



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ & ΑΓΩΓΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ- ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗΣ

ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ- ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΚΛΙΝΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

**Τίτλος Εργασίας: Αποτίμηση του περιεχομένου παιδικών σειρών κινουμένων
σχεδίων ως προς τη σχέση τροφής και ευεξίας
Διπλωματική Εργασία**

Όνομα φοιτητή: Καραμπόλας Γεώργιος- Στυλιανός

Αθήνα, 2018



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ & ΑΓΩΓΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ- ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗΣ

ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ- ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΚΛΙΝΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Ματάλα Αντωνία- Λήδα (Επιβλέπουσα)

**Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Επιστήμης Διαιτολογίας- Διατροφής,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

Πολυχρονόπουλος Ευάγγελος

**Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Επιστήμης Διαιτολογίας- Διατροφής,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

Γιαννακούλια Μαρία

**Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Επιστήμης Διαιτολογίας- Διατροφής,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

Ο/Η Καραμπόλας Γεώργιος- Στυλιανός

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- 1)** Είμαι ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.
- 2)** Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ πολύ εκ βάθρων καρδίας την αξιότιμη Δρ. Του Χαροκοπέιου Πανεπιστημίου κα. Ματάλα Αντωνία όπως επίσης και την Δρ. Τζούτζου Μήλια.

Οι συμβουλές τους στη συγγραφή της παρούσας Μεταπτυχιακής Διατριβής ήταν εκτός από πολύτιμες, ουσιαστικές και εξαιρετικά βοηθητικές.

Τέλος ευχαριστώ πολύ όλους τους καθηγητές για τις γνώσεις που απέκτησα από το μεταπτυχιακό αυτό πρόγραμμα.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη στα Ελληνικά	6
Abstract	7
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
1.2 Οι παράγοντες επιρροής των διατροφικών επιλογών	10
1.3 Παιδική ηλικία και διατροφή	13
1.4 Ο ρόλος των τηλεοπτικών προγραμμάτων και τα κινούμενα σχέδια στις προτιμήσεις των παιδιών	16
1.5 Η τηλεόραση ως παράγοντας διαμόρφωσης των σημερινών διατροφικών διαταραχών	20
1.6 Φυσική δραστηριότητα, παιδική παχυσαρκία και τηλεθέαση.....	24
2 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	27
2.1 Μεθοδολογία	27
2.1.1 Σκοπός Έρευνας.....	27
2.1.2 Δείγμα	27
2.2 Αποτελέσματα.....	33
2.2.1 Οπτικά ή λεκτικά σχόλια:	37
2.2.2 Διατήρηση και προαγωγή της υγείας	41
2.2.3 Καλή ψυχολογική κατάσταση και κατανάλωση τροφής	42
2.2.4 Κακή ψυχολογική κατάσταση και κατανάλωση τροφής	43
2.2.5 Ισχυρισμοί υγείας για ευεργετικά τρόφιμα αναφορικά με την καλή υγεία και ανάπτυξη.....	44
2.2.6 Έλεγχος βάρους σώματος με κατανάλωση συγκεκριμένων ομάδων τροφίμων ή με περιορισμό τους	46
2.2.7 Συσχέτιση της διατροφής με τη γενικότερη ψυχική και σωματική ευεξία	46
3 Συμπεράσματα	47
3.1 Συζήτηση	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	51

Περίληψη στα Ελληνικά

Σκοπός

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής διατριβής είναι η αποτίμηση του περιεχομένου των παιδικών σειρών κινουμένων σχεδίων αναφορικά με την τροφή και την ευεξία. Όπως κατέδειξαν και οι Klein & Shiffman το 2005, τα κινούμενα σχέδια πιθανό να δημιουργούν πρότυπα για τα παιδιά επηρεάζοντας τη διατροφή και τη σωματική τους διάπλαση. Πιο πρόσφατα, οι Ogle A et al το 2017 επιβεβαιώνουν την επίδραση των ηρώων καρτούν στις συσκευασίες τροφίμων. Σύμφωνα και με τα παραπάνω, η βιβλιογραφία δείχνει κάποια επίδραση των ηρώων κινουμένων σχεδίων στις διατροφικές επιλογές των παιδιών. Αλλά έως σήμερα δεν έχει γίνει έρευνα σχετικά με το τι προβάλλουν οι ήρωες στις σειρές που πρωταγωνιστούν. Έτσι προέκυψε η ανάγκη για την πραγματοποίηση της παρούσας μελέτης.

Δείγμα

Συνολικά εξετάστηκαν 100 επεισόδια δημοφιλών παιδικών σειρών. Οι σειρές κινουμένων σχεδίων που εξετάστηκαν είναι: Lazy Town, Tom & Jerry, Tutenstein, Penguins of Madagascar, Dora the explorer, Teen Days, Jewelpet, Ben Ten, Pitchie pitchie pitch και Spongebob square pants. Από κάθε παιδική σειρά κινουμένων σχεδίων εξετάστηκαν δέκα επεισόδια. Για το κάθε επεισόδιο συμπληρώθηκε ερωτηματολόγιο αποτελούμενο από επτά ερωτήσεις.

Αποτελέσματα

Διαπιστώθηκε ότι οι σειρές κινουμένων σχεδίων προβάλλουν έστω και περιορισμένα, μηνύματα για αξίες που σχετίζονται με τα τρόφιμα και την ευεξία. Παρατηρήθηκε ότι κάποιες σειρές είχαν περισσότερες αναφορές για τα τρόφιμα ενώ κάποιες άλλες όχι. Πιο συγκεκριμένα, το lazy town, το teen days, το pitchie pitchie pitch αλλά και ο Spongebob square pants είχαν τις περισσότερες αναφορές από τις υπόλοιπες.

Συμπεράσματα

Καταδείχθηκε ότι κυρίως οι ήρωες οι οποίοι είχαν φυσιολογικό βάρος και έντονη φυσική δραστηριότητα, αποτελούσαν με τις επιλογές τους και θετικά πρότυπα για τα παιδιά. Από την άλλη πλευρά, οι υπέρβαροι ήρωες έκαναν πιο συχνά ανθυγιεινές επιλογές, ή απέδιδαν στην τροφή κακή ψυχολογική κατάσταση. Τέλος πολύ σημαντικό εύρημα αποτελεί η καταγραφή συναισθηματικής κατανάλωσης τροφής.

Λέξεις κλειδιά: επίδραση, καρτούν, κινούμενα σχέδια, διατροφή, ευεξία

Abstract

Title

“Assessment of children’s’ comics series as to their content on the relationship between food and wellness”

Background/ Objective

The purpose of the current study is to investigate the content of cartoon series for children concerning food and well- being. As Klein & Shiffman showed in 2005, cartoons probably play a role in children nutrition and physique. Recently, Ogle A. et confirmed in 2017 the effect of cartoons in food packaging. Accordingly, many researchers have demonstrated the influence of cartoons in the nutritional choices of children. Although until the present day, there is a lack in a large study investigating the content of cartoon series, concerning the choices the main characters are doing, so the need for the present study was crucial.

Design

Totally, one hundred episodes of cartoon series were watched. The cartoon series that have been examined are: Lazy Town, Tom& Jerry, Tutenstein, Penguins of Madagascar, Dora the explorer, Teen Days, Jewelpet, Ben Ten, Pitchie pitchie pitch και Spongebob square pants. From each series, ten episodes have been examined. For each episode, a questionnaire composed with seven questions was filled.

Results

It has been found that cartoon series demonstrate even not extensively messages concerning values of nutrition and well-being. It has also been showed that some series had more mentions of foods than others. Specifically, Lazy Town, teen days, pitchie pitchie pitch and Spongebob square pants had the most mentions than the others.

Conclusions/ Discussion

It has been demonstrated that on the one hand normal weighted heroes with intense physical activity, were more likely to be a positive influence with their nutritional choices for the children. On the other hand obese and over weighted characters were more likely to choose unhealthy food like fast food or sweets, or attribute to food the essence of poor psychological state. Important finding is that it has been recorded emotional eating in some of the main characters of the cartoon series.

Keywords: influence, cartoons, children series, nutrition, well- being

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίν. 1: Ποσοτικά αποτελέσματα.....	σ.34- 35
Πίν. 2: Οπτικά ή λεκτικά σχόλια.....	σ. 38- 42

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία με θέμα «Αποτίμηση του περιεχομένου των παιδικών σειρών κινουμένων σχεδίων ως προς τη σχέση τροφής και ευεξίας» πραγματεύεται την επιρροή που μπορεί να ασκούν τα κινούμενα σχέδια στις διατροφικές επιλογές και την ευεξία των παιδιών. Το ζήτημα που πραγματεύεται η εργασία επιλέχθηκε με γνώμονα τη σημερινή πραγματικότητα, διότι η εποχή επιτάσσει τα παιδιά να βρίσκονται εκτεθειμένα σε τηλεοπτικά προγράμματα και γενικότερα συνήθειες δικές τους ή φίλων τους οι οποίες επηρεάζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό τη διατροφή τους. Από την άλλη, στα «υπέρ» της εποχής μας, καθώς πρόκειται και πάλι για ερέθισμα το οποίο λαμβάνεται είτε από το περιβάλλον της οικογένειας είτε από αυτό της τηλεόρασης, είναι η άσκηση, καθιστώντας σαφές ότι κάθε παιδί χρειάζεται να εξοικειώνεται από μικρή ηλικία με τη φυσική δραστηριότητα η οποία, σε συνδυασμό με ένα ισορροπημένο πρόγραμμα διατροφής, θα του παρέχει μελλοντικά σωστή ανάπτυξη και υγεία. Φυσικά, η παρούσα εργασία δεν επικαλείται ότι με αυτό τον τρόπο διασφαλίζουμε το παιδί από παθογόνα χαρακτηριστικά, ουσιαστικά εξετάζει τη διατροφική συμπεριφορά που έχει και αυτή που θα πρέπει να έχει ένα παιδί. Λόγω του νεαρού της ηλικίας του, ένα παιδί αδυνατεί από μόνο του να κατανοήσει τι είναι σωστό και λάθος, να διακρίνει το ωφέλιμο από το βλαβερό και προφανώς αυτό δεν εφαρμόζεται μόνο σε άλλους τομείς πέραν της διατροφής. Υπάρχει μια σειρά από παράγοντες που διαμορφώνουν την αντίληψή του σχετικά με αυτά τα ζητήματα. Ζητήματα τα οποία πολλές φορές ακόμα και για τους ενήλικες είναι δυσνόητα ή δύσκολα στην εφαρμογή. Πιο συγκεκριμένα, η οικογένεια, το σχολικό περιβάλλον και οπωσδήποτε, στις μέρες μας, η τηλεόραση είναι άξονες οι οποίοι πρέπει να μελετηθούν ξεχωριστά ως προς τον τρόπο με τον οποίο συμμετέχουν στην ανάπτυξη του παιδιού. Αξίζει λοιπόν να αναφερθούμε στους εξής άξονες καθώς η πραγματοποίηση ενός πρώτου γρήγορου σχολίου κρίνεται αναγκαία, αξίζει λοιπόν να αναφέρουμε ότι η οικογένεια είναι εκείνη που ορίζει τη διατροφική μας συμπεριφορά (συνειδητά ή ασυναίσθητα) και ότι στο σχολικό περιβάλλον ένα παιδί εκτίθεται στις συναναστροφές του με τα άλλα παιδιά τα οποία είναι σχεδόν αδύνατο να έχουν το ίδιο διατροφικό υπόβαθρο, και, τέλος, είναι σαφές ότι το σκέλος της τηλεόρασης επηρεάζει ακόμα και στην ενήλικη ζωή κατά μεγάλο ποσοστό, πόσο μάλλον όταν εξετάζουμε το γεγονός μέσα από ένα παιδί.

1.2 Οι παράγοντες επιρροής των διατροφικών επιλογών

Εκτός από τις διαφημίσεις, οι οποίες επηρεάζουν κυρίως τις διατροφικές συνήθειες των παιδιών μέσω της πληθώρας τροφίμων που προβάλλουν, μεγάλο χρονικό διάστημα της ημέρας τους αφιερώνουν τα παιδιά στην παρακολούθηση κινουμένων σχεδίων (Robinson et al., 2007). Γεγονός γνωστό και κοινώς αποδεκτό από όλους, καθώς πρόκειται για ασχολία η οποία καταλαμβάνει μεγάλο μέρος της καθημερινότητας των παιδιών. Αφενός, λοιπόν, υπάρχουν οι διαφημίσεις οι οποίες έχουν δημιουργηθεί ακριβώς για αυτόν το σκοπό, να παρουσιάζουν δηλαδή ως ελκυστικά τα προϊόντα που προωθούν στην αγορά, με αποτέλεσμα να οδηγούν τα παιδιά στο να επιζητούν την κατανάλωση τροφίμων χαμηλής, ως επί το πλείστον, διατροφικής αξίας (Arcan et al., 2013). Αφετέρου υπάρχουν τα κινούμενα σχέδια, τα οποία μπορεί να μην προβάλλουν άμεσα ένα προϊόν, δημιουργούν όμως πρότυπα για τα παιδιά, και εκτός από τη διατροφή τους, πιθανόν να επηρεάζουν τη σωματική τους διάπλαση (Klein & Shiffman, 2005). Ωστόσο όλα αυτά συνδέονται άρρηκτα με την οικογένεια, τα μέλη της οποίας έχουν τον πρώτο ρόλο στην ανατροφή του παιδιού τους και οφείλουν να ελέγχουν το βαθμό στον οποίο το αφήνουν εκτεθειμένο προς όλους αυτούς τους παράγοντες (Arcan et al., 2013). Για παράδειγμα, ένα παιδί το οποίο μεγαλώνει σε αυστηρό οικογενειακό περιβάλλον, όπου ίσως του απαγορεύεται ή του επιτρέπεται σε πολύ περιορισμένο βαθμό η παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων, είναι εύλογο ότι λόγω των περιορισμένων ερεθισμάτων δεν θα έχει τις ίδιες επιθυμίες με ένα παιδί το οποίο παρακολουθεί, γνωρίζει και επιθυμεί τα καινούργια προϊόντα της αγοράς. Έπειτα ακολουθεί το σχολείο, η πρώτη μορφή κοινωνίας στην οποία το παιδί θα δημιουργήσει δεσμούς πέραν της οικογένειάς του. Οι φίλοι αποτελούν επίσης έναν παράγοντα που συνδέεται και αλληλεπιδρά με τα προαναφερθέντα, και έχουν με τη σειρά τους σημαντικό αντίκτυπο στη διατροφή και την σωματική άσκηση ενός άλλου παιδιού. Είναι πιθανό εντός μίας παρέας παιδιών το ένα να αποζητά να έχει κοινά σνακ με τα υπόλοιπα ή να τρώει οτιδήποτε ακούει ότι τρώνε οι φίλοι του. Όλες αυτές οι παράμετροι οφείλουν να αναλύονται συνδυαστικά. Δεν αρκεί να εξετάσουμε τη στάση του παιδιού απέναντι στα κινούμενα σχέδια και αντιστρόφως, αφού όπως προαναφέραμε, το παιδί δεν είναι ηλικιακά σε θέση να κατανοήσει και να κρίνει αν αυτό που βλέπει πρέπει να το εισάγει ή να το αποβάλλει από τη ζωή του. (Klein & Shiffman, 2005)

Οπωσδήποτε, όπως σε όλους τους τομείς της ζωής μας, έτσι και σε ότι αφορά την σωματική και διατροφική ανάπτυξη των παιδιών, είναι θεμιτό να υπάρχει ευελιξία. Ακόμη και αν αποδειχτεί στη συνέχεια της έρευνας ότι τα κινούμενα σχέδια, που αποτελούν τον κεντρικό άξονα της διατριβής μας, έχουν κατά βάση αρνητικό αντίκτυπο στη διαμόρφωση των διατροφικών επιλογών του παιδιού, αυτό δε σημαίνει ότι πρέπει, για παράδειγμα, να του στερήσουμε τη δυνατότητα να παρακολουθεί κινούμενα σχέδια. Εξάλλου, ως ενήλικες, είναι καλό να θυμόμαστε ότι εάν στερήσουμε οτιδήποτε από το παιδί, τότε αυτό με την πρώτη ευκαιρία θα προσπαθεί να το πραγματοποιεί κρυφά και ίσως σε μεγαλύτερο βαθμό, τον οποίο δύναται να μην μπορεί ο γονέας να ελέγξει. Ακόμα, η τηλεόραση αποτελεί μέρος της εξέλιξης της κοινωνίας και τα παιδικά προγράμματα είναι, θα μπορούσαμε να πούμε, κομμάτι της εξέλιξης της παιδικής κοινότητας. Όταν λοιπόν στερήσουμε από το παιδί κάτι στο οποίο έχουν πρόσβαση όλοι οι συνομήλικοί του, αυτό μπορεί να φέρει αντίστροφα αποτελέσματα. (Klein & Shiffman, 2005)

Τα παιδιά εκτίθενται ήδη από τα πρώτα τους χρόνια στην παρακολούθηση κινουμένων σχεδίων. Σε ανασκόπηση των Klein & Shiffman το 2005 αναλύθηκαν σχετικά με τα μηνύματα που λαμβάνει ένα παιδί όσον αφορά την ελκυστικότητα, την ομορφιά, την υγεία ακόμη και το χαρακτήρα, και το πώς όλα αυτά συνδέονται με τη φυσική άσκηση και τη διαμόρφωση της εξωτερικής εμφάνισης. Μέσω των εν λόγω ερευνών έχει προκύψει και η ανάγκη του παιδιού ως μιμητικό να προσπαθεί να ακολουθεί τις συνήθειες του αγαπημένου του ήρωα. Πάντως η πλειοψηφία των αποτελεσμάτων δείχνει ότι ένα «καρτούν» μεταδίδει συνήθως θετικά μηνύματα ως προς το να είναι κάποιος ελκυστικός και αρνητικά μηνύματα ως προς το να μην είναι. Βέβαια σημαντικό ρόλο έχουν και άλλοι παράγοντες που ολοκληρώνουν έναν χαρακτήρα κινουμένων σχεδίων, όπως η ηλικία, η ευφυΐα, η συμπεριφορά κ.ά. (Klein & Shiffman, 2005) Είναι σαφές, δηλαδή, ότι ανασταλτικός παράγοντας στην προτίμηση του παιδιού σχετικά με τα κινούμενα σχέδια είναι η ηλικία και η ικανότητα επεξεργασίας των δεδομένων που λαμβάνουν.

