

## Cumik és cuclik

*Az angol iskolások utálják Jamie Olivert, ő az angol tízévesek legnagyobb ellensége, derül ki a School Food Trust felméréséből. A megkérdezettek legnagyobb baja az angol tévészakáccsal, hogy hadjáratának köszönhetően nem lehet már hamburgert és sült krumplit kapni az iskolai étkezdékben és büfékben. „Korábban választhattunk olyasmit is, amit szeretünk, de mára Jamie Oliver miatt nem maradt más a menün, mint gyümölcs és párolt hal. Szóval a ficsó nem tartozik a kedvenceink közé” – mondták a megkérdezettek. A felmérésből az is kiderült, hogy Oliver próbálkozásai ellenére sem esznek a tinédzserek több zöldséget vagy gyümölcsöt Angliában.*<sup>1</sup>

Jamie Oliver úgy két éve vette a fejébe, hogy kiirt minden egészségtelen ételt az angol iskolák kantinjából, amihez a brit kormány támogatását is megkapta. És kapott szülői együttműködést is. Ez Anglia. És elképzelhető, hogy csak így lehet: kísérleti programok iskolákban, kisközösségi kultúrateremtés modellnyújtással, gyerekek és szülei aktív bevonása, médiakampány tartósan és kormányzati támogatás, uniós nyomás.

És ha még ez sem elég, hol is kezdjük el Magyarországon? Láttuk, mit okozott a Sulibüfé-nyilatkozat, tudjuk, mennyire nem hatékony a szabályozás önmagában, milyen rugalmatlan a gyereketkeztetés intézményesült rendje, nap mint nap szembesülhetünk a szakemberek közönyével vagy ismerethiányával, a korszerű szakirodalom elérhetetlenségével, a legjobb szándékú szülők, nagyszülők információhiányával.

Fókuszban a táplálás, etetés. Jót s jól.

Vajon mit rontunk el már az elején, vagy később, hogy a mai gyerekek sült krumplin és hamburgeren szeretnének felnőni?

Kezdjük azzal, hogy mi a jó, mi ízlik a magzatnak, a babának... Vagy induljunk csak el a cumiktól? Hiszen nálunk erre nézve részletes szabályozás van: csak olyan cumi gyártható és forgalmazható, amely megfelel a vonatkozó rendeletben előírt részletes egészségügyi követelményeknek. Arról már kevesebb információt találni, pontosabban egymásnak szögesen ellentmondókat, hogy mikor, miért vegyünk egyáltalán cumit, hogyan válasszuk ki a megfelelőt és mégis milyen legyen az a cumi, ami az anya mellét fogja helyettesíteni, optimális esetben nem leszoktatva a kisbabát a szopizásról egészen. Merthogy alapvetően a cél mégiscsak az lehetne, hogy a maga természetességében, a szopatással kezdődjön az étkezés, táplálás. Szopatási kultúra – étkezési kultúra. Mint tudjuk, van összefüggés.

Mikor van egyáltalán létjogosultsága a cuminak, mi és miért élvez prioritást? Mindenképpen oda kellene figyelni arra a markáns problémára, hogy mi befolyásolja az un. laktációs menedzsment „tanmenetét”: a szakmai-elméleti bázisú és gyakorlatban igazolódott tételek, vagy az anyatejet helyettesítő készítmények gyártóinak és forgalmazóinak marketingje<sup>2</sup>.

Működnek-e az anyai un. ösztönök – mert a babaiak biztosan, ha van esély rá, hogy kipróbálják –, meddig, és kinek is kell kampányolni annak érdekében, hogy a friss anyukák az anyatejes táplálást helyezték előtérbe? Nem írnám le, volt-e ott, ahol én szültem szopatásra specializálódott bába<sup>3</sup>, vagy csak egy fáradt-mogorva csecsemős nővér másfél napos csúszásban ahhoz képest, hogy első kudarcélményemet e téren megszereztem teljes pánikban. Valóban feladat kedvet csinálni, felkészíteni, segíteni a kezdeti bukdácsolásban, megtanítani ápolni a gyulladt és fájó mellet, és toleranciára bírni a publikumot, ha nyilvános helyen lesz éhes a kicsi.

