

А. Ловкова, Л. Н. Рябова

Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ У СТУДЕНТОВ

Ключевые слова: здоровье, пропаганда здорового образа жизни, социальная реклама.

Аннотация: рассматривается роль социальной рекламы как одного из видов коммуникации, ориентированного на привлечение внимания к актуальным проблемам формирования здорового образа жизни у различных категорий граждан.

Здоровье во все времена выступает одной из наиболее значимых основ человеческого счастья, радости и благополучия, поэтому проблема здоровья — кардинальная для всего человечества. Она всегда была и остается в центре внимания познающей и созидающей человеческой деятельности.

Однако в последние десятилетия замечена тенденция в ухудшении здоровья человеческого общества, в особенности молодежи. Алкоголь, наркотики, сигареты, СПИД, ВИЧ и др.- все эти проблемы человечества XXI века отрицательно сказываются на развитии будущего людей. Причем информация об отрицательных факторах и о профилактике здоровья предоставляется в полной мере и во всех видах источниках (СМИ, телевидение, радиовещание и др.). Так же проводятся митинги, парады, акции, утверждающие принцип здорового образа жизни. Но, как видно, индивид сознательно производит действия, пагубно влияющие на работоспособность организма. К сожалению, в иерархии потребностей человека, здоровье находится далеко не на переднем плане, хотя по сути своей должно стать первейшей потребностью. Особенно это касается

молодых людей, которые, пока еще здоровы, о здоровье не думают (нет потребности в его сохранении и укреплении) и лишь потом, растратив его, начинают ощущать выраженную потребность в нем.

Социальная реклама призвана воспитывать у людей активное отношение к собственному здоровью. Пропаганда здорового образа жизни - одно из социально ориентированных направлений деятельности, как государственных структур, так и коммерческих, некоммерческих организаций. Средствами современной пропаганды здорового образа жизни является наружная реклама, телевизионная, радио и социальная реклама в печатных СМИ, социальные фильмы, просветительские программы. Кроме того, Минздрав проводит определенную работу, например, в образовательных учреждениях - консультации специалистов, раздача информационных брошюр по проблемам курения, алкоголизма и пр. Для большей эффективности донесения информации до народных масс государство использует студентов, молодых людей, детей, потому что каждый понимает, что это наше будущее. На примере акций против алкоголизма и курения, можно сказать, что молодые люди не только выдают нужную информацию, но и почти к каждому имеют индивидуальный подход. Это может быть история одного человека, рассказ и др. Социальная реклама, доходящая до каждого конкретного человека, наиболее эффективна.

Весьма эффективными являются такие мероприятия как, например, конкурсы творческих работ, т.к. они заставляют самих участников переосмыслить свои жизненные позиции. Подобные конкурсы организуются не только государственными структурами, но и некоммерческими организациями, однако государство довольно часто выступает их заказчиком. Государство также может выступать заказчиком других форм социальной рекламы, таких как показ по телевидению социально ориентированных передач и фильмов. «Клипное» запоминание информации, идущей извне, предполагает наличие видеоряда, фильма на

нужную тематику. Это фильмы: «Береги себя. Печень», «Береги себя. Поджелудочная железа», «Вред курения. Табак. Сигареты», «Курение-вред», «Героин убивает», «Социальная реклама. Кровь» и др. Все они включают в себя ужасающие картины последствий к которым привело употребление алкоголя, табакокурения, наркомания и т.д.

Социальная реклама имеет различные определения, но во всех них присутствует общее — это коммуникация с помощью СМИ и других средств связи с целью повлиять на установки людей в отношении тех или иных социальных проблем, таких как преступность, проблема СПИДа, алкоголизма, здоровья и благополучия нации и т.п.

Государственная социальная реклама - эффективный инструмент социальной политики государства, и она может давать зримые и важные для общества практические результаты. Как способ мобилизации и координации активности членов общества, социальная реклама соответствует решению актуальных, общезначимых социальных проблем, которые невозможно удовлетворительно решать с помощью стандартного набора государственных административно-правовых средств. С этой целью впервые в федеральном бюджете на 2009-2011 годы выделены средства на формирование здорового образа жизни, снижение потребления алкоголя и табака. Объем финансирования указанных мероприятий в 2009-2011 годах составит 2,5 млрд. рублей.

Таким образом, основное предназначение социальной рекламы – гуманизация общества и формирование его нравственных ценностей. Миссия социальной рекламы – изменение поведенческой модели общества, его поворот к позитивному восприятию мира. Необходимо с помощью социальной рекламы побуждать студентов к сохранению и укреплению здоровья, пропагандировать и поддерживать культуру здорового образа жизни среди молодежи, культивировать своего рода «моду» на здоровье.

Только хорошо организованная пропаганда медицинских и гигиенических знаний будет способствовать снижению заболеваемости,

поможет воспитывать здоровое, физически крепкое поколение. В формировании здорового образа жизни приоритетной должна стать роль образовательных программ, направленных на сохранение и укрепление здоровья студентов, формирование активной мотивации заботы о собственном здоровье и здоровье окружающих.

Е. Лузина, Л. В. Яковлева

Новоуральский филиал ГБОУ СПО

«Свердловский областной медицинский колледж», Новоуральск

МОЛОДЕЖЬ И ПИРСИНГ

В нашей стране интерес к украшательству тела проснулся уже давно, и сегодня работники специализированных салонов отмечают рост интереса молодых людей к новинкам модификации пирсинга, особенно к раздвоенному языку [2].

У каждого своё понятие, что «модно и красиво», и что «полезно или вредно для здоровья». Человек, украшенный пирсингом, - в XXI веке явление почти привычное. Пирсинг - прокалывание кожных покровов и вдевание в места прокола колец, серег и других побрякушек [1, с.25] - встречается в основном в молодежной среде как средство самовыражения. Однако последствия пирсинга могут быть, мягко говоря, неприятными. Желание выделиться подчас толкает молодежь на самые дерзкие и болезненные эксперименты над собственным телом и лицом.

Для чего же современная молодежь подвергает свои тела пирсингу вообще, и в частности таким видам пирсинга, как прокол языка, сосков, гениталий? Этот вопрос актуален, в том числе и в молодежной среде – среди тех молодых людей, кто осознает весь спектр проблем, которые влечет за собой пирсинг. И если традиционные проколы мочки уха, носа, пупка не