

УДК 316.776

<https://doi.org/10.31548/philolog2022.02.009>

ОСОБЛИВОСТІ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ В СУЧАСНИХ МІДІА FEATURES OF PROMOTING A HEALTHY LIFESTYLE IN MODERN MEDIA

О. Ю. БАЛАЛАЄВА, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

O. Yu. BALALAEVA, PhD in Pedagogy,

Associate Professor of the Department of Journalism and Linguistic Communication

E-mail: olena.balalaeva@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-2675-5554>

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Анотація. Актуальність теми зумовлена загальною проблемою збереження здоров'я нації в умовах кризи суспільства, спричиненої пандемією, воєнними діями, тривалими фізичними та психоемоційними навантаженнями. На часі є пошук ефективних методів популяризації здорового способу життя, зокрема і в масмедіа. Мета роботи – розкрити сутність і стан проблеми популяризації здорового способу життя в сучасних засобах масової інформації, виявити особливості її реалізації в інтернет-медіа на прикладі сайту НУБіП України. Для реалізації мети застосовано такі методи: дедуктивний та індуктивний – для аналізу наукових джерел з метою визначення стану окресленої проблеми, метод суцільної вибірки для добування емпіричного матеріалу, контент-аналіз для якісного й кількісного дослідження та інтерпретації результатів. Контент-аналіз сайту НУБіП України підтвердив актуальність проблеми популяризації здорового способу життя. Методом квантифікації виявлено точки цільового комунікаційного впливу на аудиторію – категорії «Рухова активність», «Контроль за станом здоров'я», «Раціональне і безпечне харчування». У результаті контент-аналізу виявлено, що найпоширенішими методами популяризації здорового способу життя в інтернет-медіа є роз'яснювальний та наочний. Визначено такі способи і прийоми популяризації: поширення інформації як теоретичного, так і фактологічного характеру щодо рухової активності, збалансованого харчування, особистої гігієни, психогігієни тощо; регулярність і систематичність повідомлень, що сприяє розумінню інформації про активний спосіб життя як поведінкової норми; формування позитивної мотивації щодо занять спортом, здорового харчування через наведення особистих прикладів, демонстрацію успіху тощо.

Ключові слова: спосіб життя, здоров'я, методи популяризації, засоби масової інформації, інтернет-медіа.

Актуальність (Introduction). Однією з Цілей сталого розвитку на період до 2030 року є забезпечення здорового способу життя та сприяння добробуту для всіх у будь-якому віці. В умовах кризи суспільства, спричиненої пандемією, воєнними діями, тривалими фізичними та психоемоційними навантаженнями, проблема збереження здоров'я нації постає особливо гостро. Найбільше занепокоєння викликає стан фізичного й психічного самопочуття молоді – майбутнього покоління України. За результатами соціальних досліджень, майже 80 % молоді в Україні має відхилення у здоров'ї, зростає кількість молодих людей з ризикованою поведінкою, що має низку конкретних причин, з-поміж яких дослідники називають недостатню

інформованість щодо ризиків для здоров'я, відсутність пріоритету здоров'я та мотивації, агресивне соціальне середовище тощо.

Такі зміни залучають медіа в масштабні соціальні процеси, торкаючись особливостей процесу розвитку та ролі громадян у них [1]. Водночас науковці стверджують, що настанову на усвідомлення здоров'я як власного капіталу в суспільстві сформовано недостатньо – медіа продовжують рекламувати шкідливі звички [9], мало уваги приділяють формуванню гармонійно розвиненої людини [10]; значну частину інформації молодь отримує з інтернет-джерел.

Аналіз останніх досліджень і публікацій (Analysis of recent researches)

© О. Ю. Балалаєва

«International journal of philology» | «Міжнародний філологічний часопис» Vol. 13, № 2, 2022

and publications). В Україні проблему впливу масмедіа на формування здорового способу життя вивчали Р. Вайнола, О. Вакулєнко, Н. Єременко, Л. Жаліло, О. Губєнко, Г. Гуменюк, Н. Комарова, Р. Левін, С. Лисиця, С. Максимєнко, І. Солонєнко, О. Яременко та ін. За кордоном дослідження проблеми впливу ЗМІ на поведінку і здоров'я має потужну наукову традицію – М. Тартарі, аналізуючи ґрунтовну працю «Масмедіа та здоров'я», говорить про майже сто років загального досвіду таких досліджень [16]. На сучасному етапі теоретичні та практичні аспекти проблеми розробляють Л. Абромс, К. Ангус, Л. Болд, К. Волш-Чілдерс, Р. Голд, Ш. В. Катікіредді, М. Кемпбелл, Т. Ленґлі, С. Льюїс, М. Стєд, Дж. Томас, К. Хайндс, Ш. Хілтон, Б. Янг та ін. Наразі дослідження розгортаються в кількох напрямках, найактуальнішими з яких є: психологічні, соціологічні, комунікативні аспекти дослідження впливу медіаконтенту на здоров'я та поведінку людини, особливості впливу інтернет-медіа на формування здорового способу життя, методи і механізми впливу соціальних медіа на переконання і поведінку молоді, реклама і маркетинг зловживання, ефекти взаємного обміну інформацією щодо здоров'я «рівний рівному», цифрове здоров'я, кейс-стаді впливу масмедіа на формування здорового способу життя в аудиторії конкретних регіонів, соціальних груп, визначення ефективності методів популяризації здорового способу життя в медіа тощо. Проте сучасна медійна сфера стрімко розвивається, як і змінюється аудиторія, яка споживає контент, що потребує нових досліджень у цій галузі.

Мета роботи (Purpose) – розкрити сутність і стан проблеми популяризації здорового способу життя в сучасних засобах масової інформації, виявити особливості її реалізації в інтернет-медіа на прикладі сайту НУБіП України.

Методи дослідження (Methods of research). Для реалізації мети застосовано такі методи: дедуктивний та індуктивний – для аналізу наукових джерел з метою визначення стану проблеми популяризації здорового способу життя в ЗМІ; метод суцільної вибірки для добирання емпіричного матеріалу

дослідження та контент-аналіз для якісного і кількісного дослідження матеріалу та інтерпретації результатів.

