

Как Минский полумарафон ЗОЖ продвигает

УДК 659.4 (476)



Ирина СИДОРСКАЯ,
кандидат философских
наук, доцент

Ирина СИДОРСКАЯ. Как Минский полумарафон ЗОЖ продвигает. На основе исследования PR-сопровождения проекта «Минский полумарафон – 2017» и его освещения белорусскими СМИ автор делает вывод о синергетическом эффекте журналистики и связей с общественностью в актуализации и продвижении идеи здорового образа жизни.

Ключевые слова: средства массовой информации, медиатранзит, связи с общественностью (PR – публик рилейшнз), PR-сопровождение, Минский полумарафон, здоровый образ жизни.

Irina SIDORSKAYA. How the Minsk Half Marathon promotes a healthy lifestyle. The research of the PR support for the Minsk Half Marathon 2017 and its coverage by Belarusian media reveals a synergistic effect of the joint efforts of journalism and public relations to promote a healthy lifestyle.

Keywords: mass media, media transit, public relations (PR), PR support, Minsk Half Marathon, healthy lifestyle.

Решить актуальную социальную задачу формирования у белорусов принципов здорового образа жизни, повышения двигательной активности можно только при условии изменения поведения людей, для чего необходимо широкое общественное обсуждение темы в медиапространстве. В СМИ социальные проблемы по ряду причин конкурируют за внимание аудитории, и часто их медиатранзит, то есть прохождение темы в определенной последовательности стадий, каждая из которых требует использования своих журналистских техник и технологий, оказывается не за-

вершен [1]. Значительно увеличить эффективность медиатранзита позволяет PR-сопровождение актуальных социальных проблем. В предлагаемой статье на примере освещения в белорусских СМИ Минского полумарафона – 2017 анализируется значение его PR-сопровождения. Актуальность исследования определяется необходимостью усиления роли взаимодействия журналистики и связей с общественностью в продвижении важных социальных идей, мобилизации ответственности к изменению стереотипов и привычных моделей поведения, формированию современного образа жизни.

Проблема приобщения белорусов к здоровому образу жизни сегодня стоит достаточно остро. По сведениям Национального статистического комитета Республики Беларусь, основной причиной смерти граждан страны в трудоспособном возрасте являются сердечно-сосудистые заболевания [2, с. 72–73]. Как отмечает Всемирная организация здравоохранения, самой эффективной мерой снижения бремени неинфекционных заболеваний (к этой категории отно-

ОБ АВТОРЕ

СИДОРСКАЯ Ирина Владимировна.

Родилась в г. Минске. Окончила Белорусский государственный университет (1991), аспирантуру кафедры философии и методологии науки БГУ (1994). С 2016 года – докторант Института журналистики БГУ.

С 1999 года работает на кафедре технологий коммуникации БГУ: сначала в должности доцента, с 2010 года – завкафедрой.

Кандидат философских наук (1995), доцент (2004).

Автор около 100 научных работ.

Сфера научных интересов: современное информационное пространство, связи с общественностью, гендерная коммуникация.

сятся и сердечно-сосудистые) выступает предупреждение их развития, а именно воздействие на популяционном и индивидуальном уровне на поведенческие факторы риска: курение, употребление алкоголя, чрезмерное употребление соли, низкая физическая активность, избыточная масса тела, нездоровое питание [3, с. 3]. В результате исследования распространенности основных факторов риска неинфекционных заболеваний среди населения нашей страны в возрасте 18–69 лет выявлено, что более 40 % опрошенных имеют не менее трех факторов риска, в том числе и гиподинамию. Причем количество таких респондентов пропорционально увеличению их возраста, и только у 5,6 % не выявлено ни одного фактора риска неинфекционных заболеваний [3, с. 18].

По итогам модульного обследования Белстата «Здоровый образ жизни и мы», несмотря на то что белорусы оценивают здоровье как основную жизненную ценность, собственный вклад в его поддержание носит фрагментарный характер: ценность занятий физкультурой и спортом стоит у них на последнем, десятом месте, а отказ от вредных привычек как способ сохранения и укрепления здоровья признают менее чем 40 % населения [4, с. 3, 5]. Среди причин отказа от занятий физкультурой и спортом респонденты называют отсутствие свободного времени (35,7 %), желания (27,2 %), лень (12,9 %), отсутствие возможности заниматься (7,4 %) и др. [4, с. 16].

В настоящее время в Беларуси реализуются две основные программы по формированию здорового образа жизни: «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь на 2016–2020 годы» (подпрограмма «Профилактика и контроль неинфекционных заболеваний») и Государственная программа развития физической культуры и спорта в Республике Беларусь на 2016–2020 годы (подпрограмма «Подготовка спортивного резерва, физкультурно-оздоровительная, спортивно-массовая работа»). Обе они направлены на осуществление приоритетных принципов государственной со-

циальной политики, а именно – создание условий для качественного развития человеческого потенциала, здоровой и достойной жизни населения, в том числе на основе комплекса мер по укреплению здоровья и увеличению ожидаемой продолжительности жизни.