Nem mutatnám be teljeskörű tevékenységüket, de hivatkoznék a számos országban már működő un. szopatásvédelmi bizottságokra<sup>4</sup>, megannyi kampányra és indítványra<sup>5</sup>, amelyek hatékony véleményformáló erőnek bizonyulnak laikusok, szakemberek és politikai döntéshozók köreiben egyaránt – és noha a befolyásolás is egyfajta tudomány, megoszlanak az álláspontok arról, hogy a szopatófotelig vagy ebédlőasztalig eljutni valóban csak nagyon tudatos és effektív kommunikációval, lépésenként lehet, vagy robbantással. Ha pedig az elkötelezett anyák nem bírják kivárni, hogy a többség szemlélete is odaérjen, hogy a szopatás jó, még mindig kiülhetnek szervesen „tüntetni”: nyilvánosan és csoportosan szopatni – elgondolkodtatni és megváltoztatni a közvélekedést alulról, civil akciókkal, demonstratívan.<sup>6</sup>

Összefoglalásul talán annyit, hogy az 1995-ös Innocenti Kiáltványban<sup>7</sup> foglaltakat sem hozzuk elvárható mértékben és minőségben: hol tart a baba-barát kórház vagy munkahely, avagy a szopatás-barát létesítmények ügye, hacsak az elmúlt időszakban több fórumon tárgyalt Alexandra könyvesházból kizavart szopatató anyuka esetére gondolunk<sup>8</sup>, vagy hogy is állunk a dolgozó anyák szopatási jogainak törvényi védelmével, vagy az anyatejpotló termékek marketingjének tilalmával?

Persze, ez is csak akkor működik, ha a kismama táplálkozása megfelelő tudna lenni, addig is, amíg várja, akkor is, mikor már gondolja gyermekét. Ehhez pedig biztonsággal kellene tudnia a várandósnak, hogy mi a jó a babának és neki. Máris ott vagyunk, amiről a szakmai viták az utóbbi években szólnak: együnk vitamint vagy ne,



szüljünk a lehető legtermészetesebben, háborítatlanul, szoptassunk-e és meddig, ezután adjunk-e tehéntejet vagy ne, tudja-e emészteni a húst a gyerek három éves kora előtt vagy nem, és nem sorolom mindazokat a témákat, amelyek összefüggenek, és számtalan mozgalmat, irányzatot indítanak el szerte a világban azért, hogy például az evés-, étkezéskultúra rendben legyen.

És folytathatnánk hosszasan, hiszen mindezzel még csak életünk első táplálkozáshoz kötődő élményeiről beszéltünk.

Ehelyett azonban lássuk mit javasol a híres és a gyerekek körében nem véletlenül népszerű brit szakács, Jamie Oliver!

**Jamie Oliver kiáltványa az egészséges étkezést célzó iskolaprogramról**

Mind a helyi, mind az országos vezetésnek egy 10 évre előrettekintő stratégiát kellene kidolgoznia, és megfelelő összeget fordítania arra, hogy az embereknek újra megtanítsák a megfelelő, korszerű étkezési szokásokat. Azt gondolom, a következőknek kéne történnie:

**1. Az iskolákban: a főzési és az életvezetési tanórák kötelezővé tétele minden gyerek számára, így már elég fiatalon megtanulnának mindent az egészséges ételekről és a megfelelő táplálkozási szokásokról.**

**2. A tanári kart illetően: főzést oktató tanárok toborzása és megfelelő képzése, máskülönben az új jog és lehetőség arra, hogy a gyerekek megtanuljanak főzni, értelmét veszti.**

**3. A vezetők számára: minden vezető felhatalmazása arra, hogy kitiltsák az iskolából az összes munkáját.**

**4. A szülőket illetően: a szülők megfelelő képzése és segítése abban, hogy tisztába jöjjenek a közös családi főzőcskézés és étkezés alapvető fontosságával és a tudatos, egészséges táplálkozással.**

**5. A szakácsoknak: megfelelő képzés és díjazás a szakácsok és konyhások részére azért, hogy az ételeket mindig friss hozzávalókból készítsék el.**

