



CZEKOLADA NAJLEPSZYM PRZYJACIELEM KOBIECY

Bartosz Kruszewski, Aneta Jakóbiak, Mieczysław Obiedziński

Wydział Nauk o Żywności, Zakład Oceny Jakości Żywności
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
bartosz_kruszewski@sggw.pl



Wstęp

Czekolada jest produktem znanym od bardzo dawna, a jej skład i wartość odżywcza podlegały wielu zmianom. Z licznych obserwacji wynika, iż spożycie czekolady poprawia samopoczucie. U wielu badanych czekolada, poprzez zwiększenie poziomu serotoniny i endofiliny w mózgu, daje efekt pobudzający.

Istnieje wiele naukowych teorii skąd bierze się apetyt na czekoladę. Jedni naukowcy wskazują na nieświadome uzupełnianie niedoborów niektórych składników pokarmowych, inni zapobieganie spadku zawartości magnezu we krwi, a jeszcze inni zrównoważenie niskiego poziomu neurotransmiterów. Kolejny pogląd mówi, iż konsumpcja czekolady może być pewnym mechanizmem zachowań, który ma na celu regulację sytości, głodu i nastroju.

Tak więc zapotrzebowanie organizmu na czekoladę ma podłoże nie tylko żywieniowe, ale też emocjonalne i hormonalne, np. w przypadku kobiet.

Cel i zakres pracy

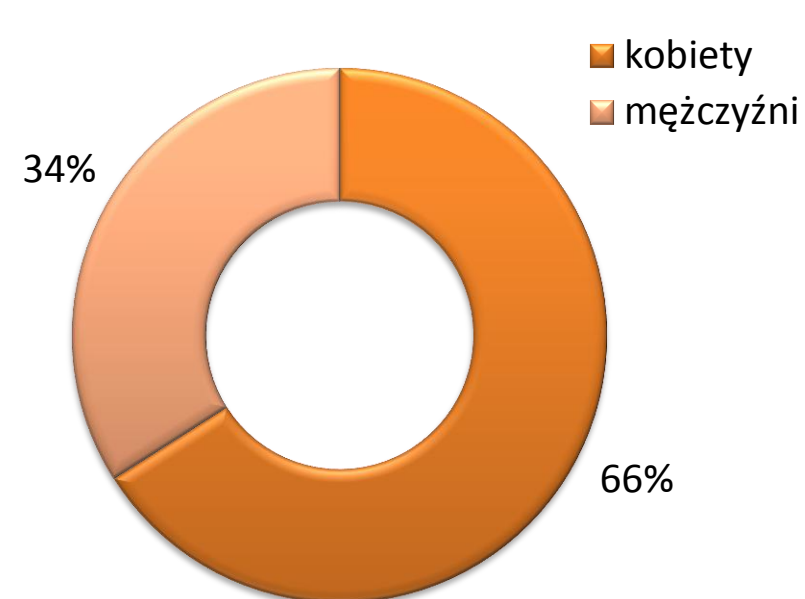
Celem pracy było znalezienie odpowiedzi jakimi pobudkami kierują się młodzi ludzie obojga płci przy wyborze odpowiadającego im wyrobu czekoladowego oraz z jakich powodów i w jakich okolicznościach je spożywają.

Przeprowadzono autorską ankietę odnośnie preferencji wyrobów czekoladowych oraz przeprowadzono krótki test na uzależnienie od czekolady.

