<https://orcid.org/0000-0002-6651-0682>

Юрій Сергієнко²

<https://orcid.org/0000-0001-8086-0729>

Олег Конопляник³

<https://orcid.org/0000-0002-5143-1332>

Ганна Тарасова⁴

<https://orcid.org/0000-0001-8753-9612>

Олег Бондаренко⁵

<https://orcid.org/0000-0002-4995-7028>

¹⁻⁵ **Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна**

кореспондент-автор – І. Бондаренко: bondarenko.oleg.13.68@gmail.com

doi: 10.32626/2309-8082.2022-25.64-71

Спостерігаються протиріччя між сучасним розвитком соціальних мереж та відсутністю системи знань про вплив мереж на рухову активність і спортивний менеджмент. Спостерігається недостатній рівень підготовленості спеціалістів у галузі спорту до участі у професійних соціальних мережах. *Мета:* визначення впливу соціальних мереж у розвитку фізичної культури, фізичної реабілітації та спорту. *Матеріал і методи:* методи аналізу наукових джерел, анкетування. В опитуванні взяли участь студенти Чорноморського національного університету імені Петра Могили (n=91). *Результати.* Було з'ясовано, що на участь у соціальних мереж студенти факультету фізичного виховання і спорту (n=35) витрачають від 10 % до 90 % від загального часу перегляду. Як вважає 80 % студентів (спеціальність 017 «Фізична культура і спорт») та 92 % (спеціальність 227 «Фізична терапія, ерготерапія») найпопулярнішою соціальною мережею визначено YouTube. YouTube з професійною метою також переглядає 96,4 % першкурсників (n=56). Про соціальну професійну мережу LinkedIn 8,6 % студентів факультету фізичного виховання і спорту зазначили, що взагалі не знайомі з цією мережею. Більшість студентів (74,3 %) схвалило б впровадження курсу з користування LinkedIn, вважаючи, що це допоможе в підвищенні кваліфікації. При опитуванні студентів, які навчаються за спеціальністю 017 «Фізична культура і спорт» було з'ясовано, що 28 % респондентів вважає, що соціальні мережі можуть позитивно вплинути на розвиток екстремальних видів спорту. На думку 40 % студентів, можна підвищити рівень кваліфікації в галузі спорту. Можливість використання мереж в якості наукового методу зазначило 68 % респондентів. Слід зазначити, що більшість студентів факультету (80 %) відзначають вагомий роль соціальних мереж у підвищенні рівня мотивації до занять спортом. *Висновки:* 1) Увага молоді в соціальних мережах до екстремальних видів спорту призводить до збільшення змагань та розвитку цих видів. 2) Вченими відмічено, що участь у соціальних мережах сприяє підвищенню рівня мотивації до систематичних занять фізичною активністю, спортом, хоча деякі результати досліджень стверджують протилежне, що потребує подальших досліджень; 3) Визначено вплив соціальних мереж на вдосконалення професійної підготовки фахівців в галузі спорту; рекомендовано проводити курси з користування професійною мережею LinkedIn. 4) Аналіз соціальних мереж стає сучасним методом наукових досліджень (доступ, користування мережами). 5) Використання соціальних мереж можуть стимулювати розвиток спортивного менеджменту, дозволяє підвищити рівень популяризації спортивних об'єктів та ефективність їх управління.

Ключові слова: соціальна мережа, студент, мотивація, менеджмент, Instagram, LinkedIn, YouTube, фізична культура.

Irina Bondarenko, Yurii Sergienko, Oleg Konoplyanik, Anna Tarasova, Oleg Bondarenko. The influence of social networks on the development of physical culture and sports

Abstract. There are contradictions between the modern development of social networks and the lack of a system of knowledge about the influence of networks on physical activity and sports management. There is an insufficient level of preparedness of specialists in the field of sports to participate in professional social networks. *Objective:* determining the impact of social networks in the development of physical culture, physical rehabilitation and sports. *Material & Methods:* analysis of scientific sources and questionnaire. Students of the Black Sea National University named after Petro Mohyla took part in the survey (n = 91). *Conclusions:* It was found that students of the Faculty of Physical Education and Sports (n=35) spend from 10 to 90% of the total viewing time on social networks. According to 80% of students (specialty 017 "Physical Culture and Sports") and 92% (specialty 227 "Physical therapy, occupational therapy") the most popular social network is YouTube. YouTube for professional purposes is also viewed by 96.4% of 1st year students (n=56). 8.6% of the students of the Faculty of Physical Education and Sports noted that they were not familiar with LinkedIn as the social professional network at all. The majority of students (74.3%) would approve of the introduction of a course on using LinkedIn, believing that this will help them improve their skills. In a survey of students studying in the specialty 017 "Physical Culture and Sports", it was found that 28% of respondents believe that social networks can positively affect the development of extreme sports. According to 40% of students, it is possible to improve the level of qualification in the field of sports. The possibility of using networks as a scientific method was noted by 68% of respondents. It should be noted that the majority of faculty students (80%) note the important role of social networks in increasing the level of motivation for sports. *Results:* 1) The attention of young people in social networks to extreme sports leads to an increase in competition and the development of these types. 2) Scientists have noted that participation in social networks contributes to an increase in the level of motivation for systematic physical activity, sports, although some research results state the opposite, which requires further research. 3) The influence of social networks on the improvement of professional training of specialists in the field of sports was determined; it is recommended to conduct courses on using the professional network LinkedIn. 4) The analysis of social networks is becoming a modern way of scientific research (access, use by networks). 5) The use of social networks can stimulate the development of sports management, allows you to increase the level of popularization of sports facilities and the effectiveness of their management.

Keywords: social network, student, motivation, management, Instagram, LinkedIn, YouTube, physical culture.

