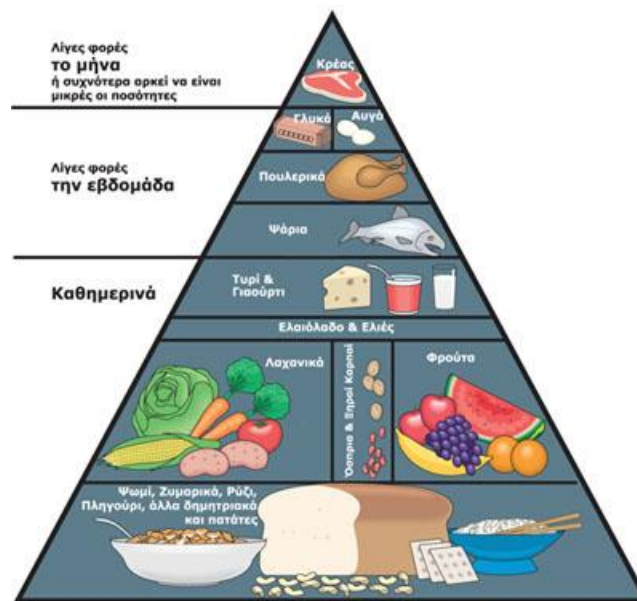


3ο Λύκειο

Έκθεση Ερευνητικής Εργασίας

Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ: ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ

Υπερκατανάλωση-πείνα-υποσιτισμός



Επιμέλεια Εργασίας:

Γιαννίκου Ραφαέλα A2

Καλονόμου Έρη A2

Καλλιτσουνάκη Μαριάννα A2

Μιχαλιού Δέσποινα A3

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Μαθιουδάκη Λίτσα
Σχολικό Έτος: 2013-2014

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρακάτω εργασία θα αναφερθούμε στην υπερκατανάλωση ,στην πείνα και τον υποσιτισμό . Κυρίως επικεντρωθήκαμε στα καταναλωτικά πρότυπα, τον ρόλο της διαφήμισης, και για το πώς η οικονομική κρίση επηρεάζει την ποιότητα της διατροφής μας . Τέλος για το διατροφικό πρόβλημα του πλανήτη μας και τα αίτια της πείνας και του υποσιτισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Σελίδα 1 : Καταναλωτικά πρότυπα

Σελίδα 2: Ιστορία της διαφήμισης και διαφημιστικά μέσα

Σελίδα 3 : Η επίδραση της διαφήμισης στη κοινωνία

Σελίδα 4: Ο ρόλος της διαφήμισης στη διαμόρφωση του σύγχρονου καταναλωτικού προτύπου

Σελίδα 5-6:Συμπεράσματα

Σελίδα 7-14:Η οικονομική κρίση επηρεάζει την ποιότητα της διατροφής μας

Σελίδα 15-16:Το διατροφικό πρόβλημα και οι διατροφικές διαταραχές

Σελίδα 17:Γιατί οι άνθρωποι παρουσιάζουν διατροφικά προβλήματα και διατροφικές διαταραχές

Σελίδα 18-19: Πώς αντιμετωπίζονται τα διατροφικά προβλήματα και οι διατροφικές διαταραχές

Σελίδα 20:Η διατροφή στο δυτικό κόσμο

Σελίδα 20-23:Διαγράμματα

Σελίδα 23-24:Διατροφική κρίση

Σελίδα 25-27: Τα αίτια της πείνας και του υποσιτισμού

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ- Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

1.1 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ

Από τη πρώτη στιγμή της ζωής τους οι άνθρωποι έχουν ανάγκες και επιθυμίες. Αυτό πολλές φορές μπορεί να γίνει επικίνδυνο, αφού οι επιθυμίες μας μπορεί να μην πηγάζουν από τις ανάγκες μας αλλά να απορρέουν από τις ανάγκες μιας κοινωνίας. Για παράδειγμα όταν ο άνθρωπος προσπαθεί να ικανοποιήσει μια ανάγκη του σύμφωνα με την μόδα τότε καταλήγει να περικυκλώνεται από διάφορα άχρηστα προϊόντα-αντικείμενα που όμως την συγκεκριμένη χρονική στιγμή τα θεωρεί απαραίτητα για την επιβίωση του και την ένταξη του στην κοινωνία, έτσι καταλήγει να αποτελεί **καταναλωτικό πρότυπο** στο σύνολο μιας κοινωνίας.

Για παράδειγμα όπως παρατηρείται τα τελευταία χρόνια οι ανάγκες και οι επιθυμίες των ανθρώπων αυξάνονται σε μεγάλο βαθμό, είτε γιατί τα έχουν ανάγκη είτε γιατί επηρεάζονται από τον κοινωνικό τους περίγυρο. Ποιο συγκεκριμένα τα παλιά χρόνια οι άνθρωποι επέλεγαν τον ρουχισμό τους για να ζεσταθούν, δηλαδή δεν τους ένοιαζε τι θα φορέσουν αρκεί να προστατεύονταν από το κρύο. Στη σημερινή εποχή όμως οι άνθρωποι προσπαθούν να μιμηθούν ο ένας τον άλλον δίνοντας μεγάλη έμφαση στα ρούχα λόγω μόδας και όχι λόγω ανάγκης.

Με λίγα λόγια καταναλωτικά πρότυπα εννοούμε το σύνολο των καταναλωτικών συνηθειών μιας κοινωνίας (δηλαδή με ποιον τρόπο τα μέλη μιας κοινωνίας ικανοποιούν τις ανάγκες τους και πως αυτές διαμορφώνονται μέσα από το πολιτισμό κάθε κοινωνίας). Υπάρχουν δύο διαχωρισμοί όσο αφορά το καταναλωτικό πρότυπο: μπορεί να είναι στατικός, δηλαδή να μεταβάλλεται με αργούς ρυθμούς ή να είναι δυναμικός, δηλαδή να μεταβάλλεται συνεχώς .

Το καταναλωτικό πρότυπο επηρεάζεται από τη διαφήμιση; Φυσικά και επηρεάζεται όπως θα αναλύσουμε και παρακάτω η διαφήμιση στη σημερινή εποχή κατέχει πρωταρχικό ρολό στην καταναλωτική συμπεριφορά του ανθρώπου.

1.1.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Η διαφήμιση πρωτοεκδηλώθηκε στα αρχαία ακόμα χρόνια μέσα από την ζωγραφική και την βραχογραφία σπηλαίων. Η εμπορική διαφήμιση δημιουργήθηκε μέσα από την ανάγκη των εμπόρων για πώληση των προϊόντων τους. Οι πρώτες μορφές διαφήμισης ήταν, κατά την κλασική εποχή, οι εκφωνήσεις από τους κήρυκες στους δημόσιους χώρους, όπως και οι επιγραφές έξω από τα πρατήρια και τα εργαστήρια. Στη διάρκεια της ρωμαϊκής εποχής υπήρχαν επιγραφές και ανακοινώσεις σχετικά με ταβέρνες, αναγγελίες θεατρικών παραστάσεων κ.α. Σε όλο τον Μεσαίωνα επικρατεί η διαφήμιση των προϊόντων με κήρυκες. Η τυπογραφία καθώς και η αλλαγή των κοινωνικών και οικονομικών δομών οδήγησαν στην ανάπτυξη της διαφήμισης.

1.1.2 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

Στη σημερινή εποχή υπάρχουν παρά πολλοί τρόποι για να διαφημιστεί ένα προϊόν . Μερικά από αυτά είναι:

1.**Τηλεόραση.** Η τηλεόραση είναι ο ιδανικός συνδυασμός εικόνας και ήχου .Δίνει την δυνατότητα στον θεατή να δει πως μπορεί να χρησιμοποιήσει το συγκεκριμένο προϊόν αλλά και μέσα από την όμορφη συσκευασία του προϊόντος σε συνδυασμό με την αντίστοιχη μουσική προτρέπει τον καταναλωτή ώστε να το αγοράσει .

