



Фролова Татьяна Ивановна

Доктор филологических наук, профессор
Кафедра периодической печати, факультет
журналистики, Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова, г. Москва, e-mail: t_frolova@bk.ru

Tatiana I. Frolova

D.Sc. in Philology, Full Professor
Department of Periodical Press, Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow State University Moscow,
e-mail: t_frolova@bk.ru



Стрига Елизавета Андреевна

Аспирант
Кафедра периодической печати, факультет
журналистики, Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова, г. Москва, e-mail: striga_elizaveta@mail.ru

Elizaveta A. Striga

PhD Student
Department of Periodical Press, Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow State University, Moscow,
e-mail: striga_elizaveta@mail.ru

МЕДИАДИСКУРС ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ: ОПЫТ КОНТЕНТ- АНАЛИТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Аннотация. Данная статья представляет результаты исследований особенностей продвижения ценностей ЗОЖ в региональных СМИ России. Актуальность исследований заключается в том, что многосторонность и острота проблемы общественного и личного здоровья сформировали соответствующее содержание информационного поля. Кроме того, значимость ценностей ЗОЖ предопределена национальными целями повышения продолжительности жизни и существенными задачами в области демографии.

Объектом изучения в данной статье является практика региональных печатных СМИ в аспекте медиарепрезентаций компонентов здоровьесбережения, которые сопоставляются с результатами анкетирования журналистов этих изданий. Представлены данные исследования 2 044 публикаций по тематике ЗОЖ в газетах 9 географически удаленных областей России за период с января 2016 г. по декабрь 2019 г. Контент-анализ, включающий 8 категорий анализа, распределенным по 4 основным направлениям (задачи, содержание, структура, персонализация), дал возможность изучить цели публикаций и сферы затронутой общественной жизни, тематику и информационные поводы, компоненты ЗОЖ, практику привлечения экспертов в качестве субъектов мнений и субъекты активности, а также авторство публикаций и использованную аргументацию.

По итогам исследований сделаны выводы, носящие как позитивные, так и, в большей степени, критические оценки; даются рекомендации частного и общего концептуального характера.

Ключевые слова. Ценности ЗОЖ, региональная пресса, инфоповоды и тематика публикаций, аргументация, жанры, авторы.

Информация о статье. Дата поступления 25 февраля 2020 г.; дата принятия к печати 25 сентября 2020 г.; дата онлайн-размещения 30 сентября 2020 г.

MEDIA DISCOURSE OF HEALTHY LIFESTYLE IN PROVINCIAL MEDIA: AN EFFORT OF A CONTENT ANALYSIS

Abstract. The article presents the results of a study of healthy lifestyle promotion in Russian provincial media. The topicality of the research is explained by the new content of the media space determined by the necessity to reflect the many-sidedness and acuteness of the problem of public and personal health. Besides, the importance of a healthy lifestyle and its values is predetermined by the national aims of increasing life expectancy, as well as by particular objectives of the demographic policy.

The study object is the practices of Russian provincial print media in the field of presenting health care components as compared to the results of surveying the journalists employed by the media. The research covers 2,044 newspaper articles on healthy lifestyle published in nine geographically remote Russian provinces in the period 2016/01–2019/12. A content analysis by 4 key aspects (tasks, content, structure, and personalization) has helped to study the purpose of the publications and areas of public life that they focus on, their topic, news hook, health care components, practices of providing expert views, people and their activities, author(s)' attitude and argumentation methods.

Basing on the results of the research, the authors make inferences that include both positive and, mostly, critical assessments, and give special and general recommendations.

Keywords. Healthy lifestyle values, provincial press, news hook, topic of a publication, argumentation, genres, authors

Article info. Received February 25, 2020; accepted September 25, 2020; available online September 30, 2020.

Развитие темы здоровья в СМИ симптоматично для социально-психологической динамики российского общества: акцент сместился с критики государственной концепции и системы здравоохранения на популяризацию рационального отношения к своему здоровью, к пропаганде здоровья как ценности. Многочисленные выступления на тему здоровья все больше об-

ращены к самому человеку, к его внутренним резервам. Сбережение здоровья становится популярным медийным содержательным трендом.

