СЕКЦИЯ 1

ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ «СООБЩЕСТВО ЕДИНОЙ СУДЬБЫ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА»

А. И. Басова,
кандидат филологических наук, доцент,
Белорусский государственный университет
(г. Минск, Республика Беларусь)
basova06@list.ru

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ МЕДИАТИЗАЦИИ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ

Аннотация. *В статье рассматриваются медиаподходы Беларуси и Китая к продвижению здорового образа жизни, анализируется здоровый образ жизни как современный социальный феномен и как ценность общества и личности. Здоровый образ жизни не только отражает взаимодействие между людьми и окружающей средой, но также демонстрирует внимание общества к индивидуальным потребностям здоровья и его поддержание. Делается вывод, что взаимный обмен опытом открывают новые возможности для того, чтобы здоровый образ жизни становился не только формальной, но и реальной ценностью в обществе, чему может содействовать и повышение эффективности информационных кампаний в сфере здравоохранения наших стран.*

Ключевые слова: *здоровый образ жизни, медиатизация, СМИ, медиакоммуникация, Беларусь, Китай.*

A. Basova,
PhD in Philology, Associate Professor,
Belarus State University
(Minsk, Republic of Belarus)
basova06@list.ru

HEALTHY LIFESTYLE AS A SOCIO-CULTURAL PHENOMENON IN THE CONTEXT OF MEDIA IMAGING IN BELARUS AND CHINA

Abstract. *This article examines media approaches to promoting a healthy lifestyle in Belarus and China, analyzing it as a modern social phenomenon and as a value for society and the individual. A healthy lifestyle not only reflects the interaction between people and the environment but also demonstrates society's attention to individual health needs and how to maintain it. It is concluded that mutual exchange of experiences opens up new opportunities for a healthy lifestyle to become not only a formal but also a tangible value in society, which can be facilitated by increasing the effectiveness of healthcare information campaigns in our countries.*

Keywords: *healthy lifestyle, mediatization, mass media, media communication, Belarus, China.*

Здоровый образ жизни как сложное социальное и культурное явление является не только результатом адаптации личности к физической, психологической и социальной среде, но и динамической перестройкой ценностей и моделей поведения в процессе современной жизни. В условиях медиатизации здоровый образ жизни широко пропагандируется посредством медиакоммуникаций, а их влияние вышло за рамки индивидуального здоровья и стало важной частью системы социальных и культурных ценностей. Медиатизация представляет собой метапроцесс, существенно определяющий динамику современных социальных трансформаций. По К. Лундби, социокультурные изменения составляют сущность (ядро) медиатизации, а не технические средства, поэтому любое определение медиатизации, основанное на технологическом детерминизме, автор признает неприемлемым. Подчеркивая

тотальный охват общества, исследователь акцентирует необходимость анализа взаимодействия медиатизации с сопутствующими глобальными процессами – глобализацией, коммерциализацией и индивидуализацией [2, с. 8].

Развитие социальных сетей во втором десятилетии XXI в. изменило экосистему коммуникаций. В то время как традиционные СМИ ранее были основным источником популяризируемой медицинской информации, исследования подтверждают, что платформы социальных сетей теперь занимают центральное место в продвижении проблематики здоровья [1, с. 221].

Популяризация здорового образа жизни требует конкретных мер, включая разработку практических рекомендаций, актуализацию вопросов укрепления и поддержания здоровья, мероприятий по увеличению продолжительности жизни, профилактике заболеваний (как первичной, так и вторичной). Однако в большинстве неспециализированных печатных СМИ такие материалы публикуются без учета ключевых параметров информирования, что снижает их эффективность [4]. Крайне важно, чтобы СМИ несли ответственность за публикуемые материалы, так как распространение непроверенной или искаженной информации может повлиять на общественное восприятие медицинских вопросов и даже на состояние здоровья людей.

В большинстве неспециализированных СМИ главная цель – привлечение аудитории, поэтому материалы зачастую представляют собой дайджесты из различных изданий и интернет-источников. Информация должна быть доступной и интересной для широкой публики, но при этом важно учитывать, что во многих редакциях нет специалистов с медицинским образованием, способных компетентно оценивать и рецензировать публикуемые материалы. В результате некоторые статьи могут содержать противоречивую или некорректную информацию о заболеваниях, методах лечения и медицинских технологиях. Таким образом, качество и достоверность публикуемых сведений зависит исключительно от редакционной политики конкретного издания.

