

Родители и профилактика вредных привычек: Медиа грамотность

Понимание воздействия рекламы на молодежь

Воздействие рекламы алкоголя и табака на молодежь в значительной степени способствует раннему вовлечению в употребление алкоголя и табачных изделий, а также росту рискованных привычек употребления алкоголя и электронных сигарет.

Как индустрия продает алкоголь детям

Алкоголь по-прежнему остается самым употребляемым веществом среди молодежи США. Несовершеннолетняя молодежь в возрасте 12-20 лет потребляет 11% всех алкогольных напитков. Исследования показывают, что молодежь находится под сильным влиянием рекламы и маркетинга алкоголя.

Общее воздействие специфичной для бренда рекламы алкоголя является сильным предиктором потребления алкоголя несовершеннолетней молодежью. Молодежь в возрасте 13-20 лет:

- Имеет в 5 раз больше шансов потреблять бренды, которые рекламируются на национальном телевидении
- На 36% чаще потребляет бренды, которые рекламируются в национальном журнале

Размещение алкогольного бренда связано с алкогольным поведением несовершеннолетних.

- Бренды, которые наиболее заметны в СМИ, как правило, являются брендами, которые предпочитает молодежь
- Показатели проблемного употребления алкоголя были выше для молодежи, которая сообщила о просмотре телешоу с более высокими показателями заметного размещения бренда

Девочки подвергаются особому риску

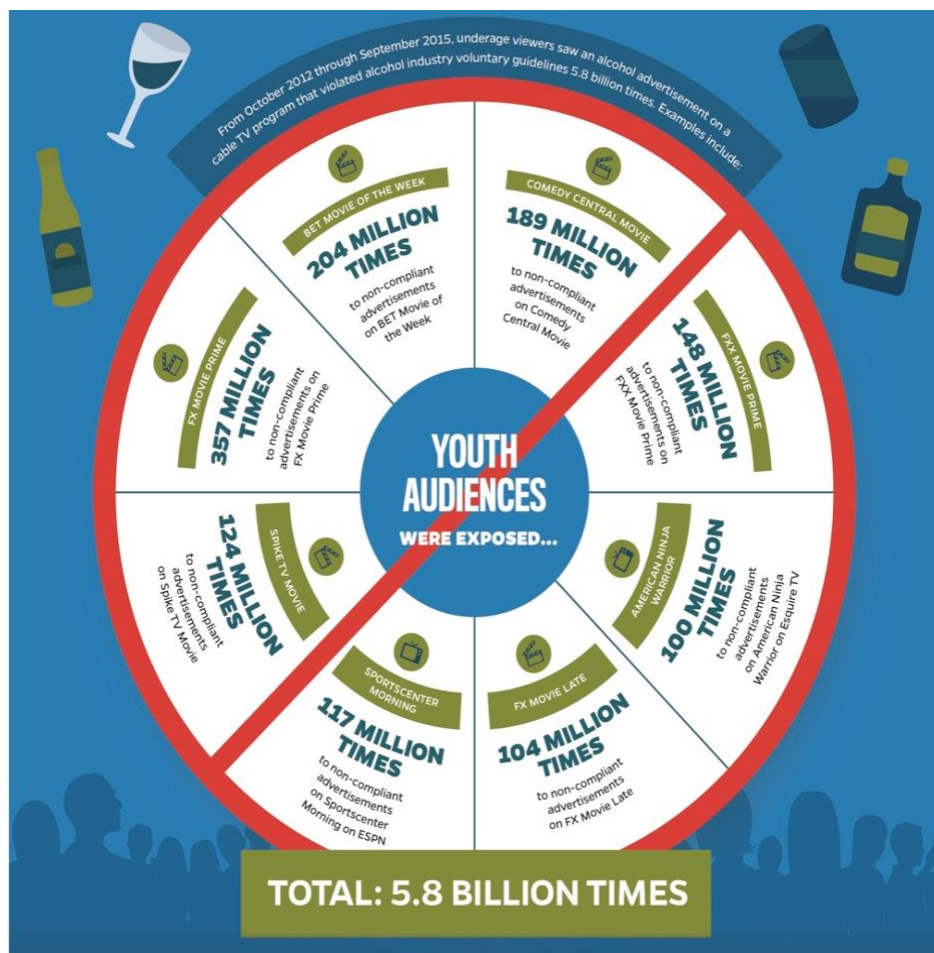
~ Частота употребления алкоголя девочками 7-го класса прогнозирует употребление алкоголя и проблемы, связанные с алкоголем, к 9-му классу

