

**ЧЕРНІГІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Т.Г. ШЕВЧЕНКА**



ВІСНИК

**Чернігівського державного
педагогічного університету**

Випуск 64

Серія: ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ.

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ

**Чернігів
2009**

ВІСНИК

Чернігівського державного педагогічного університету
імені Т.Г. Шевченка

Головна редакційна колегія

Головний редактор – доктор педагогічних наук, професор **Носко М.О.**

Відповідальний редактор – доктор історичних наук, професор **Дятлов В.О.**

Редакційна колегія серії "Педагогічні науки": Бобир С.Л., Боровик А.Г., Гетта В.Г., Гринь Т.В., Жила С.О., Завацька Л.М., Зайченко І.В., Іванишина В.П., Носко М.О., Сидоренко В.К., Кузьомко Л.М., Ляшенко О.І., Огієнко М.М., Пліско В.І., Ростовський О.Я., Савченко В.Ф., Сеніна В.К., Скок М.А., Скребець В.О.

Редакційна колегія серії "Фізична культура і спорт": Кузьомко Л.М., Огієнко М.М., Єрмаков С.С., Ляпін В.П., Власенко С.О., Сергієнко Л.П., Явоненко О.Ф., Яковенко Б.В., Приймак С.Г., Синіговець В.І., Гаркуша С.В.

Відповідальний за випуск – кандидат наук з фізичного виховання та спорту, доцент
С.Г. Приймак

У збірнику вміщено наукові статті з актуальних проблем педагогіки і фізичного виховання. Збірник буде корисним для вчителів та викладачів фізичного виховання, тренерів, організаторів фізичного виховання та спорту, студентів, усіх, хто цікавиться сучасними проблемами розвитку фізичного виховання, спортивного тренування, фізичної реабілітації.

За зміст публікацій, достовірність результатів досліджень відповідальність несуть автори.

Свідоцтво ЧГ № 171 від 30.11.1998 р.

Адреса редакційної колегії: 14038, м. Чернігів, вул. Гетьмана Полуботка, 53,
тел. (04622) 3-20-09.

Рекомендовано до друку Вченою радою
Чернігівського педагогічного університету імені Т.Г. Шевченка
(протокол № 9 від 01 квітня 2009 року)

Постановою Вищої атестаційної Комісії України «Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. Серія: педагогічні науки» включено до переліку наукових видань, публікації яких зараховуються до результатів дисертаційних робіт з педагогічних наук.

(додаток до постанови президії ВАК України
від 11 жовтня 2000 р. № 1-03/8)

© Чернігівський державний педагогічний університет імені Т. Г. Шевченка, 2009

© Автори, 2009

характеризують рухові якості. Так, в експериментальній групі в порівнянні з контрольною результати в підтягуванні на перекладені перевищували на 46,6%; метанні м'яча (150г) – 17%; у стрибках в довжину з розбігу – 170%; бігу на 1500 м – 11,2%; 60м – 10,9%.

Література

1. Антропова М.В. Режим дня, работоспособность и состояние здоровья, – М., 1974. – 136 с.
2. Бальсевич В.К. Концепция альтернативных форм организации физического воспитания детей и молодежи // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка, 1996. – № 1. – С. 23-24.
3. Богданов Г.Л. Железняк Ю. Д. Внеклассная работа по физическому воспитанию в школе/ Методическое пособие для учителей физкультуры, воспитателей и старших пионервожатых. / Под ред. Г.Л. Богданова. – М.: Просвещение, 1965. – 146 с.
4. Волков Л.В. Обучение и воспитание учащихся. – Киев: Здоровья, 1984. – 144 с.
5. Кузнецова Л.Н. Гигиеническое обоснование режима продленного дня учащихся 4-6 классов: Дис ... канд. пед. наук. – М., 1985. – 20 с.
6. Любомирский Л.Е., Букреева Д.П., Васильева Р.М. и др. Особенности адаптации двигательной и сердечно-сосудистой системы к физическим нагрузкам разной мощности. //Адаптация организма учащихся к учебной и физической нагрузкам. – М.: Педагогика. 1982. – С. 167-211.

Надійшла до редакції 16.02.2009 р.

удк 37.037

Радченко О.В.

РЕКЛАМА АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ТА ЗДОРОВ'Я МОЛОДІ

Луцький національний технічний університет

В статті викладений матеріал про проблему вживання алкогольних напоїв молоддю України. Проведено детальний аналіз реклами спиртних напоїв на телеканалах та в журналах.