Результати (Results of the research). У цьому дослідженні поняття «популяризація здорового способу життя» визначаємо як процес поширення знань про здоров'я та його складники, вплив здоров'язбережувальної поведінки на якість життя, інформування аудиторії в загальнодоступній дохідливій формі про те, як підтримувати та зміцнювати власне здоров'я.

За результатами опитування серед молоді щодо впливу ЗМІ на спосіб життя, 59 % респондентів вважають, що популяризація здорового способу життя через ЗМІ можлива, 25 % – виражають сумнів щодо такої можливості, а 16 % – категорично її відхиляють. 84 % респондентів вважають, що причиною неможливості популяризувати здоровий спосіб життя через ЗМІ є нецікавість, невідповідність інформації, яка не здатна привернути увагу молоді. Дослідження доводять, що на «думку сучасної молоді, у третині випадків ЗМІ здатні чинити вплив на формування здорового способу життя. Позитивний вплив ЗМІ, за даними анкетування, переважає над негативним» [3, с. 269].

Варто зауважити, що за останні десятиліття змінилася ефективність впливу окремих видів ЗМІ на молодь. Якщо за дослідженнями 2001 року, у рейтингу ЗМІ, з яких молодь і підлітки отримують інформацію щодо здорового способу життя перше місце посідало телебачення (60%), друге – радіомовлення (23%), третє – інформаційні буклети і листівки (17%), четверте – періодичні видання (неспеціалізовані газети та журнали), соціальна реклама та інтернет (4%) [2], то за результатами недавнього опитування, найвпливовішими засобами розповсюдження інформації про здоровий спосіб життя для молодіжної аудиторії є інтернет (29 %), телебачення (26 %) та зовнішня реклама (26 %) [3, с. 271]. Розглянемо кожний із них.

Телебачення залишається одним із ЗМІ, який здійснює найефективніший вплив на формування способу життя. За результатами досліджень, аналіз контенту

недержавних телевізійних каналів свідчить про те, що саме в цьому сегменті виникає більшість телевізійних програм про здоровий спосіб життя [6, с. 266].

Першим вітчизняним телеканалом про активний і здоровий спосіб життя є 36,6 TV, який почав мовлення 2018 р. Канал забезпечує українських глядачів контентом, що мотивує й допомагає налаштуватися на позитивне ставлення до власного здоров'я. Відеотека телеканалу містить оригінальні сюжети, розраховані на аудиторію, що прагне дотримуватися здорового способу життя. Серед актуальних питань, які порушують кваліфіковані спеціалісти та запрошені зіркові гості в ефірі: здорове харчування, тренування, психологія та медицина. Концепція наповнення сітки телеканалу формується на основі вподобань цільової аудиторії, складається переважно з вітчизняного контенту та частково з пізнавально-розважальних програм закордонного виробництва, які глядачі можуть переглядати без реклами.

Щодо окремих програм і проєктів, які пропонують інші телеканали, дослідники за тематикою розрізняють: спортивно-оздоровчі, медичні, передачі про харчування та загальнотематичні. До першої групи телевізійних програм належать: «Преспорт-новини» (1+1); «Спорт-тайм», «Інтерспорт» (*Інтер*), а також трансляції змагань, футбольних, баскетбольних та ін. матчів. Ці передачі, крім інформації про спортивні події, формують у молоді позитивне ставлення до занять спортом [6, с. 269].

Друга група – телевізійні програми медичного спрямування – «Планета Здоров'я» (*Інтер*); «Як ваше здоров'я?» (*UA:Перший*). З цих програм можна отримати кваліфіковані поради щодо збереження власного здоров'я, профілактики та запобігання хворобам. Порушуються також проблеми алкоголізму, наркоманії, токсикоманії, паління тощо. Високі рейтинги мають і програми каналу СТБ «Я соромлюсь свого тіла» та «За живе», які пропагують уважне й свідоме ставлення до власного здоров'я, пропонують історії конкретних осіб, а авторитетні лікарі популярно розповідають про хвороби, їх симптоми, методи

профілактики й лікування.

Із загальнотематичних програм варто відзначити проєкти телеканалу *Інтер* у форматі ток-шоу: «Добре здоров'я на Інтері» та «Корисна програма». Перша програма – унікальний проєкт для українського телебачення, ідея якого народилася під час карантину. У студії лікарі надають рекомендації щодо профілактики хвороб, пояснюють нюанси новітніх методів лікування, розвінчують міфи про захворювання та відповідають на нагальні питання про те, як підтримувати здоровий спосіб життя. «Корисна програма» – це ток-шоу про якість життя та безпечні й корисні продукти, які допомагають обрати експерти: лікарі, дієтологи, технологи, косметологи, фахівці з визначення якості продукції.

5 канал пропонує програму «Модне здоров'я», яка сповідує філософію здорового способу життя, – інформаційно-пізнавальний проєкт про найновіші тенденції у сучасній медицині, індустрії фітнесу та краси, здорове харчування, фізичні навантаження та психологічний комфорт. Експерти програми розповідають про вчасну профілактику захворювань та перших ознак старіння, а також надають дієві поради, як відмовитися від поганих звичок.

За дослідженнями С. Лисиці, за жанрами програм про здоровий спосіб життя найменший сегмент становлять інформаційні програми («Преспорт-новини» (1+1); «Спорт-тайм», «Інтерспорт» (*Інтер*) тощо); друге місце належить телевізійним програмам інформаційно-аналітичного жанру («Планета Здоров'я» (*Інтер*); «Як ваше здоров'я?» (*UA:перший*)). І найпопулярнішими є інформаційно-розважальні телевізійні програми «Доброго ранку, Україно», «Сніданок з "1+1"» та ін., які мають рубрики або сюжети, присвячені темі здоров'я [6, с. 271].

Телеканали активно використовують й іноземні формати, адаптовані для української аудиторії. З-поміж популярних варто згадати проєкти телеканалу СТБ «Зважені та щасливі» – про боротьбу реальних учасників із зайвою вагою, правильне схуднення, основи дієти та фізичних навантажень, мотивацію до

схуднення; «Вагітна в 16» – проєкт, присвячений проблемам ранньої вагітності та сексуальному вихованню молоді, історії реальних дівчат на шляху до материнства.