Από την άλλη και παράλληλα πάντα με τα κινούμενα σχέδια, καθώς είναι συνδεδεμένα με έναν τρόπο, φαίνεται ότι οι διαφημίσεις λειτουργούν ως διαμεσολαβητές της επίδρασης στην υγεία των παιδιών. Είτε το παιδί παρακολουθεί κινούμενα σχέδια στην τηλεόραση, είτε σε

κάποια συσκευή μέσω ιντερνέτ, οι διαφημίσεις αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της επαφής με τα Μέσα επηρεάζοντας ιδιαίτερα τα παιδιά. Η επιρρέπεια αυτή των παιδιών είχε γίνει ήδη πολλά χρόνια πριν αντιληπτή από τον Πιαζέ. Σε μια σημαντική συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση το 2005 καταδείχθηκε ότι το μάρκετινγκ στοχευόμενο σε τρόφιμα και ποτά, επιδρά στην κατανάλωση ανθυγιεινών διατροφικών επιλογών και των επιπλοκών που αυτές οι επιλογές έχουν. Δηλαδή, είναι ευκολότερο για ένα άτομο να επιλέξει λανθασμένα το προϊόν το οποίο θα καταναλώσει, εάν έχει παρακολουθήσει διαφήμιση του προαναφερθέντος είδους. Πιο συγκεκριμένα, στη μελέτη που διεξήχθη έγινε φανερό ότι τα παιδιά 2- 11 ετών είναι πιο επιρρεπή από τους έφηβους, στην επίδραση των τηλεοπτικών διαφημίσεων στις επιλογές τροφίμων και ποτών. Έγινε επίσης αντιληπτό ότι, προωθούνται ανθυγιεινές διατροφικές επιλογές, υψηλές σε θερμίδες και χαμηλές σε θρεπτικά συστατικά διάμεσο της προβολής χαμηλής διατροφικής αξίας προϊόντων στις διαφημίσεις. Συμπερασματικά λοιπόν έγινε κατανοητό ότι το μάρκετινγκ των τροφίμων στα παιδιά, επηρεάζει τις διατροφικές τους προτιμήσεις, την κατανάλωση τροφής και εν τέλει την κατάσταση της υγείας τους (Mc Ginnis J. M, et al, 2005). Αποτέλεσμα που κρίνεται καθόλα λογικό καθώς τα μικρότερα άτομα είναι και εκείνα που έλκονται ευκολότερα από το προαναφερθέν είδος της στοχευόμενης διαφήμισης, οι οποίες περιλαμβάνουν συνήθως έντονα χρώματα και ήχους που μαγνητίζουν την προσοχή.

Επιπροσθέτως, στο παρόν σημείο όπου μελετάμε την επιρροή που λαμβάνουν τα παιδιά από την τηλεόραση, τα κινούμενα σχέδια και εν γένει τις διαφημίσεις είναι αναγκαίο να παρουσιάσουμε τα ευρήματα μίας συγχρονικής μελέτης που διεξήχθη το 2008 και κατέδειξε ότι τις ώρες με τη μεγαλύτερη τηλεθέαση των παιδιών και συγκεκριμένα τα πρωινά Σαββάτου, από τις 572 διαφημίσεις οι 281 αφορούν τρόφιμα. Σημειώνεται ότι το 91% αυτών των διαφημίσεων τροφίμων, αφορούν σε τρόφιμα ή ροφήματα χαμηλής διατροφικής αξίας υψηλά σε θερμίδες, λίπος, νάτριο και προστιθέμενα σάκχαρα. Υπογραμμίζεται επίσης, ότι χαρακτήρες παιδικών σειρών (καρτούν) χρησιμοποιήθηκαν στο 74% των διαφημίσεων τροφίμων αλλά και ότι σχεδόν οι μισές από αυτές περιείχαν ρητά ή σιωπηρά μηνύματα και ισχυρισμούς υγείας σχετικά με τη φυσική δραστηριότητα (Batada, et al., 2008).

Η αναπαράσταση της κοινωνίας στα Μέσα έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία εντυπώσεων σχετικά με τον κόσμο στον οποίο ζούμε. Στα μηνύματα τα οποία λαμβάνει ο δέκτης

συμπεριλαμβάνονται και η διατροφή και άσκηση. Αξίζει να αναφερθεί ότι σε προγράμματα με μεγαλύτερη θέαση και αποδοχή, όπως για παράδειγμα σειρές και ταινίες αμερικανικής παραγωγής, δεν προωθείται η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών, αλλά αντίθετα προβάλλεται σε μεγάλη κλίμακα η κατανάλωση «γρήγορου φαγητού». Έρευνες έχουν δείξει ότι τα παιδιά τείνουν να αναζητούν περισσότερο τροφές τις οποίες βλέπουν στις διαφημίσεις. Οι τηλεοπτικοί χαρακτήρες επιλέγουν κατά βάση να τρέφονται με προϊόντα χαμηλής διατροφικής αξίας, τα οποία στην πραγματική ζωή συνδέονται μάλιστα με την παχυσαρκία και τις χρόνιες ασθένειες. Η επίδραση που μπορεί να ασκεί ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα στη διατροφή των δεκτών είναι ελάχιστη, αυτό όμως αναιρείται στην περίπτωση της εκτεταμένης προβολής των εν λόγω προγραμμάτων (Bell et al, 2005).

Έχοντας ολοκληρώσει το πρώτο σκέλος της έρευνάς μας και εάν θα μπορούσαμε να βγάλουμε ένα πρώτο συμπέρασμα για τους παράγοντες επιρροής των διατροφικών επιλογών, μέχρι το παρόν σημείο στο οποίο βρίσκεται η έρευνά μας δηλαδή, οι έρευνες και τα ευρήματα αυτών δείχνουν ότι η τηλεόραση κατέχει πρωτεύοντα ρόλο στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζει και διαμορφώνει τις επιλογές των παιδιών. Η παρούσα άποψη διαμορφώνεται υπό το πρίσμα ότι το κοινό στόχος, οι δέκτες δηλαδή, των προγραμμάτων σε ευαίσθητες ηλικίες επιλέγουν και αναζητούν σε μεγάλο ποσοστό τα προϊόντα που τους παρουσιάζονται. Επίσης, το γεγονός ότι ένα παιδί παρακολουθεί κινούμενα σχέδια συχνά αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη διαμόρφωση των επιλογών του.

1.3 Παιδική ηλικία και διατροφή

Ένα ξεχωριστό κεφάλαιο αποτελεί η παιδική ηλικία. Ο πιο συχνός ορισμός που δύναται να βρει κανείς όταν αναζητήσει τον όρο «παιδική ηλικία» στην μηχανή αναζήτησης του Google είναι ότι «παιδί ονομάζεται ο άνθρωπος από τη γέννηση μέχρι και την εφηβεία του». Οι έρευνες που εξετάζουν το πώς διαμορφώνονται οι προτιμήσεις και τα πρότυπα των παιδιών σχετικά με την σωματική τους διάπλαση, από προγράμματα που απευθύνονται στα ίδια τα παιδιά, είναι περιορισμένες, παρά το γεγονός ότι τα προγράμματα αυτά είναι πολύ δημοφιλή στα σπίτια όπου ζουν μικρά παιδιά. Πράγματι, τα παιδιά είναι ιδιαιτέρως ευεπηρεάστα από τα

μηνύματα που δέχονται από τα Μέσα και είναι πολύ πιθανό να εκλαμβάνουν τις φανταστικές εικόνες που τα περιβάλλουν, περισσότερο ως πραγματικές παρά τεχνητές. Τα παιδιά, δηλαδή, «πέφτουν στην παγίδα», θα μπορούσε κανείς να διατυπώσει πιο απλά, πολλές φορές να αντιλαμβάνονται ως πραγματικότητα όλα τα γεγονότα που τους παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια ενός προγράμματος ή μίας διαφήμισης. Οι μελέτες έχουν επίσης σημάνει ότι τα παιδιά τείνουν να συνδέουν το «αδύνατο» ή «κανονικό» βάρος με θετικά γνωρίσματα ενώ τις παχύσαρκες φιγούρες με αρνητικά γνωρίσματα. Επίσης, δεδομένης την υψηλής έκθεσης τους στα Μέσα, δεν προξενεί έκπληξη το γεγονός ότι τα παιδιά ήδη από την προ-εφηβική ηλικία εκφράζουν ανησυχίες σχετικά με την εξωτερική εικόνα τους, όπως για παράδειγμα την επιθυμία να είναι αδύνατα και να αποφεύγουν την παχυσαρκία.

Η Hoerrner (1996) κατέφυγε σε μία ανάλυση περιεχομένου προκειμένου να ταυτοποιήσει τις φιλοκοινωνικές και αντικοινωνικές συμπεριφορές που εκτίθενται από 11 ήρωες κινουμένων σχεδίων της Disney, οι οποίοι προβάλλονται συχνά στα παιδιά. Κανείς θα μπορούσε να σχολιάσει στο παρόν σημείο ότι αυτό το αποτέλεσμα δύναται να προέρχεται από την εικόνα που έχουν οι ήρωες των παιδιών. Ωστόσο, δεν έχει εξεταστεί το περιεχόμενο των παιδικών βίντεο και βιβλίων και το πώς τέτοιου είδους προγράμματα μπορεί να οδηγήσουν τα παιδιά στην ανάπτυξη συμπεριφορών που σχετίζονται με την εξωτερική τους εμφάνιση και τις διατροφικές διαταραχές. Με δεδομένη τη συχνότητα των παιδικών βίντεο στη σημερινή κοινωνία, είναι επίσης πιθανό ότι αυτά τα προγράμματα ενδέχεται να αποτελούν το πρότυπο σύγκρισης για τη φυσική ελκυστικότητα, όπως αντίστοιχα συμβαίνει με τις διαφημίσεις για τις έφηβες και τις γυναίκες. Επιπλέον, η συχνή έκθεση στα παιδικά βίντεο μπορεί να οδηγήσει τα παιδιά μικρών ηλικιών να εσωτερικεύσουν τα χαρακτηριστικά που σχετίζονται με την ισχύτητα και την παχυσαρκία, και να υπερεκτιμήσουν τα ιδανικά σώματα για γυναίκες και άντρες, θέτοντας ενδεχομένως τον εαυτό τους σε κίνδυνο σωματικών και διατροφικών διαταραχών (Herbozo et al, 2004).

Οι έρευνες που έχουν διεξαχθεί σχετικά με τις διατροφικές επιλογές στις οποίες καταλήγουν τα παιδιά, επηρεαζόμενα από την τηλεόραση, δεν έχουν εξετάσει επαρκώς εάν η τοποθέτηση τροφίμων τύπου «σνακ» με υψηλή διατροφική αξία έχουν την ικανότητα να ενισχύσουν την υγιεινή διατροφική συμπεριφορά των παιδιών (Naderer et al, 2017). Στα πλαίσια ερευνών,

κάποια παιδιά κλίθηκαν να παρακολουθήσουν κινούμενα σχέδια τα οποία είτε δεν περιείχαν καθόλου τοποθέτηση τροφίμων, είτε προέβαλαν μανταρίνια (τροφή με υψηλή διατροφική αξία) είτε τσίχλες με γεύσεις φρούτων (σνακ με χαμηλή διατροφική αξία). Αφού δόθηκε στα παιδιά η επιλογή ανάμεσα στα δύο σνακ, παρατηρήθηκε μεγαλύτερη τάση για κατανάλωση αυτού με τη χαμηλότερη διατροφική αξία (δηλαδή της τσίχλας). Γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι τα παιδιά επηρεάστηκαν αρνητικά από την προβολή των κινουμένων σχεδίων. Εν συγκρίσει με τα παιδιά με χαμηλό Δείκτη Μάζας Σώματος (ΔΜΣ), παρατηρήθηκε ότι τα παιδιά με υψηλό ΔΜΣ έδειξαν μεγαλύτερη προδιάθεση να καταναλώσουν την τσίχλα, όταν τους παρουσιαζόταν ένα τρόφιμο μεγαλύτερης διατροφικής αξίας (π.χ. μανταρίνι). Προκύπτει λοιπόν ότι ενδεχομένως να χρειάζεται τα Μέσα ενημέρωσης και ψυχαγωγίας να υποβληθούν στη χρήση εναλλακτικών τρόπων, ώστε να καταστήσουν τις τροφές με υψηλή διατροφική αξία πιο ελκυστικές προς τα παιδιά (Naderer et al, 2017).

Από την άλλη πλευρά, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και αξίζει να μελετήσουμε το ερώτημα εάν οι επιλογές των παιδιών που δεν εκτίθενται στα Μέσα είναι όμοιες με αυτές των εκτιθέμενων παιδιών. Μελετώντας λοιπόν το ζήτημα, βρέθηκε ότι τα παιδιά που δεν εκτίθενται στην τοποθέτηση τροφίμων έχουν ίσες πιθανότητες να επιλέξουν γλυκά ή φρούτα σε μια επακόλουθη κατάσταση (Naderer et al, 2017). Ωστόσο, και η ελάχιστη τοποθέτηση τροφίμων είτε υψηλής είτε χαμηλής διατροφικής αξίας αυξάνει την επιθυμία του παιδιού να καταναλώσει σνακ με χαμηλή διατροφική αξία. Αυτό σημαίνει, δηλαδή, ότι το πιθανότερο μετά την έκθεση των παιδιών σε οποιαδήποτε τροφή τα ωθεί προς ένα «κακό σνακ». Έχει αποδειχτεί ότι τα παιδιά διαθέτουν μία έμφυτη προτίμηση προς την κατανάλωση γλυκών, η οποία εύκολα ενεργοποιείται κατά τη διάρκεια παρακολούθησης τοποθέτησης τροφίμων. Επιπλέον, ο ΔΜΣ των παιδιών έχει κυρίως σημασία όταν τα παιδιά έρχονται αντιμέτωπα με έναν φανταστικό χαρακτήρα ο οποίος καταναλώνει ένα σνακ υψηλής διατροφικής αξίας. Στην πραγματικότητα, είναι πιο πιθανό τα παιδιά να επιλέξουν το σνακ με την χαμηλότερη διατροφική αξία ακόμη και αν εκτεθούν σε τρόφιμα με υψηλή διατροφική αξία στα κινούμενα σχέδια. Χρίζει, όμως, υπογράμμισης και σημείωσης το γεγονός ότι τα παιδιά με εξαιρετικά υψηλό ΔΜΣ, που τοποθετούνται στην κατηγορία των παχύσαρκων, δείχνουν γενικά προτίμηση για τα γλυκά ανεξάρτητα με την τοποθέτηση τροφίμων. Ουσιαστικά, σε αυτό το σημείο δεν είναι δυνατό να εξαχθεί κάποιο συμπέρασμα, καθώς τότε ίσως υποπέσουμε σε λάθη διότι δεν θα έχουν ελεγχθεί όλες οι παράμετροι.