2.**Περιοδικα-Εφημερίδες.** Τα περιοδικά και οι εφημερίδες δίνουν τη δυνατότητα στον αναγνώστη να δει μια ποιο λεπτομερή εικόνα του προϊόντος . Όταν η εικόνα συνοδεύεται από έναν διάσημο πρόσωπο –πρότυπο επηρεάζει περισσότερο τον καταναλωτή στο να το αγοράσει (π.χ. όταν ένα ζευγάρι αθλητικά παπούτσια φόρουνται από έναν επώνυμο αθλητή τότε οι αναγνώστες – θαυμαστές του σπεύδουν να το αγοράσουν) .

3.**Internet.** Ένα σύγχρονο μέσω διαφήμισης που τα τελευταία χρόνια καταλαμβάνει μεγάλο μέρος της καθημερινότητας του καταναλωτή. Μέσα από το internet ο καταναλωτής έχει την δυνατότητα να δει ,να αγοράσει, να ρωτήσει ,αλλά και να πει την άποψη του για το συγκεκριμένο προϊόν. Το βασικό στοιχείο που έχει το internet είναι ότι υπάρχει μια πιο προσωπική σχέση ανάμεσα στην εταιρία και στον καταναλωτή ,διότι ο καταναλωτής μπορεί να εκφέρει την άποψη του για το προϊόν, αλλά και η εταιρία μέσα από τις απόψεις που καταγράφονται για το προϊόν να καλυτερέψει την εικόνα και την ποιότητα του προϊόντος κάνοντας το ακόμα πιο ανταγωνιστικό.

Τα **Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας** έχουν τον δικό τους ρόλο σε αυτή την διαδικασία. Τα τηλεοπτικά προγράμματα (ειδήσεις, διαφημίσεις, τηλεοπτικές σειρές , ταινίες) εξαρτώνται από τις επιλογές του ίδιου του μέσου ως επιχείρηση με συγκεκριμένες οικονομικές και κοινωνικές προδιαγραφές. Ενδέχεται η «πληροφόρηση» που παρέχεται να επηρεάζει άμεσα αλλά και έμμεσα ένα κοινό με διαφορετική προέλευση από την κοινωνική τάξη από την οποία το μέσο εξαρτάται οικονομικά. Εντυπωσιάζουν εισάγουν το εξαιρετικό, το απρόσμενο, σε κάθε σπίτι, σαν μια καθημερινή εμπειρία με τέτοιον τρόπο ώστε η πραγματικότητα να καταντά φαντασίωση. Τα πρότυπα που εμφανίζονται στα Μ.Μ.Ε. αναπαράγονται παθητικά από τη διαφήμιση.

1.2 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ο σκοπός της διαφήμισης είναι να επηρεάσει τον καταναλωτή ώστε να καταλήξει στην αγορά του . Η διαφήμιση χωρίζεται στην άμεση και στην έμμεση. Άμεση είναι η διαφήμιση της οποίας το μήνυμα είναι ξεκάθαρο ,δηλαδή μας παρουσιάζει αυτό που θέλει να πουλήσει χωρίς ενδιάμεσους τρόπους όπως κάνει μια έμμεση διαφήμιση. Έμμεση είναι μια διαφήμιση όπου δεν παρουσιάζει ξεκάθαρα το προϊόν αλλά μέσα

από κάποια ιστορία. Για παράδειγμα, μπορεί ένας πρωταγωνιστής σε μια ταινία να φορά ευκρινώς αναγνωρίσιμα μια συγκεκριμένη μάρκα παντελόνι ή να πίνει ένα συγκεκριμένο ποτό ή να ανάβει μια αναγνωρίσιμη μάρκα τσιγάρου. Οι διαφημιστικές εταιρείες, πολύ συχνά, πληρώνουν τεράστια ποσά για να διαφημίσουν τα προϊόντα τους μέσα από κινηματογραφικές ταινίες.

Κάθε διαφήμιση έχει ως σκοπό να εισχωρήσει στο μυαλό και τη τσέπη του καταναλωτή, είτε μέσα από το συναίσθημα, τη λογική, τη σύγκριση με κάποιο άλλο προϊόν στα χαρακτηριστικά ή στην τιμή, ώστε υποσυνείδητα να του επιβάλλει την αγορά του.

Έτσι οι καταναλωτές καταλήγουν στην παραπληροφόρηση για το προϊόν (π.χ. όταν διαφημίζεται μια σοκολάτα όπου τονίζει ότι είναι θρεπτική επειδή είναι πλούσια σε γάλα). Στη σημερινή εποχή η διατροφή μας τις περισσότερες φορές για να μην πούμε πάντα επηρεάζεται από το καταναλωτικό πρότυπο που επικρατεί στην κοινωνία μέσα από τις διαφημίσεις.

Με λίγα λόγια ο άνθρωπος μέσα από τις διαφημίσεις καταλήγει σε πλάστες ανάγκες είτε αυτές αφορούν τη διατροφή του είτε την καλύτερη εξυπηρέτηση του. Για παράδειγμα οι διαφημίσεις δημητριακών σου δημιουργούν την ανάγκη, ότι αν αγοράσεις αυτό το προϊόν θα έχεις ένα ισορροπημένο πρωινό. Από την άλλη αν έτρωγες μια φρυγανιά με μέλι πάλι ισορροπημένο πρωινό δεν θα είχες;

Η διαφήμιση παρουσιάζει μια πραγματικότητα εικονική, σε καθοδηγεί να συμμετέχεις σε ένα πρότυπο. Δηλαδή να αγοράσεις έπιπλα, ρούχα, προϊόντα διατροφής ίδια με την πλειοψηφία, ώστε να μην νοιώθεις μόνος, αποκομμένος από την κοινωνία. Σου στερεί την ελεύθερη επιλογή. Ας πάρουμε για παράδειγμα την διαφήμιση μιας σοκολάτας όπου την συγκρίνει με μια σοκολάτα άλλης εταιρίας όσο αφορά την τιμή, το μέγεθος τα συστατικά αλλά και την ποιότητα και υποσυνείδητα μας καθοδηγεί στο να την αγοράσουμε.

Σήμερα όλοι οι καταναλωτές ψάχνουν κάτι οικονομικό αλλά και προσιτό προς αυτούς προϊόν.

1.2.1 Ο ρόλος της διαφήμισης στη διαμόρφωση του σύγχρονου καταναλωτικού προτύπου.

Το **Μάρκετινγκ** έχει ως βασική αρχή ότι το κλειδί για την επίτευξη των στόχων ενός οργανισμού βρίσκεται στον καθορισμό των αναγκών και των επιθυμιών των καταναλωτών και στην προσφορά των επιθυμητών ικανοποιήσεων, με τρόπο αποτελεσματικότερο και αποδοτικότερο από αυτό των ανταγωνιστών. Έχει ως επίκεντρο τις ανάγκες του καταναλωτή και γι' αυτό συμβάλλει στην δημιουργία αγαθών τα οποία θα προτιμηθούν από τους καταναλωτές, θα αυξήσουν τις πωλήσεις και θα ικανοποιήσουν πραγματικές ανάγκες.