Zastosowana metodyka

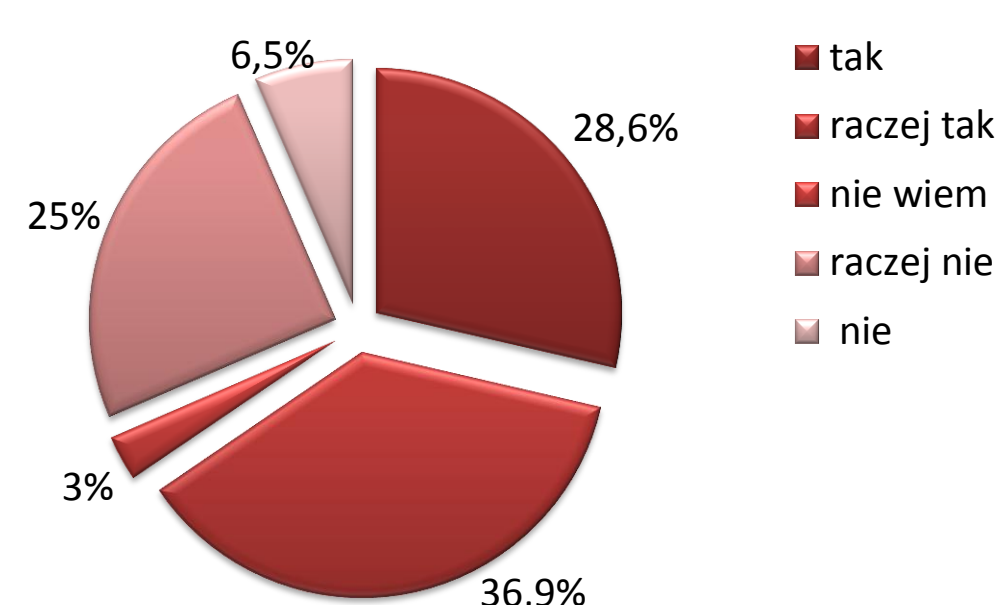
Ułożono ankietę preferencji wyrobów czekoladowych składającą się z 26 pytań, z czego jedenaście dotyczyło informacji ogólnych, a kolejnych piętnaście odnosiło się do preferencji. Na końcu ankiety zamieszczono test nowozelandzkiego psychoterapeuty Murray'a Langhama, składający się z ośmiu pytań z odpowiedziami typu TAK/NIE. Test miał na celu wskazanie osób zagrożonych ryzykiem uzależnienia od czekolady lub już od niej uzależnionych.

Ankietę przeprowadzono na terenie kampusu Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie wśród przypadkowych 170 osób w wieku od 18 do 60 lat.



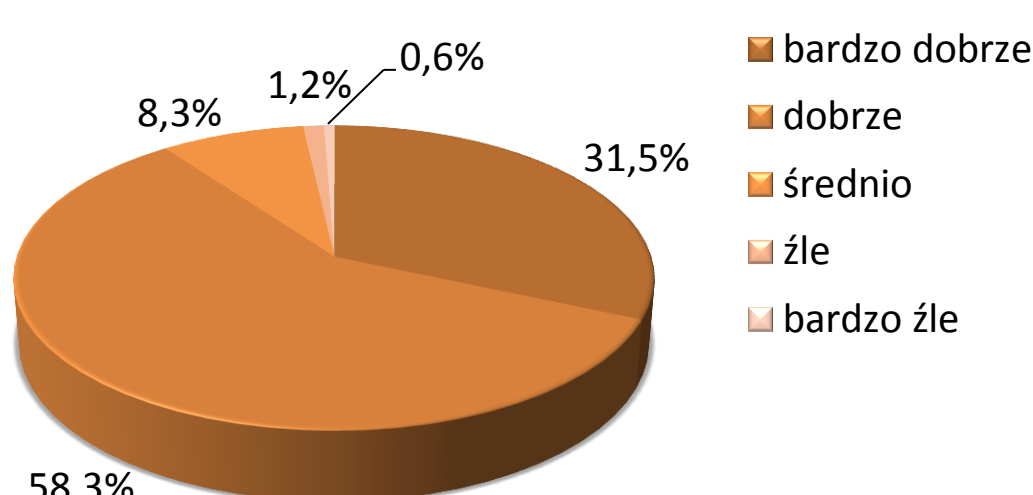
Rys. 1.

Rys. 1. Udział płci wśród ankietowanych



Rys. 2.

