

Список цитируемых источников

1. Образовательный квест — современная интерактивная технология [Электронный ресурс] / С. А. Осяк [и др.] // *Соврем. проблемы науки и образования*. — 2015. — № 1—2. — Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=20247>. — Дата доступа: 25.04.2021.
2. *Полат, Е. С.* Современные педагогические и информационные технологии в системе образования : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина. — М. : Академия, 2007. — 368 с.
3. *Вишневский, В. А.* Квест-технологии в реализации коррекционно-развивающей функции урока физической культуры в инклюзивном образовании / В. А. Вишневский, И. А. Ухватова, М. Н. Мальков // *Теория и практика физ. культуры*. — 2019. — № 5. — С. 91—93.
4. *Дуркин, П. К.* Формирование у школьников интереса к физической культуре : учеб. пособие / П. К. Дуркин. — Архангельск : Изд-во Арханг. гос. техн. ун-та, 2006. — 128 с.
5. *Ковалёва, Н. В.* Психолого-педагогическая характеристика личности учащегося : метод. указания / Н. В. Ковалёва, Калинингр. ун-т. — Калининград, 1997. — 24 с.
6. Учебная программа по учебному предмету «Физическая культура и здоровье» для VIII класса учреждений общего среднего образования с русским языком обучения и воспитания [Электронный ресурс] : Постановление М-ва образования Респ. Беларусь 29.07.2019 № 123// Нац. образоват. Интернет-портал Респ. Беларусь. — Режим доступа: https://adu.by/be/homepage/obrazovatelnyj_protseess — 2020-2021-uchebnyj-god/obshchee-srednee-obrazovanie-2020-2021/304uchebnye-predmety-v-xi-klassy-2020-2021/3824-fizicheskaya-kul-tura-i-zdorov-e.html. — Дата доступа 25.04.2021.

УДК 796.011.1

Н. А. Дубина, Н. В. Сони́на

Учреждение образования «Белорусский государственный аграрный технический университет» Минск, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ НА ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

Введение. В связи с ростом технического прогресса уменьшается двигательная активность молодёжи. Молодые люди не заинтересованы в развитии своей физической подготовленности. Им интереснее техниче-ски-досуговые процессы. Но эти процессы можно использовать и для продвижения спортивной активности. Для продвижения мы можем использовать такую сферу как рекламная индустрия.

Понятие ЗОЖ появилось относительно недавно, в XX веке, тогда в него вкладывалась забота за своим здоровьем со всех сторон, помимо занятия спортом, оно включало в себя гигиену, медикаментозные сред-ства, использование психологических приёмов (внушение) [1, с. 30; 2, с. 5—8]. Понятие здоровый образ жизни неразрывно связан со здоровьем. По определению Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ) здоровье — это состояние полного физического, психического и социального благополучия, а не просто от-сутствие болезней или каких-то физических дефектов.

На здоровье влияют образ жизни, экология, наследственность, качество медицинской помощи. Но с появлением рекламной деятельности, некоторые аспекты этого понятия поменялись, на первое место вышло красивое тело и определённый образ жизни. Почему же так произошло?

Основная часть. В процессе развития современного общества значительно возрастает роль и значе-ние новых информационных и коммуникативных технологий, которые призваны содействовать позитивным социальным изменениям, обеспечивать стабилизацию и гармонизацию общественных отношений. Несомненно, к таким технологиям относится реклама. Как уже было замечено ранее понятие ЗОЖ с XX века из-менило свое изначальное значение. Во многом этому поспособствовала реклама.

Изначально в СССР концепция ЗОЖ заключалась в занятии зарядкой по утрам, закаливании, здоровом питании и заботой о своём здоровье. В 90-е годы появилась аэробика, которая стала очень популярна у жен-ского пола, можно сказать с этого момента и зародилась реклама ЗОЖ в том ключе, который мы привыкли видеть. Женщины видели по телевизору красивых девушек с идеальной фигурой и мечтали быть на них по-хожими, подражая всем их действиям и даже внешнему виду (например, всем известные цветные лосины, стали популярны в 90-е, именно благодаря аэробике) [3, с. 50—56].

В современном же мире стало модно быть здоровым. Представления о здоровом образе жизни у со-временного индивидуума, независимо от образования, прежде всего, сводятся к занятиям спортом, отсут-ствию вредных привычек и правильному питанию. Здоровый человек может успешно трудиться, зарабатывая деньги и становясь экономически независимым, у него рождаются здоровые дети, он может обеспечить себе достойную старость.