Ένας άλλος παράγοντας είναι ο ρόλος του γονέα. Καθώς είναι γνωστό ότι οι γονείς είναι αυτοί που θέτουν τις παραμέτρους διατροφής και άθλησης στα παιδιά κρίνεται τουλάχιστον αναγκαίο να αναφερθούμε στη δική τους λειτουργία σε σχέση με το ζήτημα που τίθεται προς διερεύνηση στην παρούσα διπλωματική εργασία. Εν προκειμένω λοιπόν, παρατηρήθηκε ότι ακόμα και αν ο γονιός απαγορεύσει στο παιδί την κατανάλωση συγκεκριμένων τροφών, αυτό δεν το αποτρέπει από το να τις καταναλώσει όταν τους παρουσιαστεί η ευκαιρία απουσία του γονέα. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται ότι το παιδί είναι εκείνο που ορίζει την τελική του επιλογή. Συνεπώς οι γονείς μπορεί να στοχεύουν, μέσω της επέμβασής τους και περιορίζοντας την πρόσβαση του παιδιού σε σνακ χαμηλής διατροφικής αξίας και στην βελτίωση των διατροφικών συνηθειών των παιδιών, χωρίς απαραίτητα να επιτυγχάνουν (Naderer et al, 2017).

Όσον αφορά την παιδική ηλικία και τη διατροφή, τα πρώτα συμπεράσματα που είναι εύκολο και ίσως εύλογο να διεξαχθούν αφορούν δύο παράγοντες: τους γονείς και τα Μέσα (είτε αυτά είναι στην κατηγορία της τοποθέτησης προϊόντων είτε αφορούν τηλεοπτικά προγράμματα κινουμένων σχεδίων). Τα παιδιά, λοιπόν, τείνουν να επιλέγουν μέσω των ερεθισμάτων και των «έμφυτων» προτιμήσεών τους και όχι μέσω των επιλογών που έχουν καθορίσει οι γονείς τους ή κάποια «διατροφικά θετικά πρότυπα» για αυτά.

1.4 Ο ρόλος των τηλεοπτικών προγραμμάτων και τα κινούμενα σχέδια στις προτιμήσεις των παιδιών

Στο παρόν σημείο καλούμαστε να εξερευνήσουμε τον ρόλο των τηλεοπτικών προγραμμάτων και των κινουμένων σχεδίων στις συσκευασίες τροφίμων οι οποίες απευθύνονται σε παιδιά (όχι κατ' αποκλειστικότητα) και για αυτό το λόγο έχουν ιδιαίτερη αξία ως προς τη μελέτη τους.

Παρόλο που υπάρχουν αρκετές δημοσιευμένες αναφορές ως προς τις διαφημίσεις τροφίμων, οι οποίες και αναλύθηκαν παραπάνω, υπάρχει μια εκπληκτική έλλειψη ερευνών που να εξετάζουν τις παραστάσεις τροφίμων που απεικονίζονται στα τηλεοπτικά προγράμματα. Σε μια μελέτη σε τηλεοπτικά προγράμματα που μεταδίδονταν στην υψηλή ζώνη τηλεθέασης, το 60% των αναφορών σε τρόφιμα ήταν σε ζαχαρούχα ή χαμηλής θρεπτικής αξίας τρόφιμα και ροφήματα. (Radnitz, C., et al, 2008) Αξίζει να σημειωθεί ότι τα προγράμματα που εξετάστηκαν σε αυτή τη μελέτη μεταδίδονταν βραδινές ώρες και απευθύνονταν σε ένα γενικό κοινό που δεν περιελάμβανε παιδιά προσχολικής ηλικίας. Ως εκ τούτου, το σχετικό περιεχόμενο που προβάλλεται σε τηλεοπτικά προγράμματα απευθυνόμενα σε παιδιά, είναι σχετικά άγνωστα. Ερευνώντας και θέτοντας τις παραμέτρους από τις οποίες ορίζεται εν συνόλω το ζήτημα προέκυψαν τα παρακάτω επιχειρήματα. Ένα επιχείρημα θα μπορούσε να αποτελέσει ο ενθουσιασμός, πιο συγκεκριμένα κάνουμε λόγο για τον ενθουσιασμό που δείχνουν οι τηλεοπτικοί χαρακτήρες για τα τρόφιμα με υψηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά ή/και ζαχαρούχα τρόφιμα, ο οποίος ενδέχεται να επηρεάζεται περισσότερο από τις τηλεοπτικές διαφημίσεις, δεδομένου ότι τα παιδιά μπορούν να αναπτύξουν πολύ έντονα συναισθήματα για αυτούς τους χαρακτήρες. Πρόκειται για τους ήρωές τους που ταυτίζονται με αυτούς και προσπαθούν να μιμηθούν τις συνήθειές τους. Παρόλο που δε γνωρίζουμε τις μελέτες που εξετάζουν τον τρόπο με τον οποίο τα τρόφιμα που παρουσιάζονται στα τηλεοπτικά προγράμματα επηρεάζουν τις διατροφικές επιλογές τους, υπάρχουν ορισμένα στοιχεία που υποδηλώνουν ότι οι πεποιθήσεις και οι συμπεριφορές ως προς τη διατροφή μπορούν να σχηματιστούν σε νεαρή ηλικία και ότι αυτές οι κατευθύνσεις θα μπορούσαν να αποτελέσουν ένδειξη της παιδικής παχυσαρκίας. Οι έρευνες επιπλέον δείχνουν ότι τα διαφημιζόμενα τρόφιμα καταναλώνονται σε ποσότητες μεγαλύτερες από τα τρόφιμα που δεν διαφημίζονται. (Radnitz, C., et al, 2008) Ωστόσο, επειδή υπάρχουν πραγματικές διαφορές μεταξύ των τροφίμων που εμπεριέχονται σε τηλεοπτικά προγράμματα και των διαφημιζόμενων προϊόντων (και ακόμα και μια μεγάλη ετερογένεια μέσα σε αυτές τις κατηγορίες), δεν έχει ακόμα καθοριστεί ο αντίκτυπος που έχει η τοποθέτηση τροφίμων σε τηλεοπτικά προγράμματα, στη διατροφή των παιδιών. Ο παρόν τομέας αποτελεί ακόμα σημαντικό πεδίο μελλοντικής μελέτης (Radnitz, C., et al, 2008). Ανεξαρτήτως αντίκτυπου, όμως, το γεγονός ότι τα διαφημιζόμενα τρόφιμα καταναλώνονται περισσότερο ωθεί προς το συμπέρασμα ότι τα παιδιά επηρεάζονται κατά μεγάλο βαθμό από τα τηλεοπτικά (και όχι μόνο, έντυπα, κτλ) ερεθίσματα που δέχονται σχετικά με τη διατροφή.

Το ζήτημα ενέχει και άλλα σημεία που χρειάζονται εξέταση καθώς γεννώνται περισσότερα ερωτήματα. Ένα από αυτά αποτελεί η σχέση που υφίσταται μεταξύ της ελάχιστης προβολής υγιεινών τροφίμων σχετικά με την επίδραση των χαρακτηριστικών των τροφίμων (τόσο υγιή όσο και ανθυγιεινά) για τα παιδιά που εκτίθενται μακροπρόθεσμα. Εάν τα μηνύματα σχετικά με τα υγιεινά τρόφιμα μπορούν να επηρεάσουν τις επιλογές και την κατανάλωση τροφίμων, τότε αναμφίβολα πρόκειται για μία ευκαιρία για τους παραγωγούς των εκπομπών αυτού του περιεχομένου να ασκήσουν θετική επίδραση στη διατροφή των παιδιών. Τα συμπεράσματα ορίζουν την ανάγκη να υπάρξει κάποια ανησυχία για το πώς παρουσιάζονται τα σήματα των τροφίμων στα παιδικά τηλεοπτικά προγράμματα. Αν και οι μελέτες για τα αποτελέσματα αυτών των λογοτύπων δεν έχουν ακόμα πραγματοποιηθεί, έρευνα που δείχνει ότι οι διαφημίσεις τροφίμων μπορούν να επηρεάσουν τις προτιμήσεις των παιδιών, προκαλεί ανησυχία ότι το ίδιο ίσως να ισχύει και για τα τρόφιμα που εμφανίζονται σε τηλεοπτικά προγράμματα (Radnitz, C., et al, 2008).

Ακόμα, ένα ερώτημα που σχετίζεται περισσότερο με το μάρκετινγκ τέθηκε σε διαφορετική έρευνα που πραγματοποιήθηκε, εξετάστηκε αν η προσθήκη αναγνωρισμένων χαρακτήρων καρτούν σε συσκευασίες υγιεινών τροφίμων ή ροφημάτων αυξάνει την προσοχή των παιδιών προς αυτά τα προϊόντα, και συνεπώς την προτίμησή τους για αυτά. Η έρευνα εφαρμόστηκε σε παιδιά ηλικίας από 6 έως 9 ετών. Στην Αμερική, η κατανάλωση τροφίμων με υψηλή περιεκτικότητα σε θερμίδες αυξάνει τον κίνδυνο παχυσαρκίας και τα προβλήματα υγείας γενικότερα, όπως τον διαβήτη τύπου 2 και τα καρδιακά νοσήματα. (Ogle, A. et al, 2017) Ειδικά τα παιδιά, εκτίθενται συχνά σε προϊόντα όπως γλυκά και αλατισμένα τρόφιμα, μέσω του συνεχούς μάρκετινγκ. Ένας συνήθης τρόπος με τον οποίο οι εταιρείες προωθούν τα προϊόντα τους, είναι οι συσκευασίες στις οποίες τα τοποθετούν. Μία επιλογή είναι η τοποθέτηση σε συσκευασίες τροφίμων ή ροφημάτων κάποιων ήδη αναγνωρισμένων χαρακτήρων από κινούμενα σχέδια (όπως για παράδειγμα η «Ντόρα η Εξερευνήτρια» που ανήκει στην Viacom/Nickelodeon) ή η δημιουργία δικών τους «μασκότ» (π.χ. «Τόνυ η Τίγρης» της εταιρείας Kellogg Co) ώστε να τραβήξουν την προσοχή και να αυξήσουν το ενδιαφέρον των παιδιών. Βασικός σκοπός της έρευνας, την οποία θέτουμε στο μικροσκόπιο, όπως προαναφέρθηκε, ήταν να καθοριστεί αν αυτή η στρατηγική τοποθέτησης χαρακτήρων καρτούν στο μπροστά μέρος της συσκευασίας τροφίμων και ροφημάτων αυξάνει την προτίμηση των παιδιών για πιο υγιεινά προϊόντα έναντι των λιγότερο υγιεινών.

Αρχικά παρατηρήθηκε ότι, πράγματι, οι χαρακτήρες είχαν ως αποτέλεσμα την προσέλκυση των παιδιών, τα οποία τα παρατηρούσαν πιο συχνά και με μεγαλύτερη διάρκεια σε σύγκριση με προϊόντα που δεν είχαν συσκευασίες με καρτούν. Οι αρχικές υποθέσεις τις έρευνας, οι οποίες ήταν ότι τα παιδιά θα επέλεγαν ένα πιο υγιεινό προϊόν με χαρακτήρα καρτούν στη συσκευασία, παρά ένα λιγότερο υγιεινό προϊόν χωρίς χαρακτήρα, δεν επιβεβαιώθηκαν. Η παρουσία κινουμένων σχεδίων στις συσκευασίες δεν αυξάνει την πιθανότητα για ένα παιδί να επιλέξει ένα περισσότερο υγιεινό προϊόν. Αντίθετα μάλιστα, ο χαρακτήρας μείωνε την πιθανότητα για ένα παιδί να επιλέξει αυτό το προϊόν σε σχέση με το ίδιο προϊόν χωρίς τον χαρακτήρα. Όταν τα παιδιά έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε ένα πιο υγιεινό τρόφιμο/ρόφημα με χαρακτήρα και σε ένα λιγότερο υγιεινό χωρίς χαρακτήρα, η δεύτερη επιλογή τείνει να προτιμάται. Η έρευνα επίσης αποκάλυψε τη σημασία των προσπαθειών που γίνονται για την προώθηση των προϊόντων με τη χρησιμοποίηση χαρακτήρων από κινούμενα σχέδια. Τα παιδιά έδειξαν να προτιμούν υγιεινά προϊόντα με συγκεκριμένους όμως χαρακτήρες, ανάλογα μάλλον με την προτίμηση που δείχνουν και για το αντίστοιχο κινούμενο σχέδιο. Για παράδειγμα, η «Ντόρα η Εξερευνήτρια» αποδείχτηκε λιγότερο ελκυστική στους μεγαλύτερους ηλικιακά συμμετέχοντες, πιθανόν επειδή το τηλεοπτικό πρόγραμμα στοχεύει σε προσχολικές ηλικίες (3 έως 5 ετών), ενώ οι χαρακτήρες «Μπομπ ο Σφουγγαράκης» και «Κεραυνός ΜακΚούν» από τα αντίστοιχα κινούμενα σχέδια, που στοχεύουν σε μεγαλύτερα παιδιά (6 έως 9 ετών), είχαν μεγαλύτερη επιρροή σε παιδιά μεγαλύτερων ηλικιών.

Συμπερασματικά, τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι οι αναγνωρισμένοι χαρακτήρες κινουμένων σχεδίων μπορούν να τραβήξουν την προσοχή των παιδιών, η παρουσία τους, όμως, δεν είναι πάντα επαρκής για να πείσει τα παιδιά να επιλέξουν ένα περισσότερο υγιεινό προϊόν έναντι ενός λιγότερο υγιεινού. Επίσης, η εν λόγω στρατηγική μάρκετινγκ ήταν περισσότερο αποτελεσματική σε νεότερα παιδιά. Αυτά τα δεδομένα αποδεικνύουν ότι δεν έχουν όλοι οι χαρακτήρες την ίδια επίδραση στην επιλογή τροφίμων από τα παιδιά. Η χρησιμοποίηση των χαρακτήρων για την προώθηση υγιεινών τροφίμων αντιμετωπίζει κάποιες εύλογες δοκιμασίες. Αρχικά, οι γονείς τείνουν να αντιμετωπίζουν τα προϊόντα με χαρακτήρες καρτούν στη συσκευασία τους ως λιγότερο υγιεινά και φυσικά. Επίσης πολλά από τα πιο υγιεινά προϊόντα που πωλούνται στα σουπερμάρκετ δεν είναι συσκευασμένα, παρόλο που τα σουπερμάρκετ θα μπορούσαν να σκεφτούν κάποια σηματοδότηση με χαρακτήρες για να

τραβήξουν την προσοχή των παιδιών. Η έρευνα επίσης υποδεικνύει ότι οι χαρακτήρες καρτούν μπορεί να έχουν μεγαλύτερη επιρροή στους διαδρόμους των σουπερμάρκετ όπου πωλούνται φρούτα και λαχανικά και δεν έχουν να ανταγωνιστούν λιγότερο υγιεινά προϊόντα που θα είναι τοποθετημένα δίπλα τους, ενώ μπορεί να έχουν μικρότερη επιρροή σε περιπτώσεις όπου τα παιδιά έχουν να επιλέξουν την ίδια στιγμή ανάμεσα σε ένα περισσότερο και ένα λιγότερο υγιεινό προϊόν. Ωστόσο, χρειάζονται ακόμη πολλές μελέτες για να καταστεί κατανοητή η εν λόγω στρατηγική μάρκετινγκ υγιεινών τροφίμων και μακροπρόθεσμη επίδραση αναγνωρισμένων χαρακτήρων καρτούν στις διατροφικές συνήθειες των παιδιών σε διαφορετικές συνθήκες (Ogle, A. et al, 2017).