Отже, телебачення є популярним ресурсом поширення інформації про здоровий спосіб життя, адже інформування може здійснюватися і через характери, які можна розглядати як рольові моделі поведінки, а також через образи, рекламу товарів, що супроводжують здоровий спосіб життя.

З радіопередач варто назвати «Бути здоровим», «Заради Здоров'я», «Здорова політика» (UA: Українське радіо), «Про здоров'я» (Радіо Перше), «Здоров'я та «Правда про жіноче здоров'я» (Громадське радіо), «Новини здоров'я» (Вільне радіо), «Життя без хвороб» (Житомирська хвиля), «Не хворій», «Здоров'я» (РадіоТрек) тощо.

Чимало вітчизняних друкованих ЗМІ присвячені темі здоров'я: газети «Ваше здоров'я», «Здоров'я України», «Здоров'я і довголіття», «Здоров'я та фізична культура»; журнали «Довкілля та здоров'я», «Єдине здоров'я та проблеми харчування України», «Здоров'я дитини», «Здоров'я жінки», «Здоров'я чоловіка» тощо.

Проте інформаційний простір України протягом останніх років зазнав значних змін. Більша частина української молоді вгамовує свою інформаційну потребу саме за допомогою інтернет [2], що і підтверджують наведені вище результати опитування.

Згідно з концепцією М. Маклюєна, ера масмедіа та електронної інформації радикально змінила життя людини. Сучасні інтернет-медіа як складник масової культури легко долають простір і час, національні кордони, пов'язуючи в єдину мережу найвіддаленіші куточки. Саме за допомогою масмедіа серед різних категорій населення пропагуються певні ціннісні установки, світоглядні стереотипи та моделі поведінки, внаслідок чого спільні смаки і форми «культурного споживання» поширюються серед різних верств населення [2].

Питання про обсяг поняття «інтернет-медіа» є неоднозначним. У вузькому значенні, інтернет-медіа – це матеріали,

що публікують в онлайн-ЗМІ, тобто у мережесих версіях традиційних ЗМІ або в самостійних онлайн-виданнях. В широкому значенні до інтернет-медіа відносять також блоги, соціальні медіа та інші засоби комунікації в мережі.

Інтернет-ресурси, або онлайн-ресурси – це мережеві об'єкти, до яких належать інтернет-видання, індивідуальні авторські проєкти, блоги, інтернет-радіо та інтернет-ТБ, новинні агрегатори, дайджести й інші елементи інтернет-медій. З-поміж інших ознак інтернет-медіа, що становлять їхні переваги, дослідники називають мультимедійність, інтерактивність, масове репортерство, гіпертекстуальність, наявність електронного архіву (швидкий пошук потрібної інформації) та деякі інші.

Отже, до появи і масового поширення інтернету для соціально значущого посилення традиційно використовували будь-який засіб комунікації – газету, радіо чи телебачення. Виникнення в полі журналістики режиму взаємодії з аудиторією, дозволяє вибудовувати діалог в якому участь кожного члена аудиторії з комунікаторами робить їх рівноправними учасниками дискусії, і як наслідок – веде до іншого сприйняття інформації.

Дослідники зауважують, що людина, опиняючись із ранніх років в інформаційному полі, не може жити без інформації, і сприймаючи її через велику кількість каналів, опрацьовує та формує власну поведінку. Масмедіа створюють певний інформаційний світ, в якому людина будує та формує світогляд щодо життя, способу життя, стилю життя, типів поведінки тощо [2].

Інтернет-медіа мають чимало можливостей впливати на спосіб життя та здоров'я особистості як суто інформаційно, так і через демонстрацію практичних зразків такого стилю життя.

Поширення інтернет-медіа створило нову ситуацію щодо формування потреб особистості. Якщо раніше таке формування здійснювалося виходячи з реальних умов життя і, як правило, потреби ненабагато випереджали можливості для їх реалізації, то зараз цей процес зазнав істотних змін. Масмедіа розкривають принади різних способів життя, як наслідок, у людини може

сформуватися потреби, які не співвідносяться з можливостями їх задоволення.

Саме інтернет-медіа відкривають нове розуміння того, як молода аудиторія може використовувати технології для розширення знань, стимулюючи їхню свободу та розвиток. Інтернет-медіа фактично є своєрідною системою неформальної освіти та просвіти різних верств населення.

Представники молодіжної аудиторії хочуть бачити у ЗМІ більше інформації про пагубний вплив шкідливих звичок – 33 %, вплив неправильного способу життя на розвиток хвороб – 21 %, передчасне старіння організму – 10 %, про позитивний вплив і користь фізичних вправ – 23 % та інформацію про правильний раціон харчування – 13 % [3].

Водночас систематичний огляд досліджень щодо ефекту електронних медіа на ведення здорового способу життя доводить, що вони мають неоднозначний вплив на формування уявлень і дотримання раціональної дієти, фізичних вправ та безпечної сексуальної поведінки [12].

Більшість представників молодіжної аудиторії проводять досить багато часу в соціальних мережах. Бурхливий розвиток нових соціальних медіа, що містять і такі формати індивідуальних комунікацій як соціальні мережі та мікроблоги, диктує необхідність їх активнішого залучення у справу популяризації здорового способу життя. Сьогодні соціальні медіа є маркерами ставлення цільових аудиторій до різних змін у суспільній сфері, а також тригерами формування інтересу до соціальних інновацій та трендів [15]. Адже члени соціальної мережі пов'язані неформально, без зобов'язань. Найпопулярнішими соціальними мережами є: *Facebook*, *Twitter*, *Renren* (Китай), *MySpace*, *Orkut* (Бразилія та Індія). В них виникають різні товариства за спільними інтересами, зокрема і сфокусовані на дотриманні здорового способу життя. Середня кількість учасників у найбільших англomовних спільнотах становить 3 418 800 осіб. Спільнота *Health Digest* має рекордну кількість учасників – 8 769 627 (51,3%), *Health* – 4 676 880 (2 %), *Daily Health Tips* – 2 437 488 (14,3%), *Everyday*

Health – 1 138 667 (6,7%), *Health Central* – 71.343 (0,4%) [14].

