



### עיתונות בריאותית

#### קצת מחשבות על העתיד

אנו מזמינים אתכם לפתוח את הראש ולחשוב יחד איתנו עתיד

קרא עוד...

#### בשיטת הדיאטה הטכנולוגית

גלו את כל הסיבות למה כדאי לשלב טכנולוגיה במהלך הטיפול התזונתי

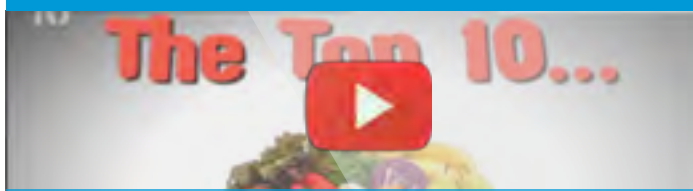
קרא עוד...

### דיאטנים יקרים,

בשעה טובה ומוצלחת אנו שמחים להשיק את הניוזלטר החדש לדיאטנים - "U and Health". בעידן שבו ההשמנה היא מגפה מקומית ועולמית, תאגידי מזון עסוקים בסוגיות בריאות בדרכים שונות ומנהלים שיח עם קהל מגיב, יוזם ומשפיע.

קרא עוד...

### בואו לראות



כך מתנפצים להם עוד עשרה מיתוסים על מזון

...True 'Myths' About Food

### NEWS

### חדשות הפורום



#### איך רעיון נולד?

בפעילות פורום הדיאטנים הצעירים, דור העתיד, בשיתוף עם יוניליוור, הפגנו יצירתיות הלכה למעשה

קרא עוד...

ניפגש ברשת

"מדברים פייסבוקית"

קרא עוד...

שיחה עם טכנולוג

קורנפלקס מתירס מלא? כן!

קרא עוד...

אפליקציה לשירותכם

היישר מאמריקה

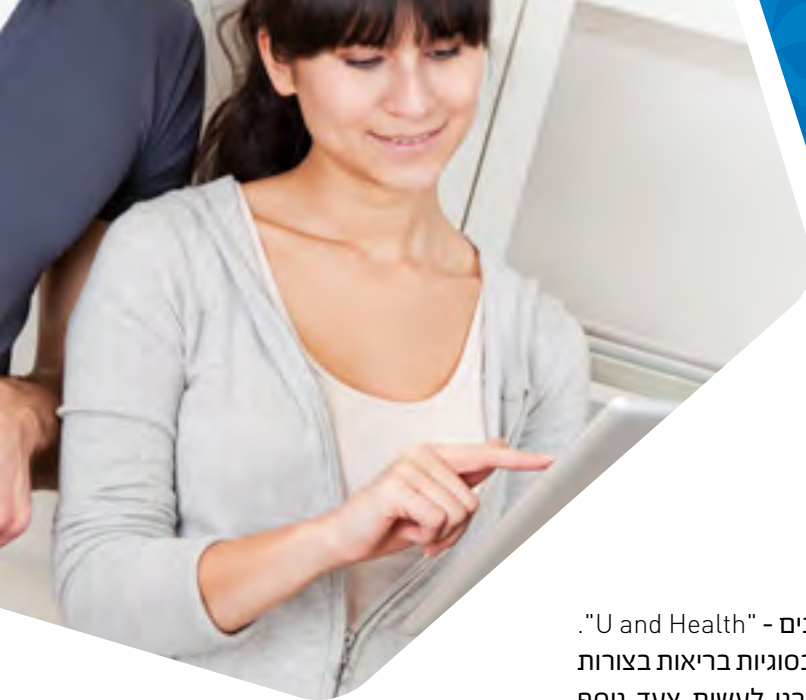
קרא עוד...

זמן רשת

היליד הדיגיטלי

קרא עוד...