Κλείνοντας την παρούσα ενότητα είναι αναγκαίο να σημειώσουμε κάποια σημαντικά σημεία, δηλαδή να αναφερθούμε στον άλλοτε σύμμαχο και άλλοτε εχθρό των υγιεινών τροφίμων, τα καρτούν. Αλλά και στο μάρκετινγκ που ενίοτε ενθαρρύνει τα παιδιά ή και το αντίστροφο.

1.5 Η τηλεόραση ως παράγοντας διαμόρφωσης των σημερινών διατροφικών διαταραχών

Πέρα από την έρευνα σε σχέση με το παιδί, είναι γνωστό και αποδεδειγμένο ότι υπάρχει άρρηκτη σχέση μεταξύ την άσκησης και της διατροφής όχι μόνο για ένα ορθό αποτέλεσμα κατά τη διάρκεια προγράμματος διατροφής για την απώλεια βάρους, αλλά εν γένει. Εξαίρεση στα προηγούμενα δεν αποτελεί και η συγκεκριμένη περίπτωση που εξετάζεται, δηλαδή αυτή των παιδιών, όπου η διατροφή και η φυσική άσκηση επηρεάζουν βαθιά την υγεία και τη φυσική ευεξία των παιδιών. Για να καθοδηγηθούν ως προς την κατανάλωση των θερμίδων, τα παιδιά βασίζονται στους γονείς τους. Είναι σημαντικό, για να κατανοήσουμε αυτό το ζήτημα, να καταλάβουμε πώς οι οικογένειες καταφέρνουν να παρέχουν στα παιδιά τους καλή διατροφή και φυσική δραστηριότητα. Όταν τα μικρά παιδιά καταναλώνουν περισσότερες θερμίδες από όσες καίνε, αποθηκεύουν τις περιττές θερμίδες ως λίπος, αυξάνοντας έτσι τις πιθανότητες παχυσαρκίας. Το πρόβλημα της παιδικής παχυσαρκίας έχει γίνει ευρέως διαδεδομένο ιδιαίτερα στις ανεπτυγμένες χώρες. Για παράδειγμα, έρευνα έχει δείξει ότι το

26% των παιδιών στον Καναδά, ηλικίας 2 έως 17 ετών, είναι υπέρβαρα ή παχύσαρκα. Υπάρχουν άμεσες επιπτώσεις της παιδικής παχυσαρκίας, συμπεριλαμβανομένης της υψηλής χοληστερίνης και της υψηλής πίεσης που οδηγούν σε καρδιαγγειακά προβλήματα. Οι μελέτες δείχνουν ότι οι γονείς κατέχουν τον πρώτο ρόλο στην διατροφική πρόσληψη των παιδιών. Τυπικά, οι γονείς διαλέγουν τι και πότε θα τρώνε τα παιδιά τους στην προσχολική ηλικία και ακόμα και αν τα παιδιά δεν είναι ανεκτικά στις νέες επιλογές, οι γονείς μπορούν να επιβληθούν αν επιμείνουν. Τα Μέσα Ενημέρωσης έχουν, επίσης, σημαντικό ρόλο στο να καθορίζουν τις διατροφικές επιλογές σε αυτές τις ηλικίες. Πράγματι, η συσκευασία και η διαφήμιση των τροφίμων έχει αρχίσει να επικεντρώνεται όλο και πιο αισθητά στα παιδιά. Για παράδειγμα, οι διαφημίσεις δημητριακών, δίνουν έμφαση συχνά στην επιλογή των γεύσεων ή των χρωμάτων στο φαγητό, φτάνοντας πολλές φορές σε σημείο να συμπεριλαμβάνουν παιχνίδια στις συσκευασίες για να προσελκύσουν τα παιδιά. Όπως είναι λογικό, τα παιδιά θα αποζητήσουν περισσότερο ένα προϊόν σαν αυτό βασιζόμενα στη διαφήμιση, παρά βασιζόμενα στη γνώση τους για το τι καθιστά τη διατροφή τους θρεπτική. Είναι γνωστό πλέον ότι τόσο η τηλεόραση όσο και οι υπολογιστές επηρεάζουν τη διατροφική πρόσληψη των παιδιών. Ο λόγος είναι ότι πολύ συχνά, τα παιδιά θέλουν να τρώνε ανθυγιεινά σνακ την ώρα που παρακολουθούν κάποιο τηλεοπτικό πρόγραμμα ή παίζουν στον υπολογιστή. (Bevan, A. et al, 2011). Η τηλεόραση αυξάνει ακόμα πιο πολύ το πρόβλημα όταν προβάλλει φιγούρες που έχουν χαμηλές διατροφικές συνήθειες. (Bevan, A. et al, 2011). Παρά τις προσπάθειες που καταβάλλουν οι γονείς για να ενθαρρύνουν τη σωστή διατροφή των παιδιών τους, πολλές φορές διαμαρτύρονται ότι ελλείψει χρόνου δεν μπορούν πάντα να είναι βέβαιοι ότι αυτά τρώνε κατάλληλα. Εκτός από τη διατροφική πρόσληψη, σημαντικός είναι και ο παράγοντας της σωματικής άσκησης. Μία συγκριτική μελέτη στον Καναδά αναφέρει ότι περισσότερο η έλλειψη άσκησης παρά η αυξημένη διατροφική πρόσληψη, ευθύνεται για τα υπέρβαρα παιδιά. Παρόλο που τα επίπεδα φυσικής δραστηριότητας έχουν αυξηθεί από το 1994, το 82% των παιδιών στον Καναδά δεν είναι ακόμα σωματικά αρκετά δραστήρια ώστε να φτάσουν τις διεθνείς κατευθυντήριες γραμμές για την ιδανική ανάπτυξη και εξέλιξη. Η σύνδεση συχνά γίνεται μεταξύ του ποσοστού καθιστικής δραστηριότητας και πρόσληψης βάρους στα παιδιά προσχολικής ηλικίας. Για παράδειγμα, τα παιδιά από 2 έως 5 ετών παρακολουθούν περισσότερο από 25 ώρες τηλεοπτικών προγραμμάτων σε εβδομαδιαία βάση (Bevan, A. et al, 2011). Άρα, ακόμα και αν οι γονείς προσπαθούν να εμμένουν στην επιλογή σωστών τροφών, ακόμα και αν προσπαθούν να ωθήσουν τα παιδιά στην άθληση προς αποφυγή προβλημάτων υγείας, σπουδαίο ρόλο πάντοτε κατέχει το περιεχόμενο των τηλεοπτικών προγραμμάτων στο

οποίο το παιδί εκτίθεται, καθώς παρατηρείται ότι τα παιδιά περνούν μία από τις επτά ημέρες της εβδομάδας παρακολουθώντας καρτούν και διαφημίσεις.

Η κατανάλωση μικρών γευμάτων, «σνακ», είναι μια σύνθετη συμπεριφορά η οποία μπορεί να επηρεάζεται από τα Μέσα ψυχαγωγίας. Οι έρευνες έχουν δείξει ότι η κατανάλωση σνακ και ανθυγιεινών τροφίμων παρατηρείται συχνά κατά τη μετάδοση προγραμμάτων που απευθύνονται στα νεαρά κοινά. (Eisenberg, M. et al, 2016).

Τα παιδιά και οι έφηβοι μπορεί να σχηματίσουν «ψευδο-φιλίες» με τους τηλεοπτικούς χαρακτήρες και να τους παρακολουθούν ως πρότυπα συμπεριφοράς. Εξετάζοντας τρεις κατηγορίες προγραμμάτων, τις κωμωδίες, τα κινούμενα σχέδια και το δράμα, τα κινούμενα σχέδια είχαν σημαντικά περισσότερες πιθανότητες να απεικονίζουν την υπερβολική κατανάλωση σνακ (37.5%) συγκριτικά με τις κωμωδίες (2.8%) και το δράμα (0%). Τα νέα παιδιά βιώνουν ένα περιβάλλον τηλεοπτικών μέσων τα οποία παρουσιάζουν ως ομαλές συμπεριφορές την κατανάλωση σνακ και ανθυγιεινών φαγητών, γεγονός το οποίο αναμένεται ότι συμβάλλει στις ανθυγιεινές διατροφικές συμπεριφορές μεταξύ των θεατών. Η πιο συχνή κατανάλωση σνακ μεταξύ των παιδιών και των εφήβων στην τηλεόραση (και υψηλότερα ποσοστά σε προγράμματα που απευθύνονται στο νεαρό κοινό) μπορεί να δημιουργήσουν έναν κανόνα κατανάλωσης σνακ, ειδικά μεταξύ των νέων χαρακτήρων που μπορεί να είναι οι πιο σημαντικοί τηλεοπτικοί “συνομήλικοι” των νέων θεατών. Τέτοιες εικόνες συντελούν στις προσδοκίες φτωχής διατροφικής πρόσληψης σε πληθυσμούς που έχουν ήδη υψηλό επιπολασμό παχυσαρκίας και μπορεί να προωθούν αρνητικά στερεότυπα (Eisenberg, M. et al, 2016).

Κάθε χρόνο στις ΗΠΑ, τα παιδιά ξοδεύουν σχεδόν 1.250 ώρες βλέποντας τηλεόραση – περισσότερο χρόνο από όσο ξοδεύουν στο σχολείο ή στην αλληλεπίδραση με τους γονείς τους. Στην πραγματικότητα, η μόνη δραστηριότητα όπου τα παιδιά αφιερώνουν μεγάλο μέρος του χρόνου τους είναι ο ύπνος. Ο αντίκτυπος της τηλεόρασης χρίζει ιδιαίτερης μέριμνας, καθώς τα παιδιά είναι ιδιαίτερα ευαίσθητα και δυσκολεύονται να ερμηνεύσουν τις τηλεοπτικές πληροφορίες ή να διακρίνουν την πραγματικότητα από τη φαντασία. Επιπλέον, θεωρούν την

τηλεόραση ως πηγή πραγματικών πληροφοριών και αποκτούν ενστικτωδώς την επιθυμία να μιμηθούν τις συμπεριφορές που παρατηρούν. Επίσης, η ενεργός ανάμειξη των παιδιών με την τηλεόραση έχει σημαντικές επιπτώσεις στη γνωστική, συναισθηματική και κοινωνική εξέλιξή τους. Το ποσοστό κατά το οποίο επηρεάζονται κατά την εξέλιξή τους ενδέχεται να συνδέεται και με το ποσοστό χρόνου που μένουν εκτεθειμένα σε αυτό το πανίσχυρο μέσο, την τηλεόραση. (Byrd-Berdbenner, C., et al, 2003). Ο χρόνος που επενδύουν στην παρακολούθηση τηλεόρασης σημαίνει ότι αυτό το μέσο είναι ένα δυσανάλογα μεγάλο πληροφοριακό μοντέλο συμπεριφοράς για τα παιδιά. Για το λόγο αυτό είναι μείζονος σημασίας οι επαγγελματίες στο χώρο της υγείας να έχουν επίγνωση των μηνυμάτων υγείας που είναι ενσωματωμένα στα τηλεοπτικά προγράμματα. Οι μελέτες για το εν λόγω ζήτημα έχουν επικεντρωθεί κυρίως σε συγκεκριμένα μηνύματα υγείας (δηλαδή εκείνα που σχετίζονται με τη διατροφή, το κάπνισμα, το αλκοόλ, την ψυχική υγεία, την ασφάλεια ή το φύλο). Λίγες μελέτες έχουν δώσει ένα ολοκληρωμένο αποτέλεσμα για τα μηνύματα υγείας και ακόμα λιγότερες έχουν επικεντρωθεί σε τηλεοπτικά προγράμματα μεγάλης διάρκειας που είναι δημοφιλή σε μεγάλα παιδικά ακροατήρια. Παίρνοντας ως παράδειγμα δύο τηλεοπτικά προγράμματα αμερικανικής παραγωγής, *“The Cosby Show”* και *“Family Matters”*, παρατηρούμε ότι εμπεριέχονται στα σενάρια τους μηνύματα κατά του αλκοόλ. Οι έφηβοι τηλεθεατές εξέφρασαν μεγάλο ενδιαφέρον για αυτά τα επεισόδια και αξιολόγησαν την αξιοπιστία τους ως υψηλή. Τα εν λόγω προγράμματα παρουσιάζουν και άλλα θέματα υγείας, όπως το AIDS, ο καρκίνος του μαστού, η χρήση ναρκωτικών και το κάπνισμα. Η δυνατότητα χρησιμοποίησης της ψυχαγωγικής τηλεόρασης για τη μετάδοση σημαντικών πληροφοριών υποδεικνύει ότι οι επαγγελματίες στο χώρο της υγείας πρέπει να δημιουργήσουν μια σχέση συνεχούς επαφής με τους τηλεοπτικούς σεναριογράφους. Έχουν παρατηρηθεί τελευταία βέβαια κάποιες τέτοιου είδους προσπάθειες. Για παράδειγμα, ορισμένοι ερευνητές έχουν αναφερθεί σε στρατηγικές τις οποίες χρησιμοποίησαν για να επηρεάσουν επιτυχώς τους σεναριογράφους 13 προγραμμάτων του Χόλυγουντ, ώστε εκείνοι να προσθέσουν στο σενάριό τους αποσπάσματα σχετικά με τη σημασία των εμβολιασμών. Η τηλεόραση διαδραματίζει σταθερό ρόλο στην καθημερινή ζωή εκατομμυρίων παιδιών. Συνεπώς, πρέπει να αναγνωρίζεται ως σημαντική πηγή υγιούς πληροφόρησης και επιρροής στις πρακτικές υγείας. Ο ρόλος της ως υποκατάστατο των παιδαγωγών υγείας καθιστά επιτακτική την ανάγκη για τους επαγγελματίες σε αυτό τον χώρο να γνωρίζουν τα εκπαιδευτικά ή μη μηνύματα που εκπέμπει η τηλεόραση και να αναπτύσσουν ευκαιρίες για τους μαθητές ώστε να αξιολογούν πιο αποτελεσματικά και με ακρίβεια τα μηνύματα που εμπεριέχονται σε αυτή (Byrd-Berdbenner, C., et al, 2003).

Είναι βέβαιο ότι σε περίπτωση που συνδυαστούν παραγωγικά και δίχως υπερβολές οι ειδικοί στην διατροφή και οι τηλεοπτικοί παραγωγοί είναι πολύ πιθανό πολλά περισσότερα ζητήματα-κλειδιά ή ζητήματα-ταμπού να καταφέρουν να αποδοθούν με τρόπο που να δημιουργηθεί ένα παραγωγικό αποτέλεσμα το οποίο θα μπορεί να επηρεάσει θετικά εφήβους και παιδιά.

1.6 Φυσική δραστηριότητα, παιδική παχυσαρκία και τηλεθέαση

Λαμβάνοντας υπ' όψιν ότι το ζήτημα της φυσικής δραστηριότητας, ερχόμαστε να προσθέσουμε μία ποιοτική συγκριτική μελέτη, η οποία ερεύνησε τον τρόπο αντίληψης της φυσικής δραστηριότητας από παιδιά 11 έως 15 ετών. Η φυσική δραστηριότητα αποτελεί ένα φαινόμενο το οποίο είναι δύσκολο να εκτιμηθεί και να μετρηθεί. Οι δραστηριότητες τείνουν να αλλάζουν με τη ημέρα, την εβδομάδα ή την εποχή. Επίσης σημαντικό ρόλο έχει το περιβάλλον (εσωτερικός ή εξωτερικός χώρος και περιβαλλοντικές συνθήκες), καθώς επηρεάζουν τη δαπάνη της ενέργειας. Για την πραγματοποίηση της μελέτης χρησιμοποιήθηκε μια αναπτυξιακή αντίληψη του Vygotsky, ο οποίος πρότεινε ότι για τη μελέτη της παιδικής αντίληψης θα πρέπει να εργαζόμαστε με τα παιδιά στο δικό τους περιβάλλον, παρέχοντάς τους ένα χώρο όπου θα μπορούν πιο εύκολα να εκφράζουν τις σκέψεις τους. Τα παιδιά ερωτήθηκαν σχετικά με τις καθημερινές τους δραστηριότητες και οι απαντήσεις τους συμπεριελάμβαναν διαφορετικές δραστηριότητες, από το να πηγαίνουν απλώς στο σχολείο μέχρι κάποια από τα αγαπημένα τους αθλήματα (βόλεϊ, τρέξιμο και παιχνίδι). Στην ερώτηση για το τι θεωρούν ότι είναι η φυσική δραστηριότητα, οι περισσότερες απαντήσεις έδειξαν ότι η σωματική κίνηση ή δραστηριότητα αντιστοιχούν στο μυαλό των παιδιών ως φυσική δραστηριότητα (Pearce, P. et al, 2008).