~ Девочки могут быть особенно уязвимы для рекламы алкоголя, особенно к алкогольным товарам (АТ). Одно исследование показало, что девочки в возрасте 10-14 лет, которые владели АТ, имели в 3 раза больше шансов начать употреблять алкоголь в течение 1-2 лет, чем девочки, у которых не было АТ.

~ Несовершеннолетние женщины в возрасте 18-20 лет подвергались большему воздействию алкоголя и алкогольных товаров, чем взрослые женщины, по 16 из 25 употребляемых брендов.

СНИЖЕНИЕ ПОДВЕРЖЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ РЕКЛАМЕ АЛКОГОЛЯ НА КАБЕЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Исследования показали, что чем больше молодые люди подвергаются воздействию алкогольного маркетинга, тем больше вероятность того, что они начнут пить или, если уже начали, пить больше.



Фактор Социальных СМИ

Алкогольные бренды, потребляемые несовершеннолетней молодежью, значительно связаны с количеством "лайков", которые бренд имеет на своей странице в Facebook, и количеством просмотров видео на YouTube. Почти 1 из 3 несовершеннолетних сказали, что видели контент, связанный с алкоголем, в прошлом месяце.

Как промышленность продает табачные изделия детям Табачные Изделия, Электронные Сигареты и Вейпорайзеры

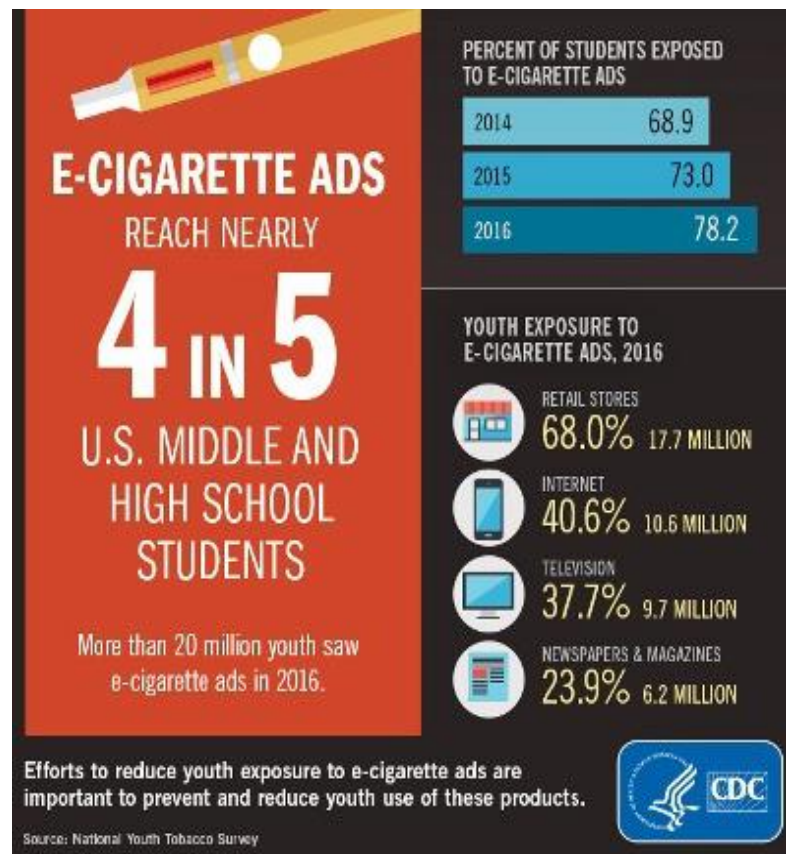
Электронные сигареты являются наиболее часто используемыми курительными продуктами среди молодежи США.