**6. Tízéves terv összeállítása, és a megfelelő forrás biztosítása egy olyan kampányhoz, amely segít az embereket a helyes táplálkozásra ösztönözni; meggyőzéssel (és ha szükséges, akár ijesztgetéssel is) rávenni őket arra, hogy megfelelően válasszanak. Tekintve, hogy az elhízásból eredő megbetegedések több pénzbe kerülnek, mint a dohányzásból következő szövődmények, logikusnak tűnik egy, a dohányzásellenes-kampányhoz hasonló mozgalom szervezése.**

Nem kis vállalkozás, és persze annyira evidensnek tűnik! Vizsgálva az Európai Unió törekvéseit, Oliver nincsen egyedül, tekintve, hogy egyébként is az Egyesült Királyság élen jár az elhízás és egészségtelen táplálkozás elleni küzdelemben.<sup>9</sup> Fogyasztóvédelmi, táplálkozási vagy népegészségügyi kérdéskörben az európai hivatalos és civil szervezetek egyre aktívabbak, és a megengedhető legkomplexebb megoldásokat preferálják. Az ismert és tömeges hirdetői és média befolyás csökkentésének érdekében számos rendelkezés, akcióterv született az elmúlt években. Az egyelőre még ritkán hivatkozott EU Direktívát a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról<sup>10</sup> 2005-ben fogadták el, és hamarosan lejár az a határidő (2007. december 12.), amely rendelkezésére áll a tagállamoknak arra, hogy bevezessék és a nemzeti jogot harmonizálják az EU előírásnak megfelelően. A gyerek, mint fogyasztó témakörben kiemelkedő hangsúlyt helyez a Direktíva arra, hogy ne liberalizálják a gyerekeknek szóló magas cukor-, só- és zsírtartalmú élelmiszereket népszerűsítő reklámokat, és sokat elárul a Direktíva részeként összeállított ún. fekete-lista is arról, hogy mi minősül tisztességtelennek az Unió szemében gyerekügyben: a gyerekek közvetlen buzdítása valamely termék megvásárlására, vagy más, a gyerekről gondoskodó felnőtt felszólítása ugyanerre. *Őn miért akarna rosszat a gyerekének? Lepje meg...!* A legkönnyebben manipulálható csoportokat kell fokozott védelemben részesíteni, vagyis például nem lehet arra felhívni a gyereket, hogy szóljon az anyukájának, hogy vegye meg ezt és ezt a terméket.

Az Európai Gazdasági és Szociális Tanács égisze alatt zajló *Civil Társadalom egy Egészségesebb Európáért* elnevezésű kampány számos hasznos kommunikációval járul hozzá az egészséges táplálkozás népszerűsítéséhez az ún. elhízás-járvány idején. Összegyűjtve<sup>11</sup> a legjobb modellértékű kezdeményezése-

