

# Výživové chování

Zuzana Derflerová Brázdová

# Evoluční úvahy

- Výživové chování je klíčové pro přežití
- Hraje ústřední roli v evoluci člověka
- “Otevřený” program vs. “uzavřený” program

## Dilema omnivorů:

- Objevovat nové potraviny, ale bezpečnou cestou.
- Výživové chování se liší od jiných každodenních chování se vztahem ke zdraví.

# Mechanisms „mám/nemám rád“

- Potravinová neofobie (“Nikdy jsem to nejedl, ale NEMÁM TO RÁD”)
- Potravinová neofilie (objevuje se při malé pestrosti, nudnosti...)
- Preference sladké chuti (koncentrovaná energie, zřídka toxická)
- Preference slané chuti (?)
- Naučené potravinové averze
- Naučené potravinové preference
- Potrava jako odměna
- Instrumentální jezení / pití

# Definice

- Preference = je volba jednoho před druhým. Předpokládá dostupnost.
- Chutnání = emocionální odpověď na potravinu.

# Naučené potravinové averze

- Konzumace potravin y asociována s nemocí, nevolností, ZVRACENÍM...
- Vznik jedinou zkušeností (one-trial learning)
- Rezistentní na změnu
- Nové – neznámé potraviny jsou snadněji averzibilní

# Naučené potravinové preference

*Když je konzumace potravin asociována s*

- příjemnou situací při jídle
- uzdravováním se
- sladkou chutí
- použitím konkrétní potravin jako odměny

# Instrumentální jezení/pití

- Použití vysoce preferované aktivity jako odměny za sněžení určité potraviny vede ke snížení její preference.
- Příklad: „Když sníš tuhle rybu, (vypiješ hrnek mléka), můžeš se do půlnoci dívat na televizi.“

# Chutnání je silnou determinantou preference

Hlavní důvody pro akceptování/rejekci potravin:

1. Sensoricko-afektivní faktory
2. Anticipované následky
3. Faktory představivosti



# Hlavní důvody

## 1. Sensoricko-afektivní faktory

- Obliba nebo nechut' sensorického aspektu (chuť, pach)
- Chutný x nechutný
- Intra-kulturální variace v potravinových preferencích

## 2. Předpokládané následky

- Víra v následky konzumace potravy
- Krátkodobý účinek: nasycení, nevolnost
- Dlouhodobý účinek: sociální status, zdravotní efekt

## 3. Faktory představitosti

- Přijetí/rejekce pro znalost toho, o jakou potravinu jde (původ, symbolika)
- Největší efekt na potravinové rejekce.

# Chutné x prospěšné

- Pro vznik oblíbenosti je nutný nejprve kontakt/zkušenost
- Expozice může zvýšit oblíbenost
- Asociace potraviny s pozitivními/příjemnými následky po požití
- Sociální vlivy jsou významné v přijetí oblíbenosti/odmítnutí (zvl. u dětí)
- Kognitivní faktory přímo ovlivňující stravovací zvyklosti mohou být víc elementární než osvojení výživových znalostí
- Informace /edukace může jednotlivce přivést k určité potraviny, nechat ho ochutnat, ale to, co se stane pak, je už determinováno jinými faktory

# Dvě hlavní kategorie rejekce založené na faktorech představivosti

- Nevhodné, nepatřičné (písek, papír...) – většina kulturních odmítnutí
- Nechutné, hnusící se – silný senzoricko-afektivní náboj, vyvolává nevolnost (živočichové, živočišné produkty, mořské produkty...)

## 1. Nechutný x nebezpečný

- Naučené potravinové averze

vs

- Alergické reakce

## 2. Hnusící se x nepatřičné

- „Hnusící se“ je naučený mechanismus (malé děti jej nemají). Psychologické kontaminanty, faeces... Vzbuzuje typickou faciální expresi
- Nepatřičné: informace

# Změna chování

- Většina preferovaných chování se vztahem ke zdraví má pozitivní krátkodobé následky a negativní dlouhodobé
- Protektivní chování mívají (alespoň zpočátku) negativní krátkodobé následky a pozitivní dlouhodobý efekt
- Každodenní chování jsou určena interakcemi mezi:
  - situacemi (příležitost pro...)
  - následky (pozitivní, negativní, krátkodobé, dlouhodobé...)
  - dovednostmi

# Prerekvizity pro individuální změnu chování

- Znalost (vím - co)
- Postoj (chci – proč)
- Chování (mohu to udělat – jak)

*Mezi těmito kategoriemi existují složité vztahy.*

*(„Můžeš koně přivést k vodě, ale nedonutíš ho pít.“)*

# Změna výživového chování

- Změna situací
- Změna následků
- Naučení dovedností
- “Realistické, malé cíle“ („Think small“)

*Je obvyklé a normální, že většinu lidí vůbec nezajímají témata veřejného zdraví, tj. ani to, co jim chcete říci. Rozhodně je jich mnohem více než těch, které to zajímat bude.*