Чтобы донести до аудитории информацию о ценности здоровья и последствиях вредных привычек, давно уже прибегают к помощи рекламы. Так, многие девушки выкладывают в Instagram идеальную фигуру из тренажёрного зала, а парни в свою очередь демонстрируют накаченные тела используя любительскую рекламу. С одной стороны, в этом есть свой плюс, это мотивирует молодых людей на занятие спортом. Но, с другой стороны, есть минусы, люди становятся одержимы идеальным телом и совсем забывают изна-

чальную цель ЗОЖ. В погоне за идеальным телом, они начинают изводить себя тренировками и перестают заботиться о своём здоровье. Ставя на первое место цель: достичь идеала. Это неправильная цель, главным в ЗОЖ должно быть поддержание своего здоровья. Для хорошего самочувствия достаточно каждый день выполнять физические упражнения, правильно питаться, соблюдать личную гигиену и хорошо выспаться. Главное под влиянием рекламы, не доводить занятие спортом до фанатизма.

Но помимо любительской рекламы, существует профессиональная социальная реклама о ЗОЖ. Социальная реклама — это реклама изменения стереотипов, которые влияют на мировоззренческие позиции общества. Она ориентирована на продвижение понятия о ЗОЖ [4, с. 5]. Социальная реклама использует в качестве инструментов телевизионные ролики, печатную, уличную, транспортную рекламу.

Приведем несколько примеров такой рекламы.

1. Рекламные ролики: Nike: из чего же сделаны наши девчонки?

В ролике главной героиней выступает маленькая девочка, которая поёт переделанную песню «из чего же сделаны наши девчонки?». В переделанной версии девочка поёт о том, что девушки не должны подстраиваться под идеалы общества и заниматься тем, чем хотят они. В конце девочка выходит на футбольное поле и показывает на что она способна.

2. Баннерная реклама: «Быть здоровым — это просто!»

На плакате изображен посол доброй воли ЮНИСЕФ и первая ракетка мира в парном разряде Максим Мирный. Популярные фигуры всегда привлекали внимание. Молодёжь всегда хочет быть похожа на своих кумиров. Такая реклама наверняка поможет привлечь внимание людей к здоровому образу жизни.

3. Рекламный проект. Roxu, Quiksilver, DC проект Boardspeakers.

Суть этого проекта в том, что спортсмены организуют матер-классы и лекции, которые помогают людям лучше понять мир спорта, узнать что-то новое для себя и получить заряд мотивации.

Заключение. В работе про здоровый образ жизни мы касались больше спорта, так как именно он является основой культуры здорового образа жизни. Сейчас можно заметить, что люди стали более бережнее относиться к своему здоровью и больше придерживаться правильной культуры ЗОЖ. В связи с появлением новых вирусов люди стали меньше стремиться к идеалу, а больше следить за своим самочувствием. Мы считаем это верным подходом, ведь жизнь у нас одна и как её прожить решаете только ты, в погоне за идеалом или же счастливым с прекрасным здоровьем?

Список цитируемых источников

1. *Лешина, И. А.* Охрана здоровья и формирование здорового образа жизни / И. А. Лёшина, С. И. Куптараева. — Нефтекамск : МБУ ИМЦ. — 2015. — 59 с.
2. *Тюмасева, З. И.* Здоровьесберегающее образование — залог безопасной жизнедеятельности молодёжи. Проблемы и пути решения : материалы X Междун. науч.-практ. конф., г. Челябинск, 8-9 ноября 2018 г. / под науч. ред. З. И. Тюмасевой. — Челябинск : ЗАО Библиотека А. Миллера. — 2018. — 243 с.
3. *Дэйн Ли-Бэггли* Здоровые привычки затягивают. Как встать с дивана и жить здоровой жизнью... даже если вам неохота / Ли-Бэггли Д. Литтагент Весь. — 2020. — 160 с.
4. *Калачева, И. И.* Социальная реклама (с электронным приложением) : учеб. пособ. / И. И. Калачева. — Минск : БГУ, 2017. — 105 с.

УДК 57.016.6

Н. А. Дуденкова

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Мордовский государственный педагогический университет имени М. Е. Евсевьева», Саранск, Российская Федерация

ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОЙ АДАПТАЦИИ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ СПОРТИВНЫХ ФИЗИЧЕСКИХ НАГРУЗОК

Введение. Значительное место в жизни определённой части студентов занимает спорт, который играет очень важную роль в формировании всех функциональных резервов организма. В то же время спортивная тренировочная, а также соревновательная деятельность параллельно с учебными нагрузками в вузе предъявляет повышенные требования к функциональным возможностям организма. Известно, что всякое любое несоответствие объёма и интенсивности физической нагрузки адаптивным возможностям организма может вызвать целый ряд изменений в функциональных системах гомеостатического уровня, изменить адаптационный статус организма, предопределяя ход адаптации сердечно-сосудистой системы к спортивным физическим нагрузкам [1].

В плане сказанного представляется актуальным исследование влияния спортивных физических нагрузок различной направленности на адаптивные возможности сердечно-сосудистой системы.