

Савина М. В., Мягкоступова Т.В.

Российский Государственный профессионально-
педагогический университет,
Екатеринбург, Россия
m.sa95@mail.ru

РЕКЛАМА КАК ФОРМА АКТИВНОЙ ПРОПАГАНДЫ В СФЕРЕ ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Аннотация. Дано представление о рекламе, как форме пропаганды в сфере физкультурно-оздоровительной работы. Показаны виды рекламы.

Ключевые слова: средства массовой информации (СМИ), физическая культура, спорт, физкультурно-оздоровительная работа.

Savina M. V., Myagkostupova, T.V.

Russian State Vocational and Pedagogical University,
Ekaterinburg, Russia
m.sa95@mail.ru

ADVERTISING AS A FORM OF ACTIVE PROMOTION IN THE SPHERE OF SPIRITUAL AND HEALTH-IMPROVING WORK

Abstract. Given a presentation about advertising as a form of propaganda in the sphere of physical culture and health work. Showing types of advertising.

Keywords: mass media (mass media), physical culture, sport, sports and health-improving work.

Важной целью деятельности средств массовой информации является формирование реальных (иногда и выдуманных) образов, корректировка общественного мнения (внушение своего), как позитивного, так и негативного, а также влияние на преобразование социальной действительности при помощи символов, по самым разным проблемам жизни общества.

Главной же задачей средств массовой информации в сфере спорта – пропаганда здорового образа жизни, вовлечение населения к активному

занятию спортом, а также информирование о спортивных событиях, либо о спортсменах.

Для активной пропаганды физкультурно-оздоровительной работы используются следующие виды рекламы:

1. Рекламные вставки во время телепередач, фильмов и т.д.
2. Выставление щитов со спортивной рекламой на аренах, во время спортивных мероприятий, концертов и т.д.
3. Реклама в печатных источниках (журналы, газеты, буклеты и т.д.).
4. Участие известных спортсменов и тренеров в рекламных роликах.
5. Распространение во время спортивных мероприятий рекламных значков, вымпелов и т.п., продажа товаров на спортивных базах и спортооружениях.
6. Широкая именная информация о спонсорской помощи спортивным организациям.
7. Выступление спортсменов в одежде или с инвентарем с опознавательными знаками спонсора.

Активной пропагандой физкультурно-оздоровительной работы, в основном, занимаются спортсмены или спортивные команды. В настоящее время, можно увидеть множество рекламных роликов, в которых, спортсмен привлекает население к занятиям по своему виду спорта.

Также, видом рекламы, является выезды спортсменов во все различные учебные заведения, с проведением мастер-класса. К примеру, стали популярны выезды баскетбольных команд в общеобразовательные школы, с открытыми уроками, на которых спортсмены выступают в роли преподавателя, и вместе с детьми проводят урок по физической культуре с уклоном на вид спорта.

Ещё одним видом пропаганды являются открытые уроки и лекции от тренеров по видам спорта, в которых они рассказывают всё интересующее аудиторию, тем самым привлекая аудиторию в свой вид спорта.

С очень высокой эффективностью, рекламой осуществляются очень многие цели спортивной деятельности. При выполнении роли сильного идеологического средства воздействия на сознание людей, реклама формирует новое представление о спорте и физической культуре,

приобщает широкие слои населения к здоровому образу жизни и активного участия в спортивной деятельности. Откликаясь на рекламу, дети, юноши, пенсионеры вовлекаются в спорт, приобретают здоровые привычки (утренняя гимнастика, посещение фитнес-клубов, занятия йогой, занятия в спортивных секциях, занятия скандинавской ходьбой, туристические походы, и т.д.), которые трансформируются в новый жизненный уклад.

Библиографический список

1. Менеджмент и маркетинг в спорте: Краткий словарь-справочник /Авторы-составители М.И. Золотов, В. В.Кузин, М. Е. Кутепов. – М.: Союз менеджеров СССР (Моск. отдел), Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1991. –112 с.

2. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.

УДК 796.035

Сапегина Т.А., Ольховская Е.Б.

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Екатеринбург, Россия
t.sapegina54@yandex.ru

**ЗДОРОВЬЕ СТУДЕНТОВ КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР
ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БУДУЩИХ
СПЕЦИАЛИСТОВ**

Аннотация. В статье рассмотрены педагогические условия и мотивационные аспекты формирования позитивного отношения студентов к своему здоровью. Показано, что занятия по физическому воспитанию в вузе необходимо организовать так, чтобы способствовать получению студентами знаний, умений и навыков в применении физических упражнений для повышения уровня своего здоровья.

Ключевые слова: студенты, здоровье, педагогические аспекты, мотивация.