

ПРОДВИЖЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В КОНТЕНТЕ YOUTUBE-КАНАЛА «БЕГ ВРЕДЕН»

С. А. Попов

*Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина,
ул. Интернациональная, 33, 392000, г. Тамбов, Россия,
popovstan@icloud.com*

*Научный руководитель – А. В. Прохоров,
доктор филологических наук, доцент*

Настоящая статья посвящена вопросу продвижения ценностей здорового образа жизни посредством спортивного блогинга. Цель исследования – определить способы влияния блогеров на приобщение аудитории к физической культуре и спорту. Произведен анализ контента Youtube-канала «Бег Вреден». Результаты исследования позволяют понять воздействие различных тематик контента на мотивацию зрителей следования принципам ЗОЖ.

Ключевые слова: спортивный блогинг; блогер; здоровый образ жизни; контент; бег.

PROMOTING THE VALUES OF A HEALTHY LIFESTYLE IN THE CONTENT OF THE YOUTUBE-CHANNEL «BEG VREDEN»

S. A. Popov

*Derzhavin Tambov State University,
33, Internatsionalnaya Str., 392000, Tambov, Russia
Corresponding author: S. A. Popov (popovstan@icloud.com)*

*Research advisor – A. V. Prokhorov,
doctor of Philology, associate professor*

This article is devoted to the issue of promoting the values of a healthy lifestyle through sports blogging. The purpose of the study is to determine ways

in which bloggers influence the audience's involvement in physical education and sports. An analysis of the content of the Youtube channel «Beg Vreden» was carried out. The results of the study allow us to understand the impact of various content topics on the motivation of viewers to follow the principles of a healthy lifestyle.

Key words: sports blogging; blogger; healthy lifestyle; content; running.

Спортивный блогинг выступает одним из факторов повышения интереса населения к занятиям физической культурой и спортом. Благодаря ему люди приобретают понимание необходимости следования здоровому образу жизни [1, с. 69]. В последнее десятилетие возрастает популярность видео-формата блогинга. В основном это связано с его доступностью, оперативностью, обратной связью и отсутствием ограничений эфирного времени [2, с. 984].

В качестве эмпирической базы данного исследования выступает Youtube-канал Алексея Иванова и Александра Смирнова под названием «Бег Вреден» (192 тыс. подписчиков). Несмотря на противоречивое название, в рамках публикуемого контента на своем канале авторы рассказывают о том, как спорт крепко сдружился с юмором, а тяга к приключениям победила лень.

Основополагающей рубрикой канала «Бег Вреден» является образовательный блок, который предполагает обсуждение нюансов бега и обзора спортивной экипировки. Данная рубрика была запущена авторами с первых дней существования канала и посвящена актуальным проблемам и вопросам, с которыми ежедневно сталкиваются любители спорта. К ней можно отнести материалы на тему беговых травм и способах их лечения, выборе оптимальных кроссовок для соревнований и тренировок, тренировок по пульсу, возвращению в спорт после COVID-19 и т. п. Блогеры не только высказывают собственное мнение, но и обращаются за помощью к экспертам, тем самым предлагая зрителям и слушателям авторитетную точку зрения в процессе решения какой-либо проблемы.

К долгожителям канала можно отнести рубрику интервью. Стоит отметить, что сейчас данная рубрика осуществляется в рамках смежного проекта под названием «Бег Вреден live». Как можно заметить из названия, контент данной рубрики периодически выпускается авторами в формате прямых трансляций. Материалы выпускаются как в видео-, так и в аудио-форматах, в рамках которых ведущие вы-

пусков беседуют с профессиональными атлетами, специалистами и просто равнодушными людьми из мира спорта. Тематикой выпуска выступают вопросы, напрямую или тесно связанные со спортом, здоровьем, мотивацией и личными историями успеха. Например, интервью с Антоном Шантырем, заслуженным мастером спорта Российской Федерации, дает возможность окунуться в закулисы профессионального велосипедного спорта, узнать о методиках подготовки спортсменов XX века, организации крупных спортивных соревнований и даже о ремонте инвентаря по ходу гонки. На время прослушивания и просмотра таких историй удастся погрузиться в жизнь рассказчика, это позволяет зрителям пережить его опыт и эмоции, что, несомненно, служит источником мотивации к занятию спортом.