Вступ

Науковці зазначають тенденцію зростання ролі телебачення та соціальних мереж в розвитку спорту. Увага ЗМІ до спорту обумовила процеси позитивного ставлення суспільства до нього, збільшення кількості осіб, які задіяні у спортивній діяльності, створення умов для занять руховою активністю [6, с. 82]. Роль соціальних мереж невинно зростає і набуває нових форм [5]. Основні функції ЗМІ та соціальних мереж включають інформування, нагляд за правильним дотриманням закону, створення відповідного поля для суперечок різних думок, забезпечення безперервного навчання, сприяння культурному розвитку суспільства, забезпечення створення партнерства, натхнення для співпраці. Спорт змінився в міжнародно-політичних, культурних, економічних, організаційних, соціальних і міжособистісних відносинах [26].

З удосконаленням засобів масової комунікації особливого значення набули нові медіа. Цифрове радіо і телебачення, інтернет об'єднали текстову та аудіовізуальну інформацію, що дуже успішно використовується спортивними медіа. Друкована преса, радіо- і телепрограми, електронні медіа, освоюючи нові способи спілкування з аудиторією та конкуруючи між собою, сприяють розвитку сучасного спорту [3, с.173].

Наявні підходи до класифікації інтернет-ресурсів спортивної тематики як ефективних інструментів спортивного маркетингу базуються, переважно, на врахуванні потреб та мотивації споживачів, частково – на змістовому наповненні сайту (з чіткої ініціативи він був створений та кому належать права на його використання). Вітчизняні вчені відмічають, що роль соціальних мереж як одного з найбільш ефективних інструментів просування у спортивному маркетингу та їх місце у класифікації спортивних Інтернет-ресурсів є невизначеною [4]. Вітчизняні вчені зазначають, що використання позитивних сторін соціальних мереж (зручність, велика інформативність, неформальність, психологічний комфорт) дозволяють сформувати ефективне середовище для здійснення успішної комунікації між викладачем та студентом [8].

Незважаючи на численні дослідження, які присвячені вивченню тенденцій зростання впливу соціальних мереж на суспільство, вирішення проблеми впливу на розвиток фізичної культури потребує подальшої уваги з боку науковців, менеджерів, фахівців в галузі спорту. Отже, наявність суперечностей між стрімким сучасним розвитком соціальних мереж та відсутністю системи знань щодо впливу мереж на рухову активність, спортивний менеджмент, психологію спорту, недостатнім рівнем підготовленості фахівців в галузі спорту до участі в професійних соціальних мережах, зумовлюють необхідність проведення досліджень.

Матеріал і методи дослідження

Мета дослідження полягала у визначенні ролі соціальних мереж у розвитку фізичної культури, фізичної реабілітації, спорту в сучасних умовах.

Завдання дослідження:

1) узагальнення результатів досліджень науковців щодо впливу соціальних мереж на розвиток фізичної культури, окремих видів спорту, підвищення мотивації молоді до занять спортом;

2) визначення думки студентів факультету фізичного виховання та спорту, студентів-першокурсників інших спеціальностей щодо розвитку соціальних мереж в галузі фізичної культури;

3) систематизація знань щодо впливу соціальних мереж на розвиток фізичної культури і спорту.

Дослідження проведене у відповідності до теми «Удосконалення системи фізичного виховання студентів, студентського спорту в сучасних умовах реформування вищої освіти в Україні», номер державної реєстрації 0120U102566. Понад 30 % іноземних робіт, пов'язаних із досліджуваною проблемою, було опубліковано у 2021–2022 роках, що свідчить про значну увагу наукової спільноти до проблеми, якій присвячено це дослідження. Одним із використаних методів був аналіз наукових джерел. Інший метод – письмове опитування. У ньому взяли участь студенти Чорноморського національного університету імені Петра Могили (n=91), а саме факультету фізичного виховання та спорту, які навчаються за спеціальністю 017 «Фізична культура і спорт» 2-3 курсів (n=25), за спеціальністю 227 «Фізична терапія, ерготерапія» 3-4 курсів (n=10) та студентів-першокурсників різних спеціальностей (n=56).

У дослідженні використовували методи соціальних досліджень, зокрема, анкетування. Було розроблено 3 модифікації анкети з урахуванням спеціальності студентів. В анкету були включені питання: скільки часу витрачається на перегляд соціальних мереж (% від загального часу перегляду); які мережі використовуються з метою підвищення фахового рівня в галузі спорту (фізичної реабілітації): Reddit, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, LinkedIn, WhatsApp, YouTube; чи потрібно для студентів проводити курс з користування професійною мережею LinkedIn); чи впливають соціальні мережі на розвиток спорту (фізичної реабілітації)? Було запропоновано як варіанти відповідей: розвиток екстремальних видів спорту, підвищення рівня мотивації до занять спортом, підвищення рівня кваліфікації фахівців в галузі спорту, використання мереж в якості наукового методу, маркетингу у спорті, так й варіант власних пропозицій. Таким чином, нами були застосовано відкриті, напіввідкриті, закриті види питань.

Всім респондентам було роз'яснено мету дослідження. Анкетування проводили за допомогою освітньої платформи MOODLE. Студенти анкети завантажували протягом березня-квітня 2022 рр. (n=85). Аналіз за результатами анонімного анкетування (n=6) було здійснено до військових дій в країні. Для побудови діаграм було використано програму Excel.

Результати дослідження

В результаті досліджень було з'ясовано, що на перегляд соціальних мереж студенти факультету фізичного виховання і спорту витрачають від 10 % до 90 % від загального часу перегляду.

Найпопулярнішою соціальною мережею респондентами відмічено ресурс YouTube (рис.1).

