

**Чеботарёва Наталия Андреевна**

студентка

**Александрова Алёна Анатольевна**

студентка

Филиал ФГБОУ ВО «Московский государственный  
университет им. М.В. Ломоносова» в г. Севастополе  
г. Севастополь

DOI 10.21661/r-469205

## **ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ФИЗИЧЕСКОГО СОВЕРШЕНСТВА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ МЕДИА**

***Аннотация:** в работе рассмотрены возможности средств массовой информации по привлечению интереса к теме спорта и здорового образа жизни. Динамика популяризации спорта и здорового образа жизни в российских средствах массовой информации остаётся прежней – рост количества программ, передач на радио и представителей данной области в «Инстаграме» растёт каждый день.*

***Ключевые слова:** здоровье, ЗОЖ, спорт, популяризация, пропаганда, медиа, медийное лицо, СМИ, средства массовой информации.*

Сохранение и поддержание здоровья является одной из важнейших тем для каждого человека. Кроме того, что данная проблема поднимается в аспекте институтов семьи и государства (так, разработаны государственные целевые программы по развитию физической культуры и спорта), она также занимает важное место в пропаганде современных СМИ. Если ранее такого рода воздействие было нацелено скорее на школьников и студентов, сейчас оно несомненно затрагивает людей всех возрастов.

Популяризация здорового образа жизни в СМИ не только активно влияет на формирование интереса к спорту и физическому здоровью, но и развивает потребность включения спорта в повседневную жизнь человека и постоянное стремление его к физическому совершенству. Кроме того, что современные

медиа активно популяризируют физическую культуру и здоровый образ жизни, они также во многом выполняют просветительно-образовательную и воспитательную функции, благодаря новым современным технологиям легко и доступно проникая в жизнь каждого отдельного человека. На Западе такое влияние СМИ, обусловив культ здорового жизни, сделало физическую активность, тренированность, контроль веса и правильное питание критериями жизненного успеха.

Медиа способны изменять массовое сознание, вводить в него новые идеалы и ценности посредством привлечения известных людей: политиков, звезд шоу-бизнеса и других кумиров в качестве амбассадоров или распространителей определенного образа жизни. Такие тенденции наблюдаются и в нашей стране: во всех средствах массовой информации наблюдается рост количества контента, рассчитанного на аудиторию, которая активно интересуется физическим воспитанием. В общем, тема ЗОЖа (здорового образа жизни) стала актуальной почти во всех сферах общественной жизни.

В последнее время для привлечения внимания к той или иной физической активности все чаще используют медийных персон – известных личностей, мнение которых авторитетно для широкой аудитории. Неудивительно, ведь уже давно и во многих видах рекламы стремятся задействовать людей, чья внешность и достижения повсеместно известны, таким образом создавая ассоциативный ряд и стремясь получить больше доверия к своему товару. Новой площадкой для продвижения спортивного «товара» среди знаменитостей стал Инстаграм. К примеру, Оксана Самойлова, российская модель и мать троих детей, основала свой фитнес-проект «Fit for you», в котором помогает всем добиться такой же прекрасной фигуры, которую она сохранила после родов. Оксана часто упоминает об этом проекте на своей страничке в Инстаграм, и для многомиллионной аудитории её советы и рекомендации, а главное личный пример, имеют определяющее значение при выборе физической активности.

Многие из теперешних знаменитостей, наоборот, пришли к популярности именно благодаря своим успехам на спортивном поприще. Так, фитнес-тренер Анастасия Миронова, девушка, полностью посвятившая себя спорту и сумевшая

преобразить свое тело, благодаря известности своих публикаций в Инстаграм смогла основать свою «Школу физического совершенства» и набрать необходимое количество учеников. Аналогичен путь Анастасии Мусиной, также популярного в Инстаграм фитнес-тренера, которая смогла создать свой проект «Грин-Фит». Они начинали с того, что записывали свои видео-тренировки и размещали их на личных страничках Инстаграм, отвечали на вопросы подписчиков и давали им советы, публикуя свои собственные результаты и тем самым заряжая публику дополнительной мотивацией. Затем, с приходом популярности, они сумели обратить это все в успешные бизнес-проекты. До сих пор есть много других Инстаграм-блогеров или моделей, которые также делятся своими тренировками и советами со всеми желающими и абсолютно бесплатно. Это, к примеру, Анастасия Гизерская, модель, регулярно размещающая видеоролики с тренировками и мотивационные посты. Однако не только интернет стал основным источником кадров, пропагандирующих спорт и культ физического совершенствования. Телевидение и радио также активно транслируют спортивный контент и пропагандируют здоровый образ жизни среди населения.

Из многочисленных опросов следует, что около 50% россиян смотрят развлекательные передачи, остальная половина заинтересована в спортивном контенте, то есть динамика распространения спорта среди населения остается постоянной – положительной. Кроме этого, респонденты отмечают эффективность воздействия подобного контента в средствах массовой информации на зрителя на «отлично» или «хорошо».

Телевидение – наиболее яркий пример популяризации спорта и здорового образа жизни в России. Основные федеральные каналы (Первый, Россия – 1, НТВ) составляют программную сетку таким образом, чтобы передачи, ориентированные на распространения культа здоровья, транслировались для широких кругов населения всех возрастов. Самые яркие представители такого движения: «Жить здорово», «На десять лет моложе», «Здоровье» (Первый канал), «О самом главном» (Россия – 1), «Еда живая и мертвая», «Солнечно без осадков» (НТВ). Целью данных передач является распространение здорового образа жизни

холлистическими способами (индивидуальный подход к личности, работа спорта, гигиены, режима дня и питания совместно).

В области радио самым популярным является волна СПОРТ.fm. Тут транслируются темы, связанные исключительно со спортом. Основатели сделали уклон на взаимодействии аудитории радио с ведущими, что позволяет определить: с каждым месяцем количество участников дискуссий возрастает, а это свидетельствует о повышении заинтересованности и предпочтении спортивно-развлекательных программ музыкальным.

Как мы видим, динамика популяризации спорта и здорового образа жизни в российских средствах массовой информации остаётся прежней – рост количества программ, передач на радио и представителей данной области в Инстаграме растёт каждый день. Это свидетельствует о том, что пропаганда физического совершенства человека стала одной из ветвей общественной жизни, наравне с развитием ментальным или религиозным. Этот факт благоприятен для общества, ведь целью нашей страны является производство новых, сильных умом и здоровым кадров, которые смогут развивать Россию.

### ***Список литературы***

1. Виноградов П.А. Спорт в мире информации / П.А. Виноградов, В.А. Савин // Теория и практика физической культуры. – 1997. – №10. – С. 59–62.
2. Войтик Е.А. Спортивная медиакommunikация в России в начале XXI // Актуальные проблемы пропаганды физической культуры и спорта. Вып. 2. – М.: Знание, 1991.
3. Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. – М.: Пульс, 2002. – 120 с.