Кибетләр кvбәюе сатып алучыларга vзләренә товарны сайлап алырга момкинчелек тудырды. Әмма алар еш кына ялгыша. Вак язулы этикеткалар, йолдызчыклары, сатып алучыны кызыктыру максаты белән vткәрелгән акцияләр сатып алучыны адаштыра. Кибет һәм житештерvчеләрнен «кармагына» эләкмәс очен тvбәндәге язмам.
Язунын зурлыгында - мәгънә. Шулай, кибеткә килгәч, еш кына андагы консультантына морәжәгать итәргә туры килә һәм: «Кызым, кара әле, бу печеньенын куллану вакыты чыкмаганмы?» Икәvләп, тиешле саннарны эзләп, кыштырдап торган кәгазенә торгән печенье савыты буенча «сәяхәт» итәбез. Ниһаять, капнын бер янында кvренер-кvренмәс числосы, ае, житерелгән елы һәм саклану вакыты язылган иде.   Бvгенге сатып алучы, газета һәм телевизордан ашамлыкларнын составы, аны житештергәндә нинди файдалы һәм зарарлы матдәләр кулланулары, сайлап алу юллары турында анлатып биргән информацияне кvп ала. Әмма ялтыравыклы кәгазьләрдәге закон таләп итекән бар мәгълумат, лупа белән генә укырлык, шуна еш кvзлерәк кешегә морәжәгать итәргә туры килә. Житештерvче сатып алучыларнын ничек бу информацияне укыйр дип борчылмый. Хокvмәт Думасында бер-ике тапкыр бу мәсьәлә (РФ 5 Законы 4 пунктынын «О защите прав потребителей» статьясына) кvтәрелгән булса да, әлегә нәтижә юк. Мәсәлән, Россиядә 1,33 миллиметр (коч-хәл белән укыла) зурлыкта бар мәгълуматны сатып алучы кvрә алган урынга язуны законлаштырганнар. Сатып ала торган товарыгызнын, шул зурлыкта булса да, этикеткаларын укыгыз, исән булырсыз. Хокvмәт статистикасы буенча, 52,5% кеше этикеткаларны укый, 21,8% товарнын маркировкасын уку кvп вакытны ала һәм 16,1% - этикеткадагы информация ышаныч уята, диләр. Тагы 14,6% сатып алычы язылган хәбәрләрнен мәгънәсен анламый. Шулай итеп, кеше vзенен саулыгына битараф тvгел икән. Бvгенге товар маркировкасы катлаулы һәм унайсыз. Аз кеше мәгълуматны сатып аласы әйбернен ике ягыннан укый.
Ә бvген тәмле, саулыклы ашамлык, эллюзиягә әйләнеп килә. Мәсәлән, «сливочный» тәмле печенье белән «персиковый» тәмле йогурт – бу «лимон исле» савыт-саба юу чарасы тосле. Тvбән бәяле продуктлар топ мотив булганда, саулык турында уйламый сатып алучы. Белгечләрләрнен, ашамлыкларнын зарарлысын рационнан чыгарсак, нәрсә ашарбыз, дигән фикерләрен кvп кенә интернет чыганаклардан укырга була.
Эксперт фикеренә кvз салыйк. Югары категорияле врач-терапевт, Атказанган исемен йортvче, «Саулык Үзәге» бvлеге житәкчесе, Мордовия Минздравында саулыклы яшәv

рәвеше буенча штаттан тыш топ белгеч Елена Борисовна Тимошкина болай ди: «Кибеттәге ассортиментны һәрвакыт ойрәнәм. Алар арасында булган натураль продуктларны сайлыйм, торле остәмәләре булмаганнарга остенлек бирәм. Кызганычка каршы, андыйлар аз. Тавык итен, эремчек, йомырка һәм башка ашамлыкларны бер ук фермерлар кибетеннән һәм тикшерелгән сатучылардан алам. Минемчә, кvп кенә сетевой магазиннарны, срогы чыккан товар һәм ашамлыкларнын саклау шакларын бозу, шикле поставщиклар белән эшләгән очен ябарга була. Алар, тиешле сыйфаты булган продуктлар тvгел, ә очызлы товар артыннан куып, кеше саулыгы турында кайгыртмыйлар. Сатып алыр алдыннан һәрвакыт сыр, май, эремчек составын укыгыз. Этикеткада, лупа белән генә кvрерлек булса да, маргарин, сыр һәм эремчек продукты дигән язуны табарга була. Алар берничек тә натураль продукттан бәя була алмый. Тагы йомырканын да саклану вакытына нык игътибар итегез; жылы урында сакланганнарынын йомырка тутырылган савытта язылган саннарга караганда саклану вакыты кvпкә аз. Суыткычта сакланса – 2 атнага артык. Суытылгын ит тә сатып алмагыз. Анда микроблар мыжлап тора. Нәтижәдә - чамадан тыш тазару, кан тамырларыбызнын шлаклануы барлыкка килә. Шуннан тромбозлар, инсульт, гипертоник, онкология һәм башка авырулар белән авырый башлыйбыз».

Товарларнын этикеткаларын, лупа белән булса да, укырга кирәк дигән фикер белән килешегез, исән булырсыз.

Наилә НАСЫРОВА