В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы определены такие направления, как «Улучшение демографического потенциала и укрепление института семьи» и «Повышение уровня здоровья белорусских граждан и доступности медицинских услуг». В них переход к устойчивому развитию страны напрямую связывается с улучшением физического и репродуктивного здоровья населения, созданием предпосылок для повышения рождаемости и увеличения ожидаемой продолжительности жизни, всесторонним укреплением института семьи, а стабилизация численности населения и увеличение ожидаемой продолжительности жизни граждан представляются одними из целей устойчивого развития в среднесрочной перспективе.

В связи с этим Минский полумарафон можно рассматривать как масштабное государственное мероприятие, направленное на популяризацию здорового образа жизни, привлечение различных категорий населения к занятиям физи-

▼ Дарья Домрачева провела разминку Команды мечты Минского полумарафона. Минск, 2017 год



Минский полумарафон – это международное спортивно-массовое мероприятие, которое проводится ежегодно с 2013 года в сентябре в рамках празднования Дня города Минска. Организаторами выступают Минский городской исполнительный комитет, Белорусская федерация легкой атлетики, Министерство спорта и туризма, Национальный олимпийский комитет, Президентский спортивный клуб; партнерами – многие известные белорусские и международные компании. Информационными партнерами являются белорусский портал TUT.BY, газета «Комсомольская правда в Белоруссии», информационное агентство Sputnik Беларусь, телеканалы «Беларусь 1», «Беларусь 5», СТБ, ОНТ и Минск TV, журналы OnAir, «Большой», радиостанция EuropaPlus.

ческой культурой и спортом. Основным PR-сопровождением проекта занимается Белорусская федерация легкой атлетики, а его идейным вдохновителем является глава федерации В. Девятковский, чемпион мира и призер Олимпийских игр в метании молота, заместитель председателя Постоянной комиссии Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь по здравоохранению, физической культуре, семейной и молодежной политике.

Анализ экспертного выступления В. Девятковского на тему «Минский полумарафон – 2017: инициатива, вдохновившая 30 тысяч человек на бег» в Институте журналистики БГУ 30 октября 2017 года позволяет сделать вывод о том, что основным способом привлечения внимания к проекту стала коммуникация с лидерами мнений. С призывами поучаствовать в полумарафоне в СМИ выступили представители органов государственного управления: председатель Мингорисполкома А. Шорец, на тот момент министр спорта и туризма Республики Беларусь А. Шамко, министр здравоохранения В. Малашко и др. Вторая группа лидеров мнений, призывавших участвовать в забеге, – известные спортсмены: рекордсменка Беларуси в марафонском беге и победительница Минского полумарафона 2015 и 2016 годов О. Мазуренок, Герой Беларуси, четырехкратная олимпийская чемпионка по биатлону Д. Домрачева, экс-первая ракетка мира по теннису В. Азаренко, гимнастка Л. Черкашина и др. Третью группу составили известные медийные персоны: телеведущие Е. Перлин, Н. Роше, И. Подрез, В. Сенкевич. Специально к полумарафону была сформирована Команда мечты – 37 звездных участников, среди которых представители законодательной и исполнительной власти Республики Беларусь, спортсмены, бизнесмены, медийные персоны. Начиная с июля члены Команды мечты еженедельно собирались в спортивно-развлекательном комплексе Falcon Club (партнер проекта) для подготовки к забегу, о чем СМИ постоянно информировали аудиторию. На протяже-

нии всего периода тренировок у лидеров мнений брали интервью, посвященные преимущественно вопросам здорового образа жизни.

Организаторы привлекли к информационному партнерству популярные СМИ, что способствовало не только увеличению медиапокрытия, но и созданию совместных проектов. Многие информационные партнеры ввели специальную рубрику «Минский полумарафон – 2017» и разрабатывали для нее оригинальный контент. Например, в одном из СМИ создали команду для участия в забеге и подробно описывали процесс тренировок, физические и духовные изменения, происходившие с ее участниками; другие массмедиа искали любопытные факты в истории аналогичных проектов, акцентировали зрелищность забегов и поддержку болельщиков, вели онлайн-репортажи о подготовке к полумарафону и т. д.