Исторически популяризацией медицинских знаний занимались выдающиеся ученые-медики, такие как Гиппократ, Гален, Авиценна, Маймонид, Парацельс и др., которые в античности, Средневековье и более поздние времена в своих трудах объясняли природу заболеваний и способы их лечения. Впоследствии научные знания активно распространялись через публикации известных исследователей, таких как К. А. Тимирязев, И. И. Мечников и др. Так, в Беларуси, например, в XX в. появился популярный медицинский журнал «Здоровье», способствовавший распространению научно обоснованной информации среди населения [3, с. 160].

В настоящее время средства массовой информации по всему миру публикуют материалы о современных медицинских достижениях, инновациях в здравоохранении, профилактике заболеваний и формировании здорового образа жизни. Современные СМИ охватывают широкий спектр тем, связанных с медициной, что позволяет повысить уровень осведомленности населения о важности здоровья и медицинской грамотности. Однако для повышения качества информации необходимо привлечение профессиональных экспертов и более строгий редакционный контроль.

Средства массовой информации играют важную роль в популяризации здорового образа жизни и физической активности. Их влияние основано на нескольких ключевых механизмах:

1) информационное воздействие. СМИ распространяют сведения о здоровом образе жизни, правильном питании, физических упражнениях и профилактике заболеваний. Эта информация представлена в формате новостей, статей, интервью, репортажей и рекламных материалов. Чем шире охват аудитории, тем выше вероятность, что полученные знания побудят людей к изменению привычек и образа жизни;

2) формирование ролевых моделей. Средства массовой информации активно популяризируют образы успешных спортсменов, тренеров, диетологов и специалистов в области здоровья. Эти люди становятся примерами для подражания, мотивируя зрителей

вести активный образ жизни, заботиться о своем здоровье и принимать осознанные решения в повседневной жизни;

3) интеграция в медийные проекты. Телевизионные шоу, радиопередачи, фильмы и онлайн-контент все чаще посвящены теме здоровья и спорта. Они демонстрируют примеры преодоления трудностей, достижения целей и позитивного влияния физической активности на жизнь человека. Такие проекты способны вдохновлять зрителей и формировать у них мотивацию к здоровому образу жизни;

4) рекламные кампании. Реклама в СМИ активно используется для продвижения здорового образа жизни, спортивных мероприятий, товаров, услуг. Кампании могут включать призывы к участию в спортивных соревнованиях, популяризацию здорового питания, посещение фитнес-центров и других инициатив, способствующих укреплению здоровья [5, с. 202].

Использование СМИ для продвижения и формирования культуры здоровья и спорта основано на информационном, образцовом и мотивационном воздействии на аудиторию. Эти механизмы позволяют создавать позитивный образ здорового образа жизни, способствуя формированию полезных привычек и стимулируя людей к физической активности. Медиа играют огромную роль в формировании представлений о теле здорового человека и стандартах красоты. СМИ часто транслируют определенные идеалы внешности и здоровья, что может приводить к созданию стереотипов и развитию комплексов у аудитории. Так, например, в Китае телевидение и социальные сети активно продвигают стандарты красоты, связанные с худобой. Например, популярные шоу 创造101 (Produce 101 China) и 青春有你 (Youth With You) транслируют идею, что стройное тело – это обязательный атрибут успеха. В китайских соцсетях Weibo и Xiaohongshu часто встречаются хештеги, связанные с диетами и фитнесом (#减肥打卡 «Отчет о похудении»). Напротив, другие медиа вдохновляют миллионы людей к физической активности и заботе о здоровье. Фильмы, телешоу, рекламные кампании и социальные сети активно продвигают ценности спорта и здорового образа жизни.

В Беларуси фильмы о выдающихся спортсменах, такие как «Белорусский олимп», и документальные проекты о белорусских олимпийцах, транслируемые на телеканалах «Беларусь 1» и ОНТ, мотивируют зрителей к физической активности.

Для формирования объективного и инклюзивного взгляда на здоровье и физическую активность медиа должны:

– представлять разнообразие телосложений и достижений (пример: китайская кампания Real Beauty от Dove в сотрудничестве с Weibo);

– избегать пропаганды недостижимых стандартов, способных вызывать психологические проблемы (пример: в Беларуси некоторые блогеры начали критиковать токсичную фитнес-культуру, продвигаемую в соцсетях);

– создавать доступные информационные кампании, объясняющие, что здоровье – это не только внешний вид, но и баланс физического и психического состояния.