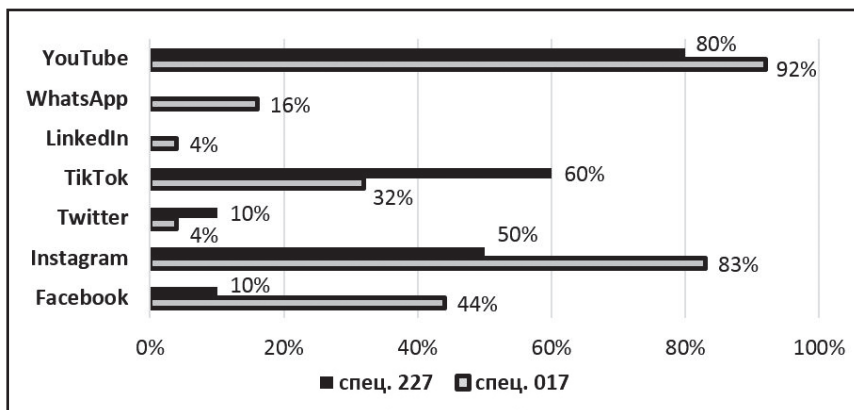


Рис. 1 Кількість студентів (%), які переглядають соціальні мережі з професійною метою (студенти, які навчаються за спеціальністю 017 «Фізична культура і спорт» та 227 «Фізична терапія, ерготерапія») (n=35).

YouTube з професійною метою також переглядає 96,4 % першокурсників (n=56).

Соціальні мережі відіграють важливу роль у сучасній спортивній індустрії та користуються все більшою популярністю серед студентів. LinkedIn має великий потенціал та освітню цінність завдяки своїм особливим характеристикам, які сприяють розвитку професійної кар'єри студентів, підприємництва та інновацій. Про соціальну професійну мережу LinkedIn 8,6 % студентів факультету фізичного виховання і спорту ЧНУ ім. Петра Могили зазначили, що «чують уперше про мережу». Більшість студентів (74,3 %) схвалило б впровадження курсу з користування цієї мережі, вважаючи, що це допоможе в підвищенні кваліфікації.

При опитуванні студентів, які навчаються за спеціальністю 017 «Фізична культура і спорт» було з'ясовано, що 28 % респондентів вважає, що соціальні мережі можуть позитивно вплинути на розвиток екстремальних видів спорту; на думку 40 % студентів, можна підвищити рівень кваліфікації в галузі спорту; 68 % майбутніх бакалаврів зазначають можливість

використання мереж в якості наукового методу. Слід зазначити, що більшість студентів факультету (80 %) відзначають вагомий роль соціальних мереж у підвищенні рівня мотивації до занять спортом.

Студенти, які навчаються за спеціальністю 227 «Фізична терапія, ерготерапія» (70%) відмітили, що користування соціальними мережами може вплинути на розвиток реабілітаційних послуг, допоможе ознайомитися з професійним досвідом відомих фахівців.

Аналізуючи наукові джерела, нами визначено:

1) Зростає увага глядачів до перегляду спортивних подій в соціальних мережах, що стимулює розвиток видів спорту. Науковцями зазначено зростання загальної кількості годин трансляцій у період 2010-2019 рр. з 191 до 823 [2]. Найбільша кількість переглядів сторінок вебсайту спостерігається в літні місяці: у червні – 4 млн, у липні – майже 5 млн, у серпні налічувалося 8,4 млн переглядів. Аналізуючи кількість переглядів сторінок веб-сайту Міжнародної федерації з веслування, можна відмітити значну зацікавленість людей до веслувальних видів спорту [7] (рис.2).

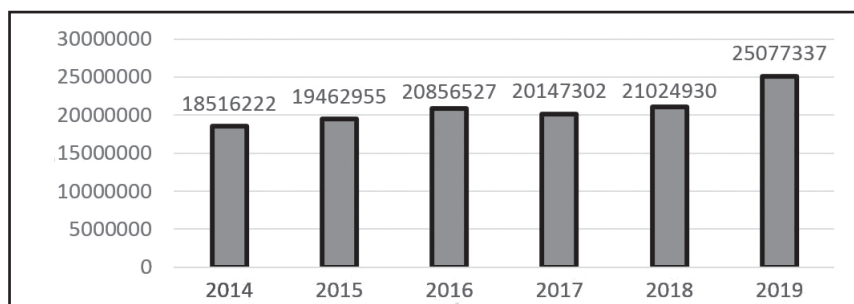


Рис. 2 Кількість переглядів сторінок вебсайту Міжнародної федерації з веслування [7]

Переглядів відео в Instagram у 2018 р. було 8,6 млн, а вже у 2019 р. – 12,4 млн. В той же час спостерігається негативна динаміка переглядів у мережі Facebook (рис.3).

Спостерігається тенденція зростання кількості переглядів на YouTube у період з 2010 по 2019 рік [7] (рис.4).

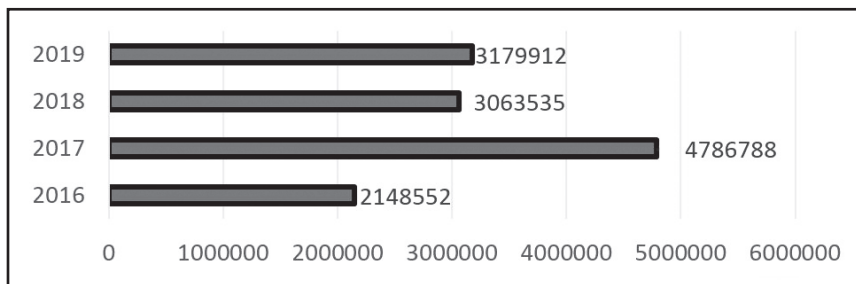


Рис. 3 Кількість переглядів відео у мережі Facebook (за даними Міжнародної федерації з веслування [29])

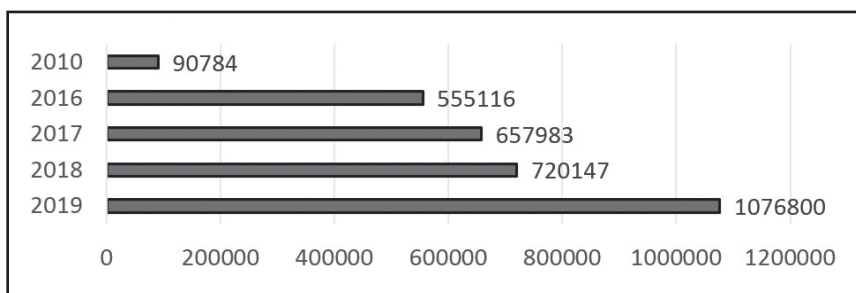


Рис. 4 Кількість переглядів на YouTube спортивних подій з веслування [7]

Спостерігається значне збільшення переглядів спортивних подій з телефонів: у 2016 р. – 1,5 млн, а вже у 2019 р. – 2,7 млн переглядів [7].