Актуальность разработки современной концепции здорового образа жизни (ЗОЖ) населения и эффективных методов продвижения его ценностей в информационном поле весьма очевидны: сред-

няя продолжительность жизни россиян в 2018 г. составляла 67 лет (мужчины) и 77 лет (женщины)¹, т.е. почти на десятилетие короче аналогичного европейского показателя. Понятно, что факторы, обуславливающие отставание, весьма разнообразны и имеют различную природу. Но также естественно связать их с нездоровым образом жизни в целом (вредные привычки, гиподинамия, неправильное питание, культура поведения и т.д.). В последние годы смертность в стране вновь превышает рождаемость (убыль населения в 2018 г. составила 52 000 чел.), но только 12 % населения, по данным Росстата, ведут здоровый образ жизни. В прошедшем году, по словам вице-премьера Т.А. Голиковой, страна потеряла 223 млрд рублей из-за больничных листов граждан. Эти цифры свидетельствуют о необходимости повышенного внимания к образу жизни россиян, в том числе с участием СМИ. Приведенные цифры сопоставимы с затратами государства на национальный проект «Здравоохранение» — бюджет всех восьми федеральных проектов в рамках национального проекта «Здравоохранение» составит 1,725 трлн рублей до 2024 г. Важность ЗОЖ обеспечивает развитие экономического потенциала страны. Тщательно разрабатываемая в нашей стране «Стратегия формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболева-

¹ Ожидаемая продолжительность жизни при рождении // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/progn7.htm.

ний на период до 2025 года»² призвана коренным образом повысить статус ЗОЖ в стране. Однако ситуацию, сложившуюся между декларациями и фактическим положением в сфере здоровьесбережения, несмотря на «моду ЗОЖ», нельзя считать удовлетворительной. Речь идет о расширении информационного потока и качественном его обновлении.

В российской журналистике немало высокопрофессиональных журналистов, пишущих о здоровье. Есть издания, которых отличает ответственность и компетентность в освещении темы. Однако такая позиция характерна далеко не для всех СМИ. Актуальность дельнейшего исследования определяется потребностью общества в эффективных медийных практиках здоровьесбережения, особо значимых для региональных СМИ ввиду их типологического статуса, обуславливающего близость к аудитории, знание ее потребностей и интересов. Для региональных СМИ, мы полагаем, объективно значимы и важны преференции в виде допустимости значительных объемов публикаций, доступности источников, возможностей обратной связи, мобилизации общественных структур, скорости реакции на запросы аудитории.

Проведенное нами широкомаштабное исследование **«Профессиональные установки российских журналистов на продвижение ценностей здорового образа жизни**

² Стратегия формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 г. Проект // «НМИЦ ТПМ» Минздрава России. URL: <https://www.gnicpm.ru/UserFiles/StrategyZOCH-2025.pdf>.

ни», в котором приняли участие 140 журналистов региональных СМИ из большинства отделений Союза журналистов России, имело целью получить представление о том, какой смысл журналисты вкладывают в понятие ЗОЖ, каким образом представляют и осуществляют выбор информационных поводов, тем и жанров для публикаций, а также в чем видят барьеры, риски и перспективы развития данной проблематики. [1–3] Логическим продолжением анкетирования стало новое исследование **«Медиадискурс здоровьесбережения в региональных СМИ»** — контент-анализ региональной прессы, целью которого стало получение актуальной информации о том, каково состояние этой важной повестки в региональных СМИ.

Исходные положения исследования базировались на современном понимании здоровья, здоровьесбережения, здорового образа жизни: «Здоровье — это состояние полного физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов», — такое определение дает Всемирная организация здравоохранения в своем Уставе³. Здоровье — важнейший компонент бытия, а сохранение и укрепление здоровья — индивидуальная ответственность каждого человека и его семьи. Так как феномен ЗОЖ исследуют многие отрасли науки, то и определения ЗОЖ изобилуют разнообразием: совокупность личных и социальных практик сохранения или достижение здоровья; единство всех видов индивиду-

альной и социальной человеческой деятельности, а также природных, социальных и культурных условий, обеспечивающих достижение максимально возможного физического, духовного, социального развития человека; особое искусство, связанное с умением сохранять свою жизнь на основании наблюдений над самим собой; это продуманное сбережение и созидание своего здоровья; деятельность, активность личности, группы людей, общества, использующих материальные и духовные условия и возможности в интересах здоровья, гармонического физического и духовного развития человека и др. [4–11; 12, с. 15; 13, с. 12].

