Здоровье можно рассматривать как медиа-конструкт, то есть как концепцию, которая формируется и передается через медийные каналы и средства коммуникации[1]. Медиа-конструкты влияют на наше представление о здоровье, определяют то, что считается нормальным и желательным, и формируют стандарты и ожидания, связанные с здоровьем.

В целом, здоровье как медиа-конструкт является сложным и многогранным явлением, которое может влиять на нас как положительно, так и отрицательно.

Так, например, в рекламе образ здорового человека может быть использован в качестве конструкта для продвижения различных товаров и услуг, связанных со здоровьем и благополучием. Этот образ подразумевает физическую силу, энергичность, активный образ жизни и отсутствие заболеваний[2].

В целом, образ здорового человека в медиа, а в частности в рекламе, используется для создания положительной ассоциации с продуктом или услугой и мотивации купить или воспользоваться ими[2]. Однако, следует отметить, что конструкт здорового человека может быть идеализированным и не всегда отражает реальность или разнообразие состояний здоровья и физической активности.

Для того чтобы выявить как на людей влияет конструирование образа здорового человека в СМИ, нами был проведен опрос людей, которые являются аудиторией различного контента о здоровье. Таким образом нами выявлены положительные стороны, такие как:

1. Распространение знаний о здоровом образе жизни: медиа конструкт здорового человека может информировать людей о важности правильного питания, физической активности и других аспектов здорового образа жизни. 2.Снижение риска развития заболеваний: следуя образу здорового человека, можно снизить риск различных хронических заболеваний, таких как сердечно-сосудистые, диабет и ожирение. Если люди будут осознанно следить за своим здоровьем и принимать меры для его поддержания, то это приведет к повышению качества жизни и уменьшению бремени на здравоохранение для общества в целом. 3.Развитие фитнес и индустрии здорового питания: растущий спрос на здоровые продукты питания, спортивные тренажеры и аксессуары, а также услуги тренеров и специалистов по здоровому образу жизни может способствовать развитию этих отраслей. 4. Формирование здоровых общественных ценностей, которые признают здоровье и благополучие как важную составляющую качества жизни. Это может привести к созданию культуры, где здоровье и забота о нем станут социальной нормой.

При этом нельзя отрицать и негативные стороны :

1. Распространение идеала здорового тела может привести к формированию низкой самооценки у людей, которые не соответствуют этому идеалу. 2. В попытке соответствовать идеалу здорового тела люди могут начать регулярно заниматься физическими упражнениями и соблюдать строгую диету. Это может привести к развитию ортоксических или других патологических состояний (например, ортoрексии, анорексии, компульсивным заболеваниям и т.д.), связанных с неправильным отношением к питанию и тренировкам. 3. Распространение идеала здорового тела может способствовать негативному восприятию людей, имеющих физические или психические ограничения.4. Проблема подросткового булинга и травли может быть усугублена идеалом здорового тела. Люди, которые не соответствуют этому идеалу, могут стать объектами насмешек и издевательств, что может негативно сказаться на их эмоциональном и психическом благополучии. 5. Образ здорового человека как медиа конструкт может стимулировать консьюмеризм и покупательское поведение. Реклама товаров и услуг, которые обещают помочь достичь идеала здоровья, может манипулировать людьми, убеждая их в необходимости покупать определенные продукты или услуги для достижения желаемого внешнего вида или статуса. 6. Распространение идеала здорового человека в медиа может приводить к росту нервных и психических расстройств, связанных с непрерывным стремлением к совершенству и неудовлетворенностью своим телом.

Медиа могут конструировать здоровый образ жизни через различные способы. Однако стоит отметить, что некоторые аспекты здорового образа жизни могут быть манипулированы или преувеличены медиа, поэтому необходимо проявлять критическое мышление при восприятии информации о здоровье[3].

Таким образом, медиа-конструкты могут воздействовать на наше понимание того, как выглядеть и вести себя. Это может создавать давление на людей достичь определенного идеала красоты и здоровья, что может приводить к проблемам с самооценкой и низкой самооценке. Например, ретушированные и сделанные по заказу фотографии демонстрируют идеализированные образы тела и лица, которые могут вызывать у людей чувство неполноценности и неудовлетворенность своим внешним видом. Однако медиа также могут быть полезными в качестве информационного ресурса для образования о здоровье. Хорошие и достоверные источники информации могут помочь людям принимать информированные решения о своем здоровье и принимать меры для поддержания его.

**Список литературы.**

1. Васильева О. С., Правдина Л. Р. Различные подходы к пониманию понятия здорового «образа жизни» [Текст] / О. Васильева, Л. Р. Правдина. // Психология. 2010. № 6. с. 30-31
2. Максимушкина Е.А, Верина Т. П. Влияние современных масс-медиа (интернета и социальных сетей в частности) на изменение концепта "здоровый образ жизни" среди молодежи // Наука, образование и культура. 2016. №11
3. Шумейко О.В., Черкасов С.Н., Григорьев Г.Ю. Роль социальных медиа и новых форматов индивидуальных коммуникаций в пропаганде здорового образа жизни // Бюллетень Национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н. А. Семашко. 2015. №6