

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ УЧАЩИХСЯ И СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

А. В. Бутько

Белорусский государственный университет культуры и искусств,
г. Минск, Беларусь

СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПИАР-МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

В статье рассматриваются цели и средства пиар-кампаний по формированию здорового образа жизни среди населения, так как неблагоприятные тенденции в динамике здоровья молодежи диктуют необходимость поиска различных действенных мер.

Ключевые слова: здоровье, образ жизни, пиар-деятельность, профилактика.

Здоровый образ жизни является актуальной темой дискуссий в обществе и государстве, так как является одной из необходимых составляющих развития каждого человека и всего социума. Наличие таких составляющих здорового образа жизни, как правильное питание, здоровый режим сна и особенно физическая активность, способствует повышению уровня жизни и общего здоровья нации. Повышение значимости физической активности для здоровья происходит благодаря принятию мер по популяризации физической культуры на государственном уровне, с помощью различных законопроектов, а также в общественной жизни при помощи проектов и мероприятий. На сегодняшний день пиар-деятельность (PR) находит применение во всех сферах жизни, и здоровье населения не является исключением. Распространение информации о физической культуре, популяризация среди молодежи и организация инфраструктуры городов – залог формирования физической грамотности и здоровья населения.

Здоровый образ жизни человека – это образ жизни, направленный на сохранение здоровья, предупреждение и профилактику болезней, а также укрепление здоровья и организма человека в целом. Здоровье человека более чем на 60% может зависеть от внешних обстоятельств, качества и образа жизни индивида. Питание, режим сна, уровень активности, стресс, вредные привычки, эпизоды разрушительного поведения – это то, из чего складывается образ жизни человека [1]. Здоровый образ жизни также подразумевает и ментальное здоровье, заботе о котором нужно уделять не меньшее внимание, чем о физическом. Важен отказ от вредных привычек, курения, чрезмерного употребления алкоголя в пользу здорового сна, физических упражнений, эффективной модели правильного питания [2]. В настоящее время общепринятые нормы общества все больше изменяются и перенаправляются в сторону заботы о себе и собственном здоровье. Это приобретает не только тенденцию чего-то популярного и модного, но уже все более осознанного и качественно реализуемого. Все это происходит благодаря повсеместному доступу к информации на тему здоровья и правильного питания, а также благодаря целенаправленной PR-деятельности реализуемой в данной сфере.

В современном мире профессиональную PR деятельность можно назвать одним из необходимых средств эффективной работы любой организации, проекта и сферы. Деятельность специалистов данной сферы связана с формированием и решением таких задач, которые отвечают главной цели всей проводимой работы. Главной же целью выступает формирование благоприятной репутации, впечатления у общественности, положительного образа у аудитории для темы, на которую направлены усилия. Понятие PR реализуется через две главные составляющие работы – управление и коммуникация. Инструмент PR укоренился и приобрел популярность как средство продвижения не только в коммерческой сфере для продуктов и услуг, но также и в социальной сфере для популяризации разнообразных идей и целей, приобщения людей к полезным и знаковым мероприятиям. Не обошла данная тенденция и работу со сферой

здравоохранения, здорового образа жизни и активного образа жизни. Среди основных целей PR по формированию здорового образа жизни, можно назвать следующие: создание позитивного мнения в обществе, связанного с формированием мотивации к занятиям спортом, оздоровлению, развитию физической культуры; стимулирование спроса на услуги по оздоровлению и профилактике, на проведение спортивных мероприятий; реализация законодательных мер по оздоровлению населения и популяризации спорта; повышение уровня осведомленности населения о здоровье и физической культуре.

В любой PR-программе необходимо выработать определенную последовательность в планировании мероприятий. Вначале необходимо установить степень осведомленности и включенности различных групп населения в здоровый образ жизни. Чаще всего специалисты в таких случаях прибегают к опросу или анкетированию населения, результаты которых позволяют выявить интересы людей в этой сфере. Также опросы позволяют сформировать более точные целевые группы для реализации последующих PR-мероприятий.

Выбор целевой группы для конкретного мероприятия может быть осуществлен по возрастному критерию или же по степени приобщенности к здоровому образу жизни в настоящее время. Для второго критерия разделение будет целесообразно по следующим категориям: население, которое имеет скрытые потребности в ведении здорового образа жизни, сохранении и укреплении своего здоровья; население, потребности в изменении образа жизни которого выражены, но попытки по его перемене еще не предпринимаются по каким-либо причинам; население уже интегрированное, ведущее здоровый образ жизни. На этом же этапе работы можно составить информационный план, где будет определена информация, которую необходимо донести до конкретной группы. Анализ психолого-социальных особенностей выбранной целевой группы, на которую будет обращена информация, должен быть основой работы.

