

РЕКЛАМА І ЇЇ ВПЛИВ НА ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ

П. В. НОЗДРАЧОВА, О. О. ВОГУЛЬСЬКА

*Дніпропетровський технікум зварювання та електроніки імені Є. О. Патона,
Дніпропетровськ, Україна*

Неможливо уявити сучасний світ без реклами. Реклама потрібна для популяризації товарів з метою привернення уваги споживача. Будь-яка реклама – це усвідомлений вплив на психіку людини, для того щоб змінити її поведінку.

Шкідливий вплив на здоров'я людини, в деяких випадках, здійснює реклама, бо безпосередньо впливає на психіку людей, тому тема «Реклама і її вплив на здоров'я людини» є актуальною.

Так, проблемою є те, що при перегляді реклами алкоголю та цигарок відбувається вплив не лише на дорослих, але й на підлітків, які не до кінця усвідомлюють шкідливий вплив на здоров'я; бо бажають бути сучасними і споживати те, що бачать в рекламі. Прихований вплив на здоров'я людини чинить реклама таких продуктів харчування, як йогуртів, соків, хліба. Про вміст шкідливих речовин у даній продукції не зазначається не тільки в рекламі, але й у складі самих продуктів харчування, тому проблемою є те, що значна кількість населення, дивлячись рекламу, довіряє виробникам і більшість людей споживає ту продукцію, яку рекламують, що в свою чергу в деяких випадках може пошкодити здоров'я людини.

Ринок реклами в Україні розвивається дуже стрімко, але Українські рекламисти намагаються «натиснути» на емоції людей, адже так змінити поведінку людини значно легше. Основними емоціями на яких працює вітчизняна реклама є радість, страх, подив, також добре спрацьовує гумор. Наприклад, реклама пива «Оболонь» використовує слогани: «Все буде добре», «Пиво твоєї Батьківщини». «Рогань», слоган – «Дружба, як вона є». Основна ідея реклами – ті, хто вживають пиво забезпечують собі успішне життя, є патріотами, сильними людьми, які закріплюють свою дружбу за споживанням пива. Виробники алкоголю стають спонсорами спортивних змагань, зокрема футболу. Алкогольні напої рекламують відомі спортсмени, зірки шоу-бізнесу, які у своїх інтерв'ю виступають за здоровий спосіб життя. Між тим цю рекламу дивляться різні категорії населення і під її вплив потрапляють і дорослі і діти. Закон України «Про рекламу» забороняє відомим людям рекламувати алкогольні напої та відповідні торгові марки. Звичайно кожному підлітку, який побачив свого кумира по телебаченню хочеться спробувати те, що до смаку і відомому «ідеалу».

Чим старші діти, тим частіше вони купують тютюнові вироби та алкогольні напої під впливом реклами: в 12-13 років в цьому зізнаються 14,7% (кожний сьомий), в 14-15 років - 20,8% (кожний п'ятий), в 16-17 років - 30,3% (кожний третій). Певні вікові тенденції спостерігаються і щодо дій неповнолітніх у відповідь на рекламу сигарет: з віком зменшується частка обурених, між тим зростає інтерес до паління. Картина щодо паління має зміни ще більш вражаючі: якщо у 12-13 років вживають алкогольні напої менше 12% осіб, то у 17 років - близько 65%.

Всі добре знають про шкідливість тютюну, алкоголю. Це інформація відома і загальнодоступна. А як щодо впливу на здоров'я продуктів харчування? Нам пропонують продукти без консервантів, з натуральної органічної сировини, але чи так це насправді? Мова ітиме про соки і йогурти.

В даному випадку реклама – це фабрика казок і міфів, адже ми дивимося на здорових, активних дітей, які з задоволенням їдять йогурти, або дівчат, які за допомогою йогурту залишаються такими стрункими.

Серед протестованих «Укрметртестстандартом» п'яти питних йогуртів, торгових марок «Активія», «Диво», «Біобаланс», «Щодня» і «Цибулини», - 3 них держстандартам повністю відповідали тільки два. У йогурті «Цибулини» знайшли кишкову паличку і дріжджі, яких там бути не повинно.

В усіх без винятку вибраних продуктах (хліб, сік, йогурт) присутні харчові добавки – стабілізатори смаку і кольору - речовини з індексом Е. Наведені у табл. 1.