Дослідження, проведене М. Плезім та ін., довело, що динамічна здатність соціальних мереж залучати та утримувати велику аудиторію допомагає створити неймовірний потенціал для розширення знань та обізнаності, а також сприяти зміні поведінки молоді щодо здоров'я, особливо щодо фітнесу/фізичною активності, харчування та сексуального здоров'я. Респонденти (молоді люди) відзначили соціальні мережі як засіб для «підвищення поінформованості», «поширення інформації», «просування адвокації», «згуртування людей разом для спільної справи, що може мотивувати змінити власну поведінку, наприклад, у фітнесі», а серед методів, які можна використовувати для зміцнення здоров'я у соціальних мережах (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube* тощо) назвали «публікацію зображень», «факти», «результати, які ви можете побачити», «створення форумів для анонімного спілкування», «обмін історіями та ресурсами», «інформаційну графіку» [13].

З іншого боку, науковці підкреслюють, що саме масмедіа та комунікації мають виражений дуалістичний характер щодо проблеми поширення шкідливих звичок. З одного боку, за допомогою медіа та реклами поширюються настанови, що демонструють споживання різних речовин як ознаки сучасного стилю життя. З іншого – саме масмедіа є найефективнішими засобами впливу для попередження подальшого розгортання наркотичної, алкогольної та тютюнової залежностей [9, с. 111].

Розглянемо на конкретному прикладі: за перший квартал 2022 р. *Детектор медіа* зафіксував понад 340 матеріалів онлайн-джерел, присвячених тютюновій тематиці. Моніторинг показав, що зменшилася кількість маркованої реклами тютюнових виробів, натомість кількість матеріалів, де згадували про шкоду паління, була суттєва: «Урядовий кур'єр» розповів про розширення інструментарію боротьби з тютюнопалінням, «5 канал» – про шкоду від електронних сигарет, «Високий замок» і «Главком» – про те, що рівень залежності від нікотину відповідає

симптомам депресії, «Країна здоров'я» – про негативний вплив куріння на репродуктивне здоров'я тощо [7].

На жаль, не вся поширювана в інтернет-медіа інформація є достовірною. Так, реклама має на меті збільшення прибутків від продажу товару, тому нерідко висвітлює лише його кращі якості й приховує недоліки. Масова культура завдяки впливу інтернет здебільшого спричиняє руйнацію наявних норм поведінки і споживання усталених уявлень і орієнтацій, змінюючи їх новими міфами і фетишами. Апеляція до престижу стимулює розвиток заздрості, гордості, духу суперництва, апеляція до страху – збільшує занепокоєність, апеляція до сексуальності призводить до поширення розпусти [2].

Не всі автори, які пишуть в інтернет-медіа про здоровий спосіб життя, компетентні у цій темі. А масовість деяких хибних суджень змушує молодь сприймати їх за істину. Завдяки соціальним мережам стали популярні такі явища, як детокс, воркаут, веганство та сиродієння, кросфіт, вейпінг тощо. Розглядаючи яскраві фотографії та читаючи емоційні тексти, молодь помилково вважає, що варто вживати крайніх заходів для швидкого досягнення результатів, які демонструють кумири.

Результати нещодавніх досліджень в США показали, що використання соціальних мереж пов'язано зі зниженням фізичного та психічного благополуччя. Крім того, деякі сайти соціальних мереж були задіяні у сприянні продажу наркотиків, які розпалили опіїдну епідемію, пропаганді ідеалів стрункого тіла та анорексичних спільнот для їх підтримки, а також у поширенні дезінформації про вакцини й інші методи громадської охорони здоров'я [11].

Трапляється і викривлення мотивації щодо дотримання здорового способу життя лише як моди, заснованої на демонстративному прагненні наслідувати успішні соціальні групи та певним чином ідентифікувати себе з ними. Крім того, у людини, яка перебуває у комп'ютерній віртуальній реальності, створюється уявлення, що вона безпосередньо бере участь у подіях, а не пасивно залишається

осторонь і лише спостерігає за чужими успіхами. Часто користувачі інтернет-медіа здобувають інформацію з різних питань, яка містить різнобічні, суперечливі й несистематизовані відомості, що може викликати когнітивний дисонанс. Це актуалізує потребу розвитку грамотності з питань здоров'я [17].

Проведене дослідження теоретичних аспектів проблеми дозволило виокремити загальні принципи, на яких має базуватися популяризація здорового способу життя в інтернет-медіа: об'єктивність, достовірність, доступність, науковість, систематичність, комплексність, практичність, мультимедійність.

Для емпіричного дослідження обрано кількісно-якісний метод контент-аналізу, який полягає у квантифікаційному опрацюванні тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу можуть бути як проблеми соціальної дійсності, так і внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження. Контент-аналіз часто застосовують у дослідженнях щодо спрямованості, ціннісних характеристик, ефективності та інших аспектів функціонування масмедіа. До цього методу вдаються за наявності великого за обсягом несистематизованого масиву інформації, ефективним він є і коли категорії, важливі для цілей дослідження, характеризуються певною частотою появи у документах, матеріалах [5].

Емпіричне дослідження здійснювалося протягом 2021 р. у Національному університеті біоресурсів і природокористування України і передбачало такі етапи:

1. Постановка завдання та розроблення методики дослідження.
2. Дослідження контенту:
 - 2.1. Визначення масиву інформації.
 - 2.2. Побудова вибірки.
 - 2.3. Розроблення системи категорій.
 - 2.4. Визначення одиниць аналізу та одиниць рахунку.
 - 2.5. Добирання та аналіз інформації.
3. Опрацювання та інтерпретація даних.

Оскільки безпосереднім об'єктом контент-аналізу є потік інформації, в роботі встановлено обмеження: для аналізу

обрано матеріали не всього сайту, а рубрики «Новини», яка містить актуальну інформацію й постійно оновлюється. Як зауважують науковці, вибірка у дослідженні великих сукупностей даних випадкова. Зазвичай вибірка матеріалів ЗМІ становить 200-600 повідомлень. Важливим для контент-аналізу є і визначення часового проміжку. У цьому дослідженні обрано метод суцільної вибірки матеріалів, розміщених у рубриці «Новини» сайту НУБіП України [8] протягом одного завершеного календарного року – з 01 січня до 31 грудня 2021. Обсяг суцільної вибірки становить 2573 одиниці.

