

Vyhodnotenie X. jubilejného ročníka kampane

„Vyzvi srdce k pohybu“

Úrady verejného zdravotníctva na Slovensku v roku 2023 vyhlásili jubilejný, desiaty ročník celonárodnej kampane „Vyzvi srdce k pohybu“. Kampaň je dlhotrvajúcou výzvou na zvýšenie pohybovej aktivity obyvateľov Slovenskej republiky. Formou súťaže chce motivovať ľudí k aktivite vo voľnom čase a tým podporiť zdravie, zlepšiť zdravotný stav a predchádzať chronickým neinfekčným ochoreniam. Gestorom kampane bol aj v roku 2023 Regionálny úrad verejného zdravotníctva so sídlom v Banskej Bystrici pod záštitou Úradu verejného zdravotníctva Slovenskej republiky. Kampaň je súčasťou Programov a projektov úradov verejného zdravotníctva v SR ako súčasť úlohy 9.2 Národný akčný plán v prevencii obezity na roky 2015 – 2025, 9.2.1 Vyzvi srdce k pohybu.

Kampaň prebieha od roku 2005 vždy v nepárnom roku na základe výzvy Svetovej zdravotníckej organizácie (WHO) stredoeurópskym a východoeurópskym krajinám v kontexte programu CINDI (Celonárodný integrovaný program intervencie proti neinfekčným chorobám). Pri tvorbe kampane sa vychádzalo z poľského vzoru „Postaw serce na nogi“.

X. ročník kampane, ktorý prebiehal od 15. mája do 6. augusta, bol rovnako ako predchádzajúci IX. ročník inovatívny. Vychádzalo sa zo základných odporúčaní WHO pre pohybovú aktivitu dospelých populácie a podmienkou zaradenia do súťaže bolo venovať sa pohybu najmenej 4 týždne za sebou aspoň 150 minút strednej intenzity alebo 75 minút vysokej intenzity týždenne alebo ich vzájomnej kombinácii. Každý kto splnil tieto podmienky bol zaradený do žrebovania o zaujímavé ceny. Hlavnou výhrou je však zlepšenie kondície a posilnenie vlastného zdravia.

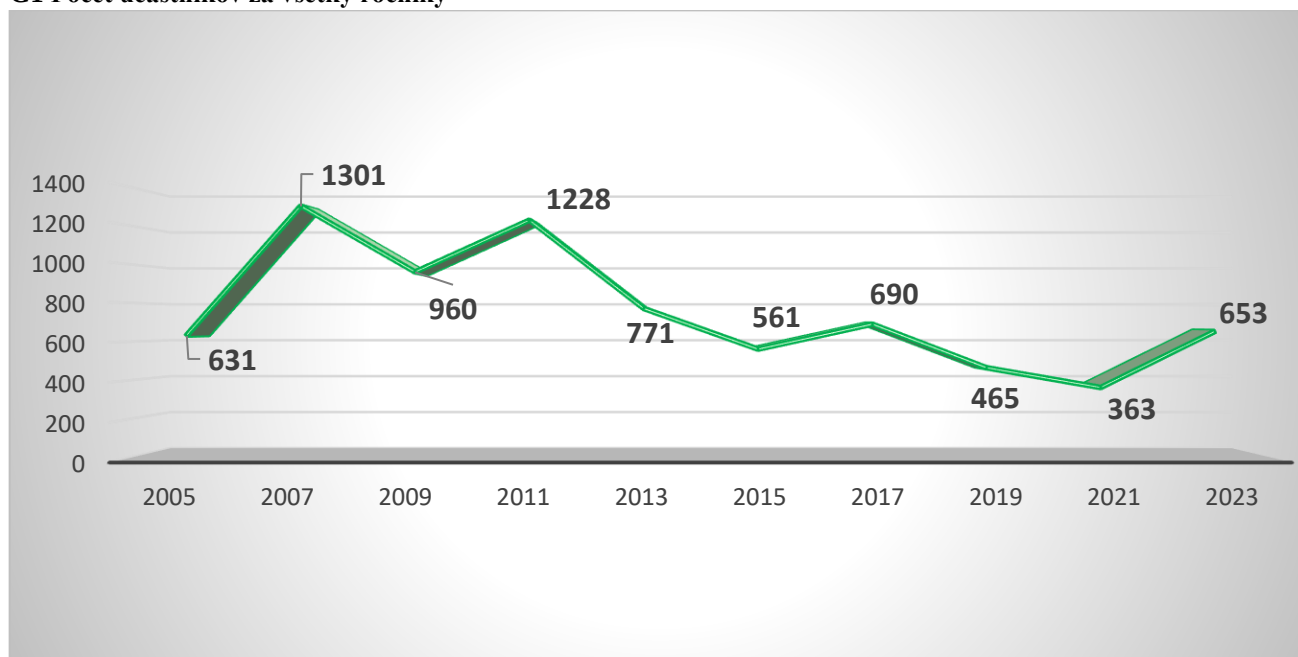
Okrem zjednodušených účastníckych listov bola opätovne ponúknutá účastníkom možnosť zaznamenať absolvované aktivity aj prostredníctvom online formulára.

Spracovaním účastníckych listov sme získali údaje o úrovni pohybovej aktivity účastníkov vo voľnom čase pred kampaňou a počas nej. Konkrétnym výstupom je odraz vykonávanej pohybovej aktivity počas kampane na telesnú hmotnosť účastníkov.

Nakoľko účastnícky list bol v posledných dvoch ročníkoch iný ako v predchádzajúcich, nebolo možné zrealizovať detailné porovnanie ročníkov v zmysle fyzickej aktivity.