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο επιπολασμός της παιδικής παχυσαρκίας έχει αυξηθεί από τη δεκαετία του 1980 σε όλες σχεδόν τις χώρες για τις οποίες υπήρχαν διαθέσιμα δεδομένα. Αν και η αιτία αυτής της αύξησης δεν είναι απλή, ένας παράγοντας που βρίσκεται στο επίκεντρο

είναι το «τοξικό» περιβάλλον που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη κοινωνία. Καθορίζοντας αυτό το περιβάλλον, οι ερευνητές έχουν εντοπίσει εικόνες υψηλής περιεκτικότητας σε λιπαρά και υψηλά επίπεδα ζάχαρης. Το ονομαζόμενο «γρήγορο φαγητό» (fast food) ή «ανθυγιεινό φαγητό» (junk food) αποτελεί βασικό στοιχείο. Δεδομένου ότι η συχνότητα των υπέρβαρων παιδιών ηλικίας κάτω από 5 ετών έχει αυξηθεί σημαντικά, με 22 εκατομμύρια παιδιά παγκοσμίως σε αυτή την ηλικία να είναι σε επικίνδυνο βαθμό υπέρβαρων, υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον ως προς τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζονται τα τρόφιμα στα τηλεοπτικά προγράμματα που απευθύνονται σε πολύ μικρά παιδιά. Οι έρευνες έχουν κυρίως επικεντρωθεί στο περιεχόμενο των διαφημίσεων τροφίμων με στόχο τα παιδιά. Σε γενικές γραμμές, αυτές οι μελέτες έχουν δείξει ότι οι διαφημίσεις τροφίμων κυριαρχούνται από τρόφιμα με υψηλή περιεκτικότητα σε θερμίδες και χαμηλή θρεπτική αξία. Επίσης αυτά τα διαφημιστικά μπορούν να επηρεάσουν τις διατροφικές προτιμήσεις των παιδιών και την κατανάλωσή τους. Συνολικά, τα παιδιά που παρακολουθούν περισσότερη τηλεόραση τείνουν να αποζητούν περισσότερο τα διαφημιζόμενα προϊόντα (τρόφιμα και ροφήματα) και να καταναλώνουν περισσότερες θερμίδες. Παρακολουθώντας τις διαφημίσεις τροφίμων, συγκεκριμένα, έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζει τις προτιμήσεις των παιδιών προσχολικής ηλικίας και αυξάνει την πρόσληψη θερμίδων μεταξύ των παιδιών ηλικίας 5-7 ετών. Τα παχύσαρκα παιδιά, ενδέχεται στην πραγματικότητα να είναι πιο ευαίσθητα στις διαφημίσεις τροφίμων. Σε αντίθεση με τα πιο αδύνατα παιδιά, μπορούν ευκολότερα να αναγνωρίσουν τις διαφημίσεις αυτές και τείνουν να καταναλώνουν περισσότερο φαγητό μετά την έκθεση στο διαφημιστικό μήνυμα. (Radnitz, C., et al, 2008)

Η παιδική παχυσαρκία έχει καταδειχθεί ως ένα πολύ σοβαρό πρόβλημα της δημόσιας υγείας. Τα τελευταία χρόνια και σε όλο τον κόσμο, έχουν αυξηθεί σημαντικά τα ποσοστά του υπέρβαρου και του παχύσαρκου στην παιδική ηλικία. Πιο συγκεκριμένα, το 2013 περίπου το 25% των παιδιών στις ανεπτυγμένες χώρες αλλά και το 10% στις αναπτυσσόμενες χώρες έχει υπέρβαρο ή παχυσαρκία σύμφωνα με το ΔΜΣ. Το γεγονός αυτό έχει εγείρει το ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας, καθότι τα παιδιά με παχυσαρκία είναι σε αυξημένο κίνδυνο να γίνουν παχύσαρκοι ενήλικες. Έτσι, έχουν αυξημένο κίνδυνο εμφάνισης υπέρτασης, σακχαρώδη διαβήτη τύπου 2 αλλά και σχετιζόμενων με την παχυσαρκία κλινικών παθήσεων όπως τα καρδιαγγειακά νοσήματα αλλά και το μεταβολικό σύνδρομο (Hassapidou, et al., 2017)

Σε αρκετά μεγάλες μελέτες όπως, έχει καταδειχθεί συσχέτιση μεταξύ των ωρών τηλεθέασης και κίνδυνο εμφάνισης παχυσαρκίας και διαβήτη τύπου 2 αλλά και άλλων μεταβολικών επιπλοκών σχετιζόμενων με την παχυσαρκία. Τέτοιες μεταβολικές επιπλοκές είναι η υπερτριγλυκερολαιμία και η αυξημένη κοιλιακή παχυσαρκία (waist- hip ratio) (Boulos, et al., 2012). Εκτός όμως από τον κίνδυνο εμφάνισης παχυσαρκίας, οι ώρες τηλεθέασης έχουν συσχετιστεί με αυξημένο ΔΜΣ και μειωμένη φυσική δραστηριότητα. Σε μεγάλη προοπτική μελέτη στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, εξετάστηκαν συμπεριφορικοί παράγοντες σχετιζόμενοι με το ΔΜΣ των παιδιών, όπως η δίαιτα, η φυσική δραστηριότητα και η τηλεθέαση. Από τα αποτελέσματα της μελέτης έγινε φανερό ότι μία ώρα αύξηση στην τηλεθέαση συσχετίζεται με την αύξηση του ΔΜΣ κατά 0,04 kg/m² στο δείγμα των παιδιών της μελέτης, ανεξάρτητα από το αν είχαν επιπλέον βάρος πριν (Jackson & Cunningham, 2017).

Τόσο τα παιδιά όσο και οι έφηβοι διαθέτουν αρκετό από το χρόνο τους μπροστά από την οθόνη της τηλεόρασης. Ως εκ τούτου, το κοινό αυτό έρχεται σε καθημερινή βάση σε επαφή με διαφημίσεις που περιέχουν τοποθέτηση διατροφικών προϊόντων και ροφημάτων. Η πιθανή επίδραση αυτής της έκθεσης στις διαφημίσεις φαίνεται να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο βραχυπρόθεσμα στις διατροφικές επιλογές και επιθυμία απόκτησης συγκεκριμένων προϊόντων που διαφημίζονται. Υπάρχουν όμως ενδείξεις ότι και μακροπρόθεσμα υπάρχουν επιδράσεις, κυρίως στην κατάσταση της υγείας των παιδιών, μέσω του αυξημένου δείκτη μάζας σώματος και άρα του υπέρβαρου και της παχυσαρκίας (Arcan, et al., 2013)

Ακόμα και από την εποχή του Ζαν Πιαζέ είχε γίνει αντιληπτό, ότι τα παιδιά είναι δυνατό να είναι αρκετά επιρρεπή στην επίδραση που ασκεί σε αυτά η τοποθέτηση τροφίμων μέσω των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Ακριβώς επειδή ακόμα αναπτύσσουν τις ικανότητες της αναλυτικής γνωστικής τους ικανότητας και του συστήματος πεποιθήσεών τους (Naderer, et al., 2017).

2 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

2.1 Μεθοδολογία

2.1.1 Σκοπός Έρευνας

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής διατριβής είναι η αποτίμηση του περιεχομένου των παιδικών σειρών κινουμένων σχεδίων αναφορικά με τα οπτικά σχόλια, τις ατάκες/ διαλόγους που προβάλλονται και σχετίζονται με την τροφή αλλά και την ευεξία. Από τη συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε βρέθηκε ότι τα παιδιά, ειδικότερα μέσω των διαφημιστικών μηνυμάτων, λαμβάνουν ερεθίσματα σχετικά με την τροφή. Η διεθνής βιβλιογραφία όμως δεν έχει να καταδείξει κάποια δημοσιευμένη μελέτη που να εξετάζει συγκεκριμένα τους ήρωες των παιδικών σειρών που τα παιδιά έχουν κάποιες φορές ως πρότυπα. Όπως κατέδειξαν και οι Klein & Shiffman το 2005, τα κινούμενα σχέδια πιθανό να δημιουργούν πρότυπα για τα παιδιά επηρεάζοντας τη διατροφή και τη σωματική τους διάπλαση. Πιο πρόσφατα, οι Ogle A et al το 2017 επιβεβαιώνουν την επίδραση των ηρώων καρτούν στις συσκευασίες τροφίμων. Σύμφωνα και με τα ανωτέρω ευρήματα διαπιστώνεται ότι η βιβλιογραφία δείχνει κάποια επίδραση των ηρώων κινουμένων σχεδίων στις διατροφικές επιλογές των παιδιών. Αλλά έως σήμερα δεν έχει γίνει έρευνα σχετικά με το τι προβάλλουν οι ήρωες στις σειρές που πρωταγωνιστούν. έτσι προέκυψε η ανάγκη για την πραγματοποίηση της παρούσας μελέτης.

2.1.2 Δείγμα

Συνολικά εξετάστηκαν 100 επεισόδια δημοφιλών παιδικών σειρών. Πιο συγκεκριμένα, οι παιδικές σειρές που εξετάστηκαν και οι σημαντικότεροι ήρωές τους είναι οι παρακάτω:

1. Lazy town με ήρωες τους: Ζίγκυ, Πίξελ, Σπόρτακους, Στέφανη, Τρίξυ, Ρόμπιν Ρότεν, Στίνκυ.
2. Tom & Jerry με ήρωες τους: Τζέρυ, Τομ
3. Tutenstein με ήρωες τους: Τούτενσταιν, Κλειώ
4. Οι Πιγκουίνοι της Μαδαγασκάρης με ήρωες τους: Ρίκο, Κοβάλσκι, Σκίπερ, Πριβέιτ
5. Dora the explorer με ήρωες τους: Ντόρα, Μπούτς
6. Teen Days με ήρωες τους: Σάρα, Λίο, Ίζαμπελ, Λένι, Μαξ, Τόμυ
7. Jewelpet με ήρωες τους: Ακάρι, Ρούμπι
8. Ben Ten με ήρωες τους: Μπεν, Γκουέν, Κέβιν
9. Πριγκίπισσες Γοργόνες (Mermaid Melody Pichi Pichi Pitch) με ήρωες τους: Λουτσία, Χάνον, Ρίνα
10. Μπομπ Σφουγγαράκης (Spongebob Square Pants)

Από κάθε παιδική σειρά κινουμένων σχεδίων εξετάστηκαν δέκα επεισόδια. Για το κάθε επεισόδιο ο ερευνητής συμπλήρωνε ερωτηματολόγιο αποτελούμενο από επτά ερωτήσεις. Παρακάτω παρατίθεται η λίστα των 100 επεισοδίων των παιδικών σειρών κινουμένων σχεδίων που εξετάστηκαν.

LAZY TOWN

Πρόσκοποι για κλάματα

Καλωσήρθατε στην τεμπελοχώρα

Μηχανή γλυκών

Ποδοσφαιρικός Αγώνας

Κλάψε Δεινόσαυρε

Το δεντρόσπιτο

Ντος ήρωας στη Lazy town

Η πιο τεμπέλικη πόλη

Μια φορά και ένα καιρό

Ο μπλε ιππότης

TOM&TZERY (ΟΙ 12 ΙΣΤΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΜ ΚΑΙ ΤΖΕΡΥ)

Το τραγούδι του φοβισμένου γάτου

Η φοβερή Τίκυ

Δεινο μπελάδες

Το κτίριο της καταστροφής

Τενεκεδόγατος του αύριο

Η μάχη των μηχανικών εργαλείων

Μέσα στον τάφο

Τομκατ σούπερσταρ

Ο Τομ στο γυμναστήριο

Νυχτερίδα στον νότο

TUTENSTEIN

Το ξύπνημα

Fearless

The comeback kid

ΚΑΤΑΡΑ ΤΟΥ ΦΑΡΑΩ Κατάρρα του Φαραώ

Ο βασιλιάς του Μέμφις

Tut' s little problem

The shadow cobbler

I did it my way

The day of the undead

Cleo's catastrophe

ΠΙΓΚΟΥΙΝΟΙ ΤΗΣ ΜΑΔΑΓΑΣΚΑΡΗΣ

Αιχμάλωτος του Φλας

Κρυμμένη δύναμη

Επιχείρηση κούκλες και κάλυψη

Happy king Julien day

Haunted

Ώρα για φαγητό

Στεμματομανία

Μπλεγμένοι στο δίκτυο

Δυο πόδια μα ποια πόδια

Ο νικητής τα παίρνει όλα

DORA THE EXPLORER (dvd οι χρυσοί εξερευνητές, 1 γράμμα για την κλέφτρα αλεπού, το κόκκινο πυροσβεστικό)

1 γράμμα για την κλέφτρα αλεπού

Το ζώακι του σχολείου

Η Ντόρα γιατρός

Η γιορτή της μητέρας

Ο χαμένος χάρτης

Ο ευτυχισμένος γερογκρινιάρης

Το κόκκινο πυροσβεστικό

Το κομμάτι που λείπει

Το μαγικό ραβδί

Σουπερ χάρτης

TEEN DAYS

Music School

Αναζήτηση χορού για πρόβα

Τόμυ το 6^ο μέλος

Talent show

Τα γενέθλια της Ιζαμπέλ

Ρωμαίος και Ιουλιέτα

Δίψα για ελευθερία

Όνειρα προς πώληση

Ο αντίζηλος

Ένα ξεχωριστό κορίτσι

JEWELPET

Akary & Ruby

The jewel of dreams
Lambra's secret
Mirria's magic
Shrunken and vanished
Τρέλα του Shopping
The magic of the moon
Ding dong bell
The first exam
The mysterious night

BEN 10

Ben 10 returns 1
Ben 10 returns 2
Everybody talks about the weather
Kevin's big score
All that glitters
Max out
Peer pressure
What are little girls made of
The gauntlet
The paradox

PITCHIE PITCHIE PITCH

Τα δάκρυα του Μαργαριταριού
Ανομολόγητα συναισθήματα
Μπερδεμένες σκέψεις
Η μοναχική πριγκίπισσα
Ένα παγωμένο φιλί
Το φως της αγάπης
Η ζήλια της γοργόνας
Παγωμένα συναισθήματα
Κλεμμένη Μελωδία

Εικόνες του παρελθόντος

SPONGEBOB SQUARE PANTS

Τα παπούτσια σου είναι λυμένα

Το ρεπό του Καλαμάρη

Κάτι μυρίζει

Οι μπότες του αφεντικού

Ροζ μεγάλη αποτυχία

Φίλος Φούσκα

Πεθαίνοντας για πίτα

Imitation krabs

Wordbuy

Χαμός για «πάτυ»

Ερωτήσεις που εξετάστηκαν:

Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν στην παρούσα διπλωματική διατριβή, ήταν επικεντρωμένες στην τροφή και την ευεξία. Πιο συγκεκριμένα ήταν οι παρακάτω:

1. Ο ήρωας κάνει επιλογές διατροφής με σκοπό τη διατήρηση και προαγωγή της υγείας του;
2. Υπάρχουν σκηνές κατά τη διάρκεια του επεισοδίου όπου αποδίδεται στην τροφή ή/και την κατανάλωσή της η καλή ψυχολογική κατάσταση;
3. Υπάρχουν σκηνές κατά τη διάρκεια του επεισοδίου όπου αποδίδεται στην τροφή ή/και την κατανάλωσή της η κακή ψυχολογική κατάσταση;
4. Κατά τη διάρκεια του επεισοδίου ο ήρωας εκφράζει κάποιον ισχυρισμό υγείας ο οποίος προβάλλει/ συσχετίζει την κατανάλωση συγκεκριμένων τροφών ως ευεργετικών για την καλή υγεία και σωματική ανάπτυξη;
5. Ο ήρωας προσπαθεί να ελέγξει το βάρος σώματός του με την κατανάλωση συγκεκριμένων ομάδων τροφίμων;
6. Ο ήρωας φαίνεται να αποφεύγει ή/και να περιορίζει κάποια τρόφιμα για λόγους ελέγχου του βάρους του;

7. Ο ήρωας αναφέρει/ συσχετίζει τα οφέλη της διατροφής με τη γενικότερη ψυχική/ σωματική ευεξία;

Οι απαντήσεις στα παραπάνω ήταν ναι/ όχι. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε περίπτωση θετικής απάντησης σε κάποια από τις παραπάνω ερωτήσεις, ο ερευνητής κατέγραφε συγκεκριμένα οπτικά ή λεκτικά σχόλια αναφορικά με το θέμα της ερώτησης. Στο τέλος της καταγραφής, έγινε συγκέντρωση και καταμέτρηση των θετικών και αρνητικών απαντήσεων όπως επίσης και των οπτικών ή λεκτικών σχολίων που καταγράφηκαν. Τα αποτελέσματα από την ποιοτική ανάλυση παρουσιάζονται τόσο σε ενοποιημένους πίνακες για την κάθε ερώτηση, όσο και σε μορφή ανοιχτού κειμένου. Τέλος, έγινε συσχέτιση των αποτελεσμάτων ανάλογα με το προφίλ σωματικού βάρους και φυσικής δραστηριότητας του ήρωα.