Надзвичайно важливим етапом є розроблення системи категорій контент-аналізу – ключових понять, які відображають певний аспект загального напрямку дослідження матеріалів. Їхня сукупність утворює концептуальну схему контент-аналізу [4]. Категорії аналізу мають бути чітко сформульовані, вичерпні, взаємовиключні, об'єктивні та незалежні і можуть поділятися на дрібніші якісні одиниці – підкатегорії.

Вибір категорій залежить від цілей дослідження. Оскільки дослідження сфокусовано на проблемі популяризації здорового способу життя, обрано вісім категорій які відповідають складникам поняття «здоровий спосіб життя», а саме:

1. Рухова активність (підкатегорії: фізична культура і спорт, активний відпочинок, прогулянки на свіжому повітрі, елементи різних систем оздоровлення, спрямованих на підвищення рівня фізичного розвитку, його підтримку, відновлення сил після фізичних і психічних навантажень, загартовування тощо).

2. Раціональне і безпечне харчування (підкатегорії: збалансоване харчування, якість і безпека продуктів харчування, способи обробки продуктів харчування, культура споживання, дієти, сучасні тренди харчування).

3. Відмова від шкідливих звичок (категорія охоплює фактори ризику, особливості поведінки, які негативно впливають на організм, сприяючи виникненню тих чи інших захворювань. Підкатегорії: тютюнопаління, наркоманія, алкоголізм, токсикоманія).

4. Особиста гігієна (категорія охоплює норми, правила та рекомендації щодо догляду за собою, дотримання яких допомагає зберігати та зміцнювати здоров'я).

5. Психогігієна і психопрофілактика (категорія охоплює систему наукових знань і практичних заходів, спрямованих на збереження психічного здоров'я).

6. Сприятливі умови життєдіяльності (категорія означає стан середовища життєдіяльності, за якого відсутній будь-який шкідливий вплив його факторів на здоров'я людини і є можливості для забезпечення нормальних і відновлення порушених функцій організму. Підкатегорії: побутові умови, якість житла, умови для пасивного і активного відпочинку, рівень психічної і фізичної безпеки на території життєдіяльності, належні умови для навчання та праці).

7. Безпечна сексуальна поведінка (підкатегорії: гігієна сексуальної поведінки, профілактика ВІЛ/СНІД-інфекції та захворювань, що передаються статевим шляхом, сексуальна культура).

8. Контроль за станом здоров'я та інші фактори його збереження (підкатегорії: свідоме ставлення до здоров'я, медико-соціальна активність, обізнаність щодо епідеміологічної ситуації в країні, потенційних ризиків, нових методів профілактики та лікування хвороб тощо).

Важливим етапом розроблення методики контент-аналізу є визначення структурних одиниць аналізу, які має вивчати дослідник, відшукуючи в них посилення на значенні категорії чи їх вербально/візуально виражені ознаки. Одиниці аналізу повинні мати ототожнюванні індикатори, бути рекурентними, тобто мати повторювання (чи їх можливість) та ототожнюваність ознак, які визначають їх якість, а також бути зручними для вимірювання, підрахунку та порівняння, тобто підлягати формалізації [5].

Науковці вважають, що одиницями аналізу можуть бути: окремі слова, словосполучення, терміни, теми, повідомлення, висловлені у смислових образах, частинах тексту, які забезпечують повнішу характеристику змісту документа,

власні назви, судження тощо. Однією з найчастіше використовуваних одиниць аналізу є повідомлення, яке характеризується цілісністю і до якого вдаються під час аналізу невеликих текстів.

Для цього дослідження одиницею аналізу обрано новину – оперативне повідомлення, яке містить важливу та актуальну інформацію, що стосується певної сфери життя університету, інших закладів і установ, суспільства загалом чи їх окремих груп. Такі повідомлення містять не лише текстову, а й графічну та комбіновану інформацію (фото, малюнки, аудіо).

За процедурою крім одиниці аналізу варто також визначити одиницю рахунку – кількісну міру взаємозв'язку текстових і позатекстових явищ. Одиниці рахунку можуть збігатися або не збігатися з одиницями аналізу. В першому випадку, процедуру аналізу здійснюють на основі підрахунку частоти згадування одиниці, в останньому – дослідник пропонує власну систему одиниць рахунку. Загальні підходи до визначення одиниць рахунку в контент-аналізі такі: система підрахунку «час – простір»; поява категорії чи наявність ознак в тексті, повідомленні, потоці; частота появи категорії в інформаційному потоці чи окремому повідомленні (кількість згадувань) [4]. У цьому дослідженні одиниці рахунку відповідають одиницям аналізу, тому процедурою є підрахунок частоти появи категорії повідомлення в інформаційному потоці.

Наступним кроком є збирання первинної емпіричної інформації. Дослідники зазначають, що під час добору інформації аналітик використовує певний інструментарій, або «інтелектуальний фільтр» – традиційний аналіз документів, який фокусується на сукупності ітерацій (логічних ланцюжків), які дають змогу аналітику розкрити їх зміст.

Наступний етап передбачає квантифікацію (кількісний підрахунок) елементів аналізу. Під час квантифікації виявляють точки цільового комунікаційного впливу на аудиторію. Для формулювання висновків вирішальне значення мають кількісні величини, які характеризують ту чи іншу категорію, у цьому дослідженні – це частота появи категорії. Під час

дослідження проаналізовано 2573 одиниці, отримані методом суцільної вибірки. У результаті контент-аналізу з'ясовано, що кількість згадок, стосовних здорового способу життя, складає 208 одиниць, що становить 8,1% від загальної кількості повідомлень.

Кількість одиниць за визначеними категоріями контент-аналізу становить: «Рухова активність» – 113, «Рациональне і безпечне харчування» – 20, «Відмова від шкідливих звичок» – 3, «Психогігієна і психопрофілактика» – 9, «Сприятливі умови життєдіяльності» – 15, «Особиста гігієна» – 2, «Безпечна сексуальна поведінка» – 2, «Контроль за станом здоров'я та інші фактори його збереження» – 44. Відсотковий розподіл кількості одиниць за кожною категорією зображено на рисунку 1.