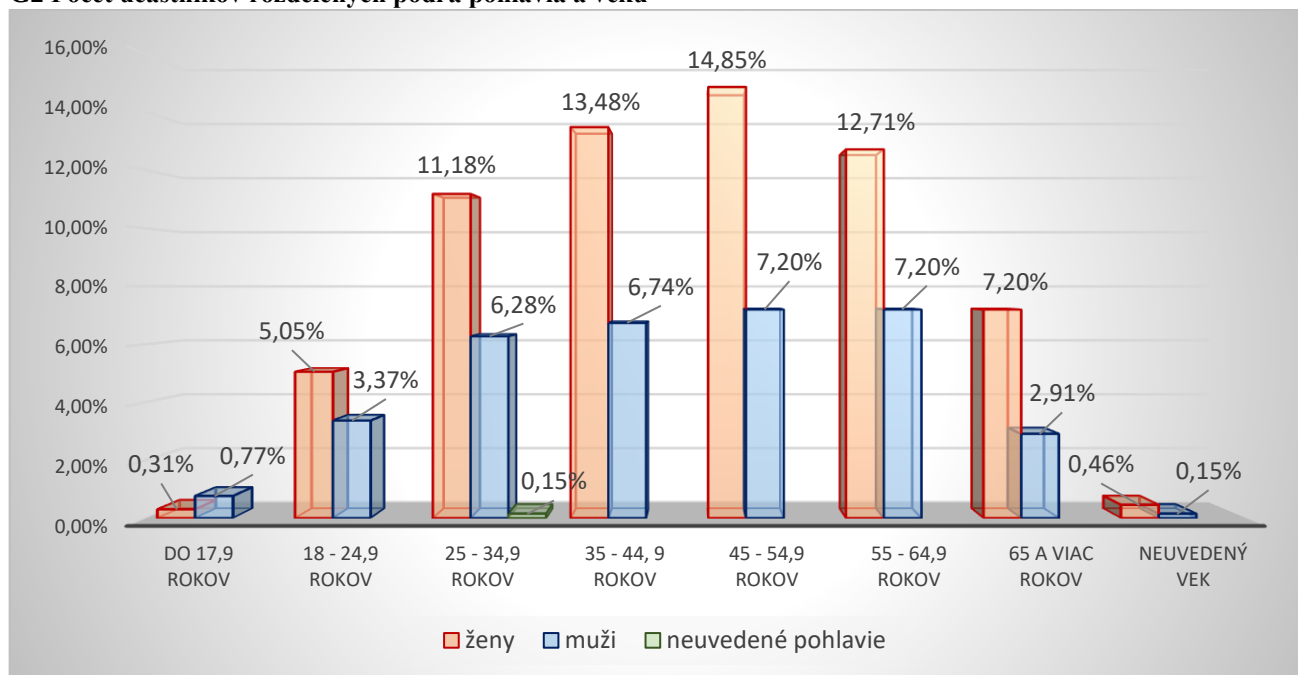
Do desiateho ročníka kampane sa celkovo zapojilo 653 účastníkov, z toho 426 žien (65,24%) a 226 mužov (34,61 %), v jednom prípade nebolo uvedené pohlavie. Oproti predchádzajúcemu IX. ročníku bol zaznamenaný nárast účastníkov o takmer 80%. Do žrebovania o ceny bolo zaradených 634 účastníckych listov. 95 účastníckych listov prišlo online (z nich až 17 nespĺňalo podmienky zaradenia do žrebovania) a zvyšných 558 účastníckych listov prišlo e-mailom alebo poštou (2 nespĺňali podmienky).

G1 Počet účastníkov za všetky ročníky



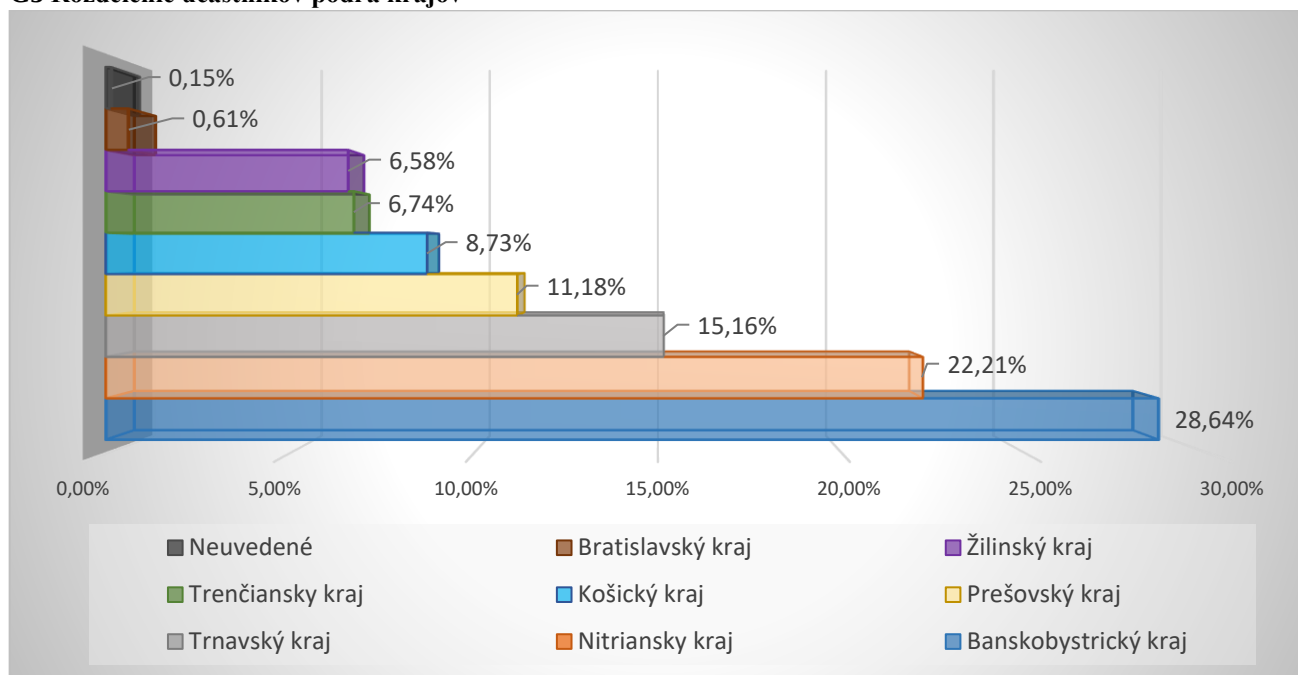
Vekový priemer účastníkov X. ročníka bol 45,06 rokov, pričom dvaja najmladší účastníci mali 10 rokov a najstaršia účastníčka mala 87 rokov.