Для эффективного использования СМИ в интересах здоровья общества необходима координация между медиа, государственными структурами, образовательными учреждениями и медицинскими организациями. Информационные кампании должны быть направлены на популяризацию правильного питания, спорта, профилактики заболеваний и осознанного отношения к здоровью. Очень важно обучать людей критическому мышлению, чтобы они могли анализировать медиаконтент, отличать факты от субъективных мнений и избегать манипуляций. Развитие критического восприятия информации поможет избежать распространения мифов о здоровье и создать более осознанное общество. Также следует развивать навыки медиаграмотности, чтобы люди могли осознанно выбирать информацию, которую они потребляют, и быть более ответственными в распространении информации в социальных сетях и других медиаплатформах. Таким образом, средства массовой информации могут быть мощным инструментом пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни, но только при условии подачи качественной и сбалансированной информации.

Беларусь и Китай имеют богатый потенциал для совместных инициатив в области популяризации здорового образа жизни, особенно с учетом значительного числа китайских студентов и представителей китайской диаспоры в нашей стране. Одним из наиболее перспективных направлений взаимодействия является продвижение традиционных китайских практик здоровья, таких как ушу (боевые искусства), цигун, даосские методы оздоровления и философия баланса инь и ян.

Несомненно, в истории эффективного продвижения наследия и развития китайской культуры, а также ее популяризации за рубежом китайские боевые искусства (ушу) всегда демонстрировали свою ценность в укреплении духа самосовершенствования и при защите своей Родины, предлагая уникальные методы физической подготовки, которые укрепляют здоровье человека, а также расширяют круг друзей, добрососедства и способствуют сближению народов. В новую эпоху построения сообщества с общей судьбой для человечества благодаря тщательному планированию на государственном уровне китайские боевые искусства продолжают выполнять свою миссию и нести ответственность за углубление культурного обмена и сотрудничества между Китаем и другими странами.

С одной стороны, с подписанием меморандума о стратегическом сотрудничестве между штаб-квартирой Институтов Конфуция и Государственным управлением по делам физкультуры и спорта Китая по продвижению тайцзицюань и ушу за рубежом [6] ушу стало важной частью культурных мероприятий институтов Конфуция. Культурные выставки и гастроли, в которых основное внимание уделяется ушу, стали не только важной формой распространения китайской культуры и повышения культурного содержания институтов Конфуция, но и практикой, позволяющей местному населению глубже познавать, участвовать и идентифицировать себя с китайскими боевыми искусствами.

В Беларуси растущий интерес к китайским боевым искусствам создает хорошие возможности для продвижения культуры боевых искусств через цифровые медиа. Боевые искусства – это не только

способ укрепить тело, но и концепция здоровья, которая объединяет тело и разум и широко признана во всем мире. Можно выделить ряд возможных форм сотрудничества Китая и Беларуси по продвижению боевых искусств:

– создать канал на YouTube, посвященный белорусским и китайским боевым искусствам, и пригласить китайских мастеров боевых искусств и белорусских спортсменов совместно снимать видеоролики, знакомящие с основными движениями, пользой для здоровья и культурными особенностями боевых искусств, чтобы как можно больше белорусов могли понять значение и пользу боевых искусств;

– осуществить запуск соревнований по боевым искусствам на платформах TikTok и «ВКонтакте», чтобы побудить молодых людей подражать и изучать основные движения боевых искусств, повысить участие общественности и расширить влияние через социальные сети;

– открыть онлайн-курсы по боевым искусствам и цигун, чтобы студенты колледжей и любители фитнеса на дистанционных занятиях обучались практическим приемам фитнеса и методам настройки дыхания. Продвижение боевых искусств через цифровые медиа позволит не только улучшить здоровье и физическую подготовку белорусского народа, но и еще больше укрепить сотрудничество между двумя странами в сфере спорта и культуры;

– продвигать китайскую концепцию здоровья, которая подчеркивает гармонию человека и природы, баланс инь и ян, соответствие биологическим ритмам. Эту концепцию можно распространять через белорусское телевидение и социальные сети, чтобы дать возможность большему количеству людей понять основные идеи здравоохранения традиционной китайской медицины, через радиопрограммы и подкасты о здоровье, приглашая экспертов традиционной китайской медицины, мастеров цигун или ученых-медиков представлять даосские методы здоровья, тренировки дыхания, здоровое питание и поддержание здоровья в течение всех пор года с помощью аудио- и видеопрограмм, чтобы белорусские слушатели могли применять эти знания в повседневной жизни;

– читать курсы лекций по культуре здоровья в вузах. Например, провести цикл лекций по пяти элементам сохранения здоровья, диетотерапии, психологической адаптации и другим темам, позволяющий молодому поколению глубже понять китайскую культуру здоровья;

