

## Rola mediów w żywieniu – telewizja, internet, prasa

mgr Ilona Cichecka

Opracowanie: mgr Ilona Cichecka; Dietetyk kliniczny, Specjalista Zdrowia Publicznego, na potrzeby wykładu wygłoszonego 12 czerwca 2014 r. na temat: Rola mediów w żywieniu...

## Rola mediów w żywieniu

Prasa; radio; telewizja; internet

- Opis zwyczajów żywieniowych
- Konsekwencje nieprawidłowego odżywiania
- Zasady „zdrowego” żywienia
- Diety „cud” – ich dobroczynny wpływ na organizm



## Rola mediów w żywieniu

**Reklama** – ma na celu „zaaresztowanie naszej podświadomości w celu zmuszania jej do aktu wydania pieniędzy”

**Media**

- Czynniki sprawcy epidemii otyłości ???
- Wpływ na powstawanie zaburzeń odżywiania, nadwagi i otyłości
- Wpływ na zachowania społeczne

## Rola mediów w żywieniu

- Dieta „rodzinna”; „narodowa”; „lokalna”



Wynik szumu informacyjnego wynikającego z informacji podawanych w mediach

**Reklama**

- (?) Prosty przekaz „zobacz, zapamiętaj, kup” !!!

## Rola mediów w żywieniu

**Reklama**



- Film, seriale, programy dokumentalne i publicystyczne

**Product-placement**

(reklamowany produkt jako niewinny rekwizyt mocno eksponowany i zapamiętany przez widza)

- Technika propagandy - lata XX naszego wieku, w USA nastąpił wzrost ilości stacji radiowych

## Rola mediów w żywieniu

**Reklama**



**Product-placement**

- Jedno z narzędzi marketingowych służące promocji produktów i usług

- James Bond - martini
- Jaś Fasola - cukierki M&M
- Serial „Świat wg kiepskich” – piwo „Mocny Full”

## Rola mediów w żywieniu

- 40 000 reklam w ciągu roku
- Każda godzina oglądania TV w tygodniu – 3% ↑ otyłości u dzieci w wieku szkolnym
- Otyłe dzieci po obejrzeniu TV podwajają spożycie „złej” żywności  
\*\*\*\*\*

Reklama z logotypem alkoholu:

- na: koszulkach, czapkach, kurtkach
- ponad **50% wzrost** przedwczesnego spożycia alkoholu u młodzieży

## Rola mediów w żywieniu

### Reklama a wiek

- Wiek dojrzewania - wielokierunkowa analiza treści reklam

- **UWAGA!!!** promowany produkt jest połączony z emocjami
- wysiłek fizyczny, sprawność
- spotkania towarzyskie

Dzięki temu stają się bardziej wiarygodne

## Rola mediów w żywieniu

### Reklama a wiek

- Małe dzieci lubią reklamy kierowane do nich samych, jak i do dorosłych
- Dzieci przejmują z reklam sformułowania, które powtarzają „swoim językiem”
- Dzieci w wieku 6 lat i mniejsze nie rozumieją charakteru reklamy i są narażeni na wprowadzenie przez nią w błąd
- Dzieci w wieku 8–10 lat mogą już krytycznie analizować reklamy, ale tego nie robią

## Rola mediów w żywieniu

- **Nacisk WHO i opinii publicznej**
- zmiana rodzaju reklam przez koncerny żywieniowe
- korzystna modyfikacja zawartości oferty produktów (McDonald's)
- „Wartość dodana” – medialny przekaz prozdrowotny
- Największe znaczenie ma **przekaz telewizyjny**
- **0,73%** czasu antenowego (programy o tematyce zdrowotnej)
- w tym **41%** to programy o tematyce zdrowego stylu życia

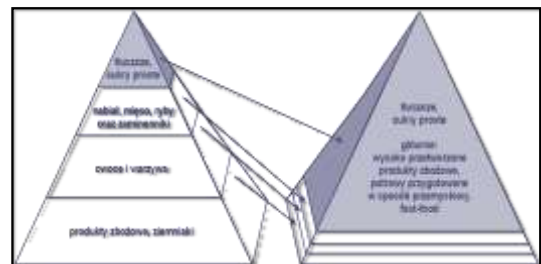
## Rola mediów w żywieniu

### Reklama a wiek

Środki przekonywujące:

- Postacie ze świata bajek
- Kontrastowe kolory, szybko zmieniające się obrazy
- Prosta melodyjna muzyka
- Łatwe do zapamiętania piosenki i animacja.
- Bohaterami reklam są dzieci - wzmocniony proces perswazji

## Jakiej reklamie podlegają dzieci ?



Piramida zdrowia

Piramida reklamy

## Rola mediów w żywieniu

- **Internet zmienia** nawyki żywieniowe osób na co dzień korzystających z tego narzędzia
- **Zdrowe wybory konsumenne** – światowe koncerty handlowe w sprzedaży internetowej umieszczają wartość odżywczą dostępnych produktów w sklepach internetowych
- Dobrze zaprojektowana strona internetowa może sprawić, że zaczniemy częściej sięgać po owoce i warzywa