G2 Počet účastníkov rozdelených podľa pohlavia a veku

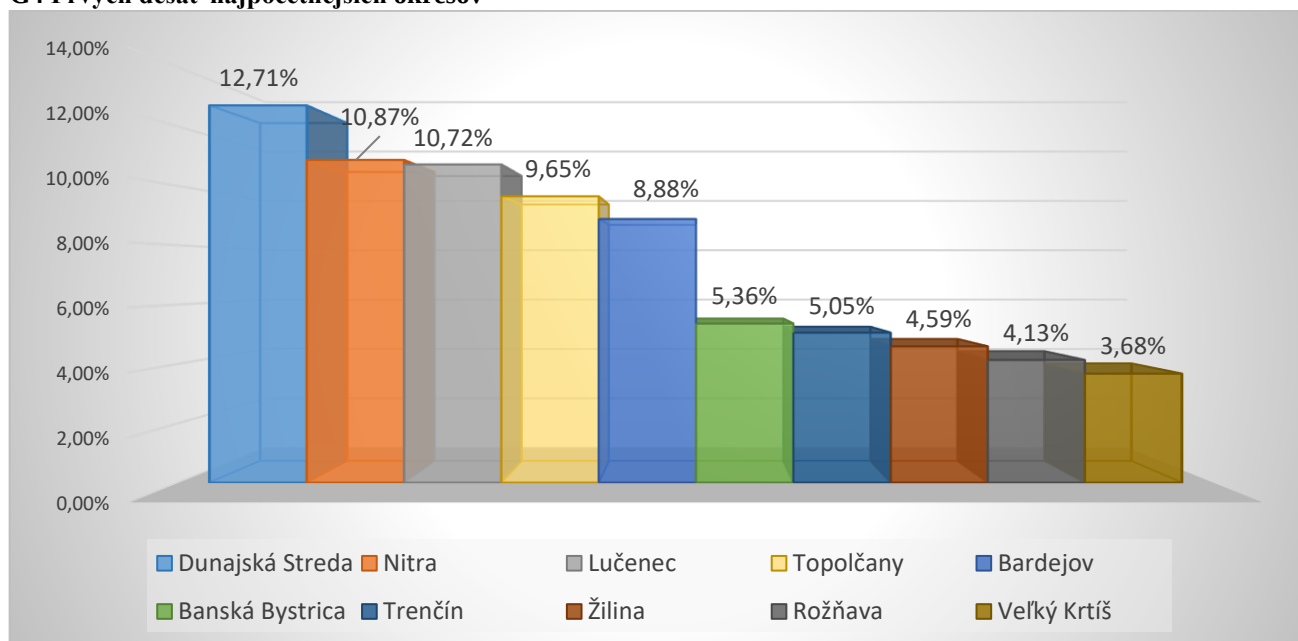


Do kampane sa zapojili obyvatelia z celého Slovenska, najpočetnejšie zastúpeným krajom bol Banskobystrický kraj (28,64%) a najpočetnejšími okresmi boli: Dunajská Streda (12,71 %), Nitra (10,87 %) a Lučenec (10,72 %).

G3 Rozdelenie účastníkov podľa krajov



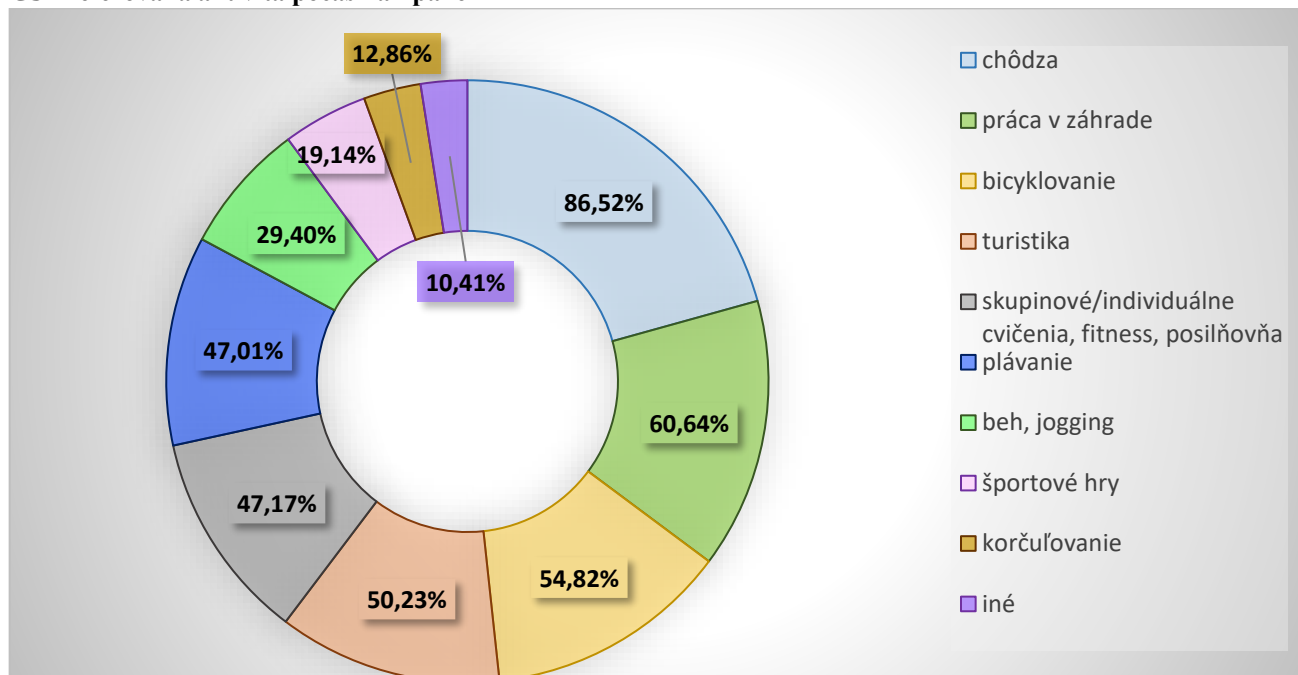
G4 Prvých desať najpočetnejších okresov



Za tri mesiace trvania kampane sa účastníci venovali fyzickej aktivite spolu 6 332 týždňov, čo je v priemere na jedného účastníka takmer 10 týždňov fyzickej aktivity a silovým cvičeniam 2 078 týždňov (priemer na jedného účastníka 3 týždne).