Το Μάρκετινγκ έχει ως σημαντικό εργαλείο τη **διαφήμιση** η οποία αποτελεί μια απρόσωπη επικοινωνία ανάμεσα στις επιχειρήσεις και στους πιθανούς πελάτες. Τελικός σκοπός είναι η μετάδοση πληροφοριών και η δημιουργία μιας ευνοϊκής

γνώμης για κάποιο προϊόν ή την επιχείρηση που διαφημίζεται. Με αυτό τον τρόπο επιδιώκει να πείσει τους καταναλωτές ότι το προϊόν είναι καλύτερο από αυτό των ανταγωνιστών, πετυχαίνοντας πωλήσεις. Όμως το συνεχώς αυξανόμενο πλεόνασμα παραγωγής που οφείλεται στην δυσαναλογία μεταξύ προσφοράς αγαθών από τις επιχειρήσεις και της ικανής προς πληρωμή ζήτησης από πλευράς των καταναλωτών (λόγω της περιορισμένης αγοραστικής τους δύναμης) δίνει στη διαφήμιση μία άλλη διάσταση. Οι μεγάλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τη διαφήμιση για να συμβάλλει στην απορρόφηση όλο και μεγαλύτερου μέρους των παραγόμενων προϊόντων τους ώστε να διατηρήσουν και να αυξήσουν τα κέρδη τους.

Η διαφήμιση έτσι επηρεάζει την ζήτηση μεταβάλλοντας τις ίδιες τις ανάγκες. Οι μέθοδοι πώλησης εκμεταλλεύονται την ευαισθησία του καταναλωτή, χρησιμοποιούν εις βάρος του τους νόμους της ψυχολογίας με τους οποίους δεν είναι εξοικειωμένος και δεν μπορεί να αμυνθεί εναντίον τους, τον τρομάζουν τον κολακεύουν ή τον αφοπλίζουν. Όλα αυτά είναι πράγματα άσχετα με τις γνώσεις του αγοραστή. Στην περίπτωση που συμβαίνει αυτό η διαφήμιση δεν αποτελεί απλά μια ενημέρωση για κάποιο προϊόν ή κάποια επιχείρηση αλλά δημιουργεί ένα νέο πλαίσιο από ανάγκες, μέσα από την αναδιάταξη των κινήτρων του καταναλωτή. Υπάρχει λοιπόν μεγάλη διαφορά ανάμεσα στην **εποικοδομητική διαφήμιση** η οποία επιδιώκει την προσέγγιση των καταναλωτών με ευκαιρίες πώλησης από τις οποίες ενδεχομένως θα επωφεληθείτε και στη **μαχητική-επιθετική διαφήμιση** που είναι κυρίως όργανο πειθούς και πονηρών χειρισμών.

Στην καταναλωτική κοινωνία οι άνθρωποι προσδιορίζονται από το τι καταναλώνουν ενώ δεν πρέπει να τους δίνεται η δυνατότητα να αναπαυθούν. Η κατανάλωση θα πρέπει να επιφέρει ικανοποίηση αμέσως χωρίς ιδιαίτερη προσπάθεια και δεξιότητες έτσι ώστε ο καταναλωτής σύντομα να εκτεθεί σε νέο πειρασμό. Αρνητικές συνέπειες της διαδικασίας αυτής είναι: Η άσκηση ψυχολογικής βίας στον καταναλωτή αφού επηρεάζει και διαμορφώνει την προσωπική ζωή. Εμπορευματοποίηση των ανθρωπίνων σχέσεων αφού ο καθένας προσδιορίζεται από το τι μπορεί να αποκτήσει και να καταναλώσει. Η σπατάλη των παραγωγικών πόρων μιας οικονομίας και η μόλυνση του περιβάλλοντος. Βέβαια η προώθηση, η προβολή προϊόντων και η ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού μέσω των Μ.Μ.Ε. και της διαφήμισης έχει και θετικές συνέπειες όπως: διευκολύνει την επίτευξη οικονομιών κλίμακας (μείωση του κόστους παραγωγής). Αυξάνει την πληροφόρηση και διευρύνει τις δυνατότητες επιλογής του καταναλωτή. Βοηθά στη βελτίωση των προϊόντων δημιουργεί κίνητρα ανάπτυξης της καινοτομίας. Ενεργοποιεί κίνητρα για προσπάθεια επίτευξης υψηλότερου επιπέδου διαβίωσης. Επιχορηγεί τα Μ.Μ.Ε. εξασφαλίζοντας στο ευρύ κοινό την ενημέρωση για σημαντικά θέματα.

1.3 Συμπεράσματα

Η ενημέρωση των καταναλωτών μέσω των διαφημιστικών μηνυμάτων αλλά και η λειτουργία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που ενημερώνουν και ψυχαγωγούν είναι στοιχεία απαραίτητα για την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου. Όμως όταν αυτά χρησιμοποιούνται για να παραπληροφορήσουν και να δημιουργήσουν πλασματικές ανάγκες τότε γίνονται επικίνδυνα για το κοινωνικό σύνολο. Ο καταναλωτισμός και η διάθεση για απόκτηση αγαθών με οποιοδήποτε τρόπο ακόμη και με δανεισμό διαβρώνουν τον κοινωνικό ιστό. Οι ανθρώπινες σχέσεις εμπορευματοποιούνται, η κοινωνική θέση του καθενός συνδέεται με τα υλικά αγαθά που κατέχει ενώ όσοι δεν μπορούν να καλύψουν τις πλασματικές αυτές ανάγκες νιώθουν θλίψη και απογοήτευση.

Ταυτόχρονα οι ανάγκες παραγωγής όλο και περισσότερων αγαθών που οι επιχειρήσεις θα προσπαθήσουν να πουλήσουν εξαντλούν τους φυσικούς πόρους και βλάπτουν το περιβάλλον. Οι καταναλωτές οφείλουν να αποκτήσουν καταναλωτική συνείδηση. Με την αγωγή του καταναλωτή αυτός εκπαιδεύεται στο να αναγνωρίζει τις πραγματικές του ανάγκες, να διακρίνει τα τεχνικά χαρακτηριστικά των προϊόντων που καλύπτουν τις ανάγκες του ενώ υπολογίζει την χρησιμότητα που θα λάβει από τα χρήματα που θα ξοδέψει. Δεν παρασύρεται από τις παραπλανητικές τεχνικές πωλήσεων που σχετίζονται με την τοποθέτηση των προϊόντων, την μάρκα, τα όμορφα πρόσωπα που χρησιμοποιούν τα προϊόντα. Απολαμβάνει το εντυπωσιακό περιβάλλον των εμπορικών κέντρων και των καταστημάτων αλλά δεν παρασύρεται από αυτό. Διαχειρίζεται σωστά τα οικονομικά του και καταφεύγει με προσοχή σε δανεισμό.

Αξιοποιεί την ενημέρωση που του παρέχει το διαδίκτυο. Δεν καταναλώνει προϊόντα χαμηλού κόστους που παράγονται σε υπανάπτυκτες χώρες με απάνθρωπες συνθήκες εργασίας. Επίσης ο υπεύθυνος καταναλωτής πολίτης προσδιορίζει τις κοινωνικές σχέσεις με βάση την πραγματική αξία του καθενός και όχι με βάση τα υλικά αγαθά που κατέχει. Τέλος οι καταναλωτικές του επιλογές πρέπει να είναι υπεύθυνες και με γνώμονα πάντα την προστασία του περιβάλλοντος. Η ανακύκλωση, ο περιορισμός της κατανάλωσης ενέργειας αλλά και η οικολογική μετακίνηση ώστε να προστατεύεται το περιβάλλον πρέπει να αποτελεί καθημερινή πρακτική. Ταυτόχρονα με δράσεις πρέπει να απαιτεί και από τους άλλους ανάλογη συμπεριφορά. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα. Η αποφυγή πειστικών πωλήσεων, παραπλανητικών διαφημίσεων και υπερτιμολογήσεων είναι απαραίτητη. Η παραγωγή και η διανομή με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον βελτιωμένων αγαθών που καλύπτουν καλύτερα τις πραγματικές ανάγκες θα οδηγήσει στη εξισορρόπηση του συστήματος. Τέλος τα κράτη, οι καταναλωτικές και οι οικολογικές οργανώσεις θα πρέπει να συμβάλλουν στη δημιουργία καταναλωτικής συνείδησης ώστε να περιοριστεί η μόλυνση του περιβάλλοντος αλλά ταυτόχρονα να δημιουργηθούν προοπτικές βελτίωσης της ποιότητας ζωής.