## דיאטנים יקרים,

בשעה טובה ומוצלחת אנו שמחים להשיק את הניוזלטר החדש לדיאטנים - "U and Health". בעידן שבו ההשמנה היא מגפה מקומית ועולמית, תאגידי מזון עסוקים בסוגיות בריאות בצורות שונות ומנהלים שיח עם קהל מגיב, יוזם ומשפיע. אנו ביוניליוור בחרנו לעשות צעד נוסף קדימה ולאטגר את עצמנו ואתכם, שותפינו האסטרטגיים - דיאטנים בכלל ופורום דור העתיד של עמותת עתיד בפרט - בהבנה ובלמידה של התעשייה הישראלית והצרכן הישראלי, וכל זאת כדי למצוא פתרונות שירחיבו את השפעתנו המשותפת על בחירות בריאות של הצרכנים.

עם צאתנו למסע התקיימו כבר כמה מפגשים בין נציגינו מיוניליוור לבין דיאטנים צעירים, במסגרת פעילות פורום דור העתיד, שתכליתם היכרות, בניית אמון, שיתוף והחלפת ידע, וזאת כדי ליצור פתרון בריאותי מנצח לשני הצדדים ובעיקר, לקהילת הצרכנים.

ניוזלטר זה הנו נדבך נוסף במסענו המשותף, ובו נחשוף תובנות מגוונות מעולמות התזונה השונים: הבנת הצרכן, עתידנות וטרנדים צרכניים בתזונה, הפן הדיגיטלי, תעשייה ואוכל מעובד - וכל דבר שישרת את הרחבת הידע שלכם.

קריאה נעימה,  
אורנה לוי, מנהלת תזונה ובריאות  
יוניליוור ישראל

## והפעם בגיליון:

תובנות מרתקות על הקהל במדיה החברתית ומדוע כל כך חשוב להכירו, שיחה עם טכנולוג על דרך הייצור של קורנפלקס מתירס מלא, חשיפה ראשונה לפעילויות פורום דור העתיד, פרסום תוצאות מחקר על חשיבות השימוש בטכנולוגיה במהלך הטיפול, וגם - אפליקציה אחת לשירותכם, שיודעת לספק תשובות בשיא המהירות, וסרטון משעשע שמנפץ עוד עשרה מיתוסים על מזון.

אני מקווה שתמצאו  
בניוזלטר זה עניין וידע.  
בכל שאלה והצעה אתם  
מוזמנים לפנות אלינו ל:

EMED.HEALTHCLUB.CO.IL





# קצת מחשבות על העתיד



## שיתוף הפעולה עם פורום דור העתיד של עמותת עתיד הניב קצת מחשבות

**אנו מזמינים אתכם לפתוח את הראש ולחשוב יחד איתנו עתיד**

אסף בוך וצרי ברינקר, מובילי פורום "דור העתיד" בעמותת "עתיד"

מרוץ החיים שבו אנו נמצאים דורש מאיתנו תשומת לב מתמדת למתרחש בהווה. לחלקנו קשה אף להשתחרר מהעבר. אז למי בכלל יש זמן בכל הטירוף הזה לחשוב על המחר? המחר הוא תעלומה, וגישת ה"תן לחיות" ו"מי יודע מה יוליד יום" משולבת באג'נדה ה"יהיה בסדר", הלוא היא נחלת הרוב. לשם כך אנחנו כאן! להזכיר לכם שצריך "לדעת מאין באת", אך גם "לאן אתה הולך".

אנו מזמינים אתכם לפתוח את הראש ולחשוב עתיד. במסגרת פעילות פורום "דור העתיד" (לשעבר פורום צעירים) ושיתוף הפעולה עם יוניליוור, חברנו יחדיו לסקור, לשתף ולתת לכם טעימה ממה שצופן העתיד בתחום הבריאות.

בניזולטר החדש נעסוק בפנינתנו הקבועה - "עתידות בריאותית" - בנושאים נבחרים: איך ייראו הדיאטות שלנו, מגמות בעתיד המזון, איך ואיפה והאם בכלל נרוץ, תרופות פלא, שילוב ומיזוג של הגנטיקה עם עולם הבריאות, מהפכת הטכנולוגיה ומיזוגה עם גופנו, מקצועות העתיד בתחום הבריאות, בית החולים העתידי, איכות החיים ואיכות הסביבה שלנו ועוד.