Зарубежные исследования ЗОЖ концентрируют внимание на структуре феномена, на описании значимости его компонентов. Результаты исследования, проведенного в **США**, свидетельствуют, что «приверженность 5 факторам, связанным с образом жизни с пониженным риском, может увеличить продолжительность жизни на 14 лет для женщин и 12,2 года для мужчин» [14]. В исследовании, проведенном в **Швеции**, «индекс ЗОЖ» рассчитали на основе привычек, связанных с курением, употреблением алкоголя, питания, физической активности и стресса [15, р. 107]. Исследование, проведенное в **Италии**, показало, что компьютерные и видеоигры могут быть более эффективными в обеспечении осведомленности подростков о важности ЗОЖ [16, р. 123]. Ученые **Австралии** представляют разработанную программу по укреплению здоровья «Учащиеся как активисты здорового образа жизни» [17, р. 1011]. Исследование, проведенное в **Голландии**, показало широкий спектр применяемых методов и

³ Устав (Конституция) Всемирной организации здравоохранения : (прин. в г. Нью-Йорке 22 июля 1946) // Техэксперт. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901977493>.

стратегий для эффективного продвижения ценностей ЗОЖ [18]. В **Польше** исследование подтвердило, что знание психических предрасположенностей целевой аудитории может помочь журналистам сделать сообщение более убедительным [19, р. 36].

Как региональная пресса осуществляет репрезентацию ценностей ЗОЖ? Как используются ресурсы экспертов? В какой мере освещается опыт ведения ЗОЖ в странах с высоким показателем средней продолжительности жизни? Какова издательская политика региональной прессы? Насколько реальная практика медиарепрезентаций сопоставима с декларациями? Эти исследовательские вопросы положены в основу контент-аналитического исследования региональных СМИ.

Общая характеристика исследования

Для исследования были отобраны областные газеты, выходящие в различных регионах России. Проведен анализ 2 044 публикаций по запросу «здоровый образ жизни» за период январь 2016 г. — декабрь 2019 г. Исследование включало анализ по категориям, отражающим всестороннюю практику СМИ: *цели публикаций и социальные аспекты здоровьесбережения, информационные поводы и тематика, компоненты ЗОЖ, авторство публикаций, использование жанров и типов аргументации*. Проведена систематизация и классификация полученной информации.

Выяснилось, что частотность публикаций по регионам существенно различается. За 4 года в газете «Правда Севера» Архангельской области найдено 132 публикации, в

«Вечернем Новосибирске» — 187, «Кировской правде» — 73, «Нашем времени» Ростовской области — 173, «Омской правде» — 156, «Псковской правде» — 253, *sakhalin.info* Сахалинской области — 640, «Тюменской области сегодня» — 205, «Хабаровском крае сегодня» — 225. В среднем в одной региональной газете в год публикуются 57 материалов по тематике ЗОЖ, или около 5 материалов в месяц. В данной статье приводятся средние значения основных категорий анализа.

Медиарепрезентация тематики ЗОЖ здоровья в региональных газетах

Анализ целей публикаций позволяет исследователям оценить направленность контента на решение различных конкретных задач и оценить его сбалансированность относительно общей миссии здоровьесбережения. Мы выделили следующие цели: **информационная** — описание фактов без комментариев и мнений участников событий; **просветительская** — опыт и советы по ведению ЗОЖ, разъяснение опасности вредных для здоровья привычек; **мотивационная** — побуждение читателя к участию в мероприятиях, выполнению советов психологов, педагогов, кулинаров, врачей (табл. 1).

Таблица 1
Цели публикаций по тематике ЗОЖ

Направленность публикаций	Кол-во	%
Информационная	1 016	49,7
Просветительская	391	19,1
Мотивационная	633	31,0
Другое	4	0,2
Итого	2 044	100

Анализ публикаций свидетельствует:

– 49,7 % публикаций — информационные. В этих публикациях упоминается ЗОЖ, но они не выполняют ни образовательную, ни мотивационную цель. Это, как правило, информация о решениях, принятых местной администрацией, информирование о готовящихся или свершившихся мероприятиях;

– мотивационные (31 %) и просветительские (19 %) публикации являются значительной частью (50 %) всех публикаций о ЗОЖ и вносят реальный вклад в продвижение ценностей здорового образа жизни.