Отже, більше половини згадок про здоровий спосіб життя припадає на категорію «Рухова активність» – це повідомлення про спортивні змагання різного рівня, як в університеті, так і за його межами, особисті досягнення та відзнаки, види активного відпочинку, динамічні ігри та прогулянки на свіжому повітрі, елементи різних систем оздоровлення, запрошення до секцій. 21 % припадає на категорію, що відбиває контроль за станом здоров'я та інші фактори. Здебільшого це повідомлення, стосовні необхідності свідомого ставлення до здоров'я, підвищення медико-соціальної активності, обізнаності щодо епідеміологічної ситуації в країні, потенційних ризиків, нових методів профілактики та лікування хвороб тощо. Частково такий високий відсоток зумовлений епідеміологічною ситуацією в Україні протягом 2021 р., широкою кампанією вакцинації, необхідністю дотримання профілактичних санітарно-гігієнічних режимів та протиепідеміологічних норм. Ще 10% припадає на категорію «Рациональне і безпечне харчування», здебільшого це повідомлення про якість і безпеку продуктів харчування, їх обробку, конкретні правила збалансованого харчування, сучасні тренди у споживанні. Решта категорій не здолали десятивідсотковий бар'єр. Найменше повідомлень (по 1%) стосувалися особистої гігієни та безпечної сексуальної поведінки.

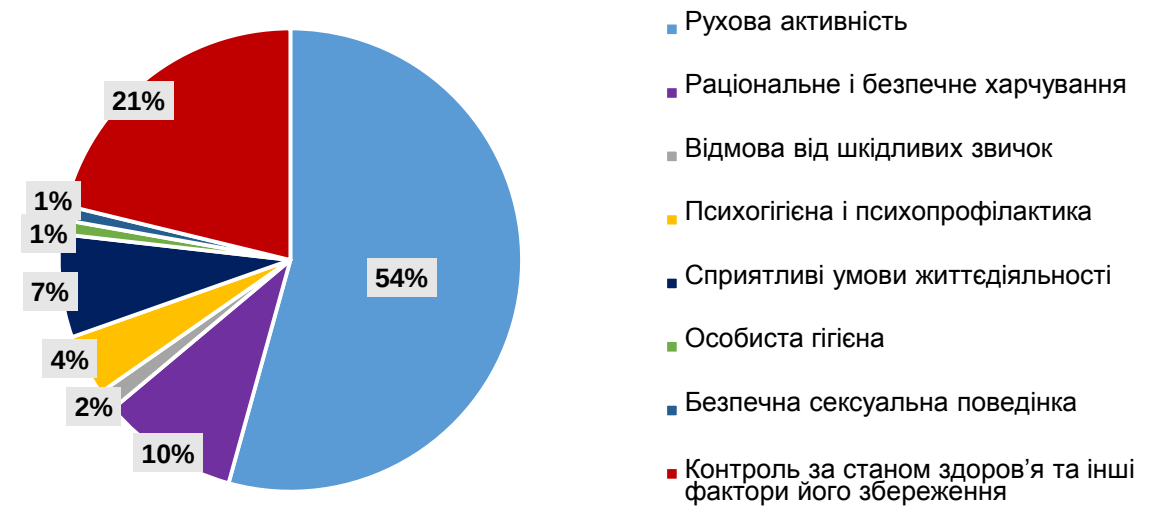


Рис. 1. Результати контент-аналізу новинних повідомлень сайту НУБіП України за категоріями здорового способу життя (у %)

Щодо регулярності новин, присвячених темі здорового способу життя, то вона теж є неоднорідною, що зумовлено режимом роботи університету як закладу освіти, тому динаміка публікацій змінюється згідно з навчальним, а не календарним роком (найменша кількість

публікацій припадає на період літніх канікул: липень-серпень). Динаміку кількості повідомлень, стосовних здорового способу життя, за всіма категоріями протягом року подано на рисунку 2.

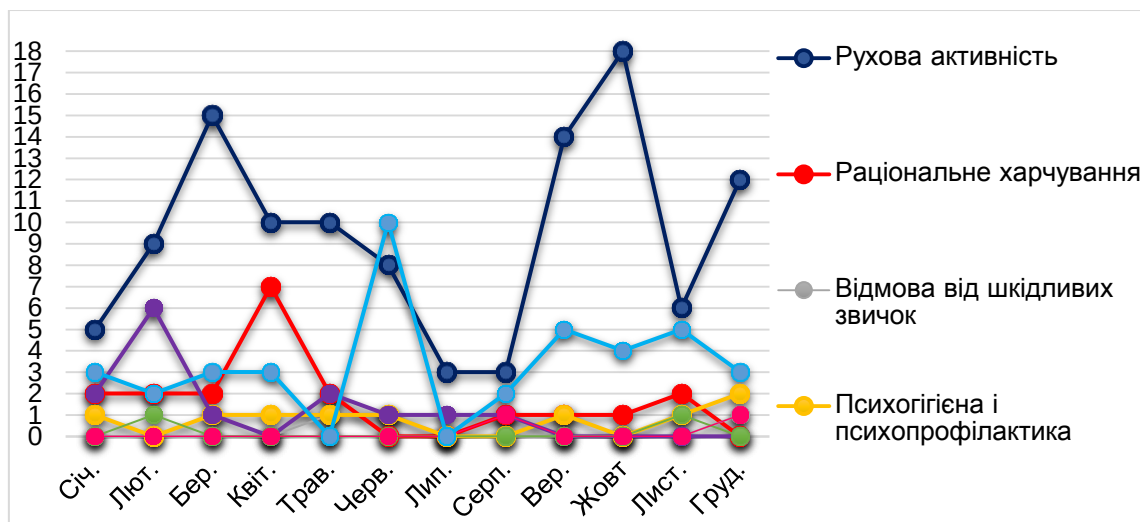


Рис. 2. Динаміка регулярності новинних повідомлень сайту НУБіП України про здоровий спосіб життя протягом 2021 року

Висновки (Conclusions). Контент-аналіз сайту НУБіП України за визначеними категоріями підтвердив актуальність проблеми популяризації здорового способу життя, соціальної та індивідуальної цінності здоров'я. Методом квантифікації виявлено точки цільового комунікаційного впливу на аудиторію – це

категорії «Рухова активність» (54% від загальної кількості повідомлень, стосовних здоров'я), «Контроль за станом здоров'я» (21%), «Рациональне і безпечне харчування» (10%).