Ключові слова: спиртні напої, молодь, реклама алкоголю, торгова марка.

Annotation. Radchenko A. V. *The Advertisement of Strong Waters and the Health of Youth.* In the article the problem of using strong waters by young people in Ukraine is examined. The detailed analyze of advertising of strong waters on TV and in magazines is done.

Key words: strong waters, young people, advertising of strong waters, trade mark.

Постановка проблеми. В Україні склалась критична ситуація з вживанням алкоголю та тютюнопалінням. За даними сучасних досліджень найважливішими факторами демографічної кризи в Україні є алкоголь. Великий відсоток жінок та чоловіків залежні від алкоголю. Вживання алкоголю стали невід'ємною частиною життя 93% жінок та 97% чоловіків.

На даний час вживання спиртних напоїв в Україні є одним з найвищих в світі і становить 12 – 13 літрів спирту на 1 людину на рік (та за неофіційних даних 20 літрів) [3,7-10].

За даними ВООЗ на 2008 рік Україна посідає 1 місце в світі по вживанню алкогольних напоїв серед дітей та молоді: 40% дітей в віці від 14 до 18 років вже втягнуті в систематичне вживання алкоголю[1,11].

На жаль, все те, що розбещує наше суспільство, а особливо – молодь, сприймається сильніше за все. І тому ринок заповнений алкоголем і рекламним продуктом, що пропонує свій товар покупцеві намагається нав'язати його споживання за допомогою винаходу й просування особливого стилю життя. І для цього використовуються найрізноманітніші прийоми, робиться все можливе, щоб виставити споживання спиртних напоїв як можна більше для молоді.

З екранів телевізорів на нас «виливають» рекламу понад 70 видів алкогольних напоїв. У простого пересічного громадянина під таким тиском складається враження, що якщо я не п'ю, то щось не добре. Так думають і помиляються мільйони молодих людей, які починають вживати алкоголь і під його впливом втрачаючи розум та сумління.

© Радченко О.В., 2009

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Виробники алкогольних напоїв витрачають кошти на рекламу своїх виробів: по телебаченню, радіо, у друкованих виданнях, на вулицях міст, та приховану рекламу через відсилання номерів через СМС із-під кришечки пива, горілки. При цьому ймовірність одержання коштовного призу, зводиться до нуля, але при цьому молодь вживає велику кількість спиртних напоїв і виробники до цього не має діла. Потужна реклама пива, горілки, в коньяку призводить до стрімкого зростання в Україні кількості алкоголіків, ці цифри за 10 років зростають в десятки разів. Україна є чи не єдиною європейською державою, де вільно до 2008 року чинилося телебачення нав'язувались спиртні напої населенню. У Польщі 28 років тому був ухвалений закон про заборону реклами на телебаченні та в пресі [6,4].

В Україні з 1 січня 2010 року вступає Закон України «Про рекламу» №145-VI (145-17) від 18.03.2008р., в якому наголошується про заборону:

-реклами алкогольних напоїв на телебаченні та радіо з 6 до 23 години;

- на першій та останній сторінці газет, на обкладинках журналів та інших видань, в усіх видах для дітей та юнацтва;

- в усіх друкованих засобах масової інформації (крім спеціалізованих видань) [4,3].

Розпорядження кабінету міністрів від 21 травня 2008 року №731-Р прийнята концепція загальнодержавної цільової соціальної програми «Здоров'я нації» на 2009-2013 рр. в якій приділяється увага боротьбі з таким явищем, як вживання алкоголю. Понад 40 тис. українців щороку помирають від надмірного вживання алкоголю, більш як 700 тис. – офіційні зареєстровані у медичних установах мають алкогольну залежність, реально – значно більше [2,1-5].

Вивчаючи думку молоді «Чому вони вживають спиртні напої?» 48% відповіли, що хочуть спробувати те, що рекламується [5,213].

Таким чином, актуальність проблеми впливу реклами алкогольних напоїв на здоров'я молоді викликає сумнів.

Мета дослідження: вивчити рекламу алкогольних напоїв на телебаченні та в журналах.

Вклад основного матеріалу дослідження.

Було досліджено рекламу спиртних напоїв на 14 українських телеканалах в жовтні, листопаді 2008 року з 11 00 до 23 00 години, а саме які алкогольні напої рекламуються і скільки часу.

З таблиці 1 «Реклама алкогольних напоїв на телебаченні» можна ознайомитись з інформацією скільки реклами спиртних напоїв було за тиждень, за день на телеканалах.