Большое значение в информировании аудитории о предстоящем событии сыграло создание сайта <http://minskhalfmarathon.by/> и групп «Движение #followminsk» в Facebook и «ВКонтакте». В качестве основных PR-инструментов использовались пресс-релизы. Особую роль в осуществлении эффективного медиасопровождения проекта сыграла организованная 31 августа 2017 года пресс-конференция, в которой участвовали первый заместитель министра спорта и туризма В. Дурнов, председатель Белорусской федерации легкой атлетики В. Девятковский, заместитель начальника управления спорта и туризма Мингорисполкома С. Демешко, координатор объединенной Программы ООН по ВИЧ/СПИД (ЮНЭЙДС) В. Ильенкова. Привлечению внимания аудитории также способствовал анонс «самого массового» флешмоба – за две недели до полумарафона организаторы призвали бегунов во время разминки перед стартом поздравить столицу с 950-летним юбилеем. Видеоролик с призывом поучаствовать в флешмобе был размещен на официальном сайте Минского полумарафона.

Таким образом, PR-сопровождение Минского полумарафона – 2017 было ор-



ганизовано весьма эффективно и носило характер информационного партнерства со многими ведущими средствами массовой информации Республики Беларусь.

Для исследования медиаосвещения Минского полумарафона – 2017 нами с помощью поисковых систем Google и «Яндекс» была сформирована выборка из 77 материалов. Наиболее активными СМИ в отношении проекта были в первую очередь его информационные партнеры: агентство Sputnik Беларусь (17 публикаций), портал TUT.BY (14 публикаций), телеканал СТБ (14 сюжетов), газета «Комсомольская правда в Белоруссии» (7 публикаций). Внимание проекту ввиду его событийности и важной социальной миссии уделили информационные агентства: БЕЛТА (10 публи-

каций), «Минск-Новости» и «Белорусские новости» (по 2 оригинальных материала), Telegraf, а также информационные порталы. Ожидается в числе лидеров по числу публикаций оказались республиканские и городские СМИ. В связи с тем, что в полумарафоне принимали участие бегуны со всей Беларуси, в выборку попали и региональные СМИ.

В результате анализа материалов выборки нами выделено 7 приоритетных информационных поводов. В количественном и процентном отношении они распределились следующим образом (табл. 1).

Как видим, освещение Минского полумарафона – 2017 характеризуется достаточно богатым спектром информационных поводов, которые можно

Инфоповоды	Количество публикаций	Объем публикаций, %
Анонс, логистика предстоящего мероприятия	18	23,4
Подготовка к полумарафону	9	11,7
Персонафикация	10	12,9
Занимательные факты	2	2,6
Полумарафон: забег, впечатления	14	18,2
Результаты полумарафона	18	23,4
Итоги полумарафона	6	7,8

◀ Таблица 1.
Приоритетные информационные поводы
Источник: собственная разработка автора



▲ Победный финиш
Людмилы Ляхович.
2017 год

сгруппировать в несколько кластеров. К первому (37,7 %) относятся материалы, которые описывают подготовительный этап проекта: анонс мероприятия, логистику, приглашения участвовать, процесс индивидуальных и командных тренировок, занимательные факты из хроники аналогичных проектов. Второй кластер (41,6 %) – сам забег, его результаты, впечатления участников, организаторов, журналистов, горожан. Третий кластер (7,8 %) составляют итоговые материалы. Чтобы отделить «результаты» от «итогов», мы следовали критерию «прямые/косвенные» и «непосредственные/опосредованные» последствия. Так, «прямыми» и «непосредственными» являются сообщения о победителях на дистанциях, персональных и командных результатах, эмоциях участников, атмосфере в течение и по окончании забега и т. д. «Косвенные» и «опосредованные», на наш взгляд, – это итоги полумарафона в плане влияния на жизнь отдельных людей и трудовых коллективов, приобщения к физкультуре и спорту различных категорий населения, развития межкультурного взаимодействия, укрепления позитивного имиджа города и страны.

Четвертый кластер (12,9 %) образуют материалы, раскрывающие тему полумарафона и здорового образа жизни через конкретную личность. В него вошли интервью, зарисовки, корреспонденции об

известных людях, формирующие представление не только о жизненном пути и характере героев, но и проясняющие для широкой аудитории специфику подготовки к пробегу и в целом важность соблюдения принципов здорового образа жизни. Это публикации о министре здравоохранения Беларуси В. Малашко, биатлонистке Д. Домрачевой, легкоатлете В. Девятовском, пресс-секретаре Президента Республики Беларусь Н. Эйсмонт, ректоре Белорусского государственного университета физической культуры, вице-президенте НОК С. Репкине, ведущей СТВ Н. Михайлик, мисс Беларусь – 2008 О. Хижинковой и др.