Το προφίλ του ήρωα που αναφέρεται παραπάνω, συμπληρώθηκε σε ξεχωριστό τμήμα του ερωτηματολογίου. Αφού ο ερευνητής παρακολούθησε και τα δέκα επεισόδια της κάθε παιδικής σειράς κινουμένων σχεδίων συμπλήρωσε το προφίλ για τον κάθε ένα κεντρικό ήρωα της σειράς ξεχωριστά.

2.2 Αποτελέσματα

Έπειτα από την προβολή των επεισοδίων των παιδικών σειρών κινουμένων σχεδίων, παρατίθενται παρακάτω τα αποτελέσματα από την ανάλυση εξ' αυτών.

Στοιχεία που εξετάστηκαν:	Αριθμός επεισοδίων όπου καταγράφηκε (παρουσία ή

	μη) το υπό εξέταση ερώτημα	
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
1. Ο ήρωας κάνει επιλογές διατροφής με σκοπό την διατήρηση και προαγωγή της υγείας του?	5	95
2.Υπάρχουν σκηνές κατά την διάρκεια του επεισοδίου όπου αποδίδεται στην τροφή ή /και την κατανάλωσή της η καλή ψυχολογική κατάσταση?	19	81
3.Υπάρχουν σκηνές κατά την διάρκεια του επεισοδίου όπου αποδίδεται στην τροφή ή /και την κατανάλωσή της η κακή ψυχολογική κατάσταση?	9	91
4.Κατά την διάρκεια του επεισοδίου ο ήρωας εκφράζει κάποιον ισχυρισμό υγείας ο οποίος προβάλλει/συσχετίζει την κατανάλωση συγκεκριμένων τροφών ως ευεργετικών για την καλή υγεία και σωστή σωματική ανάπτυξη?	8	92
5.Ο ήρωας προσπαθεί να ελέγξει το βάρος σώματος του με την κατανάλωση συγκεκριμένων ομάδων τροφίμων?	1	99
6.Ο ήρωας φαίνεται να αποφεύγει ή/και να περιορίζει κάποια τρόφιμα για λόγους ελέγχου του βάρους του?	5	95
7.Ο ήρωας αναφέρει/ συσχετίζει τα οφέλη της διατροφής με την γενικότερη ψυχική /σωματική ευεξία?	4	96

Πίνακας 1: Ποσοτικά αποτελέσματα

Στον παραπάνω πίνακα διαφαίνονται τα αποτελέσματα των ερωτημάτων που εξετάστηκαν. Οι ερωτήσεις όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας είναι επτά. Με μία πρώτη ματιά μπορούμε να δούμε ότι υπάρχουν θετικές απαντήσεις στις έξι από τις επτά ερωτήσεις. Αναλυτικότερα λοιπόν, από τα στοιχεία που υπάρχουν στον πίνακα 1 μπορούμε να εξάγουμε τα εξής αποτελέσματα:

Στην πρώτη ερώτηση εξετάστηκε το αν ο ήρωας της σειράς κάνει επιλογές διατροφής με σκοπό τη διατήρηση και προαγωγή της υγείας του. Από το σύνολο των 100 επεισοδίων που παρακολουθήθηκαν, «ναι» στο ερώτημα αυτό καταγράφηκε στα 5 επεισόδια. Στο 5% των επεισοδίων λοιπόν του συνολικού δείγματος σε όλες τις σειρές που εξετάστηκαν, φάνηκε ότι υπάρχουν διατροφικές επιλογές με στόχο τη διατήρηση και προαγωγή της υγείας των ηρώων. Έπειτα, στη δεύτερη ερώτηση εξετάστηκε η ύπαρξη ή μη σκηνών κατά τη διάρκεια του επεισοδίου όπου αποδίδεται στην τροφή ή και την κατανάλωσή της η καλή ψυχολογική κατάσταση των ηρώων. Συνολικά λοιπόν από τα 100 επεισόδια βρέθηκαν 19 τα οποία υπήρχε κάποια τέτοια αναφορά είτε μέσω οπτικού είτε μέσω λεκτικού σχολίου.

Αντίστοιχα, στο τρίτο ερώτημα της έρευνας, εξετάστηκε το ενδεχόμενο ύπαρξης σκηνών κατά τη διάρκεια των επεισοδίων όπου να αποδίδεται στην ίδια την τροφή ή και στην κατανάλωσή της η κακή ψυχολογική κατάσταση. Από τα 100 επεισόδια, θετική απάντηση σε αυτό το ερώτημα καταγράφηκε στο 9% εξ αυτών.

Η τέταρτη ερώτηση είχε ως στόχο να διερευνήσει το αν κατά τη διάρκεια του επεισοδίου υπήρχε από την πλευρά του ήρωα έκφραση ισχυρισμού υγείας ο οποίος είτε προβάλλει είτε συσχετίζει την κατανάλωση συγκεκριμένων τροφών ως ευεργετικών σε σχέση με την καλή υγεία και σωστή ανάπτυξη. Συνολικά από τα 100 εξεταζόμενα επεισόδια, τα 8 από αυτά είχαν τέτοια αναφορά.

Στην πέμπτη κατά σειρά ερώτηση εξετάζεται το αν ο ήρωας της σειράς προσπαθεί να ελέγξει το βάρος του σώματός του με την κατανάλωση συγκεκριμένων ομάδων τροφίμων. Θετικές απαντήσεις βρέθηκαν σε ένα επεισόδιο από τα 100.

Η πρόθεση του ήρωα να ελέγξει το βάρος του αποφεύγοντας ή /και περιορίζοντας κάποια τρόφιμα εξετάζεται στην έκτη ερώτηση. Από το σύνολο των 100 επεισοδίων, καταγράφηκε παρουσία του ερωτήματος προς εξέταση σε 5 από αυτά.

Τέλος, στην έβδομη ερώτηση εξετάζεται το αν υπάρχει αναφορά ή συσχετισμός του ήρωα της σειράς σε σχέση με τα οφέλη της διατροφής με τη γενικότερη ψυχική και σωματική ευεξία. Σε αυτή την ερώτηση από τα 100 επεισόδια στα 4 καταγράφηκε σχετική αναφορά.

Διαπιστώθηκε ότι οι σειρές κινουμένων σχεδίων προβάλλουν έστω και περιορισμένα, μηνύματα για αξίες που σχετίζονται με τα τρόφιμα και την ευεξία. Παρατηρήθηκε ότι κάποιες σειρές είχαν περισσότερες αναφορές για τα τρόφιμα ενώ κάποιες άλλες όχι. Πιο συγκεκριμένα, το lazy town, το teen days, το pitchie pitchie pitch αλλά και ο Spongebob square pants είχαν τις περισσότερες αναφορές από τις υπόλοιπες.

Οι αναφορές αυτές αφορούσαν υγιεινές επιλογές τροφίμων όπως τα φρούτα και τα λαχανικά αλλά και η κατανάλωση πρωινού κυρίως στο lazy town αλλά και το teen days. Από την άλλη πλευρά όμως αφορούσαν και ανθυγιεινές επιλογές όπως στο Spongebob square pants όπου η κατανάλωση ανθυγιεινών τροφίμων έναντι των πιο υγιεινών ήταν το πιο συνηθισμένο. Χωρίς αυτό να σημαίνει ότι ακόμα κι εκεί δεν υπήρχε κάποια αναφορά για διατροφή, όπως για παράδειγμα ότι ο Μπομπ κάνει δίαιτα για να είναι κομψός.

Επίσης σε κάποιες σειρές γινόταν φανερό η σχέση της ψυχολογικής κατάστασης με τα τρόφιμα είτε με αρνητικό είτε με θετικό πρόσημο. Σε επεισόδια λοιπόν κυρίως των παιδικών σειρών Dora the explorer, teen days, pitchie pitchie pitch υπήρχαν αναφορές που οι ήρωες

κατέφευγαν στο φαγητό λόγω κακής ψυχολογικής κατάστασης, είχαν κακή ψυχολογική κατάσταση από κατανάλωση συγκεκριμένων τροφίμων αλλά και χρήση φαγητού ως μέσω επιβράβευσης άρα και συσχέτισής του με την καλή ψυχολογική κατάσταση.

Οι αναφορές αυτές γίνονται καλύτερα αντιληπτές παρακάτω, όπου αναφέρονται τα λεκτικά αλλά και οπτικά σχόλια που καταγράφηκαν κατά την προβολή των επεισοδίων.

2.2.1 Οπτικά ή λεκτικά σχόλια:

Προχωρώντας, στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται όλα τα λεκτικά ή οπτικά σχόλια που καταγράφηκαν στις απαντήσεις στα υπό εξέταση ερωτήματα.

Λεκτικά ή Οπτικά σχόλια που καταγράφηκαν:
1. Ο ήρωας κάνει επιλογές διατροφής με σκοπό την διατήρηση και προαγωγή της υγείας του?
«A perfect way to start the day” στίβει και πίνει χυμό πορτοκάλι. Δεν τρώει γλυκά γιατί χάνει την ενέργειά του και γίνεται αδύναμος – Lazy town, Σπόρτακους Οπτικό: Τρώνε μήλα - Lazy town Ο Σπάρτακους τρώει μήλα – Lazy town, Σπόρτακους Ονομάζει Sports Candy τα λαχανικά και τα φρούτα που του δίνουν δύναμη – Lazy town, Σπόρτακους «Αν φάει όλα αυτά που λέει η Λουτσία, ο Καϊτό θα αρρωστήσει» – Pitchie pitchie pitch, Ρίκα «Τα πάτυ είναι με τυρί, ο Φούσκας δεν αντέχει τη λακτόζη, δεν μπορεί να φάει τυρί» – Spongebob square pants, Μπομπ

2.Υπάρχουν σκηνές κατά την διάρκεια του επεισοδίου όπου αποδίδεται στην τροφή ή /και την κατανάλωσή της η καλή ψυχολογική κατάσταση?

Η Στέφανη είναι λυπημένη που δεν έφαγε πρωινό και ο Σπόρτακους της έδωσε 1 μήλο και ήταν χαρούμενη - **Lazy town, Στέφανη & Σπόρτακους**

Πίνει κοκτέιλ από τυρί με 1 ελιά, μετά τρώει λαχανικά και χαμογελάει ευχαριστημένος –**Tom& Jerry, Τζέρι**

Πίνουν χυμούς καρύδας και χαίρονται –**Tom& Jerry, Τομ και Τζέρι**

Ο Τομ ταΐζει τον Τζέρι σταφύλια και χαμογελούν –**Tom& Jerry, Τομ και Τζέρι**

Στην αρχή του επεισοδίου ο Τομ βλέπει τηλεόραση τρώγοντας πίτσα, ποπ κορν και πίνει αναψυκτικά με εμφανές το πάχος του, όμως είναι χαρούμενος και ευχαριστημένος –**Tom& Jerry, Τομ**

Ο Μπούτς επιβραβεύει δίνοντας γλειφιτζούρια 2 φορές –**Dora the Explorer, Μπούτς**

Ο Μπούτς λέει: «Λατρεύω τα καρύδια, μου αρέσουν οι μπανάνες, τρελαίνομαι για σοκολάτα» και χοροπηδάει χαρούμενος –**Dora the Explorer, Μπούτς**

«Η μαμά μου είναι ευτυχισμένη με το κέικ» –**Dora the Explorer, Ντόρα**

«Πρέπει να φτιάξει στον Καϊτό ένα πλούσιο γεύμα γιατί είναι πιεσμένος από τους αγώνες του Σερφ» –**Pitchie pitchie pitch, Λουσία**

«Σκέφτηκα να κατακτήσω τον Τάρο με ένα πλούσιο γεύμα» –**Pitchie pitchie pitch, Χάνον**

«Εμένα μου αρέσουν τα χάμπουργκερ και το ψητό κρέας με σάλτσα και τηγανιτές πατάτες» είπε εμφανώς χαρούμενη –**Pitchie pitchie pitch, Λουσία**

Ο Κύριος Καβούρης είναι μέσα σε ένα καρότσι από τηγανιτές πατάτες και είδη fast food όπου εμφανίζεται ένα χέρι με ένα πιρούνι και λέει μμμμ νόστιμο (χαρούμενα) – **Spongebob square pants, Κύριος Καβούρης**

Ο Μπομπ φτιάχνει όμορφες πάτυ, χρωματιστές και προσελκύει πολλούς πελάτες (τους κάνει χαρούμενους με τις πάτυ) –**Spongebob square pants, Μπομπ**

Τρώει ένα μεγάλο μπολ με παγωτό και είναι χαρούμενη –**Teendays, Σάρα**

Λένε ότι λείπει κάτι απαραίτητο για τα γενέθλια. Μόλις εμφανίζεται η τούρτα όλοι γίνονται πολύ ευτυχισμένοι –**Teendays**

«Εγώ όταν ζορίζομαι χαλαρώνω με ένα τεράστιο παγωτό, το λατρεύω!» -**Teendays, Τόμυ**

Παραγγέλνουν πίτσα και το απολαμβάνουν στο σπίτι του Λίο –**Teendays, Λίο**
 Μετά την πρόβα για επιβράβευση : παγωτό και σοκολάτα που απολαμβάνει –
Teendays, Λίο
 Αναπολεί τη γεύση μιας μαρμελάδας και χαμογελά ευτυχισμένη –**Teendays, Ιζαμπέλ**
 Τρώει παγωτό με φίλες για επιβράβευση. Είναι ευτυχισμένες –**Teendays, Ρούμπι**
 Γεμίζει ένα πιάτο με τούρτα, αλλαντικά, και ότι άλλο βρει στο ψυγείο και τα καταβροχθίζει. Το κάνει αυτό επειδή φαίνεται ότι δεν είναι καλά ψυχολογικά –**Lazy town, Σάρα**

3.Υπάρχουν σκηνές κατά την διάρκεια του επεισοδίου όπου αποδίδεται στην τροφή ή /και την κατανάλωσή της η κακή ψυχολογική κατάσταση?