У результаті контент-аналізу виявлено, що найпоширенішими методами популяризації здорового способу життя в

інтернет-медіа є роз'яснювальний та наочний. Визначено такі способи і прийоми популяризації: поширення інформації як теоретичного, так і фактологічного характеру щодо рухової активності, збалансованого харчування, особистої гігієни, психогігієни тощо; регулярність та систематичність повідомлень, що сприяє розумінню інформації про активний спосіб життя як поведінкової норми; формування позитивної мотивації щодо занять спортом, здорового харчування через наведення особистих прикладів, демонстрацію успіху, досягнення результатів, задоволення амбіцій. Потужним засобом популяризації є візуалізація контенту, наявність фото і відео підкреслює документальність, додає

динамічності й видовищності. Така мультимодальність повідомлень, що передбачає інтеграцію вербального тексту, графіки, фото та відео, є ефективним інструментом впливу на аудиторію щодо процесу сприймання інформації, емоційного оцінювання, побудови стратегії поведінки, популяризації здорового способу життя. Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів зазначеної проблеми. Перспективними напрямками подальших досліджень є теоретичне й практичне вивчення ефективності впливу різних видів інтернет-медіа на формування стійких ціннісних орієнтацій щодо пріоритету здоров'я та ведення здорового способу життя.

Список використаних джерел

1. Балалаєва О. Ю. Тренди журналістської освіти в умовах сталого розвитку. Міжнародний філологічний часопис. 2022. Т. 13, № 1. С.77-89. DOI: <http://dx.doi.org/10.31548/philolog2022.01.090>
2. Вплив засобів масової інформації та інших джерел на формування здорового способу життя дітей та молоді / Яременко О. (кер. авт. кол.) та ін. Київ: УІСД, 2000. URL: <http://www.health.gov.ua/health.nsf/441242b97-e1ad79cc125678d003fbbe2/8a78e33492dd9b5ec-22569fa002f2a01?OpenDocument> (дата звернення: 02.06.2022).
3. Єременко Н. П. Особливості впливу засобів масової інформації на формування здорового способу життя студентської молоді. Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. 2017. Вип. 143. С. 267-273.
4. Іванов В. Ф., Костенко Н. В. Контент-аналіз. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Контент-аналіз> (дата звернення: 15.05.2022).
5. Костенко Н. В., Іванов В. Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія. Київ: Центр вільної преси, 2003. 200 с.
6. Лисиця С. В. Типологія програм про здоровий спосіб життя на українському телебаченні. Культура України. Серія: Мистецтвознавство. 2016. Вип. 54. С. 266-276.

7. Моніторинг тютюнової тематики в українських онлайн-ЗМІ за 1 січня – 31 березня 2022 р. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/monitoring/article-/199038/2022-05-09-bandera-ne-kuryv-monitoryng-tyutyunovoi-tematyky-v-ukrainskykh-onlayn-zmi-za-1-sichnya-31-berezhnya-2022-roku/> (дата звернення: 02.05.2022).

8. Національний університет біоресурсів і природокористування України: веб-сайт. URL: <https://nubip.edu.ua/> (дата звернення: 10.06.2022).

9. Психологічне обґрунтування заходів пропагування психогігієнічного виховання і здорового способу життя серед сучасної молоді: монографія / за заг. ред. С. Д. Максименка. Київ: Інформ.-аналіт. агентство, 2012. 152 с.

10. Шинкарук В. Д., Балалаєва О. Ю. Підготовка аграрних журналістів: перспективи та завдання. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Філологічні науки. 2017. Вип. 263. С. 117-125.

11. Abrams L. C., Gold R. S., Allegrante J. P. Promoting Health on Social Media: The Way Forward. Health Education & Behavior. 2019. 46 (Suppl 2). P. 9-11. DOI:10.1177/1090198119879096

12. Gaidhane A.M., Sinha A., Khatib M. N., Simkhada P., Behere P. B., Saxena D. Syed Z. Q. A Systematic Review on Effect of Electronic Media on Diet, Exercise, and Sexual Activity among Adolescents. Indian Journal of Community Medicine. 2018. 43

(Suppl 1). P. 56-65. DOI: 10.4103/ijcm.IJCM_143_18

13. Plaisime M., Robertson-James C., Mejia L., Núñez A., Wolf J., Reels S. Social Media and Teens: A Needs Assessment Exploring the Potential Role of Social Media in Promoting Health. *Social Media and Society*. 2020. DOI: 10.1177/2056305119886025

14. Sophronia A., Sophronia B. Role of social networks in promoting healthy lifestyle. *International Research Journal*. 2019. № 2 (80). DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2019.80.2.017>.

15. Stelfox M., Paige S. R., Chaney B. H., Chaney J. D. Social Media and Health Promotion. *International journal of environmental research and public health*. 2020. Vol. 17(9). P. 3323. <https://doi.org/10.3390/ijerph17093323>

16. Tartari M. Book Review: Mass Media and Health: Examining Media Impact on Individuals and the Health Environment by Kim Walsh-Childers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2019. Vol. 96(3). P. 944-946. DOI:10.1177/1077699019837581

17. Truman E., Bischoff M., Elliott Ch. Which literacy for health promotion: health, food, nutrition or media? *Health Promotion International*. 2020. Vol. 35(2). P. 432-444. DOI: <https://doi.org/10.1093/heapro/daz007>

References

1. Balalaieva, O. Iu. (2022). Trendy zhurnalistskoi osvity v umovakh staloho rozvytku [Trends of journalism education in terms of sustainable development]. *Mizhnarodnyi filolohichniy chasopys* (International Journal of Philology), 13(1). 77-89. DOI: <http://dx.doi.org/10.31548/philolog2022.01.090>

2. Yaremenko, O. [Ed.]. (2000). Vplyv zasobiv masovoi informatsii ta inshykh dzherel na formuvannia zdorovoho sposobu zhyttia ditei ta molodi [The influence of the media and other sources on the formation of a healthy lifestyle of children and youth]. Kyiv: UISD. Retrieved from: <http://www.health.gov.ua/health.nsf/441242b97-e1ad79cc125678d003fbbe2/8a78e33492dd9b5ec-22569fa002f2a01?OpenDocument>.