Информационные поводы для публикаций отражают тот комплекс возможностей, которыми пользуются региональные журналисты для реализации своей миссии — быть проводниками идей ЗОЖ населения (табл. 2).

В 60 % случаев журналисты в качестве инфоповода используют организованные мероприятия, акции, а также разовые события.

18,4 % публикаций освещают мнение экспертов, профессионалов по различным аспектам ЗОЖ. Своим опытом ЗОЖ делятся активные

спортсмены и тренеры. Ценные советы дают врачи, психологи, педагоги, кулинары. Вдохновляют рассказы о долгожителях.

11,6 % публикаций посвящены решениям центрального и местного правительства по вопросам, связанным с ЗОЖ.

Региональная пресса не уделяет достаточного внимания положительному зарубежному опыту ведения ЗОЖ (всего 3,7 % публикаций), хотя тот факт, что средняя продолжительность жизни в Евросоюзе, в Японии и в ряде других стран намного выше, чем в России, должен был привлечь внимание региональных СМИ и убедить их в первостепенной важности передачи этого опыта россиянам.

Журналисты не видят достойными для ознакомления аудитории кропотливых, повседневных и долгосрочных усилий учителей, психологов, медиков, социальных работников по формированию ценностей ЗОЖ среди населения и, особенно, среди детей и молодежи, хотя такая работа постоянно ведется. Причина в том, что информация о такой мало-заметной деятельности порой не соответствует издательской политике,

Таблица 2

Информационные поводы публикаций о ЗОЖ

Виды инфоповодов	Кол-во	%
Мероприятие	814	39,9
Событие	387	18,9
Новый закон, решение правительства, заявление	236	11,6
Советы, мнение экспертов, прогнозы	376	18,4
Анонс	152	7,4
Зарубежный опыт	76	3,7
Другое	3	0,1
Итого	2 044	100

определяемой владельцами СМИ, не удовлетворяет правилам рынка, так как для прессы это не событие, привлекающее внимание читателей. В результате можно констатировать, что у большинства журналистов представление об инфоповодах является довольно традиционным, узким и нуждается в развитии.

Внимание к **компонентам ЗОЖ** формирует у читателей представление о нем, отражает важные аспекты повседневной жизни, показывает, насколько широкой может быть тематика публикаций о здоровье. Эта категория анализа представляется нам одной из наиболее важных. Ее потенциал связан с движением вглубь различных концепций ЗОЖ (табл. 3).

Журналисты и читатели проявляют интерес к самому широкому кругу тем, так или иначе относящихся к ЗОЖ, включая также и доброжелательные отношения с окружающими и в семье. В то же время, если опираться на теоретические концепции ЗОЖ, заметно, что эту проблемати-

ку можно расширять, искать неочевидные, новые, актуальные темы.

Наибольшее количество публикаций освещают мероприятия и события, напрямую относящиеся к профилактике здоровья и ЗОЖ, — медосмотры, походы, группы здоровья, семейные спартакиады. 19 % публикаций посвящены физической культуре и спорту, как основе ЗОЖ.

В проведенном ранее анкетировании региональных журналистов 29 % ответили, что ведению здорового образа жизни взрослого населения препятствуют вредные привычки — пристрастие к курению, употребление алкоголя и наркотиков, сидение у телевизора, азартные игры, социальные сети. К сожалению, лишь незначительный процент фактических публикаций — всего 6,6 % — обращает внимание читателей на пагубность этих вредных привычек, на то, как они сокращают время активной и физической жизни человека. Установлено несоответствие между осознанием журналистами действительности и

Таблица 3

Компоненты ЗОЖ, отраженные в публикациях

Темы публикаций	Кол-во	%
Профилактика здоровья (медосмотры, походы, группы здоровья, семейные спартакиады)	808	39,6
Спорт, физкультура	387	18,9
Медицина	196	9,6
Психология	49	2,4
Правильное питание	109	5,3
Бытовые условия, среда, семья	197	9,6
Отдых. Увлечения	129	6,3
Доброжелательные отношения с окружающими и в семье	33	1,6
Отказ от вредных привычек	134	6,6
Другое	2	0,1
Итого	2 044	100

их профессиональной реакцией на эту реальность.

