

Т. В. Бугай

Проблема формування здорового способу життя
крізь призму сучасних жіночих журналів

Здоров'я, соціальне самопочуття населення є визначальною ознакою сталого розвитку суспільства, основою життєспроможності держави. Ера мас-медіа і електронної інформації радикально змінює життя людини та її саму. Саме через жіночі журнали, як один із найбільш популярних засобів масової інформації, розрахованих на певну категорію населення – жінку, у суспільстві пропагуються певні ціннісні установки, світогляди, стереотипи та моделі поведінки. Тому доцільно розглядати негативний та позитивний вплив цього виду преси на формування здорового способу життя.

До цієї проблеми неодноразово зверталися такі вчені, як Д. Брайант, О. Вакуленко, О. Журавльова, Н. Леонтьєва, С. Томпсон та інші.

У наукових дослідженнях поняття здоров'я трактується як стан повного фізичного, духовного і соціального благополуччя, а не лише відсутність хвороб чи фізичних вад. Формування здорового способу життя передбачає цілісний погляд на здоров'я як феномен, що інтегрує чотири складові: фізичну, психологічну, соціальну та духовну. Саме такий підхід у тлумаченні здоров'я можна вважати визначальним у сучасних засобах масової інформації.

Відповідно до цього більшість матеріалів на сторінках жіночих видань підпорядковані соціально-психологічній тематиці: висвітленню стосунків чоловіка й жінки, розмаїття характерів, проблем у родині чи на роботі, виховання дітей.

Практично кожне періодичне видання для жінок подає власне розуміння того, як досягти життєвого «ідеалу». Рекомендуються різноманітні дієти, гімнастичні вправи, догляд за шкірою, волоссям. Традиційна стала увага приділяється жіночим хворобам (безпліддю, захворюванням молочних залоз тощо), психологічній реабілітації після розлучення чи насилля тощо.

Висвітлення засобами масової інформації теми здоров'я зводиться до головного: єдиний спосіб зберегти чи покращити свій духовно-фізичний стан – це вчасно звернутися до компетентного спеціаліста або змінити свій спосіб життя.

Серед засобів, які використовуються для збільшення ефективності матеріалів, дослідники особливо виділяють мотив жаху та «засудження жертви». Лякаючий зміст повідомлення є переконливим і відмова від використання жаху може стати відмовою від ефективної стратегії переконання.

Така позиція ЗМІ активно використовувалася у 60-80 роки у США. Медіа всю провину покладають на самих хворих, зображуючи їх як людей, які ведуть нездоровий спосіб життя, не стежать за своїм здоров'ям, не користуються послугами медичних організацій.