

W Rosji stworzona zostanie antyreklama fast foodu

3 grudnia 2014

W państwowej telewizji Rosji pojawi się antyreklama fast foodu. Z inicjatywą wystąpiła Izba Publiczna Federacji Rosyjskiej.

O szkodliwości fast foodu wie dziś każdy. Większość zgadza się także, że wysmażone porcje mielonego mięsa z kurczaka, czy włożony między dwa kawałki chleba kotlet odbijają się na figurze, cerze i trawieniu. Ale w punktach szybkiej obsługi nie ma wolnych stolików, a kupujący nie mogą odmówić sobie puszki coca-coli czy hamburgera, z którego tak apetycznie wystają zdrowe liście sałaty i plasterki pomidora.

Wszyscy ci ludzie to ofiary umiejętnej reklamy. Właśnie dlatego walczyć ze szkodliwym jedzeniem trzeba właśnie z pomocą reklamy, doszli do wniosku w Izbie Publicznej Federacji Rosyjskiej.

Jednak o ile za reklamę produktów płacą producenci, przy czym poważne sumy, to antyreklama będzie musiała pomieścić się w państwowym budżecie. Z doświadczenia już istniejących klipów społecznych można powiedzieć, że pod względem siły oddziaływania na ludzi reklama komercyjna niestety wygrywa. „Reklama społeczna w Rosji rozwija się. Ale w porównaniu z reklamą komercyjną, w sferze socjalnej uczestniczy niewystarczająca liczba specjalistów. Z tego powodu często nie jest ona skuteczna. Należy włączyć do tego procesu opinię publiczną, ekspertów. Wówczas można będzie przeciwstawić szkodliwej żywności coś innego. A to coś innego trzeba pokazać. Ludzie często nie wiedzą i nie widzą, jak można żywić się zdrowo i niedrogo” – zauważa redaktor naczelny pisma „Żurnalistyka i mediarynok” Władimir Kasiutkin.

Nie można zapominać także o wyglądzie potraw, którymi

chcielibyśmy zastąpić fast food. W przeciwnym razie propaganda zdrowego żywienia stanie się reklamą szkodliwego jedzenia. Tak stało się w USA. Małżonka prezydenta Michelle Obama – zwolenniczka zdrowego jedzenia – aktywnie wprowadzała w szkołach szczególne menu, bez soli, cukru, a smażenie zamieniono na gotowanie na parze. W rezultacie internet pstrykał się fotografiami nieapetycznych potraw ze szkolnych stołówek. Rozmieszczane są w mediach społecznościowych przez młodych Amerykanów, którzy nie tylko nie mogą jeść, co nawet patrzeć bez odrazy na to, na co im zamieniono frytki. I po lekcjach dzieci idą prosto po fast food.

Ale problem negatywnego wpływu fast foodu na zdrowie, szczególnie młodzieży istnieje i trzeba go rozwiązać. „Problemem zdrowia trzeba się zająć globalnie. Antyreklama fast food to jeden z aspektów. Konieczne jest oddziaływanie na sieci fast foodu, aby podejmowały kroki, nawet niekorzystne w sensie ekonomicznym, ale potrzebne w sferze zdrowia publicznego, na przykład, aby zmieniali technologie przygotowania potraw. Poza tym, ludzie muszą maksymalnie dużo wiedzieć o fast foodzie” – podkreśla prezydent Rosyjskiego Stowarzyszenia Zdrowia Publicznego Andriej Demin.

Jako wariant, eksperci proponują w dostępnej formie informować konsumentów o składzie produktów z menu popularnych sieci fast food. Na przykład, wielu ludzi chciałoby się być może dowiedzieć, że w składzie kurzych udek z McDonalda jest dimetylosiloksan – składnik chemiczny, z którego tworzy się tzw. „gumy do rąk” – zabawki podobne do plasteliny, które nie brudzą, mogą być płynne lub odbijać się jak piłka! Tyle, że do jedzenia „guma do rąk” nie jest przeznaczona.

Autor: Tatiana Tabunowa

Źródło: [Głos Rosji](#)