В упомянутом анкетировании 30 % журналистов ответили, что ведению здорового образа жизни препятствует отрицательный пример семьи. В то же время контент-анализ показывает, что бытовым условиям и семье посвящены лишь 9,6 % публикаций. Следовательно, журналисты уклоняются от обсуждения острейшего негативного фактора ведения ЗОЖ — демотивирующей атмосферы в семье.

Жанры публикаций демонстрируют мастерство журналиста в продвижении ценностей ЗОЖ, его творческий потенциал, разнообразие способов воздействия на аудиторию (табл. 4).

Анализ жанров публикаций показал:

1. Почти половина всех публикаций (48,3%) в виде новостей формально посвящена данной тематике. Однако можно считать ее латентно воздействующей на продвижение идеологии ЗОЖ. Конечно, она бесполезна, так как информирует о

том, что вокруг адресата развивается здоровьесберегающая активность, косвенно мотивирует читателя. Однако эффективной ее можно считать только при условии, что она сочетается с развернутыми, аргументированными формами текстов.

2. В проведенном анкетировании треть журналистов ответила, что наиболее эффективным жанром для продвижения ценностей здорового образа жизни они считают репортаж. Однако контент-анализ показал, что фактически этим жанром журналисты пользуются лишь в 17,7 % случаев. В то же время, не придавая большого значения расширенной новости — 7,1 %, реально ею пользуются в 23,1 % публикаций. Вероятно, инфоповоды расширенных заметок можно было бы представить в виде репортажей, которые заведомо ярче, интереснее, эмоциональнее.

3. Реально мотивируют читательские статьи, интервью, обозрения, очерки, репортажи, просветительские тексты, что составляет 50,1 % от всех публикаций. Совершенно очевидно, что для продвижения цен-

Таблица 4

Жанры публикаций по тематике ЗОЖ

Жанр	Кол-во	%
Краткая новость	516	25,2
Расширенная новость	472	23,1
Репортаж	361	17,7
Статья	132	6,5
Просвещение	136	6,6
Обозрение	84	4,1
Интервью	239	11,7
Очерк	94	4,6
Журналистское исследование, расследование	7	0,3
Другое	3	0,2
Итого	2 044	100

ностей ЗОЖ удельный вес таких материалов должен неуклонно расти.

Способы аргументации — важный фактор убеждения, характер воздействия на адресата, направленный на обоснование какого-либо утверждения. Категория анализа «Аргументация» отражает способ этого обоснования в анализируемых публикациях (табл. 5).

Таблица 5
Аргументация в публикациях о ЗОЖ

Типы аргументов	Кол-во	%
Рациональные аргументы	992	48,5
Эмоциональные аргументы	516	25,2
Косвенные аргументы	141	6,9
Аргументация отсутствует	395	19,4
Итого	2 044	100

В 48,5 % публикаций о ЗОЖ используются рациональные аргументы, апеллирующие к логике, к разуму читателей.

25,2 % публикаций обращены к эмоциональной сфере аудитории, что для многих людей гораздо более убедительно, чем приведенные логические доводы. С нашей точки зрения, наиболее эффективными являются публикации, в которых журналист умело объединил рациональные и эмоциональные аргументы.

Авторство публикаций по тематике ЗОЖ позволяет исследователям объективно оценить содержание публикаций, достоверность поданной информации, значимость и качество привлечения специалистов (табл. 6).

Таблица 6
Характер авторства в публикациях о ЗОЖ

Типы авторов	Кол-во	%
Журналист	1 861	91,1
Медик	42	2,1
Спортсмен	23	1,1
Чиновник	59	2,9
Кулинар	17	0,8
Психолог	20	1,0
Читатель	19	0,9
Другой	3	0,1
Итого	2 044	100

Вполне ожидаемо контент-анализ показал, что в 91 % случаев автор публикации — журналист. Отсюда следует ряд выводов:

Когда автором публикации по тематике ЗОЖ является медик, психолог, кулинар или спортсмен, то читатель знакомится с мнением профессионалов в области ЗОЖ и может получить вполне достоверную и полезную информацию, но не всегда авторы такого типа могут найти нужную для широкой аудитории форму. Требуется участие журналиста в подготовке такого текста к публикации. Соавторство (прямое или скрытое) было бы приемлемым вариантом.