Rys. 2. Deklarowane zadowolenie respondentów z masy ciała



Rys. 3

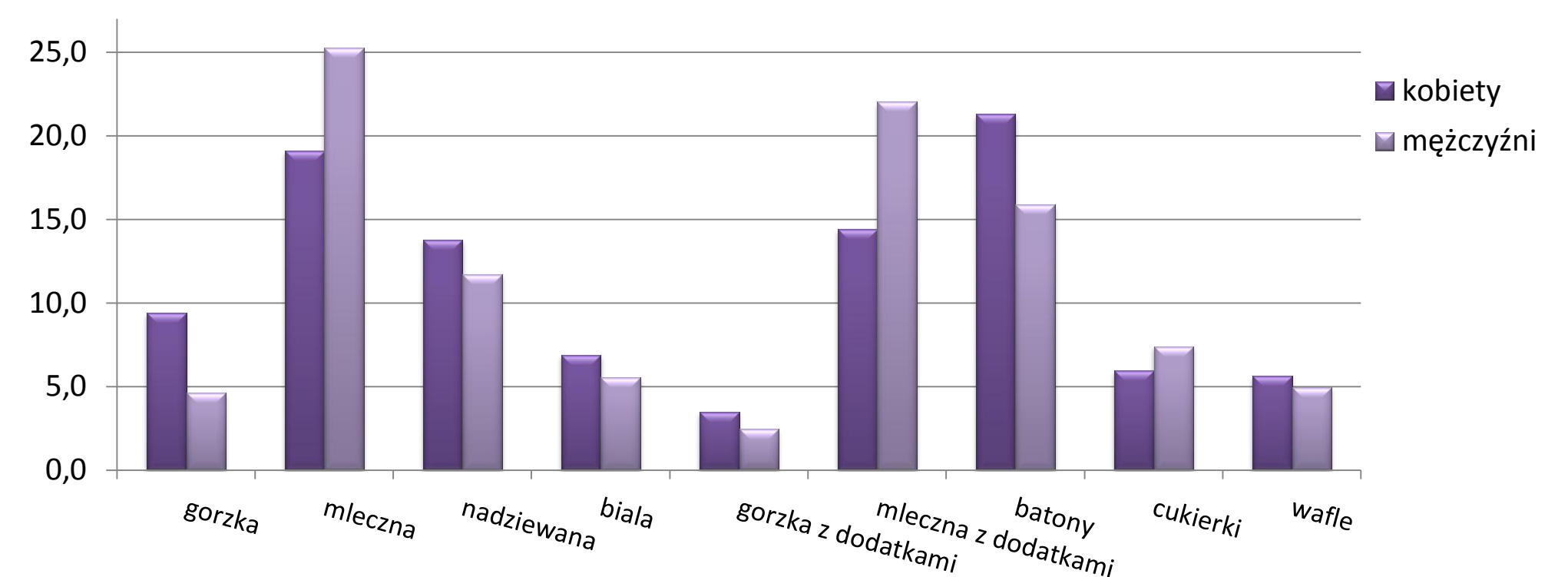
Rys. 3. Deklarowane zadowolenie respondentów ze stanu zdrowia

Test

Średnia ilości udzielonych pozytywnych odpowiedzi w teście Murray'a Langhama dla kobiet i mężczyzn wynosiła odpowiednio 4 i 2. Według autora testu udzielenie co najmniej 6 TAK na 8 możliwych upoważnia do podejrzenia o uzależnienie testowanego od czekolady lub o skłonności do uzależnienia.