Таблиця 1 – Найнебезпечніші харчові добавки

Барвники, їх дія на організм	Консерванти	Стабілізатори	Підсилювачі смаку
E124 (Н)	E201 (Н)	E401 (Н)	E620 (Н)
E125 (З)	E210 (Р)	E402 (Н)	E626 (РК)
E102 (Н)	E211 (Р)	E405 (Н)	E627 (РК)
E103 (З)	E220 (Н)	E450 (РШ)	E628 (РК)
E173 (П)	E222 (Н)	E451 (РШ)	E629 (РК)
E180 (Н)	E280 (Р)	E461 (РШ)	E636 (Н)
E131 (Р)	E252 (Р)	E462 (РШ)	E637 (Н)
Умовні позначення:	Н – небезпечний РШ – розлади шлунку В - висип РК – кишкові розлади З – заборонений Р – ракоутворюючий П – підозрілий		

Реклама соків – це яскраві кольори, літо, сонце – все це викликає лише позитивні емоції, і наша рука підсвідомо тягнеться до полиці з напоєм, що зробить нас «щасливішими». Чи варто купувати соки? Сьогодні на українському ринку соків залишилося зовсім небагато компаній, які мають моральне право заявляти про якість своєї продукції. З усіх розглянутих продуктів, найбільша концентрація консервантів, стабілізаторів та підсилювачів смаку знаходиться в соках. На упаковках вказують лише один – два компоненти, насправді їх набагато більше, це не лише ароматизатори, а й підсолоджувачі, консерванти (E210, E222, E 228), барвники (E154, E151, E141), всі вони є дуже шкідливими для здоров'я людей. Майже половина речовин – консервантів можуть викликати ракові захворювання, барвники - захворювання шкіри.

Як висновок можна сказати, що реклама – це перш за все засіб маніпуляції споживачем. Для того, щоб уберегти себе, потрібно бути упередженими, не вірити рекламним обіцянкам на слово. Адже коли ми чуємо: Найкращий, найдешевший,

найякісніший – у нас повинно виникати запитання «Чому?», адже одночасно найякіснішого та найдешевшого не буває. Досягнення сучасної науки є дуже прогресивними, в тому числі і науки правильно подати рекламу споживачеві, тому потрібно знати, як себе уберегти від згубного впливу, використовувати знання щодо негативного впливу небезпечних харчових добавок на здоров'я людини. Слід уважно читати склад продуктів харчування на упаковці.

ПРОБЛЕМА ТЮТЮНОПАЛІННЯ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

М.С. ПУШКАР, Є.О. ЯКУНІН

*ДВНЗ «Національний гірничий університет»,
Дніпропетровськ, Україна*

Протягом останніх років стан здоров'я населення України знизився. Скорочення строків життя, перебільшення на 7% показників смертності над народжуваністю, різке зниження якості життя окремої людини та здоров'я нації у цілому обумовлює необхідність звернути увагу на шкідливі звички населення. Тому, що високий рівень смертності в Україні, насамперед пов'язаний з швидким розповсюдженням факторів ризику поведінкового характеру, до яких відноситься алкоголізм, зловживання наркотиками та паління.

Згідно оцінки експертів ВОЗ здоров'я людини більш ніж на 50% залежить від образу життя, а шкідливі звички мають одне з головних значень.

«Тютюнова» статистика в Україні:

- Україна посідає перше місце в світі по кількості чоловіків, що палять. Це відноситься і до підлітків;
- в Україні палить кожен другий чоловік та кожна п'ята жінка;
- усього в країні нараховується близько 9 мільйонів активних курців, що складає третину від всього працездатного населення країни;
- наша країна займає 17 місце у списку країн-лідерів по кількості курців;
- щорічне зростання кількості курців в Україні (за даними експертів ВООЗ) складає близько 100 000, при цьому на захворювання, що причинені палінням припадає 37 000 смертей серед чоловіків 35-69 років;
- кожен четвертий підліток в Україні викурює першу сигарету в віці 10 років (за даними ВООЗ);
- Україна є другою країною у світі (після Чилі), де в 13-15 років палять більш 30% юнаків та дівчат (за даними ВООЗ);
- якщо в світі на кожну людину приходиться у середньому 870 сигарет що викурені в рік, то в Україні – 1500-1800, тобто 4-5 сигарет на добу;
- розрахунки Всесвітнього банку свідчать про те, що економічні збитки України від тютюну складають близько 2 млрд. доларів щорічно;
- за останні 20 років прошарок жіночого населення України що палить збільшився в 4 рази (за даним НДІ кардіології)

Проблема куріння у молоді рік від року загострюється. Велика кількість студентів, що поступають до вищих навчальних закладів втягуються в паління.