

Секция «Медиапсихология, психология интернета и рекламы»
Роль рекламы в формировании модели пищевого поведения белорусских студентов

Лемачко Анна Валерьевна

Студент (бакалавр)

Белорусский государственный педагогический университет им. Максима Танка,
Факультет психологии, Кафедра клинической и консультативной психологии, Минск,
Беларусь

E-mail: lemachkoanna@gmail.com

В настоящее время реклама является постоянным спутником нашей жизни. Она диктует свои стандарты красоты и поведения, влияет на человека, как на сознательном, так и подсознательном уровнях. Одной из важнейших проблем, вызывающей интерес исследователей, как в Республике Беларуси, так и за рубежом, является влияние рекламы на формирование моделей пищевого поведения и, прежде всего, на формирование его нарушений. Можно выделить три основных типа нарушения питания: анорексия, булимия и ожирение. Анорексия - это расстройство, характеризующееся преднамеренным снижением веса, которое вызывается и поддерживается самим пациентом [1]. Булимия — расстройство в виде повторных и неконтролируемых приступов поглощения большого количества пищи в течение короткого периода времени с последующим вызыванием рвоты, очищением кишечника и отказом от еды [2]. Ожирение — это накопление жира в организме, приводящее к появлению избыточной массы тела. При этом жир откладывается в жировых депо организма (подкожной жировой клетчатке и вокруг внутренних органов)[1]. Чаще всего человек, столкнувшийся с одним типом нарушения питания, переживает в разные периоды своей жизни разные их разновидности.

Исследование, проведенное в 2009 году Дж. Л. Харрис, Д. А. Баргом и Д. Келли из Йельского университета под названием «Влияние продовольственной рекламы телевидения на пищевое поведение», изучало стимуляцию аппетита рекламой пищевых продуктов даже при отсутствии у людей чувства голода. Полученные в исследовании результаты убедительно доказали значительное увеличение (до 45%) количества принимаемой пищи под воздействием рекламы пищевых продуктов, что позволило ученым предположить, что данный вид рекламы может способствовать эпидемии ожирения (и других нарушений пищевого поведения, таких как булимия и анорексия), которую Всемирная организация здравоохранения отмечает ведущей причиной смерти, болезни и инвалидности[3].

Целью нашего исследования являлось изучение роли рекламы в формировании модели пищевого поведения белорусских студентов, общего понимания молодежью системы «правильного питания», представлений о полезной и вредной пище, определение уровня осведомленности о существовании нарушений пищевого поведения. В исследовании приняли участие 165 студентов, юношей и девушек, вузов г.Минска в возрасте 17 - 21 года. Нами был составлен авторский опросник, включающий 18 вопросов, 14 из которых были закрытыми, с возможностью выбора ответа «да» или «нет», а 4 - открытыми, дающими возможность испытуемым изложить свои представления об исследуемой проблеме.

В результате проведенных исследований нами были получены следующие данные.

50% студентов регулярно смотрят рекламу продуктов питания, 64% юношей и девушек иногда поддается ее влиянию, а 81% - используют полученную в рекламе информацию при выборе продуктов питания. При этом 87% испытуемых все-же предпочитают питаться домашней пищей, а 93% испытуемых считают, что реклама может манипулировать пищевым поведением.

96% испытуемых ответили утвердительно на вопрос «Осведомлены ли вы о системе правильного питания?», при этом 67% опрошенных стараются правильно питаться. 80% испытуемых осведомлены о возможных проблемах при нарушениях пищевого поведения. На вопрос «Устраивает ли вас собственный вес?» 58% испытуемых ответили положительно. Однако, среди девушек отрицательно на него ответили 52%, а среди юношей только 20%. 16% юношей и 24% девушек ответили положительно на вопросы «У вас или у ваших знакомых наблюдаются признаки анорексии?» и «У вас или у ваших знакомых наблюдаются признаки булимии?». На вопрос «Страдаете ли вы или кто-нибудь из ваших знакомых ожирением?» положительно ответили 41% всех испытуемых (из них 76% девушек и 14% юношей). 40% студенток, которые ответили положительно на вопросы о наличии у них или их близких нарушений пищевого поведения, считают, что эти нарушения были получены под влиянием рекламы.

На открытый вопрос «Каким в вашем понимании является правильное питание?», студенты дали следующие ответы: употреблять больше фруктов, овощей, орехов, каш, не переедать, свести к минимуму употребление жирного, жареного и сладкого, а также тяжелой, острой и соленой пищи, соблюдать режим питания, питаться сбалансированной по количеству белков, жиров и углеводов пищей. Вредными испытуемые считают продукты, содержащие много жира, большого количества химикатов, добавок «Е», красителей и «быстрых углеводов». На вопрос «Какие продукты вы считаете полезными?» испытуемые ответили: все продукты в умеренном количестве, продукты, содержащие большое количество микроэлементов и витаминов, продукты, выращенные на собственном участке. На вопрос «Как, по вашему мнению нужно питаться, чтобы быть современным и стильным?» были получены следующие ответы: употреблять в пищу полезные продукты, соблюдать диету и здоровое питание. По мнению большинства студентов, нет необходимости питаться продуктами, которые рекламируют в СМИ, для того, чтобы быть современным и стильным.

Итак, проведенные нами исследования позволяют сделать вывод о том, что большинство студентов не стремятся следовать моделям питания, реализуемым в рекламе пищевых продуктов, а стараются питаться преимущественно по собственной модели, сформированной в родительской семье. Студенты хорошо осведомлены о возможных нарушениях пищевого поведения и их последствиях. Большинство испытуемых знают основные критерии правильного питания, имеют четкое представление о вредных и полезных продуктах питания. При выборе между рекламными и собственными установками о правильном питании юноши и девушки чаще всего выбирают универсальную общепринятую модель питания, к которой они привыкли с детства, а не новой, навязанной масс-медиа.

Источники и литература

- 1) Дорожевец А. Н. Искажение образа физического Я у больных ожирением и нервной анорексией. Дис. канд. психол. наук. МГУ. 1986.
- 2) Пчелина Мария <http://psyhealth.ru/bulimia.php>
- 3) Национальная лаборатория США медицины и питания <http://www.ncbi.nlm.nih.gov>