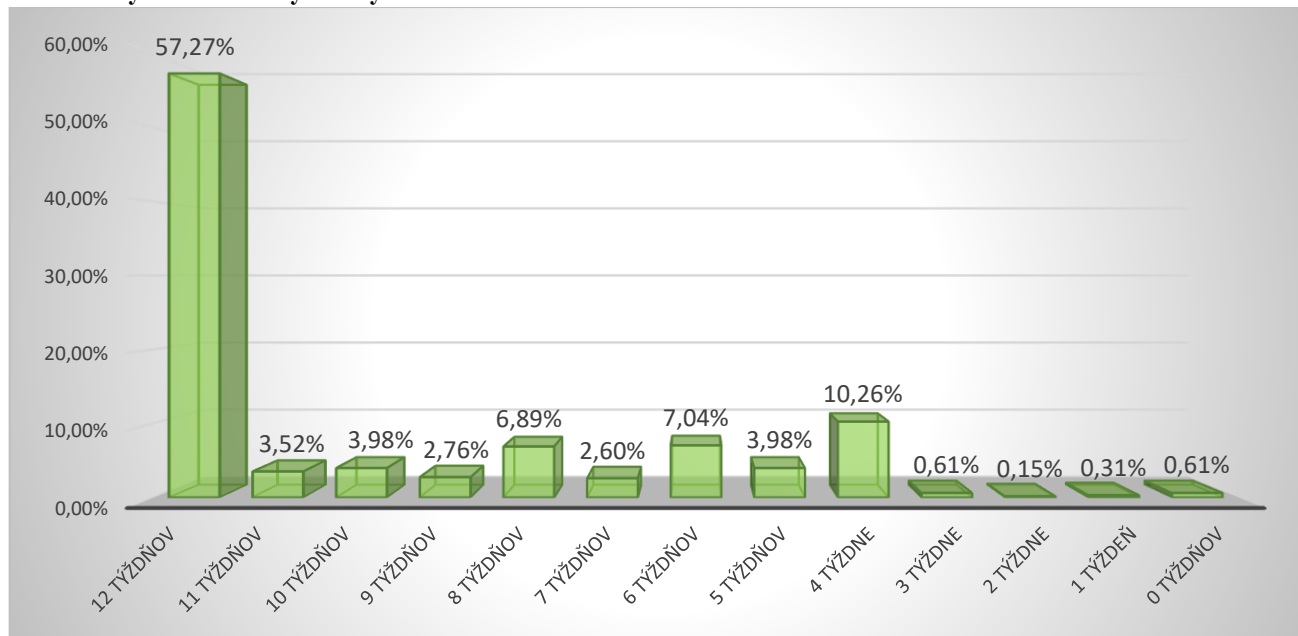
Najčastejšou aktivitou počas kampane bola chôdza, ktorú vykonávalo 565 účastníkov, nasledovala práca v záhrade (396 účastníkov) a bicyklovanie (358 účastníkov). Iné aktivity zvolilo 68 účastníkov. Najviac preferovanými boli jóga, práca okolo domu, pilates, tanec. V jednom prípade nám 75 ročná účastníčka uviedla, že jej inou fyzickou aktivitou bol sex.

G5 Preferovaná aktivita počas kampane



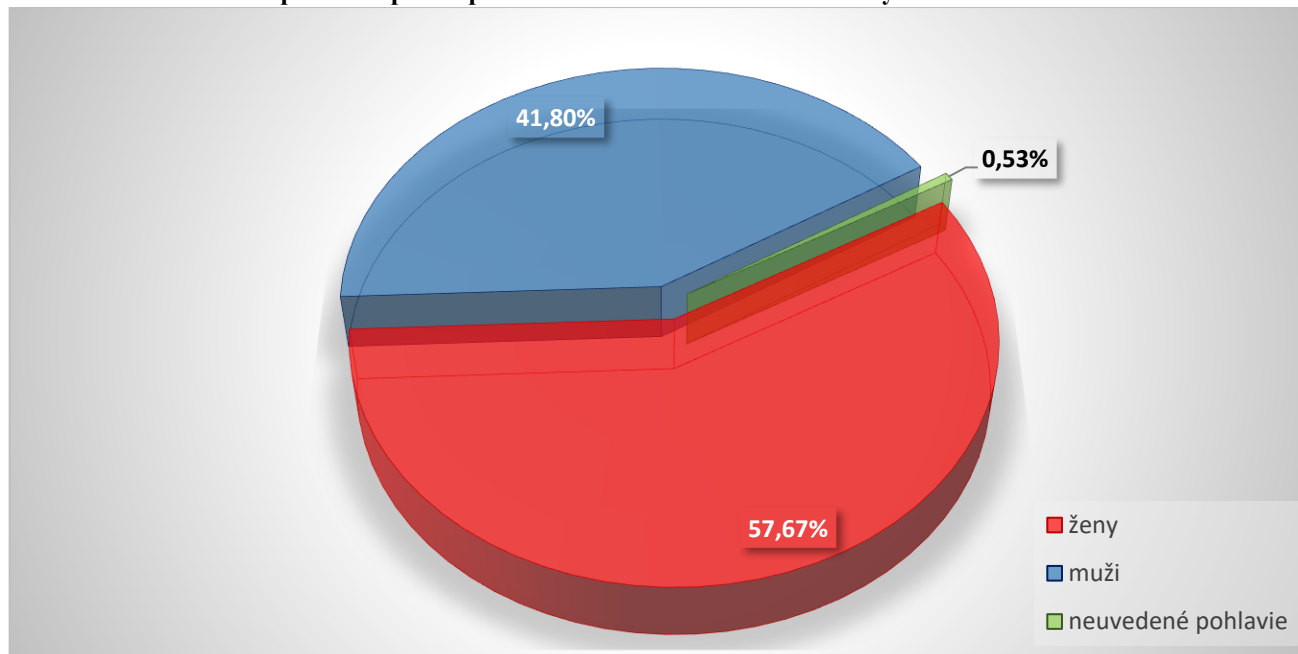
Zaujímavosťou je, že viac ako polovica účastníkov (374 účastníkov, t.j. 57,27%) sa venovalo pohybovej aktivite počas celých 12 týždňov trvania kampane a nie len 4 týždne, ktoré im stačili na zapojenie sa do žrebovania. „Povinné“ 4 týždne cvičilo iba 67 účastníkov (10,26%) a 8 týždňov cvičilo 45 účastníkov (6,89%).

