Идея о том, что хорошее здоровье — знак качественной жизни, не новая. Однако именно в 21 веке забота о здоровье превратилось в целое направление. Тренд к здоровому образу жизни в России появился в начале 2000-х гг. — активно развивалась фитнес-индустрия, а доходы населения вырастали. Эту тенденцию используют торговые сети, предлагая «здоровую» продукцию [5].

С развитием виртуальной среды люди стали больше узнавать и делиться изощренными методами сохранения «молодого» тела, подтверждение которым есть не всегда. К 2024 году интернет-сообщество изобилует такими течениями: чистка организма, кето-диета, интервальное голодание, вегетарианство, сыроедство, фитнес-марафоны и гвоздестояние, полный отказ от лекарств и т.п. Список нескончаем. За этим скрывается желание человека быть частью этого здорового общества, приблизиться к идеалу — с безупречными показателями, подтянутым телом, красивой улыбкой, чистой кожей...

В работе рассматривается система инструментов поощрения тренда на здоровье в виртуальной среде, то, как это преподносится пользователям.

Согласно Э.Бернейзу, «пропаганда» — последовательная продолжительная деятельность, направленная на информационное оформление различных событий с целью влияния на отношение масс к предприятию, идее или группе [1].

При описании продвижения здоровья в международной практике используется термин «health promotion» — коммуникационные действия, побуждающие усилить контроль над здоровьем, улучшать его через обучение и формирование позитивного отношения к здоровому образу жизни. Эти инструменты предназначены для охвата всего населения и внедряются даже в повседневную жизнь всех людей, а не только лиц с повышенным риском заболеваний [6].

Виртуализация современного мира сказывается во все большем проникновении цифровых промо-технологий и в область health promotion. Используются мобильные приложения, активность в социальных сетях и т.п.

Рассмотрим 3 направления пропаганды здорового образа жизни.

1. Спорт — активно продвигается в виде приложений для спорта, обучающих видеороликах, личных блогах. Например, Артем Дубовик, известный в социальной сети Инстаграм (входит в список запрещенных на территории РФ сайтов компании Meta) как tema\_fit [2]. Он продает фитнес-марафоны. Аудитория в 663 тыс. человек как минимум интересуется активным образом жизни, а как максимум — берет пример. Так, блогер на собственном примере показывает, каких результатов можно достичь с помощью регулярных тренировок и дисциплины.

2. Правильное питание. В интернете существует множество противоречий на тему питания. «Продукты растительного происхождения или животного?»; «Эффективен ли подсчет калорий?»; «Ограничивать себя в питании — хорошо или плохо?» — частые запросы пользователей. В связи с этим появилась более высокая потребность в соответствующих специалистах. Такой компетентной фигурой сегодня выступает нутрициолог. На основании научных знаний специалист дает советы касательно рациона, похудения или набора веса. В 2024 году существует множество курсов и обучений на получение такой профессии. Первой в строке поиска из таких организаций всплывает веб-страница с обучением от МГМУ им. И.М.Сеченова и ФИЦ питания и биотехнологии [4]. Для привлечения большей аудитории они запустили «марафон здоровья» совместно с образовательной платформой Skillbox, который рассказывает о пользе правильного питания и профессии нутрициолога. Продвижение таких программ показывает пользователям ответственный подход.

3. Психология, ментальное здоровье. Данная тема была актуальна всегда, однако в 2022 году запрос на психологическую помощь в России вырос. Люди понимают, что проблемы можно и нужно решать, а психология может предложить эффективные методы выхода из сложных жизненных ситуаций. Для продвижения данных услуг существуют как личные блоги, рекомендации, так и отдельные сервисы со специалистами. Наиболее медийным считается сервис «Ясно» [3]. На данный момент бренд богат как хорошими, так и плохими отзывами, но автор статьи рассматривает лишь коммуникационную кампанию сервиса. В 2022 году «Ясно» закупил рекламу у большого количества блогеров, которые на своих страницах говорили о важности психотерапии, и том, где можно найти специалиста по душе и карману. Это сделало идею об обращении к специалистам, самопомощи и т.д. более массовой.

За всем этим стоят не только нравственные, но и коммерческие цели. Они включают в себя увеличение продаж товаров и услуг, связанных с ЗОЖ (продать фитнес-марафон, обучение, программу, ПП-продукты и т.д.), стимулирование потребления этих продуктов, привлечение новых клиентов и повышение лояльности существующих, а также расширение влияния и узнаваемости бренда.

Люди также занимаются комплексным продвижением здоровья, не преследуя коммерческие цели. Не являясь специалистами, они, как и многие другие, следуют рекомендациям в интернете и показывают результаты своей аудитории — как позитивные, так и неудачные. Это мотивирует людей к ведению здорового образа жизни или хотя бы попыткам это делать.

В целом, продвижение здоровья положительно влияет на общество. Благодаря такой пропаганде распространяются знания о здоровье человека, это формирует более устойчивое и дисциплинированное общество, а также повышает уровень жизни. Однако общество транслирует порой идеализированные представления о здоровом теле, из-за чего возникают неконтролируемые требования к себе. Это может привести к негативным последствиям, таким, как появление комплексов, расстройства пищевого поведения и искажение представлений о собственном теле. Это сфера, где необходимо учитывать различные факторы, поэтому следует критически относиться к каждой рекомендации, найденной в интернете.

**Список литературы**

1. Бернейс Э. Пропаганда. Москва : АСТ, 2024.

2. Дубовик А. Блог. tema\_fit <https://www.instagram.com/tema_fit?igsh=dmhobGo4eDB3dDF3>

3. Консультации с психологом онлайн. Сайт онлайн-сервиса психотерапии «Ясно». <https://yasno.live>.

4. Нутрициология. [Описание курса]. <https://skillbox.ru/course/nutriciologiya/?ysclid=lso2rjtaal230310544>

5. Шипачева Д. Как идея правильного питания поменяла нашу реальность и что нас ждет дальше // РБК. Сайт. https://style.rbc.ru/life/6501b8359a7947ff9347d4f7?ysclid=lso2l6kzlx568322513

6. World Health Organization. Ottawa Charter for Health Promotion. Copenhagen: WHO, 1986.