

14,3 % полностью недовольны внешностью. Около трети опрошенных (31,7 %) пользуются диетами. На вопрос «Есть ли у Вас опыт применения препаратов для изменения массы тела?» 17,5 % респондентов ответили утвердительно, из них 60 % указали, что используют различные БАДы, 20 % принимали Орлистат, 20 % – гейнеры и слабительные.

Результаты опроса показали, что современные молодые люди обладают высокой информированностью о «расстройстве пищевого поведения». Более половины респондентов сталкивались с проблемой лично, либо в ближайшем окружении. Особенно ярко выражена проблема с импульсивной покупкой вредных продуктов, что впоследствии приводит к компульсивному перееданию. Влияние семьи на формирование РПП играет почти столь же большую роль, как и воздействие СМИ. Но если средства массовой информации распространяют высокие стандарты телесной красоты, то семья выступает как источник нездоровых пищевых привычек.

Заключение. Установлено, что основными социокультурными факторами, способствующими формированию расстройств пищевого поведения молодёжи, являются: нездоровые пищевые привычки в семье и социальном окружении, агрессивное интернет-пространство. Выявлено, что большинство респондентов имеют склонность к формированию расстройств пищевого поведения, несмотря на отрицание прямого влияния вредных пищевых привычек на свою личность. В современном обществе до сих пор присутствует пропаганда «идеального» тела, сравнение с которым заставляет респондентов чувствовать себя некрасивыми или даже неполноценными людьми, также у молодёжи слабо развита здоровая культура питания. Очевидна необходимость в разработке комплекса практических мер, направленных на совершенствование первичной профилактики расстройств пищевого поведения среди населения.

1. Волкова, Н. Л. Влияние ближайшего социального окружения на пищевое поведение и образ тела подростков: обзор / Н. Л. Волкова // Молодой ученый, 2023. – № 20 (467). – С.400–403.

2. Дурнева, М. Ю. Формирование пищевого поведения: путь от младенчества до подростка. Обзор зарубежных исследований / М. Ю. Дурнева // Клиническая и специальная психология. – 2015. – Т. 4. – №3. – С.3–5.

3. Ильина, В. А. Идеализация расстройства пищевого поведения в виртуальном пространстве. / В. А. Ильина // Скиф. Вопросы студенческой науки. Серия: социологические науки. – 2020 (4) – С. 95–99.

4. Кульпин, С. В. Зачем молодёжь создает контент о здоровом образе жизни: факторный анализ тематических блогов / С. В. Кульпин, Г. А. Савчук, О. А. Якимова // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – № 2 (156). – С. 168–190.

5. Матусевич, М. С. Особенности формирования пищевых нарушений у подростков / М. С. Матусевич // Молодой ученый. – 2013. – Т. 12. – С. 814–817.

6. Попова, М. А. Влияние общественного мнения на формирование комфортности личности / М. А. Попова, Г. А. Чеджемов // Известия ИСУ СГЭУ. – 2017. – №1 (15). – С. 96.

ИЕРАРХИЯ МОТИВОВ К ЗАНЯТИЯМ ФИТНЕСОМ У ЖЕНЩИН ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА

Матькова В.Г.,

аспирант ВГУ имени П.М. Машерова,

г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Новицкий П.И., канд. пед. наук, доцент

Ключевые слова. Занятия фитнесом, зрелый возраст, мотив, мотивация, потребность, фитнес-центр.

Keywords. Fitness classes, mature age, motive, motivation, need, fitness center.

В современной психологии мотив рассматривается, как свойство субъекта поведения, эмоциональное состояние, являющееся устойчивым и побуждающим к совершению определенных действий. Потребность – это осознаваемое человеком желание (или даже нужда) в приобретении либо удалении чего-то, испытываемое на уровне разума и/или эмоций. Потребность становится мотивом, когда заставляет человека действовать, а ее удовлетворение снимает психическое напряжение [1; 2].

Любой человек стремится в первую очередь удовлетворить свои физиологические потребности, такие как сон, еда, одежда, затем духовно-культурные (развлечение, досуг, просвещение), а затем социальные, подчеркивающие престиж и статус человека. Однако, без удовлетворения потребностей более низкого порядка (пища, жилье) покупка абонемента в фитнес-клуб может оказаться «непозволительной роскошью». Когда же потребности более низкого порядка (согласно, пирамиде потребностей А. Маслоу [2]) удовлетворены, человек может ради того, чтоб подчеркнуть свой статус и более высокое социальное положение в обществе приобретать абонементы на полгода и год в дорогие и престижные фитнес-клубы. В г. Витебске таковыми считаются тренажерные залы «BROOKLIN», «X-line», «ЭрА-спорт» и «SV-fit».

В настоящее время в Instagram, Facebook и других социальных сетях размещение своих фотографий получило широкое распространение. Поэтому внешняя привлекательность становится очень важным преимуществом: те, кто находится в хорошей форме, легче заводят новые знакомства, находят и устраиваются на работу, в целом зачастую более успешны в жизни. Регулярные занятия фитнесом обеспечивают возможность выглядеть привлекательнее. Но не только этим объясняется повышенный интерес к тренировкам – занятия фитнесом позволяют еще и чувствовать себя лучше, как в плане состояния здоровья, так и возможности самоутвердиться, поднять самооценку.

