

УДК 373.1

**Д. А. Богачева,**

факультет психологии и педагогики,

Омский государственный педагогический университет

Научный руководитель: канд. пед. наук, доц. З. А. Аксютин

## Процесс формирования здорового образа жизни у студентов

Целью статьи стало раскрытие влияния средств массовой информации (СМИ) на формирование здорового образа жизни (ЗОЖ) у студентов. Описаны методы психологического влияния, которые используются в СМИ. При анализе процесса формирования ЗОЖ использован метод «пентаграмма у-син» и описан каждый элемент.

**Ключевые слова:** здоровый образ жизни, категориальная схема «пентаграмма», СМИ, обучение, студенты.

Студенчество — большая по своей численности социальная группа, к которой только в России относится около 4 млн человек (по данным 2019 г.). У студентов весьма плотный график работы в течение дня, многочисленные занятия, домашняя работа, подготовка к экзаменам и многое другое. Из-за слишком быстрого ритма работы большинство студентов не уделяют должного внимания своему образу жизни, что приводит к проблемам со здоровьем. Государство пытается решить эту проблему путем проведения различных мероприятий, лекций, а также привлекая СМИ для освещения данной проблемы.

Деятельность СМИ — один из эффективных способов распространения информации, как краткой, так и развернутой. Лучший способ влияния на психику человека — небольшие видеоролики. Они часто предоставляют информацию ярче, чем длительные и более углубленные. Причина интереса к коротким информативным видеороликам, которые носят название социальной рекламы, т. е. рекламы, направленной на освещение определенной проблемы в обществе, проста: создатели владеют методами воздействия на психику потребителя.

В видеоролики входят различные приемы манипулирования, применяемые в рекламе: использование подчас непонятных слов и терминов для повышения весомости приводимых доводов, отвлечения внимания с помощью темпа рассуждения, что позволяет создавать иллюзию избытка аргументов; использование спецэффектов, утверждений-трюизмов; ссылка на авторитет и многие другие приемы, позволяющие манипулировать чувствами потребителя и воздействовать на его психику, как на сознательном, так и на бессознательном уровне [3, с. 58].

Правильно построенный сценарий рекламы позволяет манипулировать человеком, заставляя его думать над темой, которая освещается. Чаще всего в рекламе красочно рассказывается о ЗОЖ или о нормах и правилах поведения в обществе. Социальную рекламу можно встретить в интернете, на телевидении, в виде баннеров или листовок, и свою цель она вполне успешно выполняет.

Рассмотрим формирование ЗОЖ у студентов, используя метод «пентаграмма у-син». Эту схему подробно раскрыл в научных трудах В. И. Разумов [2], а пример применения можно увидеть в работе Е. В. Мудриевской [1]. Этапы формирования ЗОЖ у студентов, выделенные с помощью «пентаграммы у-син», можно увидеть на рисунке.



Процесс формирования ЗОЖ у студентов

Начальный элемент в схеме — студенчество («вода»). На данном этапе не происходит проявления активности. Студенчество — это объект исследования. Это одна из обширных социальных групп, чаще, чем другие подверженная вредному образу жизни.

Следующий элемент — СМИ («дерево»). На этом этапе демонстрируется выход из внутреннего состояния во внешнюю среду. Элемент «дерево» олицетворяет начало динамичного развития. СМИ выполняют эту роль, они раскрывают определенные аспекты здорового образа жизни.

«Огонь» — самый активный элемент системы. На данном этапе происходит распространение информации, для чего применяются различные способы, реализуемые СМИ. Это может быть видеоролик, плакат, короткая видеореклама и др.

«Земля» задает баланс между всеми элементами. Данный элемент предполагает проведение исследований влияния информации. На этом этапе стоит проводить срезы и выявлять степень влияния социальной рекламы. Если вышеописанного не происходит, то это приводит к возврату к предыдущему элементу.

«Металл» выступает завершающим элементом пентаграммы, поэтому в нем происходит «изменение смысла жизни». На этом этапе происходит полное или частичное изменение образа жизни.

Как это работает при нормальном функционировании системы? Студент получил информацию от СМИ, заинтересовался, нашел еще информацию и решает ее опробовать. Постепенно происходит формирование определенного образа жизни. Этот процесс может проходить в разных направлениях. Основное направление — внешний круг по часовой стрелке («вода — дерево — огонь — земля — металл»).

Второй вариант предполагает движение по внешнему кругу в противоположном направлении («вода — металл — земля — огонь — дерево»). В таком случае происходит следующее: студент получил задание, связанное с формированием ЗОЖ, решает попробовать пожить несколько дней в новом режиме, ему это приносит удовольствие, он ищет различные исследования на эту тему, потом в группе распространяет информацию и позднее решает написать статью, где рассказывает о своем опыте и результатах.

Третий вариант предполагает движение в пентаграмме по часовой стрелке в форме звезды («вода — огонь — металл — дерево — земля»). Студент начинает распространять информацию в любом ее виде про ЗОЖ, постепенно меняет образ жизни, печатает статьи или создает продукт СМИ, где отражает результаты проведенного исследования, чем доказывает или опровергает работу продукта. Данный вариант наиболее энерго- и ресурсозатратный, поскольку может повторяться огромное число раз.

Использование СМИ может влиять на формирование здорового образа жизни у студентов независимо от пути, по которому начнется реализация. Распространяя информацию, можно достичь изменения образа жизни у студентов, но для этого СМИ призваны создавать красочный, информативный, краткий продукт, чтобы информация максимально привлекала внимание потребителя.

1. *Мудриевская Е. В.* Использование интеллектуальных схемотехник в интерпретации процесса обучения // Развитие дорожно-транспортного и строительного комплексов и освоение стратегически важных территорий Сибири и Арктики: вклад науки : материалы Междунар. науч.-практ. конф. — Омск : Изд-во Сиб. гос. автомоб.-дорож. ун-та (СибАДИ), 2014. — С. 214–217.

2. *Разумов В. И.* Категориально-системная методология в подготовке ученых : учеб. пособие / вст. ст. А. Г. Теслинова. — Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та им. Ф. М. Достоевского, 2004. — 277 с.

3. *Рубцова Е. В.* Особенности современной рекламы: социально-психологическое воздействие // Карельский научный журнал. — 2020. — № 1 (30). — С. 57–60.