Η οικονομική κρίση επηρεάζει την ποιότητα της διατροφής μας?

- Η οικονομική κρίση επηρεάζει την ποιότητα της διατροφής μας διότι αν οι άνθρωποι είναι άνεργοι δεν έχουν χρήματα και αδυνατούν να φροντίζουν την ποιότητα της διατροφής τους. Επομένως καταλήγουν να αγοράζουν φθηνά προϊόντα τα οποία είναι βιομηχανικά επεξεργασμένα.
- Μείωση κατανάλωσης φρούτων και λαχανικών
- Μείωση κατανάλωσης ψαριού επειδή θεωρείται ακριβό
- Αύξηση κατανάλωσης συσκευασμένων τροφίμων που είναι πλούσια σε ζάχαρη και λιπαρά
- Αύξηση κατανάλωσης γρήγορου και φτηνού φαγητού
- Αύξηση κατανάλωσης γλυκών και σοκολάτας
- Σε οικονομικότερες επιλογές τροφίμων που ενδεχομένως είναι κατώτερης ποιότητας
- Μείωση φυσικής δραστηριότητας

Η οικονομική κρίση βλάπτει την διατροφή μας αλλά και σε υψηλό επίπεδο την υγεία μας. Παρόλο που οι άνθρωποι δεν τρώνε υπερβολικά παρατηρούμε ότι στην σημερινή εποχή αυξάνεται κατά πολύ η παχυσαρκία διότι δεν τρέφονται σωστά.

Για να έχουμε μια ισορροπημένη διατροφή θα πρέπει να έχουμε πάντα στη λίστα με τα προϊόντα που θέλουμε να αγοράσουμε από το super market και φυσικά να περιλαμβάνει η λίστα μας προϊόντα τα οποία είναι πλούσια σε βιταμίνες και άλλα πολλά παρακάτω λίστα μας δείχνει τι πρέπει να αγοράζουμε:

- **Δεν πάμε ποτέ πεινασμένοι για ψώνια**
- **Φτιάχνουμε λίστα με τα τρόφιμα που πραγματικά χρειαζόμαστε και δεν αγοράζουμε τίποτα περιττό**
- **Προτιμούμε τα φρούτα και τα λαχανικά εποχής γιατί είναι πιο πλούσια σε θρεπτικά συστατικά και φυσικά πιο οικονομικά**
- **Προκειμένου να μην αποκλείσουμε ένα φρέσκο τρόφιμο επειδή είναι ακριβό το αντικαθιστούμε με κατεψυγμένο που είναι η αμέσως επόμενη καλύτερη επιλογή**
- **Δεν βγάζουμε το ψάρι από τη διατροφή μας λόγω κόστους**
Επιλέγουμε σαρδέλα ή γάβρο που είναι πλούσια σε καλά λιπαρά και οικονομικότερα από άλλα. Η αμέσως επόμενη καλύτερη επιλογή είναι το κατεψυγμένο ψάρι
- **Περιορίζουμε την κατανάλωση κόκκινου κρέατος σε 1 φορά την εβδομάδα**
- **Προγραμματίζουμε το μενού της εβδομάδας και εφοδιαζόμαστε μόνο με τα απαραίτητα υλικά για την παρασκευή του.**

Οι κακές οικονομικές συνθήκες στρέφουν τους καταναλωτές σε πιο φτηνές διατροφικές επιλογές, οι οποίες "φορτώνουν" τον οργανισμό με πολλές θερμίδες. Σύμφωνα με μελέτες, οι αναπτυσσόμενες χώρες πλήττονται από την παχυσαρκία σε μεγαλύτερο ποσοστό συγκριτικά με τις ανεπτυγμένες χώρες, γεγονός που οφείλεται

στο ότι τα τρόφιμα που είναι πλούσια σε ενέργεια, λίπη και ζάχαρη είναι πιο φθηνά και μπορεί οποιοσδήποτε να τα αγοράσει και μάλιστα σε μεγάλες ποσότητες.

Ο δικός μας προβληματισμός...

Τα τελευταία χρόνια στην χώρα μας παρατηρούμε μεγάλη αύξηση στους ανθρώπους που πεινάνε, αυξάνονται τα ποσοστά παχυσαρκίας, αυξάνονται τα ποσοστά νευρικής ανορεξίας στην χώρα μας και λόγω όλων αυτών αυξάνεται όλο και περισσότερο το στρες.

Τι είναι υγιεινή διατροφή και γιατί πρέπει να τρώμε υγιεινά?

Η υγιεινή διατροφή παρέχει όλες τις θρεπτικές ουσίες που χρειάζεται το σώμα ώστε να είναι υγιές. Έχει ποικιλία και είναι πλούσια σε φρούτα και λαχανικά, καλύπτει τις ανάγκες του σώματος σε ενέργεια συμβάλλοντας παράλληλα στη διατήρηση ενός φυσιολογικού βάρους. Δηλαδή πρέπει να έχουμε μια ισορροπία στην διατροφή μας και να τρώμε από όλα τα προϊόντα ακόμα και κρέας, γλυκά κτλ απλά να βάζουμε και ένα μέτρο σε όλα.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι να τρώτε πιο υγιεινά. Ένα σωστό διατροφικό πρόγραμμα θα πρέπει να περιλαμβάνει τροφές από όλες τις ομάδες τροφίμων: γάλα, λαχανικά, ψωμί και δημητριακά, φρούτα, ψάρια, πουλερικά και κρέας.

Η μόνη λύση είναι η επιστροφή στην Μεσογειακή διατροφή..

Ο λαός μας έχει επιβιώσει πολλές φορές σε εποχές κρίσης και επιβίωσε χάρης στην Μεσογειακή διατροφή. Τώρα πια αυτός ο τρόπος πρέπει να γίνει πράξη και όχι αντικείμενο συζήτησης. Είναι η καλύτερη λύση για να εξοικονομήσουμε χρήματα αλλά κυρίως για την υγεία την δικιά μας και τον παιδιών μας.



- Κάνουμε καλύτερη διαχείριση των χρημάτων που προορίζονται για τη διατροφή μας
- Γινόμαστε σωστοί καταναλωτές
- Αλλάζουμε προς το καλύτερο τις διατροφικές μας συνήθειες υιοθετώντας και πάλι το μεσογειακό μοντέλο διατροφής (είναι η πιο συμφέρουσα επιλογή αν το δούμε καθαρά οικονομικά)
- Βάζουμε την άσκηση στη ζωή μας έστω και με τη μορφή ενός απλού περπατήματος ή πηγαίνοντας με τα πόδια στις δραστηριότητές μας , γιατί μας βοηθά να χαλαρώσουμε και να δούμε τα πράγματα πιο θετικά
- Δεν ξεχνάμε ότι φροντίζοντας τη διατροφή μας έχουμε καλύτερη υγεία και έτσι εξοικονομούμε πολλά χρήματα που θα καταναλώνναμε σε επισκέψεις σε γιατρούς και σε φάρμακα.



ΠΡΕΠΕΙ ΕΠΙΤΕΛΟΥΣ ΝΑ ΒΑΛΟΥΜΕ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΣΤΗΝ ΖΩΗ ΜΑΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΙΜΑΣΤΕ ΥΓΙΕΙΣ. ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ Η ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΑΛΛΑ ΚΑΙ Η ΑΣΚΗΣΗ.. ΒΑΛΤΕ ΛΟΙΠΟΝ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΣΤΗΝ ΖΩΗ ΣΑΣ...