אנו מציעים לכם:  
ליהנות וללמוד עם אמצעי  
העברת מידע חדישים  
ואפקטיביים!

**YOUR FUTURE  
MADE BY YOU**

**קרדיט:**

אסף בוך (RD, MSc), תזונאי מוסמך, אפידמיולוגיה ורפואה מונעת, דוקטורנט למדעי הסביבה - בריאות הסביבה

צרי ברינקר (BSc), מסטרנט בחוג לאפידמיולוגיה, אוניברסיטת תל אביב

# בשיטת הדיאטה הטכנולוגית

חברי פורום דור העתיד מספרים על צפונות העתיד בתחום הבריאות. גלו את כל הסיבות למה כדאי לשלב טכנולוגיה במהלך הטיפול התזונתי

השימוש באמצעים דיגיטליים במסגרת טיפול סטנדרטי בכל השלבים (ירידה במשקל ושמירה) ובמסגרת ארוכת זמן (כשנה) הוכח כייעיל



הבדל של 3.9 ק"ג  
ירידה לטובת קבוצת  
הטיפול המשולב



טיפול מסורתי דורש עבודה והשקעה משני הצדדים, אולם שימוש והטמעה של טכנולוגיות בתוך טיפול וייעוץ בכלל ותזונתי בפרט עשויים לשדרג את הטיפול ותוצאותיו.

מחקר קליני אקראי ומבוקר, שפורסם ב-Arch Intern Med ב-2013 (www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23229890) בחן את סוגיית העליונות של טיפול משולב בטכנולוגיה לעומת טיפול סטנדרטי ללא טכנולוגיה.

כ-70 מטופלים הסובלים מעודף משקל והשמנה (BMI בין 25 ועד 40) הוקצו אקראית לאחת משתי קבוצות טיפול לירידה במשקל למשך 12 חודשים. הראשונה - קבוצת טיפול סטנדרטי, שכללה שישה חודשי מפגשים דו-שבועיים בני שעה וחצי, שבהם נלמדו תכנים הניתנים בידי דיאטנים, פסיכולוגים ורופאים על שינוי הרגלים ושקילות. המשתתפים קיבלו עידוד לתעד את האכילה, אך ללא התייחסות אישית לרישומיהם. בחודשים 7-12 (שלב השימור) המשתתפים הגיעו לפגישות חד-חודשיות תוך תמיכה של הצוות.

הקבוצה השנייה הייתה קבוצת טיפול משולבת שימוש באפליקציה ושיחות טלפון. קבוצה זו עברה את אותם המפגשים כמו הקבוצה הסטנדרטית. התוספת הייתה תיעוד דיגיטלי של המזון שאכלו, תוך מתן פידבק חוזר מהתוכנה בתדירות יומית בשבועיים הראשונים של חודשים 1-6, לאחר מכן פעם בשבוע וכל זאת תוך שיחות "קואצינג" דו-שבועיות עם הצוות. בחודשים 7-12 (שלב השימור) פעמיים בשבוע הזינו המשתתפים דיווח צריכה (חודשים 7-9), ואז שבוע אחד שלם ויחיד של דיווח בחודשים 10-12. זמן השימור לא כלל "קואצינג", אלא רק שיחה מצד הצוות אם לא נשלח תיעוד האכילה.

## ונעבור לתוצאות

נאספו מדדי בסיס (רמת פעילות גופנית) ודיווח צריכה קלורית דרך האפליקציה לכל המשתתפים טרם הרנדומיזציה. הצלחה הוגדרה כירידה ושימור של 5%-10% מהמשקל ההתחלתי. מדידות נעשו בחודשים 3, 6, 9, ו-12. פעילות גופנית נקבעה כתוספת של 25% מרמת הפעילות בכניסה למחקר והועלתה בהדרגה לכל משתתף עד הגעה לפעילות של 60 דקות בעצימות בינונית ליום.

ניתוח התוצאות הצביע על הבדל של 3.9 ק"ג ירידה לטובת קבוצת הטיפול המשולב. כאשר חושב הסיכוי לירידה של 5% ויותר במשקל, לקבוצת הטיפול המשולב היה סיכוי גבוה יותר להשיג ירידה זו פי 6.5 יותר מקבוצת הביקורת.