Таб

Реклама алкогольних напоїв на телебаченні

Телеканал	Вид алкогольного	За день		За тиждень		разом	
		кількість, раз	час, хв.,с.	кількість, раз	час, хв.,с.	кількість, раз	час, хв.
Тоніс	Вино	-	-	-	-	37	14
	Пиво	5	2,2	37	14,1		
	Горілка	-	-	-	-		
	Коньяк	-	-	-	-		
ТЕТ	Вино	-	-	-	-	31	11
	Пиво	4	1,7	31	11,9		
	Горілка	-	-	-	-		
1+1	Вино	2	0,1	5	0,4	121	34
	Пиво	15	7,3	70	30,1		
	Горілка	9	1,3	37	3,9		
	Коньяк	1	0,1	2	0,1		
Megasport	Вино	4	0,6	39	3,1	249	54
	Пиво	31	8,3	145	41,5		
	Горілка	6	0,5	62	4,5		
	Коньяк	-	-	-	-		
24 канал	Вино	-	-	-	-	734	84
	Пиво	52	6,6	290	33		
	Горілка	61	9,9	444	59,4		
	Коньяк	-	-	-	-		

Телеканал	Вид алкогольного	За день		За тиждень		разом	
		кількість, раз	час, хв.,с.	кількість, раз	час, хв.,с.	кількість, раз	час, хв.,с.
5 канал	Вино	-	-	-	-	124	10,1
	Пиво	-	-	-	-		
	Горілка	17	1,5	124	10,1		
	Коньяк	-	-	-	-		
ICTV	Вино	-	-	-	-	245	64,1
	Пиво	18	7	156	52,9		
	Горілка	17	1,6	78	10,5		
	Коньяк	2	0,1	11	0,9		
Інтер	Вино	-	-	-	-	83	29,5
	Пиво	9	3,3	58	21,3		
	Горілка	2	0,7	16	5,7		
	Коньяк	1	0,3	9	2,5		
Новий канал	Вино	1	0,1	1	0,1	72	35,5
	Пиво	10	5,2	62	30,6		
	Горілка	4	1,3	19	6		
	Коньяк	-	-	-	-		
1 канал	Вино	6	0,5	42	3,5	196	17,5
	Пиво	-	-	-	-		
	Горілка	22	2	154	14		
	Коньяк	-	-	-	-		

Найбільше реклами спиртних напоїв за тиждень рекламує 24 канал 734 рази, час реклами 88хв7с, канал Мегаспорт рекламує 249 раз алкогольні напої – 54хв3 с., третю сходинку посідає канал ICTV 245 раз – 64хв1с. Не рекламується алкогольні напої телеканалами: 1 діловий, Аверс, Волинське телебачення, телеканал Київ. Деякі телеканали, як Тоніс, ТЕТ рекламують тільки пиво, п'ятий канал тільки торговий бренд Калганов, 1 канал рекламує торгові бренди винних виробників та горілчаних виробів, торгові бренди вина, пива, горілки та коньяку рекламують телеканал 1+1 та Мегаспорт. Найбільше реклами за день рекламується на 24 телеканалі – 113 раз та 16хв. 5с. На всіх телеканалах за тиждень 1892 рази рекламували алкогольні напої, що населення могло дивитись 360хв. 2с.

За день: пиво – 140 раз, 41хв. 7с.; горілка – 138 раз, 18хв. 7с.; вино – 13 раз, 1хв. 15с.; коньяк – 4 раз, 33 с.

За тиждень на всіх телеканалах найбільше рекламувалась горілка 934 рази, що становить 114 хв. 5 с., пиво – 849 раз, 235 хв. 2 с., вино – 87 раз, 7хв., коньяк – 22 рази 3хв. 5с. Найбільше рекламуються торгові марки горілки Неміров, пиво Чернігівське, вино торгової марки Котнар, коньяк Жан- Жак.

В журналах реклами набагато менше ніж на телебаченні. В таблиці 2 подана реклама спиртних напоїв, що досліджувались.