G6 Počet týždňov aktivity všetkých účastníkov



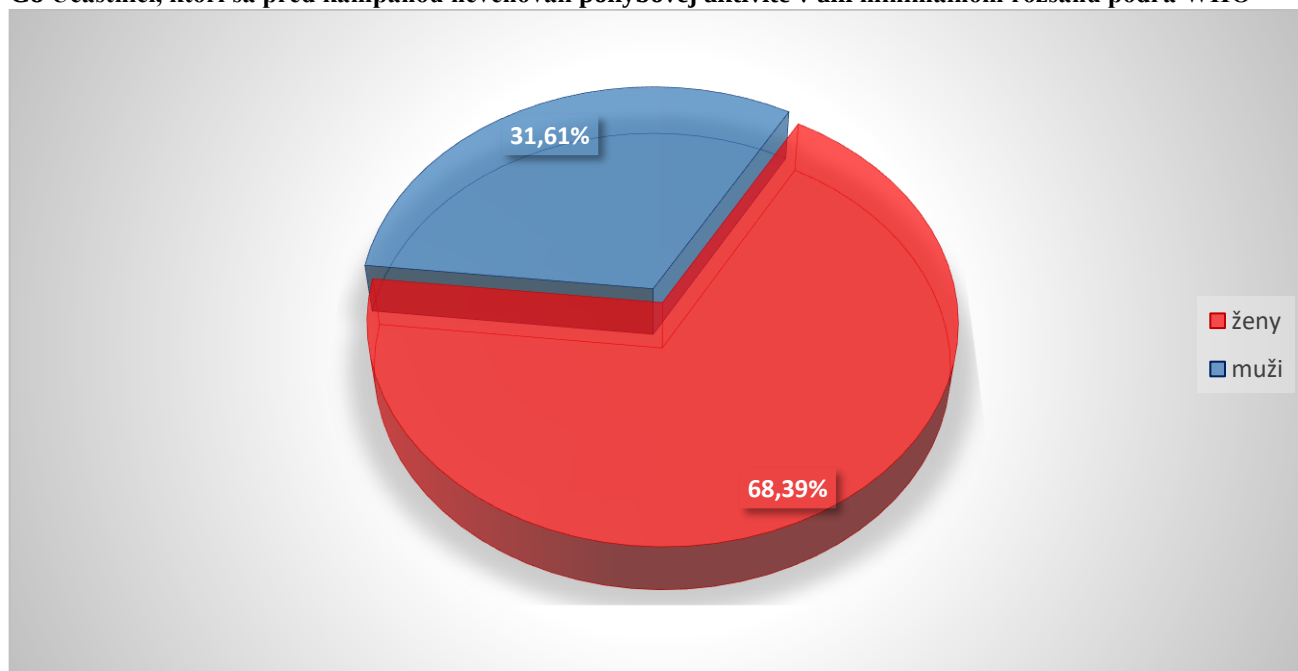
V úvodnej časti účastníckeho listu boli otázky zamerané na pohybovú aktivitu pred začiatkom kampane. 189 účastníkov (28,94%) uviedlo, že v poslednom mesiaci pred začiatkom kampane sa venovali fyzickej aktivite minimálne 150 minút strednej intenzity alebo 75 minút vysokej intenzity alebo adekvátnej časovej kombinácie týchto intenzít týždenne a zároveň realizovali silové cvičenia 2x týždenne. Z uvedeného počtu bolo 109 žien (57,67%), 79 mužov (41,80%) a v jednom prípade nebolo uvedené pohlavie.

G7 Aktivita účastníkov pred kampaňou podľa WHO + silové cvičenie 2x za týždeň



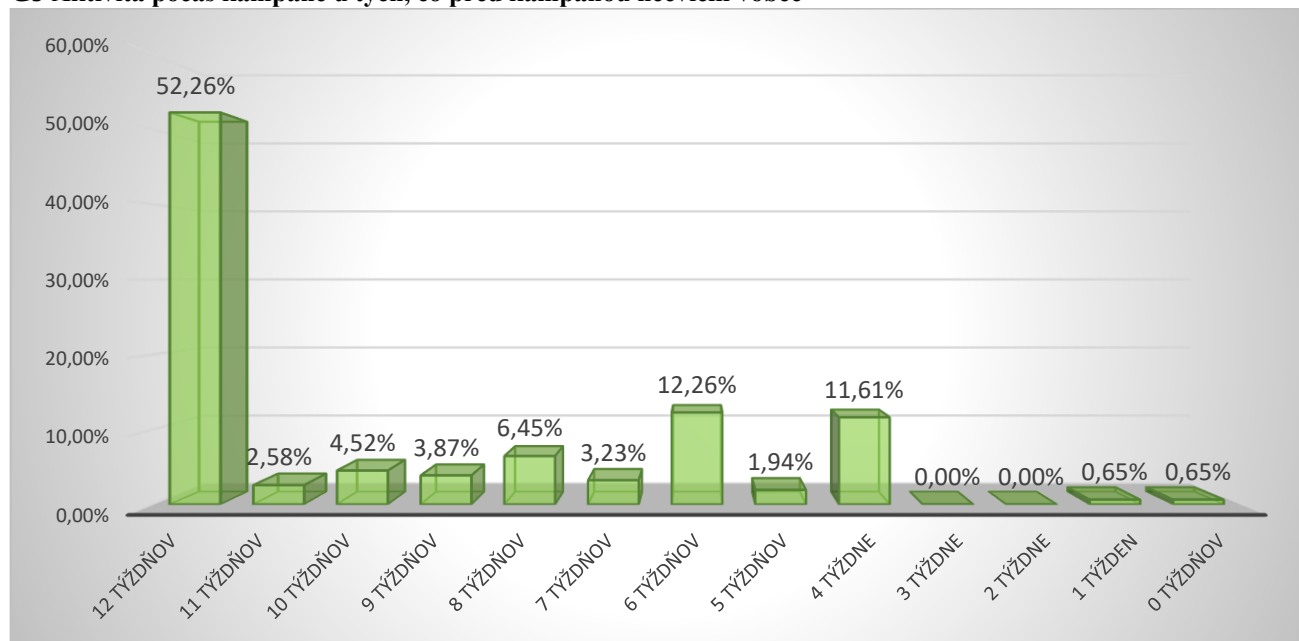
Len pohybovej aktivite podľa odporúčaní WHO bez silového cvičenia sa počas posledného mesiaca pred kampaňou venovalo 277 účastníkov (42,42%) a samostatné silové cvičenie 2x týždenne realizovalo 32 účastníkov (4,90%). 155 účastníkov (23,74%) uviedlo, že sa pred kampaňou nevenovalo žiadnej fyzickej aktivite (106 žien a 49 mužov).

