

Lekcja reklamy

10 maja 2012

Reklama i agresywny marketing docierają już nawet do szkół i przedszkoli. Dyrektorzy wpuszczają firmy, bo dzięki temu placówki dostają dodatkowe fundusze, a rodzice są bezradni wobec takich praktyk.

W kwietniu w Zespole Szkół Sportowych nr 70 w Warszawie zorganizowano prezentację nowych butów firmy Adidas – informuje „Dziennik Gazeta Prawna”. „O odbyła się w trakcie zajęć lekcyjnych. Każdy uczeń mógł je przymierzyć i w nich zagrać” – relacjonuje ojciec dziecka uczącego się w tej placówce. Dyrektor placówki, Barbara Mierzwa, twierdzi, że nic nie wie o takiej prezentacji. „Zgodziłam się jedynie na zamieszczenie logo firmy na schodach” – mówi. W zamian za reklamę otrzymała trzy repliki piłki na Euro 2012 o wartości 100 zł każda. Stołeczny ratusz zapowiada kontrolę w tej sprawie. „Prowadzenie prezentacji obuwia sportowego w czasie zajęć to już przesada” – komentuje Beata Murawska, zastępca dyrektora biura edukacji Urzędu Miasta Stołecznego Warszawy.

Kuratoria twierdzą, że stosowanie tego typu chwytów reklamowych wobec dzieci w szkołach jest coraz powszechniejsze. „W jednym z gimnazjów w ubiegłym roku firma rozprowadzała środki do higieny intymnej dla dziewcząt i namawiała do zakupu. Zaleciliśmy dyrektorowi, aby nie dopuszczał do takich praktyk” – mówi Wincenty Janowiak z Kuratorium Oświaty w Krakowie. W Katowicach z kolei dyrektor przedszkola zaprosił na pogadankę dla dzieci przedstawiciela fundacji związanej z koncernem McDonald's.

„Ustawa o systemie oświaty wyraźnie określa, że szkoła prowadzi działalność dydaktyczną, wychowawczą i opiekuńczą. Stąd akcje reklamowe organizowane przez szkołę czy na jej terenie budzą zastrzeżenie” – przyznaje Marek Michałak, rzecznik praw dziecka. – „Firmy reklamujące produkty w

szkołach i odwołujące się w nich do łatwowierności dzieci dopuszczają się nieuczciwej konkurencji” – dodaje Joanna Dutkiewicz, rzecznik Ministerstwa Edukacji Narodowej. Jej zdaniem takie zachowania są naganne i powinny być zwalczane.

Rodzice, którzy sprzeciwiają się takim praktykom, są jednak bezradni. Kuratoria interweniują tylko przy oficjalnych skargach. Co więcej, w placówkach publicznych nie ma zakazu zamieszczania reklam. „Walczymy z tym procederem. Sekretariat skutecznie odrzuca wszystkie propozycje” – mówi Kazimierz Stankiewicz, wiceprezes zarządu spółki Szkoły Marzeń w Piasecznie oraz jej dyrektor zarządzający. Przyznaje jednak, że przedstawiciele handlowi są bardzo nachalni i próbują różnymi sposobami wyrzucić presję bezpośrednio na dyrektorach.

Źródło: [Nowy Obywatel](#)