Ο Μπεν δίνει χυμό στον Κέβιν και λέει ο Κέβιν: «Μπλιάχ τι αηδία έχει βάλει μέσα;», έπειτα έδειχνε κακόκεφος –**Ben ten, Κέβιν**

«Οι μπανάνες και τα κεράσια είναι βαρετά» –**Spongebob square pants, Μπόμπ**

«Τι είναι η σαλάτα; Αυτά είναι απαίσια», είναι εμφανώς δυσαρεστημένος –
Spongebob square pants, Μπόμπ

«Τι χαζός που είμαι, κάνω τη δίαιτα του σαμπουάν» είπε δυσαρεστημένος –
Spongebob square pants, Καλαμάρης

«Το ψυγείο είναι μόνιμα γεμάτο τούρτες» είπε φανερά δυσαρεστημένη –**Teendays, Σάρα**

Στο ψυγείο στο σπίτι του Λίο οι φίλοι του βρίσκουν σαλάτα και λαχανικά που δεν τα θεωρούν φαγητό, στεναχωριούνται –**Teendays, Λίο**

Δυσκολία στον ύπνο επειδή έχουν βαρυστομαχιάσει ο ήρωας και οι φίλοι του από το πολύ φαγητό λόγω της απουσίας των γονέων τους (πίτσες, γλυκά) και είναι ανήσυχοι –**Teendays, Λίο**

Ανία λόγω της πολλής ελευθερίας στην κατανάλωση ανθυγιεινών τροφών λόγω της απουσίας των γονιών του –**Teendays, Λίο**

Έντονη δυσαρέσκεια που όλες τις προηγούμενες ημέρες κατανάλωσε πίτσες και σοκολάτα –**Teendays, Λίο**

4.Κατά την διάρκεια του επεισοδίου ο ήρωας εκφράζει κάποιον ισχυρισμό υγείας ο οποίος προβάλλει/συσχετίζει την κατανάλωση συγκεκριμένων τροφών ως

ευεργετικών για την καλή υγεία και σωστή σωματική ανάπτυξη?
Τρώνε Πρωινό –Lazy town «Μήλα, το φυσικό φρούτο που χαρίζει ενέργεια» λέει, και δίνει ένα στη Μπέση και αφού το φάει λέει: «Νοιώθω τόσο δυνατή!» –Lazy town, Σπόρτακους & Μπέση Πήρε δυνάμεις τρώγοντας ένα μήλο –Lazy Town, Σπόρτακους Τρώνε καρότα –Lazy town «Θρεπτικό στιφάδο, πολλά λαχανικά, σκόρδο, κρεμμύδι, ωραίο κοτόπουλο για να του δώσει ενέργεια, φασολάκια σαλάτα, καπνιστό λουκάνικο και νάτσος με σάλτσα τυριού και μίλκ σέικ φράουλας με ακτινίδια» –Pitchie pitchie pitch, Λουσία Μαξ: Η μητέρα του, του λέει καθώς η ίδια πηγαίνει για πρωινό: Φάε κάτι πριν φύγεις και τρώει στα γρήγορα ένα κρουασάν (η μητέρα με την παράκλησή της αυτή, καταδεικνύει τη σημασία του πρωινού). Ο Μαξ επιλέγει να φάει ένα κρουασάν στα γρήγορα –Teen days, Μαξ «Φυλακή υψηλής χοληστερόλης» είπε για το μαγαζί που δουλεύει –Spongebob square pants, Μπομπ
5.Ο ήρωας προσπαθεί να ελέγξει το βάρος σώματος του με την κατανάλωση συγκεκριμένων ομάδων τροφίμων?
Επιλέγει σάντουιτς και όχι παγωτό γιατί λέει ότι κάνει δίαιτα –Teen days, Τόμυ
6.Ο ήρωας φαίνεται να αποφεύγει ή/και να περιορίζει κάποια τρόφιμα για λόγους ελέγχου του βάρους του?
Χάνον: «Τα καλά πράγματα θέλουν μικρές ποσότητες και στο φαγητό και στην αγάπη» και η Ρίνα συμφωνεί –Pitchie pitchie pitch, Χάνον & Ρίνα «Αν φάει όλα αυτά θα βουλιάξει με τη σανίδα του σερφ» –Pitchie pitchie pitch, Χάνον Τόμυ: «όχι παγωτό, κάνω δίαιτα» -Teen days, Τόμυ Πάτρικ: «Κάνεις δίαιτα Μπομπ;» Μπομπ: «Ναι, μου αρέσει να είμαι κομψός» - Spongebob square pants, Πάτρικ & Μπομπ

7.Ο ήρωας αναφέρει/ συσχετίζει τα οφέλη της διατροφής με την γενικότερη ψυχική /σωματική ευεξία?

Δήμαρχος: «Το πρωινό είναι το πιο σημαντικό γεύμα της ημέρας, έχει ασβέστιο και πρωτεΐνες, βιταμίνες, βιταμίνες Α και Β **–Lazy town**

«Πρέπει να τρώει περισσότερο γιατί είναι η νέα ηρωίδα της πόλης και χρειάζεται ενέργεια» **–Lazy town, Στέφανη**

«Όταν κάνεις κάποια δραστηριότητα πρέπει να πίνεις νερό» **–Lazy town, Στίγκυ**

Ο Μπουτς δίνει γλειφιτζούρια 2 φορές και λέει: «για να νοιώσεις καλύτερα» **–Dora the explorer, Μπουτς**

Πίνακας 2: Οπτικά ή λεκτικά σχόλια

2.2.2 Διατήρηση και προαγωγή της υγείας

Διαπιστώθηκε ότι οι σειρές κινουμένων σχεδίων προβάλλουν, έστω και περιορισμένα, μηνύματα για διατροφικές επιλογές με σκοπό τη διατήρηση και προαγωγή της υγείας. Πιο συγκεκριμένα, ο Σπόρτακους προβάλλει την αξία του πρωινού, του φρέσκου χυμού πορτοκαλιού για να ξεκινήσει κανείς τη μέρα του. Επίσης, αποφεύγει να καταναλώνει γλυκά καθώς χάνει την ενέργειά του και γίνεται αδύναμος. Ονομάζει “Sports Candy” τα λαχανικά και τα φρούτα γιατί όπως χαρακτηριστικά είπε του δίνουν δύναμη.

Από την άλλη πλευρά, στη σειρά κινουμένων σχεδίων Pitchie pitchie pitch, όταν η ηρωίδα Λουτσία θέλησε να κάνει ένα πολύ πλούσιο τραπέζι στον Καϊτό για ένα σημαντικό του αγώνα, η Ρίκα διαφώνησε και είπε ότι αν φάει όλα αυτά που προτείνει η Λουτσία, ο Καϊτό θα αρρωστήσει. Με τη δήλωσή της αυτή, η ηρωίδα Ρίκα θέλει να καταδείξει ότι ένα τόσο πλούσιο θερμιδικό γεύμα, θα επηρεάσει αρνητικά την υγεία του Καϊτό μη προάγοντας την υγεία του.

Αρκετά ενδιαφέρον είναι επίσης το γεγονός ότι σε σειρά κινουμένων σχεδίων που απευθύνεται σε παιδιά γίνεται αναφορά για τη δυσανεξία στη λακτόζη. Η σειρά αυτή είναι ο *Spongebob square pants* όπου ο Μπομπ αναφέρει χαρακτηριστικά ότι ο Φούσκας επειδή δεν αντέχει τη λακτόζη, δεν μπορεί να καταναλώσει πάτυ καθώς περιέχει τυρί. Άρα λοιπόν, η δήλωση αυτή γίνεται από τον ήρωα με στόχο να προστατεύσει και να διατηρήσει την υγεία του άλλου ήρωα.

2.2.3 Καλή ψυχολογική κατάσταση και κατανάλωση τροφής

Γενικότερα καταγράφηκε ότι όντως οι ήρωες στις σειρές κινουμένων σχεδίων που παρακολουθήθηκαν, απέδωσαν στην τροφή ή την κατανάλωσή της καλή ψυχολογική κατάσταση.

Αναλυτικότερα, Ο Σπόρτακος στο *lazy town* έκανε πολύ χαρούμενη τη Στέφανη, που ήταν λυπημένη επειδή έχασε το πρωινό της, δίνοντάς της ένα μήλο.

Στη σειρά *Tom & Jerry*, τόσο ο Τομ όσο και ο Τζέρι είναι ευτυχισμένοι καταναλώνοντας χυμούς και φρούτα, όπως τα σταφύλια, αλλά και λαχανικά. Επίσης όμως σε ένα επεισόδιο, αποδίδεται η καλή ψυχολογική κατάσταση σε τρόφιμα όπως η πίτσα, τα ποπ κορν και τα αναψυκτικά αφού ο Τομ τα καταναλώνει με ευχαρίστηση βλέποντας τηλεόραση με εμφανές το υπερβολικό του βάρος. Αξίζει να αναφερθεί ότι έπειτα από αυτό ο άλλος ήρωας τον οδήγησε σε γυμναστήριο με στόχο την απώλεια βάρους. Ακόμα και σε αυτή την περίπτωση λοιπόν που αποδίδεται καλή ψυχολογία σε ανθυγιεινά τρόφιμα, στο τέλος αυτό που γίνεται κατανοητό είναι ότι αυτή η διατροφική συμπεριφορά δεν είναι θεμιτή.

Στη σειρά *Dora the explorer* η καλή ψυχολογική κατάσταση του ήρωα Μπουτς είναι ιδιαίτερα εμφανής καθώς αναφωνεί χοροπηδώντας ότι λατρεύει τα καρύδια, του αρέσουν οι μπανάνες

και τρελαίνεται για σοκολάτα. Επίσης η Ντόρα αναφέρει ότι η μαμά της είναι ευτυχισμένη με το κέικ. Δίνονται λοιπόν στο κέικ ιδιότητες της καλής ψυχολογικής κατάστασης.

Προχωρώντας, και σε άλλες σειρές οι ήρωες αποδίδουν σε ανθυγιεινές τροφές καλή ψυχολογική κατάσταση όπως στα χάμπουργκερ, το ψητό κρέας με σάλτσα και τηγανιτές πατάτες από τη Λουισία στο Pitchie pitchie pitch. Στο γρήγορο φαγητό και τις τηγανιτές πατάτες από τον Κύριο Καβούρη στο Spongebob square pants. Στο παγωτό από τη Σάρα και τον Τόμυ όπου χαρακτηριστικά αναφέρει: «εγώ όταν ζορίζομαι χαλαρώνω με ένα τεράστιο παγωτό, το λατρεύω!», στα γλυκά και συγκεκριμένα στην τούρτα από την πλειοψηφία των ηρώων του teendays αλλά και στην πίτσα από το Λίο και του συνομηλίκους του.

Έπειτα, σε κάποιες από τις σειρές κινουμένων σχεδίων που παρακολουθήθηκαν, αποδόθηκε στην τροφή η καλή ψυχολογική κατάσταση μέσω της επιβράβευσης. Συγκεκριμένα, στη σειρά Dora the Explorer, ο Μπουτς επιβραβεύει άλλους ήρωες με γλειφιτζούρια έπειτα από κάποια ασθένεια που είχαν και αυτοί αισθάνονται αμέσως καλύτερα. Επίσης, ο Λίο στη σειρά teendays, καταναλώνει παγωτό και σοκολάτα ως επιβράβευση μετά από μια πρόβα. Τέλος και στο jewelpet επιτυγχάνεται η καλή ψυχολογία μέσω της επιβράβευσης από την κατανάλωση παγωτού με συνομηλίκους από την ηρωίδα Ρούμπι.

Τέλος, η Σάρα από το Teen days, γέμισε ένα πιάτο με τούρτα, αλλαντικά και ότι άλλο υπήρχε στο ψυγείο και τα κατανάλωσε λαίμαργα. Αυτό το γεγονός συνέβη επειδή φαινόταν ότι είχε κακή ψυχολογική κατάσταση με στόχο να τη βελτιώσει ως αντίδραση σε αυτή την κακή της ψυχολογική κατάσταση, άρα κατέφυγε στη συναισθηματική υπερφαγία. Η τροφή σε αυτό το σημείο αποκτά ιδιότητες που βελτιώνουν την ψυχολογική κατάσταση.

2.2.4 Κακή ψυχολογική κατάσταση και κατανάλωση τροφής

Και σε αυτό το πεδίο διερεύνησης υπήρξαν καταγραφές. Οι ήρωες των σειρών κινουμένων σχεδίων καταγράφηκε έστω και περιορισμένα ότι η τροφή ή και η κατανάλωσή της τους προκάλεσε κακή ψυχολογική κατάσταση.

Κακή ψυχολογική κατάσταση αποδόθηκε σε υγιεινά αλλά και ανθυγιεινά τρόφιμα. Πιο συγκεκριμένα, θετικά για την υγεία τρόφιμα που προκάλεσαν αρνητική ψυχολογική κατάσταση καταγράφηκαν στη σειρά Ben Ten όπου ο Κέβιν έγινε κακόκεφος από ένα χυμό που του έδωσε ο Μπεν, στις μπανάνες και τα κεράσια από τον Μπομπ, που του προκάλεσαν ανία στο Spongebob square pants, όπως επίσης και στη σαλάτα όπου χαρακτηριστικά τη χαρακτήρισε ως «απαίσια». Η σαλάτα και τα λαχανικά επίσης προκάλεσαν τη δυσαρέσκεια κι άλλων ηρώων όπως του Λίο από το teen days που όμως στη συγκεκριμένη περίπτωση αναθεωρήθηκε από τον ήρωα, όπως θα γίνει κατανοητό παρακάτω.

Από την άλλη πλευρά, αρνητικές για την υγεία του ανθρώπου τροφές που η κατανάλωσή τους προκάλεσαν κακή ψυχολογική κατάσταση στους ήρωες καταγράφηκαν επίσης. Παραπάνω αναφέρθηκε ότι ο Λίο στο teen days δυσανεστήθηκε που είχε στο ψυγείο σαλάτες και λαχανικά και τελικά κατανάλωσε πίτσα. Έπειτα όμως του προκλήθηκε ανία και κακή ψυχολογική κατάσταση λόγω της κατανάλωσης ανθυγιεινών τροφών, όπως πίτσα και η σοκολάτα, όλες τις μέρες που οι γονείς του έλλειπαν. Επίσης ήταν φανερά δυσανεστημένος καθώς από τη μεγάλη κατανάλωση φαγητού είχε δυσκολία στον ύπνο. Τέλος, επίσης στο teen days, προκλήθηκε στην ηρωίδα Σάρα κακή ψυχολογική κατάσταση επειδή το ψυγείο ήταν μόνιμα γεμάτο με τούρτες.

2.2.5 Ισχυρισμοί υγείας για ευεργετικά τρόφιμα αναφορικά με την καλή υγεία και ανάπτυξη

Τρόφιμα ή ομάδες τροφίμων που χαρακτηρίστηκαν από τους ήρωες ως ευεργετικά για την καλή υγεία και σωστή σωματική ανάπτυξη καταγράφηκαν, αν και περιορισμένα.

Τέτοια τρόφιμα ήταν μήλα όπου δίνοντας ένα στο Lazy Town ο Σπόρτακους στη Μπέση, αυτή ένοιωσε πιο δυνατή. Ο Σπόρτακους συμπλήρωσε ότι είναι το φυσικό φρούτο που χαρίζει ενέργεια όπου και ο ίδιος αρκετά συχνά τα κατανάλωνε παίρνοντας από αυτό δυνάμεις. Τα καρότα επίσης στο Lazy Town χαρακτηρίζονται ως ευεργετικά, όπως και η κατανάλωση πρωινού.

Η σημαντικότητα του πρωινού καταδεικνύεται και σε άλλες σειρές όπως το jewelpet όπου οι ήρωες συχνά κατανάλωναν αυτό το γεύμα. Επίσης και στο teen days το πρωινό φαίνεται να είναι σημαντικό όπου η μητέρα του Μαξ επέμενε έντονα να το καταναλώσει πριν φύγει από το σπίτι. Σε εκείνη την περίπτωση βέβαια ο Μαξ έφαγε στα γρήγορα ένα κρουασάν γεγονός που έμμεσα κάνει αποδεκτό αυτό το «κενό» σε θρεπτικά συστατικά και πλούσιο σε θερμίδες και λίπος τρόφιμο, ως επιλογή πρωινού.

Η Λουτσία στο Pitchie pitchie pitch, χαρακτηρίζει ως θρεπτικό γεύμα το στιφάδο επειδή έχει πολλά λαχανικά, σκόρδο, κρεμμύδι. Επίσης χαρακτηρίζει το κοτόπουλο ως «ωραίο» που θα δώσει ενέργεια μαζί με φασολάκια σαλάτα. Προσθέτει βέβαια και στην περιγραφή του θρεπτικού γεύματος καπνιστό λουκάνικο με νάτσος με σάλτσα τυριού και μίλκ σέικ φράουλας με ακτινίδια.

Τέλος, χαρακτηρισμός υγείας που δεν θα μπορούσε να λείπει από τα αποτελέσματα αν και δεν μπορεί να καταταχθεί με ακρίβεια σε αυτή την ερώτηση καθότι είναι αρνητικός, είναι αυτός που αναφέρθηκε στο Spongebob square pants. Συγκεκριμένα, ο Μπομπ χαρακτήρισε ως «φυλακή υψηλής χοληστερόλης» το μαγαζί στο οποίο εργάζεται. Το γεγονός αυτό έρχεται σε αντίθεση με τη γενικότερη «εικόνα» που παρουσιάζει αυτή η σειρά κινουμένων σχεδίων η οποία προβάλλει κυρίως πρόχειρο φαγητό και οι υγιεινές επιλογές να έρχονται σα δεύτερη επιλογή ή και λύση ανάγκης.