В последнее время отмечается тенденция на изменение запросов посетителей фитнес-клубов: если раньше большинство людей приходило за тем, чтобы похудеть в определенных местах или «накачать мышцы», то сейчас появляется все больше желающих заниматься в первую очередь ради своего здоровья и физического благополучия. Изучение иерархии мотивов, определяющих выбор и устойчивый интерес разновозрастного населения к занятиям фитнесом имеет как научное, так и практическое значение.

Отсюда цель данного исследования – изучение иерархии мотивов занятий фитнесом у женщин первого и второго периодов зрелого возраста

Материал и методы. Исследованием было охвачено 100 женщин, занимающихся в фитнес-клубах г. Витебска. Из них 27 женщин первого (22-34 года) и 73 женщины второго периодов зрелого возраста, в том числе 48 женщин в возрасте 35-45 лет и 25 женщин в возрасте 46-58 лет. Методы исследования: анализ литературы и интернет-источников, анкетирование с помощью Google Forms, беседы, сравнительный анализ, методы математической статистики.

Результаты и их обсуждение. Анализ ответов респондентов проведенного анкетирования показал, что наиболее часто встречающимся мотивом, который побуждает женщин зрелого возраста к физической активности и посещению фитнес-центров, является поддержание здоровья. На это указали 68,0 % опрошенных женщин в возрасте 46-58 лет, 41,7 % в возрасте 35-45 лет и 29,6 % в возрасте 22-34 года, демонстрируя тем самым, что с возрастом желание и практические действия «поддерживать здоровье» существенно возрастают.

Создание привлекательного образа (обретение красивой стройной фигуры) также является широко распространенным мотивом для занятий фитнесом: у 29,6 % женщин до 35-летнего возраста и после – у 25,0 %, то есть с возрастом значение внешней привлекательности несколько уменьшается. Так, у женщин в возрасте 46-58 лет создание привлекательного образа как приоритет (единственный стимул для занятий фитнесом и физической активности) не отмечен. При этом для 32,0 % из них мотивы «привлекательный образ» и «здоровье» оказались равноценны. Для 22,2 % представительниц первого периода зрелого возраста (22-34 года) и для 20,8 % представительниц второго периода (35-45 лет) создание привлекательного образа является таким же значимым, как и поддержание здоровья, поэтому респонденты выбрали два данных варианта ответа в качестве основного мотива для занятий фитнесом.

Так же отмечаем, что желание одновременно создать привлекательный образ, поддержать здоровье, при этом самоутвердиться и поднять самооценку оказалось свойственно 11,1 % женщин в возрасте 22-34 года, 6,3 % женщин в возрасте 35-45 лет и ни одной женщине в возрасте 46-58 лет. Видимо, с возрастом постепенно исчезает стремление достигнуть множества целей и решить максимум задач одновременно.

Некоторые женщины как первого (3,7 %), так и второго (2,1 %) зрелого возраста наряду с прочими мотивами посещают фитнес-центры ради возможности самоутвердиться и поднять собственную самооценку; 2,1 % респондентов из категории 35-45 лет ориентируются на собственное самочувствие, которое, по их словам, заметно улучшается (таблица).

Таблица – Мотивы, побуждающие женщин к занятиям фитнесом

<i>Что является наиболее сильным мотивом, побуждающим вас к занятиям фитнесом?</i>	первый период зрелого возраста	второй период зрелого возраста	
	кол-во ответов женщин 22-34 года, %	кол-во ответов женщин 35-45 лет, %	кол-во ответов женщин 46-58 лет, %
Создание привлекательного образа (обретение красивой фигуры, стройности)	29,6	25,0	-
Поддержание здоровья	29,6	41,7	68,0
Создание привлекательного образа + Поддержание здоровья	22,2	20,8	32,0
Создание привлекательного образа + Поддержание здоровья + Возможность самоутвердиться	11,1	6,3	-
Создание привлекательного образа + Возможность самоутвердиться	-	2,1	-
Возможность самоутвердиться, поднять самооценку	3,7	-	-
Поддержание здоровья + Возможность самоутвердиться	3,7	2,1	-
Другое	-	2,1	-

Заключение. Исследование мотивов, побуждающих женщин зрелого возраста к занятиям фитнесом показывает, что ведущими являются не только обретение внешней привлекательности, но и желание сохранить и укрепить здоровье. При этом с возрастом мотивация «поддерживать здоровье» у женщин существенно возрастает, а значение внешней привлекательности, сохранения фигуры уменьшается.

1. Игебаева, Ф. А. Классификация потребностей А. Маслоу // Ф. А. Игебаева, А. Р. Гайфуллина "Экономика и социум" : жур. – Изд.центр "ИУСЭР", 2015. – № 6 (19).
2. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. — 3-е изд. – Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2019. – 400 с.

ПРИМЕНЕНИЕ ПОДВИЖНЫХ ИГР ДЛЯ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Новикова Т.Ф.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Хлопцева М.В., ст. преподаватель

Ключевые слова. Физическое развитие, дети младшего школьного возраста, развитие физических качеств, уроки физической культуры и здоровья, игровой метод, подвижные игры.

Keywords. Physical development, children of primary school age, development of physical qualities, physical education and health lessons, game method, outdoor games.

Становление человека – это процесс физического, психического и социального формирования, охватывающий все количественные и качественные изменения врожденных и приобретенных средств, которые происходят под влиянием окружающей действительности. В возрасте 7–10 лет формируются определенно необходимые черты