Кейс «Минский полумарафон» демонстрирует высокий показатель персонализации – почти 13 %. Персонализация интерпретируется как привлечение VIP-персон (известных политиков, представителей бизнеса, спорта, культуры, медиа и др.) для позиционирования значимости проектов, в которых эти личности принимают участие, и обычно воспринимается журналистами скорее негативно, как искусственный способ формирования информационной повестки дня. Однако в данном случае мы не нашли ни одного материала, свидетельствующего об искусственности в раскрытии темы: все герои и героини соответствующего кластера выборки – значимые акторы реализации проекта. И таким образом при определенных условиях его применение вполне оправданно, так как служит более глубокому восприятию информации аудиторией и, самое главное, формирует образ положительного героя. В данном случае эти условия налицо: в медиатекстах речь идет о процессе тренировок самих героев либо под руководством героев, о подготовке их к забегу, впечатлениях от полумарафона, его итогов и т. д. Герои же – это успешные мужчины и женщины, занимающие ответственные посты и/или достигшие значительных результатов в сфере государственного управления, образования, реальном секторе экономики, спорте и массмедиа. Они придерживаются принципов здорового образа жизни, принимают

активное участие в спортивно-массовых мероприятиях, хорошо выглядят и тем самым привлекают других к физкультурному движению. На основе данных текстов у аудитории формируется позитивное отношение к здоровому образу жизни, возникает желание последовать примеру кумиров.

Событийность в основе абсолютного большинства инфоповодов свидетельствует о прочном статусе темы в информационном пространстве. Тема Минского полумарафона как спортивно-массового мероприятия, имеющего большое значение для пропаганды здорового образа жизни среди граждан нашей страны, формирования позитивного внутреннего и внешнего имиджа Беларуси и ее столицы, прочно закрепились в СМИ.

Таким образом, кейс «Минский полумарафон – 2017» наглядно формирует так называемый «дискурс успеха» [5] – позитивные индивидуальные, групповые и социальные изменения, которые происходят в белорусском обществе. Основное условие данных трансформаций – эффективное межсекторное взаимодействие: политическая воля государственных институтов, поддержка бизнеса, информационное партнерство основных медиа, активное включение граждан, движений и организаций. Все вместе способствовало достижению синергетического эффекта, благодаря чему Минский полумарафон – 2017 стал важной вехой позитивной социальной динамики.

Медиаосвещение полумарафона можно оценить как достаточно успешное, что обусловлено комплексом причин. Среди них: системная поддержка белорусским государством тенденций здорового образа жизни; значимая роль современного спорта и отечественных спортсменов в самоидентификации белорусской нации, формировании чувства гордости и патриотизма, позитивного имиджа Беларуси как внутри страны, так и за ее пределами; восприятие белорусской молодежью занятий физкультурой и спортом как модного тренда и т. д. Отдельно необходимо выделить роль PR-сопровождения проекта: на протяжении всего периода

реализации оно являлось «локомотивом», а В. Девятковский выполнял функции «лица» полумарафона.

«Минский полумарафон» – проект, нацеленный на раскрытие человеческого потенциала. Значительное количество персонализированных публикаций демонстрирует внимание белорусских медиа к людям, поиск героев в повседневной жизни, позиционирование профессионалов из различных сфер как увлеченных своим делом, разносторонне развитых, активных, ежедневно преодолевающих проблемы и комплексы, стремящихся развиваться физически и духовно. Об успешном освещении Минского полумарафона свидетельствует и ряд косвенных признаков: это увеличение в средствах массовой информации внимания к другим программам в области здорового образа жизни, повышение количества, тематического разнообразия и жанровых моделей в материалах по данным вопросам, в том числе в изданиях – партнерах проекта. Так, например, с июля 2017 года на информационном портале TUT.BY появился новый раздел GO.TUT.BY, посвященный здоровому образу жизни: раз в две недели там появляется материал о беге.

К сожалению, невозможно измерить количество (процент) белорусов, изменивших свои модели поведения в области физической культуры и спорта после медиаосвещения Минского полумарафона, однако факт такой динамики представляется бесспорным. ■

Статья поступила
в редакцию 13.04.2018 г.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Т.И. Фролова. – М., 2015. – 439 с.
2. Женщины и мужчины Республики Беларусь: стат. сб. – Минск: Нац. статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 217 с.
3. Распространенность факторов риска неинфекционных заболеваний в Республике Беларусь. STEPS 2017 / Всемирная организация здравоохранения, Европейское региональное бюро, Страновой офис ВОЗ, Беларусь. – 250 с.
4. Здоровый образ жизни и мы: модульное обследование Белстата. – Минск: Нац. статистический комитет Республики Беларусь, 2018. – 17 с.
5. Фролова, Т.И. Проблема социальной идентичности в информационном поле: от дискурса травмы к дискурсу успеха / Т.И. Фролова // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матер. 55-го междунар. форума (21–22 апреля 2016 г.) / отв. ред. С.Г. Корконосенко. – Т. 2. – Вып. шк. журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. – СПб, 2016. – С. 39–42.