

KUIDAS KUJUNDATAKSE MEIE TOITUMISHARJUMUSI



HELEN NOORMETS, Tervise Arengu Instituudi kommunikatsiooniosakonna juhataja

Meediakampaaniate jaoks tõlgitakse tervislik toitumine konkreetseteks ja kergesti mõistetavateks juhisteks. Kuidas korraldatakse riiklikke toitumisharjumusi kujundavaid kampaaniaid?

Tervise Arengu Instituut on täitnud riiklikku ülesannet kanda hoolt Eesti inimeste toitumise alaste teadmiste eest ja mõjutada neid tervislikult toituma. Tervislik toitumine on üks neid mõjureid, mis aitab vältida elustiilist tulenevaid haigusi ning püsida hea tervise ja enesetunde juures. Peamine surma põhjus on Eestis südamehaigused, selle riskitegurid on suitsetamine, alkoholtarvitamine, vähene liikumine ja tasakaalustamata toitumine. Eesti täiskasvanud rahvastiku tervisekäitumise uuringu põhjal on Eestis umbes 50% inimestest ülekaalulised ja nende osakaal on viimase 10 aasta jooksul pidevalt kasvanud, kusjuures meeste ülekaalu probleem kasvab kiiremas tempos kui naiste oma. Ülekaalulisus on ühelt poolt valede toitumisharjumuste (eelkõige rasva ja suhkru liigne tarbimine ning vähene puu- ja köögiviljade tarbimine) ning teisalt vähese liikumise (suurenenud telerivaatamise ja muude ekraanide taga istumise) tagajärg. Elustiilihaigusi on väga suures ulatuses võimalik õige käitumisega ennetada. Riskidest teavitamine ja õige käitumise suunas mõjutamine kampaaniatega on osa sellest.

Fookus puu- ja köögiviljadel

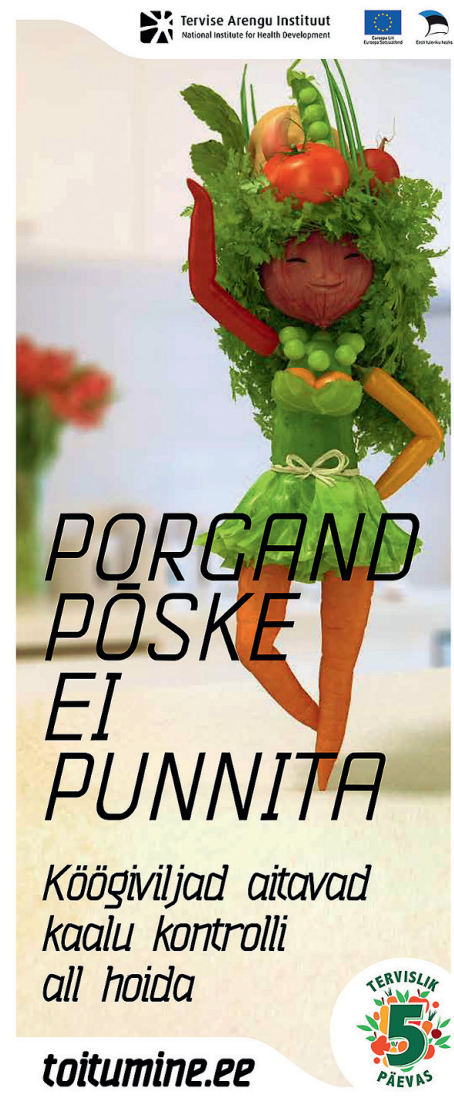
Tervisliku toitumise põhimõtteid ei ole paraku võimalik õpetada ühe lihtsa loo-sungiga. Riiklikud toitumissoovitused leiab veebilehelt www.toitumine.ee, mille külastuste arv on aasta-aastalt kasvanud.

Meediakampaaniate jaoks on tarvis tervislik toitumine tõlkida konkreetseks kergesti mõistetavateks juhisteks. Valisime toitumise valdkonnas peamiseks fookusteemaks puu- ja köögiviljad. Miks need? Puu- ja köögivilju söövad liiga vähe peaaegu kõik, viljadel on väga mitmekülseid ja kasulikke toimeid ning neid on raske üle tarbida. Vähemalt viis peotäit puu- ja köögivilju on kogus, mis aitab ennetada haigusi, tugevdada immuunsüsteemi ning hoida normaalsel kehakaalu ja vererõhku. Puu- ja köögiviljade sõnumi üks eelis on ka positiivne, mitte hoiatav sisu, mis on sotsiaalkampaaniate puhul pigem harvem olukord, ja see on ka hea aluspõhi, millelt kaasata erinevaid huvirühmi.

Toitumisjuhistes soovitatakse süüa vähemalt viis portsjonit (üks portsjon on 100 g) puu- ja köögivilju päevas, sellise koguse korral hakkab ilmne tervist toetav mõju. Tegelikult süüakse neid kaugelt alla selle koguse, viis ja enam portsjonit iga päev sööb vaid ligi 10% inimestest (Turu-uuringute AS). 26% inimestest ei söö iga päev üldse puu- ja köögivilju.

Kampaaniate võimekus piiratud

Kampaaniate võimekus muuta käitumist eraldiseisvana on üsnagi piiratud. Sotsiaalkampaaniate seas peetakse kõige kergemini mõjutatavaks liikluskäitumist. Näiteks turvavöö kinnitamine ei nõua olulist pingutust ega eelda muutust elustiilis erinevalt toitumisharjumuste muutmisest, mis võib kesta põlvkonna. Toitumise vald-



Populaarse meediakampaania visuaal: Porgand pöske ei punnita.