

Ljubljana, 22.10.2018

REZULTATI RAZISKAVE

Otrokom in mladostnikom se oglašujejo predvsem manj zdrava živila, odraslim pa prehranska dopolnila

Neustrezna prehrana otrok in mladostnikov je eden izmed pomembnih razlogov za epidemijo debelosti te populacijske skupine po vsem svetu. Čeprav se je delež debelih in pretežkih otrok in mladostnikov v Sloveniji v zadnjih letih ustalil, ostaja na zelo visokem nivoju. Raziskave so pokazale, da ima oglaševanje živil z manj ugodno hranilno sestavo slab vpliv na prehranjevalne navade otrok. Svetovna zdravstvena organizacija zato priporoča omejevanje tovrstnega oglaševanja. Slovenija je takšno omejitev že uvedla leta 2017 in sicer za televizijske programe, medtem ko ostali medijski kanali s tega vidika niso regulirani. Da bi ugotovili izpostavljenost prebivalcev oglasom za živila v tiskanih medijih, smo na Inštitutu za nutricionistiko izvedli obsežno raziskavo, ki je zajemala primerjavo oglaševanja živil med letoma 2013 in 2017. Vzorec raziskave je zajel otroške in mladinske revije, kot tudi ostale revije in časopise. Ugotovili smo, da se otrokom oglašujejo predvsem živila z manj ugodno hranilno sestavo, odraslim pa prehranska dopolnila. Skupni obseg oglaševanja živil v otroških in mladinskih revijah se je sicer zmanjšal, medtem ko smo v ostalih revijah in časopisih opazili več tovrstnih oglasov. Raziskava je bila izvedena v okviru raziskovalnega projekta »Sladkor v prehrani«, ki ga financirata Javna agencija za raziskovalno dejavnost in Ministrstvo za zdravje, rezultati pa so bili pred kratkim objavljeni v ugledni znanstveni reviji *Public Health Nutrition*.

Oglaševanje ima dokazano pomembno vlogo pri izboru živil. Kot zelo občutljiva populacijska skupina so predmet tovrstnih raziskav predvsem otroci, vendar pa navedeno velja tudi za odrasle. Raziskave potrjujejo, da so otroci bolj naklonjeni prehranskim izdelkom in blagovnim znamkam, ki so jim izpostavljeni v različnih oglasih. Če so otroci pretežno izpostavljeni oglaševanju živil z manj ugodno hranilno sestavo, npr. visoko količino sladkorja, maščob ali soli, ima to lahko negativne posledice na oblikovanje njihovih prehranjevalnih navad, ki so ključnega pomena za prehrano v kasnejših obdobjih življenja. Dokazano je, da so otroci, ki imajo prekomerno telesno težo v otroštvu, tudi v odrasli dobi izpostavljeni večjemu tveganju za debelost in druge kronične nenalezljive bolezni.

Poseben problem v prehrani vse manj telesno aktivnih otrok predstavlja prekomeren vnos sladkorja. **Prof. dr. Igor Pravst**, Inštitut za nutricionistiko: »V letošnjem letu smo na Inštitutu za nutricionistiko začeli izvajati nacionalni raziskovalni projekt *Sladkor v prehrani*, ki ga financirata Javna agencija za raziskovalno dejavnost in Ministrstvo za zdravje, v izvajanje projekta pa sta vključena tudi Nacionalni inštitut za javno zdravje in UKC Ljubljana. V okviru projekta zbiramo podatke o tržišču živil in trendih na tem področju, zaužiti količini sladkorja pri različnih skupinah prebivalcev ter s tem povezanih tveganjih. Na Pediatrični kliniki bodo raziskovali kako bi izboljšali učinkovitost obravnave debelosti. V sklopu raziskovanja tržišča so pomembni tudi podatki o izpostavljenosti prebivalcev oglasom za živila, saj ima to lahko pomemben vpliv na njihove prehranske odločitve. Še posebej nas zanima, kakšna živila se oglašujejo otrokom in mladostnikom.«