שיעור ההיענות לטיפול (הגעה למפגשים) לא היה שונה בין הקבוצות, אם כי כאשר הושוה ממוצע הירידה במשקל בין שתי הקבוצות בין הנענים לבין הלא נענים, הייתה ירידה גדולה משמעותית ומובהקת רק בקבוצת הטיפול המשולב.

לסיכום, תיסוף השימוש באמצעים דיגיטליים במסגרת טיפול סטנדרטי בכל השלבים (ירידה במשקל ושמירה) ובמסגרת ארוכת זמן (כשנה) הוכח כייעיל ועליון על טיפול "קלאסי". התוספת הטכנולוגית יכולה לחסוך זמן בניטור הדיווחים במסגרת זמן המפגשים, ועידוד טלפוני, בפרט בשלבי הירידה, תורם אף הוא להצלחת המודל המשולב.



→ דף ראשי ←

# איך רעיון נולד?



בפעילות פורום הדיאטנים הצעירים, דור העתיד, בשיתוף עם יוניליוור, הפגנו יצירתיות הלכה למעשה

במהלך סוף שבוע אביבי בתחילת מאי 2013 התכנסנו יחדיו, חברי פורום הדיאטנים הצעירים, "דור העתיד", ואנשי יוניליוור, להיחשף למידע חדש, לחלוק בידע ולהתעדכן בכל מה שקורה כאן ועכשיו.

במהלך הכנס האזנו להרצאות מרתקות על תהליך הייצור והחדשנות המקומית, על הרגולציה הכבדה המאפיינת את תעשיית המזון, על דילמות הצרכן הישראלי ועל האוכל בקולנוע. כמו כן, השתתפנו בסדנה מיוחדת, שהועברה על ידי ארי מנור, מנכ"ל חברת ZOOZ, שבה התבקשנו להשתמש במתודות של חדשנות ולהפגין יצירתיות הלכה למעשה. בין היתר, התנסינו באפיון ובחידוש מוצרי מזון שאנחנו מכירים ומשתמשים בהם (וכך הגענו לדוגמאות שונות ומשונות, כמו לחם ייעודי לסטודנטים מועשר בוויטמין D שניתן לחמם במיקרו), ולאחר מכן עסקנו בקידום אג'נדות חדשות, יעילות ויצירתיות לשירות הדיאטנים. כך, לדוגמה, בנוגע לשיווק המקצועי, ברצוננו להוציא לפועל קמפיין משותף לדור העתיד וליוניליוור על אודות החשיבות של טיפול תזונתי בקרב כלל הציבור.



אין ספק כי סוף השבוע החווייתי תרם לגיבוש הקבוצתי של הפורום ולהכרה בזכות ובחובה שלנו כצעירים - לקדם דברים מעין אלה אל עבר עתיד טוב יותר.





# היישר מאמריקה

משרד החקלאות האמריקני מעמיד לרשות הדיאטנים אפליקציה מופלאה - USDA Food Database - המעניקה מידע רב, ובחינם!  
פורום דור העתיד של עמותת עתיד בשיתוף עם יוניליוור - חושבים צרכנים ודיגיטל

הרפרנס האמין, הכמות הגדולה של הפריטים ופשטות האפליקציה מובילים לכך שהיא מהירה, אמינה ונוחה לשימוש



אם ישנה אפליקציה שניתן להגדיר אותה ככמעט חובה לתזונאים, אין ספק שאפליקציית מאגר המידע החינמי של משרד החקלאות האמריקני, USDA Food Database, היא לכל הפחות אחת הראשונות, אם לא הראשונה. אומנם היא איננה מתוחכמת כלל וכלל, ואף המראה החיצוני שלה לא מושך ומפתה, אך כשם שלא שופטים ספר רק לפי העטיפה, כך גם האפליקציה הזו משרתת הרבה מעבר למראה החיצוני הפשטני שלה.

