

Πώς τα ηλεκτρονικά παιχνίδια επηρεάζουν την όρεξη των παιδιών για γλυκά

/ [Επιστήμες](#), [Τέχνες](#) & [Πολιτισμός](#)



Υπολογίζεται ότι περίπου τα 2/3 των παιδιών που πηγαίνουν στο δημοτικό παίζουν τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα κάποιο διαδικτυακό παιχνίδι, το οποίο δημιουργήθηκε για να διαφημίσει ένα προϊόν.

Σύμφωνα με νέα ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, που πραγματοποίησαν Ολλανδοί ερευνητές, φαίνεται ότι τα εν λόγω παιχνίδια μπορεί να επηρεάσουν τη διατροφική συμπεριφορά των παιδιών.

Ειδικότερα, σε μελέτη όπου συμμετείχαν περισσότερα από 1.000 παιδιά, παρατηρήθηκε πως εκείνα που έπαιξαν παιχνίδι το οποίο περιλάμβανε διαφήμιση τροφίμου, κατανάλωσαν 55% μεγαλύτερη ποσότητα από τα γλυκά που τους προσφέρθηκαν μετά, συγκριτικά με τα παιδιά που έπαιξαν παιχνίδι στο οποίο διαφημιζονταν άλλα παιχνίδια. Επιπλέον, παρατηρήθηκε πως τα παιδιά δεν αντιλαμβάνονταν τα παιχνίδια ως διαφημίσεις, ακόμη κι όταν τα λογότυπα των εταιριών ή των προϊόντων ήταν εμφανή.

Από την άλλη, βρέθηκε πως δεν έχει σημασία εάν το παιχνίδι περιλαμβάνει ζαχαρωτά ή φρούτα, καθώς και στις δύο περιπτώσεις η κατανάλωση γλυκισμάτων από τα παιδιά φαίνεται να αυξάνεται. Πιο συγκεκριμένα, σε ένα πεντάλεπτο

διάλειμμα μετά από παιχνίδι που σχετιζόταν με τρόφιμα, τα παιδιά κατανάλωσαν 72 θερμίδες παραπάνω, συγκριτικά με τα παιδιά που δεν είχαν παίξει αντίστοιχο παιχνίδι.

Όπως αναφέρει ο επικεφαλής της μελέτης, καθώς τα παιδιά παίζουν τέτοια παιχνίδια, η όρεξή τους αυξάνεται και ψάχνουν για «λιχουδιές». Μάλιστα, σχολιάζει πως υπάρχουν ευρήματα που υποδηλώνουν ότι τέτοιου τύπου διαφημίσεις έχουν μεγαλύτερη επίδραση στη διατροφική συμπεριφορά των παιδιών που είναι ήδη υπέρβαρα.

Από τη Χριστίνα Κατσαρού, επιστημονική συνεργάτη neadiatrofis.gr