Сьогодні кожний спортивний захід неможливо уявити без інформаційної підтримки. Таким чином, соціальні мережі ефективно формують сприйняття спорту сучасною людиною, сприяють розвитку екстремальних видів веслування.

2) Використання соціальних мереж з метою вдосконалення професійних навичок фахівців в галузі спорту. Спортивна індустрія вимагає від майбутніх професіоналів оволодіння цифровими навичками. Використання та роль соціальних мереж у спорті і в освіті було посилено наслідками пандемії COVID-19. Фахівці факультету спортивного менеджменту розробили програму навчання з вдосконалення професійних навичок та надання студентам досвіду навчання з використанням соціальної мережі LinkedIn, за допомогою якої, студенти можуть самостійно досліджувати професійну сферу спорту з метою працевлаштування. Уподобаннями студентів, які навчаються за спеціальністю «Спортивний менеджмент», до використання поза академічним контекстом були WhatsApp, YouTube та Instagram. Ці мережі можуть стати підказкою на заняттях з спортивного менеджменту, оскільки студентам вони вже знайомі та їм подобається їх використання [21]. Сектор вищої освіти повинен реагувати на зміни в галузі та тенденції популярної культури, а факультет спортивного менеджменту

повинен навчати студентів медіаграмотності, щоб студенти могли мати можливість підвищувати кваліфікацією для реалізації своїх професійних прагнень [22].

На думку науковців, необхідно краще використовувати освітній потенціал соціальних медіа-платформ, заохочуючи спільну роботу для формування знань. Викладачі повинні включити такі типи платформ до інформаційних ресурсів, які вони рекомендують студентам, оскільки вони можуть сприяти розвитку навичок з фізичного виховання та спорту, одержуючи доступ до найновішої інформації в галузі. З'ясовано, що учні використовують ці мережі кілька разів на день, тоді як більшість викладачів – лише кілька разів на тиждень. Таким чином, відповіді виявляють різницю між частотою використання соціальних мереж як засобів професійного спілкування [27].

Вчені звертають увагу, що Facebook і Twitter відрізняються за своїм змістом і функціонуванням, але викладачі можуть використовувати їх для розповсюдження інформації; спостерігати за професійними організаціями (наприклад, Американський коледж спортивної медицини); надавати миттєвий зворотній зв'язок щодо питань (завдань); слідкувати за подіями в режимі он-лайн, щоб отримувати сучасну інформацію в цій галузі. Оскільки соціальні мережі продовжують набирати популярність серед студентів коледжу, викладачі повинні розглянути можливість включення деяких із цих технологій у свої курси для сприяння залученню студентів як у класну, так й позакласну роботу [13].

3) Позитивний ефект мотивації до занять спортом, руховою активністю. На офіційних сайтах міжнародних федерацій з багатьох видів спорту звернено увагу на можливість використання соціальних мереж в підвищенні мотивації та залученні дітей до занять спортом. Міжнародна федерація з веслування на байдарках і каное співпрацює з Facebook, Instagram, Twitter. На офіційному сайті Міжнародної федерації з веслування на байдарках і каное розташовано вебсторінку для дітей, на якій можна знайти всілякі безкоштовні заходи (кросворди; розмальовки, ігри на кшталт: «знайди відмінності»). Мета – мотивувати дітей до занять з дисциплін веслування на каное [18].

Дослідження вчених довели, що молодь за допомогою соціальних мереж проводить багато часу в Інтернеті. Використовуючи інструменти соціальних мереж та додатки, які пов'язані зі спортивною тематикою розвивають навички та компетенції, залучаючись до занять спортом в офлайн-середовищі [10]. Результати дослідження свідчать, що молодь, яка займається фізичною активністю, користуючись фітнес-додатками, мотивується за допомогою «лайків» у соціальній мережі. Щоб заохотити споживачів займатися фізичними вправами, розробники фітнес-додатків гейміфікують налаштування, щоб зробити тренування більш цікавими та програми схожими на соціальні мережі [23].

Результати досліджень свідчать про те, що соціальні мережі сприяють підтримці фізичної активності літніх людей. Визначено, що соціальні зв'язки відіграють вагомую роль у покращенні здоров'я літніх людей [20]. Також представлено перспективні стратегії, які використовують соціальні мережі для підвищення фізичної активності та зменшення малорухливої поведінки молоді [11]. При опитуванні було з'ясовано, що учасники соціальних мереж з проблем здоров'я та фітнесу займаються на 42,9 хв/тиждень більше, ніж ті, хто не стежить за аккаунтами. Соціальні мережі можна використовувати як інструмент заохочення поведінки рухової активності у студентів коледжу [15]. В результаті досліджень соціальних мереж щодо підвищення мотивації підлітків до занять руховою активністю було з'ясовано, що соціальні мережі сприяли підвищенню рівня прийняття соціальної норми щодо фізичної активності, і відповіді на відеоблоги були більш позитивними в соціальній мережі, ніж у засобах масової інформації [28].

