

Ενδεικτικές απαντήσεις

2.1

α) Επιλέξτε τέσσερις (4) από τις ακόλουθες διατροφικές συνήθειες οι οποίες επιδρούν αρνητικά στην υγεία του ανθρώπου: η έλλειψη ορισμένων θρεπτικών συστατικών, η αυξημένη ενεργειακή πρόσληψη, η κατανάλωση ζάχαρης, η υπερβολική κατανάλωση ζωικών τροφίμων, η κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών, η κατανάλωση μη οινοπνευματωδών ποτών και η κατανάλωση αλατιού.

β) Η κατανάλωση δημητριακών ολικής άλεσης συμβάλλει στην καλή λειτουργία του εντέρου και στην αποφυγή της δυσκοιλιότητας.

2.2

α) Τέσσερις (4) από τους ακόλουθους παράγοντες: η διαθεσιμότητα των τροφών, η θρησκεία-παράδοση, οι προσωπικές επιλογές, ο τρόπος ζωής και η διαφήμιση.

β) Γράψτε ένα από τα παρακάτω:

1. Διαθεσιμότητα Τροφίμων: Ο άνθρωπος ανάλογα με τη γεωγραφική περιοχή, το κλίμα, τη βιομηχανία, το εμπόριο και την οικονομία του κράτους μπορεί να βρίσκει εύκολα κάποια τρόφιμα. Για παράδειγμα στην Ελλάδα το ελαιόλαδο αποτελεί σημαντικό μέρος της διαίτας μας, ενώ σε άλλες χώρες θεωρείται είδος πολυτελείας.

2. Θρησκεία - Παράδοση: Η θρησκεία επηρεάζει τις διατροφικές συνήθειες των ανθρώπων, ενώ τα ήθη και έθιμα καθορίζουν τον τρόπο μαγειρέματος, το χώρο και χρόνο κατανάλωσης των τροφίμων. Έτσι, για παράδειγμα, οι Χριστιανοί νηστεύουν σαράντα μέρες πριν το Πάσχα και την ημέρα του Πάσχα «σουβλίζουν τον οβελία», οι Ινδουιστές δεν καταναλώνουν βοδινό κρέας γιατί η αγελάδα θεωρείται ιερό ζώο, ενώ οι Μουσουλμάνοι κατά το Ραμαζάνι απέχουν από την τροφή όλη τη διάρκεια της ημέρας.

3. Προσωπικές Επιλογές: Οι άνθρωποι διαλέγουν την τροφή τους με βάση τις οργανοληπτικές ιδιότητες των τροφίμων, ανάλογα με την προσωπικότητά τους και το οικογενειακό περιβάλλον. Επίσης η ψυχολογική διάθεση των ανθρώπων καθορίζει την ποσότητα και την ποιότητα των τροφίμων που καταναλώνουν.

4. Τρόπος ζωής: Ο σύγχρονος τρόπος ζωής έχει οδηγήσει σε άστατο και πρόχειρο τρόπο διατροφής. Η έντονη επαγγελματική απασχόληση και των δύο φύλων έχει τοποθετήσει την επιλογή και προετοιμασία γευμάτων σε δεύτερη μοίρα.

5. Διαφήμιση: Τα τελευταία κυρίως χρόνια παρατηρείται μεγάλο κύμα επιρροής από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και τις διαφημίσεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι συχνότερες επιλογές στην αγορά τροφίμων να βασίζονται στα διαφημιζόμενα προϊόντα. Η προώθηση προτύπων με εξαιρετικά εξωτερικά χαρακτηριστικά έχει δημιουργήσει σύγχυση ως προς την αντίληψη του ωραίου. Αυτό οδηγεί άνδρες και γυναίκες να επιλέγουν ορισμένα τρόφιμα και συμπληρώματα, που «πιστεύουν» ότι θα βελτιώσουν την εμφάνισή τους και την κοινωνική αποδοχή τους.