Чиновники доводят до читателя суть принятых законов и решений, снабжая население важной информацией организационного характера, однако и здесь существенна проблема стиля. Для избегания канцелярского языка также требуется участие журналистов.

Что касается журналистов в качестве авторов, то здесь требуется указать на такие факторы, как компетентность и личное отношение к ЗОЖ. Не следует упускать из вида также общую стратегию конкретного

СМИ, отношение владельцев к данной тематике, авторитетность журналиста и его формальный/неформальный статус в редакции.

Таковы основные результаты исследования, отражающие особенности продвижения ценностей ЗОЖ и раскрывающие практику региональных печатных СМИ в аспекте медиарепрезентаций компонентов здоровьесбережения.

Ресурсный потенциал региональной прессы

Наши исследования показали, что профессиональная деятельность региональных журналистов по продвижению ценностей здорового образа жизни может быть оценена как удовлетворительная. Среди областных газет, освещающих эту проблематику, не обнаружено изданий, которые были бы индифферентны по отношению к этой важной повестке. У журналистов имеются достаточно полные и современные установки по отношению к своей миссии укрепления здоровья аудитории. Публикации разнообразны по конкретным задачам, инфоповодам, тематике, жанрам, аргументации; к работе привлекается обширный пул экспертов. В то же время потенциал региональных СМИ гораздо богаче.

Контент-анализ показал, что количество и объем публикаций о ЗОЖ в региональной прессе мог бы быть более значительным — сегодня их всего 4–5 в месяц, при этом они главным образом информируют о мероприятиях, акциях, а также разовых событиях. Нормативного представления о том, сколько их должно быть, не существует. На наш взгляд, этого и не требуется — достаточно понимания того, что все упомянутые

ракурсы темы не могут быть реализованы в этом небольшом объеме. Желательно, следовательно, его увеличение. Издательская политика региональных СМИ, определяемая их владельцами и требованиями рынка, нередко вытесняет из информационного пространства проблемы ЗОЖ населения. Малое количество публикаций, очевидно, свидетельствует о неполном понимании руководством региональных СМИ важности и неотложности участия в решении этой национальной задачи. В содержательном плане отмечены такие упущения, как недостаточное внимание к темам пагубности вредных привычек, повседневному долгосрочным усилиям учителей, психологов, медиков, социальных работников, которые, безусловно, существуют, зарубежному опыту ЗОЖ. Существуют проблемы в том, чтобы сделать более гармоничным соотношение между авторами публикаций о ЗОЖ и реальными акторами самого процесса. Зафиксированы также значительные расхождения между данными, полученными в двух наших исследованиях: представления журналистов далеко не всегда воплощаются в реальном медиадискурсе ЗОЖ.

Полученные результаты дают возможность сформулировать основные рекомендации для журналистов, пишущих на темы ЗОЖ: требуется увеличить количество публикаций по данной тематике; повысить удельный вес статей, очерков, обозрений, интервью, являющихся реальной мотивацией к ЗОЖ; активнее привлекать экспертов в качестве авторов и акторов публикаций; давать больше публикаций о реальном положительном опыте, в том числе за-

