

Zjedz fasolkę, a będziesz szybciej biegać!

2 sierpnia 2019

Z badań opublikowanych na łamach „Journal of Nutrition Education and Behavior” dowiadujemy się, że dzieci można nakłonić do jedzenia zdrowych pokarmów, informując je o korzyściach z nich wynikających. Okazuje się, że jeśli powiemy dzieciom, by np. zjadły fasolkę, gdyż dzięki temu będą szybciej rosły i szybciej biegały, zjedzą ją z dwukrotnie większym prawdopodobieństwem, niż wówczas, gdy nie otrzymają takiego komunikatu.



„Każde dziecko chce być większe, szybsze i wyżej skakać” – mówi profesor Jane Lanigan z Washington State University, główna autorka badań. Użycie takich zachęt powoduje, że pożywienie staje się bardziej atrakcyjne.

Już wcześniejsze badania wykazały, że jeśli wielokrotnie będziemy dawać dziecku produkty, których nie chciało wcześniej zjeść, zwiększa się prawdopodobieństwo, iż w końcu ich spróbuje. Jednak wcześniej nie badano kontekstu, w jakim prezentowano dzieciom pożywienie.

Lanigan i jej zespół postanowili sprawdzić, czy nakierowane

celowo na dziecko stwierdzenia prezentujące korzyści z konkretnego zdrowego pożywienia zwiększą jego konsumpcję. Informacje dobierano tak, by odpowiadały celom, jakie stawia sobie dziecko i były prawdziwe.

Eksperyment prowadzono przez 6 tygodni na grupie 87 dzieci w wieku 3–5 lat. Przed rozpoczęciem badań dzieci poproszono, by oceniły, na ile lubią pokarmy takie jak zieloną paprykę, pomidory, soczewicę czy quinoę. Następnie dwa razy w tygodniu dzieciom podawano dwa z najmniej lubianych przez nie rodzajów pożywienia. W przypadku jednego z produktów dziecku przedstawiano jego zalety, drugi zaś był podawany bez żadnych informacji. Eksperyment wbudowano w codzienną rutynę dziecka. Następnie mierzono, ile z danego produktu dzieci jadły przed rozpoczęciem eksperymentu, natychmiast po jego zakończeniu oraz miesiąc po jego zakończeniu.

Okazało się, że natychmiast po zakończeniu nie zauważono, by dzieci jadły więcej któregośkolwiek z nielubianych przez siebie pokarmów, prawdopodobnie dlatego, że miały dość jedzenia w kółko tego samego. Jednak inaczej miały się sprawy miesiąc później. „Okazało się, że miesiąc później dzieci jadły dwukrotnie więcej tego produktu, do którego były zachęcane poprzez przedstawianie im korzyści, niż drugiego z produktów” – mówi Lanigan.

Autorstwo: Mariusz Błoński

Na podstawie: MedicalXpress.com

Zdjęcie: [avitalchn \(CC0\)](#)

Źródło: [KopalniaWiedzy.pl](#)