G8 Účastníci, ktorí sa pred kampaňou nevenovali pohybovej aktivite v ani minimálnom rozsahu podľa WHO



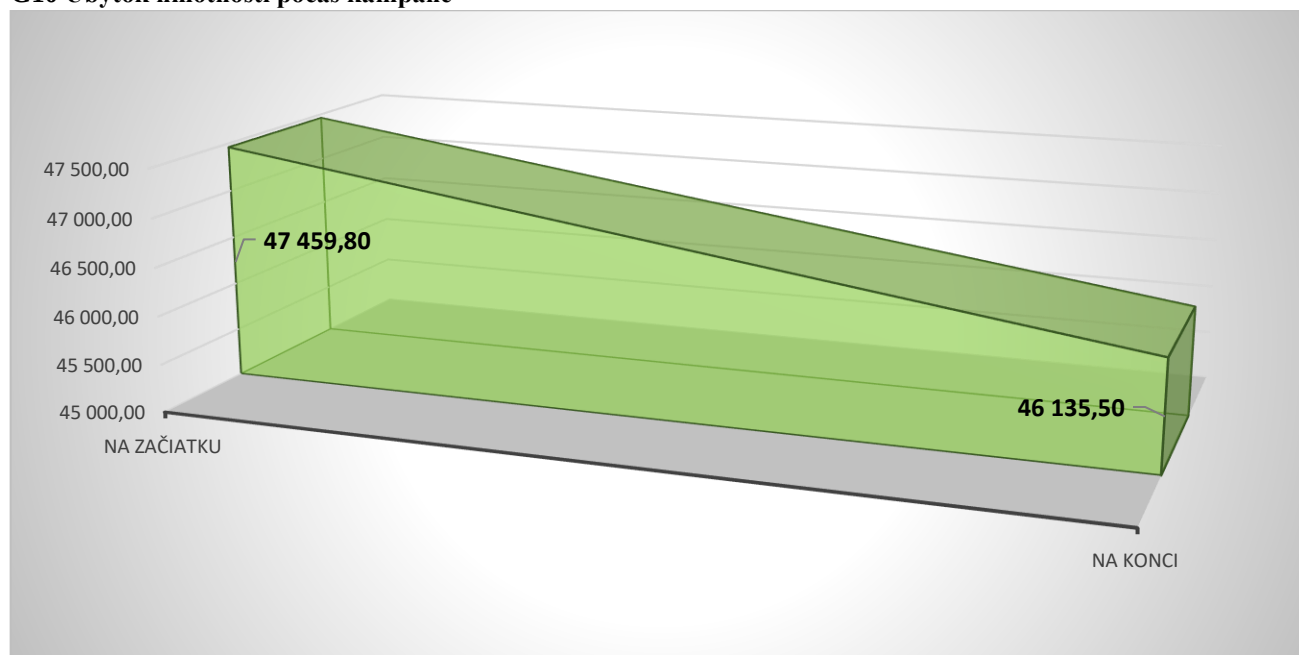
Zamerali sme sa na 155 účastníkov, ktorí uviedli, že pred kampaňou sa nevenovali žiadnej fyzickej aktivite. Viac ako polovica, až 81 účastníkov, sa do kampane zapájali počas celých 12 týždňov jej trvania. Minimálne 4 týždne sa venovalo pohybovej aktivite 18 účastníkov a dvaja účastníci nevydržali ani „povinné“ 4 týždne.

G9 Aktivita počas kampane u tých, čo pred kampaňou necvičili vôbec



Súčasťou účastníckeho listu boli aj údaje o hmotnosti účastníkov pred a po skončení kampane. Pri porovnaní týchto údajov môžeme konštatovať, že 626 účastníci, ktorí uviedli hmotnosť pred aj po kampani, spolu schudli 1 324,3 kg. Priemerná hmotnosť na začiatku kampane bola 75,81 kg, na konci kampane to bolo 73,7 kg.