– ввести трансляцию экспериментальных телепрограмм о здоровом образе жизни, куда будут приглашены белорусские представители СМИ, спортсмены или общественные деятели, чтобы попробовать на себе традиционный китайский массаж, иглоукалывание, тай-цзи и другие методы, а после поделиться своим опытом и состоянием здоровья и таким образом сделать эти традиционные методы более убедительными и привлекательными. Это не только повысит осведомленность белорусского народа о концепциях здравоохранения Китая, но и будет способствовать дальнейшему сотрудничеству между двумя странами в области лечения, управления здравоохранением и культурного общения;

– проводить фестивали белорусско-китайского обмена по культуре и здоровью. В Беларуси регулярно проводятся китайские культурные фестивали, но на этой основе содержание оздоровительных и спортивных обменов может быть расширено для формирования более богатого культурного взаимодействия. Таким фестивалем может стать культурный фестиваль китайских боевых искусств и традиционной китайской медицины, включающий представления боевых искусств, учения цигун, лекции о здоровье, массаж и т. д., что позволит белорусам ознакомиться с традиционными китайскими методами здоровья;

– организовывать масштабную утреннюю зарядку цигун и тайцзи в Минске и других городах, использовать традицию утренней зарядки в китайских парках и стимулировать белорусов формировать здоровые привычки посредством коллективных занятий спортом;

– создать онлайн-платформу «Беларусь – Китай: здоровье без границ», которая будет включать видеокурсы, научно-популярные статьи и блоги о здоровом образе жизни из Китая и Беларуси,

таким образом способствуя долгосрочному сотрудничеству между двумя странами в сфере медицинского просвещения;

– сформировать взаимодополняющие модели сотрудничества в сфере укрепления здоровья. К примеру, Китай может предоставить опыт распространения цифрового контента о здравоохранении (WeChat, Douyin, управление большими данными в области здравоохранения), а Беларусь может поделиться своим опытом продвижения различных видов спорта (зимних видов спорта, хоккея, легкой атлетики) и объединить его с китайскими концепциями здравоохранения.

Таким образом, Беларусь и Китай имеют большие перспективы сотрудничества в сфере продвижения здорового образа жизни, особенно в сфере пропаганды боевых искусств, распространения философии здоровья и производства цифрового контента о здоровье. Посредством социальных сетей, онлайн-образования, культурных фестивалей и других форм две страны могут совместно способствовать популяризации культуры здоровья и позволить большему количеству людей воспользоваться научными методами управления здоровьем. Это сотрудничество также углубит культурные обмены между двумя странами, будет способствовать взаимопониманию между народами и заложит основу для построения более тесного международного сотрудничества в области здравоохранения.

Литература

1. Enjolras, B. Health on Social Media: Mediatization of Subjective Experience? / B. Enjolras, T. Kjersti // Health & New Media Research. – 2021. – № 5. – P. 220–250.

2. Lundby, K. Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science / K. Lundby (ed.). – Berlin : De Gruyter Mouton, 2014. – 752 p.

3. Кажберова, В. В. Общественное здоровье в информационной повестке российских СМИ / В. В. Кажберова // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. – 2019. – № 2. – С. 154–172.

4. Стрига, Е. А. Репрезентация ценностей здорового образа жизни в региональной прессе России : дис. … канд. филол. наук : 10.01.10 – Журналистика ; 11.06.2021 / Стрига Елизавета Андреевна. – М., 2021. – 2021. – URL: https://www.dissercat.com/content/reprezentatsiya-tsennostei-zdorovogo-obraza-zhizni-v-regionalnoi-presse-rossii (дата обращения: 20.03.2025).

5. Сухвалова, А. О. СМИ как инструмент пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни / А. О. Сухвалова // Актуальные вопросы общества, науки и образования : сб. ст. XIII Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 20 мая 2024 г. – Пенза : Наука и Просвещение, 2024. – С. 201–203.

6. 孔子学院总部与国家体育局关于太极拳和武术海外推广战略合作备忘录 = Меморандум о стратегическом сотрудничестве между штаб-квартирой Институтов Конфуция и Государственным управлением по делам физкультуры и спорта Китая по продвижению тайцзицюань и ушу за рубежом. – 2016. – URL: http://jjckb.xinhuanet.com/2016-12/16/c_135909663.htm (дата обращения: 20.03.2025).

Т. А. Фоменок,
магистр экономических наук,
Белорусский государственный экономический университет
(г. Минск, Республика Беларусь)
tanekfom@gmail.com

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ УТЕЧКЕ МОЗГОВ: ОПЫТ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ

Аннотация. *В научной литературе, рассматривающей утечку мозгов, чаще уделяют внимание масштабам этого явления, а также причинам и последствиям, а путям преодоления этой проблемы и государственной политике не остается места. Данная статья проводит сравнительный анализ инициатив Китая и Беларуси, призванным развивать научную сферу и препятствовать утечке мозгов.*