4) Використання соціальних мереж дозволяє значно підвищити рівень популяризації спортивних об'єктів та ефективність їх управління. Результати досліджень свідчать, що менеджери гірськолижних курортів усвідомлюють важливість присутності в Інтернеті, оскільки всі мають доступ до Інтернету та веб-сайту.

Але спортивним організаціям необхідно вийти за межі традиційного надання інформації. Використання соціальних мереж, таких як Twitter і Facebook, може допомогти популяризувати спортивний об'єкт не тільки на національному рівні, але й у всьому світі, надаючи потенційним лижникам найновішу інформацію з інтерактивними функціями, які корисні для спілкування з клієнтами та вирішення проблем [12].

Проведені дослідження підтвердили, що розробка онлайн-профілю може допомогти індивідуалізації спортсменів на висококонкурентному ринку. Використання соціальних мереж спортсменами має стати частиною стратегічного маркетингового підходу [16].

Результати досліджень свідчать, що соціальні мережі, зокрема канал «Пов'язано з футболом», сприяли популяризації та покращили імідж збірної Польщі з футболу. Половина учасників мереж змінила думку про гравців після перегляду відеоматеріалів, і завдяки цьому посилюється емоційний зв'язок між гравцями та вболівальниками [9].

Ряд науковців вивчали використання засобів маркетингових комунікацій в діяльності фітнес-клубів. В результаті досліджень визначено, що оптимізують інформацію про власну сторінку та послуги в інтернет-довідниках менше 50 % фітнес-клубів. Впроваджують рекламу в мережі та використовують соціальні мережі у роботі, відповідно лише 34 % та 23 % фітнес-клубів. Комунікації відбуваються з метою формування довіри, переконання споживача в перевагах цього фітнес-клубу, інформування про асортимент послуг [1].

Дискусія

Результати показують, що 93,3% студентів користуються соціальними мережами принаймні раз на день, 63,8 % вважають, що витрачають на них занадто багато годин, а 58,1% вважають, що вони в якійсь мірі залежні. Щодо їхньої думки з використання соціальних мереж, 98,1 % відмітили, що вони мають доступ до соціальних мереж через смартфон, на другому місці за частотою використання – ноутбук (71,4 %), за ним йдуть планшет (16,2 %) і настільний комп'ютер (8,6 %); 94,3% студентів навчилися користуватися соціальними мережами самостійно, 43,8 % через друзів, 9,5 % через сім'ю, 11,4 % – в середній школі, 18,1 % – в університеті та 2,9 % – на роботі [21].

Проведені дослідження серед студентів спеціальності «Психологія» з'ясували, що 36 % респондентів витрачають 1–2 години на день, відвідуючи сайти соціальних мереж; 20 % студентів витрачають 3–4 години, 9 % респондентів проводять в мережах більше шести годин щодня [10].

На думку вчених, щоб уникнути термінологічної плутанини, подальші дослідження все ще мають встановити межі визначення терміну «соціальні мережі».

Так частина студентів визначили освітню платформу Moodle як соціальну мережу, деякі студенти підтримуються протилежної думки [21].

Вченими була проаналізована мережа «Healthy Region Plus» у Південній Німеччині. Аналіз проходив у три етапи: візуалізація даних, описовий аналіз властивостей мережі та інтерпретація результатів. Визначено, що успіх мережі залежить від активної участі членів та їхнього охоплення за межами існуючої мережі, між міськими та районними рівнями, між секторами, які відповідають за зміцнення здоров'я та структурами, що сприяють здоров'ю в регіоні [14].

Результати досліджень свідчать, що можна перетворити неефективні мережі охорони здоров'я на соціальні ресурси, які здібні значно підвищувати рівень мотивації до збереження здоров'я. Постачальники медичних послуг, онлайн-фітнес-програми та співтовариства для покращення здоров'я пацієнтів шукають способи структурувати соціальні взаємодії між своїми членами, щоб забезпечити найбільші стимули для підтримки здоров'я. Соціальні мережі можна використовувати для вирішення низки інших проблем зі здоров'ям, таких як дотримання лікарських засобів, контроль цукрового діабету, відмова від куріння, вакцинація проти грипу, втрата ваги та профілактичні огляди [30].

Вчені визначили вагому роль мереж у профілактиці ожиріння серед дітей та взаємодії між її членами [25]. З метою профілактики ожиріння вивчалася загальна мережа, яка включала 558 зацікавлених сторін, які представляли громадські організації, батьків, заклади охорони здоров'я та догляд за дітьми, університети [19].

Результати інших досліджень показали, що використання студентами (n=58) соціальних мереж не пов'язане з фізичними навантаженнями, ступінь використання соціальних мереж не було визначальним фактором підвищення рівня фізичної активності студентів [24]. Для перевірки зв'язку між участю у фізичній активності та використанням соціальних мереж було проведено кореляційний аналіз, в результаті якого було з'ясовано, що фізична активність респондентів не була пов'язана з участю у соціальних мережах [17].

Результати власних досліджень свідчать про зростання ролі соціальних мереж у розвитку фізичної культури. Студенти відмічають, що соціальні мережі дозволяють вести блоги у фітнес-індустрії; створюються образи спортивних кумирів; підвищується рівень взаємодії між людьми, що призводить до створення позитивної атмосфери підтримки щодо занять фізичними вправами. В галузі фізичної реабілітації соціальні мережі можуть сприяти пошуку засобів відновлення, підвищення професійного рівня фахівців з реабілітації.

Висновки

На наш погляд, спостерігається ряд тенденцій щодо вагомого впливу соціальних мереж на розвиток фізичної культури:

1) Увага молоді в соціальних мережах до екстремальних видів спорту призводить до збільшення змагань та розвитку цих видів.

2) Вченими відмічено, що участь у соціальних мережах сприяє підвищенню рівня мотивації до систематичних занять фізичною активністю, спортом, хоча деякі результати досліджень стверджують протилежне, що потребує подальших досліджень;

3) Визначено вплив соціальних мереж на вдосконалення професійної підготовки фахівців в галузі спорту; рекомендовано проводити курси з користування професійною мережею LinkedIn.