ket, alapfelismerésük, hogy a hivatalos ajánlások mellett fel kell ismerni és vállalni az egyéni, kisközösségi, civil felelősséget is abban, hogy megtegyük a megfelelő lépéseket a helyes táplálkozás, ételfogyasztás, étkezési kultúra, fogyasztó- és termelőbarát klíma megteremtésében. Ugyanarra a logikára épít kampányuk, mint a tudatos vásárlás kialakítása, a társadalmi felelősségvállalás aktivizálása, az „érintett vagy – tégy egy lépést” típusú, kis lépésekkel aktivizáló, pozitív mozgalmak sora. A személyes érintettség és elköteleződés egy-egy ügy mellett hitelessé teheti a kampányolókat, lobbistákat, sőt, tudatos eszközválasztás: van ereje annak, amikor valaki úgy kezdi a mondandóját, hogy „mint volt ételmyszer gyártó, édesanya és nem utolsó sorban túlsúlyos egyén...” Mindenkit, így a fogyasztókat is egyedileg, a saját élethelyzetére leginkább releváns érvekkel lehet ugyanis megszólítani<sup>12</sup> És nem elég megszólítani, de képesnek kell lenni az együttműködésre: ételmyszerügyi hatóságok, lobbik, gyerekintézmények, ételmyszer beszállítók-forgalmazók, szülők és gyerekek – mind érintettek. A szülőnek nehéz: fel kell ismernie, hogy „mit rontott el” az édességfalással, beismerni a hibát, segítséget kérni, tanulnia kell belőle, el kell fogadnia a korlátozásokat, keményen tartania kell magát a gyerek érthető követelésével szemben, és ki kell tartania addig, amíg gyereke átáll a normálisnak tekinthető fogyasztásra, elmúlnak a hangulatingadozások és dühkitörési rohamai, és úgy kb. egy-két hét alatt látszanak a nyilvánvaló eredmények. Le kell győznie magát, addigi életformáját, esetleges gyengeségeit, kételyeit. Ez sok türelmet, figyelmet és proaktivitást kíván, hiszen a gyerek „elvonási” tüneteire reagálni kell, segíteni őt ebben a folyamatban. Könnyebb lenne persze el sem kezdeni elengedni a pótcselekvések és elhízás útján... A szülőknél komoly segítséget kell nyújtani: tudatosítani kell, hogy a gyerek az evést a szüleitől tanulja, a legfontosabb tehát a szülői szokásokkal jó példát mutatni. Számos kiadvány és információkampány ad praktikus tanácsokat is: messze parkoljunk a szupermarkettől, hogy gyalogolni kelljen, ebéd és vacsora után menjünk családi sétára, ha csak lehet, organikus ételmyszereket vásároljunk, ne édes, hanem natúr joghurtot csomagoljunk a gyerekek tízóraihoz, és így tovább. Egy hazai vizsgálat szerint<sup>13</sup> a szülők látják, hogy gyermekük elhízott, így is minősítik őt, de keveset tesznek azért, hogy pl. a gyerekek több mint fele ne cukrozott üdítőitalal oltsa szomját. És az ételmyszerkultúra népszerűsítéséért felelős védőnő mit tehet a szülő és a sokszor gazdasági vagy egyéb érdekből a kifogásolható minőségű, vagy kifejezetten káros italokat áruló iskolai büfé gyakorlata felett szemet hunyó igazgató ellenében? Pedig az aktuális Népegészségügyi Program (2001-2010) kiemelkedő feladatának – az ételmyszeres táplálkozás széleskörű terjesztésének – elsőszámú végrehajtójaként a védőnőt jelöli, akinek súlyos ellenszélben kell útnak indulnia lakossági oktatást, tanácsadást végeznie. Kutatások azt is megmutatták persze, hogy a gyerekek fogyasztói szokásaira nagy hatással lévő média nagyon erősen rombolhatja a szülők és szakemberek természetesen folyamatosan zajló, adott esetben jól felépített példamutatását. Nem mindegy tehát, hogy a gyereket mikor érintheti meg a fogyasztás szele, hogy addigra elég stabil-e a főzélékevés, vagy könnyen megingatható egy-egy jól irányzott reklámmal. De erről később. Maradjunk még kicsit az elhízásnál.

Ha elindultunk az elhízásban – mint azt az egyre szaporodó számú tudományos és népszerű publikációk egyértelműen igazolják –, részei leszünk mindennek a „supersize me” gépezetnek. Először csak extra méretek ruhákból,