Особой популярностью пользуется рубрика, связанная с челленджами и вызовами. Ее уникальность заключается в нестандартном подходе к содержанию выпусков. Так, например, блогеры уже устраивали состязания между бегунами и собаками, лыжниками и велосипедистами, проводили забег с ограничением по дыханию, бегу по дну бассейна с гирей и пр. Развлекательная направленность подобных материалов позволяет посмотреть на спортивные соревнования с непривычного ракурса, что привлекает внимание новой аудитории.

Выпуски, посвященные беговому туризму. Они открывают перед зрителями возможность узнать больше о совмещении спорта и путешествий. Материалы данного блока блогеры начинают со слов: «На нашем канале есть такой формат, когда мы срываемся побегать куда-нибудь на выходные, чтобы встряхнуться после трудовой недели, узнать что-то новое и получить новые эмоции». Примечательно, что выбираемые для выпусков локации не всегда являются туристическими. Так, например, за время существования данной рубрики его ведущим уже удалось пробежать по Оманским пустыням, от Тихого до Атлантического океана, поучаствовать в забеге в Бангладеш, изучить беговое движение в Гонконге и т. п. Видеоролики выступают своего рода гайдом, посредством которого зритель может познакомиться как с историческим, культурным, кулинарным наследием различных стран, так и с их беговым движением. Как правило, ведущие знакомятся с местными спортсменами, которые рассказывают о жизни и опыте увлечения спортом в своих странах. По моему мнению, такие выпуски подталкивают зрителей к расширению границ занятий спортом, а также позволяют почерпнуть полезную информацию касательно их организации.

Самой молодой рубрикой, представленной на канале, является блок, посвященный беговым клубам. В ней ведущие рассказывают об историях появления, ценностях и составах беговых комьюнити России. По словам авторов, каждое из комьюнити имеет свои уникальные особенности. Так, участников некоторых сообществ объединяет место проведения пробежек (например, «IzMyLong», собирающиеся в Измайловском парке). Другие – создаются профессиональными тренерами, собирающими под своим руководством спортсменов, имеющих серьезные беговые амбиции (например, «Беговой Монастырь» под руководством М. И. Монастырского). Третьи – собираются по гендерной принадлежности (например, «Бегаешь как девчонка»). Для других же компания единомышленников является творческой тусовкой, в которой человек может провести свой досуг (например, «Moskva River Runners»). Таким образом, данный вид контента помогает рассказать людям о том, что бег – это не только спорт и здоровье, но еще и социализация [3, с. 190].

В результате анализа блога «Бег Вреден» были определены рубрики, посвященные образовательному контенту, интервью, челленджам, беговому туризму и истории беговых клубов. Особенностью каждой из них является глубокая вовлеченность блогеров в спортивную тематику, взгляд на спорт с непривычного ракурса и подкрепление собственной точки зрения экспертным мнением, что позволяет удерживать внимание аудитории, транслировать ценности здорового образа жизни, расширять сообщество людей, вовлеченных в беговое движение.

Библиографические ссылки

1. Грищенко Я. Э. Влияние социальных сетей на формирование здорового образа жизни среди студентов // *Academy*. 2022. № 2(73). С. 68–70.
2. Белова Л. И., Пеньковских Д. Г. Российские спортивные видеоблоги и их типология // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. 2016. № 11. С. 981–985.
3. Прохоров А. В., Попов С. А. Комьюнити-маркетинг в индустрии спорта (на примере бегового движения) // *Неофилология*. 2023. Т. 9. № 1. С. 186–194.