

Reklame het 'n INVLOED

Annette reken baie jongmeisies se ongelukkigheid met hul figuur kan direk aan ekstreme advertensies toegeskryf word wat dit laat lyk asof jy net sexy en gelukkig kan wees as jy plankdun is. Sy glo dit is die oorsaak van baie tieners se eetversteurings en depressie.

Aan die ander kant kan die aanloklike manier waarop produkte soos gaskoel-drink, versuikerde ontbytgraan en vetmakende kitskosse geadverteer word, weer 'n direkte oorsaak van die wêreldwye vetsug by kinders wees. Dit is ook 'n bron van kommer dat sulke advertensies op skoolbusse en by die ingange van skole verskyn.

In Finland, Swede en Noorweë is daar strengere maatreëls as in die res van die wêreld ten opsigte van advertensies wat kinders as teikengroep het. Tog het advertensies wat op volwassenes gerig is, ook 'n groot invloed op 'n tiener en

kind se vatbare gemoed. 'n Voorbeeld is sommige alkoholadvertensies wat dit laat lyk asof 'n sekere drankie jou somer gouer meer stylvol, gewild en aantreklik vir die teenoorgestelde geslag maak. Die kind sien dit en die boodskap kan maklik iewers in sy agterkop bly vassteek.

Baie navorsers glo ook die eksplisiete seksboodskappe in so baie advertensies vir volwassenes speel 'n rol in kinders se voortydige bewuswording van en eksperimentering met seks.

Daar heers groot kommer oor die hoeveelheid advertensies op Suid-Afrikaanse TV wat kinders direk betrek. "Daar is toenemend drukgroepe wat vra vir die verbod op alle advertensies wat op kinders gemik is," sê Annette. "Advertensies kan 'n kind se hele toekoms negatief beïnvloed en moet met meer omsigtigheid benader word."

WENKE

- Dink mooi oor die emosiebelaaide woorde en beelde wat in advertensies gebruik word voor jy die beloftes goedsmoeds glo. Praat met mense wat al die produk gebruik het of met jou huisdokter.
- Vra jouself altyd af of die advertensie nie ook sosiale aanvaarbaarheid of 'n begeerlike lewenstyl probeer verkoop nie. Daar was al in die verlede 'n tabakadvertensie wat tonele gewys het van hoe mooi mense met moderne klere en maer lywe Switserse skivakansies geniet en dan aan die einde van 'n skidag 'n sigaret opsteek.
- As enige advertensie jou belowe dat jy maer gaan word sonder om enige oefening te doen of minder te eet, sien dadelik rooi ligte flikker.
- Probeer om te identifiseer hoe die advertensie by jou 'n behoefte skep om iets te wil besit wat jy nie regtig nodig het nie.

LOOP LIG

Dit is ontstellend hoe dikwels die verbruiker deur foefies en valse beloftes in advertensies uitgebuit word.

Dr Harris Steinman, 'n bekende Kaapse medisyneverbruikersaktivis, beveg al jare misleidende advertensies. Hy reken Suid-Afrika se standaard met betrekking tot onetiese advertensies in spesifiek die skoonheids- en verslankingsbedryf, versleg teen 'n skokkende tempo. Hy sê daar is elke paar maande 'n nuwe en ongeregisteerde pil of middel wat onwettig oor die toonbank verkoop word – middels wat eintlik deur die Medisynebeheerraad (MBR) gekontroleer behoort te word.

"Die MBR en die GRS tree nie streng genoeg teenoor veral medies-onetiese advertensiepraktyke op nie," beduie hy. "En menige produk wag al baie jare vir goedkeuring by die MBR."

Die onrealistiese beloftes wat adverteerders van veral maerwordprodukte dikwels maak, bekommer hom. "Ek het al baie van hierdie ondernemings verklaar en 'n hele paar van hul produkte van die mark af gekry, maar ek loop my gereeld teen 'n muur vas."

Produkte wat suksesvol verbied is, word ook dikwels steeds verkoop omdat daar nie

genoeg beheer is nie.

Dr Harris sê hy is veral ontsteld oor die skade wat baie van hierdie middels aan mense se gesondheid doen. "Gevaarlike produkte wat in ander lande verbode is, word toenemend in Suid-Afrika bemark en verkoop. Iets moet gedoen word om die uitbuiters te stuit."

Volgens marknavorsing moet verbruikers veral vir die volgende advertensies lig loop:

- Verslankingskoffie of -tee wat belowe om jou kilogramme flink te laat wegsmeit as jy dit saam met elke maaltyd drink. Dis uitbuiting, sê dr Harris.
- Pasop vir verslankings- en sellulietrome. Daar is geen wetenskaplike bewyse dat dit werk nie.
- Produkte wat as "styselblokkeerder" verkoop word. Daar is nie so iets nie, maan dr Harris.
- Passiewe oefenapparate wat daarop aanspraak maak dat hul vibrasies jou binne 'n paar weke supermaer en gespierd sal maak.
- Wees ook versigtig vir "detoksmasjiene" en plakkers wat gifstowwe uit jou lyf moet verwyder. Maak seker alles is getoets en vind uit of dit regtig werk.

Advertensies WAT AL VERBIED IS

- 'n TV-advertensie waarin beweër is dat 'n produk 'n vergrote prostaat sal kan behandel. Die GRS het dit ná vele klagtes van dokters verbied.
- 'n Advertensie van 'n deodorant waar 'n sexy ou roekeloos bestuur en dan as die sogenaamde held in die advertensie uitgebeeld word.
- Vitamiëaanvullings wat beweër het dit voorkom borskanker.
- 'n Drankadvertensie waar die ouderdomsperk te klein gedruk was.
- 'n Advertensie van 'n kondoom wat soos 'n landsvlag lyk.
- 'n Kosplek se advertensie waar 'n blinde vrou in 'n paal vasloop, is verbied nadat baie klagtes ontvang is dat dit onsensitief teenoor blinde mense is.
- 'n Roomysadvertensie wat 'n hoogs-wanger non uitgebeeld het wat roomys eet.
- Klagtes is ook ontvang oor 'n advertensie vir vitamienpille wat verkondig hul produk sal jou kind slimmer maak.

By www.camcheck.co.za is meer inligting oor bedrieglike advertensies V.