ΤΙ ΣΥΜΠΕΡΑΙΝΟΥΜΕ:

- Υιοθετούμε σωστές διατροφικές συνήθειες
- Φροντίζουμε τη διατροφή των παιδιών μας
- Βάζουμε τη φυσική δραστηριότητα στη ζωή μας
- Κάνουμε σωστή διαχείριση των οικογενειακού προϋπολογισμού
- Βλέπουμε τα πράγματα θετικά
- Είμαστε ένας λαός ο οποίος όπως έχει δείξει η ιστορία μπορεί να επιβιώσει και σε ακόμα δυσκολότερες οικονομικές συνθήκες
- Δίνουμε τον καλύτερό μας εαυτό και γινόμαστε το καλό παράδειγμα για τα παιδιά μας

ΤΟ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΟΥ ΠΛΑΝΗΤΗ.....



Το διατροφικό πρόβλημα του πλανήτη έχει σχέση με την ραγδαία αύξηση του πληθυσμού σε συνάρτηση με την κάλυψη των διαφορετικών αναγκών μας. Η τεχνολογία έχει βοηθήσει στο να παράγονται επαρκείς ποσότητες αλλά το πρόβλημα είναι στο κόστος διάθεσης των προϊόντων της αγοράς.

Τι είναι τα διατροφικά προβλήματα και οι διατροφικές διαταραχές;

Γενικότερα η τροφή είναι απαραίτητη για την επιβίωση μας και παίζει σημαντικό ρόλο στην διάρκεια της ζωής μας. Κάθε άνθρωπος έχει διαφορετική προτίμηση στο είδος του φαγητού και χρειάζεται διαφορετική ποσότητα τροφής. Όπως έχουμε διαφορετικά μάτια, μαλλιά έτσι έχουμε και διαφορετικό σωματότυπο, ύψος και σκελετό.

Με τον ίδιο τρόπο το λίπος συσσωρεύεται σε διαφορετικά σημεία του σώματος κάθε ανθρώπου, εξαιτίας των γονιδίων του. Είναι πολύ σημαντικό να διατηρούμε ένα φυσιολογικό βάρος (και μια συγκεκριμένη ποσότητα λίπους στο σώμα μας), προκειμένου να λειτουργεί σωστά ο οργανισμός μας.

Οι περισσότεροι άνθρωποι, κάποια στιγμή στη ζωή τους, δεν είναι ευχαριστημένοι με την εικόνα του σώματός τους - πιστεύουν ότι είναι πολύ χοντροί, πολύ αδύνατοι ή ότι δεν έχουν καλή κατασκευή. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα στην περίπτωση των εφήβων, καθώς πραγματοποιούνται διαρκώς αλλαγές στο σώμα τους.

Πολλοί άνθρωποι προσπαθούν να χάσουν βάρος ακολουθώντας διάφορες δίαιτες - αυτό συνήθως δεν αποτελεί πρόβλημα. Ωστόσο, ορισμένες διατροφικές

συμπεριφορές είναι εξαιρετικά ανθυγιεινές - αυτό ισχύει, για παράδειγμα, όταν τρως πάρα πολύ ή ελάχιστα επειδή είσαι στενοχωρημένος ή αγχωμένος. Με το πέρασμα του χρόνου, αυτή η διατροφική συμπεριφορά μπορεί να θέσει σε κίνδυνο την υγεία σου.

Υπάρχουν διάφορα είδη διατροφικών διαταραχών - ορισμένες απ' αυτές είναι σοβαρότερες από άλλες. Ωστόσο, όλα τα προβλήματα που σχετίζονται με την πρόσληψη της τροφής είναι ανησυχητικά. Όταν τα παιδιά ασχολούνται σε μεγάλο βαθμό με τη σωματική τους εμφάνιση και οι γονείς αρχίζουν να ανησυχούν για τις διατροφικές συνήθειες και την απώλεια βάρους των παιδιών τους, τότε έχουμε συνήθως τα λεγόμενα διατροφικά προβλήματα. Στις περισσότερες περιπτώσεις, αυτά τα προβλήματα δεν είναι πολύ σοβαρά και αντιμετωπίζονται με τη βοήθεια και τη στήριξη των γονιών, των φίλων, των καθηγητών και των οικογενειακών γιατρών.

Ωστόσο, σε ορισμένες περιπτώσεις τα διατροφικά προβλήματα αποκτούν πολύ πιο σοβαρές διαστάσεις. Κάποιοι έφηβοι τρώνε τόσο πολύ ή τόσο λίγο επί σειρά μηνών, ώστε απειλείται η υγεία τους ή ακόμα και η ζωή τους.

Αρχίζουν να αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα στην καθημερινή τους ζωή στο σπίτι και στο σχολείο. Αυτά τα παιδιά δε νιώθουν καλά, ούτε ψυχικά ούτε σωματικά. Όταν τα διατροφικά προβλήματα φτάνουν σ' ένα τόσο ανησυχητικό επίπεδο, οι ειδικοί τα περιγράφουν με τον όρο «**διατροφικές διαταραχές**». Οι πιο σοβαρές διατροφικές διαταραχές είναι η νευρική ανορεξία και η νευρική βουλιμία.

Ορισμένες φορές, οι άνθρωποι χρησιμοποιούν αυτούς τους όρους για να χαρακτηρίσουν όλα τα είδη διατροφικών προβλημάτων. Οι συντομότεροι όροι ανορεξία και βουλιμία είναι πιο σωστό να χρησιμοποιούνται για τα λιγότερο σοβαρά, αλλά, παρ' όλα αυτά, ανησυχητικά διατροφικά προβλήματα - για παράδειγμα, απώλεια της όρεξης που μπορεί να οφείλεται σε **σωματικά αίτια**.

Τα κορίτσια εμφανίζουν συχνότερα διατροφικά προβλήματα και διατροφικές διαταραχές. Ωστόσο, άνθρωποι κάθε φύλου και ηλικίας μπορεί να παρουσιάσουν κάποια διατροφική διαταραχή. Τα διατροφικά προβλήματα και οι διατροφικές διαταραχές δεν αφορούν απλώς στο φαγητό – αφορούν, κυρίως, στην ψυχική και συναισθηματική κατάσταση ενός ανθρώπου.

Αν κρίνεις τον εαυτό σου με βάση την ποσότητα τροφής που καταναλώνεις, μπορεί να μη νιώθεις ικανοποιημένος μέχρι να χάσεις βάρος - κι έτσι θα έχεις μια αρνητική εικόνα για τον εαυτό σου. Συχνά, οι άνθρωποι με ανορεξία εξακολουθούν να νιώθουν χοντροί, παρ' όλο που στην πραγματικότητα είναι πολύ αδύνατοι.

Γιατί οι άνθρωποι παρουσιάζουν διατροφικά προβλήματα και διατροφικές διαταραχές;

Η διατήρηση ενός υγιούς βάρους εξασφαλίζει την καλή λειτουργία του οργανισμού μας. Ωστόσο πολλοί άνθρωποι όταν αντιμετωπίζουν κάποια δυσκολία στη ζωή τους παύουν να φροντίζουν σωστά τον οργανισμό τους.

Ορισμένοι από τους λόγους είναι οι ακόλουθοι:

- 1: Νιώθουν ότι δεν έχουν τον έλεγχο της ζωής τους - συχνά αισθάνονται ότι το μοναδικό πράγμα που μπορούν να ελέγξουν είναι το σώμα τους.

- 2: Θέλουν να είναι δημοφιλείς - πιστεύουν ότι θα αρέσουν σε περισσότερους ανθρώπους αν είναι πιο αδύνατοι.
- 3: Προσπαθούν να μοιάσουν σε επιτυχημένα άτομα (π.χ. στα μοντέλα που βλέπουν στα περιοδικά) - συγχέουν την αδύνατη σιλουέτα με την επιτυχία.
- 4: Συνεχίζουν να τρώνε μικρές ποσότητες ύστερα από μια αρρώστια (π.χ. γρίπη), παρόλο που έχουν συνέλθει απ' αυτή.
- 5: Αρχίζουν μια δίαιτα, αλλά δεν μπορούν να σταματήσουν.
- 6: Δεν γνωρίζουν ότι η ύπαρξη ενός ποσοστού λίπους στο σώμα μας δεν είναι μόνο φυσιολογικό, αλλά και απαραίτητο!
- 7: Πιστεύουν ότι δεν αξίζουν ως άτομα - σκέφτονται ότι η ζωή τους θα βελτιωθεί αν χάσουν βάρος.
- 8: •Μισούν το σώμα τους - γεγονός που μπορεί να οφείλεται σε κάποια εμπειρία τους, για παράδειγμα ίσως έχουν κακοποιηθεί.

