

«Мифобустер: как подростки учатся думать о еде, а не верить этикеткам»

©Хлановская Маргарита Валдимаровна, заместитель директора ЦО № 15 «Луч» г.Белгорода



АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ

Статистика проблемы:

- 78% подростков 13–17 лет доверяют надписям «натуральный», «без сахара», «полезный» на упаковках без проверки состава (ВЦИОМ, 2025).

- 64% подростков ежедневно потребляют сладкие напитки и фастфуд, мотивируя выбор «удобством» и «вкусом», но не осознавая скрытого содержания сахара и трансжиров (Роспотребнадзор, 2024).

- К 17 годам у 41% подростков формируются устойчивые пищевые привычки, трудно поддающиеся коррекции во взрослом возрасте (ВОЗ, 2023).

Риск: подростки, не умеющие анализировать пищевую информацию, подвержены манипуляциям маркетинга → формирование вредных привычек → рост рисков ожирения, диабета 2 типа, сердечно-сосудистых заболеваний к 30–40 годам.

Причина проблемы:

Современные просветительские проекты в сфере питания фокусируются на «что есть» (овощи, фрукты, белок), но не учат «как думать о еде». Подростки получают готовые инструкции, но не развивают критическое мышление для анализа новых продуктов, рекламных кампаний и трендов (например, «суперфудов» или «функциональных напитков»). В эпоху информационной перегрузки это создаёт уязвимость перед маркетинговыми манипуляциями.

Пробел в решениях:

- Существующие проекты: лекции диетологов, раздача буклетов, школьные огороды — формируют знания, но не навык анализа.
- Цифровые приложения для трекинга калорий — фокусируются на количестве, а не на качестве информации.
- Нет проектов, объединяющих геймификацию + критическое мышление + анализ реальных продуктов в формате, понятном подросткам.



ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Формирование у подростков 13–17 лет устойчивого навыка критического анализа пищевой информации для осознанного выбора продуктов и профилактики формирования вредных пищевых привычек.

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

1. Разработать сценарий 21-дневного челленджа, включающего 5 блоков разоблачения пищевых мифов через мини-эксперименты.
2. Создать Telegram-бота с интерактивным интерфейсом для прохождения челленджа (без привлечения команды разработчиков — на low-code платформе).
3. Провести пилотный запуск челленджа в 5 школах/молодёжных центрах пилотного региона с охватом 500+ подростков.
4. Организовать 2 очные «лаборатории разоблачения» для углублённого анализа реальных продуктов из магазина.
5. Собрать и проанализировать данные «до/после» для измерения роста критического мышления и изменения поведения.
6. Подготовить пакет материалов для масштабирования проекта в другие регионы РФ.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Группа	Описание	Численность (пилот)
Основная	Подростки 13–17 лет — ключевой возраст формирования пищевых привычек и уязвимости к маркетингу фастфуда/сладких напитков	500+ человек
Вторичная	Родители подростков — через вовлечение в обсуждение результатов челленджа (совместный анализ упаковок, поход в магазин «с миссией»)	300+ человек
Третичная	Педагоги школ и молодёжных центров — как фасилитаторы запуска челленджа в своих коллективах	25+ человек

ГЕОГРАФИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

- Пилотный регион: Белгородская область (МБОУ ЦО № 15 «Луч» г. Белгорода).
- Потенциал масштабирования: любой субъект РФ — за счёт цифрового формата (Telegram-бот) и готового шаблона челленджа.



СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ

Этап	Сроки	Ключевые результаты
Подготовительный	Апрель–Июнь 2026	<ul style="list-style-type: none">• Финализация сценария челленджа с верификацией нутрициологом• Разработка прототипа Telegram-бота на low-code платформе• Подготовка методических материалов для педагогов
Пилотный запуск	Сентябрь–Декабрь 2026	<ul style="list-style-type: none">• Запуск челленджа в школе (500+ участников)• Проведение 2 очных «лабораторий разоблачения»• Сбор данных «до/после» (тестирование, дневники питания)
Анализ и масштабирование	Январь–Март 2027	<ul style="list-style-type: none">• Анализ результатов пилота• Подготовка пакета для масштабирования (гайд, банк мифов, шаблон отчётности)• Презентация кейса на региональной конференции по ЗОЖ



ОПИСАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

21-дневный челлендж «Мифобустер» (цифровой формат)

Подростки проходят челлендж через Telegram-бота. Каждые 3–5 дней — новый блок разоблачения мифа