рубежном. Самым важным результатом исследований мы считаем необходимость выработки во всех редакциях концептуального подхода к освещению общих проблем здоровья населения. Медиадискурс здорового образа жизни должен стать современным и эффективным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фролова Т.И. Готовность российских журналистов к продвижению ценностей здорового образа жизни: результаты исследования / Т.И. Фролова, Е.А. Стрига // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2020. — № 3. — С. 29–55.
2. Стрига Е.А. Здоровый образ жизни как объект отношения журналистов: анализ результатов исследования / Е.А. Стрига // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения: материалы междунар. форума, Санкт-Петербург, 18–19 апр. 2019 г.: в 2 т. — Санкт-Петербург, 2019. — Т. 2. — С. 61–63.
3. Стрига Е.А. Продвижение ценностей здорового образа жизни в российской прессе: исследовательские перспективы / Е.А. Стрига // Социально-гуманитарные знания. — 2018. — № 12. — С. 158–166.
4. Газеты средних и малых городов России: социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов / Л.Г. Свитич, О.В. Смирнова, А.А. Ширяева, М.В. Шкондин. — Москва: Фак. журналистики МГУ, 2015. — 237 с.
5. Афанасьева В.В. Онтология здоровья / В.В. Афанасьева, Р.В. Воробьев. — Саратов: Наука, 2013. — 136 с.
6. Гиппократ. О здоровом образе жизни / Гиппократ; пер. с греч. В.И. Руднев // Наставления. — Минск: Современный литератор, 1998. — С. 111–139.
7. Гурвич И.Н. Социальная психология здоровья: дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.05 / И.Н. Гурвич. — Санкт-Петербург, 1997. — 392 с.
8. Иванова С.Ю. Формирование потребности студентов вуза в здоровом образе жизни / С.Ю. Иванова. — Кемерово: Кемеровский ТИПП, 2009. — 175 с.
9. Кант И. Спор факультетов / И. Кант; пер. с нем. М. Левиной, Н. Лосского // Собрание сочинений: в 8 т. / под общ. ред. А.В. Гулыги. — Москва: Мысль, 1994. — Т. 7. — С. 57–136.
10. Кассирер Э. Жизнь и учение Канта / Э. Кассирер; пер. с нем. М.И. Левиной. — Санкт-Петербург: Университетская книга, 1997. — 446 с.
11. Лисицын Ю.П. Здоровье человека — социальная ценность / Ю.П. Лисицын, А.В. Сахно. — Москва: Мысль, 2012. — 270 с.
12. Рагимова О.А. Историко-философская ретроспектива представлений о здоровье / О.А. Рагимова // Философия здоровья / под ред. В.В. Афанасьевой. — Саратов, 2012. — С. 15–23.
13. Розин В.М. Концепция здоровья / В.М. Розин. — Москва: Изд-во МГМСУ, 2011. — 112 с.
14. Impact of Healthy Lifestyle Factors on Life Expectancies in the US Population / Y. Li, A. Pan, D. Wang [et al.] // Circulation. — 2018. — Vol. 137. — P. 345–355.
15. Bothmer M. Gender Differences in Health Habits and in Motivation for a Healthy Lifestyle Among Swedish University Students / M. Bothmer, B. Fridlund // Nursing & Health Sciences. — 2005. — Vol. 7, iss. 2. — P. 107–118.
16. Chiarelli F. Technology-Based Intervention for Healthy Lifestyle Promotion in Italian Adolescents / F. Chiarelli, M. Fulcheri // Annali dell'Istituto Superiore di Sanità. — 2016. — Vol. 52, no. 1. — P. 123–127.
17. Andrew P. A Partnership for Health: Working with Schools to Promote Healthy Lifestyle / P. Andrew, L. Marivic // Australian Family Physician. — 2011. — Vol. 40, iss. 12. — P. 1011–1013.
18. Brouwer W. Which Intervention Characteristics are Related to More Exposure to Internet-Delivered Healthy Lifestyle Promotion Interventions? / W. Brouwer, J. Brug // Journal of internet medical research. — 2011. — Vol. 13, no. 1. — URL: <https://www.jmir.org/2011/1/e2/>.

19. Borowiec A. Global Health Promotion in between Audience Mentality and Attitudes Towards Healthy Lifestyle Promotion in the Mass Media / A. Borowiec, I. Lignovska, Z. Slonska // *Global Health Promotion*. — 2006. — Vol. 23, iss. 3. — P. 36–44.