4) Аналіз соціальних мереж стає сучасним методом наукових досліджень (доступ, користування мережами).

5) Використання соціальних мереж можуть стимулювати розвиток спортивного менеджменту, дозволяє підвищити рівень популяризації спортивних об'єктів та ефективність їх управління.

Перспективу подальших досліджень бачимо в аналізі соціальних мереж щодо розвитку психології спорту, зокрема, вивчення психологічних аспектів взаємодії між спортсменами команди, тренером; в розвитку спортивного менеджменту: залучення вболівальників до спортивних клубів; проведенні кореляційного аналізу щодо дослідження залежності рівня мотивації до занять спортом від активності в соціальних мережах.

Конфлікт інтересів. Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів.

Джерела та література

1. Боднар А., Серєда Н., Стадник С. Особливості використання засобів маркетингової комунікації в діяльності фітнес-клубу. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення* : матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. (23–24 квітня 2020 року, м. Львів). Львів, 2020. С. 24-27. URL: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/25582/1/Zb_FtR_2020_1_04_024-027.pdf
2. Бондаренко, І., Кураса, Г., Сергієнко, Ю., Конопляник, О., Головаченко, І., & Дзюбан, О. Сучасні тенденції розвитку веслування у світі. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Фізичне виховання, спорт*

References

1. Bodnar, A., Sereda, N., & Stadnyk S. (2020), "Osoblyvosti vykorystannja zasobiv marketynghovoi komunikaciji v dijalnosti fitnes-klubu"[Features of the use of marketing communications in the activities of a fitness club]. *Problems of activation of recreational and health activities of the population* : Materials of the XII International. scientific-practical conf. (April 23-24). Lviv, 2020. pp. 24-27. Retrieved from: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/25582/1/Zb_FtR_2020_1_04_024-027.pdf
2. Bondarenko, I., Kurasa, Gh., Serghijenko, Ju., Konopljanyk, O., Gholovachenko, I., & Dzjuban, O. (2021), "Suchasni tendenciji

