

SPOROČILO ZA JAVNOST

Rezultati raziskave: Otrokom in mladostnikom so se na televiziji oglaševala pretežno manj zdrava živila

Debelost med otroci in mladostniki je eden ključnih javnozdravstvenih problemov in izzivov po vsem svetu. Tudi v Sloveniji je približno tretjina slovenskih šestletnikov pretežkih. Številne raziskave so pokazale tesne povezave med časom, ki ga otroci preživijo pred televizijskimi zasloni, in neustreznimi prehranskimi navadami ter debelostjo. Razlogi za to so večplastni, od zmanjšane telesne aktivnosti, do uživanja nezdravih prigrizkov v času gledanja televizije, na prehrabene navade pa dokazano vplivajo tudi predvajane vsebine. S tega vidika so še posebej problematične vsebine, ki spodbujajo uživanje živil z neugodno prehransko sestavo, ki je lahko tudi predmet oglaševanja. Da bi omejile tovrstno oglaševanje živil otrokom, so nekatere države že uvedle posebne omejitve v času otroškega programa, uvedbo omejitev pa je priporočila tudi Svetovna zdravstvena organizacija. Da bi ovrednotili obseg oglaševanja živil otrokom smo na Inštitutu za nutricionistiko izvedli obsežno raziskavo, v okviru katere smo ovrednotili prehransko sestavo oglaševanih živil. Raziskava je zajela 12-mesecev oglaševanja na sedmih televizijskih programih s pomembno gledanostjo s strani otrok. V tem času je bilo predvajanih preko 93.000 oglasov za živila, še posebno pozornost pa smo usmerili v vrednotenje oglaševanja v obdobjih, ko so bili pred televizorjem predvsem otroci stari od 4 do 9 let. Kar 96% časa oglaševanja živil v teh obdobjih so predstavljali oglasi za živila, ki ne izpolnjujejo pogojev za oglaševanje otrokom, in bi jih zato lahko razvrstili med manj zdrava. Rezultati raziskave so bili objavljeni v zadnji številki ugledne znanstvene revije *International Journal of Public Health*.

S problemom debelosti prebivalstva se srečujejo mnoge razvite države - govorimo celo že o epidemiji debelosti. Čeprav se je trend povečevanja debelosti med mladostniki v zadnjih letih ustavil, je stanje še vedno zaskrbljujoče – od konca 80. let se je delež čezmerno hranjenih otrok in mladostnikov namreč podvojil. Otroci s prekomerno telesno težo imajo dokazano večje tveganje za debelost v odrasli dobi, s tem pa se povečujejo tudi tveganja za vrsto drugih nenalezljivih bolezni. Privzgajanje ustreznega načina prehranjevanja in izbire zdravju koristnih živil je ključnega pomena že v otroštvu, saj otroci te navade ohranjajo tudi kasneje v življenju. Znanstvene raziskave so pokazale, da pomemben motilni dejavnik pri privzgajanju zdravih prehranjevalnih navad pri otrocih predstavlja promocija manj zdravih živil. Glede na obseg izpostavljenosti še posebej pomemben medij, ki vpliva na prehranske preference otrok, predstavlja televizija. Da bi omejile oglaševanje živil otrokom so nekatere države, npr. Velika Britanija, uvedle posebne omejitve v času otroškega programa, uvedbo takšnih omejitev pa priporoča tudi Svetovna zdravstvena organizacija.

Da bi ugotovili, katera živila se oglašujejo otrokom in mladostnikom na televiziji ter kakšna je njihova prehranska sestava, smo na Inštitutu za nutricionistiko izvedli obsežno raziskavo. V okviru raziskave smo ovrednotili 12-mesečno oglaševanje na najbolj gledanih televizijskih kanalih v Sloveniji. **Živa Korošec**, univ. dipl. ing. živ. tehnol., Inštitut za nutricionistiko: »V tem času je bilo predvajanih preko 93.000 oglasov za živila, še posebno pozornost pa smo usmerili v vrednotenje oglaševanja v obdobjih, ko so bili pred televizorjem predvsem otroci stari od 4 do 9 let. Oglase za živila smo razvrstili glede na vrsto živil, ki jih oglašujejo, oglaševana živila pa smo dodatno ovrednotili tudi s posebnim sistemom za profiliranje živil, ki nam je omogočal razvrstitev živil med bolj ali manj zdrava. Takšno vrednotenje smo naredili z dvema različnima modeloma za profiliranje živil, med drugim tudi z modelom, razvitim s strani Svetovne zdravstvene organizacije - posebej za omejevanje oglaševanja živil otrokom.«