Πώς αντιμετωπίζονται τα διατροφικά προβλήματα και οι διατροφικές διαταραχές;

Οι άνθρωποι πολλές φορές δεν παραδέχονται ότι έχουν πρόβλημα και κρύβουν το γεγονός ότι δεν τρώνε. Συνήθως οι βουλητικοί ή ανορεκτικοί λένε ψέματα ότι τρώνε φυσιολογικά και αρνούνται οποιαδήποτε βοήθεια. Είναι πολύ δύσκολο κάποιος να το αντιμετωπίσει μόνος του.

Το Διατροφικό πρόβλημα οφείλεται και στο Μοντέλο Ανάπτυξης του Αγροτικού Τομέα



«Το κλειδί της διατροφικής ασφάλειας είναι οι συνεχείς επενδύσεις στη γεωργία ιδίως στη μικρή κλίμακας γεωργία».

Αυτή η φράση αφορά την ευρωπαϊκή κοινότητα γιατί πάνω από ένα δισεκατομμύριο άνθρωποι πεινούν και σύμφωνα με τον Γενικό Γραμματέα των Ηνωμένων εθνών :

«ο Πλανήτης έχει παραμελήσει τη Γεωργία».

Η διατροφική κρίση σαν κρίση τιμών.

Το διατροφικό πρόβλημα, σε αυτή τη φάση, εμφανίζεται σαν πρόβλημα τιμών (κι όχι σαν πρόβλημα έλλειψης) σε βασικά είδη διατροφής. Οι τιμές ενός αριθμού βασικών προϊόντων, μέσα σε ένα χρόνο σχεδόν, έχουν διπλασιαστεί. Αυτές αφορούν τα σιτηρά, τη ζάχαρη, το καλαμπόκι, το κακάο, τον καφέ και τα παράγωγά τους. Η διατροφική κρίση σχετίζεται βέβαια και με την μείωση της παραγωγής αυτών των προϊόντων. Αλλά τα προϊόντα αυτά υπάρχουν στην αγορά, μπορεί κανείς να τα βρει, αλλά σε τιμές διπλάσιες από πέρυσι. Επόμενα η διατροφική κρίση παίρνει τη μορφή μιας κρίσης τιμών, γεγονός που για τις φτωχές χώρες σημαίνει αδυναμία αγοράς αυτών των προϊόντων και αδυναμία διατροφής. Επισιτιστικό πρόβλημα γενικό υπάρχει σε πολλές χώρες εδώ και πολλά χρόνια. Είναι γνωστές οι εκθέσεις των διεθνών οργανισμών για αυτό το θέμα. Ένα δισεκατομμύριο άνθρωποι υποφέρουν μόνιμα από την πείνα, ένα παιδί πεθαίνει κάθε 30 δευτερόλεπτα από **υποσιτισμό**.

Η διατροφή στον δυτικό κόσμο

Η παγκόσμια άνοδος των τιμών των τροφίμων έρχεται να επιβαρύνει το πρόβλημα της κακής διατροφής των κατοίκων του ανεπτυγμένου κόσμου, καθώς οι πρώτες διατροφικές ύλες γίνονται όλο και πιο ακριβές, με αποτέλεσμα τα άτομα να στρέφονται σε φτηνότερα, και συνήθως χαμηλότερης ποιότητας και διατροφικής αξίας, τρόφιμα, με συνέπειες για την υγεία τους. Έτσι, η διατροφική αξία των καθημερινών γευμάτων των κατοίκων του δυτικού κόσμου υποβαθμίζεται ακόμα περισσότερο, ενώ η ενεργειακή (θερμιδική) αξία τους παραμένει πολύ υψηλότερη του κανονικού. Αποτέλεσμα είναι η σταθερή αύξηση, χρόνο με το χρόνο, των ποσοστών μεταβολικού συνδρόμου και παχυσαρκίας ανάμεσα σε ενήλικες και παιδιά.

Οι διαταραχές της διατροφής όμως μπορούν να είναι και άλλης μορφής: τα τελευταία χρόνια εμφανίζεται όλο και πιο συχνά μια νέα μορφή διαταραχής που χτυπά κυρίως νεαρές έφηβες, η **νευρογενής ανορεξία**. Ψυχογενής και πολύ επικίνδυνη, η νευρική ανορεξία αφορά στον υπερβολικό περιορισμό ή και το σταμάτημα της διατροφής. Ακόμη και όταν δεν αποβεί μοιραία, η διαταραχή αυτή μπορεί να προκαλέσει σοβαρές, μη αναστρέψιμες βλάβες στην υγεία και την ανάπτυξη της εφήβου.

Διατροφή και κλιματική αλλαγή

Έτος	Αμερική	Ασία	Αφρική	Ευρώπη	Ωκεανία	Παγκόσμια
1950	332.242.478	1.436.893.576	227.332.997	546.415.793	12.476.128	2.555.360.972
1980	614.075.940	2.651.233.110	470.832.202	693.766.715	22.676.625	4.452.584.592
2000	835.689.483	3.686.604.360	796.598.429	729.966.641	30.744.658	6.079.603.571
2050	1.231.150.733	5.327.180.894	1.937.368.460	650.007.226	44.545.219	9.190.252.532

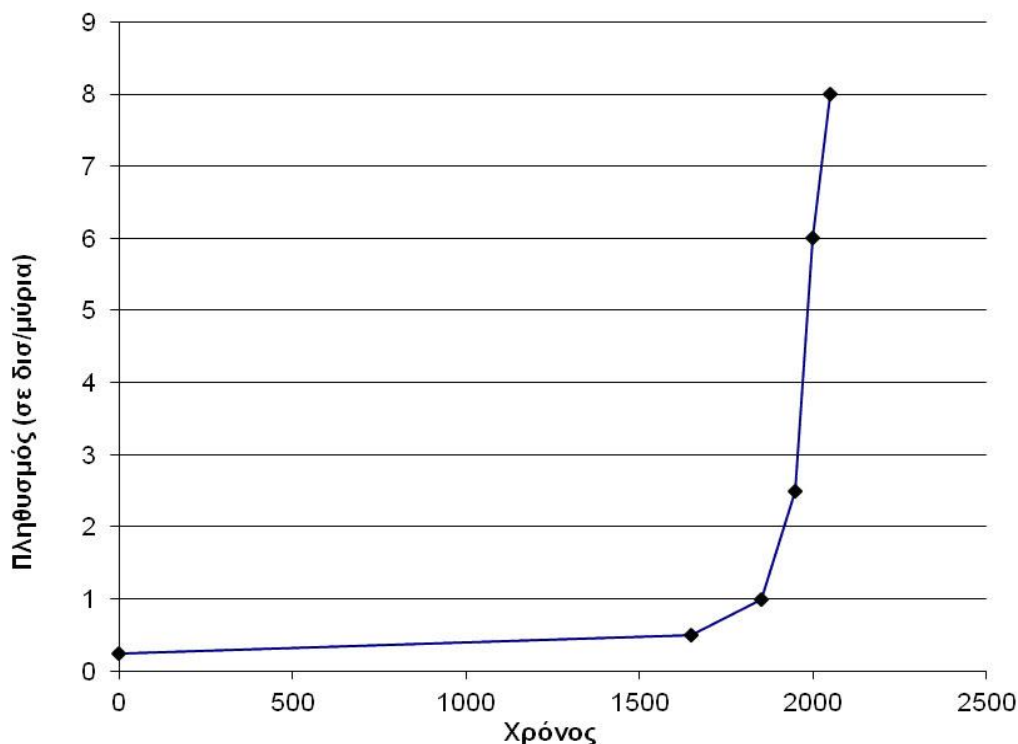
Οι κλιματικές αλλαγές που συντελούνται στον πλανήτη έχουν αντίκτυπο, έμμεσο ή άμεσο, σε κάθε πλευρά της ανθρώπινης ζωής, όμως πουθενά η επίδραση αυτή δεν διαγράφεται τόσο δραματικά όσο στον τομέα της διατροφής.