ניתן לטעון, כי חלקים מסוימים מהמאגר אינם קשורים ספציפית לישראל, שכן המאגר מלא בעשרות מוצרים שנמצאים בסופרמרקט האמריקני הטיפוסי בלבד, וכמובן, עשרות מוצרים שאי-כשרותם ברורה, כך שאין הם רלוונטיים לאקלים הטיפולי בארץ. עם זאת, הרפרנס האמין, הכמות הגדולה של הפריטים ופשטות האפליקציה מובילים לכך שהיא מהירה, אמינה ונוחה לשימוש. כך שבכל פעם שמטופל ינסה להתקיל אותנו בשאלות, דוגמת מה כמות האשלגן שנמצאת בכרום ניצנים או מה ההרכב המדויק של מנגולד, נוכל לתת תשובה מדויקת יותר הודות לאפליקציה הקטנה והשימושית הזו.

הנה קישור להורדת האפליקציה:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=betti.usdafood>

תיהנו!





# הכר את היליד הדיגיטלי

בני הנוער נקראים "ילידים דיגיטליים". הם נולדו לתוך העולם הטכנולוגי. בקרב המבוגרים, לעומת זאת, הרוב הנם "מהגרים דיגיטליים" - הטכנולוגיה כבר נוצרה כשהגיעו לגיל מבוגר



הלוקוח הדיגיטלי של היום מגיע לפגישת הייעוץ מצויד בשלל עצות ומידע



72% מאוכלוסיית ישראל גולשים ברשת. ל-91% מהם יש חשבון בפייסבוק. אלה מבליים 11.1 שעות בחודש בפייסבוק, מקום ראשון בעולם. אז מיהו הצרכן שלכם?

קבעתם פגישה עם נער לשיחה על דיאטה? כדאי שתדעו מראש מיהו הצרכן שלכם. סביר להניח כי לפני שהגיע, כבר גלש באתרים שונים ומשוניים, אסף מידע רב והתייעץ עם גדוד חבריו בפייסבוק. הלוקוח הדיגיטלי של היום מגיע לפגישת הייעוץ מצויד בשלל עצות ומידע, חלקם נכונים וחלקם עלולים להטעות. כיצד אתם יכולים לסייע לו? הנה כמה עובדות מעניינות על הצרכן של היום.

ממחקר שערכה חברת שילוב Millward Brown על אודות הצרכן הישראלי ב-2012 (ICI - Israeli Consumer Insights 2012 - סגנון חיים, תמורות ומגמות) עולה כי בני הנוער הנם ילידים דיגיטליים - הם נולדו לתוך העולם הטכנולוגי, מדברים בו בצורה שוטפת וחושבים טכנולוגית. בקרב המבוגרים, לעומת זאת, הרוב הנם מהגרים דיגיטליים - הטכנולוגיה נוצרה כשכבר הגיעו לגיל מבוגר והיו בעלי הרגלים אחרים, הם התרגלו לטכנולוגיה לאט, למדו את יתרונותיה, אך לא לגמרי סומכים עליה. המאמצים הנלהבים שביניהם מגיעים לדרגת אוריינות דיגיטלית המשתווה לזו של הילידים.

אז בין אם הצרכן שלכם הוא "יליד דיגיטלי" ובין אם "מאמץ נלהב", קבלו עשרה טיפים להתמודדות מוצלחת עימו.

## להשתלב, לשתף, לספר

בכנס השנתי של עמותת "עתיד" הציג ד"ר יובל דרור, ראש המסלול לתקשורת דיגיטלית בבית הספר לתקשורת של המכללה למינהל, 10 תובנות על הקהל במדיה החברתית, והרי הן לפניכם:

**1. משתלבים בשיחה:** האינטרנט הוא המדיום הראשון בהיסטוריה שמאפשר שיחה רב-כיוונית. הארגון יכול לפנות אל רבים ורבים יכולים לפנות אליו. לעתים גם רבים מדברים מאחורי הגב. לכן, כאשר אנו פועלים באינטרנט, אנו נכנסים, למעשה, לתוך שיחה ענקית, והשאלה היא: איך משתלבים בשיחה זו? העניקו לנושא זה מחשבה.