Блок	Миф	Задание-эксперимент	Геймификация
Дни 1–3	«Натуральный = полезный»	Сравнить состав «натурального» йогурта и обычного — найти скрытый сахар (глюкоза, фруктоза, мальтодекстрин)	+10 баллов за правильный вывод
Дни 4–7	«Без сахара = безопасно»	Найти 3 продукта с надписью «без сахара», но с подсластителями (аспартам, сукралоза)	Фотоотчёт → +15 баллов
Дни 8–12	«Смузи из пакета = как свежавыжатый»	Сравнить ингредиенты смузи из магазина и домашнего — рассчитать содержание сахара на 100 мл	Видео-рецензия → +20 баллов
Дни 13–17	«Экзотические суперфуды лучше локальных»	Найти локальный аналог «суперфуда» (квашеная капуста вместо кимчи, яблоки вместо авокадо)	Карта локальных замен → +25 баллов
Дни 18–21	«Правильное питание — это дорого»	Составить сбалансированный обед до 200 руб. из продуктов шаговой доступности	Чек → +30 баллов

Финал челленджа:

участник создаёт свой «мифобустер» — короткий ролик/пост/инфографику, разоблачающую один пищевой миф для сверстников. Лучшие работы публикуются в школьных сообществах и соцсетях





Формат: 90-минутная сессия в школе.

Этап 1 (30 мин): анализ 10 реальных упаковок из магазина — поиск скрытых ингредиентов, сравнение составов, расчёт «чайных ложек сахара».

Этап 2 (40 мин): групповая работа — создание «чек-листа осознанного покупателя» (5 вопросов, которые нужно задать себе перед покупкой).

Этап 3 (20 мин): рефлексия — «Что удивило? Что изменю в привычках?».

Очные «лаборатории разоблачения» (2 мероприятия)



ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Количественные показатели (за 6 месяцев пилота)

Показатель	Базовое значение	Целевое значение	Метод измерения
Количество участников челленджа	0	500+ подростков	Регистрация в боте
% подростков, способных распознать 3+ пищевых мифа	22%	67% (+45 п.п.)	Тест «до/после» (10 вопросов)
Количество созданных «мифобустеров»	0	150+	Модерация контента в соцсетях
% участников, снизивших потребление сладких напитков	35%	60% (+25 п.п.)	Еженедельный дневник питания в боте
Количество педагогов, освоивших запуск челленджа	0	25+	Сертификаты по итогам брифинга

Качественные показатели (за 6 месяцев пилота)

- Формирование у подростков привычки «читать этикетку перед покупкой» (подтверждается фотоотчётами из магазинов).
- Рост осознанности в выборе еды: переход от импульсивных решений к осмысленным (цитаты из рефлексий: «Теперь я сначала смотрю состав, потом покупаю»).
- Создание сообщества «мифобустеров» — подростков, готовых делиться знаниями со сверстниками.
- Готовый к тиражированию пакет материалов для запуска в любом регионе без крупных затрат.



КОМАНДА ПРОЕКТА И ПАРТНЁРЫ

Роль	Обязанности	Квалификация
Руководитель проекта	Общее управление, координация партнёров, методическая проработка челленджа	Опыт проведения просветительских мероприятий, пилотные сессии с подростками
Эксперт-нутрициолог	Верификация фактов в сценарии челленджа, консультации по составу продуктов	Сертифицированный нутрициолог (привлекается как волонтер/партнёр)
Педагоги-фасилитаторы	Организация запуска челленджа в школах, проведение «лабораторий разоблачения»	Учителя биологии, ОБЗР, классные руководители
Технический специалист	Настройка Telegram-бота на low-code платформе	Базовые навыки работы с конструкторами ботов (привлекается как волонтер)



РИСКИ И СПОСОБЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

Риск	Вероятность	Способ минимизации
Низкая вовлечённость подростков	Средняя	<ul style="list-style-type: none">• Интеграция челленджа в школьную программу (классные часы)• Символические призы за лидеров рейтинга (сертификаты)
Отсутствие доступа к смартфону у части участников	Низкая	<ul style="list-style-type: none">• Парная работа («команда из 2 человек — 1 смартфон»)• Очные сессии как альтернатива цифровому формату
Недостаток экспертизы по питанию	Средняя	<ul style="list-style-type: none">• Привлечение волонтера-нутрициолога через партнёрство с медицинским вузом
Сложности с масштабированием	Низкая	<ul style="list-style-type: none">• Создание максимально простого шаблона без привязки к локальным продуктам• Видеоинструкция для педагогов-фасилитаторов



Проект «Мифобустер» предлагает системное решение проблемы доверия подростков к маркетингу в сфере питания. Цель проекта – не создание бота как такового, а формирование устойчивого навыка критического мышления, который станет «вакциной» против манипуляций на всю жизнь.