- і здоров'я людини*, 2021. № 20. С. 26–33. URL: <https://doi.org/10.32626/2309-8082.2021-20.26-33>
- Гусев А. В. Історія та функціонально-типологічні особливості спортивної медіакомунікації : автореф. дис. ...канд. наук із соці. комунікацій : 27.00.04 Дніпропетров. нац. ун-т імені Олеся Гончара. Дніпро, 2016. 22 с.
 - Задорожна О., Бунеева В. Аналіз підходів до класифікації інтернет-ресурсів спортивної тематики. *Фізична культура, спорт та здоров'я нації : збірник наук. праць*. 2016. Вип. 2. С. 314–318.
 - Кіца М. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістські науки*. 2018. Вип. 896(2). С.107–114. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.107>
 - Кропивницька Т., Краснянський К. Сучасні тенденції розвитку спорту та їх вплив на організацію комплексних змагань. *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*. 2016. № 3. С. 80–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/TMFVS_2016_3_17
 - Шепель В. Роль ЗМІ та мережа інтернет у розвитку веслувальних видів спорту. Шляхи розвитку науки в сучасних кризових умовах: *матеріали II міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*, 3-4 червня 2021 р. Дніпро, Україна, 2021. С.487-489.
 - Шульська Н., Матвійчук Н. Соціальні мережі як ефективне середовище викладацько-студентської комунікації в навчальному процесі. *Інформаційні технології засоби навчання*. 2017. Т. 58 (2). С.155-168. URL: <https://doi.org/10.33407/itlt.v58i2.1590>
 - Bañbula, J., & Kasperek, Z. (2020). The impact of social media on managing the image of the Polish national football team. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 87, pp. 46-55 Retrieved from: DOI: 10.2478/pcsr-2020-0018
 - Baniasa, P., & Malita, L. (2011). Can we use sport, web 2.0 and social informal learning to develop & enhance social competences? *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, pp. 628–632. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.03.153>
 - Barnett, T., Van, Hulst, A., Belanger-Gravel, A., Saint-Charles, J., & Tresierra-Farbridge, E. (2021). Leveraging social networks to increase physical activity. *The Health & Fitness Journal of Canada*, 14(3). Retrieved from: <https://doi.org/10.14288/hfjc.v14i3.639>
 - Cristobal-Fransi, E., Daries-Ramon, N., Mariné-Roig, E., & Martin-Fuentes, E. (2017). Implementation of Web 2.0 in the snow tourism industry: Analysis of the online presence and e-commerce of ski resorts. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21 (2), pp. 117-130. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2017.06.002>
 - Feito, Yu., & Brown, C. (2018). A practical approach to incorporating Twitter in a college course. *Advances in Physiology Education*, pp. 152–158. Retrieved from: doi:10.1152/advan.00166.2017.
 - Fleuren, T., Thiel, A., & Frahsa, A. (2021). Identification of Network Promoters in a Regional and Intersectoral Health Promotion Network: A Qualitative Social Network Analysis in Southern Germany. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, (18), pp. 83-72. Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/ijerph18168372>
 - Folk, A.L., & Kovacs, S.J. Social Media Use and Physical Activity Participation in College Students. An Exploratory Analysis. *Common-Health*, 2 (3), pp. 103-112. Retrieved from: DOI: 10.15367/ch.v2i3.492
 - Green, M. R. (2016). The impact of social networks in the development of a personal sports brand. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 6(3), pp. 274-294. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1108/SBM-09-2015-003>
 - Helbach, J., & Stahlmann, K. (2021). Changes in Digital Media Use and German Young Adults under the Covid-19 Pandemic – A Cross-Sectional Study. *Journal of Sports Science and Medicine*, 20, pp. 642-654. Retrieved from: DOI: <https://doi.org/10.52082/jssm.2021.642>
 - International Canoe Federation. Canoe Kids. Retrieved from: <https://www.canoeicf.com/canoe-kids>
 - rozvytku veslunnja u sviti” [Modern trends in the development of rowing in the world]. *Bulletin of Kamyanets-Podilsky National Ivan Ogiienko University. Physical education, sports and human health*, (20), pp. 26–33. Retrieved from: <https://doi.org/10.32626/2309-8082.2021-20.26-33>. [in Ukraine].
 - Ghusjev A. V. (2014), “Istorija ta funkcionaljno-typologichni osoblyvosti sportyvnogi mediakomunikaciji” [History and functional-typological features of sports media communication]: abstract of the dissertation for the sciences degree of cand. sciences in social communications: 27.00.04 Oles Honchar Dnipropetrovsk National University. Dnipro. 22 p. [in Ukraine].
 - Zadorozhna, O., & Bunjejeva, V. (2016), “Analiz pidkhodiv do klasyfikaciji internet-resursiv sportyvnogi tematyky” [Analysis of approaches to the classification of sports Internet resources]. *Physical culture, sport and healthy nation: a collection of scientific practices*. (2). pp. 314–318. [in Ukraine].
 - Kica, M. (2018), “Rolj socialjnykh mrezh u suchasnj zhurnalystyci” [The role of social networks in modern journalism]. *Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic». Journalistic sciences*, 896 (2), pp. 107–114. Retrieved from: <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.107>. [in Ukraine].
 - Kropyvnyjcka, T., & Krasnjanskyj, K. (2016), “Suchasni tendenciji rozvytku sportu ta jikh vplyv na orghanizaciju kompleksnykh zmaghanj” [Modern trends in the development of sports and their impact on the organization of complex competitions]. *Theory and methods of physical education and sports*, (3), pp. 80–84. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/TMFVS_2016_3_17. [in Ukraine].
 - Shepelj, V. (2021), “Rolj ZMI ta merezha internet u rozvytku veslualjnykh vydiv sportu” [The role of the media and the Internet in the development of rowing sports]. *Materials of the II international scientific and practical Internet conference* (June 3-4, 2021). Dnipro, pp. 487-489. [in Ukraine].
 - Shuljsjka, N., & Matvijchuk, N. (2017), “Socialjni mrezhni jak efektyvne seredovyshe vykladajko-studentskoji komunikaciji v navchalnomu procesi” [Social networks as an effective environment for teacher-student communication in the educational process]. *Information technology learning tools*, 58(2), pp. 155–168. Retrieved from: <https://doi.org/10.33407/itlt.v58i2.1590>. [in Ukraine].
 - Bañbula, J., & Kasperek, Z. (2020). The impact of social media on managing the image of the Polish national football team. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 87, pp. 46-55 Retrieved from: DOI: 10.2478/pcsr-2020-0018
 - Baniasa, P., & Malita, L. (2011). Can we use sport, web 2.0 and social informal learning to develop & enhance social competences? *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, pp. 628–632. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.03.153>
 - Barnett, T., Van, Hulst, A., Belanger-Gravel, A., Saint-Charles, J., & Tresierra-Farbridge, E. (2021). Leveraging social networks to increase physical activity. *The Health & Fitness Journal of Canada*, 14(3). Retrieved from: <https://doi.org/10.14288/hfjc.v14i3.639>
 - Cristobal-Fransi, E., Daries-Ramon, N., Mariné-Roig, E., & Martin-Fuentes, E. (2017). Implementation of Web 2.0 in the snow tourism industry: Analysis of the online presence and e-commerce of ski resorts. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21 (2), pp. 117-130. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2017.06.002>
 - Feito, Yu., & Brown, C. (2018). A practical approach to incorporating Twitter in a college course. *Advances in Physiology Education*, pp. 152–158. Retrieved from: doi:10.1152/advan.00166.2017.
 - Fleuren, T., Thiel, A., & Frahsa, A. (2021). Identification of Network Promoters in a Regional and Intersectoral Health Promotion Network: A Qualitative Social Network Analysis in Southern Germany. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, (18), pp. 83-72. Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/ijerph18168372>
 - Folk, A.L., & Kovacs, S.J. Social Media Use and Physical Activity Participation in College Students. An Exploratory Analysis. *Common-Health*, 2 (3), pp. 103-112. Retrieved from: DOI: 10.15367/ch.v2i3.492