Таблиця 2

Реклама алкогольних напоїв в жіночих журналах

Журнал	Кількість реклам алкогольних напоїв	Вид алкогольного напою	Торгівельна марка
Любимая	1	Вино	Винодел
Единственная	1	Вино	Французкий Бульвар
Отдохни	1	Вино	Золота Амфора
Поліна	0	-	-
Пані	0	-	-
Viva Beati	0	-	-
Наталі	1	Вино	Коблево
Женский журнал	6	Вино	Золота Амфора
		Вино	
		Лікер	Carolars
		Лікер	Amarula
		Вино	Golden Amphora
		Віскі	Tunamore Dew

Журнал	Кількість реклам азкогельних напоїв	Вид азкогельного напою	Торгівельна марка
Viva	2	Вермут	Trino
		Вино	Французкий бульвар
Добрыe советы	1	Вино	Золота Амфора
Лиза	1	Вино	Золота Амфора
Mini	1	Вино	Oreand
Prevention	0	-	-
Glance	0	-	-
Hello	0	-	-
Вона	0	-	-
Diva	0	-	-
Cosmopolitan	6	Вино	Cinzano
		Вино	Oreанда
		Вино	Oреанда
		Вино	Golden Amphora
		Вино	Golden Amphora
		Вино	Campari

В 18 журналах, в яких ми вивчали рекламу азкогельних напоїв, найбільше реклами друку «Cosmopolitan» та «Женский журнал» по 6 реклам. «Viva» – 2 реклами. «Любимая», «Единственная», «Отдохни», «Натали», «Добрыe советы», «Лиза», «Mini» – по 1 рекламі. В журналах «Дива», «Вона», «Hello», «Сilance», «Prevention», «Viva Beati», «Пані», «Поліна» реклами азкогельних напоїв не були виявлені. Найбільше рекламується вино «Золота амфора». В журналах рекламується вино, лікер, віскі всього 21 раз.

З вище викладеного матеріалу видно, що молодь та населення України проводячи час біля телевізора, або читаючи журнали, бачить велику кількість реклами азкогельних напоїв, що подальшому впливає на спосіб життя молоді.

Висновки:

Потрібно повністю заборонити рекламу спиртних напоїв на телебаченні та друкованих виданнях, вести роз'яснювальну роботу на телеканалах про шкідливість вживання азкогельних напоїв та наслідки від цього вживання. Крім того обов'язково потрібно ввести жорсткий контроль за достовірністю даних, що подаються в рекламі. Ввести сувору відповідальність за порушення закону про рекламу.

Потрібно мотивувати молодь до здорового способу життя, навчити використовувати вільний час на зміцнення здоров'я. Для цього потрібно державі будувати спортивні майданчики, створювати безкоштовні секції, випускати недорогий спортивний інвентар, щоб людям було чим зайнятися і не займатися. Потрібно заборонити розміщення реклами азкогелью на телебаченні.

Перспективи подальших досліджень.

Необхідним є проведення дослідження в напрямку ставлення студенток до вживання спиртних напоїв.

Література:

1. Кандя Ю. „Школярі! Пияки!“ // Експрес №35. 2008 с. 11.
2. Концепція загальнодержавної цільової соціальної програми «Здоров'я нації» на 2009-2013 рр. №731-Р від 21.05.2008 с.1-5.
3. Климова С. „Алкоголизм: обыденные теории“ // Социальная реальность, 2007 № 2. с. 7-10.
4. Закон України «Про рекламу» №145-VI (145-17) від 18.03.2008 с.3.
5. Радченко О. „Ставлення молоді до вживання спиртних напоїв“ // Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві. Зб. нау. пр. Том 2. Луцьк, 2008.-213с.
6. Філановський О. „Ринок горілки – далі нема куди“ // Алкоголь і тютюн 2006 с.4.

Надійшла до редакції 12.02.2009 р.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Друкується за рішенням вченої ради Чернігівського
державного педагогічного університету
імені Т.Г. Шевченка

**Вісник Чернігівського державного педагогічного
університету імені Т.Г. Шевченка. Випуск 64. Серія:
педагогічні науки. Фізичне виховання та спорт:
Збірник. — Чернігів: ЧДПУ, 2009. — № 64. — 592 с.**

Технічний редактор

О. Клімова

Комп'ютерна верстка
та макетування

О. Савонова

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації
серія ЧГ № 171 від 30 листопада 1998 р.*

Підписано до друку 04.04.2009 р. Формат 70x108 1/16. Друк на різнографі.
Обл. друк. арк. 55,25. Ум. друк. арк. 51,8. Наклад 350 прим. Зам. №305.

Редакційно-видавничий відділ ЧДПУ ім. Т.Г. Шевченка,
14013, м. Чернігів, вул. Гетьмана Полуботка, 53, оф. 208.
т. 65-17-99