G10 Úbytok hmotnosti počas kampane

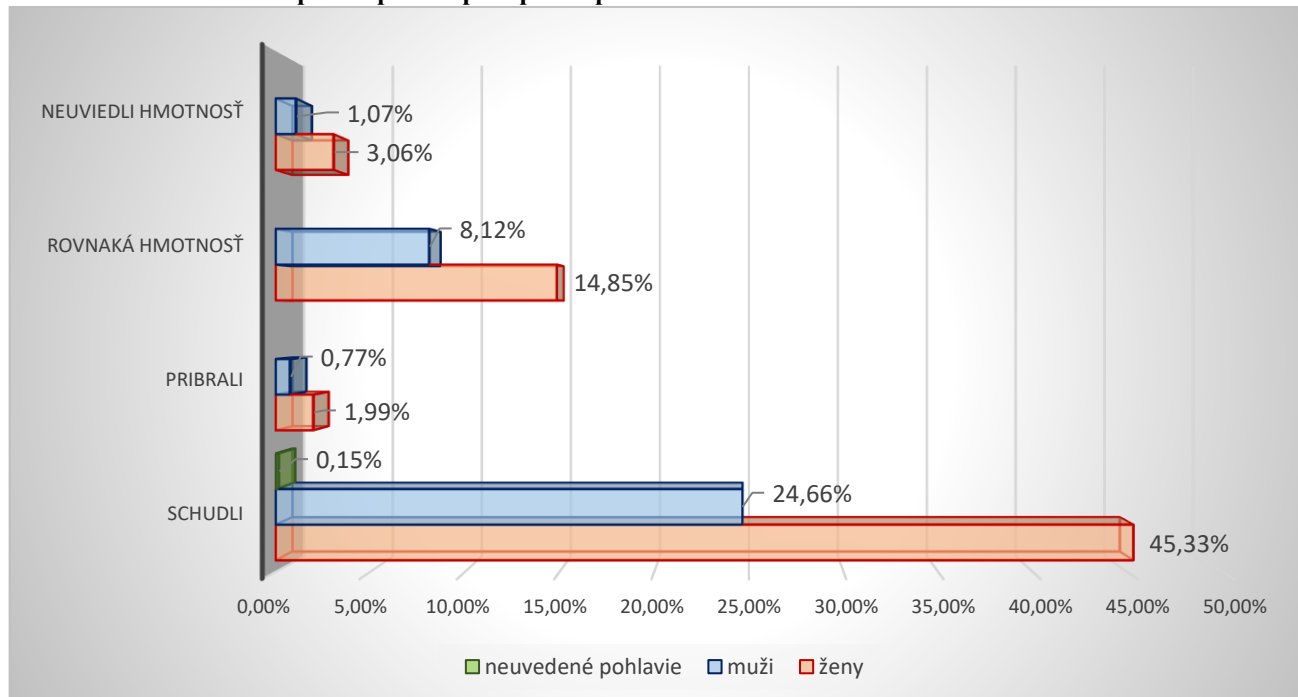


Znížiť svoju hmotnosť sa podarilo až 458 účastníkom (70,14%) z celkového počtu zúčastnených. 296 žien spolu schudlo 753,7 kg, 161 mužov schudlo 597,5 kg a v jednom prípade, kde nebolo uvedené pohlavie, bol úbytok hmotnosti 3 kg. Napriek tomu, že bolo početne viac žien úspešnejších v chudnutí, priemerne stratili na váhe „len“ 2,54 kilogramu, zatiaľ čo mužom sa podarilo schudnúť priemerne 3,71 kg.

18 účastníkov (2,76%) napriek pravidelnej fyzickej aktivite pribrali na hmotnosti. 13 žien pribralo 19,4 kg a 5 mužov pribralo spolu 10,5 kg.

150 účastníkov (22,97%) si pred aj po kampani udržalo rovnakú hmotnosť a 27 účastníkov (4,13 %) svoju hmotnosť neuvedlo.

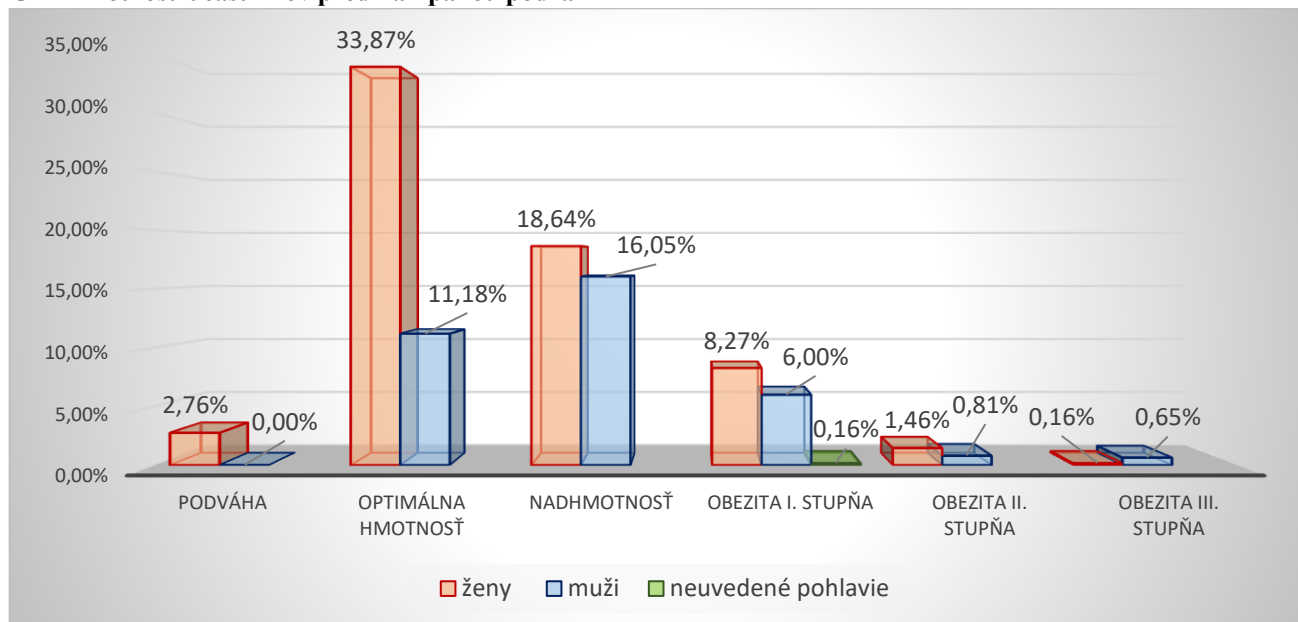
G11 Rozdiel v hmotnosti pred a po kampani podľa pohlavia



Do porovnávania hmotnosti podľa BMI sme zaradili len dospelé osoby, u ktorých sa bežne hmotnosť hodnotí podľa tohto indexu a osoby, ktoré uviedli obidva údaje o hmotnosti (pred aj po kampani), t. j. **617 účastníkov**.