Ο πληθυσμός της γης στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών αυξάνει με ταχύτατο ρυθμό. Από το σχ.1 μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι στις αρχές της χριστιανικής εποχής ο πληθυσμός της γης αριθμούσε περίπου 250 εκατομμύρια άτομα, διπλασιάστηκε το 1650 φθάνοντας τα 500 εκατομμύρια και το 1850 αριθμούσε 1 δισεκατομμύριο. Εκατό χρόνια αργότερα, το 1950, ο αριθμός αυτός υπερέβαινε τα 2,5 δισεκατομμύρια άτομα και σε διάστημα 50 χρόνων αυξήθηκε σε 6 δισεκατομμύρια περίπου, ενώ οι προοπτικές για το 2050 είναι να ανέλθει σε 8-12 δισεκατομμύρια. Από την περιφερειακή κατανομή του πληθυσμού φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό βρίσκεται στις ασιατικές χώρες . Αυτό φαίνεται και στο παρακάτω πίνακα:

Το 98% της αύξησης του πληθυσμού εντοπίζεται στις αναπτυσσόμενες χώρες της Ασίας και της Αφρικής. Ενδεικτικά η αύξηση του πληθυσμού που μπορεί να είναι 1% ετησίως:

Έτος	Πληθυσμός της γης	Αύξηση %
1950	2.518.636.000	
1960	3.021.474.000	16,6
1970	3.692.499.000	18,2
1980	4.434.675.000	16,7
1990	5.263.586.000	15,7
2000	6.070.585.000	13,3

2010	6.830.281.000	11,1
2020	7.540.229.000	9,4
2030	8.130.143.000	7,2
2040	8.593.590.000	5,4
2050	8.918.728.000	3,6



Αύξηση πληθυσμού διεθνώς (FAO, 2012).

Από τα 131 δισεκατομμύρια στρέμματα της χερσαίας επιφάνειας της γης καλλιεργούνται μόνο τα 14 δισεκατομμύρια στρέμματα που αντιστοιχούν σε ποσοστό 11% της συνολικής έκτασης. Χαρακτηριστικό των καλλιεργούμενων εκτάσεων είναι η δυσανάλογη κατανομή τους σε σχέση με την κατανομή του πληθυσμού της γης. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στην Ασία όπου κατοικεί το 56% του παγκόσμιου πληθυσμού, η καλλιεργούμενη έκταση αντιπροσωπεύει το 31% της συνολικά καλλιεργούμενης έκτασης.

Σύμφωνα με τον FAO, τα παραγόμενα σήμερα τρόφιμα είναι αρκετά να θρέψουν όλο τον πληθυσμό της Γης, ακόμα κι αν έφθανε 12 δισεκατομμύρια άτομα.!

Χαρακτήρας, αιτίες, προεκτάσεις της «διατροφικής κρίσης»

Ο όρος «**διατροφική κρίση**», συνδέεται τόσο με θέματα παραγωγής και επάρκειας τροφίμων, όσο και με θέματα ακρίβειας, ποιότητας τροφίμων, διατροφικής ασφάλειας και χρηματιστηριακής κερδοσκοπίας, καθώς και με τη βιώσιμη ανάπτυξη, τη βιοποικιλότητα και την προστασία του περιβάλλοντος.

Επί του παρόντος το επισιτιστικό πρόβλημα εμφανίζεται σαν πρόβλημα τιμών και όχι σαν πρόβλημα έλλειψης σε βασικά είδη διατροφής. Η άνοδος των τιμών των αγροτικών προϊόντων

επηρεάζει και το επίπεδο ζωής των ανεπτυγμένων χωρών με έμμεσο τρόπο, μέσω της αύξησης του πληθωρισμού.

Διατροφική κρίση

Το νέο μεγάλο κύμα ανατιμήσεων στα τρόφιμα το 2010-11, ξεπέρασε σε πολλές περιπτώσεις το προηγούμενο «κύμα» του 2007-08 και οδηγεί σε νέες εξεγέρσεις πεινασμένων κυρίως σε αναπτυσσόμενες χώρες και στην υποβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των λαϊκών στρωμάτων στις αναπτυγμένες καπιταλιστικές χώρες. Όλα δείχνουν ότι η «διατροφική κρίση» με την ένταση, το βάθος και τη διάρκεια που παρουσιάζει, πέρα από έκτακτους και συγκυριακούς παράγοντες, έχει μονιμότερες αιτίες που συνδέονται με τη γενικότερη οικονομική κρίση και την άκρατη χρηματιστηριακή κερδοσκοπία τραπεζών και πολυεθνικών εταιριών, δείχνοντας τα όρια του σημερινού συστήματος και του κυρίαρχου μοντέλου παραγωγής τροφίμων. Ο όρος «διατροφική κρίση», συνδέεται τόσο με θέματα παραγωγής και επάρκειας τροφίμων, όσο και με θέματα ακρίβειας, ποιότητας τροφίμων, διατροφικής ασφάλειας και χρηματιστηριακής κερδοσκοπίας, καθώς και με τη βιώσιμη ανάπτυξη, τη βιοποικιλότητα και την προστασία του περιβάλλοντος.

Τα αίτια της πείνας και του υποσιτισμού

Υπάρχουν πολλοί και **αλληλοεμπλεκόμενοι** παράγοντες που επηρεάζουν τα προβλήματα. Ωστόσο, η Πείνα καθεαυτή μπορεί να προκληθεί από δύο απλούς λόγους:

α) Ο πρώτος είναι η Φτώχεια. Όταν δηλαδή κάποιος δεν έχει τα αναγκαία μέσα (χρήματα ή θέση) ώστε να καταφέρει να αποκτήσει πρόσβαση στην απαραίτητη γι' αυτόν τροφή, με αποτέλεσμα να πεινάει.

β) Ο δεύτερος είναι η Έλλειψη Τροφής. Όταν δηλαδή τα τρόφιμα σε μία οικογένεια, περιοχή, χώρα, ή ολόκληρο τον πλανήτη, δεν αρκούν για να θρέψουν ένα ή περισσότερα άτομα, με αποτέλεσμα αυτά να πεινούν.

γ) Η Διεθνής οικονομία και οι κοινωνικές ανισότητες, καθώς τις συναντάμε σε όλα τα κράτη, ακόμα και στα οικονομικά ισχυρά.

Μια από τις βασικότερες αιτίες της φτώχειας είναι η κοινωνική ανισότητα, που σημαίνει άνιση κατανομή των πλουτοπαραγωγικών πηγών, του εισοδήματος και των περιουσιακών στοιχείων μεταξύ των ατόμων και των κρατών. Άλλες αιτίες είναι η προκατάληψη, οι διακρίσεις και ο ρατσισμός απέναντι σε ορισμένες κοινωνικές ομάδες. Ακόμα, αιτίες φτώχειας αποτελούν ο πόλεμος, οι φυσικές καταστροφές και η ανεργία. Τα φαινόμενα της παραοικονομίας, της φοροδιαφυγής και της κακοδιαχείρισης, δεν αποτελούν πρωτογενείς αιτίες, αλλά προκαλούν επιδείνωση της φτώχειας στο επίπεδο του κοινωνικού συνόλου.