**2. חברים ברשת:** בזירת המדיה החברתית האינטראקציה הכי בסיסית היא עם חברים, שאנו סומכים על המידע שהם נותנים לנו. סקר שנערך באחרונה מצא כי 92% מהגולשים מאמינים בצורה חלקית ומלאה להמלצות של מכרים. 70% מאמינים לאנשים שהם לא מכירים. לכן, אחד האתגרים במדיה החברתית ואחד היתרונות הוא היכולת לשכנע קבוצת חברים גדולה. טיפ: התחילו בלשכנע את החברים.

**3. לשתף, לשתף, לשתף!** הציווי המוסרי של תקופתנו הוא לשתף, והציפייה של הקהל במדיה החברתית שגם הארגונים ישתפו אותו בהצלחות, בכישלונות, בהתלבטויות וכו'. זוהי גם סכנה אך גם הזדמנות. לכן, שתפו אחרים במה שקורה איתכם.

...  
**המדיה החברתית מתמחה  
 במה שקורה עכשיו ואפשר  
 לראות בה איך השיח  
 משתנה בזמן אמת**

...  
**שתפו אחרים במה  
 שקורה איתכם**



**4. בתיבת התהודה** - כבני אדם או נמשכים לאנשים שדומים לנו. המשיכה לדומה משתקפת גם ברשת החברתית של כל אחד מאיתנו. אנו מקיפים את עצמנו במה שדומה לנו, ולמעשה, כולם אומרים את אותו הדבר. ברשתות הומוגניות טמונות שתי סכנות: הראשונה - ארגון עלול לשגות בכוח האמיתי שלו, כיוון שכל שהוא שומע זה את ההד של עצמו. הסכנה השנייה היא שקשה מאוד לשכנע בתוך תיבת תהודה כזו, כיוון שכל חבריה בטוחים בצדקתם, ומתנהגים לעתים כמו המון מוסת. חובה להתחשב בזה ולהכיר את אפקט תיבת התהודה.

**5. אז מה קורה?** המדיה החברתית מתמחה במה שקורה עכשיו ואפשר לראות בה איך השיח משתנה בזמן אמת ועל מה אנשים מדברים ברגע זה. אנשים רוצים לדעת מה קורה עכשיו ואין להם סבלנות. חובה לעמוד בקצב!

**6. נכון או לא נכון?** ברשת אין מי שיגיד שזה לא נכון. קשה מאוד לדעת מה נכון ומה לא נכון. לכן, חשוב להיות מודעים למחיר האמינות.

**7. אני הכי חשוב:** המטבע החשוב ביותר במדיה החברתית הוא תשומת לב. כולם רוצים תשומת לב ומבקשים שיעשו להם לייק. אין ספק שההתעסקות כל הזמן במשוב - "איך אני נראה?", "מה חושבים עליי?" - משפיעה עליהם. אנשים במדיה החברתית כל הזמן עסוקים בעצמם. לכן, כדאי שתדעו שברשת "האני" הוא הדבר החשוב בעולם.

**8. מעניין מאוד!** האינטרנט הוא מכונה שמפצלת את תשומת הלב. כל כך קל לתכנן את האינטרנט כדי שיציק לנו. כך, לדוגמה, האאוטלוק והגימייל כל הזמן בודקים האם הגיע מייל. כמו כן, הרשת פועלת בצורה של חיזוקים חיוביים - רק תלחץ, ומשהו חדש יופיע. אנו מעין עכברים במעבדה של תשומת לב. אנשים משתעממים במהירות, והיכולת להתרכז במשהו למשך מספר דקות מאתגרת. זהו קרב על תשומת הלב של הגולשים, ואנו חייבים לעניין.