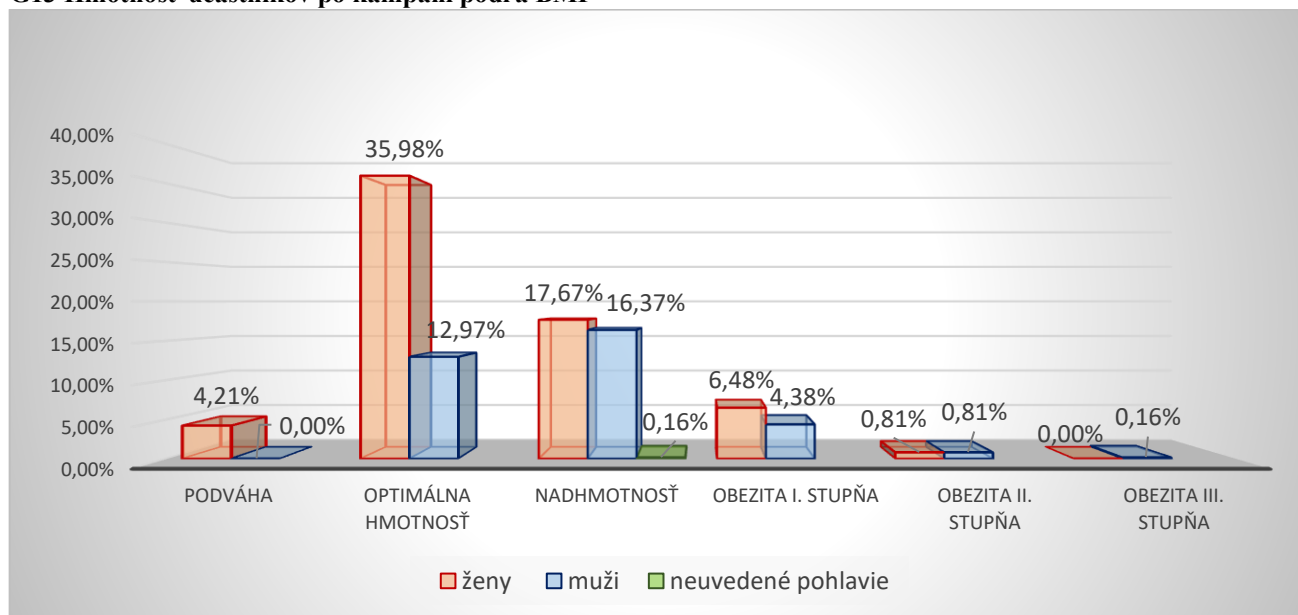
278 účastníkov (45,06%) malo pred začiatkom optimálnu hmotnosť. Až 214 účastníkov malo pred kampanou nadhmotnosť (34,68%) a 108 účastníkov (17,5%) malo podľa BMI rôzny stupeň obezity.

G12 Hmotnosť účastníkov pred kampanou podľa BMI



Po skončení kampane bolo v pásme optimálnej hmotnosti už 302 účastníkov (48,95%), nadhmotnosť malo 211 účastníkov (34,2%) a obezitu rôzneho stupňa 78 účastníkov (12,64%).

G13 Hmotnosť účastníkov po kampani podľa BMI



Z 214 účastníkov, ktorí boli podľa BMI na začiatku kampane v pásme nadhmotnosti, uviedlo po skončení kampane 168 ľudí pokles hmotnosti a 33 z nich sa vďaka tomu dostalo po kampani do pásma, ktoré ohraničuje optimálnu hmotnosť. U troch žien, ktoré na hmotnosti pribrali, nenastal posun v škále BMI a aj na konci kampane ostali v pásme nadhmotnosti.

T1 Vývoj hmotnosti počas kampane u účastníkov s nadhmotnosťou na začiatku kampane (N=214)

	nadhmotnosť (BMI 25-29,9)		optimálna hmotnosť po kampani	pokles hmotnosti	rovnaká hmotnosť	nárast hmotnosti
	pred kampaňou	po kampani				
ženy	115	93	22	87	25	3
muži	99	88	11	81	18	0
spolu	214	181	33	168	43	3

Obezitu I. stupňa malo pred začiatkom kampane 89 účastníkov. Až 80 z nich zaznamenalo pokles hmotnosti a tridsať účastníkov sa po kampani dostalo do pásma nadhmotnosti.

T2 Vývoj hmotnosti počas kampane u účastníkov s obezitou I. stupňa na začiatku kampane (N=89)

	obezita I. stupňa (BMI 30-34,9)		nadhmotnosť po kampani	pokles hmotnosti	rovnaká hmotnosť	nárast hmotnosti
	pred kampaňou	po kampani				
ženy	51	35	16	46	5	0
muži	37	24	13	33	4	0
neuvedené pohlavie	1	0	1	1	0	0
spolu	89	59	30	80	9	0

V pásme obezity II. stupňa zo 14 účastníkov na začiatku kampane ostalo po kampani 8 účastníkov. U trinástich bol zaznamenaný pokles hmotnosti a šiesti z nich sa dostali do pásma obezity I. stupňa.

T3 Vývoj hmotnosti počas kampane u účastníkov s obezitou II. stupňa na začiatku kampane (N=14)

	obezita II. stupňa (BMI 35-39,9)		obezita I. stupňa po kampani	pokles hmotnosti	rovnaká hmotnosť	nárast hmotnosti
	pred kampaňou	po kampani				
ženy	9	4	5	9	0	0
muži	5	4	1	4	1	0
spolu	14	8	6	13	1	0

Obezitu III. stupňa malo na začiatku kampane 5 účastníkov. Všetkým piatim sa podarilo schudnúť. Zaujímavosťou je, že na konci kampane až dvaja z nich preskočili pásmo obezity II. stupňa a dostali sa do pásma obezity I. stupňa. Dokonca pánovi, ktorý počas kampane schudol 44 kg, len veľmi tesne „ušlo“ pásmo nadhmotnosti. – z BMI 43,83 sa na konci kampane dostal na BMI 30,25.

Po kampani v pásme obezity III. stupňa ostal len jeden účastník.

T4 Vývoj hmotnosti počas kampane u účastníkov s obezitou III. stupňa na začiatku kampane (N=5)

	obezita III. stupňa (BMI ≥ 40)		obezita II. stupňa po kampani	obezita I. stupňa po kampani	pokles hmotnosti	rovnaká hmotnosť	nárast hmotnosti
	pred kampanou	po kampani					
ženy	1	0	1	0	1	0	0
muži	4	1	1	2	4	0	0
spolu	5	1	2	2	5	0	0

Kampaň podporili: Slovenská epidemiologická a vakcinologická spoločnosť, Biomedicínske centrum Slovenskej akadémie vied, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Fakulta zdravotníctva so sídlom v Banskej Bystrici Slovenskej zdravotníckej univerzity a DUKLA – vojenské športové centrum. Osobitná vďaka patrí olympijskému víťazovi a riaditeľovi vojenského športového centra DUKLA, pplk. Mgr. Matejovi Tóthovi, ktorý ochotne a bez nároku na honorár spolupracoval pri natáčaní internetového spotu.

Dňa 22. septembra 2023 bolo vyžrebovaných 10 šťastných výhercov, ktorí získali darčkové poukážky na nákup športových potrieb a propagačné predmety od podporovateľov kampane. Výhercom blahoželáme. Veríme, že všetci účastníci kampane si osvojili pravidelný pohyb a budú v ňom pokračovať aj naďalej.