



## Istraživanje: Oko 68 posto roditelja je protiv oglašavanja nezdrave hrane za djecu

OKO 68 posto roditelja podržava uvođenje zakonskih ograničenja oglašavanja nezdrave hrane dok djeca gledaju televiziju, istaknuto je u srijedu na predstavljanju istraživanja o izloženosti djece televizijskom oglašavanju hrane i pića s visokim udjelom šećera, masti i soli.

Istraživanje pokazuje da svako treće dijete samo odabire što će gledati na televiziji i traži hranu koju je tamo vidjelo. Roditelji najviše brine korištenje popularnih osoba za promicanje nezdrave hrane za djecu (45 posto) i oglašavanje hrane koje promovira besplatne darove s prehrambenim proizvodima (47 posto). Čak 59 posto roditelja nije upoznato s time da postoje zakonski propisi koji se primjenjuju prilikom televizijskog oglašavanja hrane i pića, pokazuju rezultati istraživanja.

### Sudjelovalo 806 roditelja

Istraživanje je provedeno nasumično, telefonskom anketom u studenom prošle godine na uzorku od 806 roditelja koji imaju djecu mlađu od 17 godina, izvijestila je Bernarda Blažek iz agencije The Newton Research Europe, koja je provela istraživanje. Pokazalo se da televizija gubi utjecaj kod djece, koja najčešće koriste pametne telefone, a najomiljenije su im platforme za razmjenu videozapisa YouTube i TikTok.

"Što djeca gledaju na pametnim telefonima, to roditelji ne vide. To je područje neregulirano i njemu u budućnosti treba posvetiti posebnu pažnju", upozorio je Mladen Basać s RTL-a na panel-diskusiji o zaštiti djece i mladih kroz oglašavanje u medijima.

Savjetnica pravobraniteljice za djecu Danijela Žagar istaknula je kako je dužnost države zaštititi djecu od nezdrave hrane s povišenom razinom masti, soli i šećera.

"Upravo nam rezultati ovoga istraživanja govore o utjecaju oglašavanja na ponašanje roditelja i djece, o nekritičnosti i neupućenosti roditelja o mogućnosti zaštite djece. Potrebna je visoka razina odgovornosti i etičnosti oglašivača, ali i edukacije roditelja i djece", naglasila je Žagar.

Tekst se nastavlja ispod oglasa



"Reguliranje oglašavanja proizvoda s visokim udjelima masti, soli i šećera iz javnozdravstvene je perspektive značajan korak u prevenciji debljine", istaknula je Maja Lang Morović iz Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo.

### **Definiranje jasnih kriterija za oglašavanje**

Panel je moderirala Katija Kušec, voditeljica ovog projekta u Vijeću i Agenciji za elektroničke medije. Upozorila je da "roditelji ne stižu kontrolirati koliko im djeca vremena provode pred ekranima, no žele regulaciju reklamiranja nezdravih proizvoda namijenjenih djeci".

Agencija za elektroničke medije sudjeluje u radu Radne skupine za oglašavanje prehrambenih proizvoda namijenjenih djeci, koja je osnovana sredinom 2021. i koju čine predstavnici HZJZ-a, ministarstava zdravstva, poljoprivrede te kulture i medija, Ureda pravobraniteljice za djecu, Hrvatske **udruge reklamnih agencija (HURA)**, Hrvatske **udruge** poslodavaca, Hrvatske **udruge** za zaštitu potrošača, RTL-a, Nove TV, Algebre te Agencije za elektroničke medije.

Krajnji je cilj multidisciplinarnе radne skupine reguliranje te teme putem koregulacijskog sporazuma između svih dionika na tržištu, poglavito pružatelja medijskih usluga, elektroničkih publikacija, pružatelja usluga platformi za razmjenu videozapisa, kojim će se definirati jasni kriteriji za oglašavanje pojedinih kategorija prehrambenih proizvoda.