На следующем этапе необходимо определиться с каналами воздействия на аудиторию. Необходимо позаботиться, чтобы информация легко воспринималась основными органами чувств, не вызывала затруднений в понимании, была запоминающейся, ориентированной на какие-либо конкретные действия. Непосредственно для популяризации здорового образа жизни используется система положительных ассоциаций, которые часто не содержат сложно выполнимых рекомендаций, требующих мгновенных и больших усилий. Также можно повысить эффективность восприятия аудиторией сообщений с помощью выбора каналов передачи, пользующихся доверием у населения и доступных в первую очередь для выбранной целевой группы. В процессе работы над проблемами идеологического характера могут возникать самые разнообразные проблемы, ведь процесс изменения поведения и привычек человека является сложным и не всегда планомерным. Особенные трудности могут возникать, когда речь заходит о необходимом «искусственном» изменении поведения, которое человек не ощущает дискомфортными. Условно можно выделить некоторые стадии изменения поведения человека, которые варьируются в своей продолжительности.

Первая стадия – человек не понимает и не осознает проблему, не знает почему именно он должен изменить свои привычки. На данной стадии самую важную роль играет информирование и просвещение.

Вторая стадия – индивид признает наличие проблемы, начинает видеть вред собственных привычек, принимает решение об изменении, а поэтому особенно нуждается в одобрении и поддержке со стороны окружающих своих действий.

Третья стадия – стадия активных действий, когда человек обосновывается в своем решении о ведении здорового образа жизни. Информирование на данной стадии играет роль психологической поддержки.

Четвертая стадия – срыв, возможная неудача, когда человеку не удается придерживаться здорового образа жизни. Этот этап наиболее сложный, требует оказания информированной поддержки, часто психологических знаний, индивидуального подхода к решению возникших проблем.

Таким образом, каждый человек в готовности к изменению образа жизни находится на разной стадии: кто-то возможно еще не задумался о роли сохранения здоровья, кто-то уже осознал всю важность, а кто-то уже готов действовать и что-то менять в собственной жизни. Необходимо помнить, что при осуществлении воздействия посредством информации на сознание выбранной аудитории всегда будут присутствовать барьеры, возникшие в результате эмоционального и психологического состояния аудитории и др.

Можно выделить некоторые препятствия в эффективной реализации PR-программы здорового образа жизни: быстрое удовольствие, которое часто сопутствует негативным привычкам (к примеру, курение или переедание); возможное скептическое отношение к PR-мероприятиям в сфере здорового образа жизни, где ежедневный поток новостей о факторах, угрожающих здоровью, заставляет некоторых людей отказаться от намерений по сохранению и укреплению здоровья, решив, что это бесполезно, следовательно, они перестают воспринимать информацию относительно сохранения и укрепления здоровья; система конкуренции, в которой PR-мероприятиям, направленным на формирование здорового образа жизни, приходится конкурировать с мероприятиями, противоположными им по смыслу.

Практика проведения PR-кампаний по формированию здорового образа жизни также показывает, что наряду с информационной программой в средствах массовой информации очень важно применять образовательные технологии. Присутствие популяризации здорового и активного образа жизни в учебном и воспитательном процессе ведет к более раннему и обоснованному формированию взглядов на данную проблему, обращению человека путем информирования в сторону осознанного выбора в пользу собственного здоровья и благополучия.

Работу с молодежью можно назвать одним из самых перспективных направлений во всей PR-деятельности в сфере популяризации здорового образа жизни. Эта категория населения, помимо своей восприимчивости, также может обеспечить дальнейшее распространение этой идеи среди сверстников и младшего поколения, что будет способствовать наиболее быстрой информируемости и смене взглядов, влекущих за собой глобальные изменения. PR-кампания по формированию здорового образа жизни – это долгосрочная и постоянно действующая информационно-просветительская система мероприятий, которая направлена на работу с различными целевыми группами, имеет задачу информирования, популяризации здорового образа жизни с целью последующего укрепления здоровья человека и формирования ответственности за свою жизнь и ее качество. Деятельность по продвижению здорового образа жизни таким методом все еще является развивающимся направлением. Продуманная PR-кампания может стать эффективным и комплексным средством в достижении целей по осведомленности и компетентности людей в вопросах здоровья, активного образа жизни и спорта, отказа от пагубных привычек.

Использование СМИ, телевидения, радио, а также активное привлечение людей, обладающих авторитетом в качестве источников достоверной информации в вопросе, бесспорно, является действенным механизмом популяризации данного образа жизни. Прививание понимания и необходимости физической культуры и спорта является эффективным путем к улучшению здоровья нации и принятию каждым человеком ответственности за свое здоровье и необходимости действий и развития. Понимание положительного воздействия правил здорового образа жизни является важной частью становления личности, способствует повышению качества жизни и общего уровня здоровья, и как следствие, продолжительности жизни человека.

Список использованных источников

1 Информационная стратегия по продвижению здорового образа жизни в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.unicef.by/uploads/tenders/Tender%20NCDs/INFORMACIONNAYA-STRATEGIYA-final.pdf. – Дата доступа: 16.06.2020.

2 Никифоров, Г. С. Психология здоровья / Г. С. Никифоров. – СПб. : Питер, 2006. – 607 с.