19. Korn, A., Hammond, R., Hennessy, E., Must, A., Pachucki, M., & Economos, C. (2021). Evolution of a Coalition Network during a Whole-of-Community Intervention to Prevent Early Childhood Obesity. *Child Obes*, 17(6), pp. 379-390. Retrieved from: doi: 10.1089/chi.2020.0156.
20. Litwin, H., & Shaul, A. (2019). The effect of social network on the physical activity – cognitive function nexus in late life. *Int Psychogeriatr*, 31(5), pp. 713–722. Retrieved from: doi:10.1017/S1041610218001059.
21. López-Carril, S., Alguacil, M., & Anagnostopoulos, C. (2022). LinkedIn in sport management education: Developing the students' professional profile boosting the teaching-learning process. *The International Journal of Management Education*, 20(1). Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100611>
22. López-Carril, S., Anagnostopoulos, C., & Parganas, P. (2020). Social media in sport management education: Introducing LinkedIn. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 27. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100262>
23. Luo, W., & He, Y. (2021). Influence of sports applications on college students' exercise behaviors and habits: A thematic analysis. *Alexandria Engineering Journal*, 60, pp. 5095-5104. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.aej.2021.03.059>
24. Martin, J., Acampad, E., Baligad, R., Larce, A., & Santos, M. (2017). Correlation of Physical Activity and Social Media Use of Students. Conference: *2nd International Conference on Sports Science, Health and Physical Education*, 1, pp. 370-374. Retrieved from: DOI:10.5220/0007061303700374
25. McGlashan, J.; Nichols, M.; Korn, A.; Millar, L.; Marks, J.; Sanigorski, A.; Pachucki, M.; Swinburn, B.; Allender, S.; & Economos, C. (2018). Social Network Analysis of Stakeholder Networks from Two Community-Based Obesity Prevention Interventions. *PLoS ONE*, 13(4), pp. 196-211. Retrieved from: DOI: 10.1371/journal.pone.0196211
26. Moradi, M., Honari H., Naghshbandi, S., & Jabari, N. (2012). The association between informing, social participation, educational, and culture making roles of sport media with development of championship sport. *Social and Behavioral Sciences*, 46, pp. 5356 – 5360. Retrieved from: DOI:10.1016/j.sbspro.2012.06.438
27. Stoicescu, M., & Stanescu, M. (2018). Social media as a learning tool in physical education and sports area. Conference: *The 14th International Scientific Conference eLearning and Software for Education At: Bucharest*, 3, pp. 346-353. Retrieved from: DOI: 10.12753/2066-026X-21-193
28. Van Woudenberg, T. J., Bevelander, K. E., Burk, W. J., Smit, C. R., Buijs, L., & Buijzen M. (2020). Testing a Social Network Intervention Using Vlogs to Promote Physical Activity Among Adolescents: A Randomized Controlled Trial. *Front. Psychol.* Retrieved from: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02913>
29. *World Rowing Circulars. Key Performance Indicators 2019 (at 060220)*. World rowing : official website FISA. URL: <https://worldrowing.com/about/organisation/governance/official-communications-world-rowing-circulars/> (Last accessed: 1.02.2021).
30. Zhang, J., Brackbill, D., Yang, S., Becker, J., Herbert, N., & Centola, D. (2016). Support or competition? How online social networks increase physical activity: A randomized controlled trial. *Preventive Medicine Reports*, 4, pp. 453-458. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2016.08.008>
16. Green, M. R. (2016). The impact of social networks in the development of a personal sports brand. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 6(3), pp. 274-294. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1108/SBM-09-2015-003>
17. Helbach, J., & Stahlmann, K. (2021). Changes in Digital Media Use and German Young Adults under the Covid-19 Pandemic – A Cross-Sectional Study. *Journal of Sports Science and Medicine*, 20, pp. 642-654. Retrieved from: DOI: <https://doi.org/10.52082/jssm.2021.642>
18. International Canoe Federation. Canoe Kids. Retrieved from: <https://www.canoeicf.com/canoe-kids>
19. Korn, A., Hammond, R., Hennessy, E., Must, A., Pachucki, M., & Economos, C. (2021). Evolution of a Coalition Network during a Whole-of-Community Intervention to Prevent Early Childhood Obesity. *Child Obes*, 17(6), pp. 379-390. Retrieved from: doi: 10.1089/chi.2020.0156.
20. Litwin, H., & Shaul, A. (2019). The effect of social network on the physical activity – cognitive function nexus in late life. *Int Psychogeriatr*, 31(5), pp. 713–722. Retrieved from: doi:10.1017/S1041610218001059.
21. López-Carril, S., Alguacil, M., & Anagnostopoulos, C. (2022). LinkedIn in sport management education: Developing the students' professional profile boosting the teaching-learning process. *The International Journal of Management Education*, 20(1). Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100611>
22. López-Carril, S., Anagnostopoulos, C., & Parganas, P. (2020). Social media in sport management education: Introducing LinkedIn. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 27. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100262>
23. Luo, W., & He, Y. (2021). Influence of sports applications on college students' exercise behaviors and habits: A thematic analysis. *Alexandria Engineering Journal*, 60, pp. 5095-5104. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.aej.2021.03.059>
24. Martin, J., Acampad, E., Baligad, R., Larce, A., & Santos, M. (2017). Correlation of Physical Activity and Social Media Use of Students. Conference: *2nd International Conference on Sports Science, Health and Physical Education*, 1, pp. 370-374. Retrieved from: DOI:10.5220/0007061303700374
25. McGlashan, J.; Nichols, M.; Korn, A.; Millar, L.; Marks, J.; Sanigorski, A.; Pachucki, M.; Swinburn, B.; Allender, S.; & Economos, C. (2018). Social Network Analysis of Stakeholder Networks from Two Community-Based Obesity Prevention Interventions. *PLoS ONE*, 13(4), pp. 196-211. Retrieved from: DOI: 10.1371/journal.pone.0196211
26. Moradi, M., Honari H., Naghshbandi, S., & Jabari, N. (2012). The association between informing, social participation, educational, and culture making roles of sport media with development of championship sport. *Social and Behavioral Sciences*, 46, pp. 5356 – 5360. Retrieved from: DOI:10.1016/j.sbspro.2012.06.438
27. Stoicescu, M., & Stanescu, M. (2018). Social media as a learning tool in physical education and sports area. Conference: *The 14th International Scientific Conference eLearning and Software for Education At: Bucharest*, 3, pp. 346-353. Retrieved from: DOI: 10.12753/2066-026X-21-193
28. Van Woudenberg, T. J., Bevelander, K. E., Burk, W. J., Smit, C. R., Buijs, L., & Buijzen M. (2020). Testing a Social Network Intervention Using Vlogs to Promote Physical Activity Among Adolescents: A Randomized Controlled Trial. *Front. Psychol.* Retrieved from: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02913>
29. *World Rowing Circulars. Key Performance Indicators 2019 (at 060220)*. World rowing : official website FISA. URL: <https://worldrowing.com/about/organisation/governance/official-communications-world-rowing-circulars/> (Last accessed: 1.02.2021).
30. Zhang, J., Brackbill, D., Yang, S., Becker, J., Herbert, N., & Centola, D. (2016). Support or competition? How online social networks increase physical activity: A randomized controlled trial. *Preventive Medicine Reports*, 4, pp. 453-458. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2016.08.008>