kiegészítőkből, használati és lakberendezési tárgykból és ételmyszeradagokból: ne tévedjünk, ez ma már önálló iparágga nőtte ki magát, hogy stílusosan fogalmazzak. Végre, lehet divatosan járni a kövér embereknek is. Ami már akkor, amikor idáig jutottak, nekik biztosan jó hír, de az igazi kérdés mégis csak az, hogy miért kell idáig elengedni a történetet. Nem lennének elégedettebbek azzal, ha jobban működne a gépezetet fékező rendszerünk? Egészséges csecsemőtáplálás megfelelő és korszerű tanácsadás mentén, kiváló minőségű, az otthoni gyengeségeket, helytelen táplálkozási szokásokat kompenzáló, jó példaként ható és megfizethető bölcsis-ovisulis étkeztetés, hatékony felvilágosítás, kampányok stb. Elég persze a sulibüfé-ügyekre gondolnom, hogy elveszítsem a lelkesedésem. Aztán jönnek a közép- és hosszútávon jelentkező egészségügyi problémák: magas vérnyomás, diabetes, magas koleszterinszint, mozgáskorlátozottság, ízületi gondok, és nem is sorolom. Gyerekeknél, akik igen nagy arányban érintettek, ezt metabolikus szindrómaként írják le. Az elhízott vagy elhízással veszélyeztetett gyerekek összetett, halmozott egészségügyi problémákkal küzdenek. És velük együtt szüleik. Ezt követően a lelki bajokra kell gyógyír, hiszen a mentális kérdésekről is beszélnünk kell, amelyek nemcsak okozói, alibi-jei a túlevésnek, hanem nem elhanyagolható következményei is. Ki ne tudna felidézni legalább egy kövér gyereket a gyerekkori iskolájából? Aki milyen is volt? Fel volt mentve tesiről, szakács akart lenni, mindig megverték a fiúk és csúfolták a lányok. A ducika a Kemény kalap és krumpliorrból... Az a típus, akit cikizni, molesztálni, bántani lehet. Kíváncsi lennék a mai arányokra, amikor a statisztikából az következne, hogy már nem egy gyerek ilyen egy osztályban, hanem ez az egyik jellemző kisebbség. A vizsgálatok megerősítik a jelenséget: az elhízott gyerekek jóval nagyobb valószínűséggel lesznek áldozatai az iskolai erőszaknak, csicskázatásnak, kortárs bántalmazásnak (bullying), és az alacsony önértékeléssel összefüggő problémák közül kiemelkedően magas je-



lenség saját maguk büntetése, bántása is. Ezek a gyerekek nem élhetnek nem elhízott társaikéhoz hasonló életminőségben.

Miközben a generációk étkezési szokásai csak nagyon lassan alakulnak át<sup>14</sup>, a média és szájreklám által sugallt trendek gyorsan és intenzíven változnak. Egyik hónapban még jó, ha tojást is adunk a gyerekeknek, más hónapban kimutatják, hogy ez a legrosszabb, amit tehetünk. Látjuk, hogy a vékonyság a divat – hajdani festményeken meg a kövérség volt, mert a jólét szimbóluma –, aztán megszokjuk az óriásplakáton fehérneműben pompázó moletteket. Iránytűk, fogódzók, hiteles információk hiányoznak. Biztos ízlés, a dolgok helyén kezelése, belső értékekre figyelés, önismeret – a munkás dolgok. Nem olyan rég óta, de létezik a természetes szépség elfogadtatása és népszerűsítése Magyarországon, már szimpatikusan kampányolnak. De kampányolnak a modell-kismamákkal is, hogy az üzenet még egyértelműbb lehessen: maradj olyan, mint előtte voltál. Ja, hogy szoptatsz, ja, hogy kicsit másként nézel ki, és ez ezzel jár, az nem számít, lehetsz olyan, mint előtte. Persze, de hadd legyen már elég időnk jól érezni magunkat a bőrünkben kismamának, olyanoknak, amilyenek éppen vagyunk! Éppen elég-szer megmondják nekünk milyen a szép, a csinos, manipulálják a próbafülke tükreit és a ruhák számozását, hogy ne olyanok lás-suk magunkat, amilyenek nem szeretnénk. Ennek rendeljük alá az étkezési szokásainkat is. Ha a nagy megjegyzéssel, hogy „édesem, nem akarok beleszólni, de nem vékonyka ez a gyerek?”, és mi azonnal etetni kezdjük a gyereket, akkor tényleg baj van. Ha nem „jól” viszonyulunk barátaink rubensi csecse-mőjéhez – hát nem aranyosak a hurkácskái? – akkor is. Pedig jó hír is van: ha szülőként, ebbéli felelősségünk teljes tudatában elkezd-jük a család életmód-változtatását, az nem csak nekünk lesz jó, hanem a következő ge-nerációknak is.