**9. מה הסיפור שלכם?** במדיות החברתיות רואים את החברים מטיילים, אוכלים במסעדות, נופשים. מובן שבחיים האמיתיים אנו לא כאלה שמחים כל הזמן. כיוון שהגולשים מוקפים בזיוף, יש נטייה לחפש אחר האותנטי. מתברר כי הצלחות במדיות החברתיות קשורות סביב סיפור טוב היוצר חיבור עמוק. כשמשתפים אנשים בסיפור, מעבירים אינפורמציה לא רק על הסיפור אלא גם עלינו - תראו כמה אנחנו רגישים, אכפתיים, מצחיקים, חכמים... לכן, חשוב לספר סיפור לא רק אינפורמטיבי אלא גם כזה שישקף משהו על הגולשים כשהם מעבירים את זה הלאה, ובקיצור, סיפור טוב.

**10. תנו לי ויזואל:** 20% מהתמונות בעולם עושות את דרכן לפייסבוק. כבני אדם אנו נמשכים לתמונות ובייחוד לתמונות שחושפות סיפור. האינטרנט עובר מעולם מבוסס טקסט לעולם מבוסס תמונה. אנשים מחפשים אחר תמונה שתעשה להם משהו. לכן, העדיפו את הוויזואל.

**לסיכום,** מדיה חברתית נמצאת בכל מקום והיא כאן כדי להישאר. את ההשפעות נדע רק עוד הרבה שנים, אך בינתיים לא כדאי לחכות. מומלץ להתחבר ולהתנסות.





# ניפגש ברשת

## בכנס עמותת עתיד למדנו רבות על השפה ה"פייסבוקית" המתקדמת ועל הדרך להשתלב בה

• • •  
הרשת נותנת לנו את  
היכולת להפגיש את  
המסרים הספציפיים  
שלנו כלפי קהל כמעט  
אינסופי במהירות רוחב  
הפס של הרשת



אם הייתה מילה שזכתה לכמה וכמה הרצאות בכנס עתיד האחרון, הייתה זו המילה "פייסבוק". לא "תזונה", לא "נוטריגנומיקה", לא "מב"ת". פייסבוק. ולא בכדי. כמעט באמצע העשור השני של המאה ה-21, ברור לחלוטין שעל מנת להיות קיימים באמת, אנחנו צריכים לכתוב סטטוס ולזכות ללייקים.

שלא כמו בדפוס השיווק הישנים, הרשת החברתית בעלת חוקים, דפוסים והתנהגויות משלה. אם לא נציית, או יותר נכון נזרום בתוואי הנהר השיתופי הזה, אנחנו עלולים להיפגע ולטבוע - בין אם כחנוונים המנסים למכור את מרכולתנו ובין אם כצרכני תרבות ומידע.

אז משלל ההרצאות, מה למדנו? ראשית כל, שהרשת נותנת לנו את היכולת להפגיש את המסרים הספציפיים שלנו כלפי קהל כמעט אינסופי במהירות רוחב הפס של הרשת. הרשת החברתית בנויה כשתי וערב של קבוצות חברים עם חברים, קבוצות שווים עם שווים, ובעיקר - הדהודים רבים ככל האפשר של עצמי אחד המעצים את עצמו דרך אותה קבוצת חברים שחושבת כמוהו, אוהבת כמוהו, מדברת כמוהו, רוצה כמוהו. ככל שהדהוד הזה מתקבל בצורה חיובית (או מעניינית, או מצחיקה, או מעוררת זעם), היא מופצת וחוצה יותר ויותר קבוצות, ומפיצה את הדהוד שלה, בדיוק באותה דרך שבה וירוס משכפל את עצמו ועובר הלאה. עוד למדנו שהאמינות של דברים ברשת כה גבוהה, עד שלעתים היא עולה על המציאות. כלומר, לא חייבים להיות טובים במציאות, שכן כל עוד ההשתקפות ברשת היא מה שאנחנו רוצים, הגענו ליעד. הפנמנו גם את התובנה שאל לנו לזלזל באנשים הקטנים, כיוון שביקום שבו כל אחד יכול ליצור סרטון מצחיק או מטופש ולהפיצו לכל עבר, טעות שלנו מול מטופל עלולה להפוך לפיאסקו שלא ישכחו לנו אותו עד התופעה הוויראלית הבאה.