*"American Journal of Public Health"*

## Rola mediów w żywieniu

### Internet

- „ProEd” (Pro Eating Disorders) - promowanie własnych problemów oraz prezentowanie własnych poglądów

Portale internetowe **promujące** anoreksję i bulimię

- „Pro-Ana”
- „Pro-Mia”



Internet (szczególnie dogodne medium komunikacji)

- pozwala zachować anonimowość
- może zachęcać do pomijania innych źródeł wiedzy

## Rola mediów w żywieniu

Pro-ana nie oznacza, że promujemy anoreksję, albo że któraś z nas chciałaby zachorować. Pro-ana, to styl życia, dążenie do doskonałości, perfekcji, panowanie nad sobą i nad własnym ciałem, nienawiść do jedzenia, a przede wszystkim - **chęć bycia CHUDYM**

<http://www.porcelanowe.home.pl/site/pro.php>



...ma na celu skupienie wszystkich **Motylków**  
Pro Ana

## Rola mediów w żywieniu

### Internet

- Strony www poświęcone zaburzeniom odżywiania się zawierają treści zachęcające do działań ukierunkowanych na ochronę przed przytyciem (stosowanie przeczyszczacza, poszczenia, zażywania tabletek)
- Nie służą wzmocnieniu poczucia własnej skuteczności
- Specyficzna budowa stron internetowych  
Umożliwiają kontakt:
  - **synchroniczny** (czaty, komunikatory – wymagają logowania)
  - **niesynchroniczny** (biuletyny, fora - dostępne dla wszystkich)

## Rola mediów w żywieniu

### Internet – budowa stron www

1. **Tytuł**
2. **Komunikat ostrzegawczy**
3. **Autor**
4. **Tematyka (specyficzna)**
  - twórczość
  - ideologia
  - zachęta do odchudzania
  - wspólnota
  - motyw

## Rola mediów w żywieniu

### Internet – budowa stron www

#### Tytuł

- Użytkownicy stron ProAna określają siebie jako „Any”
- Skrótów Ana i Mia służą personifikacji zaburzeń oraz są narzędziem kreowania poczucia wspólnoty
- Ironiczny tytuł: „Porcelanowe Motyle”

#### Komunikat ostrzegawczy

- Informują o rodzaju strony, na którą użytkownik decyduje się wejść
- Wstąpienie do „Any” to deklaracja świadomego i konsekwentnego dążenia do ideału (chudość), dzięki wsparciu społeczności ProAna

## Rola mediów w żywieniu

### Internet – budowa stron www

#### Tematyka stron – 10 powtarzalnych tematów

- Kontrola (możliwość uzyskania za sprawą skutecznego odchudzenia się)
- Sukces (efektywna utrata masy ciała)
- Perfekcja (chudość)
- Izolacja (łączy się z samotnością)
- Poświęcenie (podtrzymywanie zaburzenia w funkcjonowaniu społecznym)
- Przemiana (sposób na stanie się piękną)
- Radzenie sobie (trudności życiowe)
- Oszukiwanie (jest dopuszczalne)
- Solidarność (forma wsparcia w nieprzychylnym świecie)
- Rewolucja (sposób pożytkowania własnych sił w ważnych obszarach życia)

## Rola mediów w żywieniu

### Internet – budowa stron www.

#### Pro ana (twórczość)

- ekspresja artystyczna
- wymiana poglądów
- kreatywna forma przekazu (wiersze; opowiadania)
- anoreksja prawie zawsze prezentowana jest jako kobieta (płacząca; pod postacią anioła lub demona)

#### Pro ana (ideologia)

- Dekalog Any, List od Any, Przykazania; Piramida żywienia

#### Pro ana (zachęta do odchudzania)

- Zdjęcia (4 kategorie): twórców stron, gwiazd, osób skrajnie wychudzonych i osób otyłych
- Komunikaty motywacyjne

## Rola mediów w żywieniu

### „Pro mia” – strony promujące bulimię

- Bulimia - świadomy sposób efektywnego odchudzania się
- Nie krytykują samego jedzenia, pod warunkiem, że zawsze jest ono zakończone wymiotami, które pozwalają zachować i uzyskać niską masę ciała
- Zawierają jasną informację o możliwości utraty zdrowia, jednocześnie podają wiele powodów, dla których mimo wszystko warto prowokować wymioty

## Rola mediów w żywieniu

### „Pro mia” – strony promujące bulimię

- Markery wymiotowania – produkty żywnościowe, które mogą sygnalizować ilość pokarmu pozostającego w żołądku
- Zalecane jest spożywanie pokarmów półpłynnych lub sosów jako produktów ułatwiających pozbywanie się treści pokarmowej
- **Pro ana – pro mia**
- Pro-Ana uważają Pro-Mia za towarzyszkę niedoli
- Wyrażają swoją pogardę
- Wg Pro-Ana, „wymiotowanie jest nieeleganckie, brudne, uwłaczające, a ataki obżarstwa to dowód słabości, braku silnej woli, braku perfekcji”