3. Ieremenko, N. P. (2017). Osoblyvosti vplyvu zasobiv masovoi informatsii na formuvannia zdorovoho sposobu zhyttia studentskoi molodi [Features of influence of

different factors on forming of healthy way of life of student young people]. *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni T. H. Shevchenka*, 143, 267-273.

4. Ivanov, V. F. & Kostenko, N. V. (2018). Kontent-analiz [Content analysis]. *Velyka ukrainska entsyklopediia* (Great Ukrainian encyclopedia). Retrieved from: <https://vue.gov.ua/Kontent-analiz>.

5. Kostenko, N. V. & Ivanov, V. F. (2003). Dosvid kontent-analizu: Modeli ta praktyky [Content analysis experience: Models and practices]. Kyiv: Tsentr vilnoi presy.

6. Lysytsia, S. V. (2016). Typolohiia prohran pro zdorovy sposib zhyttia na ukrainskomu telebachenni [Typology of programs on a healthy life on Ukrainian TV]. *Kultura Ukrainy. Serii: Mystetstvoznavstvo* (Culture of Ukraine. Series: Art history), 54, 266-276.

7. Monitorynh tiutiunovoi tematyky v ukrainskykh onlain-ZMI za 1 sichnia – 31 bereznia 2022 [Monitoring of tobacco smoking in the Ukrainian online media for January 1 – March 31, 2022]. (2022). *Detektor media*. Retrieved from: <https://detector.media/monitoring/article-199038/2022-05-09-bandera-ne-kuryv-monitoryng-tyutyunovoi-tematyky-v-ukrainskykh-onlayn-zmi-za-1-sichnya-31-bereznia-2022-roku/>.

8. National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. (2022). Retrieved from: <https://nubip.edu.ua/>.

9. Maksymenko, S. D. (Ed.). (2012). *Psykhohichne obgruntuvannia zakhodiv propahuvannia psykhohihiienichnoho vykhovannia i zdorovoho sposobu zhyttia serech suchasnoi molodi: monohrafiia* [Psychological substantiation of measures to promote psychohygienic education and healthy lifestyles among modern youth]. Kyiv: Inform.-analit. ahentstvo.

10. Shynkaruk, V. D. & Balalaieva, O. Iu. (2017). Pidhotovka ahrarnykh zhurnalistiv: perspektyvy ta zavdannia [Training of agrarian journalists: prospects and goals]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Serii: Filolohichni nauky* (Scientific Herald of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Series: Philological Sciences). Issue 263, 117-125.

11. Abroms, L.C., Gold, R.S. & Allegrante,

J. P. (2019). Promoting Health on Social Media: The Way Forward. *Health Education & Behavior*, 46 (2suppl), 9-11. DOI:10.1177/1090198119879096

12. Gaidhane, A. M., Sinha, A., Khatib, M. N., Simkhada, P., Behere, P. B., Saxena, D. & Syed, Z. Q. (2018). A Systematic Review on Effect of Electronic Media on Diet, Exercise, and Sexual Activity among Adolescents. *Indian Journal of Community Medicine*, 43 (Suppl 1), 56-65. DOI: 10.4103/ijcm.IJCM_143_18

13. Plaisime, M., Robertson-James, C., Mejia, L., Núñez, A., Wolf, J. & Reels S. (2020). Social Media and Teens: A Needs Assessment Exploring the Potential Role of Social Media in Promoting Health. *Social Media and Society*. DOI:10.1177/2056305119886025

14. Sophronia, A. & Sophronia, B. (2019).

Role of social networks in promoting healthy lifestyle. *International Research Journal*, 2(80). DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2019.80.2.017>.

15. Stellefson, M., Paige, S. R., Chaney, B. H., & Chaney, J. D. (2020). Social Media and Health Promotion. *International journal of environmental research and public health*, 17(9), 3323. <https://doi.org/10.3390/ijerph17093323>

16. Tartari, M. (2019). Book Review: *Mass Media and Health: Examining Media Impact on Individuals and the Health Environment* by Kim Walsh-Childers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 944-946. DOI:10.1177/1077699019837581

17. Truman, E., Bischoff, M. & Elliott Ch. (2020). Which literacy for health promotion: health, food, nutrition or media? *Health Promotion International*, 35(2), 432-444. DOI: <https://doi.org/10.1093/heapro/daz007>

Abstract. *The relevance of the topic is determined by the general problem of maintaining the nation's health in a crisis of society caused by a pandemic, war, prolonged physical and emotional stress. Especially topical is to find effective methods to promote a healthy lifestyle, in particular in the media. The purpose of the paper is to reveal the essence and state of the problem of popularization of a healthy lifestyle in modern mass media, to detect the peculiarities of its implementation in the Internet media on the example of the NULES of Ukraine website. To achieve this purpose we used the following methods: deductive and inductive – to analyse scientific sources to determine the state of the problem, the method of complete sampling empirical material and content analysis for qualitative and quantitative research and interpretation of results. Content analysis of the NULES of Ukraine website confirmed the urgency of the problem of promoting a healthy lifestyle. The method of quantification identified the points of targeted communication impact on the audience – the categories "Physical activity", "Health control", "Rational nutrition". Content analysis has shown that the most common methods of promoting a healthy lifestyle in online media are explanatory and illustrative. The study found the following techniques of popularization: dissemination of theoretical and factual information on physical activity, balanced nutrition, personal hygiene, psychological hygiene, etc.; regular and systematic messages, which contributes to the understanding of information about an active lifestyle as a behavioural norm; formation of positive motivation for sports, healthy nutrition through personal examples, demonstration of success, etc.*

Key words: *lifestyle, health, methods of popularization, mass media, online media.*