REFERENCES

1. Frolova T.I., Striga E.A. Readiness of Russian Journalists to Promote Healthy Lifestyle Values. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2020, no. 3, pp. 29–55. (In Russian).
2. Striga E.A. Zdorovyj obraz zhizni kak objekt otnosheniya zhurnalistov: analiz rezul'tatov issledovaniya [Healthy lifestyle as object of journalists' attitude: an analysis of the results of a study]. *Media v sovremennom mire. 58-e Peterburgskie chteniya. Materialy mezhdunarodnogo foruma, Sankt-Peterburg, 18–19 aprelya 2019 g.* [Media in the Modern World. 58th St. Petersburg Readings. Materials of the International Forum, Saint Petersburg, April 18–19, 2019]. Saint Petersburg, 2019, vol. 2, pp. 61–63. (In Russian).
3. Striga E.A. Promoting Healthy Lifestyle Values in the Russian Press: Research Perspectives. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Socgum-Zhurnal*, 2018, no. 12, pp. 158–166. (In Russian).
4. Svitich L.G., Smirnova O.V., Shiryayeva A.A., Shkondin M.V. *Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii* [Newspapers of Middle and Small Russian Towns]. Moscow, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2015. 237 p.
5. Afanaseva V.V., Vorobev R.V. *Ontologiya zdorov'ya* [Ontology of health]. Saratov, Nauka Publ., 2013. 136 p.
6. Hippocrates. About Healthy Lifestyle. *Nastaveniya* [Instructions]. Minsk, Sovremennyy literator Publ., 1998, pp. 111–139. (In Russian).
7. Gurvich I.N. *Sotsial'naya psikhologiya zdorov'ya. Dokt. Diss.* [Social Psychology of Health. Doct. Diss.]. Saint-Petersburg, 1997. 392 p.
8. Ivanova S.Yu. *Formirovanie potrebnosti studentov vuza v zdorovom obraze zhizni* [Formation of Students' Needs in a Healthy Lifestyle]. Kemerovo, Kemerovskii TIPP Publ., 2009. 175 p.
9. Kant I. The Dispute Faculties. In Gulyga A.V. (ed.). *Sobranie sochinenii* [Collection of Works]. Moscow, Mys' Publ., 1994, vol. 7, pp. 57–136. (In Russian).
10. Cassirer E. *Kants Leben und Lehre*. Berlin, 1921. 448 S. (Russ. ed.: Cassirer E. *Zhizn' i uchenie Kanta*. Saint-Petersburg, Universitetskaya kniga Publ., 1997. 446 S.).
11. Lisitsyn Yu.P., Sakhno A.V. *Zdorov'e cheloveka — sotsial'naya tsennost'* [Human health is a social value]. Moscow, Mys' Publ., 2012. 270 p.
12. Ragimova O.A. Istoriko-filosofskaya retrospektiva predstavlenij o zdorov'e [A Historic and philosophic retrospective of beliefs about health] In Afanaseva V.V. (ed.). *Filosofiya zdorov'ya* [Philosophy of Health]. Saratov, 2012, pp. 15–23. (In Russian).
13. Rozin V.M. *Kontseptsiya zdorov'ya* [A concept of health]. Moscow State University of Medicine and Dentistry Publ., 2011. 112 p.
14. Li Y., Pan A., Wang D., Liu X., Dhana K. Impact of Healthy Lifestyle Factors on Life Expectancies in the US Population. *Circulation*, 2018, vol. 137, pp. 345–355.
15. Bothmer M., Fridl B. Gender Differences in Health Habits and in Motivation for a Healthy Lifestyle Among Swedish University Students. *Nursing & Health Sciences*, 2005, vol. 7, iss. 2, pp. 107–118.
16. Chiarelli F., Fulcheri M. Technology-Based Intervention for Healthy Lifestyle Promotion in Italian Adolescents. *Annali dell'Istituto Superiore di Sanità*, 2016, vol. 52, no. 1, pp. 123–127.
17. Andrew P., Marivic L. A Partnership for Health: Working with Schools to Promote Healthy Lifestyle. *Australian Family Physician*, 2011, vol. 40, iss. 12, pp. 1011–1013.
18. Brouwer W., Brug J. Which Intervention Characteristics are Related to More Exposure to Internet-Delivered Healthy Lifestyle Promotion Interventions? *Journal of internet medical research*, 2011, vol. 13, no. 1. Available at: <https://www.jmir.org/2011/1/e2/>.
19. Borowiec A., Lignovska I., Slonska Z. Global Health Promotion in between Audience Mentality and Attitudes Towards Healthy Lifestyle Promotion in the Mass Media. *Global Health Promotion*, 2006, vol. 23, iss. 3, pp. 36–44.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Фролова Т.И. Медиадискурс здорового образа жизни в региональных СМИ: опыт контент-аналитического исследования / Т.И. Фролова, Е.А. Стрига. — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(3).485-497 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 3. — С. 485–497.

FOR CITATION

Frolova T.I., Striga E.A. Media Discourse of Healthy Lifestyle in Provincial Media: an Effort of a Content Analysis. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 3, pp. 485–497. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(3).485-497. (In Russian).