Györfi Éva

## Jegyzetek

<sup>1</sup> Forrás: Daily Mail

<sup>2</sup> A szoptatás védelme, támogatása és elősegítése Európában, Indítvány, 2002, letölthető: [http://europa.eu.int/comm/health/ph\\_projects/promotion\\_2002\\_18\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/health/ph_projects/promotion_2002_18_en.htm)

<sup>3</sup> Jelenleg 16000 laktációs szaktanácsadó tevékenykedik 69 országban szerte a világon (Magyarországon 23 nemzetközileg minősített tanácsadó dolgozik.) Forrás: Szoptatás Portál, [www.szoptatasportal.hu](http://www.szoptatasportal.hu)

<sup>4</sup> Hazánkban 2005 márciusában alakult újra a Szoptatást Támogató Nemzeti Bizottság az Egészségügyi Minisztérium, a WHO, az UNICEF, és az Országos Gyermekegészségügyi Intézet közreműködésével.

<sup>5</sup> a, Csecsemő- és kisgyermek-táplálási globális stratégia, WHO 2003, Geneva

b, Az anyatejet helyettesítő készítmények marketingjének Nemzetközi kódexe, WHA 1981, Geneva

c, Innocenti Kiáltvány, UNICEF/WHO 1990, Firenze

d, Világméretű Nyilatkozat és Cselekvéstervezet az egészséges táplálkozás érdekében, FAO/WHO 1992, Róma

e, Dietetikai Irányelvek – I. Akcióterv 2000-2005, WHO/EUR 2001, Kopenhága

f, EURODIET-project, 2001

g, EU-projekt a szoptatás támogatásáért, European Commission 2004, Luxemburg

<sup>6</sup> Mint Angliában már több civil kampány keretében (Lásd pl. <http://news.bbc.co.uk>), vagy nálunk a Születés Hete rendezvényeinek szellemiségében és akcióiban.

<sup>7</sup> Innocenti Kiáltvány, UNICEF/WHO 1990, Firenze

<sup>8</sup> Ezzel teljesen ellentétes trendet jelez az a szoptatásbarát 'Üdvözlégy szoptatás' kampány, amelybe presztízst jelentett bekapcsolódni minden üzletnek, köztintézménynek és köztereknek azzal, hogy alkalmas teret biztosítanak a kisbabájukat szoptatni kívánó anyáknak. Lásd pl. [http://news.bbc.co.uk/Breast\\_feeding\\_welcome\\_campaign](http://news.bbc.co.uk/Breast_feeding_welcome_campaign)

<sup>9</sup> Csak egy adalék, ami ezt érdekes módon fogyasztói oldalról is megerősíti: az angliai élelmiszeripari márkák éves forgalom szerinti rangsorában előkelő helyeken szerepelnek biotermékek.

<sup>10</sup> 2005/29/EC Directive on Unfair Commercial Practices

<sup>11</sup> Néhány hasznos weboldal a jó példák bemutatására: [www.itv.com](http://www.itv.com), [www.kelloggs.co.uk](http://www.kelloggs.co.uk), [www.tesco.com/clubcard/healthyliving/](http://www.tesco.com/clubcard/healthyliving/), [www.dpp.org.uk](http://www.dpp.org.uk), [www.5aldia.com](http://www.5aldia.com), [www.nwleics.gov.uk/healthy\\_living](http://www.nwleics.gov.uk/healthy_living), [www.tsha.nhs.uk](http://www.tsha.nhs.uk), [www.fdb.dk](http://www.fdb.dk), [www.feedmebetter.com](http://www.feedmebetter.com), [www.childhood-obesity.org](http://www.childhood-obesity.org)

<sup>12</sup> Forrás: [www.csrhirlevel.hu](http://www.csrhirlevel.hu)

<sup>13</sup> In: Védőnő, XVI.évf.6.sz.: Óvodások, iskolások (6-12 évesek) táplálkozási szokásai, 36.o.

<sup>14</sup> A magyar édesanyák 53%-ának étkezési szokásai csak kismértékben, 26%-ának egyáltalán nem változtak, és mindösszesen 21%-uk étkezési szokásai változtak nagymértékben, állítják a kutatók. (Védőnő, im.)