V ta namen smo izvedli raziskavo, v kateri smo primerjali oglaševanje živil v tiskanih medijih med letoma 2013 in 2017. **Živa Lavriša**, univ. dipl. ing. živ. tehnol., Inštitut za nutricionistiko: »Vzorčili smo širok krog tiskanih medijev, tako časopisov kot revij, še posebej pa smo se osredotočili na revije za otroke in mladostnike. Tovrstne revije so v Sloveniji precej popularne, nekatere otroci prebirajo tudi v šolah in vrtcih. Obravnavali smo preko 800 izdaj revij in časopisov, izdanih v letih 2013 in 2017. Vzorec je vključeval vse izvode posamezne revije v letu, pri časopisih pa smo s sistematičnim pristopom izbrali reprezentativen vzorec izdaj. Za razlikovanje med bolj in manj zdravimi živili smo uporabili posebno metodo - model, ki ga je za ta namen pripravila Svetovna zdravstvena organizacija, in se v Sloveniji že uporablja za omejevanje oglaševanja živil na televiziji v času otroškega programa. Ugotovili smo, da se je v splošnem obseg oglaševanja živil precej povečal, medtem ko smo v otroških in mladinskih revijah opazili precej manj oglaševanja živil. Ostaja pa zelo zaskrbljujoč podatek, da so med tako oglaševanimi živili v revijah za otroke in mladostnike skoraj izključno živila z manj ugodno prehransko sestavo, predvsem sladkarije. V letu 2017 je nasprotno z letom 2013, sicer opazna manjša prisotnost različnih oglaševalskih tehnik, kjer je oglaševanje prehranskih izdelkov vključeno v različne zabavne vsebine in igre, ki jim otroci namenjajo več pozornosti. Tovrstno oglaševanje je kritično predvsem za mlajše otroke, ki ne ločijo med oglaševalskimi in uredniškimi vsebinami. V časopisih in revijah, namenjenih odrasli populaciji, smo ugotovili precejšen porast števila oglasov, prevladuje oglaševanje prehranskih dopolnil. Opazili smo tudi zanimiv trend, da se je namesto brezalkoholnih pijač okrepilo oglaševanje sadnih sokov.«

Rezultati kažejo, da je na področju oglaševanja živil še zelo veliko možnosti za izboljšanje, predvsem pri oglaševanju živil z ugodnejšo hranilno sestavo. Med najbolj pogosto oglaševanimi živili so namreč izdelki z visoko vsebnostjo sladkorja ali drugih snovi, ki jih v prehrani želimo omejevati. Na področju izboljševanja prehrane in javnega zdravja se v Sloveniji odvija vrsta aktivnosti, nekatere so usmerjene v

zmanjševanje vnosa sladkorja pri skupinah prebivalcev, kjer to predstavlja problem. **Dr. Katja Povhe Jemec**, Ministrstvo za zdravje: »Leta 2015 se je na ravni Evropske unije pokazala skupna potreba po ukrepanju na področju zmanjševanja sladkorja v živilih. Oblikovala se je jasna podpora in zaveza držav za skupno ukrepanje, tudi za zmanjšanje prostih sladkorjev v hrani. Skupna prizadevanja vodijo k 10-odstotnem zmanjšanju dodanih sladkorjev v predelani hrani do leta 2020 glede na osnovo iz leta 2015. Tej usmeritvi, s sprejetjem Nacionalnega programa o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, sledimo tudi v Sloveniji. Z izvajanjem akcijskega načrta Ministrstvo za zdravje sodeluje z mnogimi deležniki, nevladnimi organizacijami in gospodarskimi združenji ter s sofinanciranjem programov spodbuja izboljševanje sestave živil v smeri večanja ponudbe živil z ugodnejšo prehransko sestavo. Ob tem pa ministrstvo podpira tudi neodvisno spremljanje podatkov, pomembnih za politične odločitve na tem področju.«

V nadaljevanju projekta »Sladkor v prehrani« bomo na Inštitutu za nutricionistiko ovrednotili tudi oglaševanje živil na drugih kanalih. Poleg oglaševanja se osredotočamo tudi na analizo uporabe otrokom-všečnih elementov na označbah živil.

Povezava do rezultatov raziskave:

Lavriša Ž., Erjavec K., Pravst I. Trends in marketing foods to children in Slovenian magazines: a content analysis. Public Health Nutrition, 2018.

<https://www.cambridge.org/core/journals/public-health-nutrition/article/trends-in-marketing-foods-to-children-in-slovenian-magazines-a-content-analysis/D97EDCD9E3AE8463E81FB6FC2971BDD3>

Opomba: Na navedeni spletni strani je 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 info@nutris.org.

Kontakt:

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

Inštitut za nutricionistiko

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