## Rola mediów w żywieniu

- „pro ana” „pro mia”



„Woda, tabletki, napoje dietetyczne, papierosy, Herbata; jedzenie (okazjonalnie)”

### standard HONcode

Dla wiarygodnej informacji zdrowotnej



1. **Kompetencja** - Wskazać kwalifikacje osób odpowiedzialnych za zawartość merytoryczną strony
2. **Komplementarność** -Uzupełniać, a nie zastępować kontakt pacjent - lekarz
3. **Poufność** Chronić poufne informacje osobowe podawane przez internautów odwiedzających stronę
4. **Atrybucja** Przytoczyć źródło i autora opublikowanych informacji oraz datować strony z informacją dotyczącą zdrowia

5. **Uzasadnienie** - Uzasadnić każde twierdzenie dotyczące korzyści lub niedogodności wynikających z korzystania z produktów lub terapii

#### 6. Profesjonalizm

Przejrzystość informacji, identyfikacja webmastera, adres kontaktowy

7. **Jawność finansowania** Przedstawić źródła finansowania

8. **Uczciwość w reklamie i polityka redakcyjna** Oddzielić reklamę od treści merytorycznych

## Rola mediów w żywieniu

### Prasa (1-3 razy w tygodniu) artykuły:

- Dominuje:
  - tematyka zdrowego stylu życia
  - opis sposobów radzenia sobie z przyczynami zagrożeń prozdrowotnych

### Problem: Jakość przekazywanych informacji !!!

-Powielane są informacje z kolorowych gazet

**Rozwiązanie:** korzystanie ze stron www które przeszły selekcję

## Rola mediów w żywieniu

### Szkola:

- Działania marketingowe przemysłu spożywczego w szkole
- Problemy finansowe oświaty - chętnie wynajmowane powierzchni reklamowe wewnątrz szkół, na salach gimnastycznych, autobusach szkolnych itp.
- Koncerny – główni sponsorzy imprez szkolnych np. zawodów sportowych
- Tworzenie dziecięcych i młodzieżowych klubów edukacyjnych promujący dany produkt



Kluby restauracji sieci **Fast - food**

## Rola mediów w żywieniu

### Szkola:

- Materiały promocyjne przygotowane przez koncerny spożywcze to:
  - zeszyty z logo lub wizerunkiem reklamowanego produktu
  - materiały biurowe
  - lektury szkolne (widoczny znak handlowy reklamowanego produktu na okładce)
- Asortyment towarów w sklepikach szkolnych w głównej mierze stanowią produkty typu fast-food, słodczyce i słodkie napoje

## Reklama media a otyłość

- Reklamy wpływają na poziom wiedzy dzieci na temat produktów

- Czas oglądania TV a rosnąca otyłość wśród dzieci

*(Dietz W.H., Gortmaker S.L.; Pediatrics 1985)*

- 29% przypadków otyłości można by zapobiec, gdyby dzieciom skrócić czas oglądania telewizji

- Oglądanie telewizji przez dzieci i młodzież - występowanie otyłości, słaba kondycja fizyczna, palenie tytoniu i podwyższone stężenie cholesterolu w wieku dorosłym

*(Dietz W.H., Gortmaker S.L.: 2001; Hancox R.J., Milne B.J., Poulton R. Lancet 2004)*

## Reklama media a otyłość

- „Reklamy żywności w mediach mogą się przyczynić do wyboru niezdrowych pokarmów w diecie i mogą ostatecznie wpływać na osiągniętą przez dzieci masę ciała”

*(Goldberg M., Gorn G., Gibson W. 1978)*

- Wpływ pojedynczych reklam na dzieci dotyczy w dużej mierze wybierania określonych marek produktów spożywczych

- Nawyki rodziców i oddziaływania rówieśników mają większy wpływ na wybory konsumenckie dzieci niż reklama

*(Kraak V., Pelletier D.L.: 1998)*

- Podatność dzieci na reklamę zależy od wykształcenia rodziców

*Hindin T.J., Contento I.R., Gussow J.D. 2004*

## Reklama media a otyłość

Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) i Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO) oficjalnie ogłosiły w swoim raporcie, że reklamy pokarmów spożywczych skierowanych do dzieci mogą sprzyjać Powstawaniu u nich otyłości (2003)

*World Health Organization: Joint WHO/FAO Expert Consultation on Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Disease. Geneva, World Health Organization 2003*

## Reklama media a otyłość

### Prewencja w Polsce:

- Ograniczenia ustawowe dotyczą wyłącznie ogólnych zasad kierowania reklam do nieletnich
- Nie podjęto żadnych działań prawnych zmierzających do uregulowania czasu i sposobu nadawania reklam żywności skierowanych do dzieci
- Nie przeprowadzono badań na temat wpływu reklam w mediach na częstotliwość występowania nadwagi i otyłości u dzieci i młodzieży
- Nieznane są również struktura i rodzaj reklam adresowanych do nich oraz skala sponsorowania i reklamowania się koncernów spożywczych w szkołach