По данным CDC, молодежь подвергается большему количеству рекламы электронных сигарет, чем когда-либо прежде. В 2016 году 4 из 5 учащихся средних и старших классов были подвергнуты воздействию рекламы электронных сигарет. Это на 12% больше, чем в 2014 году.

Воздействие рекламы табака связано с шансами на то, что молодые люди попробуют электронные сигареты. Молодые люди, которые используют электронные сигареты и другие табачные изделия, чаще сообщают о том, что видели рекламу этих товаров. Увеличение рекламы электронных сигарет совпало с увеличением их использования молодежью. Одно исследование показало, что подростки, подвергшиеся рекламе табака, на 15% чаще говорили, что они будут готовы попробовать электронные сигареты.

Электронные сигареты продаются и продвигаются при помощи стратегий, предназначенных для подростков, в том числе:

- Темы романтики, свободы и восстания
- Элегантные характеристики оформления изделия
- Создание шумихи в социальных сетях
- Привлекательные ароматы
- Реклама в продовольственных магазинах возле школ, большая наружная реклама.



Усилия по профилактике и советы для родителей

Хотя политика, регулирующая рекламу и маркетинг табачных изделий, является наиболее эффективной стратегией предотвращения употребления табака молодежью, родители по-прежнему оказывают на это сильное влияние.

- Поговорите со своим ребенком о том, почему он не должен употреблять табачные изделия
- Знайте, какие медиа смотрят ваши дети
- Смотрите программы вместе и обсудите содержание
- Поговорите о том, что реклама не показывает
- Подростки не любят, когда их обманывают. Когда подростки узнают, что цель табачной промышленности - сделать их пожизненными потребителями, они с большей вероятностью пересмотрят свое использование.



Juul, самый доминирующий игрок на рынке электронных сигарет, использовал социальные сети, влияющие на продукт, и дружественные молодежи образы, темы и ароматы чтобы активно продавать их молодым людям. Расследование FDA маркетинговой практики Juul привело к переходу на маркетинг, ориентированный на взрослых, но негативное влияние прошедшей рекламы на употребление молодежью побудило FDA назвать молодежную электронную сигарету кризисом здравоохранения.

РЕСУРСЫ

Зависимость Сейчас

<https://www.drugaddictionnow.com/2017/06/16/underage-drinkers-influenced-by-alcohol-ads/>

Американская Академия Педиатрии: Healthy Children.org

<https://www.healthychildren.org/English/health-issues/conditions/tobacco/Pages/Facts-For-Parents-About-E-Cigarettes-Electronic-Nicotine-Delivery-Systems.aspx>

Центр алкогольного маркетинга и молодежи

<http://www.camy.org/>

Национальное исследование употребления табака среди молодежи

https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/surveys/nyts/index.htm

Хорошая семья

<https://verywellfamily.com/teen-drinking-influenced-by-alcohol-advertising-67845>

Часть этих рекомендаций были адаптированы из первоисточников ресурсов

«Родители и профилактика вредных привычек» – это образовательная серия, предлагаемая Decisions at Every Turn Coalition родителям и другим заинтересованным взрослым лицам, в целях повышения уровня информированности о важных проблемах молодежи и поощрения открытого диалога о том, как заботиться о здоровье и делать здоровый выбор.

Decisions at Every Turn Coalition • 65 East Union Street, Ashland MA 01721
www.AshlandDecisions.org • CoalitionInfo@AshlandDecisions.org • 508.881.0177 x8284