Rezultati raziskave so pokazali, da so otroci ob gledanju televizije izpostavljeni zelo različnim promocijskim vsebinam, tudi oglaševanju različnih prehrabnih izdelkov. **Doc. dr. Igor Pravst**, Inštitut za nutricionistiko: »Še posebej zaskrbljujoči so bili rezultat vrednotenja oglasov, predvajanih v obdobjih, ko so pred televizijskimi zasloni predvsem otroci. Otroci namreč zaradi omejene sposobnosti kritične presoje oglaševana živila dojemajo kot priporočana, kar lahko pomembno vpliva na njihove prehranske izbire kasneje v življenju. Ugotovili smo, da so kar 96% oglaševanja živil predstavljali oglasi za živila, katerih oglaševanje otrokom bi bilo ob upoštevanju priporočil Svetovne zdravstvene organizacije prepovedano. Kar 77% oglaševanja je bilo povezanega z oglaševanjem sladkarij, katerih oglaševanje otrokom se odsvetuje – ne glede na njihovo prehransko sestavo. Ugotovili smo tudi, da je preko 90% oglasov predstavljalo živila, proizvedena s strani tujih podjetij, ki v Sloveniji nimajo proizvodnih kapacitet.«

V okviru raziskave smo spremljali tudi oglaševanje živil v obdobjih, ko so pred televizorji predvsem otroci, stari med 10 in 14 let. Tudi pri oglaševanju tej starostni skupini je bilo najbolj izrazito oglaševanje sladkarij (43%), sledilo pa mu je oglaševanje pijač (10%) in piškotov (8%). Celokupno je bilo kar 81% oglaševanja tej starostni skupini povezano s promocijo živil, ki niso izpolnjevala meril Svetovne zdravstvene organizacije za oglaševanje otrokom. Rezultati raziskave so bili objavljeni v ugledni znanstveni reviji *International Journal of Public Health*.

Predstavljeni rezultati so potrdili potrebo po ureditvi področja oglaševanja živil otrokom, ki ga je Ministrstvo za zdravje RS začelo urejati v preteklem letu. Rešitev tega problema je tudi eden ključnih ciljev Resolucije o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, ki jo je lani sprejel Državni zbor. V okviru izvajanja Resolucije je Ministrstvo za zdravje RS pripravilo prehranske smernice,¹ na osnovi katerih morajo ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev oblikovati lastna pravila ravnanja za zaščito otrok pred neprimernimi komercialnimi sporočili o živilih v času otroških programov. Sprejete temeljijo na sistemu, ki ga je za tovrstne namene razvila in predlagala Svetovna zdravstvena

¹ Ministrstvo za zdravje (julij 2016): *Prehranske smernice za oblikovanje pravil ravnanja za zaščito otrok pred neprimernimi komercialnimi sporočili*.

URL: http://www.mz.gov.si/fileadmin/mz.gov.si/pageuploads/javno_zdravje_2015/prehrana/prehranske_smernice-oglasovanje_072016.pdf

organizacija, z nekaj nacionalnimi prilagoditvami. Skupine živil, za katere je predvidena popolna omejitev oglaševanja otrokom so na primer čokolada, bonboni, piškoti, pecivo in podobni izdelki, pa tudi sladoledi, energijske pijače in prehranska dopolnila. Za oglaševanje nekaterih drugih skupin živil, na primer sveže in zamrznjene zelenjave in sadja, omejitve niso predvidene.

Povezava do rezultatov raziskave:

Korošec Ž. in Pravst I. **Television food advertising to children in Slovenia: Analyses using a large 12-month advertising dataset.** Int J Public Health, 2016. 61 (282).

DOI 10.1007/s00038-016-0896-7

<http://link.springer.com/article/10.1007/s00038-016-0896-7>

Opomba: Na navedeni spletni strani je brezplačno dostopen povzetek znanstvenega članka, celoten članek pa je brezplačno dostopen iz prostorov raziskovalnih organizacij z ustreznimi licencami. Če do članka iz vašega računalnika nimate brezplačnega dostopa, vam ga lahko posredujemo tudi mi – pišite nam na e-mail mediji@nutris.org.

Dodatne informacije glede tega področja iz drugih virov:

- Nacionalni inštitut za javno zdravje (februar 2016): Spreminjanje trenda otroške debelosti - oglaševanje hrane otrokom: URL: <http://www.nijz.si/sl/mediji>
- Ministrstvo za zdravje (julij 2016): Prehranske smernice za oblikovanje pravil ravnanja za zaščito otrok pred neprimernimi komercialnimi sporočili. URL: http://www.mz.gov.si/fileadmin/mz.gov.si/pageuploads/javno_zdravje_2015/prehrana/prehranske_smernice-ogljasevanje_072016.pdf

Kontakt:

Doc. Dr. Igor Pravst, vodja raziskovalne skupine »Prehrana in javno zdravje«

Inštitut za nutricionistiko

e-naslov: igor.pravst@nutris.org, 0590 68870