לסיום, עלינו לזכור שתפעול דף ברשת, שיהיה מצד אחד מקורי אבל מצד שני לא אוונגרדי מדי, מצד אחד מצחיק אבל מצד שני רציני, מצד אחד אישי מאוד כלפי כל אחד אבל מצד שני לא חוצה גבולות - עשוי להגדיל בהחלט את היקף המטופלים שלנו ואת היקף האהדה שלנו בציבור. ה-lingua franca, השפה המדוברת הנפוצה של היום, כבר איננה אנגלית - אלא ה"פייסבוקית". ומי שידע אותה באופן שוטף או כשפת אם - מבין את העולם כיום.



# קורנפלקס מתירס מלא? כן!

תירס מלא מכיל מלבד  
האנדוספרם  
(עיקר הגרעין) גם את  
נבט הגרעין ואת הסובין.  
מחקרים מצביעים כי  
בהיותו דגן מלא, הוא בעל  
אינדקס גליקמי נמוך



במדור "שיחה עם טכנולוג": אבינועם סבתו, מנהל פיתוח מוצרי דגני בוקר, פתית וחטיפים ביוניליוור, חושף איך מייצרים קורנפלקס מתירס מלא ומהם היתרונות של דרך ייצור זו

השימוש בקמח חיטה מלא נפוץ מאוד, וכיום מאפים ודגני בוקר מקמח חיטה מלא זמינים ונגישים לצרכן כמעט כמו מאפים ודגני בוקר מקמח חיטה לבן. לעומת זאת, נדיר למצוא על המדפים דגני בוקר, ובמיוחד קורנפלקס, המכילים קמח תירס מלא. תירס מלא מכיל מלבד האנדוספרם (עיקר הגרעין) גם את נבט הגרעין ואת הסובין. מחקרים מצביעים כי בהיותו דגן מלא הוא בעל אינדקס גליקמי נמוך וכן עשיר בסיבים. חלק מהסיבים המסיסים מתנפחים וגורמים לתחושת שובע, ואילו הסיבים הלא מסיסים מנקים את עורקי גוף האדם ובכך מסייעים במניעת מחלות לב.

## גם סובין, גם נבט

מתברר שכאשר מדובר בייצור קורנפלקס מקמח תירס מלא, נדרש היה פיצוח טכנולוגי, שאותו מציג אבינועם סבתו, מנהל פיתוח מוצרי דגני בוקר, פתית וחטיפים ביוניליוור. לדבריו, "הסיבה נעוצה בכך שבשיטת הייצור המסורתית כל פתית (פלייק) קורנפלקס מתקבל משבר גרעין של תירס, שכבר נופו ממנו המעטפת הסובינית של הגרעין וגם נבט הגרעין, ולכן בשיטה המסורתית לא יכול להתקבל קורנפלקס מתירס מלא".

## מה הפתרון הטכנולוגי לייצור קורנפלקס מתירס מלא?

"בשיטה שבה אנו מכינים את הקורנפלקס, חומר הגלם שלנו הוא לא תירס אלא קמח תירס מלא. קמח התירס מוכנס למיקסר יחד עם סוכר, לתת שעורה ושאר המרכיבים, ומתערבב שם כדי ליצור אחידות בכל מנות הייצור. המנה נכנסת לבישול באקסטרודר, וביציאה ממנו מתקבלים חוטים גמישים, שאותם אנו חותכים לחתיכות קטנות. כל חתיכה כזו עוברת בין שני תופים מסתובבים, וכך מתרדדת לעובי של פלייק. לאחר הרידוד הפתיתים מוכנסים לתנור שמייבש ומוציא מהם את הלחות, ומעניק להם את המרקם הפריך והטעם הקלוי. כך מתקבל קורנפלקס עם תירס מלא (70% תירס מלא), העשיר בסיבים תזונתיים (8.3%), ומכיל 4.1% שומן בלבד (שהרכבו 2.1% רב בלתי רווי, 1.2% חד בלתי רווי, 0.8% רווי), ורק 7.8% סוכרים מתוכם 1.4% הם מלטוז מלתת השעורה", מסביר אבינועם.