2.2.6 Έλεγχος βάρους σώματος με κατανάλωση συγκεκριμένων ομάδων τροφίμων ή με περιορισμό τους

Σε αυτό το πεδίο καταγραφής, αν και υπήρξαν περιορισμένες καταγραφές, κάποιες είναι αρκετά χαρακτηριστικές. Στη σειρά κινουμένων σχεδίων Teen days, όπου ο υπέρβαρος/παχύσαρκος ήρωας Τόμυ, επιλέγει να καταναλώσει ένα σάντουιτς αντί για παγωτό καθότι όπως είπε κάνει δίαιτα. Με το γεγονός αυτό αν και μεμονωμένο για τα επεισόδια της σειράς, διαφαίνεται η αγωνία του συγκεκριμένου ήρωα για το βάρος του το οποίο και προσπαθεί να ελέγξει με αυτή του την επιλογή. Ταυτόχρονα με την επιλογή του σάντουιτς αρνήθηκε σθεναρά να καταναλώσει παγωτό, κι έτσι αφήνει να εννοηθεί ότι το παγωτό αυξάνει το σωματικό βάρος.

Λόγος για περιορισμό στην ποσότητα της τροφής γίνεται και στο Pitchie pitchie pitch όπου η Χάνον λέει χαρακτηριστικά ότι αν φάει ο Καϊτό πολύ θα βουλιάξει με τη σανίδα του σερφ ενώ συμπληρώνει ότι τα καλά πράγματα θέλουν μικρές ποσότητες όπως στο φαγητό.

Τέλος, ακόμα και στο Spongebob square pants όπου ήδη έχει αναφερθεί ότι είναι μια σειρά στην οποία προτιμούνται τρόφιμα χαμηλής θρεπτικής αξίας, ο Πάτρικ βλέποντας το Μπομπ που περιορίσε την κατανάλωση της τροφής του, τον ρώτησε αν κάνει δίαιτα. Εκείνος είπε emphaticά ότι όντως κάνει δίαιτα γιατί του αρέσει να είναι κομψός.

2.2.7 Συσχέτιση της διατροφής με τη γενικότερη ψυχική και σωματική ευεξία

Καταγραφές υπήρξαν και σε αυτό το πεδίο διερεύνησης. Συγκεκριμένα, στο Lazy town έγιναν και οι περισσότερες. Ο Δήμαρχος της πόλης, αν και δεν συγκαταλέγονταν στους

σημαντικότερους ήρωες, είπε χαρακτηριστικά ότι το πρωινό είναι το πιο σημαντικό γεύμα της ημέρας. Συνεχίζοντας πρόσθεσε ότι έχει ασβέστιο και πρωτεΐνες, βιταμίνες, βιταμίνη Α και Β. Σε αυτή τη στιγμή το γενικό αίσθημα ήταν ότι αν κάποιος καταναλώνει πρωινό, η γενική φυσική του κατάσταση βελτιώνεται όπως και η υγεία του.

Στο Lazy town και πάλι, η ηρωίδα Στέφανη αναφέρεται ότι επειδή είναι η νέα ηρωίδα της πόλης, πρέπει να τρώει περισσότερο γιατί χρειάζεται ενέργεια. Τέλος, ο Στίνκυ είπε ότι όταν κάποιος κάνει φυσική δραστηριότητα πρέπει να πίνει νερό. Με όλα αυτά γινόταν φανερό ότι οι ήρωες είχαν γενικότερα καλή ψυχική κατάσταση και υγεία.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο Μπους στη σειρά Dora the Explorer έδωσε γλειφιτζούρια σε άλλους συνομήλικους λόγω ασθενείας. Συνολικά έδωσε τέσσερα γλειφιτζούρια. Όταν έδωσε δύο από αυτά είπε χαρακτηριστικά: «για να νοιώσεις καλύτερα». Με τη δήλωσή του αυτή αφήνει να εννοηθεί ότι από τη μια πλευρά θα γίνει καλύτερα αναφορικά με την υγεία του ο συνομήλικος, και από την άλλη πλευρά θα έχει καλύτερη ψυχολογική κατάσταση.

Τέλος, η Σάρα από το Teen days, γέμισε ένα πιάτο με τούρτα, αλλαντικά και ότι άλλο υπήρχε στο ψυγείο και τα κατανάλωσε λαίμαργα. Αυτό το γεγονός συνέβη επειδή φαινόταν ότι είχε κακή ψυχολογική κατάσταση με στόχο να τη βελτιώσει ως αντίδραση σε αυτή την κακή της ψυχολογία, άρα κατέφυγε στη συναισθηματική υπερφαγία. Η τροφή σε αυτό το σημείο αποκτά ιδιότητες που βελτιώνουν την ψυχολογική κατάσταση.

3 Συμπεράσματα

Στη συγκεκριμένη μελέτη διαπιστώθηκε ότι οι σειρές κινουμένων σχεδίων προβάλλουν, έστω και περιορισμένα, μηνύματα αναφορικά με τα τρόφιμα και την ευεξία. Πιο συγκεκριμένα, έγινε αντιληπτό ότι ανάλογα με τη σειρά στην οποία πρωταγωνιστούσε ο κάθε ήρωας προέβαλε και αντίστοιχα, ανάλογα με το προφίλ του κάποια συγκεκριμένα τρόφιμα, ομάδες τροφίμων ή και μηνύματα αναφορικά με την ευεξία και την ψυχολογική κατάσταση.

Ουσιαστικό παράδειγμα είναι ο Μπομπ Σφουγγαράκης από το *Spongebob square pants*, ο οποίος και στη σειρά στην οποία πρωταγωνιστεί, εργάζεται σε ταχυφαγείο. Είναι λοιπόν προφανές και από τα αποτελέσματα ότι έδειχνε προτίμηση στο γρήγορο φαγητό έναντι των φρούτων και των λαχανικών. Αναφέρετε χαρακτηριστικά από τα αποτελέσματα ότι όταν είδε στο ντουλάπι του φρούτα και λαχανικά είπε ότι αυτά είναι «βαρετά». Τέλος σε άλλο επεισόδιο, αναρωτήθηκε γεμάτος περιέργεια το τι είναι η σαλάτα, και στο τέλος αποφάνθηκε ότι αυτά είναι «απαίσια».

Αξίζει όμως να σημειωθεί ότι ακόμα και σε παιδικές σειρές όπως ο *Spongebob square pants*, ο ήρωας καταγράφηκε πώς είπε σε κάποιο επεισόδιο ότι κάνει δίαιτα επειδή θέλει να είναι κομψός. Με αυτή τη δήλωση αφήνει να εννοηθεί ότι, όποιος έχει παραπάνω σωματικό βάρος από το φυσιολογικό, δεν είναι αντίστοιχα κομψός.

Γίνεται λοιπόν φανερό ότι οι ήρωες σε κάποιο βαθμό έχουν επίγνωση της κατάστασης και αυτό με τον τρόπο τους το μεταφέρουν και στα παιδιά- θεατές. Συμπληρωματικά με παραπάνω, μπορεί να διακριθεί και το παράδειγμα του Τόμυ και της Σάρα από τη σειρά *teen days*. Από όλους τους ήρωες λοιπόν, αυτοί οι δύο είχαν το πιο αυξημένο βάρος και την πιο χαμηλή φυσική δραστηριότητα. Καταγράφηκαν να καταναλώνουν παγωτό, γλυκά και άλλα ανθυγιεινά τρόφιμα όπως είναι τα αλλαντικά είτε ως μέσω επιβράβευσης, είτε ως «φάρμακο» για την κακή τους ψυχολογική κατάσταση, ενώ οι άλλοι ήρωες φάνηκε να έχουν πιο θεμιτές συμπεριφορές. Ακόμα και αυτοί όμως καταγράφηκε ότι τους απασχόλησε σε ένα βαθμό το βάρος τους καθώς έκαναν διατροφική επιλογή για έλεγχο του βάρους τους, ή απέφυγαν κάποιο τρόφιμο για μείωσή του.

Επιπροσθέτως, η σύνδεση τροφίμων ή ομάδων τροφίμων με την καλή ή κακή ψυχολογία, είχε επίσης καταγραφές. Οι ήρωες λοιπόν, καταγράφηκε πως είχαν καλή ψυχολογία όπως για παράδειγμα από την κατανάλωση πίτσας, ποπ κορν και αναψυκτικών από τον Τομ στο *Tom& Jerry*, όπως και από την κατανάλωση μήλων και πρωινού, από τη Στέφανη και το Σπόρτακους στο *Lazy town*.

Επίσης, αυτό που μπορεί να εξαχθεί σαν συμπέρασμα, είναι ότι το προφίλ του κάθε ήρωα, σύμφωνα και με τα αποτελέσματα, συμβαδίζει σε μεγάλο βαθμό με το τι προβάλλει στη σειρά που πρωταγωνιστή. Δηλαδή ο ήρωας με προφίλ φυσιολογικού βάρους και κανονικής προς μέτριας φυσικής δραστηριότητας σε μεγαλύτερο βαθμό επέλεγε θετικά για την υγεία τρόφιμα, απέδιδε στα υγιεινά τρόφιμα κακή ψυχολογία και στα αρνητικά την κακή. Επίσης αυτού του προφίλ ο ήρωας έκανε είτε επιλογές διατροφής με σκοπό τη διατήρηση της υγείας του είτε συσχέτισε τα οφέλη της διατροφής με τη γενικότερη ψυχική και σωματική ευεξία. Ήρωες με τέτοιο προφίλ ήταν κυρίως ο Σπόρτακους, η Στέφανη και η Μπέση από το Lazy town, η Λουτσία, η Χάνον από το pitchie pitchie pitch.

Παρομοίως, ο ήρωας που είχε προφίλ υπέρβαρου ή παχύσαρκου με χαμηλή φυσική δραστηριότητα, καταγράφηκε περισσότερο ότι κατανάλωνε τροφές αρνητικές για την υγεία του ανθρώπου όπως τα παγωτά και τα γλυκά, το γρήγορο φαγητό αλλά και το συσχέτισε περισσότερο και με την καλή ψυχολογία ή την κακή αντίστοιχα. Ήρωες με τέτοιου είδους προφίλ ήταν κυρίως η Σάρα και ο Τόμυ από το Teendays, ο Μπομπ και ο Πάτρικ από το Spongebob square pants.

3.1 Συζήτηση

Είναι κατανοητό ότι τα παιδιά από αρκετά μικρή ηλικία έρχονται σε επαφή με τα μέσα μαζικής επικοινωνίας όπως η τηλεόραση και κατ' επέκταση με σειρές κινουμένων σχεδίων (Robinson et al, 2007, Arcan et al 2013). Τα μέσα προβάλλουν σε μεγάλο βαθμό χαμηλής θρεπτικής αξίας τρόφιμα και τα παιδιά αρέσκονται στην κατανάλωση αυτών των σνακ (Bevan et al 2011). Αξίζει επίσης να αναφερθεί ότι η κατανάλωση σνακ αυξάνεται τις ώρες που προβάλλονται προγράμματα που απευθύνονται σε νεαρά κοινά (Eisenberg et al 2016). Ίσως αυτό θα μπορούσε να έχει κάποια σχέση με το τι προβάλλουν οι ήρωες στις σειρές κινουμένων σχεδίων.

Έγινε λοιπόν φανερό από τη συγκεκριμένη μελέτη ότι οι σειρές κινουμένων σχεδίων προβάλλουν σε κάποιο βαθμό στο περιεχόμενό τους τρόφιμα, ισχυρισμούς υγείας αλλά και συσχετίσεις ανάμεσα στην τροφή και στην ψυχολογική κατάσταση. Υπάρχει μια επίδραση των ηρώων των σειρών κινουμένων σχεδίων η οποία και έχει καταδειχθεί κυρίως στο μάρκετινγκ. Όπου, κάποιοι ήρωες κινουμένων σχεδίων αποτυπωμένοι σε συσκευασίες τροφίμων επηρεάζουν τις επιλογές των παιδιών (Ogle et al, 2017).

Μελλοντικό πεδίο διερεύνησης θα μπορούσε να αποτελέσει λοιπόν, η επίδραση που έχουν οι ήρωες στις σειρές κινουμένων σχεδίων στη διατροφή, φυσική δραστηριότητα και ευεξία των παιδιών ανάλογα με το τι προβάλλουν ως πρότυπα με τις επιλογές τους. Το πεδίο διερεύνησης αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει αρκετά σημαντικό τομέα, καθώς είναι γνωστό ότι τα παιδιά είναι ιδιαιτέρως επιρρεπή σε ερεθίσματα, όπως έχει ήδη καταδειχθεί από μελέτες αναφορικά με τα διαφημιστικά μηνύματα (Klein & Shiffman 2005, Bell et al 2005, Batada et al 2008, Radnitz et al 2008, Ogle et al 2017).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Arcan C., Bruening M., Story M., Television (TV) and TV advertisement influences on children's eating behaviour, CEECD/ SKC-ECD, 2013; 1-5

Batada Ameena, Seitz Maia, Wootan Margo, Story Mary, Nine out of 10 food advertisements shown during Saturday Morning children's television programming are for foods high in fat, sodium, or added sugars, or low in nutrients, J Am Diet Assoc., 2008; 108: pp. 673- 678

Bell A. Robert, Berger R. Charles, Cassady Diana, Townsend S. Marilyn, Portrayals of Food Practices And Exercise Behavior in Popular American Films, Journal of Nutrition Education and Behavior, 2005; 37: 27-32

Bevan Ann & Reilly Sandra, Mother's Efforts to promote healthy nutrition and physical activity for their preschool children, Journal of pediatric nursing, 2011; 26: 395- 403

Boulos Rebecca, Vikre K. Emily, Oppenheimer Sophie, Chang Hannah, Kanarek B. Robin, ObesiTV: How television is influencing the obesity epidemic, Physiology & Behavior, 2007; 107: 146- 153

Byrd-Berdbenner Carol, Finckenor Mary & Grasso Darlene, Health Related Content in Prime-Time Television Programming, Journal of Health Communication, 2003; 8:4: 329-341

Eisenberg Marla, Larson Nicole, Gollust Sarah, Neumark- Sztainer Dianne, Snacking on television: A content Analysis of adolescents' favorite shows, Preventing chronic disease public health research practice and policy 2016; 13: E66

Hassapidou Maria, Tzotzas Themistoklis, Makri Evangelia, Pagkalos Ioannis, Kaklamanos Ioannis, Kapantais Efthymios, Abrahamian Annet, Polymeris Antonis, Tziomalos Konstantinos, Prevalence and geographic variation of abdominal obesity in 7- and 9-year-old children in Greece, BMC Public Health, 2017; 17: 126

Herbozo Sylvia, Tantleff-Dunn Stacey, Gokee-Larose Jessica, Thompson J. Kevin, Beauty and Thinness Messages in Children's Media: A Content Analysis, Eating disorders: The Journal of Treatment and Prevention, 2004; 12:1, 21-34

Jackson S. & Cunningham S., The stability of children's weight status over time and the role of television physical activity and diet, Preventive Medicine, 2017; 100:229- 234

McGinnis J. Michael, Gootman Appleton Jennifer, Kraak I. Vivica, Food Marketing to Children and Youth, Threat or Opportunity?, Institute of Medicine, 2006

Naderer Brigitte, Matthes Jörg, Binder Alice, Marquart Franziska, Mayrhofer Mira, Obereder Agnes, Spielvogel Ines, Shaping Children's healthy eating habits with food placements? Healthy and unhealthy food placements in movies, Children's BMI, food-related parental mediation strategies, and food choice, Appetite, 2017

Ogle D. Andrew, Graham J. Dan, Lucas- Thompson G. Rachel, Roberto A. Christina, Influence of cartoon media characters on children's attention to and preference for food and beverage products, Journal of the academy of nutrition and dietetics, 2017;117(2):265-270

Pearce F. Patricia, Harrell S. Joanne, McMurray G. Robert, Middle-School Children's Understanding of Physical Activity: "If You're Moving, You're Doing Physical Activity", *Journal of Pediatric Nursing*, 2008; 23(3): 169-182

Radnitz Cynthia, Byrne Shannon, Goldmann, Rachel, Sparks Martha, Gantshar Meredith, Tung Kane, Food cues in children's television programs, *Appetite* 52, 2009; 230-233

Robinson Tom, Callister Mark, Jankoski, Portayal of body weight on children's television sitcoms: A content analysis, *Body Image*, 2007; 5: 141- 151

Shiffman S. Kenneth, Klein Hugh, Messages about physical attractiveness in animated cartoons, *Body Image*, 2006: 3353-363