Ένα βασικό χαρακτηριστικό της φτώχειας είναι η αναπαραγωγή της (φαύλος κύκλος) από γενιά σε γενιά μέσω των περιουσιακών στοιχείων, με τα οποία κληρονομούνται συνήθως τα κοινωνικά χαρακτηριστικά. Έτσι η φτώχεια διαιωνίζει τις κοινωνικές ανισότητες. Βέβαια, η φτώχεια δεν εξαρτάται απόλυτα από το οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον, αλλά και από τα ατομικά χαρακτηριστικά του καθενός ή ακόμα και από διάφορα απρόοπτα συμβάντα της ζωής.

Ο κανόνας ωστόσο, είναι ότι στις περισσότερες περιοχές του πλανήτη, οι άνθρωποι που γεννιούνται φτωχοί ή καταλήγουν στη φτώχεια από διάφορες αιτίες, δεν μπορούν ούτε οι ίδιοι, ούτε και οι απόγονοί τους να ξεφύγουν από αυτή εύκολα, καθώς δεν έχουν αρκετά χρήματα για

- να τραφούν σωστά ώστε να σκεφτούν και να ενεργήσουν κατάλληλα

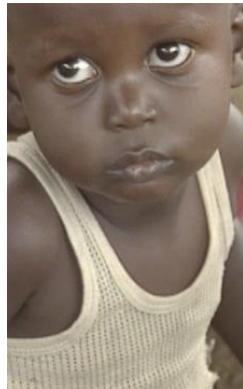
- να μείνουν σε δικό τους σπίτι
- να καλλιεργήσουν δική τους γη
- να πάνε σχολείο για να μορφωθούν και να έχουν περισσότερες ευκαιρίες
- να αγοράσουν φάρμακα για να είναι υγιείς

Η Έλλειψη Τροφίμων, από την άλλη, έχει εξίσου πολυάριθμα αίτια με τη Φτώχεια, τα οποία περιλαμβάνουν:

- τις περιβαλλοντικές καταστροφές, π.χ. ένα τσουνάμι ή ένας κυκλώνας, μια πλημμύρα ή μια ξηρασία, μπορεί να καταστρέψουν ολόκληρες σοδειές και ολόκληρες περιοχές
- τις ανθρώπινες ενέργειες, π.χ. μια πολεμική σύρραξη ή ένας εμπρησμός, που επηρεάζουν τόσο τα καλλιεργήσιμα εδάφη, όσο και την μείωση του πληθυσμού μιας πόλης ή ενός κράτους
- την αλλαγή του κλίματος και η καταστροφή του περιβάλλοντος. Σύμφωνα με τους επιστήμονες, η άνοδος της θερμοκρασίας του πλανήτη, μειώνει την παραγωγή σιτηρών και ρυζιού επίσης οι σοδιές καταστρέφονται με την έλλειψη νερού
- το διεθνές εμπόριο και την παγκοσμιοποίηση. Σύμφωνα με τις επιταγές της, πολλές φτωχές χώρες αναγκάζονται αντί να καλλιεργήσουν τρόφιμα, να παράγουν προϊόντα όπως κακάο και καουτσούκ τα οποία δεν τρώγονται, για να εξυπηρετήσουν τις διεθνείς αγορές. Με αποτέλεσμα να υποσιτίζονται
- τις λανθασμένες πολιτικές αποφάσεις. Πολλές φορές στο παρελθόν, λάθος γεωργικές πολιτικές έχουν οδηγήσει σε έλλειψη τροφίμων. Κάτι παρόμοιο συμβαίνει και στις μέρες μας, όταν προωθείται και επιχορηγείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η παραγωγή **βιοκαυσίμων**.
- το μικρό εργατικό δυναμικό των αγροτών στις χώρες που μαστίζονται από πείνα. Οι πληθυσμοί των αγροτών (και μαζί και τα εργατικά τους χέρια), μειώνονται διαρκώς από τις ασθένειες που πλήττουν τις φτωχές χώρες (όπως το HIV), αλλά και από τη μετανάστευση. Έτσι, γίνεται ολοένα και δυσκολότερο να παραχθεί ικανή ποσότητα τροφίμων για να θρέψει τις χώρες αυτές καθώς όλο και περισσότερο μειώνετε η παράγωγη τροφίμων .
- τον υπερπληθυσμό, αφού όσο αυξάνεται ο αριθμός των κατοίκων στον πλανήτη, τόσο δυσκολότερο γίνεται να βρεθεί τροφή για όλους. Παρότι στις μέρες μας, τα τρόφιμα που παράγονται είναι αρκετά για να μας θρέψουν όλους, οι προβλέψεις αναφέρουν ότι μέχρι το έτος 2050, η αγροτική παραγωγή θα πρέπει να έχει διπλασιαστεί για να καλύψει την αύξηση του πληθυσμού. Ωστόσο, θα πρέπει όταν αναφερόμαστε στον υπερπληθυσμό, να λαμβάνουμε πάντα υπόψη μας ότι είναι μέγεθος σχετικό. Για παράδειγμα, ένας αμερικάνος καταναλώνει τόση τροφή, όσο 5 Ινδοί μαζί.

Η πείνα και ο υποσιτισμός επηρεάζουν ένα στα τρία άτομα ανά τον κόσμο, και αφορούν σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, κυρίως όμως στους φτωχούς και ευάλωτους ανθρώπους. Η μεγάλη πλειοψηφία των υποσιτιζόμενων ανθρώπων ζει κυρίως στην Αφρική και την Ασία. Στην περιοχή της Ινδίας ζει σχεδόν ο μισός πληθυσμός ανθρώπων που υποφέρουν από πείνα. Η Αφρική και η υπόλοιπη Ασία υπολογίζεται ότι έχουν το υπόλοιπο 40%, ενώ τις τάξεις των πεινασμένων ανθρώπων συμπληρώνουν οι κάτοικοι της Λατινικής Αμερικής και άλλων σημείων του κόσμου. βέβαια, πρέπει να καταλάβουμε ότι σε κάθε περιοχή και σε κάθε χώρα βρίσκονται άνθρωποι που μπορεί πεινάνε.

Αυτοί που βιώνουν την πείνα είναι κυρίως οι άστεγοι που βρίσκονται συνήθως στις αναπτυσσόμενες χώρες του δυτικού κόσμου, οι μετανάστες-πρόσφυγες άνθρωποι που αναγκαστήκαν ή είτε το επέλεξαν να εγκαταλείψουν την χωρά τους λόγω ενός πολέμου ή της μεγάλης φτώχειας που επικρατεί στην χωρά τους φεύγουν για να μπορέσουν να ζήσουν μια καλύτερη ζωή, επίσης είναι οι άνεργοι καθώς στις ανεπτυγμένες χώρες ολοένα και αυξάνονται οι άνθρωποι που χάνουν τις δουλειές τους με αποτέλεσμα να βυθίζονται σιγά σιγά στην φτώχεια μη μπορώντας να ανταπεξέλθουν στο ακριβό κόστος ζωής, και τέλος οι ηλικιωμένοι λόγω των χαμηλών εισοδημάτων που έχουν πρέπει να επιλέξουν ανάμεσα στα φάρμακα ή την σωστή διατροφή.



Βιβλιογραφία:

Στοιχεία για την εργασία πήραμε από τις εξής πηγές:

<http://www.diatrofi.gr/>

<http://www.newsbeast.gr/>

<http://www.eleftheriakouna.gr/>

<http://www.neaygeia.gr/>

<http://www.mustmagazine.gr/>

<http://biokipos.blogspot.gr/>

<http://biokipos.blogspot.gr/>

[Σχολικό Βιβλίο Ά Λυκείου κεφάλαιο 3.6](#)