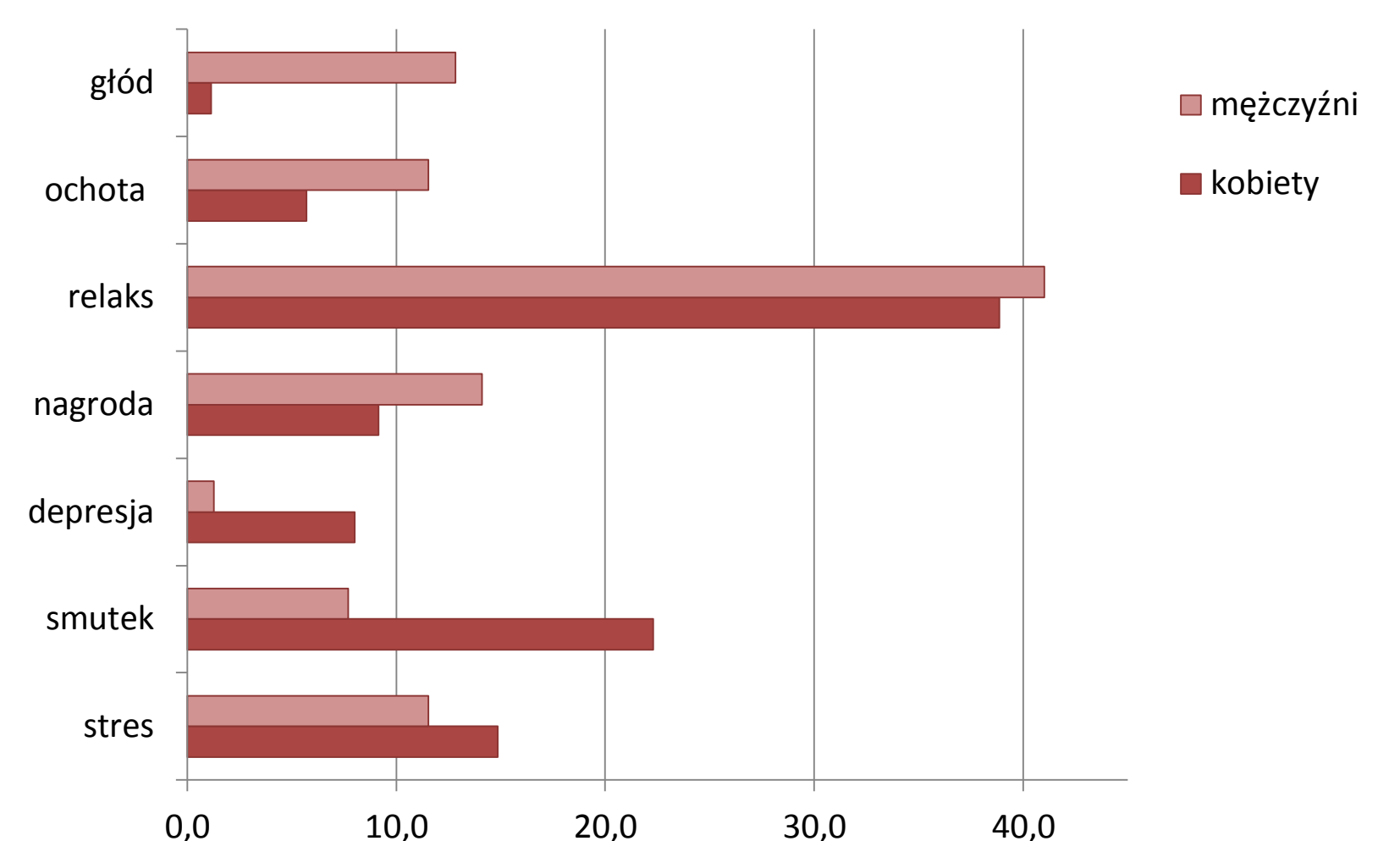
Żaden z ankietowanych mężczyzn nie odpowiedział 6 krotnie pozytywnie na zadane pytania. Wśród kobiet wystąpiło 17 osób, które odpowiedziały pozytywnie sześć i więcej razy na pytania testowe. Stanowi to około 15% populacji respondentek.

Preferencje ankietowanych



Rys. 4. Wyroby czekoladowe wybierane przez ankietowanych.

Wśród respondentów największą popularnością cieszyły się czekolada mleczna, mleczna z dodatkami i batony czekoladowe. Kobiety dwa razy częściej od mężczyzn wybierały czekoladę gorzką. Z kolei mężczyźni okazali się smakoszami czekolady mlecznej oraz mlecznej z dodatkami. Również częściej sięgali po czekoladowe cukierki.



Rys. 5. Pobudki z jakich respondenci spożywają wyroby czekoladowe

Wnioski

- Kobiety częściej niż mężczyźni kierują się emocjami przy zakupie i spożywaniu produktów czekoladowych.
- Przeprowadzona ankietę oraz test sugerują istnienie silnej więzi respondentek z czekoladą. Mężczyźni traktują czekoladę jako produkt spożywczy zaspokajający głód.
- Kobiety są bardziej podatne na uzależnienie od czekolady niż mężczyźni.